

Für die Fachgruppe Werbekommunikation

Bis November 2014

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

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

Aktuell

Dr. Tino G. K. Meitz
Universität Tübingen
Tel.: +49 7071 29 72361
E-Mail: tino.meitz@uni-tuebingen.de

Johannes Knoll, M. A.
Universität Würzburg
Tel.: +49 931 31 84103
Email: johannes.knoll@uni-wuerzburg.de

Hannover, Tübingen & Würzburg, 08.01.2015

Tätigkeiten der Fachgruppe Werbekommunikation

Im Folgenden beleuchten wir die Aktivitäten der neu gegründeten Fachgruppe Werbekommunikation im Jahr 2014.

Etablierung einer Fachgruppe Werbekommunikation

Nach dreijähriger Arbeit als offizielle Ad-hoc-Gruppe der DG PuK stellten die damals amtierenden Sprecher folgenden Antrag auf Einrichtung einer Fachgruppe Werbekommunikation:

„Sehr geehrter Herr Vorsitzender, sehr geehrte Mitglieder des Vorstands der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, sehr geehrte Mitglieder der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft,

im Namen der Mitglieder der Ad-hoc-Gruppe Werbekommunikation stellen wir hiermit den Antrag auf Bildung einer Fachgruppe Werbekommunikation in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DG PuK). Die Ad-hoc-Gruppe Werbekommunikation hat seit nunmehr drei Jahren erfolgreich gearbeitet. Uns liegen überdies die Voten von 82 DG PuK-Mitgliedern vor, die unser Ansinnen unterstützen (siehe Anlage). Gemäß § 8 Abs. 1 und Abs. 6 der Satzung der DG PuK möchte ich Sie daher bitten, unseren Antrag zu prüfen und zur endgültigen Entscheidung an die Mitgliederversammlung 2014 in Passau weiterzuleiten.“

Im Vorfeld der Antragstellung wurde eine Liste von über 80 UnterstützerInnen aus den Reihen der DG PuK-Mitglieder erstellt und an den Vorstand übergeben. Der Antrag wurde auf der Jahrestagung der DG PuK in Passau im Mai 2014 von der Mitgliederversammlung angenommen.

Tagungsaktivität

Im November 2014 fand die erste offizielle Tagung der Fachgruppe Werbekommunikation statt. Dr. Ursula Dehm hatte die Gruppe zum ZDF nach Mainz eingeladen. Das Thema der Tagung lautete „Sozialität der Werbung“: Die Werbung hat bereits zur Jahrhundertwende vorweggenommen, was heute in Zeiten „sozialer Medien“ unübersehbar geworden ist: Medien im Allgemeinen sind soziale Institutionen der Vergemeinschaftung. Seit dem Zeitalter der entfesselten Massenkommunikation ist das Beziehungsmanagement westlicher Gesellschaften grundsätzlich gründlich in Bewegung geraten. Und die Werbung hat einen ganz entscheidenden Anteil an dieser Entwicklung. Werbung betreiben heißt unter den Bedingungen posttraditionaler Verhältnisse, Beziehungen zwischen Akteuren herzustellen, die wechselseitig fremd füreinander geworden sind. Die Werbung hat sich in den vergangenen 200 Jahren zu einem der wichtigsten gesellschaftlichen Produzenten sozialer Güter entwickelt. Die Tagung mit ca. 45 Teilnehmerinnen und Teilnehmern umfasste neben zwei Keynotes insgesamt 22 Vorträge.

2015 tagt die FG auf Einladung von Dr. Daniela Schlütz und Benedikt Spangardt am IJK in Hannover. Das Thema der Tagung lautet „Werbung und Musik“. Der Call for Papers ist bereits im Umlauf. Für 2016 liegt bereits eine Einladung von PD Dr. Jens Woelke an die Universität Münster vor.

Mitgliederversammlung

Im Rahmen der 1. Fachgruppentagung fand eine Fachgruppensitzung statt, an der alle anwesenden Mitglieder teilnahmen. Die Sitzung wurde von Daniela Schlütz und Guido Zurstiege geleitet. Sie umfasste den Bericht der Sprecher/in über die Fachgruppenaktivitäten und -veröffentlichungen seit Passau und einen Bericht zum Reviewprozess der Mainzer Tagung. Darüber hinaus wurden einstimmig (bei 2 Enthaltungen) die neuen Fachgruppensprecher Tino Meitz (1. Sprecher) sowie Johannes Knoll (2. Sprecher) gewählt.

Im Rahmen der Sitzung wurde mittels einer Schweigeminute dem verstorbenen Gründungsmitglied der Gruppe Hannes Haas (1957-2014) gedacht. Ihm wurde auch der jüngste Tagungsband gewidmet.

Veröffentlichungen

Der vierte Sammelband der Fachgruppe zur Tagung 2013 in Berlin ist im Herbert von Halem Verlag erschienen: Schwender, C., Schlütz, D. & Zurstiege, G. (2014). Werbung im sozialen Wandel. Köln: Halem. (<http://www.halem-verlag.de/2014/werbung-im-sozialen-wandel/>)

Entwicklung der Fachgruppe

- Die Gruppe umfasst aktuell 92 Mitglieder, davon sind 57 Personen auch Mitglied der DGPUK.
- Daniela Schlütz und Guido Zurstiege sind im November 2014 von ihrem Amt zurückgetreten. Sie wurden abgelöst durch Tino Meitz und Johannes Knoll.
- Die neuen Sprecher wollen sich in den kommenden Jahren vor allem um die Konsolidierung der bisherigen Bemühungen, Werbung als genuinen Forschungsgegenstand der Kommunikationswissenschaft sichtbar zu machen, kümmern. Hierbei sehen sie die Verankerung der Fachgruppe in der Fachgesellschaft als eine zentrale Aufgabe, die sich in geeigneter Zusammenarbeit mit anderen Fachgruppen niederschlagen soll. Zu dieser Aufgabe zählt ebenso eine bereits im Rahmen der Jahrestagung 2015 geplante Stärkung der wissenschaftlichen Nachwuchsförderung sowie die Ausweitung von Publikationsmöglichkeiten.

Daniela Schlütz & Guido Zurstiege / Tino Meitz & Johannes Knoll