



# Das Verhältnis von Public Relations und Werbung

## Unterschiede - Gemeinsamkeiten - Grenzziehungen

Programm zur gemeinsamen Jahrestagung der DGPuK-Fachgruppen  
PR/Organisationskommunikation und Werbekommunikation

23.-25. November 2017 in Wien

**Gastinstitut:**

Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Universität Wien



© Universität Wien/ Georg Herder

Tagungs-Homepage: <http://prwerbung2017.univie.ac.at>

*Sponsored by:*



# Donnerstag, 23. November

TBA

**PR & Organisationskommunikation**  
**Doktoranden Workshop**

**Institut**  
**Währinger Str. 29**

Ab 19:00

**Get-Together**

TBA

## Locations

### **PR & Organisationskommunikation**

#### **Doktoranden Workshop**

Institut für Publizistik-  
& Kommunikationswissenschaft  
Währinger Straße 29  
1090 Wien



© Universität Wien/ Gebhard Sengmüller

### **Get-Together**

TBA

### **Konferenz**

Sky Lounge, Atrium & Hörsaal  
Oskar-Morgenstern-Platz 1  
1090 Wien



© Universität Wien/ Gebhard Sengmüller

### **Konferenz Dinner**

TBA

# Freitag, 24. November

**8:00 - 9:00**

---

**Registrierung & Welcome Coffee**

**Atrium**

**9:00 - 9:15**

---

**Begrüßung**

**Sky Lounge**

**9:15 - 9:45**

---

**Keynote Vilma Luoma-aho**

**Sky Lounge**

**9:45 - 11:05 – Panel 1**

---

**Content Marketing** (in English)

**Sky Lounge**

Panel Chair *Jörg Matthes*

The Concept of Integrated Communications under Close Scrutiny: A Study on the Effects of Congruity-Based Tactics

*Alena Kirchenbauer*

Advertising in Disguise: Two Experimental Studies on the Effects of Native Advertising

*Johannes Beckert, Thomas Koch, Benno Viererbl, Nora Denner, & Christina Peter*

Influencer-Communication as a New Field of Strategic Communication: An Explorative Study

*Nadja Enke & Nils Borchers*

Disclaimers of Native Advertising: Effects on Persuasion Knowledge

*Sabine Einwiller, Wolfgang Weitzl, & Jens Seiffert-Brockmann*

**11:05 - 11:30**

---

**Kaffeepause**

**Atrium**

**11:30 - 12:50 – Panel 2**

---

**Parallel Session 2A: Kommunikationsstrategien auf Social Media**

**Sky Lounge**

Panel Chair *Wolfgang Weitzl*

Der Sieg der Schleichwerbung? Eine vergleichende Studie zum Umgang mit bezahlten Inhalten in journalistischen Blogs und klassischen journalistischen Angeboten

*Olaf Hoffjann & Oliver Haidukiewicz*

Advertisement Disclosures on Facebook

*Mira Mayrhofer, Jörg Matthes, Sabine Einwiller, & Brigitte Naderer*

Love Trumps Hate: Der Einfluss der Valenz der Inhalte in Tweets eines Politikers auf die parasoziale Interaktion, Bewertung und Wahlabsicht

*Nicole Liebers & Isabella Anders*

Content Marketing als aktuelles Phänomen der Entdifferenzierung in der Strategischen Kommunikation – eine kommunikationswissenschaftliche Verortung

*Julia Niebergall, Ulrike Röttger, & Christian Wiencierz*

---

## **Parallel Session 2B: Überschneidungen und Abgrenzungen von Werbung und PR**

### **Hörsaal**

Panel Chair *Jens Seiffert-Brockmann*

Der Antagonist des Antagonisten. Zur Rekonstruktion der (akademischen) Unterscheidung von Werbung und PR.

*Oliver Raaz & Birte Fähnrich*

PR und Werbung – Zum Verständnis in der österreichischen Kommunikationsbranche. Eine historiographische Betrachtung und empirische Analyse zum Status quo

*Astrid Spatzier*

Beziehungsfeld PR und Marketing in Organisationen: Strukturen, Hierarchien und Strategien im Vergleich. Theoretische Grundlegungen und Ergebnisse aktueller Befragungen von deutschen PR- und Marketing-Führungskräften

*René Seidenglanz*

Machoparadies Agenturen? Geschlechterverteilung in deutschen PR- und Werbeagenturen anhand der Repräsentation auf der agentureigenen Webseite

*Lisa Körtke, Katharina Muth, Jasmin Paura, Annabel Reich, & Elke Kronewald*

---

**12:50 - 14:10**

**Lunch**

**Atrium**

**14:10 - 15:30 – Panel 3**

---

**Parallel Session 3A: Aktuelle Forschung im Bereich Unternehmenskommunikation/PR  
Sky Lounge**

Panel Chair *Simone Huck-Sandhu*

Corporate Advertising als vorbeugende Kommunikation. Eine empirische Untersuchung zum Inoculation Effect im Falle einer Unternehmenskrise.

*Benedikt Spangardt*

Die Verständlichkeit von CEO-Reden auf Hauptversammlungen: subjektive Wahrnehmung und objektive Messungen

*Michaela Streicher*

Reine Chefsache? Ein Experiment zum Einfluss der Personalisierung und des Krisentyps auf das Unternehmensimage

*Benno Viererbl, Nora Denner, Johannes Beckert, & Thomas Koch*

Führungskommunikation in Veränderungssituationen: Eine Fallanalyse zu Kommunikationsverständnis und Bedeutung von Kommunikationsaufgaben

*Helena Stehle, Alena Kirchenbauer, Andreas Biesinger, & Klaus Spachmann*

---

**Parallel Session 3B: Strategische Fragestellungen & Kommunikationsmanagement**

**Hörsaal**

Panel Chair *Nils Borchers*

Organisierende Kommunikatoren oder kommunizierende Marketingprofis? Analyse der Berufsfeldentwicklung in der Organisationskommunikation anhand der Daten von 13 Jahren Absolvententracking

*Carmen Koch & Angelica Hüsser*

Mediatization in Public Organizations: How Communication Managers Deal With Media Coverage

*Anke Wonneberger & Sandra Jacobs*

Owned Media und Earned Media statt Paid Media? Eine empirische Analyse auf Grundlage des Dialogmarketing Monitors

*Wolfgang Seufert*

In Search of the Green Consumer. Antecedents of Green Consumption Behavior and Implications for Advertisers

*Jörg Matthes, Brigitte Naderer, & Desirée Schmuck*

**15:30 - 16:00**

---

***Kaffeepause***

**Atrium**

**16:00 - 17:15**

---

***Paneldiskussion: Practice Meets Science***

**Sky Lounge**

Die Perspektive von Wissenschaft und Praxis auf  
Native Advertising und Content Marketing

**17:15 - 18:30**

---

***Fachgruppensitzung PR & Organisationskommunikation***

**Sky Lounge**

***Fachgruppensitzung Werbekommunikation***

**Hörsaal**

**Ab 19:30**

---

***Dinner***

**TBA**

# Samstag, 25. November

9:30 - 10:00

---

**Keynote Gabriele Siegert**

**Sky Lounge**

10:00 - 11:20 – Panel 4

---

**Im Spannungsfeld zwischen Werbung & PR**

**Sky Lounge**

Panel Chair *Sabine Einwiller*

Nachts ist es kälter als draußen. Werbung und PR aus öffentlichkeits- und organisationstheoretischer Perspektive – ein Definitions- und Systematisierungsversuch

*Olaf Hoffjann*

Brüder im Geiste oder entfernte Verwandte? zur Historie von Werbung und PR

*Dominik Pietzcker*

Die Kommunikation von Pharmaunternehmen mit medizinischem Personal. Zur Schwierigkeit der Grenzziehung zwischen Werbung und Public Relations

*Viorela Dan*

Überzeugen, Sinn stiften, legitimieren: Eine Fallstudie zum Zusammenspiel von PR und Werbung auf der Online-Konsumentenplattform eines Einzelhandelsunternehmens

*Nicole Rosenberger, Nadine Klopfenstein, & Carmen Koch*

11:20 - 11:50

---

**Kaffeepause**

**Atrium**

11:50 - 13:10 – Panel 5

---

**Parallel Session 5A: Influencer-Kommunikation**

**Sky Lounge**

Panel Chair *Kerstin Thummes*

Herausforderungen und Grenzen von Influencer-Kommunikation

*Diana Ingenhoff & Angelina Tovirac*

Inspiration oder Störung? Ein Experiment zur Wirkung von Influencer-Werbung auf Instagram

*Daniela Schlütz, Elena Link, Lisette Scheunert, & Katharina Emde-Lachmund*

Rechtliche und ethische Leitplanken für Content Marketing und Influencer Marketing

*Lutz Frühbrodt*

**Parallel Session 5B: Aktuelle Forschung im Bereich Werbung**

**Hörsaal**

Panel Chair *Tino Meitz*

Der Einfluss von Mediendarstellungen von Alkohol auf Alkoholwirkerwartungen und  
Trinkverhalten von Jugendlichen

*Christian Schemer & Svenja Schäfer*

It's a Brand-Lovestory. Auswirkungen von Produktplatzierungen in Foto-Lovestories auf die  
Markenwahl

*Brigitte Naderer, Amina Aidi, & Diana Sander*

Argumentationsstrategien in der grünen Werbung: Ein systematischer Vergleich von 10  
Ländern.

*Jörg Matthes, Brigitte Naderer, Desirée Schmuck, & Carolin Eicher*

Alles fit? Der Einfluss des Musical Fit-Grades in audiovisueller Werbung auf Erinnerung,  
Produktbewertung und Verhaltensabsicht

*Priska Breves, Ann-Kristin Herget, & Holger Schramm*

**13:10**

---

**Farewell**

**Sky Lounge**

**Ab 14:00**

---

**Social Event: Shades Tours Vienna**

<http://www.shades-tours.com/>



## Kontakt

### Jörg Matthes

Institut für Publizistik- und  
Kommunikationswissenschaft  
Universität Wien  
Währingerstr. 29  
1090 Wien

[joerg.matthes@univie.ac.at](mailto:joerg.matthes@univie.ac.at)

Tel.: +43-1-4277-49307

<http://advertisingresearch.univie.ac.at>

### Sabine Einwiller

Institut für Publizistik- und  
Kommunikationswissenschaft  
Universität Wien  
Althanstraße 14 (UZA II),  
1090 Wien

[sabine.einwiller@univie.ac.at](mailto:sabine.einwiller@univie.ac.at)

Telefon: +43-1-4277-493 19

<http://ccom.univie.ac.at/>

### Brigitte Naderer

Institut für Publizistik- und  
Kommunikationswissenschaft  
Universität Wien  
Währingerstr. 29  
1090 Wien

[brigitte.naderer@univie.ac.at](mailto:brigitte.naderer@univie.ac.at)

T: +43-1-4277-493 91

<http://advertisingresearch.univie.ac.at>

### Jens Seiffert-Brockmann

Institut für Publizistik- und  
Kommunikationswissenschaft  
Universität Wien  
Althanstraße 14 (UZA II),  
1090 Wien

[jens.seiffert@univie.ac.at](mailto:jens.seiffert@univie.ac.at)

Telefon: +43-1-4277-48313

<http://ccom.univie.ac.at/>

**Tagungs-Homepage:** <http://prwerbung2017.univie.ac.at>