

---

# BIOGRAFISCHES LEXIKON DER KOMMUNIKATIONSWISSENSCHAFT

---

## Thomas Koch

Lexikoneintrag von Franz-Erich Pfenning am 4.  
November 2016

18. Mai 1980

Thomas Koch ist ein Paradebeispiel für die neue, junge Generation kommunikationswissenschaftlicher Professoren, die nach dem Studium ohne Umwege die akademische Laufbahn eingeschlagen und es zielstrebig auf eine Lebenszeitstelle geschafft haben.



---

## Stationen

Geboren und aufgewachsen in Bamberg, Eltern Ärzte. 2000 bis 2005 Studium der Medien- und Kommunikationswissenschaft, Psychologie und Rechtswissenschaft an der Friedrich-Schiller-Universität Jena. 2006 Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg. 2009 Promotion (Doktormutter: Christina Holtz-Bacha) und Akademischer Rat auf Zeit am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Ludwig-Maximilians-Universität München (bis 2015). 2013 Vertretungsprofessur für Kommunikationswissenschaft am Institut für Publizistik der Johannes Gutenberg-Universität Mainz. Seit Oktober 2015 dort Professur für Publizistik mit Schwerpunkt Unternehmenskommunikation. Verheiratet, zwei Kinder.

## Publikationen

- Macht der Gewohnheit? Der Einfluss der Habitualisierung auf die Fernsehnutzung. Wiesbaden: Springer VS 2010 (Dissertation).
- Versteckte Effekte. Wirkungen subtiler und exponierter Product Placements. In: Publizistik 56. Jg. (2011), S. 263-280 (mit Andrea Ruland).
- Helpful or Harmful. How Frequent Repetition Affects Perceived Statement Credibility. In: Journal of Communication Vol. 63 (2013), S. 993-1010 (mit Thomas Zerback).
- Blurred Lines. German Freelance Journalists with Secondary Employment in Public Relations. In: Public Relations Review Vol. 40 (2014), S. 473-482 (mit Magdalena

Obermaier).

- Politik – PR – Persuasion. Strukturen, Funktionen und Wirkungen politischer Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden: Springer VS 2015 (herausgegeben mit Romy Fröhlich).

Thomas Koch kann als Paradebeispiel für die neue, junge Generation von Professorinnen und Professoren in der deutschsprachigen Scientific Community gesehen werden. Sozialisiert im Fach, schlug er ohne Umwege eine akademische Laufbahn ein und brachte diese mit 35 Jahren und seiner Berufung an die Universität Mainz zum vorläufigen Höhepunkt. Koch studierte in Jena und wurde bereits frühzeitig, unter anderem von **Jörg Matthes**, an die Wissenschaft herangeführt. Nach seinem Magister ging er zu Christina Holtz-Bacha an die Universität Erlangen-Nürnberg und arbeitete dort zu verschiedenen Themen politischer Kommunikation. Seine Dissertation beschäftigte sich dagegen mit der Frage, inwieweit die Fernsehnutzung von Habitualisierung beeinflusst ist (Koch 2010).

Mit der Promotion in der Tasche, wechselte Koch von seiner Doktormutter Holtz-Bacha zu **Romy Fröhlich** nach München. In den sechs Jahren als Akademischer Rat entstanden dort zahlreiche Publikationen in hochkarätigen deutschen und internationalen Fachzeitschriften. Ferner gab Koch gemeinsam mit Fröhlich den Band *Politik – PR – Persuasion* zum Verhältnis von Politik und Public Relations heraus (Fröhlich/Koch 2015). Nachdem er im Wintersemester 2013/14 bereits eine Vertretungsprofessur am Mainzer Institut für Publizistik übernommen hatte, wurde er zwei Jahre später an diesem traditionsreichen Fachstandort Nachfolger der nach Wien abgewanderten Sabine Einwiller (Jackob 2016). Entsprechend dem Schwerpunkt seiner Professur gilt das Hauptaugenmerk von Kochs Lehre in Mainz dem Bereich Unternehmenskommunikation/PR und hier vor allem der Finanz-, Krisen- und internen Kommunikation. Zu Kochs Forschungsschwerpunkten zählen neben dem Verhältnis von Journalismus und PR auch die Wirkung persuasiver Kommunikation sowie die Themenfelder Unternehmensreputation und Markenwahrnehmung. 2015 übernahm Thomas Koch von Marco Dohle die Position als Sprecher der großen DGPK-Fachgruppe Rezeptions- und Wirkungsforschung.

### Literaturangaben

- Romy Fröhlich/Thomas Koch (Hrsg.): Politik – PR – Persuasion. Strukturen, Funktionen und Wirkungen politischer Öffentlichkeitsarbeit. Wiesbaden: Springer VS 2015.
- Nikolaus Jakob: Thomas Koch/Bjørn von Rimscha/Tanjev Schultz, Universität Mainz. In: Publizistik 61. Jg. (2016), S. 189-191.
- Thomas Koch: Macht der Gewohnheit? Der Einfluss der Habitualisierung auf die Fernsehnutzung. Wiesbaden: Springer VS 2010.

### Weblink

- **Thomas Koch, Institut für Publizistik, Johannes Gutenberg-Universität Mainz**

### Empfohlene Zitierweise

Franz-Erich Pfenning: Thomas Koch. In: Michael Meyen/Thomas Wiedemann (Hrsg.): Biografisches Lexikon der Kommunikationswissenschaft. Köln: Herbert von Halem 2016. <http://blexkom.halemverlag.de/thomas-koch/> (Datum des Zugriffs).

