

1. Record Nr.	UNISA996312648503316
Autore	Moser Karin <1974->
Titolo	Der österreichische Werbefilm : Die Genese eines Genres von seinen Anfängen bis 1938 // Karin Moser
Pubbl/distr/stampa	Berlin/Boston, : De Gruyter, 2019 München ; ; Wien : , : De Gruyter Oldenbourg, , [2019] ©2019
ISBN	3-11-062230-0
Descrizione fisica	1 online resource (IX, 307 p.)
Collana	Werbung - Konsum - Geschichte
Soggetti	Culture of memory Erinnerungskultur Mediengeschichte Werbung advertising media history HISTORY / Modern / 20th Century
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di contenuto	Frontmatter -- Vorwort -- Inhaltsverzeichnis -- 1. Einleitung -- 2. Die Etablierung einer organisierten Wirtschaftswerbung -- 3. Anfänge der Kinematographie in Österreich -- 4. Die Entwicklung des "werbenden" Films vor dem Ersten Weltkrieg -- 5. Der Erste Weltkrieg: Ende und Anfang. Neue Wege der filmischen Werbung -- 6. Belehren - informieren - werben: Forderungen an das Medium (Industrie-) Werbefilm -- 7. Der "richtige" Ort für den "richtigen" Film: Aufführungsrahmen und -praktiken -- 8. Die Werbefilmproduzenten: Etablierung, Organisation, Einflussphären -- 9. Der "ideale" Werbefilm -- 10. Leerstellen -- 11. Schlussbetrachtungen -- 12. Filmografien Kurzfilmhersteller -- 13. Anhang -- Personenregister -- Sachregister
Sommario/riassunto	Filmed commercials are part of the culture of remembrance and of corporate and film history. When did this form of advertising begin? Who were the first sponsors and were advertising films made differently

at that time than now? The monograph addresses these questions using the example of Austria. Starting from the early period of cinematography, it researches the development and establishment of the genre of the commercial in Austria until 1938.

Mit der Erfindung des Films gegen Ende des 19. Jahrhunderts etablierte sich ein neues Werbemittel, das maßgeblich zur Visualisierung und Ästhetisierung der Warenwelt beitragen sollte. Ausgehend von der Frühzeit der Kinematographie wird in dieser Arbeit erstmals die Entwicklung und Etablierung des Genres Werbefilm in Österreich bis zum Jahr 1938 erforscht. Zu Beginn werden ökonomische und technische Prozesse skizziert, welche die Entstehung und Entfaltung der Wirtschaftswerbung nicht nur ermöglichten, sondern letztlich auch erforderlich machten. Im Weiteren wird die Verwissenschaftlichung und Institutionalisierung der österreichischen Reklamewirtschaft erläutert. Parallel zu den ökonomischen Entwicklungsschüben, etablierte sich mit dem Film ein neues Unterhaltungs- und Werbemedium, dessen Verbreitung, Akzeptanz sowie ästhetische und technische Entfaltung zu skizzieren waren. Beziehungsgeflechte und Interessenskonflikte zwischen Politik, Werbefilmproduzenten, Auftraggebern und Kinobesitzern werden dargelegt und geben Aufschluss über Produktionsbedingungen, soziale und gesellschaftliche Entwicklungen, Strategien der Ökonomisierung, Ausrichtung der Filme sowie über vielfältige Aufführungskontexte. Die Arbeit verbindet historische Grundlagenforschung mit kulturwissenschaftlichen Forschungszugängen.
