

**Sommersemester 2015**

**Reinhild Kreis**

**Nicht nur „mit Liebe gemacht“. Praktiken des Selbermachens und gesellschaftliche Ordnungsvorstellungen im 20. Jahrhundert**

Kommentar: Oliver Kühschelm

Zeit: **Mittwoch, 11.03.2015, 9:00 - 10:00 Uhr**

Ort: Seminarraum WISO 1, Hauptgebäude, Stiege 6, 2. Stock, Zwischengeschoß

Warum machen Menschen im Konsumzeitalter etwas selbst, statt es zu kaufen? Was wird selbstgemacht, und wie? Praktiken des Selbermachens und die damit verbundenen Konsumententscheidungen drücken Präferenzen im Umgang mit Zeit, Geld und materiellen Ressourcen aus. Sie sind Ausdruck von Werthaltungen und sozialen Ordnungsvorstellungen, mit denen Rollenerwartungen an Individuen und gesellschaftliche Gruppen verbunden sind. Der Blick auf das Selbermachen eröffnet daher neue Perspektiven auf die Entstehung Entwicklung der Konsum- und Freizeitgesellschaft des 20. Jahrhunderts.

**Walter Sauer**

**Auf dem Weg zu einer Kolonialgeschichte Österreichs**

Kommentar: Berthold Unfried

Zeit: **Mittwoch, 22.4.2015, 9:00 - 10:00 Uhr**

Ort: Seminarraum WISO 1, Hauptgebäude, Stiege 6, 2. Stock, Zwischengeschoß

Erfreulicherweise ist in den letzten Jahren das Interesse an den überseeischen Aktivitäten der Habsburgermonarchie und ihren politischen Implikationen gewachsen. War die These einer „kolonialen Unbelastetheit“ Österreichs seit den 1950er Jahren fast zur Staatsdoktrin aufgestiegen, so verfügen wir heute über eine Reihe von Publikationen (teilweise auch von jüngeren Forscher/inne/n), die sich kritisch mit der Involvierung von Staat, Unternehmen, Wissenschaftsinstitutionen und Zivilgesellschaft in die europäische Überseeexpansion befassen. Nicht zuletzt wird dabei auch die koloniale (und kolonial-rassistische) Prägung breiter Bevölkerungskreise durch Kunst, Medien etc. deutlich.

## **Karin Moser/Mario Keller**

### **Die Emotionalisierung nationaler Marken im österreichischen Werbefilm 1950-2000**

Kommentar: Christina Linsboth

Zeit: **Mittwoch, 13.05.2015, 9:00 - 10:00 Uhr**

Ort: Seminarraum WISO 1, Hauptgebäude, Stiege 6, 2. Stock, Zwischengeschoß

Produkte und klangvolle Marken sind Teil unserer (nationalen) Identität geworden. Mehr als jedes andere Medium versteht es der Film, auf verschiedensten sinnlichen Ebenen Botschaften zu vermitteln und Gefühle zu evozieren.

Ausgehend von der These, dass der österreichische Werbefilm in den Nachkriegsjahren nationale Mythen und Symbole gezielt aufgreift, um damit spätestens ab 1950 heimische Konsummarken zu bewerben, wird im Projekt untersucht, welche filmischen Emotionalisierungsstrategien gewählt wurden, um diese Inhalte zu transferieren. Neun ausgewählte österreichische Marken stehen hierbei im Fokus der Untersuchung. Der Transfer nationaler Inhalte im Werbefilm wird dabei einerseits im historischen Kontext – unter Berücksichtigung ökonomischer, politischer, sozialer und kultureller Aspekte – erforscht. Andererseits sind die dabei eingesetzten filmischen Strategien strukturell und in Detailanalysen zu untersuchen.

## **Angela Bol**

### **Die Beherrschung der Aktiengesellschaft. Normen, Legitimation und Praktiken bei ausgewählten deutschen Unternehmen, ca. 1870-1930.**

Kommentar: Peter Eigner

Zeit: **Mittwoch, 17.6.2015, 9:00 - 10:00 Uhr**

Ort: Seminarraum WISO 1, Hauptgebäude, Stiege 6, 2. Stock, Zwischengeschoß

Das Promotionsprojekt untersucht die Entwicklung von Corporate Governance in deutschen Unternehmen zwischen 1870 und 1930. Das zentrale ökonomische Anliegen von Aktionären ist es, sicherzustellen, dass ihr investiertes Kapital Gewinn erbringt. Eine Möglichkeit, die sich ihnen im Rahmen der bestehenden Gesetzgebung bietet, ist die Konzeption einer Unternehmensverfassung. Da ein Rechtsdokument noch nicht garantiert, dass sich die beteiligten Akteure auch an die Vereinbarungen halten, verlagert es das Prinzipal-Agenten-Problem in die unternehmerische Praxis. Ausgewählte Fallstudien sollen aufzeigen, wie auf der Unternehmensebene rechtliche Normen umgesetzt wurden und wie sich diese institutionellen Vorkehrungen auf die Unternehmenspraxis auswirkten.