

Kreativbranche zwischen Nische und Mainstream

Datum 13.10.2026

Subjekt FH St. Pölten

Kontakt <div> <div> <div> </div> <div> <h3> FH-Prof. Priv.-Doz.
Dr. Andreas Gebesmair </h3>
 Stellvertretender Studiengangsleiter Digital Media Management (MA)
 Hochschul-Dozent Medien und Digitale Technologien Department
Medien und Digitale Technologien M: +43/676/847 228 418
andreas.gebesmair@ustp.at </div> </div> <div> <div> </div> <div> <h3>
FH-Prof. Dr. Jan Krone </h3> Hochschul-Dozent Department Medien und Digitale
Technologien T: +43/2742/313 228 416
jan.krone@ustp.at </div> </div> </div>

Region Austria

Kategorie Media, advertising and PR, Conferences and trade fairs, Science and research

DGPuK-Jahrestagung verband medienökonomische und mediensoziologische Perspektiven an der USTP.

Vom 23. bis 25. September 2026 brachte die DGPuK-Jahrestagung verschiedene wissenschaftliche Blickwinkel auf Veränderungen in der Medienproduktion und in der Kreativwirtschaft an der USTP – University of Applied Sciences St. Pölten zusammen. Die Veranstaltung wurde von den Fachgruppen Medienökonomie und Soziologie der Medienkommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) zusammen mit der USTP organisiert. Die Teilnehmenden beschäftigten sich vor allem mit der Frage, wie wirtschaftliche Bedingungen, gesellschaftliche Entwicklungen und neue Technologien Medienangebote und kreative Arbeit beeinflussen.

Wie werden Medienangebote unter veränderten wirtschaftlichen, technologischen und gesellschaftlichen Bedingungen produziert? Mit dieser Frage beschäftigten sich die Teilnehmer*innen der dreitägigen Jahrestagung. Veranstaltet wurde sie von den Fachgruppen Medienökonomie und Soziologie der Medienkommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) in Kooperation mit der USTP.

„Technologien entwickeln sich rasant weiter, doch die ökonomischen Mechanismen dahinter bleiben bemerkenswert stabil. Wer sie versteht, kann auch Generative KI oder Plattformmodelle besser einordnen. Hierfür braucht es interdisziplinäre Brücken zu angrenzenden Fächern und Forschungsfeldern sowie verlässliche Zugänge zu Daten und Praxis. An der USTP war all das während der Tagung deutlich zu spüren“, sagt Christopher Buschow, Sprecher der Fachgruppe Medienökonomie der DGPuK.

Medienökonomie und Mediensoziologie im Dialog

Medienökonomie und Soziologie der Medienkommunikation untersuchen Veränderungen in Medien- und Kreativbranchen aus unterschiedlichen Blickwinkeln. Die gemeinsame Tagung bot Raum, diese Perspektiven miteinander zu verbinden und aktuelle Entwicklungen fachübergreifend zu diskutieren.

Das Programm begann im Cinema Paradiso in St. Pölten mit Grußworten der USTP-Geschäftsführung und des Bürgermeisters der Stadt St. Pölten.

Ergänzt wurde die Eröffnung durch studentische Filmprojekte. In seiner Keynote „Filmproduktion zwischen Mainstream und Nische“ setzte sich Oliver Auspitz, Geschäftsführer von MR-Film und Gamma Film, mit dem Tagungsthema auseinander.

Mit Blick auf neue Verbreitungswege für Medieninhalte betonte er: „Digitale Ausspielungskanäle schaffen tatsächlich eine Menge neuer Kreativität und Vielfalt.“

Forschung, Austausch und wissenschaftliche Vernetzung

Weitere Panels befassten sich unter anderem mit methodischen Zugängen, Public Value, organisationalen Prozessen, Unternehmenskulturen sowie dem Einsatz von KI in Medienproduktion und Kreativwirtschaft. Die Beiträge verbanden theoretische Perspektiven mit Ergebnissen empirischer Forschung.

Auch die wissenschaftliche Vernetzung war Teil des Programms. Beim Konferenzdinner tauschten die Teilnehmer*innen Forschungsergebnisse aus, diskutierten mögliche Kooperationen und verliehen den Nachwuchspreis für das beste Journal-Paper der Fachgruppe Medienökonomie.

Mit der Ausrichtung der Tagung unterstützte die USTP den Austausch zwischen Forschenden unterschiedlicher Fachrichtungen. Die Veranstaltung bot eine Plattform, um aktuelle Entwicklungen in Medienökonomie und Mediensoziologie gemeinsam zu diskutieren und Perspektiven aus Wissenschaft und Praxis zusammenzuführen. So entstanden neue Impulse für Forschung und Medienpraxis.

Zur DGPUK-Jahrestagung

Die Jahrestagung wurde von den Fachgruppen Medienökonomie und Soziologie der Medienkommunikation der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft in Kooperation mit der USTP – University of Applied Sciences St. Pölten veranstaltet.

Weitere Informationen und Programm:

- Eventseite
- DGPUK
- DGPUK-Fachgruppe Medienökonomie
- DGPUK-Fachgruppe Soziologie der Medienkommunikation

Unter Mitwirkung von Patricia Tröstl

<https://www.ustp.at/Plone/de/stories/news/medienproduktion-und-kreativbranche-zwischen-nische-und-mainstream>