

Teil I Handlungsraum Organisation und Management

1 Standortfaktoren und Triebkräfte von Medienclustern: Fleet Street in London, das Graphische Viertel in Leipzig und das Zeitungsviertel in Berlin.	3
Angelika Cuber, Anna Gonchar und Alexander Moutchnik	
2 Lokale Medienhäuser und ihre Architektur in Braunschweig, Bremen, Lingen, Oldenburg, Ravensburg und Regensburg	27
Eda Şeker, Anna Gonchar und Alexander Moutchnik	
3 Agile Organisation am Beispiel des holokratischen „Betriebssystems“ eines Zeitschriftenverlags	61
Christian Konz	
4 K-Pop „Made in South Korea“: der Country-of-Origin-Effekt und das Musikmanagement	79
Inka Bekaan und Alexander Moutchnik	
5 Digital Culture Evaluation	115
Alina Burkardt, Linda Schulz und Thorsten Petry	

Teil II Handlungsraum Kommunikation und Marketing

6 Nachhaltigkeitsberichte in der Unternehmensdarstellung – neuer Wein oder neue Schläuche?	129
Rupert Felder	

7	Die Organisation strategischer Kommunikation	141
	Christoph Kochhan und Peter Stücheli-Herlach	
8	Wahrnehmung und Akzeptanz von Online- und Offline-Maßnahmen des Guerilla-Marketings in den Zielgruppen „Digital Immigrants“ und „Digital Natives“: eine qualitative Studie	165
	Myrna Kamkar und Christoph Kochhan	
9	Binge-Watching bei Media-Management-Studierenden der Generation Z: Merkmale, Entwicklungen und Folgen	193
	Laura Gauweiler und Alexander Moutchnik	
10	Analyse der Nutzung sozialer Medien im öffentlichen Dienst	209
	Peter Winzer und Erik Massarczyk	

Teil III Handlungsraum Personal und Recruiting

11	Personalcontrolling in der Praxis – Entwicklungen im Personalcontrolling von 1993 bis 2022	235
	Silke Wickel-Kirsch	
12	Status quo der Digitalisierung im Personalmanagement im deutschsprachigen Raum	247
	Thorsten Petry und Stephan Böhm	
13	State-of-the-Art von Karriere-Websites: Empirische Befunde und Empfehlungen	275
	Wolfgang Jäger, Sebastian Meurer und Thorsten Petry	
14	Personalcontrolling – neue Anforderungen im Rahmen der Digitalisierung	291
	Silke Wickel-Kirsch und Laura Cichecki	
15	Optimierte Personalgewinnung für die Generation Z	305
	Silke Wickel-Kirsch, Laura Cichecki und Christoph Kochhan	

Teil IV Handlungsraum Design

16	Design for Change. Ein Handlungsraum für das Design zur nachhaltigen Lösung von gesellschaftspolitischen Problemen	327
	David Gilbert und Stephan Schwarz	

17 Design Research im Bereich interaktiver Medien 349
Ulrike Spierling

18 Metaphern und interaktive Systeme 365
Veronika Weiß

Teil V Handlungsräum Technologie

19 Mobile Payment in Deutschland – Anbieter und Geschäftsmodelle 379
Peter Winzer, Jasmin Ebert und Clara Frühauf

20 5G-Medienproduktion 401
Stephan Böhm, Stefan Graser, Jasmin Ebert,
Anna-Maria Zeussel und Peter Frantz

**21 Webshop-Analyse von kleinen und mittelständischen
Unternehmen (KMU) in der Modebranche
im Rhein-Main-Gebiet** 427
Werner Quint, Hanna Bretschneider, Alma Dizdaric, Lea Dorczok,
Franziska Flehmann, Ayse Kösekul und Michelle Meinel