

PROGRAMM: DONNERSTAG, 23. OKTOBER

SCHEDULE: THURSDAY, 23 OCTOBER

9:00 – 10:00	Anmeldung Registration
10:00 – 10:15	Eröffnung und Begrüßung Opening and Welcoming
10:15 – 11:00	Key Note: Nina Janich Menschenbilder in der Werbung und ihre Kultur- und Medienspezifik. Skizze eines Forschungsprogramms
11:00 – 11:15	Pause Break
	Sektion 1: Soziale und andere Medien (B) Section 1: Social and Other Media (B)
11:15 – 11:45	Joachim Majors, Annika Wiklund-Engblom User Experience in Mind
11:45 – 12:15	Kim Holmberg, Ina Hellsten Organizational Communication on Twitter Differences Between Non-Profit and For-Profit Organizations in the Context of Climate Change
12:15 – 12:45	Sascha Demarmels, Esther Federspiel, Anja Janoschka, Dorothea Schaffner, Ursula Stalder Zu viel Information, zu wenig Unterhaltung? Wie man sein Zielpublikum dazu bringt Marketingtexte für nachhaltige Produkte zu lesen
12:45 – 13:45	Mittag Lunch

Sektion 2: Kulturspezifische und interkulturelle
Fragestellungen (D)

Section 2: Culture Specific and Intercultural Issues (D)

13:45 – 14:15

Christian Szücs

Restriktionen im ORF-Gesetz

Crossmediale Herausforderungen für den öffentlich-rechtlichen
Rundfunk in Österreich und seine Werbekunden

14:15 – 14:45

Michael Boenigk, Ursula Stalder

Erfolgsfaktoren von Crossmedia Kampagnen
Ergebnisse eines Forschungsprojektes

14:45 – 15:15

Karin Luttermann, Laura Klimkewitz

Kommunikatives Handeln bei Shopfloor-Management
am Beispiel der AUDI AG Ingolstadt

15:15 – 15:45

Kaffepause

Coffee Break

Sektion 3: Innovationen der Kommunikation durch
soziale Medien (C)

Section 3: Innovations in Communication Through
Social Media (C)

15:45 – 16:15

Sebastian Reddeker

Vernetzte Vielfalt

Onlinebasierte Kommunikation im multikulturellen Raum

16:15 – 16:45

Josephine Dölz, Dirk Steffen, Thomas Niemand, Florian Siems

Kunden im Bedarfslebenszyklus crossmedial begleiten
Möglichkeiten und Grenzen am Beispiel SBB

ca. 19:00

Abendprogramm

Evening Program

PROGRAMM: FREITAG, 24. OKTOBER

SCHEDULE: FRIDAY, 24 OCTOBER

9:00 – 9:45

Key Note: Martin Nielsen

Corporate Communication and 'Unternehmenskommunikation'
Disciplinary Battle or Parallel Worlds? – Some Thoughts on a
Comparison

Sektion 1: Grundlegende Fragestellungen (A)
Section 1: Basic Aspects (A)

9:45 – 10:15

Christina Becker

Intern gleich extern. Mitarbeiter- und Kundenzeitschrift
verschmelzen – Social Media als Katalysator

10:15 – 10:45

**Marie-Christin Papen, Julia Dötsch, Thomas Niemand,
Florian Siems**

Die Rache des Kunden. Sozialwissenschaftliche Theorien und
deren Relevanz im Mediamix

10:45 – 11:15

**Kaffeepause
CoffeeBreak**

11:15 – 11:45

Annika Wiklund-Engblom

It's All About Learning! Applying Theories of Learning
Technology Designs to Corporate Communication

11:45 – 12:15

Sabine Wahl

Doppelte Multimodalität in deutschen, englischen und
spanischen Werbespots

12:15 – 12:45

Magdalène Lévy-Tödter

Erfolgskontrolle im Social Web oder die Suche nach der
ultimativen Formel?

12:45 – 13:45

**Mittag
Lunch**

Sektion 2: Kulturspezifische und interkulturelle
Fragestellungen (D)

Section 2: Culture Specific and Intercultural Issues (D)

13:45 – 14:15

Elke Hayashi

Non-Verbal Communication Expressed in Visual and Written
Forms. Deliberations Regarding Formats and Interpretation in
Relation to Japan.

14:15 – 14:45

Pavel Zemliansky, Olena Goroshko

Business Communication Instruction in Russia and Ukraine and
Its Impact on Intercultural Communication

14:45 – 15:15

Iwona Szwed

Kulturbedingte Besonderheiten in der externen Unternehmens-
kommunikation am Beispiel von polnischen und deutschen
Stellenanzeigen

15:15 – 15:45

Kaffepause

Coffee Break

Sektion 3: Kulturspezifische und interkulturelle
Fragestellungen (D)

Section 3: Culture Specific and Intercultural Issues (D)

15:45 – 16:15

Mette Skovgaard Andersen

„Es dürfte vielleicht ein bisschen regnen“
Reaktionen deutscher Studierender auf eine ins Deutsche
synchronisierte dänische Wettervorhersage

16:15 – 16:45

Viktoria Umborg

Kulturkontrastive Untersuchung deutscher, russischer und
estnischer Werbung im Vergleich

16:45 – 17:15

Ainars Dimants

Communication in Creation Process of Unified Latvian PSM
Corporation

ca. 19:30

Abendprogramm

Evening Program

PROGRAMM: SAMSTAG, 25. OKTOBER

SCHEDULE: SATURDAY, 25 OCTOBER

9:00 – 9:45

Key Note: Kevan Reeve

Working Successfully across Cultures in a Big Corporate Environment

Sektion 1: Innovationen der Kommunikation durch soziale Medien (C)

Section 1: Innovations in Communication Through Social Media (C)

9:45 – 10:15

Antje Hütten, Marcus Stumpf

Dealing with Stereotypes and Cross Media Challenges in Corporate Communication

10:15 – 10:45

Anette Bengs, Annika Wiklund-Engblom, Tanja Oraviita

Investigating the User Experience of Digital Content in a Cross-Cultural Context – Methods, Challenges and Requirements

10:45 – 11:15

Kaffeepause

Coffee Break

Sektion 2: Innovationen der Kommunikation durch soziale Medien (C)

Section 2: Innovations in Communication Through Social Media (C)

11:15 – 11:45

Anja Franck, Michael Eckstein

Love Brands

Mit Kommunikation in sozialen Medien Brand Love steigern

11:45 – 12:15

Evangelos Markopoulos, Hannu Vanharanta

Human Perception, Interpretation, Understanding and Communication of Company Democracy

12:15 – 12:45

Simon Staffans

Energialähttiläs 2013

Using Transmedia Storytelling Methods to Unify a Global Campaign

12:45 – 13:15

Erfrischungen

Refreshments

13:15 – 14:00

Abschlussbesprechung und Vorschau EUKO 2015

Closing Discussion and Preview EUKO 2015