

Interdisziplinäres Projekt im Sommersemester 2016

„Multi-Device-Customer-Journey“: Ein Film-Projekt

Univ.-Prof. Dr. Joachim Eigler

Dr. Helmut Hauptmeier

Univ.-Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein

(Blockveranstaltung; 2 SWS; Uhrzeiten und Raumangaben nach Ankündigung im [LSF](#))

Thema des Seminars:

Die zunehmende Nutzung neuer Medien (insbesondere internetfähiger Endgeräte wie Smartwatches, Smartphones, Tablets, Smart TVs, etc.) verändert das Konsumentenverhalten grundlegend: Digitale Begleiter beeinflussen die Art und Weise, wie Konsumenten miteinander kommunizieren, sie beeinflussen, wie Individuen Entscheidungen treffen, und sie beeinflussen auch das Kauf- und Konsumverhalten an sich, also z. B. Online-Kauf und Online-Konsum, z.B. von Video-On-Demand Angeboten. Die simultane bzw. sukzessive Nutzung unterschiedlicher Endgeräte bzw. Bildschirme („Screens“) sowie deren Einfluss auf das Konsumentenverhalten gewinnen damit an Relevanz für Forschung und Praxis. Im Rahmen des interdisziplinären Projektes soll deshalb die „Multi-Device-Journey“ der Konsumenten analysiert werden, um die Nutzungsweise und Einflussfaktoren auf das Konsumentenverhalten zu verstehen und dadurch Erkenntnisse für die Forschung sowie Implikationen für die Praxis zu generieren.

Unter der „Multi-Device-Journey“ kann die gleichzeitige oder sequenzielle Verwendung mehrerer internetfähiger Endgeräte zur Durchführung einer Aufgabe, bspw. zur Kommunikation, Informationsbeschaffung oder für den (Online-)Einkauf, verstanden werden. Eine gleichzeitige Nutzung wäre beispielsweise gegeben, wenn ein Online-Einkauf über ein Endgerät vorbereitet wird, ein weiteres Endgerät aber simultan zur Recherche von Informationen genutzt wird, z.B. der Abruf von einem Produktvideo am Smart TV oder die parallele Betrachtung von Kundenrezensionen über ein Tablet. Von einer sequenziellen Nutzung wird ausgegangen, wenn mehrere Endgeräte nacheinander für eine Aufgabe genutzt werden, z.B. der Online-Einkauf über ein Smartphone realisiert wird, die Zahlung dann nachfolgend über ein Laptop. Diese 2nd-, 3rd-Screen oder darüber hinaus gehende Nutzung von mehreren heterogenen Endgeräten führt zu einer Reihe relevanter Forschungsfragen, für die bisher noch keine systematischen Erkenntnisse vorliegen und die es daher im Rahmen des interdisziplinären Projektes zu adressieren gilt:

- Warum und wie nutzen Konsumenten verschiedene internetfähige Endgeräte im Rahmen der „Multi-Device-Journey“?
- Für welche Aufgaben und Zwecke nutzen Konsumenten unterschiedliche Endgeräte?
- Wann und wieso werden unterschiedliche Endgeräte simultan (gleichzeitig) bzw. sukzessive (nacheinander) verwendet?
- In welchen Situationen lassen sich bestimmte Kombinationen von Endgeräten identifizieren?
- Wo und warum finden Medienbrüche statt?
- Welche gesellschaftlichen, medialen und sicherheitsrelevanten (z.B. datenschutzrechtliche) Folgen ergeben sich durch die „Multi-Device-Journey“?

Zielgruppe:

Die Veranstaltung (Kennnummer IB 2) richtet sich vornehmlich an **Studierende im interdisziplinären Masterstudiengang Medien und Gesellschaft (IMuG)**. Informationen zur Anrechenbarkeit entnehmen Sie bitte dem [LSF](#) oder dem Modulhandbuch.

Leistungspunkte:

9 Leistungspunkte für die erfolgreiche Bearbeitung (mindestens ausreichend) einer Themenstellung (inkl. filmische Ausarbeitung, Präsentation der Ergebnisse mit anschließender Diskussion) sowie für die aktive Teilnahme an den Blockveranstaltungen.

Inhalte/Lernziele:

Die Studierenden sollen anhand ausgewählter Themen lernen, diese mithilfe der relevanten Literaturbeiträge und eigener empirischer Forschung selbstständig zu erfassen und kritisch zu würdigen. Ein Thema soll vertieft für die Anfertigung einer filmischen Hausarbeit eines darauf aufbauenden Präsentation mit Diskussion bearbeitet werden. Dabei lernen die Studierenden Methoden und Techniken des wissenschaftlichen und filmischen Arbeitens ebenso kennen wie Vortrags- und Präsentationstechniken.

Struktur der Veranstaltung:

Die Studierenden führen unter Anleitung semesterbegleitend ein Filmprojekt für die Beantwortung einer vorgegebenen Problem- bzw. Fragestellung durch. Einführend und begleitend werden theoretisch-begriffliche Grundlagen sowie (v.a.) Forschungsmethoden und -techniken erörtert und eingeübt. Aufgabe der Studierenden ist es die Multi-Device-Customer-Journey über einen selbst erstellten Film abzubilden und wissenschaftlich zu analysieren. Die Erstellung des Films beinhaltet mediale Aspekte (u.a. filmen, schneiden, vertonen, Untertiteln) als auch die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit der Methode des Films als Forschungsinstrument.

Teilnahme & Anmeldung:

Für die Teilnahme ist eine fristgerechte Anmeldung über das [LSF](#) notwendig.

Termine & Abgabefristen:

Die Teilnahme an den Veranstaltungen ist **verbindlich**; Präsentation und Diskussion der Forschungsarbeiten erfolgen am Ende der Vorlesungszeit im Sommersemester 2016. Die jeweiligen Zeiten und Räume werden noch bekannt gegeben.

- **13.04.2016: Einführungsveranstaltung (12-14 Uhr):** Einführung in die Struktur der Veranstaltung und die Forschungsmethoden

Weitere Termine werden zeitnah im LSF bekannt gegeben.

Einstiegsliteratur:

- Alves, A. L. (2015). Multiscreen Technology Consumption and Dependence. *Universal Journal of Management*, 3(12), 521-523.
- Brasel, S. A., & Gips, J. (2011). Media multitasking behavior: Concurrent television and computer usage. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(9), 527-534.
- Brasel, S. A., & Gips, J. (2014). Tablets, touchscreens, and touchpads: how varying touch interfaces trigger psychological ownership and endowment. *Journal of Consumer Psychology*, 24(2), 226-233.
- D'heer, E., Courtois, C., & Paulussen, S. (2012). Everyday life in (front of) the screen: the consumption of multiple screen technologies in the living room context. In *Proceedings of the 10th European conference on Interactive tv and video* (pp. 195-198). ACM.
- Maity, M., & Dass, M. (2014). Consumer decision-making across modern and traditional channels: E-commerce, m-commerce, in-store. *Decision Support Systems*, 61, 34-46.
- Marsh, S., Mhurchu, C. N., Jiang, Y., & Maddison, R. (2015). Modern Screen-Use Behaviors: The Effects of Single-and Multi-Screen Use on Energy Intake. *Journal of Adolescent Health*, 56(5), 543-549.
- Rooksby, J., Smith, T. E., Morrison, A., Rost, M., & Chalmers, M. (2015). Configuring Attention in the Multiscreen Living Room. In *ECSCW 2015: Proceedings of the 14th European Conference on Computer Supported Cooperative Work, 19-23 September 2015, Oslo, Norway* (pp. 243-261). Springer International Publishing.
- Shin, D. H. (2013). N-SCREEN: How multi-screen will impact diffusion and policy?. *Information, Communication & Society*, 16(6), 918-944.
- Wagner, G. (2015). *Multichannel e-commerce: consumer behavior across e-channels and e-channel touchpoints* (Doctoral dissertation, Siegen).
- Zhang, Y., Mao, M., Rau, P. L. P., Choe, P., Bela, L., & Wang, F. (2013). Exploring factors influencing multitasking interaction with multiple smart devices. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2579-2588.