

Für die Fachgruppe Werbekommunikation

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

Dr. Johannes Knoll
Universität Wien
Tel.: ++43 14277 48351
Email: johannes.knoll@univie.ac.at

Tübingen & Wien, 15.02.2016

Tätigkeiten der Fachgruppe Werbekommunikation

Im Folgenden berichten wir über die Aktivitäten der Fachgruppe Werbekommunikation im Jahr 2015.

Tagungsaktivität

Unter dem Thema „Werbung und Musik“ fand im November 2015 die zweite Tagung der Fachgruppe Werbekommunikation statt. Musik ist aus der Werbung nicht wegzudenken: Sie unterstützt audiovisuelle Werbeformen, akustische Markenführung ist ein elementarer Bestandteil von Branding-Strategien und Musik und Musikschafter können ihrerseits Gegenstand werblicher Kommunikation sein. Diesen Themenkomplex aufgreifend luden Daniela Schlütz, Benedikt Spangardt und Dorothee Hefner ins Leibnizhaus nach Hannover ein. Sie eröffneten die Tagung mit einer Praxis-Keynote zur erfolgreichen Spotkreation von Brigitte Bayer (Mediengruppe RTL). Anschließend konnten sich die Teilnehmer anhand verschiedener Bestandsaufnahmen einen Überblick zu Musik in der Werbung verschaffen. Darauf aufbauend hörten sie Vorträge zu Musik und Vermarktung sowie der Wirkung von Werbemusik. Außerdem wurde in einem offenen Panel sonstige, aktuelle Werbeforschung präsentiert. Die sehr gelungene Tagung zeichnete sich durch ihre regen interdisziplinären Diskussionen aus. Neben Kommunikationswissenschaftlern nahmen auch einige Musikwissenschaftler und Psychologen teil. Die Tagung umfasste neben einer Keynote 12 Vorträge und ca. 50 Teilnehmer.

2016 tagt die Fachgruppe auf Einladung von PD Dr. Jens Woelke am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster. Das Thema der Tagung lautet „Mediaplanung und Zielgruppenforschung: Ansätze, Modelle, Zukunft“. Für 2017 liegt bereits eine Einladung von Prof. Dr. Jörg Matthes, Prof. Dr. Sabine Einwiller, Dr. Jens Seiffert-Brockmann und Dr. Johannes Knoll nach Wien vor.

Mitgliederversammlung

Im Rahmen der 2. Fachgruppentagung fand eine Fachgruppensitzung statt, an der alle anwesenden Mitglieder teilnahmen. Die Sitzung wurde von Tino Meitz und Johannes Knoll geleitet. Sie umfasste den alljährlichen Bericht der Fachgruppensprecher, den Bericht zu Tagungseinreichungen und Reviewprozess, die Besprechung künftiger Tagungen sowie die Abstimmung der Fachgruppensatzung.

Die Fachgruppensatzung, welche sich stark an den Satzungen der anderen Fachgruppen orientiert, wurde einstimmig angenommen.

Veröffentlichungen

Der fünfte Sammelband der Fachgruppe zur Tagung 2014 in Mainz ist im Herbert von Halem Verlag erschienen:

Zurstiege, G., & Schlütz, D. (Hrsg.) (2016). Sozialität und Werbung. Köln: Herbert von Halem. (<http://www.halem-verlag.de/sozialitaet-und-werbung/>)

Homepage

Im Zuge der Etablierung als Fachgruppe wurde die Homepage überarbeitet. Sie enthält nun folgende Unterseiten: Selbstverständnis, Tagungen, Publikationen, Satzung, FG Sprecher (unter 1. Page of Books „Werbekommunikation“), Protokolle und Jahresberichte sowie ein Archiv des von uns angebotenen Newsletter als PDF Download.

Newsletter

Seit Anfang 2015 verschickt die Fachgruppe regelmäßig einen Newsletter an ihre Mitglieder sowie an Freunde der Fachgruppe. Sie informiert darin über ihre aktuellen Aktivitäten und andere Neuigkeiten aus dem Bereich der Werbeforschung. Eine Anmeldung zum Newsletter ist über folgenden Link möglich: <http://www.fg-werbekommunikation.de/>

Entwicklung der Fachgruppe

Die Gruppe umfasst aktuell 79 DGPuK-Mitglieder. Im Vergleich zum Vorjahr ist sie um 22 Mitglieder gewachsen.

Gez. Tino Meitz & Johannes Knoll