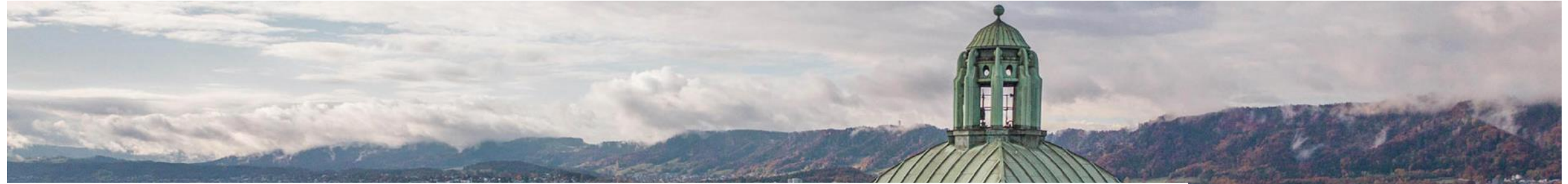




Universität
Zürich ^{UZH}



Kommunikationswissenschaft im Master studieren

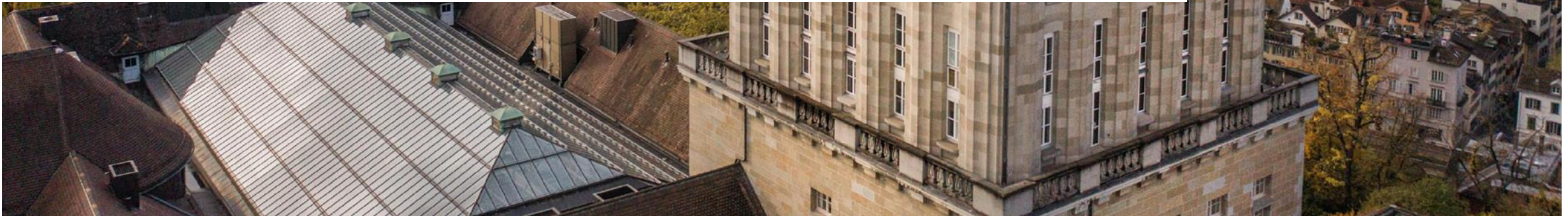
Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

Frank Esser, Studienprogrammdirektor

Stefanie Hangartner, Studienprogrammkoordinatorin

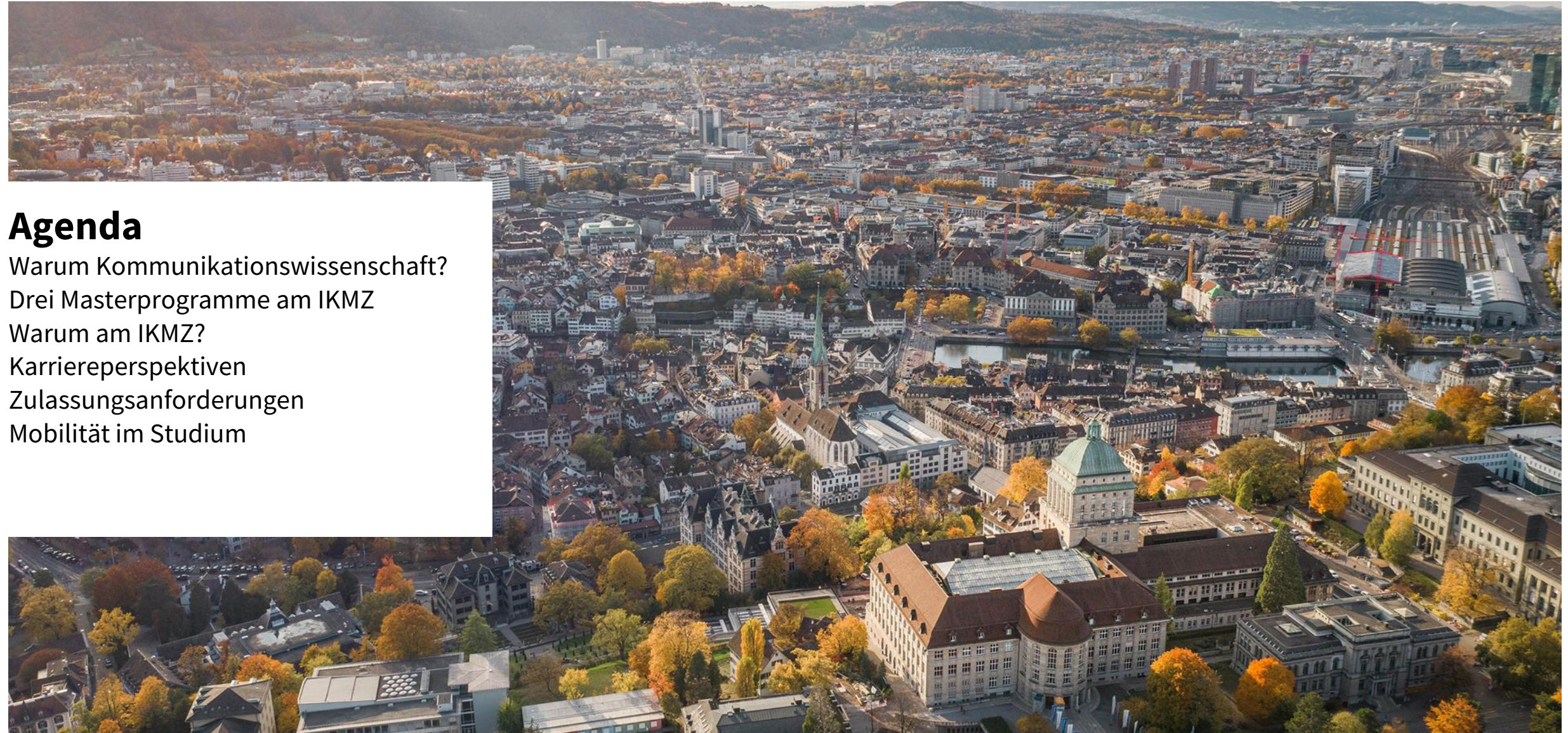
Coralie Plumgraaff, Studienberaterin

4. März 2026





Universität
Zürich^{UZH}



Agenda

Warum Kommunikationswissenschaft?

Drei Masterprogramme am IKMZ

Warum am IKMZ?

Karrierperspektiven

Zulassungsanforderungen

Mobilität im Studium

Warum Kommunikationswissenschaft?

- Kommunikationswissenschaft ist in der digitalen Gesellschaft zu einer Leitdisziplin aufgestiegen
- «Was wir über unsere Gesellschaft (...) wissen, wissen wir durch die Medien“ bzw. „die Öffentlichkeit“ (Niklas Luhmann)



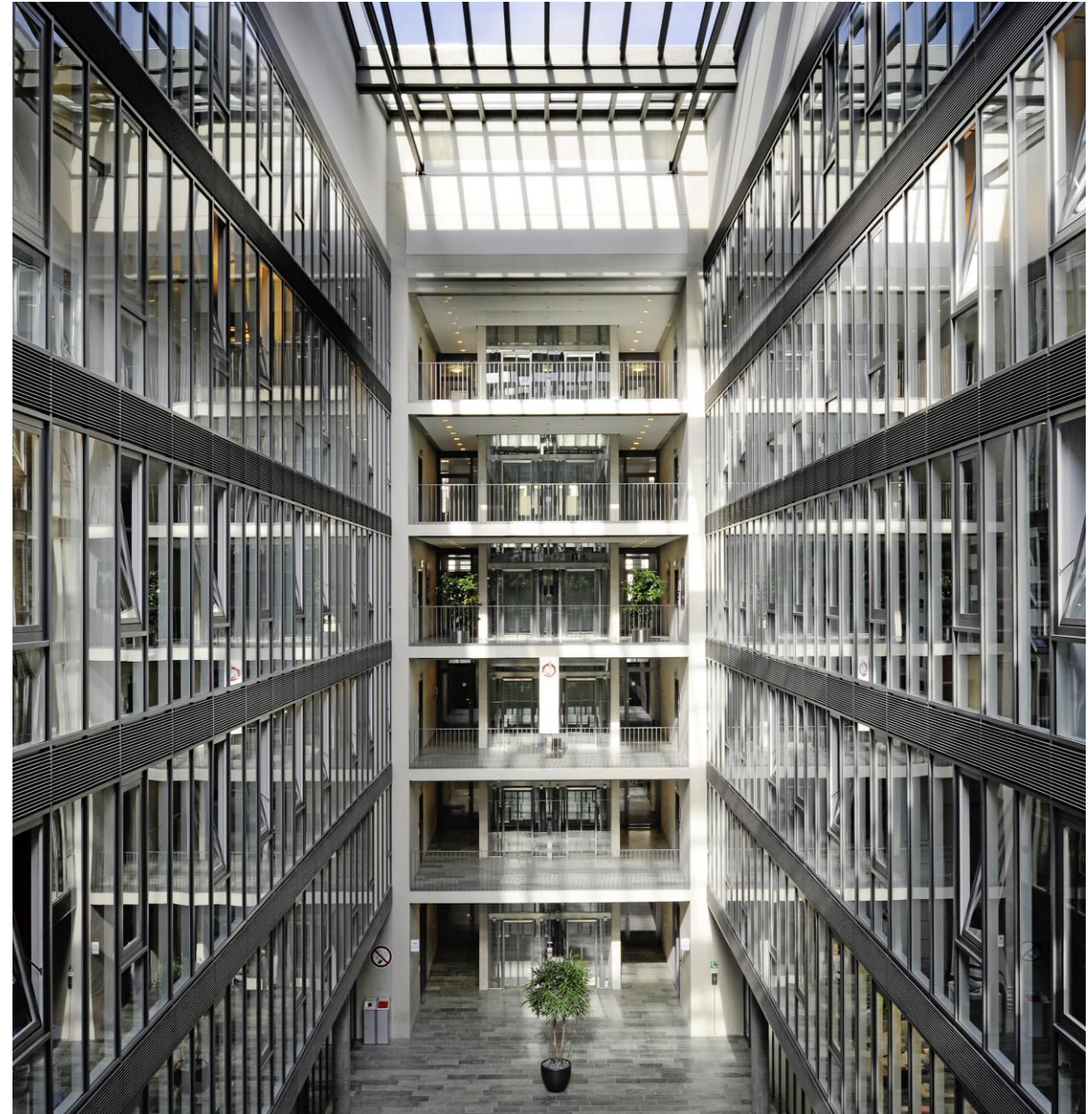
KI & Führung: Neue Rollen, Neue Skills

- KI automatisiert Routinen, schafft aber neue **strategische Führungsjobs** (z.B. CAIO).
- Entscheidend sind **menschliche Skills**: Soft Skills, Kritisches Denken & Ethik-Kompetenz.
- Die größte Herausforderung ist die **Qualifikationslücke**; Weiterbildung ist essenziell.

|| S+P

Warum am IKMZ?

- **Spitzenplatz** in Europa laut einschlägigen Hochschul-Rankings
- 1'200 Studierende, 80 Mitarbeitende
- Ca. 200 Lehrveranstaltungen pro Jahr
- Ca. 150 Publikationen pro Jahr
- Führend im Bereich kommunikationswissenschaftlicher Theorien und Methoden der «Data Science»



Karrierperspektiven



Institut für Kommunikations-
wissenschaft und Medienforschung



**Kommunikations-
wissenschaft studieren
und dann?**

Karrierewege im Porträt

- 95% im Beschäftigungsmarkt, oft in Führungspositionen
- Häufigste Betätigungsfelder:
 - Kommunikationsabteilungen von Unternehmen, öffentlichen oder Non-Profit-Organisationen
 - Marketing- und Werbeagenturen
 - Medien-, Meinungs- und Marktforschungsunternehmen
 - Politik und öffentliche Verwaltung
 - Journalismus und Medienproduktion
 - Medienmanagement und Medienvermarktung
 - Forschung und Lehre an Hochschulen



Zur Broschüre

Drei Masterstudiengänge am IKMZ

Kommunikationswissenschaft und Medienforschung




Inhalte
Das Masterprogramm 'Kommunikationswissenschaft und Medienforschung' beschäftigt sich mit interdisziplinärer Kommunikation. Die Studien beschäftigen sich mit den literarischen, technologischen, sozialen und politischen Rahmenbedingungen des Medienwandels, Strukturen von Medieninhalten, politischen Prozessen, vernetzten Kommunikationsnetzwerken von Organisationen sowie den Nutzungsmustern und der Wirkung von Medieninhalten. Das Masterstudium beruht auf der Beherrschung und dem Verständnis fachspezifischer Wissen, aktueller Forschungsergebnisse sowie umfassende methodische Qualifikation der Sozialwissenschaften. Diese beinhalten, entspricht Fachkompetenz in eigenen und interdisziplinären, inhaltlich durch das Masterprogramm die Vielfalt und die Breite des Fachs.

Zulassung
Eine Zulassung zum Programm setzt 60 ECTS-Punkte an fachlichen Vorwissen voraus.

- Kenntnisse der Theorien und Bereiche der Kommunikationswissenschaft; Medienpolitik, Medienökonomie, Medienrecht, Medienentwicklung, Medienproduktion, Medienmanagement, Medienrezeption und Medienwirkung.

Weitere Informationen
Alle Masterstudiengänge der UZH
www.uzh.ch
Bewerbung und Zulassung
www.uzh.ch/zh/zh-en/apply
Studien- und Beratungsdienste
www.uzh.ch/studien
Zentrale Kontaktstellen
www.uzh.ch/central



Kommunikationswissenschaft und Medienforschung studieren

Strategische Kommunikation & Management




Inhalte
Das zweijährige Masterprogramm 'Strategische Kommunikation & Management' vermittelt theoretische Wissen und praktische Fertigkeiten zur Kommunikation von Organisationen in Bezug auf interne und externe Zielgruppen und Öffentlichkeiten. In den spezialisierten Lehrveranstaltungen beschäftigen sich Studierende mit der Analyse von Strategien und der Wirkung von Kommunikationsmaßnahmen, aber auch dem Management von Kommunikationsprozessen, dem Verständnis von Prozessen der Public Relations, Werbung, Kampagnen und die Chancen und Grenzen strategischer Kommunikation. Theoretische Grundlagen sind:

- Wie werden Kommunikationsstrategien entwickelt und umgesetzt?
- Welche Wirkung lässt sich auf Einstellungen und Verhalten unterschiedlicher Zielgruppen feststellen?
- Welche Motive und Ziele werden in der strategischen Kommunikation verfolgt?
- Wie wird die Ziele und Missionen aus Sicht von Organisationen unterschiedlichen Typs?

Zulassungsvoraussetzungen
Die Kenntnisse des Bachelor muss 50 oder höher sein. Fachliche Voraussetzungen (60 ECTS):

- Theorien und Bereiche der Kommunikationswissenschaft; Medienpolitik, Medienökonomie, Medienrecht, Medienentwicklung, Medienproduktion, Medienmanagement, Medienrezeption, Medienwirkung (6 ECTS)

Weitere Informationen
Alle Masterstudiengänge der UZH
www.uzh.ch
Bewerbung und Zulassung
www.uzh.ch/zh/zh-en/apply
Studien- und Beratungsdienste
www.uzh.ch/studien
Zentrale Kontaktstellen
www.uzh.ch/central



Strategische Kommunikation & Management studieren

Internet & Society




Content
From Twitter to TikTok, Zoom calls to a voting, and dissemination to algorithms, the Internet has changed everyday life. It has changed the way we communicate, how we live, where we can work, and just about every other facet of life. It offers opportunities and poses challenges for citizens, media organizations, and governments at the local, national, and international levels. The master's program Internet & Society provides students with in-depth knowledge and up-to-date findings about the social, economic, cultural, and political aspects of digital media. Students learn how to study the implications of Internet use, how to leverage the opportunities and how to meet the challenges of a constantly changing media ecosystem. What internet skills do we need to navigate the web of tomorrow? How can we tackle misinformation on social media? What are digital inequalities, who do they prevent and how can we bridge them? Join the exciting state-of-the-art master's program and find out.

Admission Requirements
Prerequisites for admission into the program is a Bachelor degree in Communication and Media, other Social Sciences (e.g., Sociology, Political Science) or Psychology amounting to at least 90 ECTS. Further requirements are:

Further Information
All degree programs of UZH
www.uzh.ch/studien
Application and Admission
Lecturers
Studying at UZH
uzh.ch/en/master/degrees
Admission & Support
www.uzh.ch/en/central/central-en



Study Internet & Society

Der «Weiterführende» ... deckt die gesamte Breite und Vielfalt des Fachs ab

Kommunikationswissenschaft und Medienforschung




Kommunikationswissenschaft und Medienforschung studieren

Inhalte
Das Masterprogramm «Kommunikationswissenschaft und Medienforschung» beschäftigt sich mit interdisziplinärer Kommunikation. Die Studien beschäftigt sich mit den literarischen, technologischen, sozialen und politischen Rahmbedingungen der Medienentwicklung, Strukturen von Medienmärkten, politischen Prozessen, vernetzten Kommunikationsnetzwerken von Organisationen sowie den Nutzungsmustern und der Wirkung von Medienkreisläufen. Das Masterstudium beruht auf der Beherrschung und dem Verständnis fachspezifischer Wissen, aktuelle Forschungsergebnisse sowie umfassende methodische Qualifikation der Sozialwissenschaften. Diese beinhalten, entspricht Fachwissen selbstständig zu generieren und durchzuführen. Inhaltlich deckt das Masterprogramm die Vielfalt und die Breite des Fachs ab.

Zielsetzung
Eine Zulassung zum Programm setzt 60 ECTS-Punkte an fachlichen Vorwissen voraus.

- Kenntnisse der Theorien und Teilbereiche der Kommunikationswissenschaft: Medienpolitik, Medienökonomie, Medienrecht, Medienentwicklung, Medienproduktion, Medienmanagement, Medienrezeption und Medienwirkung.

Weitere Informationen
Alle Masterstudiengänge der LZH
www.lzh.unizh.ch
Bewerbung und Zulassung
www.zhb.unizh.ch/lehre
Studien- und Prüfungsamt
www.zhb.unizh.ch/studienamt
Zentrale Kontaktstellen
www.zhb.unizh.ch

University of Zurich
Institute for Communication
and Media Research
Kommunikation &
Medienforschung
CH-8055 Zurich




Strategische Kommunikation & Management studieren

Inhalte
Das zweisemestrige Masterprogramm «Strategische Kommunikation & Management» vermittelt theoretische Wissen und praktische Fertigkeiten zur Kommunikation von Organisationen in Bezug auf interne und externe Zielgruppen und Öffentlichkeiten. In den vorkurstrukturierten Lehrveranstaltungen beschäftigen sich Studierende mit der Analyse von Strategien und der Wirkung von Kommunikationsmaßnahmen, aber auch dem Management von Kommunikationsprozessen, dem Verständnis von Prozessen der Public Relations, Werbung, Kampagnen und die Chancen und Grenzen strategischer Kommunikation. Beispiele von Fragestellungen sind:

- Wie werden Kommunikationsstrategien entwickelt und umgesetzt?
- Welche Wirkung lässt sich auf Einstellungen und Verhalten unterschiedlicher Zielgruppen feststellen?
- Welche Motive und Ziele werden in der strategischen Kommunikation verwendet?
- Was sind die Ziele und Missionen aus Sicht von Organisationen unterschiedlichen Typs?

Zulassungsvoraussetzungen
Die Gesamtheit des Bachelor muss 50 oder höher sein. Fachliche Voraussetzungen (60 ECTS):
• Theorien und Teilbereiche der Kommunikationswissenschaft: Medienpolitik, Medienökonomie, Medienrecht, Medienentwicklung, Medienproduktion, Medienmanagement, Medienrezeption, Medienwirkung (6 ECTS)

Weitere Informationen
Alle Masterstudiengänge der LZH
www.lzh.unizh.ch
Bewerbung und Zulassung
www.zhb.unizh.ch/lehre
Studien- und Prüfungsamt
www.zhb.unizh.ch/studienamt
Zentrale Kontaktstellen
www.zhb.unizh.ch

University of Zurich
Institute for Communication
and Media Research
Kommunikation &
Medienforschung
CH-8055 Zurich

Strategische Kommunikation & Management




Study Internet & Society

Content
From Twitter to TikTok, Zoom calls to e-voting, and dissemination to algorithms, the Internet has changed everyday life. It has changed the way we communicate, how we live, where we can work, and just about every other facet of life. It offers opportunities and poses challenges for citizens, media organizations, and governments at the local, national, and international levels. The master's program Internet & Society provides students with in-depth knowledge and up-to-date findings about the social, economic, cultural, and political aspects of digital media. Students learn how to study the implications of Internet use, how to leverage the opportunities and how to meet the challenges of a constantly changing media ecosystem. What internet skills do we need to navigate the web of tomorrow? How can we tackle misinformation on social media? What are digital inequalities, who do they prevent and how can we bridge them? Join the exciting state-of-the-art master's program and find out.

Admission Requirements
Prerequisites for admission into the program is a Bachelor degree in Communication and Media, other Social Sciences (e.g., Sociology, Political Science) or in Psychology amounting to at least 90 ECTS. Further requirements are:

Further Information
All degree programs of LZH
www.lzh.unizh.ch
Application and Admission
www.zhb.unizh.ch/lehre
Studying at LZH
www.zhb.unizh.ch/studienamt
Admission & Contact
www.zhb.unizh.ch/lehre/lehre

University of Zurich
Institute for Communication
and Media Research
Kommunikation &
Medienforschung
CH-8055 Zurich




Study Internet & Society

Content
From Twitter to TikTok, Zoom calls to e-voting, and dissemination to algorithms, the Internet has changed everyday life. It has changed the way we communicate, how we live, where we can work, and just about every other facet of life. It offers opportunities and poses challenges for citizens, media organizations, and governments at the local, national, and international levels. The master's program Internet & Society provides students with in-depth knowledge and up-to-date findings about the social, economic, cultural, and political aspects of digital media. Students learn how to study the implications of Internet use, how to leverage the opportunities and how to meet the challenges of a constantly changing media ecosystem. What internet skills do we need to navigate the web of tomorrow? How can we tackle misinformation on social media? What are digital inequalities, who do they prevent and how can we bridge them? Join the exciting state-of-the-art master's program and find out.

Admission Requirements
Prerequisites for admission into the program is a Bachelor degree in Communication and Media, other Social Sciences (e.g., Sociology, Political Science) or in Psychology amounting to at least 90 ECTS. Further requirements are:

Further Information
All degree programs of LZH
www.lzh.unizh.ch
Application and Admission
www.zhb.unizh.ch/lehre
Studying at LZH
www.zhb.unizh.ch/studienamt
Admission & Contact
www.zhb.unizh.ch/lehre/lehre

University of Zurich
Institute for Communication
and Media Research
Kommunikation &
Medienforschung
CH-8055 Zurich

Internet & Society




Kommunikationswissenschaft und Medienforschung studieren

Inhalte
Das Masterprogramm «Kommunikationswissenschaft und Medienforschung» beschäftigt sich mit interdisziplinärer Kommunikation. Die Studien beschäftigt sich mit den literarischen, technologischen, sozialen und politischen Rahmbedingungen der Medienentwicklung, Strukturen von Medienmärkten, politischen Prozessen, vernetzten Kommunikationsnetzwerken von Organisationen sowie den Nutzungsmustern und der Wirkung von Medienkreisläufen. Das Masterstudium beruht auf der Beherrschung und dem Verständnis fachspezifischer Wissen, aktuelle Forschungsergebnisse sowie umfassende methodische Qualifikation der Sozialwissenschaften. Diese beinhalten, entspricht Fachwissen selbstständig zu generieren und durchzuführen. Inhaltlich deckt das Masterprogramm die Vielfalt und die Breite des Fachs ab.

Zielsetzung
Eine Zulassung zum Programm setzt 60 ECTS-Punkte an fachlichen Vorwissen voraus.

- Kenntnisse der Theorien und Teilbereiche der Kommunikationswissenschaft: Medienpolitik, Medienökonomie, Medienrecht, Medienentwicklung, Medienproduktion, Medienmanagement, Medienrezeption und Medienwirkung.

Weitere Informationen
Alle Masterstudiengänge der LZH
www.lzh.unizh.ch
Bewerbung und Zulassung
www.zhb.unizh.ch/lehre
Studien- und Prüfungsamt
www.zhb.unizh.ch/studienamt
Zentrale Kontaktstellen
www.zhb.unizh.ch

University of Zurich
Institute for Communication
and Media Research
Kommunikation &
Medienforschung
CH-8055 Zurich




Strategische Kommunikation & Management studieren

Inhalte
Das zweisemestrige Masterprogramm «Strategische Kommunikation & Management» vermittelt theoretische Wissen und praktische Fertigkeiten zur Kommunikation von Organisationen in Bezug auf interne und externe Zielgruppen und Öffentlichkeiten. In den vorkurstrukturierten Lehrveranstaltungen beschäftigen sich Studierende mit der Analyse von Strategien und der Wirkung von Kommunikationsmaßnahmen, aber auch dem Management von Kommunikationsprozessen, dem Verständnis von Prozessen der Public Relations, Werbung, Kampagnen und die Chancen und Grenzen strategischer Kommunikation. Beispiele von Fragestellungen sind:

- Wie werden Kommunikationsstrategien entwickelt und umgesetzt?
- Welche Wirkung lässt sich auf Einstellungen und Verhalten unterschiedlicher Zielgruppen feststellen?
- Welche Motive und Ziele werden in der strategischen Kommunikation verwendet?
- Was sind die Ziele und Missionen aus Sicht von Organisationen unterschiedlichen Typs?

Zulassungsvoraussetzungen
Die Gesamtheit des Bachelor muss 50 oder höher sein. Fachliche Voraussetzungen (60 ECTS):
• Theorien und Teilbereiche der Kommunikationswissenschaft: Medienpolitik, Medienökonomie, Medienrecht, Medienentwicklung, Medienproduktion, Medienmanagement, Medienrezeption, Medienwirkung (6 ECTS)

Weitere Informationen
Alle Masterstudiengänge der LZH
www.lzh.unizh.ch
Bewerbung und Zulassung
www.zhb.unizh.ch/lehre
Studien- und Prüfungsamt
www.zhb.unizh.ch/studienamt
Zentrale Kontaktstellen
www.zhb.unizh.ch

University of Zurich
Institute for Communication
and Media Research
Kommunikation &
Medienforschung
CH-8055 Zurich

Der «Spezialisierte» ... hat einen thematischen Fokus auf Strategische Kommunikation

Kommunikationswissenschaft und Medienforschung




Kommunikationswissenschaft und Medienforschung studieren

Inhalte
Das Masterprogramm «Kommunikationswissenschaft und Medienforschung» beschäftigt sich mit interdisziplinärer Kommunikation. Die Studienbeschäftigung mit den historischen, technologischen, sozialen und politischen Rahmenbedingungen des Medienwandels, Strukturen von Medieninstituten, politischen Prozessen, vernetzten Kommunikationsangeboten von Organisationen sowie den Nutzungsmustern und der Wirkung von Medienkreisläufen. Das Masterstudium baut auf der Bachelorarbeit auf und vermittelt fachspezifisches Wissen, aktuelle Forschungsergebnisse sowie umfassende methodische Qualifikationen der Sozialwissenschaften. Diese beinhalten, entspricht Fachwissen selbstständig zu generieren und darzustellen. Inhaltlich deckt das Masterprogramm die Vielfalt und die Breite des Fachs ab.

Zielsetzung
Eine Zulassung zum Programm setzt 60 ECTS-Punkte an fachlichen Vorwissen voraus.

- Kenntnisse der Theorien und insbesondere der Kommunikationswissenschaft, Medienpolitik, Medienökonomie, Medienrecht, Medienentwicklung, Medienproduktion, Medienmanagement, Medienrezeption und Medienwirkung.

Weitere Informationen
Alle Informationen der LZH:
www.lzh.ch
Bewerbung und Zulassung:
www.zh.ch/zh/lehre/lehre
Studi- und Prüfungsleistungen:
www.zh.ch/lehre/lehre
Zentrale Kontaktstellen:
www.zh.ch/lehre/lehre

Studienort
Institute Kommunikation:
Widenerstrasse 10
8050 Zürich

Strategische Kommunikation & Management




Strategische Kommunikation & Management studieren

Inhalte
Das spezialisierte Masterprogramm «Strategische Kommunikation & Management» vermittelt theoretisches Wissen und aktuelle Forschungsergebnisse zur Kommunikation von Organisationen in Bezug auf interne und externe Zielgruppen und Öffentlichkeiten. In den spezialisierten Lehrveranstaltungen beschäftigen sich Studierende mit der Analyse von Strategien und der Wirkung von Kommunikationsmassnahmen, aber auch dem Management von Kommunikationsprozessen, dem Verständnis von Prozessen der Public Relations, Werbung, Kampagnen und der Chancen und Grenzen strategischer Kommunikationskonzepte von Fragestellungen sind:

- Wie werden Kommunikationskonzepte entwickelt und umgesetzt?
- Welche Wirkung lässt sich auf Einstellungen und Verhalten unterschiedlicher Zielgruppen (Intermediäre, Mächtige Mäxter und Stille) erwarten in der strategischen Kommunikation von Mäxtern?
- Wie wird die Ziele und Missionen aus Sicht von Organisationen umzusetzen?

Zulassungsvoraussetzungen
Die Gesamtheit des Bachelor muss 150 oder höher sein. Fachliche Voraussetzungen (60 ECTS):

- Theorien und insbesondere der Kommunikationswissenschaft, Medienpolitik, Medienökonomie, Medienrecht, Medienentwicklung, Medienproduktion, Medienmanagement, Medienrezeption, Medienwirkung (60 ECTS)

Weitere Informationen
Alle Informationen der LZH:
www.lzh.ch
Bewerbung und Zulassung:
www.zh.ch/zh/lehre/lehre
Studi- und Prüfungsleistungen:
www.zh.ch/lehre/lehre
Zentrale Kontaktstellen:
www.zh.ch/lehre/lehre

Studienort
Institute Kommunikation:
Widenerstrasse 10
8050 Zürich

Internet & Society




Study Internet & Society

Content
From Twitter to TikTok, Zoom calls to a voting, and dissemination to algorithms, the Internet has changed everyday life. It has changed the way we communicate, how we live, where we can work, and just about every other facet of life. It offers opportunities and poses challenges for citizens, media, organizations, and governments at the local, national, and international levels. The master's program Internet & Society provides students with in-depth knowledge and up-to-date findings about the social, economic, cultural, and political aspects of digital media. Students learn how to study the implications of Internet use, how to leverage the opportunities and how to meet the challenges of a constantly changing media ecosystem. What internet skills do we need to navigate the web of tomorrow? How can we tackle misinformation on social media? What are digital inequalities, who do they prevent and how can we bridge them? Join the exciting state-of-the-art master's program and find out.

Admission Requirements
Prerequisites for admission into the program is a Bachelor degree in Communication and Media, other Social Sciences (e.g., Sociology, Political Science) or in Psychology amounting to at least 60 ECTS. Further requirements are:

- Very good English language skills at the academic level
- Good grades in the Bachelor's program
- A writing sample in English
- A motivation letter in English
- A study plan, preferably also approved in English
- Upon request of the Admissions Committee further evidence of qualifications relevant to the study program and/or an admission interview

Career Prospects
Competences acquired in how to study on the transnational relationships between the Internet, individuals, and society, as well as profound knowledge of the methods and methodologies of the social sciences qualify students for management positions in media and information technology programs, public sector bodies, non-governmental organizations, and scientific institutions.

Further Information
All degree programs of LZH:
www.lzh.ch
Application and Admission:
www.lzh.ch/lehre/lehre
Studying at LZH:
www.lzh.ch/lehre/lehre
Contact:
www.lzh.ch/lehre/lehre

Studienort
Institute Kommunikation:
Widenerstrasse 10
8050 Zürich

Der «Internationale» ... ist ein englischsprachiger Mono Master mit thematischem Fokus

Kommunikationswissenschaft und Medienforschung




Kommunikationswissenschaft und Medienforschung studieren

Inhalte
Das Masterprogramm «Kommunikationswissenschaft und Medienforschung» beschäftigt sich mit interdisziplinärer Kommunikation. Die Studienrichtung befasst sich mit den literarischen, technologischen, sozialen und politischen Rahmenbedingungen der Medienentwicklung, Strukturen von Medieninhalten, politischen Prozessen, vernetzten Kommunikationsnetzwerken von Organisationen sowie den Nutzungsmustern und der Wirkung von Medieninhalten. Das Masterstudium beruht auf der Beherrschung und dem Verständnis fachspezifischer Wissen, aktuelle Forschungsergebnisse sowie umfassende methodische Qualifikation der Sozialwissenschaften. Diese beinhalten, entspricht Fachkompetenz in folgenden Bereichen:
Inhaltlich deckt das Masterprogramm die Vielfalt und die Breite des Fachs ab.

Zielsetzung
Eine Zulassung zum Programm setzt 60 ECTS-Punkte an fachlichen Vorkenntnissen voraus.

- Kenntnisse der Theorien und Bereiche der Kommunikationswissenschaft: Medienpolitik, Medienökonomie, Medienethik, Medienentwicklung, Medienproduktion, Medienmanagement, Medienrezeption und Medienwirkung.

Weitere Informationen
Alle Masterstudiengänge der UZH
www.uzh.ch/lehre
Bewerbung und Zulassung
www.uzh.ch/lehre/apply.html
Studi- und Prüfungsleistungen
www.uzh.ch/lehre/apply.html
Zentrale Kontaktstellen
www.uzh.ch/lehre/apply.html

Strategische Kommunikation & Management




Strategische Kommunikation & Management studieren

Inhalte
Das spezialisierte Masterprogramm «Strategische Kommunikation & Management» vermittelt theoretische Wissen und praktische Fertigkeiten zur Kommunikation von Organisationen in Bezug auf interne und externe Zielgruppen und Öffentlichkeiten. In den spezialisierten Lehrveranstaltungen beschäftigen sich Studierende mit der Analyse von Strategien und der Wirkung von Kommunikationsmaßnahmen, aber auch dem Management von Kommunikationsprozessen, dem Verständnis von Prozessen der Public Relations, Werbung, Kampagnen und die Chancen und Grenzen strategischer Kommunikation. Die zentralen Themen sind:
• Wie werden Kommunikationsstrategien entwickelt und umgesetzt?
• Welche Wirkung lässt sich auf Einstellungen und Verhalten unterschiedlicher Zielgruppen feststellen?
• Welche Motive und Ziele verankern in der strategischen Kommunikation?
• Wie sind die Ziele und Missionen aus Sicht von Organisationen unterschiedlichen Typs?

Zielsetzung
Die Gewinner des Bachelor müssen 50 oder höher sein. Fachliche Vorkenntnisse (60 ECTS):
• Theorien und Bereiche der Kommunikationswissenschaft: Medienpolitik, Medienökonomie, Medienethik, Medienentwicklung, Medienproduktion, Medienmanagement, Medienrezeption, Medienwirkung (60 ECTS)

Weitere Informationen
Alle Masterstudiengänge der UZH
www.uzh.ch/lehre
Bewerbung und Zulassung
www.uzh.ch/lehre/apply.html
Studi- und Prüfungsleistungen
www.uzh.ch/lehre/apply.html
Zentrale Kontaktstellen
www.uzh.ch/lehre/apply.html

Internet & Society




Study Internet & Society

Content
From Twitter to TikTok, Zoom calls to e-voting, and disinformation to algorithms, the Internet has changed everyday life. It has changed the way we communicate, how we live, where we can work, and just about every other facet of life. It offers opportunities and poses challenges for citizens, media, corporations, and governments at the local, national, and international levels. The master's program Internet & Society provides students with in-depth knowledge and up-to-date findings about the social, economic, cultural, and political aspects of digital media. Students learn how to study the implications of Internet use, how to leverage the opportunities and how to meet the challenges of a constantly changing media ecosystem. What internet skills do we need to navigate the web of tomorrow? How can we tackle misinformation on social media? What are digital inequalities, who do they prevent and how can we bridge them? Join the exciting state-of-the-art master's program and find out.

Admission Requirements
Prerequisites for admission into the program is a Bachelor degree in Communication and Media, other Social Sciences (e.g., Sociology, Political Science) or in Psychology amounting to at least 90 ECTS. Further requirements are:

- Very good English language skills at the academic level
- Good grades in the Bachelor's program
- A writing sample in English
- A motivation letter in English
- A liability paper (not applicable to the applicant in English)
- Upper report of the Admissions Committee further evidence of qualifications relevant to the study program and/or an admission interview

Career Prospects
Competences acquired in how to study the transnational relationships between the Internet, individuals, and society, as well as profound knowledge of the methods and methodologies of the social sciences qualify students for management positions in media and information technology programs, public sector bodies, non-governmental organizations, and scientific institutions.

Further Information
All degree programs of UZH
www.uzh.ch/lehre/apply.html
Application and Admission
www.uzh.ch/lehre/apply.html
Studying at UZH
www.uzh.ch/en/studying-at-uzh
Admission & Support
www.uzh.ch/en/admission-support
www.uzh.ch/en/admission-support

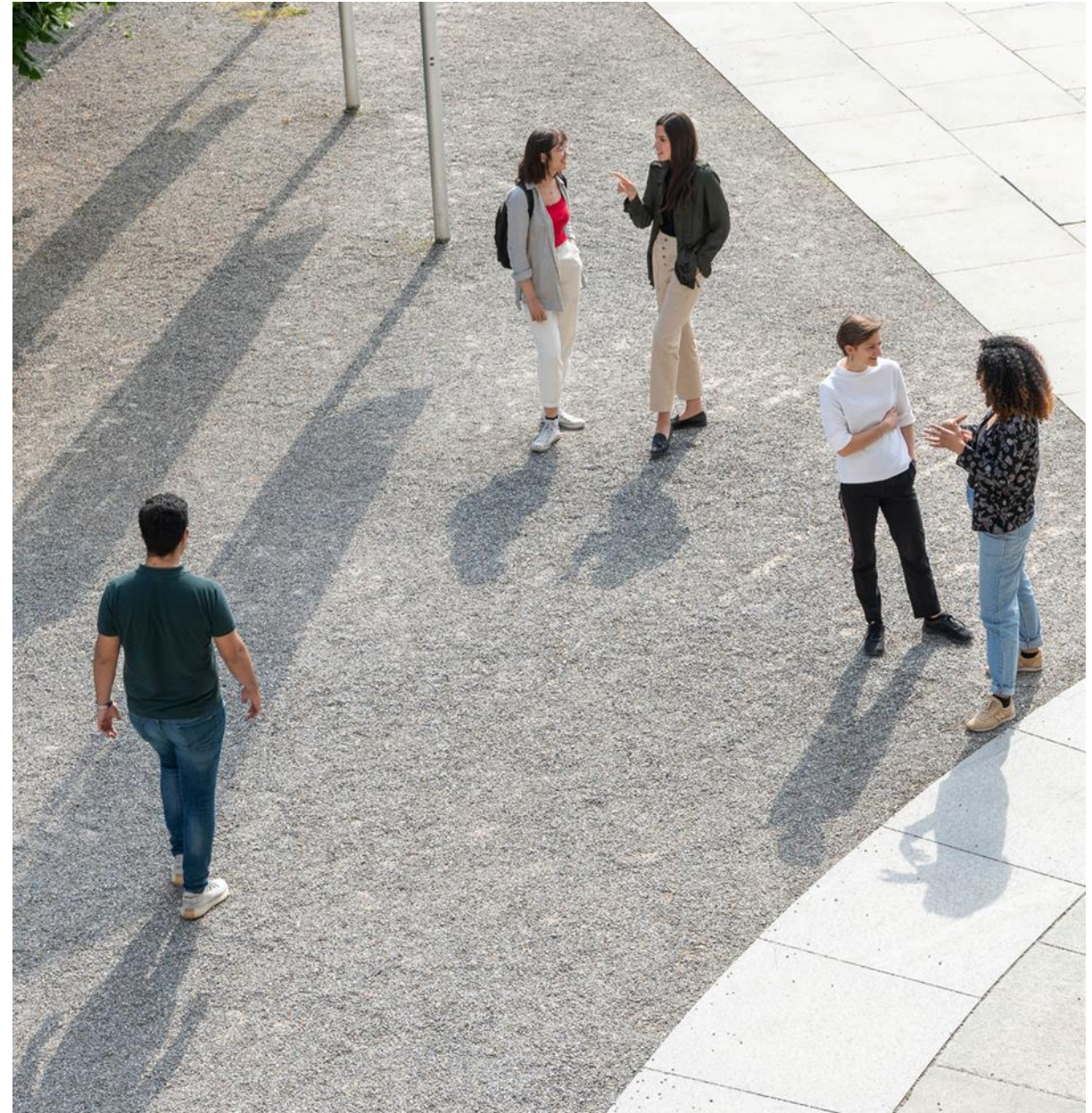
Die Programme sind sich ähnlich in ...

- **Sozialwissenschaftliche Perspektive** auf Kommunikation und Medien
- Pflichtprogramm der **Methoden/Data Science und Forschungslogik**
- **Vorlesungen** nach Wahl aus dem gesamten Themenspektrum der Kommunikationswissenschaft
- **Kompetenzen und Qualifikation**
 - Alle Programme fördern kritisches Denken und vermitteln analytische und methodische Schlüsselkompetenzen
 - Die erarbeiteten Kompetenzen qualifizieren in allen Programmen für leitende Tätigkeiten in verschiedenen Bereichen der Kommunikation
 - Alle Programme bieten die Möglichkeit zur wissenschaftlichen Weiterqualifikation / Doktorat



Die Programme unterscheiden sich ...

- im **Umfang** (Major vs. Mono)
- in der **Sprache** (Internet & Society als «rein» englischsprachiges Programm vs. deutschsprachige Programme mit englischsprachigen Modulen)
- in der **Forschungsorientierung** – die spezialisierten Programme beinhalten spezifische Forschungsseminare
- hauptsächlich in den **Themenschwerpunkten**



Master 1: Typische Fragestellungen der strategischen Kommunikation

Strategische Kommunikation & Management

Universität Zürich

Strategische Kommunikation & Management studieren

Inhalte
Das spezialisierte Masterprogramm Strategische Kommunikation & Management vermittelt theoretisches Wissen und aktuelle Forschungsergebnisse zur Kommunikation von Organisationen in Bezug auf interne und externe Zielgruppen und Öffentlichkeiten. In den spezialisierten Lehrveranstaltungen beschäftigen sich Studierende mit der Analyse von Strategien und der Wirkung von Kommunikationsmaßnahmen, aber auch dem Management von Kommunikationsprozessen, dem Verständnis von Prozessen der Public Relations, Werbung, Kampagnen und den Chancen und Grenzen strategischer Kommunikation. Beispiele von Fragestellungen sind:
• Wie werden Kommunikationsstrategien entwickelt und umgesetzt?
• Welche Wirkung lässt sich auf Einstellungen und Verhalten unterschiedlicher Zielgruppen feststellen?
• Welche Muster und Stile werden in der strategischen Kommunikation verwendet?
• Was sind die Ziele und Motivationen aus Sicht von Organisationen unterschiedlichen Typen?

Berufsperspektiven
Die Master-befähigten Studierende Profile zu Organisationskommunikation, Public Relations, Kommunikationsmanagement, Social Media sowie Werbung, Kampagnen- und Marketingkommunikation zu planen, durchzuführen und zu evaluieren. Die erworbenen Analysekompetenzen zu den Strategien und Wirkungen von Kommunikationsmaßnahmen und dem Management von Kommunikationsprozessen, verknüpft mit empirisch-methodischen Qualifikationen der Sozialwissenschaften, qualifiziert Studierende für verantwortliche Tätigkeiten in den Kommunikationsabteilungen von Unternehmen, öffentlichen Institutionen, NGOs und anderen mit strategischer Kommunikation belasteten Organisationen.

Zulassungsvoraussetzungen
Die Gesamtnote des Bachelors muss 5,0 oder höher sein.
Fachliche Voraussetzungen (60 ECTS):
• Theorie und Teilbereiche der Kommunikationswissenschaft: Medienpolitik, Medienökonomie, Medienethik, Medienstrategie, Medienproduktion, Medienmanagement, Medienrezeption, Medienwirkung (23 ECTS)

Weitere Informationen
Alle Masterstudienfächer der UZH
www.dgms.uzh.ch
Bewerbung und Zulassung
www.uzh.ch/studien/apply.html
Rund ums Studium
www.uzh.ch/studium
Zentrale Kontaktadressen
www.uzh.ch/contact

Universität Zürich
Institute für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
Mattenstrasse 15
CH-8055 Zürich
www.uzh.ch/uzhstudy

- Wie beeinflusst der Medienwandel (aktuell KI) und der gesellschaftliche Wertewandel die strategische und politische Kommunikation?
- Was sind die Herausforderungen bei der Entwicklung von Kommunikationskampagnen (Gesundheit, Verkehrssicherheit, Umweltschutz, Bildung, etc.)
- Wie werden Kommunikationsstrategien entwickelt? Welche Wirkung lässt sich auf Einstellungen und Verhalten unterschiedlicher Zielgruppen feststellen?
- Wie unterscheidet sich strategische Kommunikation zwischen verschiedenen Organisationstypen und Akteur:innen (KMU vs. Grossunternehmen, NGOs, öffentliche Behörden, politische Akteur:innen)?
- Wie kommunizieren Bürger:innen, Medien und politische Akteur:innen über Organisationen oder Politik?

Master 1: Beispiele für Seminare der **strategischen Kommunikation**

Strategische Kommunikation & Management

Universität Zürich

Strategische Kommunikation & Management studieren

Inhalte
Das spezialisierte Masterprogramm Strategische Kommunikation & Management vermittelt theoretisches Wissen und aktuelle Forschungsergebnisse zur Kommunikation von Organisationen in Bezug auf interne und externe Zielgruppen und Öffentlichkeiten. In den spezialisierten Lehrveranstaltungen beschäftigen sich Studierende mit der Analyse von Strategien und der Wirkung von Kommunikationsmaßnahmen, aber auch dem Management von Kommunikationsprozessen, dem Verständnis von Prozessen der Public Relations, Werbung, Kampagnen und den Chancen und Grenzen strategischer Kommunikation. Beispiele von Fragestellungen sind:
• Wie werden Kommunikationsstrategien entwickelt und rezipiert?
• Welche Wirkung lässt sich auf Einstellungen und Verhalten unterschiedlicher Zielgruppen feststellen?
• Welche Muster und Stile werden in der strategischen Kommunikation verwendet?
• Was sind die Ziele und Motivationen aus Sicht von Organisationen unterschiedlichen Typs?

Zulassungsvoraussetzungen
Die Gesamtnote des Bachelors muss 5,0 oder höher sein. Fachliche Voraussetzungen (60 ECTS):
• Theoretische und Teilbereiche der Kommunikationswissenschaft: Medienpolitik, Medienökonomie, Medienethik, Medienstrategie, Medienproduktion, Medienmanagement, Medienrezeption, Medienwirkung (21 ECTS)

Weitere Informationen
Alle Masterstudienfächer der UZH
www.dgmm.uzh.ch
Bewerbung und Zulassung
www.uzh.ch/studien/applikation
Rund ums Studium www.uzh.ch/studium
Zentrale Kontaktadressen
www.uzh.ch/contact

Universität Zürich
Institute für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
Mattenstrasse 15
CH-8055 Zürich
www.uzh.ch/uzhstudy

MAJOR

- Positionierung von Unternehmen in Krisen-Zeiten: Strategische Kommunikation, Issue Management und Corporate Diplomacy
- Persuasive Strategien in der Gesundheitskommunikation
- Politische Kommunikation im Zeitalter von Influencer:innen und KI
- TikTok Research Adventure: Mental Health Narratives on Short-Video Platforms
- Strategic Communication: Foundations, Practices and Current Challenges
- Management von Kommunikationskampagnen im Gesundheitsbereich
- Political Information Environments in the Age of AI and Algorithmic Personalisation

Master 1: Beispiele für Abschlussarbeiten in strategischer Kommunikation

Strategische Kommunikation & Management

The image shows the cover of a Master's thesis titled 'Strategische Kommunikation & Management studieren' from the University of Zurich. The cover features a photograph of a person working on a laptop. The text on the cover includes the university logo, the title, and a list of contents and topics. The thesis is a 60 ECTS program that combines theoretical knowledge with practical research results. It covers topics such as communication strategy, public relations, and social media. The cover also lists the author's name, 'Maja', and provides contact information for the university.

- **Interne Krisenkommunikation:** Die strategische Rolle der Mitarbeitenden bei Cyber-Angriffen in Schweizer Unternehmen.
- **Politik im Algorithmus:** Wie KI-gestützte Personalisierung unsere digitale Informationsumwelt verändert.
- **Mental Health auf Social Media:** Eine Analyse von Narrativen zur psychischen Gesundheit auf TikTok.
- **Reputationsmanagement im Banking:** Die kommunikative Begleitung der UBS nach der Übernahme der Credit Suisse.
- **Influencer:innen in der Politik:** Neue Akteure und Dynamiken der strategischen Kommunikation im digitalen Zeitalter.
- **Sustainable Finance:** Wie Banken nachhaltige Investments mittels Inhaltsanalysen strategisch positionieren.
- **Persuasive Gesundheitskommunikation:** Strategien zur Verhaltensänderung in modernen Präventionskampagnen.
- **Diversity als Standortfaktor:** Strategische Kommunikation von Gender Equality in Schweizer Grossunternehmen.

Master 2: Typische Fragestellungen in Internet & Society

Internet & Society

University of Zurich

Study Internet & Society

Content
From Twitter to TikTok, Zoom calls to e-voting, and disinformation to algorithms, the Internet has changed everyday life. It has changed the way we communicate, how we live, where we can work, and just about every other facet of life. It offers opportunities and poses challenges for citizens, media, corporations, and governments at the local, national, and international levels. The master's program Internet & Society provides students with in-depth knowledge and up-to-date findings about the social, economic, cultural, and political aspects of digital media. Students learn how to study the implications of Internet use, how to leverage the opportunities and how to meet the challenges of a constantly changing media ecosystem. What internet skills do we need to navigate the work of tomorrow? How can we tackle misinformation on social media? What are digital inequalities, why do they persist and how can we bridge them? Join this exciting state-of-the-art master's program and find out.

Admission Requirements
Prerequisite for admission into the program is a Bachelor's degree in Communication and Media, other Social Sciences (e.g., Sociology, Political Science) or in Psychology amounting to at least 60 ECTS. Further requirements are:

- Very good English language skills at the academic level
- Good grades in the Bachelor's program
- A motivation letter in English
- A recommendation letter in English
- A scholarly paper written by the applicant in English
- Upon request of the Admissions Committee: further evidence of qualifications relevant to the study program and/or an admissions interview

Career Prospects
Comprehensive expertise in how to analyze the transformational relationships between the Internet, individuals, and society, as well as professional knowledge of the methods and methodologies of the social sciences qualify students for management positions in media and information technology companies, public sector bodies, non-governmental organizations, and scientific institutions.

Further Information
All degree programmes at UZH
www.uzh.ch/en/education/degrees/master
Application and Admission
ask@uzh.ch
Studying at UZH: Advice and Support
www.uzh.ch/en/studying-at-uzh
Contact
www.mph.uzh.ch/master/internet

University of Zurich
Institute for Communication
and Media Research
Admission 15
CH-8000 Zurich

- Was sind digitale Ungleichheiten, warum gibt es sie und wie können wir sie überbrücken?
- Welche Internetkompetenzen brauchen wir, um uns im Web zurechtzufinden?
- Wer ist besonders anfällig für Desinformation im Internet und sozialen Netzwerken?
- Wie sind Online-Debatten über gesellschaftlich wichtige Themen strukturiert und wie können sie erforscht werden?
- Wie nutzen Menschen digitale Medien und mit welchen Auswirkungen auf individueller und gesellschaftlicher Ebene?
- Führt KI zu neuen digital divides?

Master 2: Beispiele für Seminare in **Internet & Society**

Internet & Society

University of Zurich

Study Internet & Society

Content
From Twitter to TikTok, Zoom calls to e-voting, and disinformation to algorithms, the Internet has changed everyday life. It has changed the way we communicate, how we live, where we can work, and just about every other facet of life. It offers opportunities and poses challenges for citizens, media, corporations, and governments at the local, national, and international levels. The master's program Internet & Society provides students with in-depth knowledge and up-to-date findings about the social, economic, cultural, and political aspects of digital media. Students learn how to study the implications of Internet use, how to leverage the opportunities and how to meet the challenges of a constantly changing media ecosystem. What internet skills do we need to navigate the work of tomorrow? How can we tackle misinformation and disinformation on social media? What are digital inequalities, why do they persist and how can we bridge them? Join this exciting state-of-the-art master's program and find out.

Admission Requirements
Prerequisite for admission into the program is a Bachelor's degree in Communication and Media, other Social Sciences (e.g., Sociology, Political Science) or in Psychology amounting to at least 60 ECTS. Further requirements are:

- Very good English language skills at the academic level
- Good grades in the Bachelor's program
- A motivation letter in English
- A recommendation letter in English
- A scholarly paper written by the applicant in English
- Upon request of the Admissions Committee: further evidence of qualifications relevant to the study program and/or an admissions interview

Career Prospects
Comprehensive expertise in how to analyze the transformational relationships between the Internet, individuals, and society, as well as professional knowledge of the methods and methodologies of the social sciences qualify students for management positions in media and information technology companies, public sector bodies, non-governmental organizations, and scientific institutions.

Further Information
All degree programs at UZH
www.uzh.ch/de/education/graduate/master
Application and Admission
ask@icim
Studying at UZH www.uzh.ch/de/education/graduate
Advice and Support www.uzh.ch/de/education/graduate
Contact ask@icim
www.uzh.ch/de/education/graduate

Universität Zürich
Institut für Kommunikation,
Medienwissenschaft und Medienberufshilfe
Admissionsbüro U
CH-8000 Zürich

QR code

- Digital Inequalities in Marginalized Communities
- Privacy, Dataveillance and Algorithm on the Internet
- Online Participation and Communities
- Hate Speech in Digital Media
- Internet Use and Well-Being
- Youth and Digital Technologies
- Understanding Media Change
- Conspiracy Theories in Digital Media
- Methods to Study Internet Use

Master 2: Beispiele für Abschlussarbeiten in **Internet & Society** (übersetzt)



- **Selbstvermessung und Wohlbefinden:** Wie Wearables das Körperbild und die Fitness-Routinen der „Generation Zillennial“ prägen.
- **ChatGPT im öffentlichen Diskurs:** Eine vergleichende Analyse der KI-Berichterstattung in den Medien vor und nach dem ChatGPT-Hype.
- **Datenschutz in der „Anxious Generation“:** Wie Jugendliche digitale Sicherheits-Tools für Kinder wahrnehmen und selbst gestalten.
- **Die Ökologie der Cloud:** Nutzer-Wahrnehmung und Bewusstsein für die Nachhaltigkeit grosser Rechenzentren.
- **Wissenschaftskommunikation 2.0:** Eine Netzwerkanalyse über den wissenschaftlichen Austausch zu KI auf dezentralen Plattformen wie Mastodon.
- **Überwachung im digitalen Alltag:** Wie das Bewusstsein für Datenüberwachung („Dataveillance“) das Nutzungsverhalten auf YouTube beeinflusst.
- **Digitale Fankulturen:** Eine Untersuchung der Motivationsstrukturen und Vernetzung von K-Pop-Fans auf sozialen Medien.
- **Soziales Kapital im Netz:** Der Zusammenhang zwischen Selbstoffenbarung auf Social Media und der Stärkung zwischenmenschlicher Bindungen

Master 3: Inhalte und Programm der **Kommunikationswissenschaft**

Kommunikationswissenschaft und Medienforschung



- Das Studium der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung beschäftigt sich mit ...
 - den ökonomischen, technologischen, sozialen und politischen Rahmenbedingungen der Medienentwicklung
 - Strukturen von Medienmärkten und deren Regulierung
 - politischen Kommunikationsdynamiken in verschiedenen Kontexten
 - dem Kommunikationsmanagement sowie seinen Erfolgsbedingungen und seinen Wirkungen
 - dem Nutzungsverhalten und der Wirkung des Medienkonsums
- Gesamthaft mit der strategischen Kommunikation, der politischen Kommunikation und Fragen im Zusammenhang mit der Digitalisierung der Gesellschaft
- In diesem Programm gibt es Angebote aus allen Themengebieten unserer Abteilungen
- Abschlussarbeiten dürfen in allen Themengebieten verfasst werden

Master 3: Beispiele für Seminare der **Kommunikationswissenschaft**

Kommunikationswissenschaft und Medienforschung



- Content Creators and their social media ecosystems
- Marktmachtkontrolle im Kommunikationssektor
- The Role of Algorithms and (Generative) Artificial Intelligence in High-Choice Information Environments
- Mediensozialisation von Heranwachsenden
- Management von Kommunikationskampagnen im Gesundheitsbereich
- Strategic University Communication: Navigating Reputation Management in Higher Education
- Online Journalism
- Protest in hybriden Mediensystemen
- Political Participation and Digital Democracies
- Digital Communication and Social Relationships

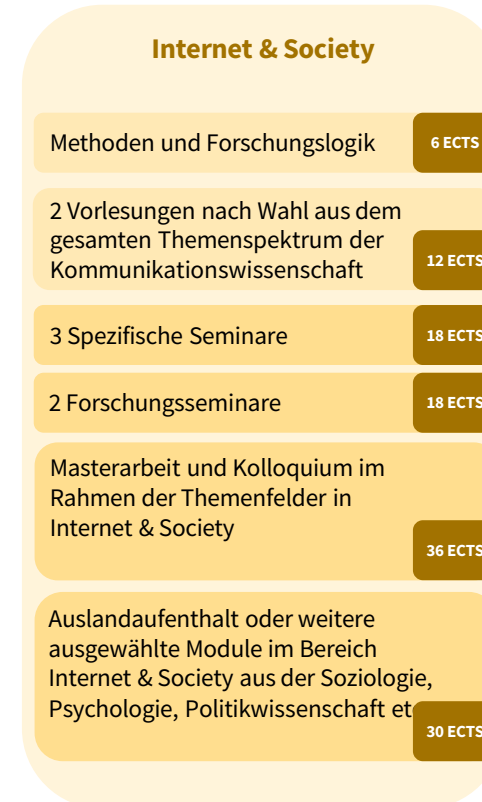
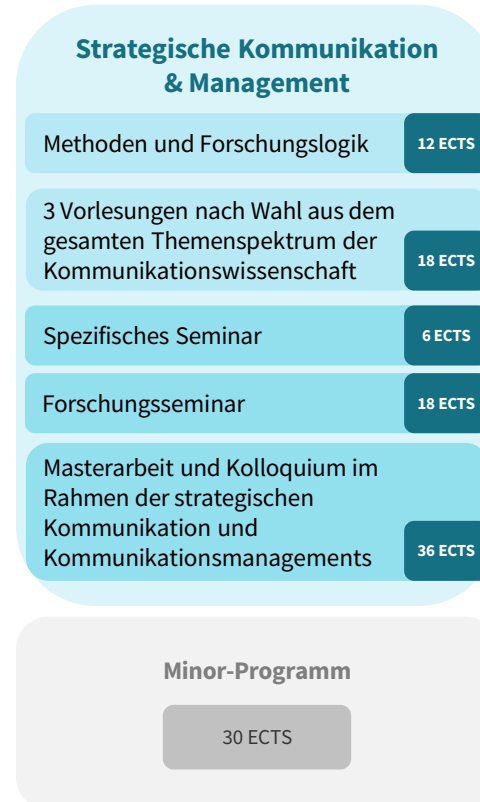
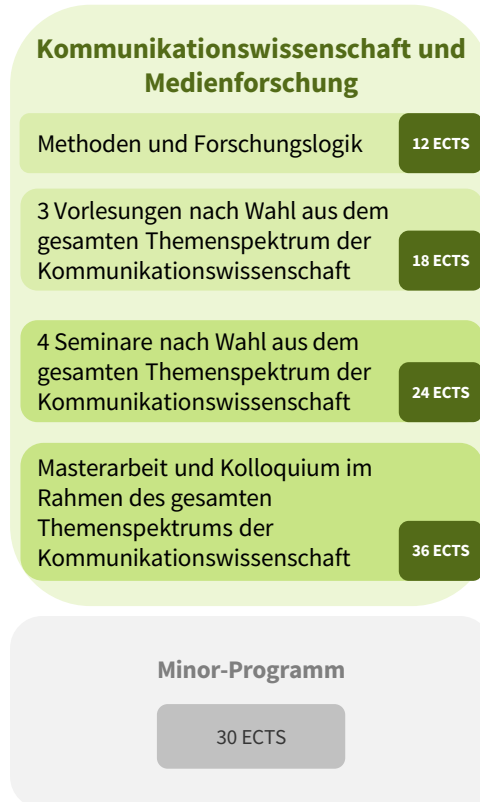
Master 3: Beispiele für Abschlussarbeiten in der **Kommunikationswissenschaft**

Kommunikationswissenschaft und Medienforschung



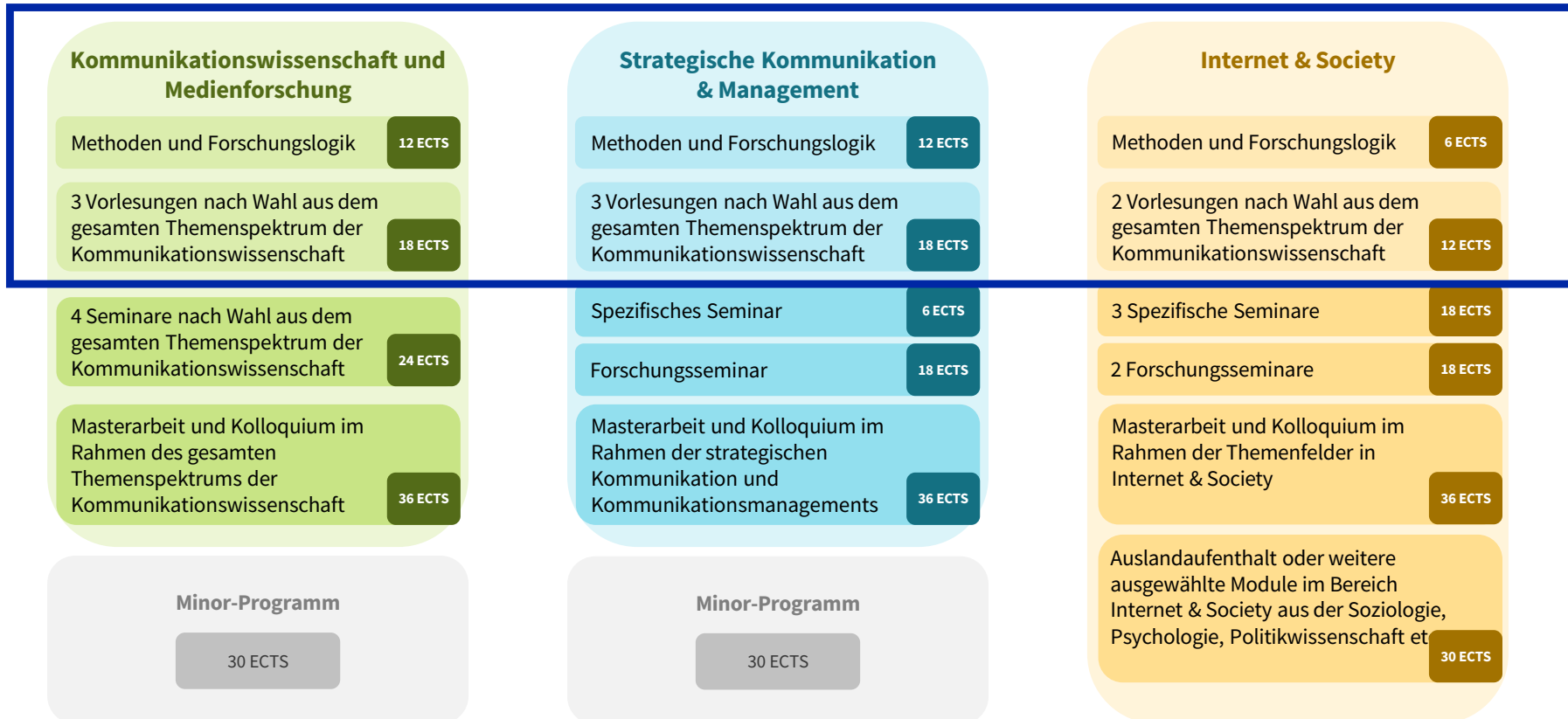
- **Krieg und Neutralität:** Wie Schweizer Medien das Neutralitätsverständnis im Kontext des Russland-Ukraine-Krieges zwischen Tradition und Wandel verhandeln.
- **Nachhaltigkeit über den Wolken:** Eine Analyse darüber, wie die Luftfahrtindustrie ökologische Botschaften in sozialen Medien vermittelt (und wo die Grenzen zum Greenwashing liegen).
- **Digitaler öffentlicher Verkehr:** Eine Untersuchung über den Zugang und die Barrieren für ältere Menschen bei der Nutzung digitaler Mobilitätsangebote in der Schweiz.
- **Radikalisierung im Netz:** Die visuelle und strategische Kommunikation rechtsextremer Gruppierungen auf Social Media und deren Gefahrenpotenzial für Jugendliche.
- **Body Positivity auf TikTok:** Zwischen authentischer Selbstliebe und ästhetischer Inszenierung – eine kritische Analyse aktueller Körperbilder.
- **Deepfakes erkennen:** Eine experimentelle Studie zur Frage, wie die Medienkompetenz von Jugendlichen im Umgang mit KI-generierten Fälschungen gestärkt werden kann.
- **Fussball und soziale Verantwortung:** Die Wirkung von CSR-Initiativen (Corporate Social Responsibility) während der EURO 2024 auf die öffentliche Wahrnehmung.
- **Gegen das Stigma:** Wie gezielte Video-Interventionen auf Instagram dazu beitragen können, Vorurteile gegenüber Depressionen bei jungen Erwachsenen abzubauen.

Die Struktur der drei Masterprogramme



Die Struktur der drei Masterprogramme

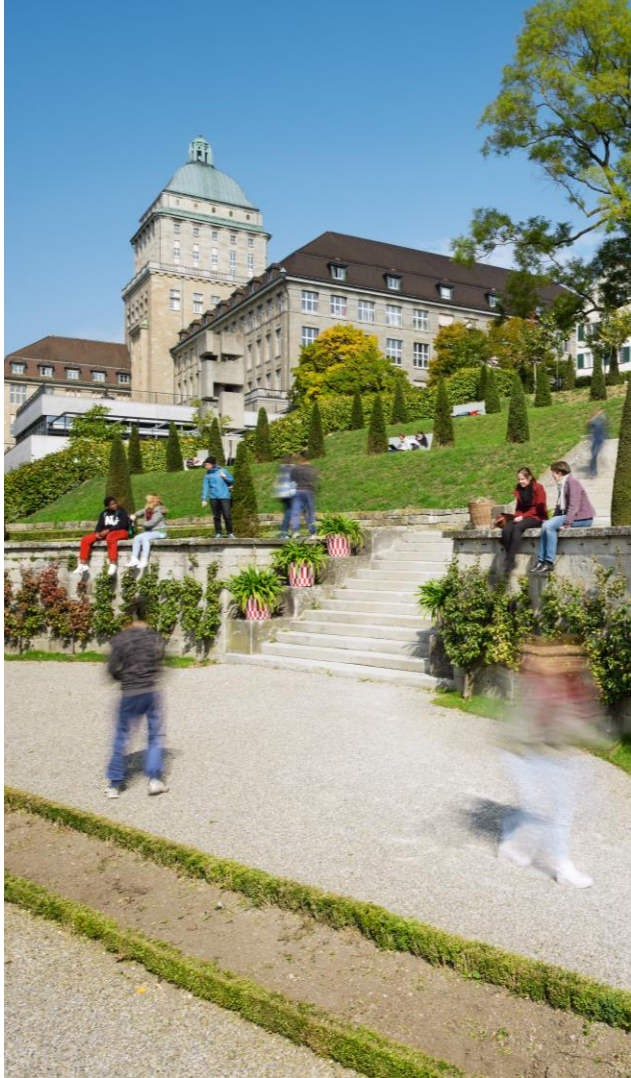
Angebot für alle Programme



Die Struktur der drei Masterprogramme



Anforderungen Kommunikationswissenschaft und Medienforschung



UZH Zentrum

60 ECTS-Punkte an fachlichen Vorkenntnissen der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung, darunter mind.

— **Basiskenntnisse der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung**

- Einführung sowie Basistheorien der Kommunikationswissenschaft
- Medienpolitik & Medienökonomie; Medieninhalte & Mediennutzung; Medienproduktion & Medienmanagement; Medienrezeption & Medienwirkung

— Kenntnisse der **Statistik und der Erhebungsmethoden sowie Forschungsprojekterfahrung** (24 ECTS)

Bei fehlenden Kenntnissen: **Auflagen**

Anforderungen Strategische Kommunikation & Management



UZH Zentrum

Die **Gesamtnote des BA-Zeugnisses** (oder deren Äquivalent) ist **5.00** oder besser.

39 ECTS-Punkte an fachlichen Vorkenntnissen der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung

— **Basiskenntnisse der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung**

- Einführung sowie Basistheorien der Kommunikationswissenschaft
- Medienpolitik & Medienökonomie; Medieninhalte & Mediennutzung; Medienproduktion & Medienmanagement; Medienrezeption & Medienwirkung

— Kenntnisse der **Statistik und der Erhebungsmethoden sowie Forschungsprojekterfahrung** (24 ECTS)

Weitere Kenntnisse im Umfang von 21 ECTS-Punkten aus der Kommunikationswissenschaft ODER BWL, Soziologie oder Psychologie

Bei fehlenden Kenntnissen: **Auflagen**

Internet & Society: Admission Requirements



Universitätsbibliothek Recht

- **Bachelor's degree in Communication & Media**, other **Social Sciences** (e.g., Sociology, Political Science) or in Psychology
- **Good grades** in the Bachelor's program
- **Very good English language skills** at the academic level
- A **motivation letter** in English
- A **recommendation letter** in English (to be submitted by the referee)*
- A **scholarly paper** written by the applicant in English (a term paper written independently or as part of a group with a clear own contribution of at least 10 pages, or several short papers)*
- At the request of the Admissions Committee:
 - further evidence of qualifications relevant to the study program
 - an admissions interview

Studieren im Ausland

Warum

CV, Spass, Kultur, Sprache, Netzwerk
Erfahrung, Freundschaften
Horizont Erweiterung, persönliche Entwicklung
Akademischer Tapetenwechsel, Global Citizen

Wann

Pflichtmodule inkl. Forschungsseminar am IKMZ
MA-Arbeit darf im Ausland geschrieben werden

Wie

Online Bewerbung UZH 15. Jan. / 15. Juli
mobility@ikmz.uzh.ch

Wo

Selbstorganisiert oder einfacher an einer Partneruniversität



"Diese Erfahrung hat mich
sehr verändert
und mich dazu gebracht,
sowohl persönlich
als auch akademisch
zu wachsen."

www.ikmz.uzh.ch/de/studies/study-mobility

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Zur Website für unsere
Masterprogramme



Für Fragen dürfen Sie uns gerne kontaktieren!



programmkoordination@ikmz.uzh.ch



<https://www.ikmz.uzh.ch/de/studies.html>

Wie war es?
Hier geht's zur Umfrage

