

Für die Ad-hoc-Gruppe Werbekommunikation

Dr. Daniela Schlütz
Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover
Tel.: +49 511 3100 483
E-Mail: daniela.schluetz@ijk.hmtm-hannover.de

Prof. Dr. Guido Zurstiege
Universität Tübingen
Tel.: +49 7071 29 78435
E-Mail: guido.zurstiege@uni-tuebingen.de

Hannover & Tübingen, 10.03.2014

Tätigkeiten der Ad-hoc-Gruppe Werbekommunikation

Im Folgenden beleuchten wir die Aktivitäten der Ad-hoc-Gruppe Werbekommunikation im Jahr 2013.

Tagungsaktivität

Im November 2013 hat die Ad-hoc-Gruppe Werbekommunikation zum Thema ‚Werbung im sozialen Wandel‘ an der auf Einladung von Prof. Dr. Clemens Schwender an der Hochschule für populäre Künste in Berlin getagt (siehe <http://werbekommunikation-2013.de>). Die Tagung war mit über 90 Teilnehmenden und 23 Vorträgen sehr gut besucht.

Die Vorträge beschäftigten sich mit der Einbindung der Werbung in den Prozess des gesellschaftlichen Wandels. Dabei wurden einerseits gesellschaftliche Dynamiken fokussiert, auf die Werbung reagiert: der demographische Wandel in der Gesellschaft etwa aber auch der technologische Wandel im Mediensystem. Zahlreiche Beiträge fokussierten andererseits die inhaltlichen und konzeptionellen Strategien, mit denen die Werbung auf den damit ausgelösten Innovationsdruck reagiert: Dabei ging es etwa um neue Formen der Werbung in digitalen Medienumgebungen, aber auch um die Re-Aktualisierung bekannter Strategien wie der Emotionalisierung von Marken.

Im Rahmen der Tagung fand eine Ad-hoc-Gruppensitzung statt, an der alle anwesenden Mitglieder der Ad-hoc-Gruppe teilnahmen. Die Sitzung wurde von Daniela Schlütz & Guido Zurstiege geleitet. Im Rahmen der Sitzung sprachen sich die Mitglieder der Ad-hoc-Gruppe für die Beantragung des Fachgruppen-Status aus.

2014 tagt die AhG auf Einladung von Dr. Ursula Dehm beim ZDF in Mainz. Das Thema der Tagung lautet „Sozialität der Werbung“. Der Call for Papers liegt bereits vor.

Veröffentlichungen

Der Tagungsband der Ad-hoc-Gruppe der Tagung 2012 in Würzburg (‚Innovation der Kommunikation‘, hrsg. von Holger Schramm und Johannes Knoll) ist im Herbert von Halem Verlag erschienen. Damit liegen nunmehr drei Tagungsbände der Ad-hoc-Gruppe vor (‚Qualitäten der Werbung - Qualitäten der Werbeforschung‘, hrsg. von Hannes Haas und Katharina Lobinger; ‚Wert und Werte der Marketing-Kommunikation‘ hrsg. von Thomas Schierl und Jörg Tropp). Der Tagungsband der Ad-hoc-Gruppe der Tagung 2013 in Berlin wird von Clemens Schwender, Daniela Schlütz und Guido Zurstiege herausgegeben und ist bereits in Produktion.

Weitere Aktivitäten

- Am 08. Mai 2013 fand im Rahmen der DGPuK-Jahrestagung ein gemeinsamer Methodenworkshop mit der Fachgruppe Visuelle Kommunikation statt. Thema: ‚Das Potential von (Bild-)Sortierstudien für die Kommunikations- und Medienwissenschaft: Methodik, Anwendung, Auswertungsverfahren‘. Im Rahmen des Workshops hatten NachwuchswissenschaftlerInnen die Gelegenheit, Sortierstudien vorzustellen und methodisches Feedback einzuholen.

Entwicklung der Ad-hoc-Gruppe

- Die Gruppe umfasst derzeit 84 interessierte Personen, davon sind 46 Personen DGPuK-Mitglied.
- Daniela Schlütz & Guido Zurstiege bleiben Sprecher der Gruppe.
- Die beiden Sprecher der Ad-hoc-Gruppe Werbekommunikation haben im Namen der Mitglieder den Antrag auf Bildung einer Fachgruppe Werbekommunikation in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft gestellt. Eine Liste von 82 DGPuK-Mitgliedern, die diesen Antrag unterstützten, liegt dem Vorstand vor. Der Antrag wird zur endgültigen Entscheidung der Mitgliederversammlung 2014 in Passau vorgelegt.

Daniela Schlütz & Guido Zurstiege