

PROGRAMM „WERBUNG UND MUSIK“

2. Tagung der Fachgruppe Werbekommunikation in der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPuK)

26. bis 27. November 2015, Hannover

DONNERSTAG, 26.11.2015

10:00-10:45 **Tagungsregistrierung und Willkommenskaffee**

10:45-11:00 **Begrüßung**

Für die Fachgruppe: Tino Meitz & Johannes Knoll

Für die Organisation: Daniela Schlütz, Benedikt Spangardt & Dorothee Hefner

11:00-11:30 **Keynote**

Brigitte Bayer (Mediengruppe RTL)

5 goldene Regeln für erfolgreiche Spotkreationen

11:30-13:00 **Panel 1: Überblick und Bestandsaufnahme**

Moderation: Benedikt Spangardt

Holger Schramm, Priska Breves & Ann-Kristin Herget (Universität Würzburg)

Musik in der deutschen Fernsehwerbung 2015: Eine Inhaltsanalyse des Einsatzes von Musik in der Prime-Time-Werbung der werberelevanten Sender Sat.1 und RTL

Rebecca Preß (Universität Erlangen-Nürnberg)

Der Ton macht die Musik: Einsatz und Wirkung von Musik in der Fernsehwerbung

Clemens Schwender, Christoph Eiwien, Anna Fechtig, Isabel Maria Preuss, Samuel Sauter
& Ronja Schandert (hdpk Berlin)

Bild | Ton | Musik: Entwicklung einer Datenbank zur Ermittlung des Zusammenhangs von visuellen, auditiven und musikalischen Zusammenhängen in der deutschen TV-Werbung

13:00-14:00 **Mittagspause**

Mittagssnack vor Ort

14:00-15:30 **Panel 2: Musik und Vermarktung in Medienkontexten**

Moderation: Tino Meitz

Julian Werner, Helmut Scherer & Daniela Schlütz (HMTM Hannover)

Musik und Bilder des Konsums: Praxis und Potentiale des Product Placements in Musikvideos

Irmgard Wetzstein (Universität Wien)

Social Networks als Instrument der Selbstpräsentation und -vermarktung für unabhängige Musikschafter: Eine Analyse von Strategien und Potenzialen anhand der Facebook-Präsenz der österreichischen Künstlerin Clara Luzia

Johannes Knoll, Jörg Matthes, Andrea Münch & Migena Ostermann (Universität Wien)

Popstars als Markenbotschafter: Eine Untersuchung zu Imagetransfereffekten

15:30-16:15 **Kaffeepause**

16:15-18:15 **Panel 3: Wirkungen von Musik**

Moderation: Johannes Knoll

Reinhard Kopiez, Anna Wolf (HMTM Hannover), David Keuchen (University College Dublin) & Friedrich Platz (HfMDK Stuttgart)

Stereotypenaktivierung durch Musik? Vorschläge zur länderspezifischen Überprüfung der musikalischen Fit-Hypothese

Benedikt Spangardt & Nicolas Ruth (Universität Würzburg)

Vocals und Sprache in Werbeliedern: Befunde zur Wirkung zweier musikalischer Parameter auf die Wahrnehmung eines Werbespots sowie auf Markenerinnerung und Kaufabsicht

Anja Kalch (Universität Augsburg), Carolin Mengele & Tino Meitz (Universität Tübingen)

Prosoziale Musik und Bystanderverhalten: Der Einfluss populärer Musik auf die Wirkung von Kampagnen

Jana Nagl, Nicolas Ruth & Benedikt Spangardt (Universität Würzburg)

„Geht ins Ohr, bleibt im Kopf“? Radiowerbung und der Einfluss des umgebenden Musikprogramms auf Erinnerung, Bewertung und Kaufabsicht

ab 19:30 **Gemeinsames Abendessen**

Aresto, Kloostergang 2, 30159 Hannover

FREITAG, 27.11.2015

09:30-10:30 **Offenes Panel**

Moderation: Dorothee Hefner

Nils S. Borchers (Universität Mannheim)

Kommerzialisierung 2.0: Die gesellschaftlichen Auswirkungen der Online-Werbung

Kathrin Öhlhorn (Universität Augsburg) & Benedikt Spangardt (Universität Würzburg)

Erotik in der strategischen Online-Kommunikation: Eine Untersuchung zu Wirkungen erotischer Bilder in Produktblogs

10:30-11:30 **Kaffeepause**

11:30-12:30 **Fachgruppensitzung**

ca. 12:30 **Verabschiedung**

Anmeldung und Tagungsgebühr

Es wird keine Tagungsgebühr erhoben. Bitte melden Sie sich trotzdem bis Freitag, den 06.11.2015 verbindlich an, das erleichtert uns die Planung.

Das Anmeldeformular finden Sie unter:

<http://www.ijk.hmtm-hannover.de/de/institut/tagung-werbekommunikation-2015/anmeldung/>

Get-together

Aufgrund des späten Starttermins haben wir kein offizielles Get-together geplant. Bei Interesse an einer inoffiziellen Zusammenkunft, melden Sie sich gerne bei Daniela Schlütz unter:

daniela.schluetz@ijk.hmtm-hannover.de

Veranstaltungsort

Leibnizhaus – Gästehaus der hannoverschen Hochschulen
Holzmarkt 4-6 | 30159 Hannover

<http://www.uni-hannover.de/de/universitaet/organisation/einrichtung/leibnizhaus/>

Weitere Informationen

zur Anreise, Hotелеmpfehlungen etc., finden Sie unter:

<http://www.ijk.hmtm-hannover.de/de/institut/tagung-werbekommunikation-2015/>

Mit freundlicher Unterstützung von:



KommunikationsKultur e.V.
FÖRDERVEREIN DES IJK HANNOVER

**MEDIEN
GRUPPE
RTL**
DEUTSCHLAND