

Protokoll der Sitzung der Ad hoc-Gruppe Werbekommunikation

22.11.2012, 17:00 – 17:45 Uhr

anwesend: 23 Personen

Leitung: Daniela Schlütz, Guido Zurstiege

Protokoll: Daniela Schlütz

Top 1: Bericht der Ad-hoc-Gruppensprecher

Daniela Schlütz berichtet über die Tätigkeiten der AhG-Sprecher seit der letzten Jahrestagung:

- Teilnahme am DGPuK-Klausurtreffen im März 2012 in Köln
- Beitrag über die Gruppe in *Aviso* ‚Vorgestellt‘
- Mitarbeit am DGPuK-Manual ‚Hinweise zur Gründung und zur Arbeit der Ad-hoc-Gruppen in der DGPuK‘
- Beteiligung am Projekt ‚50 Fragen, 50 Antworten‘ für die Jubiläumstagung der DGPuK mit den Fragen: „Wie wirkt Werbung?“ (Daniela Schlütz, HMTM Hannover & Guido Zurstiege, Uni Tübingen), „Können Zuschauer zwischen Werbung und Programm unterscheiden?“ (Jens Woelke, Uni Münster), „Lohnt sich der Einsatz von Promis in der Werbekommunikation“ (Daniela Schaaf, DSHS Köln) und „Beeinflussen Werbekunden wie Medien berichten?“ (Gabriele Siegert, Uni Zürich)

In diesem Zusammenhang erging ein herzlicher Dank an Jens Woelke, der sich im Vorfeld umfassend in die Themenfindung eingebracht hatte.

- Kooperation mit der FG Visuelle Kommunikation (Katharina Lobinger/Stephanie Geise) im Rahmen eines Workshops zum Thema Sortierstudien im Vorfeld der DGPuK-Jahrestagung 2013
- Stand Mitglieder: 68 Personen im Vorfeld der Tagung, weitere 10 Interessierte kamen im Laufe der Tagung hinzu

Top 2: Sprecherrotation und Aufgaben der Sprecher

Es wird berichtet über die Aufgaben des Sprecher-Teams wie sie im neuen Manual (s.o.) festgehalten sind:

Ad-hoc-Gruppen und insbesondere die Sprecherinnen und -sprecher sollten zwei Sprecher wählen. Anzuraten ist ein Verfahren wie bei den Fachgruppen (Satzung, § 9: Sie (die FG-Sprecher) 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.)

Ad-hoc-Gruppensprecherinnen und -sprecher können nach der Einsetzung als Fachgruppe als deren Sprecherinnen und -sprecher kandidieren.

Ad-hoc-Gruppen und insbesondere die Sprecherinnen und -sprecher sollten

- eine Mitgliederliste führen;
- jährliche Mitgliederversammlungen durchführen (mit Protokollen);
- jährliche Workshops/Tagungen durchführen;
- regelmäßige Publikationen anstreben;
- ein Selbstverständnispapier erstellen;
- den Nachwuchs fördern;
- einen Jahresbericht der Aktivitäten erstellen.

Top 3: Stand Tagungsbände

Der Tagungsband der Jahrestagung in Wien 2010 ‚Qualitäten der Werbung – Qualitäten der Werbeforschung‘ (hrsg. von Hannes Haas und Katharina Lobinger) ist Anfang diesen Jahres im Herbert von Halem Verlag erschienen. Der erste „offizielle Tagungsband“ der Ad-hoc-Gruppe der Tagung 2011 in Pforzheim (‚Wert und Werte der Marketingkommunikation‘, hrsg. von Thomas Schierl und Jörg Tropp) wird derzeit bei HvH gesetzt und erscheint voraussichtlich 3/2013. Einen herzlichen Dank an Kai Oberhäuser für das Management.

Johannes Knoll und Holger Schramm werden zur diesjährigen Tagung ebenfalls einen Band in der nunmehr etablierten HvH-Reihe herausgeben.

Top 4 und 5: Tagungen 2013 und 2014

Für das Jahr 2013 liegt eine Einladung von Clemens Schwender an die Hochschule der populären Künste (HdpK), Berlin vor. Das mit der Gruppe abgestimmte Thema lautet ‚Werbung im sozialen Wandel‘. Wir bedanken uns herzlich für die Einladung. Der CfP wird zeitnah veröffentlicht. Als Termin wird der 28. – 30.11.2013 festgelegt, um Überschneidungen mit der FG Visuelle Kommunikation zu vermeiden.

Für das Jahr 2014 liegt noch keine Einladung vor, verschiedene Überlegungen werden diskutiert.

Top 6: Bericht Tagungseinreichungen und Reviewprozess der Tagung in Würzburg

Johannes Knoll berichtet vom Reviewprozess: Insgesamt wurden 29 extended Abstracts eingereicht. Jedes Abstract wurde von zwei Reviewer/innen begutachtet nach folgenden Reviewkriterien:

- Beitrag zum Tagungsthema (Wegfall bei Zuordnung zum offenen Panel)
- Plausibilität der theoretischen Fundierung
- Angemessenheit der Methode (Wegfall bei Theorie-Abstracts)
- Klarheit und Prägnanz der Darstellung
- Beitrag zum Forschungsfeld

Die Bewertungsskala reichte von 0 (sehr gering/schwach) bis 5 (sehr groß/stark).

Angenommen wurden die 24 Abstracts, die eine Bewertung von durchschnittlich 3,0 oder besser erhielten. Darüber hinaus wurde ein weiteres Abstract mit einer schlechteren Bewertung aufgrund herausragender thematischer Passung ins Programm aufgenommen.

Unser Dank gilt den diesjährigen Reviewer/innen: Andreas Fahr, Hannes Haas, Christoph Klimmt, Thomas Koch, Katharina Lobinger, Jörg Matthes, Tino Meitz, Christian Schemer, Thomas Schierl, Daniela Schlütz, Jörg Tropp, Werner Wirth und Guido Zurstiege.

Top 7: Sonstiges

Ein herzlicher Dank ergeht an die Organisatoren der diesjährigen Tagung, Johannes Knoll und Holger Schramm sowie an deren Team.