

# COMMUNICATION RESEARCH HOCHSCHULE DÜSSELDORF

*Communication in Media, Markets and Society*

**Jahresbericht 2025**

**Februar 2026**

# INHALT

1 Ein erfüllendes Jahr .....	2
2 Organisationsstruktur und Team .....	4
3 Ausgewählte Projekte .....	6
3.1 Kommunikationsinfrastrukturen für die lokale Demokratie .....	6
3.2 Sozial benachteiligt – digital abgehängt? .....	8
3.3 Polarisierung in NRW als Herausforderung .....	10
3.4 Wie vielfältig berichten private Rundfunk- und Fernsehbetreiber in der Schweiz? .....	11
4 Publikationen und Vorträge .....	13
4.1 Publikationen .....	13
4.2 Vorträge .....	19
5 Kooperationen, Netzwerke und Auftraggeber .....	27
6 Lehre und Nachwuchsförderung .....	31
6.1 Projektbasiertes Lernen .....	31
6.2 Bachelor- und Masterarbeiten .....	32
6.3 Promotionsprojekte .....	32
7 Ausblick auf das Jahr 2026 .....	35

# 1 EIN ERFÜLLENDES JAHR

Das Jahr 2025 war am Forschungsschwerpunkt von einer produktiven Unruhe geprägt. Viele Ideen aus dem Vorjahr sowie Vortragseinreichungen wurden aufgegriffen und angenommen; zugleich wurden neue Projekte konzipiert und umgesetzt.

Zu den Höhepunkten des **Forschungsjahres** zählten zweifellos **die Konferenzreisen** zur Tagung der **World Association for Public Opinion Research (WAPOR)** in St. Louis und zur Tagung der **International Communication Association (ICA)** in Denver, wo der Forschungsschwerpunkt mit insgesamt **sieben Vorträgen (!)** vertreten war. In St. Louis diskutierten Umfrageforscherinnen und -forscher aus aller Welt die Chancen, aber auch die Risiken des KI-Einsatzes in der Demoskopie. **Unser Vortrag zum Vergleich synthetischer, KI-generierter Daten mit real erhobenen Umfragedaten** war vielleicht ein wenig provokant – zeigte jedoch, dass die Unterschiede zwischen einer von KI imaginierten Welt und einer demoskopisch beschriebenen Realität mitunter sehr gering, mitunter aber auch sehr groß ausfallen. In Denver standen unsere Beiträge exemplarisch für das **breite Themenspektrum**, an dem wir arbeiten. Besonders erfreulich war zu sehen, wie souverän die wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen Hella de Haas und Jana L. Peters ihre Studien präsentierten.

Ebenso wichtig sind für uns unsere Forschungsergebnisse **in der Region** im Sinne der **Third Mission** der Hochschulen in die Gesellschaft zu kommunizieren und **Transferwirkungen für Unternehmen und Organisationen** zu entfalten. So stand die lokale **Kommunikationsinfrastruktur in Essen und Wuppertal** im Kooperationsprojekt mit dem Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung (vhw) e. V. im Zentrum. Gregor Nathanael Meyer interviewte hierzu zahlreiche Akteure in den Kommunalverwaltungen und der lokalen Intermediäre. Gemeinsam mit Center for Advanced Internet Studies (CAIS) in Bochum **untersuchten wir politische Polarisierung und stellten die Ergebnisse auch im Landtag vor**. Im Auftrag des Ministeriums für Arbeit, Gesundheit und Soziales (MAGS) NRW analysierten wir außerdem **digitale Klüfte in NRW zwischen armutsbetroffenen und nicht armutsbetroffenen Bürgerinnen und Bürgern**.

Dass Forschung und Lehre untrennbar miteinander verbunden sind und Studierende unmittelbar von aktuellen Erkenntnissen profitieren, zeigt sich unter anderem in **Projekten aus der Innovationsreserve der Hochschule**. Im Projekt GENEME wird ein **Selbstlernkurs zum Einsatz von KI in empirischen Forschungsmethoden** konzipiert. Die Frage, wie KI Lehre und Forschung verändert, spielt auf nahezu jeder Konferenz eine große Rolle; unser Ziel ist es, **solche Veränderungsimpulse aufzunehmen und in die Lehre** zu integrieren. Die Relevanz entsprechender Kompetenzen für unsere Absolventinnen und Absolventen wird in zahlreichen Studien zu Berufseinstiegschancen betont. Zudem ist der 2025 neu gestartete Kurs zur **Datenaufbereitung im Kontext sozialen und medialen Wandels** hervorzuheben. Hier möchten wir Studierenden das große Potenzial von Sekundärdaten und die daraus entstehenden Auswertungsoptionen näherbringen – und freuen uns besonders über das

große Engagement unserer neuen Mitarbeiterin Hannah Kehl und die Kooperation mit dem Institut für Demoskopie Allensbach.

Der vorliegende Jahresbericht bietet nun eine Übersicht über unsere Projekte, Publikationen und Kooperationen. Wir danken allen Unterstützerinnen und Unterstützern sowie unseren Projektpartnerinnen und -partnern.

Düsseldorf, im Februar 2026

Prof. Dr. Olaf Jandura

Prof. Dr. (UFU München) Olexiy Khabyuk

## 2 ORGANISATION\$STRUKTUR UND TEAM

Zurzeit arbeitet **ein sechsköpfiges Team** am Communication Research @ HSD.



**Olaf Jandura** ist außerplanmäßiger Professor am Institut für Sozialwissenschaften der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf und Leiter von Communication Research @ HSD. Er studierte Kommunikationswissenschaft, Politikwissenschaft und Soziologie an der TU Dresden und arbeitete vor seiner Zeit an der HSD als wissenschaftlicher Mitarbeiter, akademischer Rat, Vertretungsprofessor an den Universitäten in Dresden (TU), München (LMU), Mainz (JGU), Düsseldorf (HHU), Zürich (UZH). Seine **Forschungsschwerpunkte** liegen in der Analyse von Entstehung, Inhalten, Rezeption und Wirkung öffentlicher Kommunikation sowie den Methoden der empirischen Sozialforschung.



**Gregor Nathanael Meyer** arbeitet als wissenschaftlicher Mitarbeiter im Projekt „Kommunikationsinfrastrukturen für die lokale Demokratie“, an welchem der Forschungsschwerpunkt gemeinsam mit dem vhw. e.V. (Bundesverband für Wohnen und Stadtentwicklung), dem SINUS-Institut und Prof. Dr. Jarren (Universität Zürich) gemeinsam arbeitet. Er studierte Kommunikations- und Multimediamanagement sowie Kommunikations-, Multimedia- und Marktmanagement an der Hochschule Düsseldorf. Er hat besonderes **Forschungsinteresse** an der Schnittmenge zwischen Kommunikationswissenschaft und Medienökonomie.





**Hella de Haas** und **Jana L. Peters** arbeiten seit November 2024 im Projekt „**Generativer AI & Empirical Methods in Economics (GENEME)**“, dessen Ziel es ist, den Einsatz von KI im Forschungsprozess wirtschafts- und sozialwissenschaftlicher Forschung zu evaluieren und Potentiale, aber auch Risiken beim Einsatz zu erkennen. **Hella de Haas** studierte Kommunikations- und Medienwissenschaft mit Zweitfach Germanistik in Bremen sowie Kommunikationswissenschaft in Münster. Sie hat besonderes **Forschungsinteresse** an kommunikationswissenschaftlicher Geschlechterforschung.



**Jana L. Peters** absolvierte ein Bachelorstudium in Sozialwissenschaften – Medien, Politik, Gesellschaft sowie einen Master in Politischer Kommunikation an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf. Ihre **Forschungsschwerpunkte** liegen in den Bereichen Online-Deliberation, Nutzerkommentare und Nutzung Künstlicher Intelligenz in der politischen Kommunikation.



**Hannah Kehl** arbeitet seit Mai 2025 im Projekt „**Erschließung von Datenquellen zum sozialen und wirtschaftlichen Wandel in Deutschland für den Einsatz in der Lehre (DSWWD)**“. Ziel des Projekts ist es, zentrale Datenquellen zum gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und medialen Wandel systematisch aufzubereiten und für die Hochschullehre zugänglich zu machen. **Hannah Kehl** studierte Politik, Medienwissenschaft und Öffentliches Recht an der Universität Regensburg. Ihren Master in Politischer Kommunikation erwarb sie an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf. Ihr besonderes **Forschungsinteresse** liegt im Bereich räumlicher Analysen von Kommunikation.



**Olexiy Khabyuk** ist Professor für BWL, insbesondere Kommunikation und Multimedia an der Hochschule Düsseldorf und Co-Leiter von Communication Research @ HSD. Er studierte Betriebswirtschaftslehre an der Universität zu Köln. Vor seiner Tätigkeit an der HSD arbeitet er bei einem Think Tank des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. **Seine Lehr- und Forschungsschwerpunkte** liegen im Bereich der Analyse digitaler Geschäftsmodelle und ihrer gesellschaftlichen Nachhaltigkeit sowie in der Analyse von Berufsfeldern in der Medien- und Kommunikationsbranche.

## 3 AUSGEWÄHLTE PROJEKTE

### 3.1 KOMMUNIKATIONSINFRASTRUKTUREN FÜR DIE LOKALE DEMOKRATIE

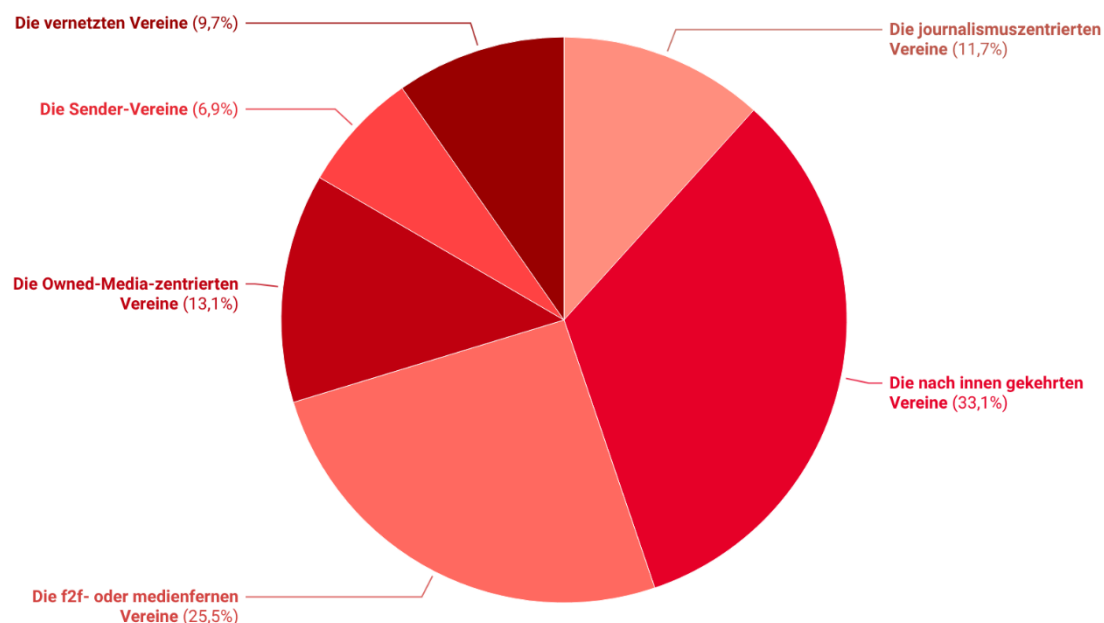
Das Projekt untersucht, wie die lokale Demokratie heute, in einer Zeit, in der sich Öffentlichkeit zunehmend aufspaltet, Medienangebote vielfältiger werden und frühere „Leitmedien“ immer weniger Menschen erreichen, kommunikativ getragen wird. Im Mittelpunkt steht die **Frage, über welche Kanäle, Akteure und Routinen Informationen vor Ort zirkulieren und wie sich dadurch Teilhabe, Vertrauen und Orientierung verändern**. Dafür wurden zwei sehr unterschiedliche Regionen betrachtet: **zwei Großstädte** mit dichter Medienlandschaft sowie **ein ländlich geprägter Kreis**, in dem Reichweiten, Erreichbarkeit und Infrastrukturbedingungen anders ausfallen. In allen Regionen richtet sich der Blick auf drei zentrale Säulen lokaler Öffentlichkeit: den lokalen Journalismus, die Kommunikationspraxis kommunaler Verwaltungen und die Rolle zivilgesellschaftlicher Organisationen als Vermittler.

Die Analysen zeigen, dass die lokalen Medienmärkte zwar weiterhin wichtige Orientierungsleistungen erbringen, ihre **frühere flächendeckende Reichweite jedoch deutlich verloren haben**. In vielen Haushalten kommt lokale Tagespresse nicht mehr regelmäßig an – sei es durch veränderte Nutzungsgewohnheiten, durch Kostenbarrieren oder durch den wachsenden Wettbewerb digitaler Angebote. **Zugleich entstehen neue Informationswege**: lokale Radiosender, kostenlose Printprodukte, Stadtteilangebote, Plattformen und thematische Online-Portale gewinnen an Bedeutung. Insgesamt wird die lokale Informationsordnung unübersichtlicher – und die Chancen, erreicht zu werden, verteilen sich sozial ungleich. **Wo Bezahlangebote dominieren**, wird der Zugang zu verlässlicher lokaler Information schneller **zur Frage von Einkommen und Medienkompetenz**. **Wo kostenlose Angebote stark sind**, kann **Reichweite gesichert werden**, zugleich steigt aber der **Druck, Qualität dauerhaft zu finanzieren**.

**Für Kommunalverwaltungen** verschärft diese Entwicklung die Anforderungen an Kommunikation. **Klassische Pressearbeit** allein reicht immer seltener aus, weil die Adressaten nicht mehr gebündelt über wenige Kanäle erreichbar sind. Viele Verwaltungen stehen vor der Aufgabe, Zuständigkeiten klarer zu organisieren, verständlicher zu kommunizieren und stärker in Dialogformen zu investieren. Gleichzeitig wächst die Erwartung, Informationen schnell, niedrigschwellig und zielgruppengerecht bereitzustellen – **etwa über Social Media oder direkte digitale Services**. Dabei zeigen sich typische Spannungsfelder: zwischen zentraler Steuerung und dezentralem Handlungsdruck, zwischen Informationspflicht und Interaktionsbedarf sowie zwischen **knappen Ressourcen** und **steigender Komplexität**. Neue technische Möglichkeiten – von automatisierter Textunterstützung bis zur besseren Aufbereitung komplexer Inhalte – werden als Chance gesehen, müssen aber verantwortungsvoll eingesetzt werden.

Eine **besondere Rolle** kommt lokalen Intermediären zu. **Vereine, Initiativen und lokale Netzwerke** fungieren als Brücken in die Stadtteile und Milieus, die durch klassische Medien oder Verwaltungskommunikation nicht mehr zuverlässig erreicht werden. Gleichzeitig ist **diese Landschaft sehr heterogen**: Einige Akteure kommunizieren stark öffentlich und professionell, andere arbeiten vor allem nach innen oder setzen auf persönliche Ansprache und lokale Präsenz. Diese Unterschiede sind entscheidend, wenn man lokale Informationsflüsse stabilisieren will – denn nicht jeder Kanal, nicht jede Sprache und nicht jede Kommunikationsform passt zu allen Gruppen gleichermaßen. Genau hier liegt ein **zentraler Mehrwert des Projekts**: Es macht sichtbar, welche Kommunikationstypen vor Ort existieren, welche Reichweiten- und Zugangslücken entstehen und welche Kooperationen realistisch sind.

### Vereinstypologie



Grafik: Eigene Darstellung • Quelle: Kommunikationsinfrastrukturen für die Lokale Demokratie • Erstellt mit Datawrapper

Aus den Ergebnissen werden **praxisnahe Ansatzpunkte** abgeleitet, um lokale Kommunikation und demokratische Teilhabe zu stärken. Dazu gehören **klarere Kommunikationsstrukturen** in Verwaltungen, eine **konsequent zielgruppenorientierte Ansprache** und die **systematische Einbindung lokaler Multiplikatoren** – von Vereinen über Initiativen bis hin zu digitalen Community-Akteuren. Zudem wird empfohlen, Beziehungen zu intermediären Akteuren strategischer zu pflegen, um Informationen nicht nur zu senden, sondern verlässliche Rückkopplung und Reichweite in unterschiedliche gesellschaftliche Gruppen hinein zu organisieren. **Insgesamt zeigt das Projekt, dass die im Lokalen beginnende Demokratie unter digitalen Bedingungen neue, bewusst gestaltete Kommunikationsinfrastrukturen braucht, die Orientierung ermöglichen, Beteiligung erleichtern und niemanden vom Zugang zu relevanten Informationen ausschließen.**

Weitere Informationen sind auf der [Webseite des Projekts](#) zu finden:





## 3.2 SOZIAL BENACHTEILIGT – DIGITAL ABGEHÄNGT?

Das Projekt wurde im Rahmen des Förderaufrufs **Armutsbekämpfung und Sozialplanung** des **Ministeriums für Arbeit, Gesund-**

**Ministerium für Arbeit,  
Gesundheit und Soziales  
des Landes Nordrhein-Westfalen**



**heit und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen (MAGS)** durchgeführt. Ziel es, Befunde zur digitalen Ausstattung und zu digitalen Kompetenzen armutsbetroffener Haushalte zu gewinnen sowie Verbreitung und Qualität digitaler Ausstattung sowie ungedeckte Bedarfe zu untersuchen, um daraus Handlungsempfehlungen abzuleiten.

Vor dem Hintergrund der umfassenden digitalen Transformation, die zentrale Lebensbereiche wie Bildung, Arbeit, politische Beteiligung oder den Zugang zu Dienstleistungen prägt, untersuchten wir, **wie digitale Teilhabe in Nordrhein-Westfalen strukturiert ist und in welchem Maße armutsbetroffene Menschen daran teilhaben**. Digitale Teilhabe wird dabei nicht als rein technisches Problem verstanden, sondern als wesentlicher Bestandteil sozialer und demokratischer Teilhabe, der durch materielle Ressourcen, Kompetenzen und institutionelle Rahmenbedingungen beeinflusst wird. **Nordrhein-Westfalen** ist aufgrund seiner sozialen und räumlichen Vielfalt **ein relevantes Untersuchungsfeld**, da soziale Ungleichheiten in Lebenslagen, Bildungs- und Einkommenschancen stark differieren. **Armut** wirkt in diesem Kontext als ein **zentraler struktureller Risikofaktor für digitale Ungleichheiten**, die entlang der drei eng verknüpften Dimensionen: Zugang zu digitalen Technologien, Nutzung digitaler Angebote sowie digitale Kompetenzen und daraus resultierende Nutzungserträge beschrieben wird.

Die empirischen Befunde zeigen, dass **armutsbetroffene Haushalte** zwar häufig einen grundlegenden Internetzugang besitzen, jedoch in der **Qualität des Zugangs**, der **Geräteausstattung** und bei der **stabilen Infrastruktur** erheblich benachteiligt sind. Diese quantitativen und qualitativen Zugangsunterschiede begrenzen die Nutzungsmöglichkeiten und schaffen strukturelle Hürden für komplexere Anwendungen. Auf der **Nutzungsebene** zeichnet sich ab, dass armutsbetroffene Personen digitale Dienste insgesamt seltener, weniger vielfältig und insbesondere seltener in Bereichen nutzen, die mit direkten sozialen Vorteilen verbunden sind, wie etwa digitale Behördendienste, Online-Bildungsangebote oder Gesundheitsinformationen. **Geringere digitale Kompetenzen** und **niedrigere Selbstsicherheitswerte** im Umgang mit technischen Anwendungen **verstärken diese Nutzungslücken** und übersetzen eingeschränkten Zugang in begrenzte Nutzungserträge. Auf der **Outcome-Ebene** zeigt sich, dass digitale Nutzung für armutsbetroffene Menschen seltener zu konkreten Verbesserungen in Bereichen wie Bildung, beruflicher Entwicklung, Gesundheitsvorsorge oder politischer Teilhabe führt.

**Besonders ausgeprägt** sind digitale Ungleichheiten dort, wo Armut mit weiteren Risikofaktoren wie höherem Alter, niedriger formaler Bildung oder Geschlecht zusammentrifft. Diese kumulativen Effekte verdeutlichen, dass digitale Spaltung nicht eindimensional, sondern als vielschichtige Struktur sozialer Benachteiligung wirkt.

### Ich finde im Internet eigentlich immer das, was ich suche.

Angabe in Prozent

■ Ja ■ Nein



Antwort auf "Hier auf dieser Liste ist einiges aufgeschrieben, was uns andere über ihr Informationsverhalten gesagt haben. Was davon würden auch Sie sagen?". n gesamt= 492.791, n Armutsbetroffenheit, Alter, Bildung, Geschlecht = 89.760. Chi-Quadrat-Test: "Armutsbetroffenheit"  $\chi^2$  (df = 1) = 8252,75,  $p < .001$ , Cramér's V = 0,129; "Alter"  $\chi^2$  (1) = 21448,09,  $p < .001$ , Cramér's V = 0,489; "Bildung"  $\chi^2$  (1) = 3570,46,  $p < .001$ , Cramér's V = 0,199; "Geschlecht"  $\chi^2$  (1) = 33343,84,  $p < .001$ , Cramér's V = 0,193. Signifikanzniveaus:  $p < .05$ ,  $p < .01$ \*\*,  $p < .001$ \*\*\*.

Grafik: Eigene Darstellung • Quelle: AWA 2025 • Erstellt mit Datawrapper

Diese Ergebnisse unterstreichen die Notwendigkeit, Strategien zur Förderung digitaler Teilhabe eng mit armutsbezogenen, bildungs- und sozialpolitischen Maßnahmen zu verknüpfen. **Digitale Ungleichheit stellt eine zentrale Herausforderung dar, die gezielt adressiert werden muss, um eine inklusivere, chancengerechtere digitale Gesellschaft in Nordrhein-Westfalen zu entwickeln.**

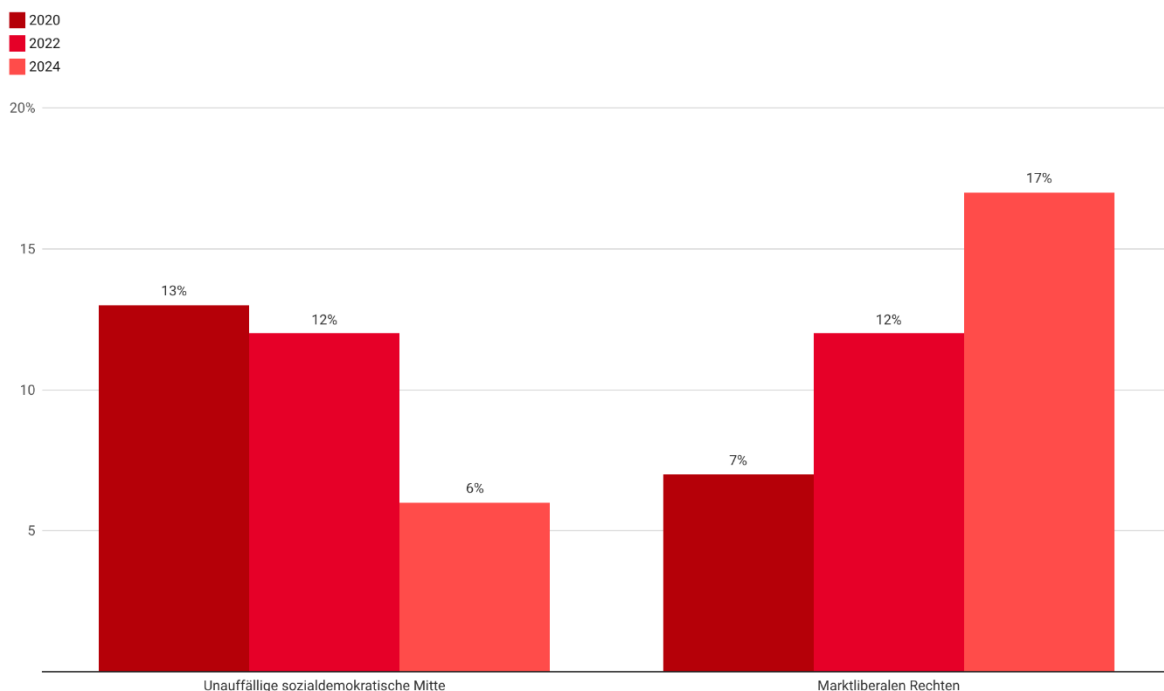
### 3.3 POLARISIERUNG IN NRW ALS HERAUSFORDERUNG

Ausgangspunkt des Projekts ist die häufig geäußerte **Diagnose einer zunehmend polarisierten Gesellschaft**. Diese wird mit Blick auf Nordrhein-Westfalen differenziert geprüft. Im Zentrum steht die Frage, wie sich **ideologische Polarisierung in gesellschaftlichen Milieus in NRW entwickelt** und **welche Rolle Mediennutzung** dabei spielt. Während affektive Polarisierung (Abneigung gegenüber der „anderen Seite“) empirisch vergleichsweise gut belegt ist, fallen Befunde zur ideologischen Polarisierung (wachsende inhaltliche Distanzen) weniger eindeutig aus. Zudem fehlen häufig Längsschnittdaten, um entsprechende Entwicklungen belastbar nachzuzeichnen.

Als analytischen Zugriff verbindet das Projekt **Polarisierungs- mit Milieuforschung**: Milieus werden nicht allein über politische Richtungen, sondern auch über sozioökonomische und soziokulturelle Einstellungen beschrieben. Empirische Grundlage ist eine seit 2016 durchgeführte Trenderhebung, die hier für die Jahre 2020, 2022 und 2024 ausgewertet wird. Für NRW liegen Daten von 1.791 Befragten vor; unterschieden werden 12 Milieus (Politiknähe × richtungspolitische Verortung).

Ein **zentrales Ergebnis** betrifft die **Verschiebung der Milieuanteile**: Die sogenannten „integrierten Milieus“, die die liberale Demokratie stützen, gehen deutlich zurück – von rund 72 % (2020) auf 57 % (2024). Gleichzeitig nehmen die „abgeschotteten Milieus“, die der liberalen Demokratie kritisch gegenüberstehen oder sie ablehnen, stark zu – von 12 % auf 26 %.

**Entwicklung der Anteile der Milieus "Unauffällige sozialdemokratische Mitte" und "Markoliberal Rechte" zwischen 2020 bis 2024**



Grafik: Eigene Darstellung • Quelle: Düsseldorfer Milieu Projekt • Erstellt mit Datawrapper

Diese Entwicklung spiegelt sich auch in den **Ergebnissen der Kommunalwahl** des vergangenen Jahres wider. Die Gruppe der „abgekoppelten Milieus“ bleibt demgegenüber relativ stabil und umfasst weiterhin knapp ein Fünftel.

Inhaltlich zeigt sich am Beispiel des Themas **Migration**, dass die **Einstellungen im Gesamtbild eher stabil bleiben**, sich jedoch **milieuspezifisch unterschiedlich entwickeln**. Für die Medienperspektive lautet die Kernaussage: **Soziale Medien „an sich“ erklären Polarisierung nicht**, weil Nutzungseffekte stark von Auswahlmöglichkeiten, Präferenzen und Kontext abhängen – ihre **Selektionslogik kann jedoch extremere Positionen begünstigen**. Öffentlich-rechtliche Nachrichten werden vor allem (wenn auch nicht ausschließlich) in integrierten Milieus genutzt.

**Insgesamt macht das Projekt deutlich:** In NRW ist weniger ein **pauschaler „Polarisierungsschub“** über alle Bevölkerungsgruppen hinweg zu beobachten als vielmehr eine strukturelle Verschiebung hin zu größer werdenden, zugleich differenziert beschreibbaren demokratiekritischen Milieus – mit wichtigen Implikationen für politische Kommunikation und Medienstrategien.

Inwieweit die Milieuforschung auch bei der Analyse des Kontaktes mit und der Auswirkung von Desinformation eingesetzt werden kann, wollen wir demnächst erkunden. Hierzu hat Olaf Jandura gemeinsam mit Dr. Carina Weinmann (HHU) und Prof. Dr. Florian Meißner (HS Darmstadt) einen **DFG-Antrag** zum Thema **„Fake News, Real Consequences: Eine Mixed-Method-Studie zum Einfluss von Desinformation auf das Vertrauen in die Demokratie und ihre Institutionen (MEDiV)“** eingereicht.

### **3.4 WIE VIELFÄLTIG BERICHTEN PRIVATE RUNDFUNK- UND FERNSEHBETREIBER IN DER SCHWEIZ?**

Im Jahr 2025 wurde ein **Gutachten für das Bundesamt für Kommunikation (BAKOM)** erstellt, das die **Eignung von Vielfaltsmaßen zur Quantifizierung der inhaltlichen Vielfalt in konzessionierten privaten Radio- und Fernsehveranstaltern** in der Schweiz bewertet. Verfasst wurde die Expertise von **Prof. Dr. Thomas Zerback** (Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf) und **Prof. Dr. Olaf Jandura** (Hochschule Düsseldorf/Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf).

Ziel des Gutachtens ist es, Vielfaltsmaße daraufhin zu prüfen, ob und wie sie die vom BAKOM regelmäßig erhobenen **inhaltlichen Merkmale** der Angebote sinnvoll abbilden können. Im Mittelpunkt stehen dabei Merkmale wie **Themen, Akteure, journalistische Formate, geografische Schwerpunkte der Berichterstattung** sowie **Meinungsvielfalt**. Das Gutachten verfolgte vier Kernziele: (1) die **Relevanz inhaltlicher Vielfalt** vor dem Hintergrund des gesetzgeberischen Willens zu bewerten, (2) **zentrale Maße inhaltlicher Vielfalt** darzustellen und ihre Vor- und Nachteile einzuordnen, (3) **allgemeine Kriterien** für Auswahl und Ausgestaltung geeigneter Vielfaltsmaße zu beschreiben sowie (4) **begründete**

**Empfehlungen** zu formulieren, mit welchen Maßen sich Entwicklungen über die Zeit und Unterschiede zwischen Veranstaltern beurteilen lassen.

Das Gutachten verortet **inhaltliche Vielfalt als grundlegende Voraussetzung demokratischer Öffentlichkeit** und diskutiert ihre Funktionen im Lichte unterschiedlicher Demokratieverständnisse. Für die **Schweizer Rahmenbedingungen** wird festgehalten, dass Vielfalt nicht nur als allgemeines demokratisches Prinzip, sondern auch im Kontext konzessionierter Angebote relevant ist – insbesondere mit Blick darauf, welchen Beitrag einzelne Anbieter zur **externen Vielfalt** in ihrem Verbreitungsgebiet leisten können. Konzeptionell arbeitet das Gutachten mit einem **mehrdimensionalen Verständnis von Vielfalt** und unterscheidet die Dimensionen **Variation** (Anzahl unterschiedlicher Elemente), **Ausgewogenheit** (Gleichverteilung) und **Verschiedenartigkeit** (inhaltliche Distanz von Kategorien). Zudem betont es die Bedeutung normativer Zielgrößen, etwa das **Spiegelungsprinzip („reflective diversity“)**, das Prinzip der **Gleichverteilung („open diversity“)** sowie die **abgestufte Chancengleichheit**.

Auf dieser Grundlage formuliert das Gutachten **allgemeine und konkrete Empfehlungen zur Verwendung von Vielfaltsmaßen**. Es betont unter anderem die Relevanz von Maßen, die mehr als eine Vielfaltsdimension abbilden, die Bedeutung konsistenter Kategorien über die Zeit sowie die Notwendigkeit, Ergebnisse nicht als absolute Werte, sondern im Vergleich zu interpretieren. **Insgesamt liefert das Gutachten einen Bewertungs- und Entscheidungsrahmen, um Vielfaltsmessungen interpretierbar zu machen.**



## 4 PUBLIKATIONEN UND VORTRÄGE

Aus den Forschungsprojekten und Forschungsinteressen entstanden im letzten Jahr auch einige Publikationen und Vorträge, die im Folgenden mit kurzen Abstracts präsentiert werden. Die Zusammenfassungen bieten einen Überblick über die wesentlichen Inhalte und soll einen kurzen Einblick in die behandelten Themen und die erzielten Ergebnisse zu geben.

### 4.1 PUBLIKATIONEN

Behrendt, M., Wagner, S. S., Warne, M., **Peters, J. L.**, Ziegele, M., & Harmeling, S. (2025). *Supporting online discussions: Integrating AI into the adhocracy+ participation platform to enhance deliberation*. In S. L. Blodgett, A. C. Curry, S. Dev, S. Li, M. Madaio, J. Wang, S. T. Wu, Z. Xiao, & D. Yang (Hrsg.), *Proceedings of the Fourth Workshop on Bridging Human-Computer Interaction and Natural Language Processing (HCI+NLP)* (pp. 7–16). Association for Computational Linguistics. <https://doi.org/10.18653/v1/2025.hcinlp-1.2>

Online-Diskussionen auf digitalen Teilnehmungsplattformen spielen eine zentrale Rolle für politische Partizipation, sind jedoch häufig durch geringe Reziprozität, Informationsüberlastung und qualitative Defizite gekennzeichnet. Vor diesem Hintergrund untersucht der Beitrag das Potenzial KI-gestützter Funktionen zur Unterstützung deliberativer Prozesse. Im Mittelpunkt stehen zwei Erweiterungen der Open-Source-Plattform *adhocracy+*: ein Comment-Recommendation-Modul, das Teilnehmende gezielt mit widersprechenden Beiträgen konfrontiert, sowie ein Deliberative-Quality-Modul, das besonders deliberative Kommentare algorithmisch hervorhebt. In einem feldexperimentellen Paneldesign mit 1.356 Teilnehmenden diskutierten die Befragten über zwei politische Streitfragen unter unterschiedlichen Experimentalbedingungen. Die Ergebnisse zeigen, dass das Comment-Recommendation-Modul die Beteiligung erhöht und die wahrgenommene Diversität sowie Reziprozität der Diskussion verbessert, ohne das Autonomieempfinden der Teilnehmenden zu beeinträchtigen. Für das Deliberative-Quality-Modul lassen sich hingegen keine signifikanten Effekte auf die wahrgenommene Diskussionsqualität, Rationalität oder Zivilität feststellen. Der Beitrag verdeutlicht damit, dass KI-gestützte Interventionen insbesondere dann wirksam sind, wenn sie aktive Auseinandersetzung mit Gegenpositionen fördern, und diskutiert Implikationen für die Gestaltung deliberativer Online-Plattformen.

**de Haas, H.** (2025). "God is more pro-woman than anyone in this world". *Publizistik*, 70(1-2), 157–180. <https://doi.org/10.1007/s11616-025-00888-5>

Der Beitrag untersucht Öffentlichkeiten, die sich als Gegenöffentlichkeiten inszenieren, tatsächlich jedoch bestehende patriarchale Hierarchien stabilisieren. Anhand der Fallstudie des evangelikal-fundamentalistischen Influencer-Duos Girl Defined Ministries wird gezeigt, wie digitaler religiöser Antifeminismus als defensive Öffentlichkeit funktioniert. Auf Basis der qualitativen Inhaltsanalyse von 56 Blogartikeln und unter Anwendung des SIDE-Modells

(Social Identity of Deindividuation Effects) wird analysiert, wie Feminismus als gottfeindliche out-group konstruiert und „Biblical womanhood“ als einzige legitime in-group-Norm dargestellt wird. Der Artikel ergänzt die bestehende Literatur über antifeministische und religiöse Influencer:innen als eine Entwicklung der Mediatisierung.

**Jandura, O.** (2025). Sehen und Gesehen werden. In: ORF (Hrsg.) *Public Value Studie 2025 Medien für Alle*. ORF. [https://zukunft.orf.at/show\\_content.php?sid=147&pvi\\_id=2536&pvi\\_medientyp=t&oti\\_tag=Studie](https://zukunft.orf.at/show_content.php?sid=147&pvi_id=2536&pvi_medientyp=t&oti_tag=Studie)



Der Beitrag untersucht, wie unterschiedliche Sozialräume in Deutschland medial repräsentiert werden und wie Menschen in diesen Räumen politische Informationen nutzen. Grundlage ist eine differenzierte Raumtypologie mit fünf Regionen, die soziale, ökonomische und infrastrukturelle Unterschiede sichtbar macht. Eine Inhaltsanalyse der Tagesthemen mittendrin zeigt: Am häufigsten wird aus der soliden Mitte und dynamischen Städten berichtet, während strukturschwache Räume thematisch weniger vielfältig vorkommen. Die Berichterstattung folgt zugleich regional passenden Themenschwerpunkten. Eine repräsentative Befragung verdeutlicht deutliche Unterschiede in der Mediennutzung: Urbane, prosperierende Räume verfügen über breite und vielfältige Informationsrepertoires, strukturschwache Regionen dagegen über deutlich eingeschränkte. Diese Unterschiede spiegeln sich im medialen Repräsentationsgefühl wider, das in schwächeren Regionen am geringsten ausfällt. Insgesamt macht der Beitrag auf eine potenzielle doppelte mediale Marginalisierung aufmerksam – durch geringere Berichterstattungsvielfalt und geringere Nutzung hochwertiger Informationsangebote. Er empfiehlt eine raumsensible Medienforschung sowie eine stärker regional ausbalancierte Berichterstattung des ÖRR zur Stärkung gesamtgesellschaftlicher Öffentlichkeit. Der Bericht bildete zudem den thematischen Ausgangspunkt einer [Fernsehsendung des ORF](#), in der Olaf Jandura am 30.10.2025 als Gesprächsgast eingeladen war.

**Jandura, O. & de Haas, H.** (2025). Zwischen Tür und Tab – Die Bedeutung des Befragungsmodus für die Ergebnisse von Wahlumfragen zur Bundestagswahl 2021. *Zeitschrift für Parteienwissenschaften*(1), 142–160. <https://doi.org/10.24338/mip-2025142-160>

Meinungsumfragen sind für Journalisten und Wähler zentrale Orientierungspunkte und gewinnen vor Wahlen stark an Bedeutung. Daher müssen Befragungsinstitute verlässliche Prognosen liefern. Große Abweichungen zwischen Prognosen und Wahlergebnis gefährden nicht nur das Vertrauen in Wahlumfragen, sondern auch in die Umfrageforschung insgesamt. Zur Erklärung solcher Diskrepanzen sind mehrere methodische Kriterien relevant, etwa Befragungszeitpunkt, Stichprobe, Datenaufbereitung und besonders der

Erhebungsmodus. Forschung zeigt deutliche Unterschiede zwischen persönlich-mündlichen und Onlinebefragungen, weshalb der Modus für die Wahlforschung bedeutsam ist. Die Studie vergleicht daher Ergebnisse von zwei face-to-face und zwei Onlinebefragungen in der heißen Phase der Bundestagswahl 2021. Das feldexperimentelle Design zeigt: Onlineumfragen mit Quotenstichproben überschätzen die Wahlbeteiligung sowie die Anteile von Grünen, Linken und AfD und unterschätzen CDU und SPD. Da der Erhebungsmodus sowohl Wahlberichterstattung als auch Wahlverhalten beeinflussen kann, sollten seine Effekte in weiteren Studien systematisch untersucht werden.

**Jandura, O. & Khabyuk, O. (2025).** Determiniert das Erlösmodell die publizistische Qualität von Medienangeboten? In M. B. von Rimscha, G. Ehrlich & R. Riemann (Hrsg.), *Alles rational? Der menschliche Faktor in Medienorganisationen: Proceedings zur Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie der DGPK 2024 in Mainz*. SSOAR - GESIS Leibniz Institute for the Social Sciences. <https://doi.org/10.21241/ssolar.102666>

Der Beitrag untersucht, ob unterschiedliche Erlösmodelle die publizistische Qualität journalistischer Angebote beeinflussen. Grundlage ist eine Sekundäranalyse deutscher Daten des D-A-CH-Projekts „Media Performance and Democracy“. Unterschieden werden fünf Finanzierungsmodelle, während Medienqualität normativ über Vielfalt, Relevanz und Einordnungsleistung bestimmt wird. Die Ergebnisse zeigen: Das Erlösmodell allein erklärt Qualitätsunterschiede kaum. Wichtiger sind Eigentümerstruktur und Ausspielweg. Börsennotierte Medienunternehmen erzielen tendenziell geringere Qualitätswerte, während zivilgesellschaftlich organisierte Angebote wie die taz besser abschneiden. Social-Media-Kanäle klassischer Medien weisen deutlich niedrigere Werte auf als deren Stammangebote. Die Studie betont, dass Qualitätsdebatten stärker auf strukturelle Bedingungen statt nur auf Finanzierungsfragen fokussieren sollten und bietet einen datenbasierten Impuls für Forschung und Medienpolitik.

**Khabyuk, O. (2025).** 49 Kommunikationsmodelle für das 21. Jahrhundert: Verstehen – Anwenden – Hinterfragen (2., erweiterte und aktualisierte Aufl.). Verlag W. Kohlhammer.

In der digitalisierten und globalen Ökonomie des 21. Jahrhunderts bildet Kommunikation eine Schlüsselkompetenz. Dieses interdisziplinäre Lehrbuch verbindet die vielen Spielarten der Kommunikationspraxis mit den für das Verständnis gelingender Kommunikation und ihrer Gestaltung notwendigen Modellen, wodurch die Grundlagen, Rahmenbedingungen, möglichen Probleme und die Implikationen der kommunikativen Praxis verständlich werden. In der Neuauflage werden statt 22 nun 49 Modelle behandelt. Im Bereich der Individualkommunikation werden klassische und digitale Kommunikationsformen in hybriden Arbeitsverhältnissen sowie Leadership ergänzt, im Bereich Mediennutzung kommen die Modelle von Bourdieu und Mori (Uncanny Valley), bei der Massenkommunikation die Ansätze von Sunstein und Luhmann sowie im Kapitel zur Unternehmenskommunikation die Erkenntnisse der Interkulturellen Kommunikation (Hofstede) sowie des Change Leaderships (Kotter) hinzu.

**Khabyuk, O.** (in Druck). Crisis phenomena as catalysts of creative destruction: From Schumpeter's entrepreneurs to AI-powered holistic business models. In *Інновації, підприємництво та економіка сучасних трансформацій у дзеркалі теорії Шумпетера: Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (1–2 жовтня 2025 р.)*. Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича.

Der Beitrag knüpft an Schumpeters Verständnis des Kapitalismus als dynamisches System an, in dem Innovationen durch „schöpferische Zerstörung“ wirtschaftliche und soziale Strukturen grundlegend verändern und Krisen diesen Prozess beschleunigen. Aktuelle Krisen wie Krieg, Pandemien oder Energieschocks fördern insbesondere AI-gestützte disruptive Start-ups als funktionales Pendant des Schumpeter'schen Unternehmers, was am Beispiel der Ukraine deutlich wird. Vor diesem Hintergrund kritisiert der Beitrag bestehende Business-Model-Ontologien und entwickelt ein Holistic Business Model, das Innovation, Wettbewerbsstrategie und soziale Nachhaltigkeit integriert, um die gesellschaftlichen Folgen beschleunigter Transformation adäquat zu erfassen.

Mack, M., **Jandura, O.** & Maurer, M. (2025). The Effects of Constructive Journalism: Towards a Theoretical Framework. *Journalism*. Vorab-Onlinepublikation.

<https://doi.org/10.1177/14648849251395798>

Der Artikel reflektiert im Kontext der internationalen Debatte über die Zukunft des Journalismus und präsentiert erstmals ein umfassendes theoretisches Modell zu den Effekten konstruktiver Berichterstattung. Während klassische Nachrichten oft Konflikte und Probleme betonen, untersucht der Beitrag, wie lösungsorientierter Journalismus – also Berichterstattung, die auch Handlungsoptionen und Perspektiven bietet – emotional, kognitiv und handlungsbezogen wirkt. Auf Basis einer systematischen Analyse des Forschungsstandes entwickelt das Autorenteam ein mehrstufiges Wirkungsmodell, das affektive, kognitive und konative Effekte unterscheidet und in etablierte Medieneffekt-Theorien integriert. Damit schafft die Studie eine theoretische Grundlage für künftige empirische Forschung zur Wirksamkeit konstruktiver Ansätze, insbesondere in der Wissenschaftskommunikation.

Magin, M., Kösters, R., **Jandura, O.**, Weiß, R., Stark, B., Udris, L., Klein, M. & Riedl, A. A. (2025). Viewpoint Diversity, Balance, Deliberativeness: Assessing the Media Performance of Migration Coverage Multi-Dimensionally Based on Deliberative Democratic Theories. *Mass Communication and Society*, 1–25.

<https://doi.org/10.1080/15205436.2025.2461082>

Das Thema Migration war sowohl von Seiten der Parteien als auch in der Berichterstattung in der Bevölkerungsmeinung eines der zentralen Themen des letzten Wahlkampfs in Deutschland. Trotz dieser Relevanz und der vielen Studien, die die Migrationsberichterstattung beschreiben, gibt es kaum Forschung zur Qualität dieser. Gelingt es den Medien

qualitativ hochwertige, ausgewogene und differenzierte Informationen der Bevölkerung zur Meinungsbildung bereitzustellen? Mit dieser Frage beschäftigt sich die neue Veröffentlichung an der Olaf Jandura als Coautor beteiligt ist. Die Studie schlägt einen innovativen, anspruchsvollen Rahmen für standardisierte Inhaltsanalysen vor. Sie verbindet den Stand der interdisziplinären Migrationsforschung mit Medienqualitätskriterien wie Ausgewogenheit, Pluralität und Deliberativität und wendet diesen auf die Migrationsberichterstattung in Deutschland an. Die Studie zeigt, die Relevanz des politischen Journalismus für die Gesellschaft und differenziert die Medienleistungen nach Medientyp und politischer Ausrichtung der untersuchten 11 Angebote aus. Im Open Access erschienen Beitrag können die vielen differenzierten Befunde nachvollzogen werden.

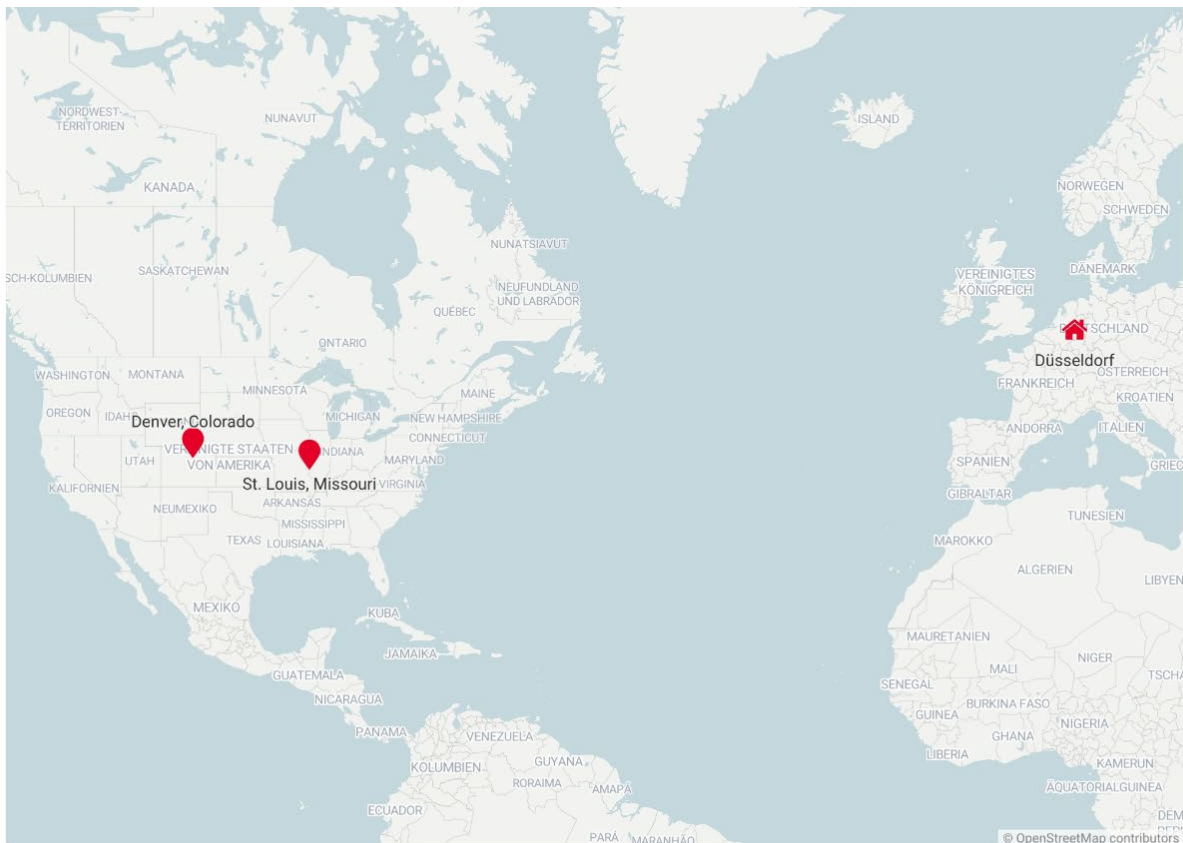
Marcinkowski, F., **de Haas, H.** & Kohler, S. Flight or fight? - How the coronavirus pandemic has affected scientists' willingness to engage with the public. *Nature: Humanities and Social Sciences Communications* 12, 814 (2025). <https://doi.org/10.1057/s41599-025-05023-3>

Während der Corona-Pandemie waren Wissenschaftler:innen so sichtbar wie selten zuvor und agierten als Politikberater:innen, Aufklärer:innen und öffentliche Kommunikator:innen, wobei sie neben Anerkennung auch Skepsis, Widerstand und persönliche Anfeindungen erfahren. Der Artikel untersucht auf Grundlage des Parallel Response Model (Leventhal, 1970), wie diese Erfahrungen die Bereitschaft zur öffentlichen Kommunikation beeinflusst haben. Eine Befragung von N = 4.207 Forschenden an deutschen Universitäten und Forschungseinrichtungen zeigt, dass erlebte Feindseligkeit ein Gefühl von Unsicherheit hervorruft, das einen Rückzug aus der Öffentlichkeit begünstigen kann. Ob Wissenschaftler:innen weiterhin öffentlich kommunizieren, hängt maßgeblich vom Zusammenspiel der wahrgenommenen Bedrohungsschwere und der Einschätzung ab, ob Rückzug als angemessene Bewältigungsstrategie erscheint.





# COMMUNICATION RESEARCH @ HSD ON TOUR



## 4.2 VORTRÄGE

**Jandura, O.** (2025, 20. Februar). *Ist die Verrohung der Sprache eine Gefahr für die demokratische Streitkultur?* Jahrestagung der DGPUK-Fachgruppe Kommunikations- und Medienethik zum Thema „Medien und Sprache aus ethischer Perspektive“, Tutzing.



Am 20. und 21.02. fand die Tagung der DGPUK-Fachgruppe Medienethik zum Thema „Zwischen Hassrede, Framing und generativer Künstlicher Intelligenz. Medien und Sprache aus ethischer Perspektive“ in der Akademie für politische Bildung in Tutzing am Starnberger See statt. In zahlreichen Vorträgen näherte man sich multiperspektivisch und multidisziplinär Fragen zum Niedergang der Demokratischen Debattenkultur, zur Verrohung

des Diskurses auf Social Media, der Bedeutung von Social Bots und verschiedenen Möglichkeiten generative KI so zu gestalten, dass eine hohe Diversität an Stimmen und zivile Umgangsformen erreicht werden können. Prof. Dr. Olaf Jandura analysierte im ersten Tagungsvortrag mit einer aus öffentlichkeitstheoretischen und demokratietheoretisch fundierten Analyse, wann die Verrohung der Sprache eine Gefahr für die Streitkultur und das gemeinsame Zusammenleben ist.

**Jandura, O.** (2025, 12. März). *Is the societal division increasing? The milieu approach as an impulse for polarization research.* CAIS.nrw. CAISSpecial, Bochum.

Beim CAISSpecial diskutierte Prof. Dr. Olaf Jandura gemeinsam mit CAIS.nrw-Direktorin Christiane Eilders über die Frage, wie die Polarisierungsforschung und die Milieuforschung miteinander verbunden werden können. Olaf Jandura stellte Ergebnisse einer Bevölkerungsbefragung aus dem Dezember 2024 vor und zeigte mittels Trendstudien seit 2016 auf, wie sich die gesellschaftliche Spaltung in politischen Einstellungen und bei Themen wie Klimawandel oder Migration vergrößert. Zudem wurde der Einfluss sozialer Medien auf die Meinungsbildungsprozesse diskutiert. Fazit des Abends war, dass die Verknüpfung von Milieuforschung und Polarisationsforschung wertvolle Impulse für das Verständnis gesellschaftlicher Spaltungen – und vielleicht auch für Wege, diese zu überwinden – liefert.

Weinmann, C, Ziegele, M., Warné, M., **Peters, J. L.**, Sauer, F., Wagner, S., Behrendt, M., Billen, M., Wilms, L., Harmeling, S., & Marschall, S. (2025, 20. März). „*Haben Sie diesen Beitrag schon gesehen?*“ *Wie Künstliche Intelligenz die wahrgenommene Egalität von Online-Diskussionen steigern kann: Ein Feldexperiment.* Vortrag auf der 70. Jahrestagung der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Berlin.



Online-Diskussionen bieten zwar vielfältige Beteiligungsmöglichkeiten, sind jedoch häufig durch die Dominanz einzelner Perspektiven und eine ungleiche Sichtbarkeit von Beiträgen geprägt. Der Vortrag untersucht, ob KI-gestützte Beitragsempfehlungen dazu beitragen können, die wahrgenommene Egalität von Themen, Ideen und Argumenten in Online-Diskussionen zu erhöhen und darüber hinaus interne Deliberation zu fördern. In einem feldexperimentellen Paneldesign mit 1.356 Teilnehmenden diskutierten die Befragten über

zwei politische Streitfragen auf der Plattform *adhocracy+*. In der Experimentalbedingung wurden Teilnehmende mithilfe eines KI-basierten Comment-Recommendation-Moduls gezielt mit widersprechenden Beiträgen konfrontiert und zur Antwort aufgefordert; eine randomisierte Empfehlungsbedingung sowie eine Kontrollgruppe dienten dem Vergleich.

Die Ergebnisse zeigen, dass KI-gestützte Beitragsempfehlungen die wahrgenommene Egalität der Diskussion signifikant erhöhen und dass diese erhöhte Egalitätswahrnehmung wiederum mit einer stärkeren internen Deliberation einhergeht. Es gibt einen indirekten Effekt von KI-gestützte Beitragsempfehlungen auf die interne Deliberation, vermittelt über die wahrgenommene Egalität. Für randomisierte Empfehlungen zeigen sich diese Effekte nicht. Das zeigt, dass nicht das Design an sich für die Effekte verantwortlich ist, sondern der Kontakt mit der eigenen Meinung widersprechenden Beiträgen.

**Jandura, O.** (2025, 20. März). *Konkurrierende Vielfaltsverständnisse*. Jahrestagung der DGPK zum Thema „Öffentlichkeit(en) und ihre Werte“, Berlin.

Auf der Tagung wurde die Frage aufgeworfen, welche Werte für Öffentlichkeit und Medien relevant sind und wie sich diese Werte theoretisch begründen lassen. Der Vortrag ging einen Schritt weiter und zeigte am Beispiel des Maßes für Informationsentropie Shannon's H wie eine Verdichtung von Daten zu einem etablierten Index den Blick auf normativ abgeleitete Werte verschleiert. Kerngedanke der Argumentation war, dass Shannon's H eine Gleichverteilung untersuchter Kategorien prämiert, diese angenommene Gleichverteilung jedoch nur mit einem (Prinzip der formalen Chancengleichheit) von vier aus Öffentlichkeitstheorien abgeleiteten Vielfaltsverständnissen korrespondiert. Empirisch konnte gezeigt werden, dass eine dem verfassungsrechtlichen Maßstab der abgestuften Chancengleichheit entsprechende Berichterstattung schlechter bewertet wird als eine von dem Prinzip abweichende Berichterstattung. Aus diesem Grund sollten besser Maße der reflective diversity herangezogen werden.

**Peters, J. L., Haas, H. de & Jandura, O.** (2025, 13. Mai). *From Polls to Patterns: How AI-Generated Data May Outpace Traditional Surveys*. Vortrag auf der 78. Jahrestagung der World Association for Public Opinion Research The Evolving Landscape of Election Polls: Challenges, Biases, and Innovations in a Polarized World, St. Louis, Missouri, USA.



KI-synthetische Umfragedaten bieten erhebliche Kosten- und Geschwindigkeitsvorteile, sind beliebig skalierbar und ermöglichen große, flexible Studiendesigns. Sie können demografische Lücken schließen, schwer erreichbare Gruppen besser abbilden und seltene „Edge Cases“ für Analysen simulieren; zudem entstehen Datenschutzvorteile, weil keine personen-bezogenen Daten benötigt

werden, und LLMs können sogar bei Item- bzw. Skalenentwicklung unterstützen. Zugleich zeigen sich Grenzen: Modelle erzeugen eher „logische Muster“ und glätten Ambivalenzen – reale Widersprüche oder Ausfälle (z. B. Non-Response) fehlen. Die Validität schwankt aufgrund von Prompt-Sensitivität, Modell- und Versionsunterschieden sowie zeitlicher Nicht-Reproduzierbarkeit. Hinzu kommen Verzerrungen aus Trainingsdaten (WEIRD-Überhang, Stereotype) und eine Abhängigkeit von proprietären Anbietern mit begrenzter Transparenz. Korrelationen zwischen politischen Einstellungen und Verhaltensweisen werden teils vereinfacht, Nuancen und regionale Besonderheiten nur teilweise getroffen. Insgesamt sind synthetische Daten ein starker Zusatz für Skalierung, Tests und Instrumentenbau, ersetzen reale Erhebungen jedoch nicht – insbesondere dort, wo soziale Komplexität, ethische Fragen und Nachhaltigkeit (Energieaufwand) zentral sind.

**Jandura, O.** (2025, 22. Mai). *Konstitution von Öffentlichkeit im Vergleich*. Jahrestagung der SGK M zum Thema "Technik, Medien und Kommunikation(-swissenschaft) im Spannungsfeld - Entwicklungen, Herausforderungen und Chancen", Chur, Schweiz



Der Vortrag untersucht das Verständnis technologischen Wandels im Verhältnis zur Kommunikations- und Medienwissenschaft anhand des Vergleichs zwischen television age und Netzwerkgesellschaft. Er zeigt, wie Technik, soziale Strukturen, Inhalte, Zeit und Raum jeweils Öffentlichkeit konstituieren. Im television age dominieren analoge Rundfunktechnik, Massenkommunikation, nationale Öffentlichkeit und synchrone Rezeption als gemeinschafts-stiftendes Moment. In der Netzwerkgesellschaft hingegen entstehen vielfältige, fragmentierte Öffentlichkeiten durch interpersonale Kommunikation, Entkopplung von Zeit und Raum und ökonomische wie soziale Diversifizierung.

Globale Plattformakteure verändern Machtstrukturen und Finanzierungslogiken. Insgesamt wird Öffentlichkeit pluraler, aber auch instabiler – mit Risiken eines demokratiegefährdenden break up models.



Weinmann, C, Ziegele, M., Warné, M., **Peters, J. L.**, Sauer, F., Wagner, S., Behrendt, M., Billen, M., Wilms, L., Harmeling, S., & Marschall, S. (2025, 14. Juni). *“Have You Seen This Post?” – How Artificial Intelligence Can Enhance the Perceived Equality in Online Discussions: A Field Experiment*. Vortrag auf der 75. Jahreskonferenz der International Communication Association, Denver, Colorado, USA.

Online-Diskussionen bieten zwar vielfältige Beteiligungsmöglichkeiten, sind jedoch häufig durch die Dominanz einzelner Perspektiven und eine ungleiche Sichtbarkeit von Beiträgen geprägt. Der Vortrag untersucht, ob KI-gestützte Beitragsempfehlungen dazu beitragen können, die wahrgenommene Egalität von Themen, Ideen und Argumenten in Online-Diskussionen zu erhöhen und darüber hinaus interne Deliberation zu fördern. In einem feldexperimentellen Paneldesign mit 1.356 Teilnehmenden diskutierten die Befragten über zwei politische Streitfragen auf der Plattform *adhocracy+*. In der Experimentalbedingung wurden Teilnehmende mithilfe eines KI-basierten Comment-Recommendation-Moduls gezielt mit widersprechenden Beiträgen konfrontiert und zur Antwort aufgefordert; eine randomisierte Empfehlungsbedingung sowie eine Kontrollgruppe dienten dem Vergleich.

Die Ergebnisse zeigen, dass KI-gestützte Beitragsempfehlungen die wahrgenommene Egalität der Diskussion signifikant erhöhen und dass diese erhöhte Egalitätswahrnehmung wiederum mit einer stärkeren internen Deliberation einhergeht. Es gibt einen indirekten Effekt von KI-gestützten Beitragsempfehlungen auf die interne Deliberation, vermittelt über die wahrgenommene Egalität. Für randomisierte Empfehlungen zeigen sich diese Effekte nicht. Das zeigt, dass nicht das Design an sich für die Effekte verantwortlich ist, sondern der Kontakt mit der eigenen Meinung widersprechenden Beiträgen.

**Peters, J. L.**, & Ziegele, M. (2025, 14. Juni). *Through Aggregation to Deliberation? An Experimental Study on the Effects of Discussion Summaries on Users’ Willingness to Comment and the Deliberative Quality of Their Contributions*. Vortrag auf der 75. Jahreskonferenz der International Communication Association, Denver, Colorado, USA.

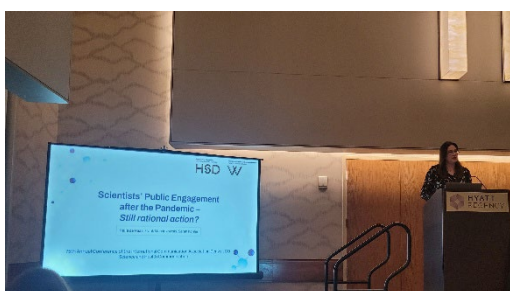


Online-Diskussionen in Kommentarbereichen leiden häufig unter geringer Beteiligung, unübersichtlichen Debattenverläufen und niedriger deliberativer Qualität. Der Vortrag untersucht, ob Aggregation in Form kurzer Diskussionszusammenfassungen diese Probleme mindern kann, indem sie Informationsüberlastung reduziert und Wissen (objektiv/subjektiv) erhöht. In einem Online-Experiment ( $n = 643$ ) wurden Teilnehmende randomisiert entweder einer Diskussion mit oder ohne Zusammenfassung zugewiesen; innerhalb der Aggregationsbedingung variierte die Zusammenfassung nach Argumenten, Meinungen oder Fakten. Die Ergebnisse zeigen: Zusammenfassungen senken Informationsüberlastung, und geringere Überlastung geht mit höherer Kommentierbereitschaft sowie besserer Kommentarqualität einher; entsprechend ergeben sich indirekte Effekte der Zusammenfassungen über



Overload auf beide Outcomes. Zusätzlich zeigen sich direkte positive Effekte der Zusammenfassungen auf Bereitschaft und Qualität. Bei den Wissensmechanismen ist objektives Wissen relevant für Qualität, aber nicht für die Bereitschaft zu kommentieren; subjektives Wissen ist dagegen für beide Outcomes bedeutsam und vermittelt den Effekt der Zusammenfassungen auf die Kommentierbereitschaft vollständig. Unterschiede zwischen den Aggregationskriterien sind insgesamt gering, allerdings steigern faktenbasierte Zusammenfassungen das objektive Wissen stärker als meinungs- oder argumentbasierte Formate.

**de Haas, H., & Marcinkowski, F. (2025, 14. Juni).** *Scientists' Public Engagement After the Pandemic: Still rational action?* Vortrag auf der 75. Jahreskonferenz der International Communication Association, Denver, Colorado, USA.



Der Vortrag untersucht, wie Erfahrungen während der Corona-Pandemie die Bereitschaft von Wissenschaftler:innen zur Wissenschafts-kommunikation beeinflussen. Auf Basis der Theory of Rational Action wird analysiert, inwiefern Enttäuschungen durch Öffentlichkeit, Medien und Politik die rationale Abwägung von Nutzen und Kosten öffentlicher Kommunikation verändern. Die Ergebnisse

zeigen, dass insbesondere Enttäuschungen gegenüber Politik und Journalismus einen Rückzug aus der Öffentlichkeit begünstigen, während Anfeindungen aus der breiten Öffentlichkeit weniger abschreckend wirken. Wissenschaftliche Institutionen sind daher gefordert, Schutz-, Präventions- und Unterstützungsmaßnahmen zu stärken. Ob es sich um pandemie-spezifische oder langfristige Effekte handelt, müssen Langzeitstudien klären. Der Vortrag wurde zudem im Format eines wissenschaftlichen Artikels für die Publikation im Journal Health Communication angenommen.

**Weinmann, C. & Jandura, O. (2025, 15. Juni).** *Left, right or where? To what extent is the left-right scale suitable for political self-assessment?* Vortrag auf der 75. Jahreskonferenz der International Communication Association, Denver, Colorado, USA.



Der Vortrag prüft, wie gut die Links-Rechts-Skala zur politischen Selbstverortung taugt. Ausgangspunkt ist, dass politische Konfliktlinien zunehmend mehrdimensional sind und „links/rechts“ je nach Gruppe unterschiedlich verstanden wird. Zentral wird gefragt, wie häufig Menschen sich auf der Skala „korrekt“ einordnen. Dazu werden u. a. Bildung, politische Selbst-wirk-

samkeit, populistische Einstellungen, Ost-Sozialisation und Mediennutzung als Einflussfaktoren betrachtet. Empirisch basiert das auf einer Sekundäranalyse einer Online-Umfrage von

2020 ( $n \approx 2.801$ ). Die Mehrheit verortet sich korrekt, aber ein relevanter Anteil ordnet sich systematisch „falsch“ ein, oft mit Tendenz zur Mitte. Niedrigere Bildung und geringere interne politische Wirksamkeit gehen mit mehr Fehlverortung einher. Auch stärkerer Glaube an eine homogene „Volks“-Vorstellung hängt tendenziell mit inkorrektur Einordnung zusammen. Algorithmisch kuratierte Mediennutzung erhöht die Wahrscheinlichkeit falscher Selbstverortung; öffentlich-rechtliche Nutzung verbessert sie nicht sichtbar. Fazit: Die Skala bleibt nützlich, reicht aber allein nicht aus—Diagnosen wie „Rechtsruck“ sollten mit weiteren Indikatoren abgesichert werden.

Mack, M., **Jandura, O.** & Maurer, M. (2025, 15. Juni). *The Effects of Constructive Journalism: Towards a Theoretical Framework*. Vortrag auf der 75. Jahreskonferenz der International Communication Association, Denver, Colorado, USA.

Der Vortrag ordnet sich in die internationale Diskussion über die Zukunft des Journalismus ein und legt erstmals ein umfassendes theoretisches Modell zu den Wirkungen konstruktiver Berichterstattung vor. Im Unterschied zu klassischen Nachrichten, die häufig Konflikte und Defizite in den Vordergrund stellen, richtet er den Blick darauf, wie lösungsorientierter Journalismus – also Berichte, die zusätzlich Handlungswege und Perspektiven aufzeigen – auf emotionaler, kognitiver und verhaltensbezogener Ebene wirkt. Auf Grundlage einer systematischen Aufarbeitung des Forschungsstands entwickelt das Autorenteam ein mehrstufiges Wirkungsmodell, das affektive, kognitive und konative Effekte differenziert und zugleich an etablierte Medieneffekt-Theorien anbindet. Damit liefert die Studie einen theoretischen Referenzrahmen für zukünftige empirische Untersuchungen zur Wirksamkeit konstruktiver Ansätze.

Riedl, A., Geiss, S., Magin, M., **Jandura, O.** & Stark, B. (2025, 15. Juni). *Left-Leaning, Left-Lensed? Effects of Journalists' Political Orientation on Bias in News Reporting*. Vortrag auf der 75. Jahreskonferenz der International Communication Association, Denver, Colorado, USA.

Im Vortrag wird die verbreitete Annahme untersucht, Journalist:innen seien überwiegend links und produzierten daher systematisch verzerrte Berichterstattung. Bisherige Forschung deutet an, dass diese These zu schlicht ist, doch belastbare direkte Tests sind selten und methodisch oft begrenzt.

Wir entwickeln daher eine Theorie, nach der sich politische Orientierung nur bedingt in Berichterstattung „übersetzt“. Als Korrektive wirken dabei journalistische Autonomie unter Organisationszwängen sowie professionelle Rollenorientierungen als Ausdruck institutioneller Logiken. Empirisch kombinieren wir eine quantitative, manuelle Inhaltsanalyse politischer Nachrichten in Österreich ( $n = 3.539$ ) mit einer anschließenden Befragung von 160 Autor:innen. Diese Journalist:innen verfassten 626 der analysierten Beiträge, wodurch Inhalte und individuelle Merkmale verknüpft werden können. Bias erfassen wir über Subjektivität in der Darstellung, die parteipolitische Zusammensetzung der Berichte sowie die Wert- und

Deutungsrahmen im Content. Die Links-Rechts-Position beeinflusst Subjektivität und die Parteizusammensetzung, wobei Letztere teils in Gegenrichtung ausfällt – als Hinweis auf Überkompensation. Für Wert-Frames zeigen sich lediglich schwache bzw. tentative Effekte, und die Interaktionen mit Autonomie und Rollenorientierungen variieren je nach Bias-Dimension. Insgesamt argumentieren wir: Ideologische Verzerrungen werden durch ein fragiles, sich ständig erneuerndes Gleichgewicht organisatorischer und institutioneller Mechanismen austariert.

**Jandura, O. & Eilders, C.** (2025, 16. Juni). *Ideological polarization between politically and culturally diverse groups in Germany*. Vortrag auf der 75. Jahreskonferenz der International Communication Association, Denver, Colorado, USA.

Der Vortrag untersucht ideologische Polarisierung in Deutschland anhand von Parteipräferenzen sowie Einstellungen zu Migration und Klimawandel. Zwischen 2020 und 2022 zeigt sich eine leichte Rechtsverschiebung und stärkere Differenzierung zwischen Gruppen wie den „Social Authoritarians“ und den „Critically Engaged“. Polarisierung gefährdet demokratische Verständigung, da sie Kompromisse, Koalitionen und gesellschaftlichen Zusammenhalt erschwert. Besonders soziale Medien wirken als Verstärker ideologischer Abgrenzung. Während Deutschland traditionell geringe Polarisierung aufwies, deuten aktuelle Entwicklungen auf wachsende Spannungen hin, die langfristig das Fundament der Demokratie belasten können.

**Khabyuk, O. & Jandura, O.** (2025, 18. September). *Wie Technologien sich auf die Gesellschaft auswirken: Eine erweiterte Geschäftsmodellontologie als Analyseinstrument gesellschaftlicher Nachhaltigkeit in der digitalen Plattformökonomie am Fallbeispiel von STUDIO Duisburg*. Vortrag auf der Tagung der DGPUK-Fachgruppe Medienökonomie zum Thema „Medienökonomie im Postdigitalen: Neue Perspektiven auf Polykrisen, Plattformen und Produktionsroutinen“, Salzgitter.



Der Beitrag zeigt, dass sich technologische Innovationen wie generative KI nur im Kontext bestehender Geschäftsmodelle angemessen bewerten lassen. Aufbauend auf der Geschäftsmodellanalyse wird argumentiert, dass technische, ökonomische und gesellschaftliche Folgen eng miteinander verflochten sind. Am Beispiel des Duisburger Senders STUDIO 47, der das KI-System „NewsHub“ einsetzt, wird untersucht, wie KI redaktionelle Prozesse verändert und welche Folgen dies für Öffentlichkeit und Glaubwürdigkeit hat. Der Beitrag plädiert dafür, klassische **Technikfolgenabschätzung**, um eine Dimension gesellschaftlicher Nachhaltigkeit im Geschäftsmodellrahmen zu erweitern. So wird gezeigt, dass die

klassische **Technikfolgenabschätzung**, um eine Dimension gesellschaftlicher Nachhaltigkeit im Geschäftsmodellrahmen zu erweitern. So wird gezeigt, dass die

Bewertung generativer KI nicht allein technische Risiken, sondern auch gesellschaftliche Werte und publizistische Verantwortung berücksichtigen muss.

**Jandura, O.** & Eilders, C. (2025, 10. Oktober). *Ideological polarization between political-communicative milieus in Germany*. Wissenschaftszentrum Berlin. 1st Annual Interdisciplinary WZB Conference „The Future of Democracy?“, Berlin.

Die Studie untersucht ideologische Polarisierung in Deutschland anhand von Parteipräferenzen, Einstellungen zu Migration und Klimawandel. Sie warnt vor Risiken für Konsens, Kompromissfähigkeit und gesellschaftlichen Zusammenhalt. Unterschieden wird zwischen affektiver und ideologischer Polarisierung, letztere betrifft konkrete Positionsunterschiede entlang der Links-Rechts-Achse. Während Deutschland traditionell wenig polarisiert war, deuten jüngere Entwicklungen – etwa das Wachstum der AfD – auf zunehmende Spaltungen hin. Auf Basis von Umfragedaten 2020–2022 zeigt sich eine leichte Rechtsverschiebung und stärkere Polarisierung einzelner Gruppen. Mediennutzung, insbesondere soziale Medien, verstärken ideologische Muster. Insgesamt bleibt die Polarisierung moderat, verdient aber erhöhte Aufmerksamkeit.

**Jandura, O.** (2025, 18. Oktober). *Lokale Öffentlichkeiten im Wandel. Herausforderungen für die Interaktion von Kommunalverwaltungen, Intermediären und Bürgerschaft*. KIT Science Week, Karlsruhe.



Die lokalen Öffentlichkeiten stehen unter erheblichem Transformationsdruck. Traditionelle Medienangebote wie Lokalzeitungen oder Anzeigenblätter verlieren an Reichweite und Integrationskraft. Gleichzeitig gewinnen digitale Plattformen, soziale Netzwerke und personalisierte Informationsumgebungen an Bedeutung – mit der Folge, dass sich die Öffentlichkeit fragmentiert und gemeinsame Kommunikationsgrundlagen schwinden.

Bürgerinnen und Bürger verfügen heute über sehr unterschiedliche Informations- und Kommunikationsrepertoires, abhängig von Bildung, sozialem Milieu, Alter oder Medienkompetenz. Daraus ergeben sich neue Herausforderungen für die lokale Demokratie. Wie kann unter diesen Bedingungen lokale Kommunikationspolitik neu gedacht werden? Wie kann differenziert, adressatengerecht und demokratieförderlich kommuniziert werden? Zur Beantwortung dieser Fragen gab der Vortrag Einblick in die Ergebnisse eines laufenden Forschungsprojekts.

## 5 KOOPERATIONEN, NETZWERKE UND AUFTRAGGEBER

Unsere Forschungs- und Praxisprojekte profitieren von der Zusammenarbeit mit Kolleginnen und Kollegen verschiedener Universitäten, Hochschulen, Stiftungen und Unternehmen.



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Das **Bundesamt für Kommunikation (BAKOM)** ist eine Bundesbehörde der Schweizerischen Eidgenossenschaft. Es wurde 1992 gegründet. Inhaltlich befasst sich das BAKOM mit Telekommunikation, Rundfunk sowie Postwesen. Im Rundfunk ist es u. a. für die Aufsicht über Radio- und Fernsehveranstalter und die Erteilung von Konzessionen zuständig. Zudem vertritt es die Schweiz in internationalen Gremien und arbeitet auf Basis einschlägiger Bundesgesetze.



In Kooperation mit dem **Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.** wurde im Rahmen eines erfolgreichen studentischen Projekts eine innovative Informationsplattform zu Berufsbildern im Bereich Digital Communications unter den Bedingungen generativer KI konzipiert, prototypisch umgesetzt und evaluiert. Ziel war die Entwicklung eines hypothetischen Medienprodukts, das potenziellen Bewerber:innen einen fundierten, praxisnahen und zugleich attraktiven Überblick über aktuelle und zukünftige Tätigkeitsprofile bietet und perspektivisch selbsttragend angelegt ist. Die präsentierten Lösungen verdeutlichen das hohe Potenzial der Zusammenarbeit zwischen Hochschule und Digitalwirtschaft und unterstreichen den Mehrwert projektbasierter Lehre im Transferkontext. Vor diesem Hintergrund freut es uns sehr, dass die Hochschule Düsseldorf nun Fördermitglied im BVDW geworden ist. Die formelle Mitgliedschaft ist ein logischer und konsequenter Schritt in der bereits gewachsenen Zusammenarbeit und schafft eine nachhaltige Grundlage für weitere gemeinsame Projekte in Lehre, Forschung und Wissenstransfer. Die Vertretung der Hochschule beim BVDW übernimmt Olexiy Khabyuk.





In Kooperation mit dem Center for Advanced Internet Studies kurz **CAIS.nrw**, dem Internet-Institut von NRW in Bochum forschen wir zur ideologischen Polarisierung in Deutschland. Basierend auf seit 2016 regelmäßig durchgeführten Trendbefragungen zu politischen Einstellungen, der Mediennutzung und -bewertung sowie der sozialen Lage in Deutschland können wir zeigen, dass sich Polarisierung in der Gesellschaft auf mannigfaltige Weise zeigt.



Unsere Verbindungen zum Institut für Sozialwissenschaften der **Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf** sind vielfältig und manifestieren sich in Forschung und Lehre. Olaf Jandura ist außerordentlicher Professor an dem Institut, und Jana L. Peters hat eine halbe wissenschaftliche Mitarbeiterinnenstelle inne. Beide haben im letzten Jahr Lehrveranstaltungen gehalten. 2025 kooperierten wir mit Prof. Dr. Thomas Zerback bei der Erstellung des Gutachtens für das BAKOM in der Schweiz.



Mit dem **Institut für Demoskopie Allensbach** (IfD) arbeiten wir in vielfältiger Weise zusammen. Die Daten der Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (AWA) bildeten einen wichtigen Baustein unserer Analyse zu digitalen Klüften in NRW im Auftrag des Ministeriums für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen. Diese Daten bilden auch eine wichtige Grundlage des Projektes „Erschließung von Datenquellen zum sozialen und wirtschaftlichen Wandel in Deutschland für den Einsatz in der Lehre (DSWWD)“. Aber auch in der Methodenforschung kooperieren wir mit dem IfD. Gemeinsam gehen wir der Frage nach ob und in welcher Weise sich Daten von persönlich-mündlichen Befragungen und Onlinebefragungen unterscheiden.



Im Auftrag des **Ministeriums für Arbeit, Gesundheit und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen** (MAGS) untersuchten wir soziale Ungleichheiten digitaler Teilhabe. Auf Grundlage umfangreicher Sekundäranalysen zur digitalen Ausstattung, Nutzung und zu digitalen Kompetenzen armutsbetroffener Haushalte zeigen wir, dass digitale Ungleichheiten in Nordrhein-Westfalen entlang zentraler Lebensbereiche wirksam sind und sich Armut als struktureller Risikofaktor für eingeschränkte digitale Teilhabe erweist.



Universidad  
de Navarra

Die Themen politische Polarisierung, Bedeutung von KI in der Gesellschaft sowie die Krise der lokalen politischen Information steht auch im Mittelpunkt des Netzwerkes „[PERIODISMO, COMUNICACIÓN POLÍTICA Y DEMOCRACIA](#)“ an der **Universidad de Navarra** in dem Olaf Jandura internationales Mitglied ist.



**sinus**

weizenbaum  
institut



Universität  
Zürich <sup>UZH</sup>

In einem Kooperationsprojekt zwischen der Hochschule Düsseldorf und dem Bundesverband für Stadtentwicklung und Wohnen e.V. (vhw), dem **SINUS-Institut**, Prof. Dr. Otfried Jarren (Universität Zürich) und dem **Weizenbaum-Institut Berlin** untersuchen wir am Forschungsschwerpunkt wie die lokale Kommunikation in Städten zwischen Politik, Verwaltung, Intermediären und Bürgerschaft verbessert werden kann. Wir suchen nach Antworten darauf, wie die attestierte Krise des Lokalen überwunden werden kann.

Neben den Forschungsprojekten prägten auch **zahlreiche Exkursionen, Gastvorträge und andere Formate des Austauschs zwischen Praxis und Wissenschaft** für die Arbeit am Forschungsschwerpunkt kennzeichnend. Die folgende Aufzählung gibt einen Eindruck über die Bandbreite der Vernetzung mit der Praxis.

#### **Medien- und Kommunikationsbranche und deren Geschäftsmodelle:**

- **Exkursion zur Landesanstalt für Medien NRW:** Die Studierenden erhielten Einblicke in den Karrieretag der Initiative Medienkarriere NRW, der Nachwuchskräften Vernetzung, Praxisformate und Orientierung in der Medienbranche bietet.
- **Exkursion zur DMEXCO:** Die Exkursion zur führenden Messe für digitales Marketing ermöglichte praxisnahe Einblicke in aktuelle Trends, Innovationen und Networking-Möglichkeiten der digitalen Wirtschaft.
- **Exkursion zur ADC Digital Conference 2025:** Auf der ADC Digital Conference im Kunstpalast Düsseldorf erhielten die Teilnehmenden inspirierende Impulse zu digitalen Innovationen und interdisziplinärem Austausch in der Kreativbranche.
- **Exkursion zu Publicis Media:** Der Besuch bei Publicis Media in Düsseldorf vermittelte den Studierenden praxisnahe Einblicke in Arbeitsfelder, aktuelle Marketingstrategien und datengetriebene Kommunikation einer internationalen Mediaagentur.

#### **Innovation von Geschäftsmodellen und Werbewirkungsmechanismen sowie ihre gesellschaftliche Reflexion:**

- **Exkursion zur „TextilNight“ an der Hochschule Niederrhein:** Die Exkursion zur Startup-Veranstaltung „TextilNight“ bot den Studierenden Einblicke in innovative Gründungsideen und Vernetzungsmöglichkeiten der Textil- und Kreativwirtschaft.
- **Gastvortrag „Human AI Agent“ (Carsten Bolk):** Der Gastvortrag von KI-Experte und Autor Carsten Bolk thematisierte Identität, Rollen und Potenziale von KI-Agenten im Spannungsfeld zwischen Mensch und Maschine.
- **Gastvortrag zu KI-Avataren und KI-Agenten im Vertrieb (Alexander Scharff):** Der Vortrag zeigte praxisnah den Einsatz von KI-Avataren und KI-Agenten im Vertrieb eines Technologieunternehmens auf.
- **Gastvortrag zu agilem Projektmanagement (Raquel Duarte Peralta):** Aus der Perspektive einer IT-Beratung wurden verschiedene Frameworks des agilen Projektmanagements und deren Anwendung in der Praxis vorgestellt.
- **Gastvortrag zum Projektmanagement Japan-Tag (Alin Schulz):** Anhand des Projekts Japan-Tag wurden praxisrelevante Aspekte des Projektmanagements bei Großveranstaltungen erläutert.
- **Gastvortrag zu KI-Perspektiven in Startup-Projekten (Giuliano Falco):** Der Vortrag beleuchtete Potenziale von Künstlicher Intelligenz in Startup-Projekten am Beispiel der IT-Wirtschaftsprüfung.
- **Gastvortrag zu CRISP-DM im Marketing (Stefan Rüdiger):** Der Gastvortrag vermittelte Einblicke in datengetriebenes Marketing.

## 6 LEHRE UND NACHWUCHSFÖRDERUNG

Wissenschaftliche Forschung und Lehre sind an der HSD eng miteinander verzahnt und inspirieren sich gegenseitig. Daher greifen wir Fragen der Studierenden gern im Forschungsschwerpunkt auf und ebenso werden unsere Forschungsbemühungen in die Lehre integriert, um diese mit den Studierenden zu diskutieren. Auf folgende, forschungsnahen Lehrveranstaltungen können wir im letzten Jahr zurückblicken

### 6.1 PROJEKTBASIERTES LERNEN

- Im Rahmen eines Seminars haben sich Studierende in ihren Hausarbeiten mit dem Thema **„Gesellschaftliche Nachhaltigkeit digitaler Geschäftsmodelle in Zeiten der KI-Transformation“** beschäftigt.
- Die Studierenden wurden im Rahmen Ihrer Businessplan-Projekten beim **3D-Druck von Produktprototypen** wie einer selbstfaltbaren Brotbox oder selbsterhitzenden Bechern unterstützt.
- Im Rahmen des studentischen Projektes **„AI Agents in Marketing und Medien“** wurden Konzepte umgesetzt, konzipiert und evaluiert.
- Im Rahmen einer für alle HSD-Studierenden offenen Lehrveranstaltung zum Thema **„Polarisierung, Fragmentierung und Heterogenisierung: Bedrohungen für die Demokratie verstehen“** wurde u.a. folgenden Fragen nachgegangen: Wie belastbar sind Diagnosen gesellschaftlicher Polarisierung tatsächlich? Wie zuverlässig ist die Selbsteinstufung auf der politischen Links-Rechts-Skala? Gibt es eine Krise auf lokaler politischer Ebene?
- Im Bachelor-Studiengang „Kommunikations- und Multimediamanagement“ wurde eine **Alumniveranstaltung** organisiert, um den Austausch **zwischen Studium und Berufspraxis** zu fördern und den Wissenstransfer aus der Medien- und Kommunikationsbranche in die Lehre zu stärken.



**In 3D-Druck- und VR-Projekten** beim Tag der Offenen Tür: Im Modul Projektarbeit haben Studierende **eine personalisierte 3D-Figur mit Audiofunktion** entwickelt. Der vollständige Prozess von Scan, Druck und Vertonung bis zur Ausarbeitung eines Geschäftsmodells wurde eigenständig realisiert und unter Berücksichtigung datenschutzrechtlicher Aspekte beim Tag der Offenen Tür der Hochschule Düsseldorf öffentlich präsentiert.

## 6.2 BACHELOR- UND MASTERARBEITEN

Von diesen Lehrveranstaltungen wird ebenfalls die Themenfindung der Studierenden für BA- und MA-Arbeiten angeregt. Eine Vielzahl von Arbeiten aus unterschiedlichen Themenbereichen wurden am Forschungsschwerpunkt im letzten Jahr betreut.

### Medienwirtschaft

- Unabhängig publizieren: Geschäftsmodelle im Print-Nischenmarkt am Beispiel deutscher Independent-Mode-Magazine – Eine qualitative Untersuchung
- Der Einfluss sozialer Medien auf das Buchmarketing am Beispiel von BookTok

### Fragestellungen zur Nachhaltigkeit

- Geschäftsmodell Pop-up-Store: Auswirkungen auf die zukünftige Stadtentwicklung?
- Wie können Elemente der Gamification genutzt werden, um die Umsetzung nachhaltiger Verhaltensweisen zu fördern? Eine Untersuchung am Beispiel der Nachhaltigkeits-App "EcoHero" zur Formulierung von Handlungsempfehlungen für die Umweltbildung

### Technologie und Kommunikation

- Potenzial von Chatbots im Kundenservice von Fluggesellschaften: Analyse der funktionalen Leistungsanforderungen und Passagiererwartungen basierend auf dem Kano-Modell
- Optimierung interner Prüfprozesse durch Process Mining: Eine Untersuchung in Zusammenarbeit mit der Hochschule Düsseldorf

### Marketing und Unternehmen

- Welche Auswirkungen hätte die Einführung von Paid Ads auf Threads auf die User Experience?
- Der Einfluss von Influencermarketing auf das Kaufverhalten
- Wie wirkt sich die aktuelle Übersetzungsstrategie der Website des Unternehmens XYZ auf das Verhalten niederländischer Nutzer:innen aus – und welche Optimierungspotenziale ergeben sich daraus für die mehrsprachige Kommunikation?
- M&A Beyond Numbers – Kulturelle Erfolgsfaktoren und abgeleitete Handlungsempfehlungen für internationale Unternehmensübernahmen am Beispiel der geplanten Übernahme des Unternehmens ABC durch XYZ
- Standardization of Crisis Management

## 6.3 PROMOTIONSPROJEKTE

Promotionsvorhaben lassen sich inzwischen auch an Fachhochschulen in NRW auf verschiedenen Wegen realisieren. Absolventinnen und Absolventen können den Dokortitel über das Promotionskolleg NRW, im Rahmen kooperativer Promotionen oder über

Promotionsverfahren an Universitäten anstreben, bei denen Professorinnen und Professoren der HAWs als Prüferinnen bzw. Prüfer zugelassen sind. Wir freuen uns, dass am Forschungsschwerpunkt derzeit an sechs Dissertationsprojekten gearbeitet wird, die ein breites Themenspektrum abdecken

**Oleksii Didyk** untersucht in seiner Dissertation als kooperative Promotion zwischen der Ukrainischen Freien Universität München und der Hochschule Düsseldorf (HSD) **die Prinzipien der Funktionsweise selbstorganisierter Teams in Organisationen**. Theoretisch stützt sich die Dissertation auf den systemischen Ansatz, die Chaostheorie und die Synergetik, um Teams als komplexe, nichtlineare dynamische Systeme zu modellieren. Ziel ist es, durch die theoretische Fundierung und empirische Überprüfung synergetischer Selbstorganisationsprinzipien eine praxisnahe Methodologie zu entwickeln, die die Effizienz von Arbeitsteams gegenüber traditionellen Managementmodellen nachhaltig verbessert.

**Hella de Haas** untersucht in ihrem Promotionsprojekt **antifeministische Akteur:innen in sozialen Medien**. Ausgehend von Ansätzen der Gender Media Studies, der Cultural Studies und der Öffentlichkeitsforschung analysiert sie antifeministische Argumentationsmuster, die Rezeption und Interpretation entsprechender Inhalte sowie mögliche Auswirkungen auf eine (anti-)feministische Identifikation.

**Evelyn Hoffmann** promoviert extern und geht in ihrem Dissertationsprojekt in verschiedenen empirischen Analysen der Frage nach, **wie Wirtschaftsinformationen** in unterschiedlichen medialen Kontexten **dargestellt werden**, welche Themen **von den Medien aufgegriffen werden** und wie Bürgerinnen und Bürger diese **Inhalte rezipieren**. Ein besonderer Fokus liegt **auf sozialen Medien** als neuem Akteur im Diskurs, insbesondere darauf, wie Wirtschaftsinformationen dort behandelt und verbreitet werden.

Auch **Yannik Maihoff** promoviert extern und untersucht in seinem Dissertationsprojekt, inwieweit die **Polarisierung und unterschiedliche Kommunikationspraktiken** entlang der neuen Spaltungslinie der Gesellschaft, der Differenzierung zwischen Kosmopoliten und Kommunitaristen, beschrieben werden können.

**Gregor Nathanael Meyer** befasst sich in seinem Promotionsprojekt mit den **Informationsflüssen zwischen Kommunalverwaltungen, der Zivilgesellschaft sowie den Bürgerinnen und Bürgern**. Aus einer medienökonomischen Perspektive analysiert er die Herausforderungen lokaler Demokratie und Stadtentwicklung in der Aufmerksamkeitsökonomie und gewinnt daraus Erkenntnisse, die in ein Leitbild einer „Kommunalen Kommunikationspolitik“ einfließen.

**Jana L. Peters** erforscht im Rahmen ihrer Promotion **den Einsatz von KI-Interventionen zur Verbesserung von Online-Diskursen**. Im Mittelpunkt stehen psychologische Wirkmechanismen, über die KI-gestützte Maßnahmen – etwa Vorschläge, Bewertungen oder Zusammenfassungen – die Qualität von Nutzerkommentaren beeinflussen können. Ziel ist es, das Potenzial Künstlicher Intelligenz zur Förderung konstruktiver und inklusiver Diskussionen in digitalen Räumen zu untersuchen.

Besonders freuen wir uns, das **Dr. Julia Spatz** im Februar 2025 ihre Dissertationsschrift verteidigt hat, über die wir hier gern berichten wollen:

### **Mediale Linksverzerrung oder wenn der „Bias“-Vorwurf vom Blickwinkel abhängt**

In ihrer Dissertation untersuchte Julia Spatz, warum der Vorwurf einer „linken Schlagseite“ in deutschen Medien so verbreitet ist, und wie sich Positionsvielfalt und Ausgewogenheit empirisch prüfen lassen.

Ausgangspunkt ist die Frage, wann überhaupt von „Verzerrung“ gesprochen werden kann. Die Arbeit zeigt: Urteile über Ausgewogenheit hängen stark davon ab, welcher Maßstab angelegt wird – etwa eine Gleichverteilung von Positionen, der Vergleich zwischen Medienangeboten oder ein Abgleich mit gesellschaftlichen Positionen außerhalb der Medien.

Methodisch arbeitet Julia Spatz mit dem Konzept der „Value Frames“: wiederkehrenden Deutungsmustern, die politische Ereignisse entlang normativer Grundhaltungen interpretieren und dadurch Positionierungen sichtbar machen. Empirisch stützt sich die Studie auf eine breit angelegte Analyse von Beiträgen und Akteursäußerungen aus dem Jahr 2018 über verschiedene Mediengattungen hinweg – von öffentlich-rechtlichen Nachrichten und Printmedien bis zu Online-Angeboten und klar positionierten Titeln. So lassen sich Unterschiede nicht nur für einzelne Medien, sondern systematisch im Vergleich herausarbeiten.

Der zentrale Befund: „Linksverzerrung“ ist keine einfache Ja-/Nein-Diagnose. Je nach Thema, Konfliktlinie und Benchmark zeigen sich unterschiedliche Gewichtungen. Besonders innovativ ist die Verbindung von Inhaltsanalyse mit dem Blick auf politisch-kommunikative Milieus: Wahrnehmungen von Bias entstehen nicht nur aus Inhalten, sondern auch aus Perspektiven und Erwartungen. Spatz beschreibt dies als „Kaleidoskop“ – je nachdem, aus welchem Milieu heraus Medien betrachtet werden, verändern sich die Kriterien, nach denen Berichterstattung als ausgewogen oder verzerrt erscheint.

Damit ordnet die Dissertation eine polarisierte Debatte empirisch ein und erklärt, warum der Bias-Vorwurf so anschlussfähig bleibt: Medienvertrauen ist auch eine Frage von Zugehörigkeit, Deutung und dem Anspruch, in der öffentlichen Kommunikation repräsentiert zu sein.



Die Arbeit ist [online abrufbar](#):





## 7 AUSBLICK AUF DAS JAHR 2026

Die in diesem Bericht skizzierten Forschungsfragen und Erkenntnisinteressen werden uns auch im Jahr 2026 begleiten.

Besonders freuen wir uns, dass die **Dr. Paul-Otto Faßbender-Stiftung für Bildung und Wissenschaft** unser Projekt **„Digitale Klüfte und politische Polarisierung als Herausforderung für die demokratischen Strukturen in Nordrhein-Westfalen“** unterstützt. In diesem Vorhaben führen wir Perspektiven der Forschung zu digitaler Ungleichheit und zu politisch-kommunikativen Milieus systematisch zusammen, um besser zu verstehen, wie Teilhabechancen, Mediennutzung und politische Orientierung in NRW miteinander verknüpft sind.

Zudem bereiten wir eine weitere Erhebungswelle unserer Trenduntersuchung zu politisch-kommunikativen Milieus vor, die wichtige Anschlussdaten liefern und Entwicklungen über die Zeit sichtbar machen wird.

Auch aus den verschiedenen Projektkontexten liegen bereits erste Rückmeldungen zu Vorträgen und Publikationen vor. Im Frühjahr stehen unter anderem **Beiträge auf den Tagungen** der DGPuK-Fachgruppen Medienethik sowie Politik und Kommunikation an – in München und Hamburg. Darüber hinaus sind Präsentationen auf der Jahrestagung der DGPuK in Dortmund geplant. Damit bleibt die **„produktive Unruhe“** am Forschungsschwerpunkt auch im ersten Quartal 2026 spürbar – als positiver Antrieb, Ergebnisse zu diskutieren, Ideen und Theorien weiterzuentwickeln und die Ergebnisse in die Gesellschaft zurückzuspiegeln.

Wir danken allen Beteiligten, Förderern und Partnern herzlich für ihr Engagement, ihre Unterstützung und ihre Geduld. Sie ermöglichen es uns, mit unserer Forschung nicht nur im wissenschaftlichen Feld sichtbar zu sein, sondern zugleich auch Impulse für die Gestaltung einer offenen, informierten und resilienten Gesellschaft zu setzen.

## **Kontakt:**

Prof. Dr. Olaf Jandura  
Prof. Dr. (UFU München) Olexiy Khabyuk

Communication Research @ HSD

Hochschule Düsseldorf  
Fachbereich Wirtschaftswissenschaften  
Münsterstr. 156  
40476 Düsseldorf  
Raum 3.3.023

[olaf.jandura@hs-duesseldorf.de](mailto:olaf.jandura@hs-duesseldorf.de)

T. +49 211 4351-3526

[olexiy.khabyuk@hs-duesseldorf.de](mailto:olexiy.khabyuk@hs-duesseldorf.de)

T. +49 211 4351-3850

<https://co-re.hs-duesseldorf.de/>

## **Bilder- und Grafikhinweise:**

Deckblatt: Canva

S. 4-5 Gruppenbild, Portraits Meyer, de Haas, Peters und Kehl: Dirk Hillmann / Portraits Jandura: Tim Krause

S. 7, 9, 10, 18 Grafik Vereinstypologie, Digitale Klüfte, Milieus und Karten: Erstellt von Hannah Kehl mit Datawrapper

S. 14 Jandura @ ORF DialogForum: <https://t1p.de/yly3r>

S. 19 Jandura @ DGPuK-Tagung: Akademie für politische Bildung Tutzing

S. 20 Peters @ DGPuK-Tagung: Privat Jana L. Peters

S. 21 Peters WAPOR: Privat Jana L. Peters

S. 21 Jandura @ SGKM-Tagung: Halter Jennifer Nicole

S. 22 Peters, @ ICA: Privat Jana L. Peters

S. 23 de Haas @ ICA: Privat Olaf Jandura

S. 23 Weinmann & Jandura @ ICA: Privat Olaf Jandura

S. 25 Khabyuk & Jandura @ DGPuK-Tagung Salzgitter: Privat Olexiy Khabyuk

S. 26 Jandura @ KIT Science Week: <https://t1p.de/kjqcv>

S. 27-29 Logos: BAKOM: <https://t1p.de/1offa> / BVDW: <https://t1p.de/vac10> / CAIS: <https://t1p.de/wfyoi> / HHU: <https://t1p.de/szzlk> / IfD: <https://t1p.de/unwqq> / MAGS NRW: <https://t1p.de/6sxmn> / Universidad de Navarra: <https://t1p.de/2af1w> / vhw: <https://t1p.de/beufb> / SINUS: <https://t1p.de/94c6f> / Weizenbaum Institut: <https://t1p.de/5pu7g> / UZH: <https://t1p.de/g0yoa>

S. 31 3D-Druck: Studentische Projektgruppe, 6. Semester, Sommersemester 2025

S. 34 Promotion J. Spatz: Dorscheid - Medienlabor HHU Düsseldorf