



universität
wien

Historisch-
Kulturwissenschaftliche Fakultät

FWF

Der Wissenschaftsfonds.

Werbung – Konsum – Audiovision

24.-25. November 2017

Alte Kapelle, Campus der Universität Wien

Spitalgasse 2, Hof 1, 1090 Wien



Freitag, 24. November

9:00 Uhr

Begrüßung

9:15 Uhr

Keynote

Werbeforschung in Zeiten der Werbung nach der Werbung

Guido Zurstiege (Institut für Medienwissenschaften, Universität Tübingen)

10:30 Uhr

Kaffeepause

10:45 Uhr

Projektpräsentation

Die Emotionalisierung nationaler Marken im österreichischen Werbefilm

Karin Moser und Mario Keller

(Institut für Wirtschafts- und Sozialgeschichte, Universität Wien)

12:00 Uhr

Mittagspause

13:15 Uhr

Screen Advertising aus film- und medienwissenschaftlicher Perspektive: Methodologische und konzeptuelle Entwürfe

Yvonne Zimmermann (Institut für Medienwissenschaft, Universität Marburg)

14:00 Uhr

Werben für Wäsche. Zur Darstellung von Körperlichkeit in der Unterwäschewerbung

Laura Hompesch (Seminar für Kulturwissenschaft und Europäische Ethnologie, Universität Basel)

14:45 Uhr

Kaffeepause

15:00 Uhr

Der gezeichnete Werbetrickfilm 1900–1933

Dirk Schindelbeck (Kultur- und Werbehistoriker, Freiburg)

15:45 Uhr

Sommer, Sonne, Schmalfilm – Die neue Visualisierung eines alten Mediums. Werbefilm im Kontext der Konsumkultur der DDR in den 1950er Jahren.

Sebastian Thalheim (Institut für Volkskunde und Europäische Ethnologie, Universität Münster)

Samstag, 25. November

9:15 Uhr

Begrüßung

9:30 Uhr

Von der Angst zur Zuversicht. Emotionalisierungsstrategien in Werbefilmen der Kaffee HAG

Anne Schmidt (Max-Planck-Institut für Bildungsforschung, Berlin)

10:15 Uhr

Von der „psychologischen Manipulation“ zur „ökonomischen Kulturvermittlung“? Paradigmenwechsel in der Werbung auf der Basis des „Wertewandels“

Bernhard Dietz (Historisches Seminar, Universität Mainz)

11:00 Uhr

Kaffeepause

11:15 Uhr

Das Geschäft mit den Spielzeughelden. Kinderprogramm zwischen Pädagogik und Program-Length Commercials

Stephanie Scholz

(Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft, Universität Wien)

12:00 Uhr

Mittagspause

13:15 Uhr

Die Phantasiemaschine. Modernismus und Konsum im frühen Tonfilm

Selina Hangartner (Seminar für Filmwissenschaft, Universität Zürich)

14:00 Uhr

Die Schallplatte als Werbemedium – zwischen (Alltags-)Kultur, Unternehmenskommunikation, Unterhaltung und Persuasion

Sandra Reimann und Solveig Ottmann (Universität Regensburg)

15:15 Uhr

Abschlussdiskussion

Werbung – Konsum – Audiovision

Mit dem Aufkommen neuer medialer Technologien (Film, Funkübertragung) setzte eine umfassende Visualisierung und Ästhetisierung der Warenwelt ein, die das 20. Jahrhundert prägen sollte. Werbung und Marketing haben die modernen Konsumgesellschaften nachhaltig beeinflusst und verändert. Während den vielfältigen Printwerbformen über Jahrzehnte eingehende Studien gewidmet wurden, steht die Erforschung der Kino-, TV- und Radiowerbung – speziell aus kulturhistorischer Perspektive – noch am Beginn. Die interdisziplinäre Tagung bietet internationalen Forscherinnen und Forschern eine Plattform, um den aktuellen Forschungsstand zu diskutieren und aktuelle Arbeiten zu präsentieren. Zudem werden Ergebnisse des FWF-Projekts „Die Emotionalisierung nationaler Marken im österreichischen Werbefilm 1950–2000“ im Zuge der Tagung vorgestellt und diskutiert.

Die Veranstaltung ist kostenlos. Wir bitten um unverbindliche Anmeldung unter: mario.keller@univie.ac.at

Die Veranstaltung findet in Kooperation mit dem FSP „Wirtschaft und Gesellschaft aus historisch-kulturwissenschaftlicher Perspektive“ statt.

Institut für Wirtschafts- und Sozialgeschichte

Universitätsring 1, 1090 Wien

T +43 1 4277 41358

W oesterreichischer-werbefilm.univie.ac.at