

## Call for Papers

für den

### 5. Workshop der Forschungsgruppe Werbung

vom 30. September – 2. Oktober 2010 in Wien

## „Qualitäten der Werbung – Qualitäten der Werbeforschung“

Übergeordnetes Ziel des fünften Workshops der Forschungsgruppe Werbung ist es, aktuelle Ergebnisse der Werbeforschung zu diskutieren, Forschungsdesiderata aufzuzeigen und Impulse für weitere Forschung im Fach und seinen angrenzenden Disziplinen anzuregen. Willkommen sind theoretische ebenso wie empirische Beiträge, mit aktuellem ebenso wie mit historischem Bezug. In gewohnter Weise lässt die Tagung mit einem **offenen Panel** eine sehr freie Themenwahl zu. In den beiden **thematisch fokussierten Arbeitsgruppen** soll der Schwerpunkt des diesjährigen Workshops auf zwei eng verbundene Forschungsbereiche gelegt werden: „Qualitäten der Werbung“ und „Qualitäten der Werbeforschung“.

### Qualitäten der Werbung

Die diesjährigen Arbeitsgruppen beschäftigen sich mit den inhaltlichen und formalen Qualitäten von Werbung, die aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet werden können. Mögliche Forschungsfragen wären beispielsweise: Wie lassen sich ästhetische und kreative Momente der Werbung erfassen und analysieren? Wie passen sich Werbeinhalte an neue Verbreitungsformen und Kommunikationskanäle an? Welche Inhaltsqualitäten ergeben besondere Rezeptionsqualitäten für die Adressaten? Welche Topoi, narrative Strategien oder Stereotype finden sich in der Werbung? Die Frage danach, wie sich die unterschiedlichen „Qualitäten der Werbung“ definieren und erforschen lassen, führt zum zweiten Schwerpunkt der Tagung.

### Qualitäten der Werbeforschung

In dieser Arbeitsgruppe werden Herausforderungen und Zukunftsperspektiven der kommunikationswissenschaftlichen Werbeforschung diskutiert. Technische Innovationen und Konvergenz unterschiedlicher Kommunikationsformen und –medien sowie gesellschaftliche Wandelphänomene stellen neue Anforderungen an die Forschung. In den Arbeitsgruppen könnten folgende

Themen behandelt werden: Was leistet die Werbeforschung? Mit welchen Innovationen ist sie konfrontiert? Welche Fragestellungen kann und soll sie verfolgen? Wie positionieren und grenzen sich Public Relations, Werbung und Marketing voneinander ab? Wie können Forschungsergebnisse in die Werbepraxis transferiert werden?

Aber auch Fragen der zukünftigen Entwicklung der Werbeforschung sind mögliche Themen: Welche Entwicklungsmöglichkeiten und Perspektiven ergeben sich für die Werbeforschung? Wo liegen ihre zentralen Kompetenzen und wo ergeben sich Verknüpfungen zu anderen Disziplinen?

Organisation:

Der Workshop findet von 30. September bis 2. Oktober 2010 in der „Alten Kapelle“ am Campus der Universität Wien statt. InteressentInnen werden gebeten, ihren Vorschlag für einen ca. 20-minütigen Vortrag in Form eines aussagekräftigen Abstracts von 500 bis 1500 Wörtern als Word-Dokument bis 16. April 2010 an folgende E-Mail-Adressen zu senden:

[hannes.haas@univie.ac.at](mailto:hannes.haas@univie.ac.at)

[katharina.lobinger@univie.ac.at](mailto:katharina.lobinger@univie.ac.at)

Eine Rückmeldung über die Annahme des Beitrags erfolgt bis spätestens 18. Juni 2010.

Für die Forschungsgruppe Werbung

Hannes Haas

Gabriele Siegert

Sascha Demarmels

Katharina Lobinger