

Protokoll der Mitgliederversammlung der Ad hoc-Gruppe Werbekommunikation

28.10.2011, 15:45 – 17:15 Uhr

anwesend: 23 Personen

Leitung: Daniela Schlütz, Guido Zurstiege; Protokoll: Daniela Schlütz

Top 1: Dank an die Organisatoren der Tagung

Top 2: Tagungsband

Thomas Schierl und Jörg Tropp übernehmen die Planungen für den Tagungsband. Er soll nach Möglichkeit im Herbert von Halem-Verlag, Köln erscheinen.

Top 3: Nächste Tagung

Holger Schramm, Uni Würzburg, lädt die Ad hoc-Gruppe im Jahr 2012 nach Würzburg ein. Das geplante Thema ist „Die Innovation der Persuasion“. Der Tagungstermin wird voraussichtlich der 22. – 24.11.2012 sein. Der Cfp wird mit den Sprechern der Gruppe abgestimmt und der Gruppe zugeschickt.

Top 4: Übernächste Tagung

Für das Jahr 2013 liegt eine Einladung nach Bremen vor für eine gemeinsame Tagung mit der DGPUK-Fachgruppe Visuelle Kommunikation. Die Ad hoc-Gruppe freut sich über die Einladung, entschließt sich jedoch, diese erst etwas später aufzugreifen und im Jahr 2013 eine internationale Kooperation mit der ECREA TWG Advertising Research anzustreben.

Top 5: Reviewprozess

Als Reviewerinnen und Reviewer für die kommende Jahrestagung werden diejenigen benannt, die sich auch für die DGPUK-Jahrestagung bereit erklärt haben. Es dürfen auch solche Mitglieder reviewen, die selber etwas eingereicht haben.

Top 6: ECREA Veranstaltungshinweis

Am 14. und 15.06.2012 wird an der Universität Tübingen das erste Symposium der neu gegründeten TWG Advertising in Communication and Media Research (Sprecher: Guido Zurstiege, Tino Meitz und Ivana Modena). Der Cfp kann [hier](#) abgerufen werden.

Top 7: Werbung und das Fach: Lobbyarbeit in der DGPUK

Auf dem Weg zu Fachgruppe ist ein in der Satzung geregeltes Procedere einzuhalten:

„§ 9 Fachgruppen

(1) Fachgruppen vertreten ein wissenschaftliches Forschungs- oder akademisches Lehrinteresse nach § 1. Sie werden von der Mitgliederversammlung eingerichtet und aufgelöst. **Wenn mindestens fünf**

Prozent der ordentlichen Mitglieder der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft den Antrag auf Bildung einer Fachgruppe stellen, hat der Vorstand diesen Antrag zu prüfen und mit einer Stellungnahme zur endgültigen Entscheidung an die Mitgliederversammlung weiterzuleiten.

(2) Die **Sprecher/innen und stellvertretenden Sprecher/innen der Fachgruppen** vertreten diese auf der Mitgliederversammlung und dem Vorstand gegenüber. Sie werden von der Versammlung der anwesenden Fachgruppenmitglieder, die ordentliche Mitglieder der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sind, alle zwei Jahre mit einfacher Mehrheit gewählt. Eine unmittelbare Wiederwahl ist nur einmal möglich.

(3) Die Fachgruppensprecher/innen berichten dem Vorstand regelmäßig über die Aktivitäten der Fachgruppe.

(4) Fachgruppen sollen vor ihrer Gründung **mindestens drei Jahre als Ad-Hoc-Gruppen** gearbeitet haben. Der Beginn der Arbeit als Ad-Hoc-Gruppe ist dem Vorstand schriftlich anzuzeigen. Ad-Hoc-Gruppen sind keine Organe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft.“

Die schriftliche Anzeige der Gruppe ist im Anschluss an die Tagung 2010 in Wien geschehen, die Sprecher der Gruppe stehen in Kontakt mit dem Vorstand. Derzeitiges Ziel ist das Sichtbarmachen der Gruppe (z. B. durch die Tagungsbände), die Institutionalisierung der Gruppenarbeit (z. B. durch die Interessentenliste und regelmäßige Tagungen) sowie die Internationalisierung (z. B. durch eine Kooperation mit der ECREA TWG). Die für die Etablierung einer Fachgruppe notwendigen organisatorischen Schritte werden beizeiten in Angriff genommen.

Derzeit wird an der Uni Tübingen (Guido Zurstiege, Tino Meitz unter Mitarbeit von Susanne Janusch) ein Projekt durchgeführt, um die Ausbildungssituation im Fach Werbekommunikation an deutschsprachigen Universitäten und Hochschulen systematisch zu erforschen. Fast 200 Studiengänge werden dafür inhaltsanalytisch untersucht.

Top 8: Vorstellung der Website der Ad hoc-Gruppe

Tino Meitz stellt die Website der Ad hoc-Gruppe Werbekommunikation unter www.werbekommunikation.org vor, die in Kürze frei geschaltet wird. Die Plattform wird der weiteren Sichtbarmachung, der Information, aber auch der Kommunikation und Vernetzung unter den Mitgliedern (in einem geschützten Bereich) und an der Gruppe interessierten Personen dienen.