



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

Ad-hoc-Gruppen-Sitzung

Berlin, 29. November 2013
17:30 – 18:30 Uhr

Leitung: Daniela Schlütz, Guido Zurstiege
Anwesende: siehe Anwesenheitsliste
Protokoll: Tino G.K. Meitz

Den Einstieg in die AhG-Sitzung bildet der Vortrag *Kommunikation über Werbekommunikation kommunikativer machen!* von Martin Hipp-Gruner, Theresa Vettermann, Natalie Janowsky, Jessica Wiench, Jessica Stüber, Dennis Fetzer, Daniel Brunner, Jieli Dai, Esther Lucyga und Stefanie Bissinger

Die studentische Arbeitsgruppe der Hochschule Pforzheim stellt aufbauend auf einer Situations- und Benchmarkanalyse ein Relaunch-Konzept der Website sowie des Facebook-Auftritts der AhG vor. Das neue Konzept implementiert die Ziele Aufmerksamkeit, Aktualität, Nachwuchsförderung sowie Interaktivität. Die Umsetzung sollte gemeinsam mit einem externen Partner erfolgen. Unter folgendem Link kann die PDF-Version heruntergeladen werden:

https://dl.dropboxusercontent.com/u/16070848/131129_Kommunikation_%C3%BCber_Werbekommunikation_kommunikativer_machen.pdf

Eine erste Umsetzung des Konzeptes ist bereits geleistet. Unter www.danielbrunner.org kann man diese testen.

Die AhG dankt der Gruppe herzlich für die geleistete Arbeit. Das Konzept ist überzeugend, allerdings muss die Umsetzungsmöglichkeit noch überdacht werden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass es der DG PuK wichtig ist, alle Online-Auftritte der Fachgruppen unter ihrer Website zu vereinen. Über das weitere konkrete Vorgehen werden sich Guido Zurstiege und Daniela Schlütz mit der Hochschule Pforzheim (Jörg Tropp) abstimmen.

1. Bericht der Ad-hoc-Gruppen-Sprecher

- Daniela Schlütz berichtet von der Klausurtagung der Fachgruppensprecherinnen und –sprecher sowie über die vom DG PuK-Vorstand bestellte Arbeitsgruppe zu kommunikationswissenschaftlichen M.A.-Studiengängen, die an die Arbeit der ersten AG Lehre anschließt (siehe <http://www.dgpuk.de/lehre/>). Im Vordergrund der Erhebung stehen die jeweiligen Zulassungsordnungen, um Übergangsmöglichkeiten von B.A. zu M.A.-Studiengängen sicherzustellen. Die Ergebnisse der Arbeitsgruppe werden auf der DG PuK-Jahrestagung 2014 in Passau vorgestellt.
- Der DG PuK-Vorstand empfiehlt seinen Mitgliedern den Ausstieg aus der Mitwirkung am CHE-Ranking. Des Weiteren wurde eine Arbeitsgruppe eingesetzt, die sich mit alternativen Evaluationsverfahren beschäftigen wird.
- Die Ad-hoc-Gruppe Werbekommunikation verfügt über einen Interessiertenkreis von derzeit 86 Personen (Stand 29.11.2013). Die Ad-hoc-gruppensprecherInnen bitten um Unterstützung, um weiterhin Mitglieder der DG PuK für eine Mitgliedschaft in der Ad-hoc-Gruppe zu gewinnen. Die Akquise weiterer regulärer Mitglieder und Unterstützerinnen sowie Unterstützer stellt eine wichtige Bedingung im Zuge der Bemühungen um den regulären Fachgruppenstatus dar, der formell in 2014 gestellt werden kann (siehe Punkt 7).

- Die Jahrestagungen der Fach- und Ad-hoc-Gruppen innerhalb der DGPK sollen möglichst überschneidungsfrei terminiert werden. Für die Ad-hoc-Gruppe Werbekommunikation kann es hier zu Überschneidungen mit der Fachgruppe Visuelle Kommunikation kommen. Da bisher Planungsabsprachen mit der FG Visuelle Kommunikation möglich waren, sehen die Mitglieder keinen Handlungsbedarf, den bisherigen Tagungstermin zu verschieben. Es bleibt also bei der 47. KW. Bei Bedarf kann der Termin um eine Woche nach hinten verschoben werden.

2. Nachwuchsaktivitäten der Gruppe

- Die Mitglieder diskutieren die Empfehlungen des DGPK-Vorstandes zur Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses. Hierbei kristallisiert sich eine Stärkung der Sichtbarkeit der NachwuchswissenschaftlerInnen auf der Website der Ad-hoc-Gruppe Werbekommunikation als wünschenswert heraus.
- Die empfohlenen DoktorandInnen-Workshops werden – unter Hinweis auf die Vielfältigkeit der im Rahmen der Gruppe vertretenen Forschungstraditionen – in Bezug auf die inhaltliche Ausgestaltung kritisch diskutiert. Neben der inhaltlichen Diskussion wird durch den wissenschaftlichen Nachwuchs Unterstützung bei der Karriereförderung erbeten. Die Ad-hoc-gruppensprecherInnen erbitten hier Hinweise auf bedarfsgerechte Unterstützungsformen.

3. Stand Tagungsband Würzburg

- Der Tagungsband der Ad-hoc-Gruppen-Tagung 2012 in Würzburg liegt vor. Die Ad-hoc-gruppensprecherInnen danken den Herausgebern Holger Schramm und Johannes Knoll. Mit dem vorliegenden Band erfüllt die Ad-hoc-Gruppe Werbekommunikation das Kriterium der regelmäßigen Publikationstätigkeit im Rahmen des Bewerbungsverfahrens um FG-Status.

4. Tagung 2014

- Die Tagung der Ad-hoc-Gruppe für 2014 wird auf Einladung des ZDF durch Ursula Dehm ausgerichtet und findet vom 20.-22. November 2014 in Mainz statt. Der Call for Papers ist den Mitgliedern per E-Mail zugegangen. Das Thema der Tagung lautet „Sozialität der Werbung“.

5. Tagung 2015

- Eine offizielle Einladung steht noch aus, es werden aber bereits Gespräche geführt.

6. Bericht Tagungseinreichungen und Reviewprozess der diesjährigen Tagung

- Clemens Schwender erläutert den Reviewprozess für die Tagung 2013. Im Zuge der Diskussion erörtern die Mitglieder eine stärkere Standardisierung des Reviewverfahrens. Aufgrund der theoretisch und methodisch vielfältigen Beiträge sind sich die Mitglieder einig in Hinsicht auf die Gestaltung fairer Verfahrensregeln für die Bewertung heterogener Ansätze. Hierbei soll zukünftig noch stärker auf die entsprechende Expertise der Reviewerinnen und Reviewer gesetzt werden. Die Mitglieder sind sich einig in Bezug auf die stärkere Berücksichtigung der Einhaltung wissenschaftlicher Qualitätsstandards im Reviewverfahren, wie etwa die Darlegung angewandter Methoden oder die Akzeptanz ausschließlich auf vorliegenden Daten basierender empirischer Studien. Insbesondere die Übertragung der Organisation des Reviewprozesses auf die Ad-hoc-GruppensprecherInnen wird durch die Mitglieder gewünscht. Dabei ist darauf zu achten, dass die Voten der Reviewerinnen und Reviewer beim Auswahlprozess berücksichtigt werden.
- Für das Reviewverfahren der Tagung 2014 stellen sich folgende Mitglieder zur Verfügung: Andreas Baetzgen, Nils Borchers, Johannes Knoll, Sarah Kohler, Tino Meitz, Daniela Schlütz, Holger Schramm, Clemens Schwender, Dieter Storll, Jörg Tropp und Guido Zurstiege. Weitere Meldungen sind erwünscht!

7. Auf dem Weg zu Fachgruppe

- 2014 erfüllt die Ad-hoc-Gruppe Werbekommunikation die Kriterien zur Beantragung des regulären Fachgruppenstatus in der DGPUK. Guido Zurstiege referiert die DGPUK-Statuten, die Ad-hoc-gruppensprecherInnen stellen die Entscheidung zur Beantragung zur Diskussion und Abstimmung. Im Rahmen der Diskussion wird erneut auf die Notwendigkeit der Unterstützung des Antrags durch ein 5% Quorum sowie die endgültige Annahme des Antrags im Rahmen der Mitgliederversammlung der DGPUK durch einfache Mehrheit verwiesen. Die Mitglieder werden im Rahmen der durch sie befürworteten Institutionalisierung der Gruppe innerhalb der DGPUK um Unterstützung bei der Gewinnung der benötigten Mehrheiten gebeten. Die Mitglieder der Ad-hoc-Gruppe sprechen sich ohne Gegenstimmen für die Beantragung des FG-Status durch die Ad-hoc-gruppensprecherInnen aus. Die SprecherInnen werden in Absprache mit dem DGPUK-Vorstand das Procedere in Gang setzen.

8. Sonstiges

- Sven Pagel weist auf die kommende Tagung der FG Medienökonomie hin. Der CfP wird an die Mitglieder der Ad-hoc-Gruppe verschickt werden.