

**Medienberichterstattung
von und mit Prof. Dr. Sven Pagel
Print- und Onlinemedien
(Stand: 1.2.2018)**

I. Überregionale Zeitungen.....	1
II. Regionale Zeitungen.....	1
III. Fachzeitschriften.....	2
IV. Praxismagazine.....	2
V. Hochschulmagazine.....	2
VI. Onlinemedien.....	4
VII. Bewegtbildmedien.....	5

I. Überregionale Zeitungen

1. Voßkübler, Gabriele (2018): Der Praxis-Prof. In: Die Welt, Februar 2018 (i.V.).

II. Regionale Zeitungen

1. Heidenreich, Ralf (2014): Digitale Revolution erst am Anfang. Kongress. Internet und Smartphones bieten regionalen Tageszeitungen große Chancen. In: Allgemeine Zeitung, 15.11.2014, S. 21.
2. Pankratz, Andreas (2010): FH-Studenten entwickeln Online-Shop für Rhein. In: Rheinische Post, 24.11.2010, S. C5 (Studie: Pagel, Sven; Twelker, Uwe (2010): Konzeption eines Bewegtbild-Online-Shops für www.avecplaisir.de. Unveröffentlichter Forschungsbericht, 94 Seiten, Düsseldorf, März 2010).
3. Kronemeyer, Anke (2010): Studie: Fortuna ist ein Imagefaktor. In: Rheinische Post, 24.7.2010, S. D2. (Studie: Pagel, Sven; Peters, Horst: „ Die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung von Fortuna Düsseldorf 1895 e.V. für die Sportstadt Düsseldorf “ im Auftrag von sportAgentur, 2010).
4. Wallasch, Rainer (2010): Fortuna ist ein Imageträger. In: WZ, 24.7.2010, Seite 11 (Studie: Pagel, Sven; Peters, Horst: „ Die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung von Fortuna Düsseldorf 1895 e.V. für die Sportstadt Düsseldorf “ im Auftrag von sportAgentur, 2010).
5. Rasch, Ute (2010): Die Problemlöser - Die Forschung der Fachhochschule punktet mit ihrer Praxisnähe: schnelle Problemlösungen für die Industrie. In: Neue Ruhr/ Neue Rhein Zeitung (NRZ), vom 26.5.2010, Seite 22 (Studie: Pagel, Sven; Mollekopf, Katrin: „B2B-Kommunikationskonzept eines Onlineportals für ältere Experten im Ruhestand mit technischer Berufserfahrung“ mit Fa. InduSer, 2010).
6. O.V. (2010): Fachhochschüler interviewen Fortuna-Fans. In: Rheinische Post, 8.1.2010 (Studie „Die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung von Fortuna Düsseldorf 1895 e.V. für die Sportstadt Düsseldorf“ von Sven Pagel und Horst Peters).
7. Herrendorf, Christian (2010): Rheinbahner werden Models. In: Rheinische Post, vom 8.7.2009 (Studie: Albers, Felicitas; Pagel, Sven; Peters, Horst: „Wahrnehmung und Image der Rheinbahn AG im Bewusstsein der Öffentlichkeit“, 2009).
8. Mücke, Michael (2010): Rheinbahn hat keinen guten Ruf. In: Neue Ruhr/ Neue Rhein Zeitung (NRZ), vom 26.5.2010 (Studie: Albers, Felicitas; Pagel, Sven; Peters, Horst: „Wahrnehmung und Image der Rheinbahn AG im Bewusstsein der Öffentlichkeit“, 2009).

9. Tüffers, Jörn (2009): Rheinbahn will am Image feilen. In: Rheinische Post, 12.1.2009 (Studie: Albers, Felicitas; Pagel, Sven; Peters, Horst: „Wahrnehmung und Image der Rheinbahn AG im Bewusstsein der Öffentlichkeit“, 2009).
10. Altmann, Ulrich (2009): Note 2,9 für Rheinbahn. In: Express, 4.3.2009 (Studie: Albers, Felicitas; Pagel, Sven; Peters, Horst: „Wahrnehmung und Image der Rheinbahn AG im Bewusstsein der Öffentlichkeit“, 2009).
11. Winkelkemper, Stefanie (2008): Das richtige Examensthema finden. In: Rheinische Post, Ausgabe vom 22.10.2008, Beilage Campus & Co, S. 10.

III. Fachzeitschriften

1. Gertz, Winfried (2010): Videos im Recruiting. Es muss nicht Hollywood sein. In: Personalwirtschaft. Magazin für Human Resources, Heft 5/2010.
2. O.V. (2008): Reale Kämpfe im virtuellen „War for Talents“. In: Personalwirtschaft. Magazin für Human Resources, Heft 9/2008.

IV. Praxismagazine

1. Rückert, Gabriele (2017): Auf dem Weg zur Digitalisierung. In: IHKreport, Wirtschaftsmagazin der Region Rheinhessen, Heft 4/2017, S. 16-26 (insbes. S. 25).
2. Scholz, Tobias; Pagel, Sven; Kaul, Oliver (2017): Qualitative Marktforschung auf höchstem Niveau – Beobachtungslabor der Hochschule Mainz setzt neue Standards durch Modernisierung. In: ITnews, Heft 5/2017, S. 4.
3. Pagel, Sven (2016): Nutzerforschung mit Befragung. In: ITnews, Heft 4/2016, S. 1.
4. Rückert, Gabriele (2016): Gründer nutzen das digitale Zeitalter. In: IHKreport, Wirtschaftsmagazin der Region Rheinhessen, Heft 3/2016, S. 28.
5. Kemmann, Oliver (2015): Profis beraten im Umgang mit der Cloud. In: IHKreport, Wirtschaftsmagazin der Region Rheinhessen, Heft 9/2015, S. 19.
6. O.V. (2015): Ohne Cloud kein Business In: IHKreport, Wirtschaftsmagazin der Region Rheinhessen, Heft 7+8/2015, S. 30.
7. Pagel, Sven (2015): Wahrnehmung und Wirkung von Digital Signage und Digital-TV. IT-nahe Forschung an der Hochschule Mainz. In: ITnews, Heft 3/2015, S. 1.
8. Pagel, Sven (2014): „Schnittige Diskussion“ in Mainz. Wissenschaftler und Medienschafter im Spannungsfeld zwischen Medienökonomie, Medienpolitik, Medienrezeption und Medientechnologie. In: ITnews, Heft 1/2014, S. 1.
9. Rückert, Gabriele (2014): Ein Studium für den multimedialen Einsatz. In: IHKreport, Wirtschaftsmagazin der Region Rheinhessen, Heft 3/2014, S. 33.
10. Rückert, Gabriele (2014): Verschmelzung digitaler Technologien in Wirtschaft und Wissenschaft. In: IHKreport, Wirtschaftsmagazin der Region Rheinhessen, Heft 1+2/2014, S. 5.

V. Hochschulmagazine

1. Pagel, Sven; Schneider, Julia (2016): Projekttag Wirtschaftsinformatik und Medien 2016: Hochschule Mainz – Ort der Ideen. In: Jahrbuch 2016, Fachbereich Wirtschaft, Hochschule Mainz, S. 16-17.
2. Pagel, Sven; Seemann, Christian; Simon, Tobias (2016): Data Science mit „R“ – Arbeit mit einer hochaktuellen Statistik-Sprache an der Hochschule Mainz. In: Jahrbuch 2016, Fachbereich Wirtschaft, Hochschule Mainz, S. 57-59.
3. Kaul, Oliver; Pagel, Sven; Scholz, Tobias (2016): Marktforschung in Lehre und Praxis: Das Beobachtungslabor der Hochschule Mainz. In: Jahrbuch 2016, Fachbereich Wirtschaft, Hochschule Mainz, S. 72-73.
4. Pagel, Sven; Seemann, Christian; Simon, Tobias (2015): Wahrnehmung und Wirkung von Digital Signage und Digital-TV. In: Jahrbuch 2015, Fachbereich Wirtschaft, Hochschule Mainz, S. 78-80.

5. Pagel, Sven; Müller, Hartmut (2016): Demografischer Wandel und seine Wirkungen in den Lebensfeldern Information, Kommunikation, Transaktion und Gesundheit. Eine Veranstaltung im Rahmen der Demografiewoche Rheinland-Pfalz. In: Forum, Heft 1/2016, S. 14-17.
6. Simon, Tobias; Köhler, Joachim; Pagel, Sven (2016): Evaluation einer Audio Mining-Suche im Kontext der ‚Social Connected TV‘-Plattform. In: Update, ISSN 1861-3152, Heft 22/2006, S. 50-55.
7. Pagel, Sven (2015): Projekttag Wirtschaftsinformatik und Medien: Fitness, Food und Spiele: IT-Studierende teilen ihre Ideen. In: Jahrbuch 2015, Fachbereich Wirtschaft, Hochschule Mainz, S. 110-111.
8. Pagel, Sven; Seemann, Christian (2015): Schnittige Diskussionen in Mainz. Die Medienökonomie und ihre vielfältigen Schnittstellen. In: Forum, Heft 1/2015, S. 36-39.
9. Pagel, Sven; Dinter, Bastian (2014): Blickwechsel mit dem Alter. Was digitale Medien leisten können - eine Forschungsreihe an FH Düsseldorf und FH Mainz. In: Forum, Heft 1/2014, S. 38-39.
10. Pagel, Sven (2011): „Darf's ein bisschen mehr sein?“ – Kommunikationsforscher der FH D untersuchen den Blickverlauf an Bedientheken im Supermarkt. In: Journal der FH Düsseldorf, Heft 1/2011, S. 35-36.
11. Pagel, Sven (2011): Idealtypische Struktur und Multimedia-Elemente von Online-Shops identifiziert / Empirische Analyse zur multimedialen Bewegtbildkommunikation im E-Commerce. In: Journal der FH Düsseldorf, Heft 1/2011, S. 36-37.
12. Pagel, Sven; Peters, Horst (2010): Neue Studie zu Fortuna Düsseldorf: Großer Imagefaktor für die Sportstadt und Motor für die Wirtschaft. In: Journal der FH Düsseldorf, Heft 2/2010, S. 43.
13. Pagel, Sven (2010): Master-Studierende konzipieren Onlineportal für ältere technische Experten im Ruhestand / Ein Projekt in Kooperation mit InduSer. In: Journal der FH Düsseldorf, Heft 2/2010, S. 41-42.
14. Pagel, Sven (2010): Gelungenes Praxisprojekt: Multimediamarketing von Avec Plaisir wird von Studierenden neu gestaltet. In: Journal der FH Düsseldorf, Heft 1/2010, S. 38.
15. Pagel, Sven; Peters, Horst (2010): Forschungsstudie zur Fortuna - Fortuna Düsseldorf Fans befragt. In: Journal der FH Düsseldorf, Heft 1/2010, S. 39.
16. Pagel, Sven (2009a): Untersuchung zeigt: Kurze Videos auf Teleshoppingwebsites werden bevorzugt. In: Journal der FH Düsseldorf, Heft 2/2009, S. 42.
17. Pagel, Sven (2009b): Fachbereich Wirtschaft unterstützt Mode-Community „Styleranking“ mit Analyse zur Nutzerfreundlichkeit. In: Journal der FH Düsseldorf, Heft 2/2009, S. 42.
18. Pagel, Sven (2009c): Eyetracking-Studie bringt neue Erkenntnisse zur Nutzerfreundlichkeit von Mediatheken. In: Journal der FH Düsseldorf, Heft 2/2009, S. 43.
19. Fischer, Simone (unter Mitwirkung von Claudia Gerhards und Sven Pagel): Reakkreditierung des Bachelorstudiengangs „Kommunikations- und Multimediamanagement“. In: Journal der FH Düsseldorf, Heft 1/2009, S. 48.
20. Fischer, Simone (unter Mitwirkung von Felicitas Albers, Sven Pagel und Horst Peters): Imageanalyse der Rheinbahn erzielt auch für Fachbereich Wirtschaft hohe Wahrnehmung. In: Journal der FH Düsseldorf, Heft 1/2009, S. 48.
21. Pagel, Sven (2008): Videos machen Stellenanzeigen erfolgreicher. FH Düsseldorf bestätigt Effizienz von Bewegtbild-Inhalten in Online-Jobbörsen. In: Journal der FH Düsseldorf, Heft 2/2008, S. 58.
22. Fischer, Simone (Unter Mitwirkung von Felicitas Albers, Sven Pagel und Horst Peters): Fragen zum Image - Kooperation mit der Rheinbahn. In: Journal der FH Düsseldorf, Heft 1/2008, S. 50.
23. Pagel, Sven (2007): Forschungsschwerpunkt Kommunikationsforschung untersuchte ökonomische Effekte des Besucherverhaltens beim FIS Skilanglauf Weltcup. In: Journal der FH Düsseldorf, Heft 2/2007, S. 49.

24. Pagel, Sven (2005): Selbstbild – Fremdbild – Leitbild: Jüchen 2020. In: Journal der FH Düsseldorf, Heft 2/2005, S. 48.
25. Pagel, Sven; Seiffert, Horst (2005): Kommunikationsforschung an der FH Düsseldorf – Forschungsschwerpunkt im Umbruch. In: Journal der FH Düsseldorf, Heft 1/2005, S. 46.

VI. Onlinemedien

1. Huber, Joachim (2016): Studie über Youtuber in Deutschland. Macht es wie LeFlويد!. <http://m.tagesspiegel.de/medien/studie-ueber-youtuber-in-deutschland-macht-es-wie-leflويد/13951646.html?r=7771534> (abgerufen am 1.8.2016).
2. O.V. (2016): Gruner & Jahr präsentiert 7 Richtlinien für Content Marketing. http://www.wuv.de/medien/gruner_jahr_praesentiert_7_richtlinien_fuer_content_marketing. <http://presseservice.pressrelations.de/pressemitteilung/wie-man-content-marketing-richtig-macht-gj-ems-bringt-forschungsbasierte-guidelines-heraus-608198.html> (abgerufen am 1.9.2016).
3. O.V. (2011): Bewegtbild im Handel. „Der Handel hat jetzt bessere Strategien“. <http://www.cpwissen.de/Audio-Video/items/der-handel-hat-jetzt-bessere-strategien.html> (abgerufen am 13.6.2011).
4. O.V. (2011): Studenten gewinnen Industriepreis 2011. <http://nachrichten.rp-online.de/regional/studenten-gewinnen-industriepreis-2011-1.638436> (abgerufen am 29.4.2011).
5. O.V. (2008): Videos in Online-Jobbörsen - Bewegtbildstudie der FH Düsseldorf. http://www.jobtv24.de/de/personaler_tv/personalerforum?ct=325&vid=18669&sfor=FH+D%FCseldorf (abgerufen am 29.4.2011).
6. Hirschfeld, Thomas (2010): Multimediale Stellenanzeigen im Internet. In: audio:newsletter; Ausgabe Dezember 2010. <http://www.audiocast-online.de> (abgerufen am 1.12.2010).
7. O.V. (2010): Erster Online-Kongress der RP. http://www.rp-online.de/duesseldorf/duesseldorf-stadt/nachrichten/Erster-Online-Kongress-der-RP_aid_913863.html.
8. Schneider, Dieter (2010): Düsseldorfer Großkonzerne verschmähen Fortuna. <http://www.derwesten.de/staedte/duesseldorf/Duesseldorfer-Grosskonzerne-verschmaehen-Fortuna-id3278292.html> (abgerufen am 24.7.2010).
9. Kronemeyer, Anke (2010): Fortuna ist ein Imagefaktor. http://www.rp-online.de/duesseldorf/duesseldorf-stadt/sport/fortuna/aktuell/Fortuna-ist-ein-Imagefaktor_aid_885375.html (abgerufen am 24.7.2010).
10. Wallasch, Rainer (2010): Fortuna ist ein Imageträger. <http://www.wz-newsline.de/index.php?redid=895732> (abgerufen am 23.7.2010).
11. Zschoche, Jörg; Eilert, Horst (2010): Fortuna macht die Wirtschaft flott. <http://www.bild.de/BILD/sport/fussball/zweite-liga/2010/07/24/fortuna-duesseldorf/macht-die-wirtschaft-flott-belegt-neue-studie.html> (abgerufen am 23.7.2010).
12. O.V. (2010): Studie der Fachhochschule Düsseldorf: Fortuna Düsseldorf: Großer Imagefaktor für die Sportstadt und Motor für die Wirtschaft. [http://www.sportstadt-duesseldorf.de/1126.html?&cHash=fdb4b7a342&tx_ttnews\[backPid\]=1113&tx_ttnews\[tt_news\]=1535](http://www.sportstadt-duesseldorf.de/1126.html?&cHash=fdb4b7a342&tx_ttnews[backPid]=1113&tx_ttnews[tt_news]=1535) (abgerufen am 23.7.2010).
13. O.V. (2010): Fortuna: Großer Imagefaktor für die Sportstadt und Motor für die Wirtschaft. <http://www2.fortuna-duesseldorf.de/pages/news/uebersicht-news/artikel/article/fortuna-grosser-imagefaktor-fuer-die-sportstadt-und-motor-fuer-die-wirtschaft/index.htm> (abgerufen am 23.7.2010).
14. O.V. (2008): Erfolg im Internet mit der richtigen Website. In: Markt und Mittelstand, 1.9.2008.

VII. Bewegtbildmedien

1. Prof. Sven Pagel über interaktive Werbekonzepte im Umfeld IP-TV (6. Videomarketing-Konferenz), 2013: https://www.youtube.com/watch?v=P_p8ueKHsoM (abgerufen am 29.1.2018).
2. Videoshopping und Videomarketing (Marktforschung) (4. Videomarketing-Konferenz), 2011: <https://www.youtube.com/watch?v=w2rXkMnzy6M> (abgerufen am 29.1.2018).
3. Megatrend Social TV (c) Telefilm Filmproduktion Nürnberg (6. Videomarketing-Konferenz), 2013: <https://www.youtube.com/watch?v=QJTzOPvq5Q8> (abgerufen am 29.1.2018).
4. Workshop Mini-Stop-Motion WS 14/15, 2015: <https://www.youtube.com/watch?v=MoF3gAIOx8o> (abgerufen am 29.1.2018).
5. Social Spots WS 14/15 (Medientechnik II, 3. Semester), 2015: <https://www.youtube.com/watch?v=RG9wNrlGnPA> (abgerufen am 29.1.2018).
6. Ziele, Zielgruppen und Vorteile des Bachelorstudiengangs Medien, IT und Management, 2017: https://www.youtube.com/watch?v=UejEoY7_s8o (abgerufen am 29.1.2018).

Kontakt:

Hochschule Mainz
Fachbereich Wirtschaft

Prof. Dr. Sven Pagel
Professur für Wirtschaftsinformatik
und Medienmanagement

Raum A0.21
Lucy-Hillebrand-Straße 2
55128 Mainz

Tel.: 06131 / 628-3287
Mail: sven.pagel@hs-mainz.de
Web: svenpagel.hs-mainz.de