

Guido Zurstiege - Publikationen und Vorträge

Dissertationsschrift

- (1997): ALLES SUPER(,)MANN! MÄNNLICHKEIT UND WERBUNG. Eine systemtheoretische und empirische Untersuchung zur Darstellung von Männern in der Anzeigenwerbung der 50er, 70er und 90er Jahre anhand der Zeitschriften Auto Motor und Sport, Brigitte und stern. Inaugural-Dissertation zur Erlangung des Doktorgrades der Philosophischen Fakultät der Westfälischen Wilhelms-Universität zu Münster (Westf.).

Habilitationsschrift

- (2003): Zwischen Kritik und Faszination – was wir beobachten, wenn wir die Werbung beobachten, wie sie die Gesellschaft beobachtet. (Habilitationsschrift, Universität Münster).

Bücher

- (1998): Mannsbilder – Männlichkeit in der Werbung. Eine Untersuchung zur Darstellung von Männern in der Anzeigenwerbung der 50er, 70er und 90er Jahre. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- (2000): Orientierung Kommunikationswissenschaft. Was sie kann, was sie will. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt (mit Siegfried J. Schmidt).
- (2000): Festschrift für die Wirklichkeit. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag (hrsg.).
- (2001): Werbung, Mode und Design. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag (hrsg. mit Siegfried J. Schmidt).
- (2001): a/effektive Kommunikation: Unterhaltung und Werbung. Münster/Hamburg: Lit (hrsg. mit Siegfried J. Schmidt und Joachim Westerbarkey).
- (2003): a/effektive Kommunikation: Unterhaltung und Werbung. Münster/Hamburg: Lit (hrsg. mit Siegfried J. Schmidt und Joachim Westerbarkey). [zweite, überarbeitete Auflage].
- (2003): Hinlenkung durch Ablenkung. Medienkultur und die Attraktivität des Verborgenen. Münster: Lit (hrsg. mit Christoph Jacke).
- (2005): Zwischen Kritik und Faszination. Was wir beobachten, wenn wir die Werbung beobachten, wie sie die Gesellschaft beobachtet. Köln: Herbert von Halem.
- (2007): Siegfried J. Schmidt. Beobachtungsmanagement. Über die Endgültigkeit der Vorläufigkeit. Köln: Supposé (Audio CD und Booklet) [Konzeption, Regie und Produktion gemeinsam mit Christoph Jacke, Sebastian Jünger und Klaus Sander].
- (2007): Werbeforschung. Konstanz: UVK/UTB.
- (2007): Räume des Konsums. Über den Funktionswandel von Räumlichkeit im Zeitalter des Konsumismus. Wiesbaden: VS-Verlag [hrsg. mit Kai-Uwe Hellmann].
- (2007): Kommunikationswissenschaft. Systematik und Ziele. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt (mit Siegfried J. Schmidt).

Aufsätze und Rezensionen

- (1998): Nach-*Wirkungen*? Tagungsbericht zur 2. Fachtagung der Deutschen Gesellschaft für Medienwirkungsforschung (DGMF) vom 04. – 07. Oktober 1998 in Frankfurt am Main. In: Publizistik, 43. Jg., Heft 4/1998, 439-442.

- (1999): Rezension: Borscheid, Peter; Wischermann, Clemens (Hrsg.) (1995): Bilderwelt des Alltags. Werbung in der Konsumgesellschaft des 19. und 20. Jahrhunderts. Festschrift für Hans Jürgen Teuteberg. Studien zur Geschichte des Alltags, Bd. 13. Stuttgart: Steiner. In: Böning, Holger; Kutsch, Arnulf; Stöber, Rudolf (Hrsg.) (1999): Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte. Stuttgart: Franz Steiner Verlag, 269.
- (1999): Starke Männer, schöne Frauen. Geschlechterklischees in der Werbung. In: Gutenberg, Andrea; Schneider, Ralf (Hrsg.) (1999): Gender – Culture – Poetics. Zur Geschlechterforschung in der Literatur- und Kulturwissenschaft. Festschrift für Natascha Würzbach. Trier: WVT, 227-246 (mit Siegfried J. Schmidt).
- (1999): Unsichtbar im Bild. Männlichkeit als kommunikationswissenschaftliches Problem – das Beispiel Werbung. In: Debatin, Bernhard; Kutsch, Arnulf (Hrsg.) (1999): Großbothener Vorträge. Münster: Lit, 33-55.
- (2000): Aufdringliche Geschichten – Zum Verhältnis von Musik und Werbung. In: Rösing, Helmut; Phleps, Thomas (Hrsg.): Populäre Musik im kulturwissenschaftlichen Diskurs. Beiträge zur Populärmusikforschung 25/26. Karben: Coda, 25 – 42 (mit Christoph Jacke und Sebastian Jünger).
- (2000): Das unbekannte Objekt der Begierde. In: Männerforum. Zeitschrift der Männerarbeit der Evangelischen Kirche in Deutschland. Nr. 22/2000, 4-6.
- (2000): How to Gear into Cognitive Systems: On Cognitive and Socio-Cultural Aspects of Research in the Effects of Advertising. In: Communications. The European Journal of Communication Research, 25. Jg., Heft 2/2000, 161-186 (mit Siegfried J. Schmidt).
- (2000): Über die (Un-)Steuerbarkeit kognitiver Systeme. Kognitive und soziokulturelle Aspekte der Werbewirkungsforschung. In: Hejl, Peter M.; Stahl, Heinz K. (Hrsg.) (2000): Management und Wirklichkeit. Das Konstruieren von Unternehmen, Märkten und Zukünften. Heidelberg: Carl-Auer-Systeme Verlag, 297-331 (mit Siegfried J. Schmidt).
- (2000): Der springende Punkt. In: Zurstiege, Guido (Hrsg.) (2000): Festschrift für die Wirklichkeit. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag (hrsg.), 189-196.
- (2000): Die Angst des Germanisten vor der Medienwissenschaft. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, Freitag 15.12.2000, Nr. 292, S. 50 (Briefe an die Herausgeber) (mit Joachim Westerbarkey).
- (2000): Kleiner Grenzverkehr zwischen Werbung, Journalismus und Kunst. URL.: <http://www.schmidt.uni-halle.de/essays/texte/zurst1.htm> (Stand vom 10.11.00)
- (2000): Medienangebote als Diesseits: Werbung. In: Schmidt, Siegfried J. (2000): Kalte Faszination. Medien – Kultur – Wissenschaft in der Mediengesellschaft. Göttingen: Velbrück, 234-260 (mit Siegfried J. Schmidt).
- (2000): Rezension: Agde, Günter: Flimmernde Versprechen. Geschichte des deutschen Werbefilms im Kino seit 1897. Berlin: Das Neue Berlin 1998, 176 Seiten, zahlreiche farbige Abbildungen. In: Böning, Holger; Kutsch, Arnulf; Stöber, Rudolf (Hrsg.) (1999): Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte. Stuttgart: Franz Steiner Verlag, 260.
- (2001): KDW – Mediale Balztänze zwischen Kunst, Design und Werbung. In: Zurstiege, Guido; Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.) (2001): Werbung, Mode und Design. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 223-239.
- (2001): Werbung, Mode und Design. In: Zurstiege, Guido; Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.) (2001): Werbung, Mode und Design. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag (mit Siegfried J. Schmidt), 9-14.
- (2001): Aufmerksamkeit – die Unwahrscheinlichkeit des Unvermeidbaren. In: Telepolis. Magazin der Netzkultur. URL: <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/auf/4699/1.html> (Stand vom 17.01.01).
- (2001): Werbung und Wirksamkeit. In: Bergmann, Gustav; Meurer, Gerd (Hrsg.): Best Patterns – Erfolgsmuster für zukunftsfähiges Management. Neuwied: Luchterhand, 377-387 (mit Siegfried J. Schmidt).
- (2001): Werbung – Kunst und Können der aufrichtigen Lüge. In: Schmidt, Siegfried J.; Westerbarkey, Joachim; Zurstiege, Guido (Hrsg.) (2001): a/effektive Kommunikation: Unterhaltung und Werbung. Münster/Hamburg: Lit, 147-160. [zweite, überarbeitete Auflage 2003].
- (2001): Ganz schön stark! Geschlechterklischees in der Werbung. In: Schmidt, Siegfried J.; Westerbarkey, Joachim; Zurstiege, Guido (Hrsg.) (2001): a/effektive Kommunikation: Unterhaltung und Werbung. Münster/Hamburg: Lit, 227-253 (mit Siegfried J. Schmidt). [zweite, überarbeitete Auflage 2003].

- (2001): Im Reich der großen Metapher. In: Döge, Peter; Meuser, Michael (Hrsg.) (2001): Männlichkeit und soziale Ordnung. Neuere Beiträge zur Geschlechterforschung. Opladen: Leske + Budrich, 201-217.
- (2001): Rezension: Dörner, Andreas (2000): Politische Kultur und Medienunterhaltung. Zur Inszenierung politischer Identitäten in der amerikanischen Film- und Fernsehwelt. Konstanz: UVK. In: Böning, Holger; Kutsch, Arnulf; Stöber, Rudolf (Hrsg.): Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte. 3. Bd. Stuttgart: Franz Steiner Verlag, 276-277.
- (2001): Good girls go to heaven, bad girls go everywhere – advertising under suspicion. In: Poetics, 29. Jg., Heft 4-5/2001, 273-282.
- (2002): Werbung als Funktionssystem. In: Scholl, Armin (Hrsg.) (2002): Systemtheorie und Konstruktivismus in der Kommunikationswissenschaft. Konstanz: UVK, 147-159.
- (2002): Rezension: David K. Berlo (1960): The Process of Communication. An Introduction to Theory and Practice. New York: Holt, Rinehart and Winston. In: Holtz-Bacha, Christina; Kutsch, Arnulf (Hrsg.) (2002): Schlüsselwerke für die Kommunikationswissenschaft. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 59-60.
- (2002): Lego Logo. In: Pasing, Anton Markus (2002): 16 : 9. Remote-Controlled II. Münster: remote press, 14-17 [in deutscher und englischer Sprache].
- (2002): Du Darfst! / You May! In: Pasing, Anton Markus (2002): 16 : 9. Remote-Controlled II. Münster: remote press, 118-119 [in deutscher und englischer Sprache].
- (2002): Wissenschaftliche Kommunikationsmodelle. In: Neverla, Irene; Grittmann, Elke; Pater, Monika (Hrsg.) (2002): Grundlagentexte zur Journalistik. Stuttgart: UTB, 89-99 (mit Siegfried J. Schmidt).
- (2002): Die Gesellschaft der Werbung – was wir beobachten, wenn wir die Werbung beobachten, wie sie die Gesellschaft beobachtet. In: Willems, Herbert (Hrsg.) (2002): Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte. Produktionen und Rezeptionen. Entwicklungen und Perspektiven. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 121-138.
- (2003): Werbekommunikation. In: Bentele, Günter; Brosius, Hans-Bernd; Jarren, Otfried (Hrsg.) (2003): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 492-503 (mit Siegfried J. Schmidt).
- (2003): Rezension: Borstnar, Nils (2002): Männlichkeit und Werbung. Inszenierung – Typologie – Bedeutung. Kiel: Ludwig. In: Medien und Kommunikationswissenschaft, 51. Jg., Heft 3-4/2003, 631-633.
- (2003): Vorwort. In: Jacke, Christoph; Zurstiege, Guido (Hrsg.) (2003): Hinlenkung durch Ablenkung. Medienkultur und die Attraktivität des Verborgenen. Münster: Lit, 9-10 (mit Christoph Jacke).
- (2003): Vom erfolgreichen Scheitern. In: Jacke, Christoph; Zurstiege, Guido (Hrsg.) (2003): Hinlenkung durch Ablenkung. Medienkultur und die Attraktivität des Verborgenen. Münster: Lit, 97-106 (mit Christoph Jacke).
- (2004): Funktionen der Werbung. In: Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.) (2004): Handbuch Werbung. Münster: Lit, 240-243.
- (2004): Kleiner Grenzverkehr zwischen Werbung, Journalismus und Kunst. In: Advertising Club Styria (Hrsg.) (2004): Die Kunst der Verführung. Green Panther Annual 2004. Graz: M+N Medienverlag, 30-37.
- (2004): Was soll es bedeuten? Frauen, Männer und Medien-Sport. In: Schierl, Thomas (Hrsg.) (2004): Die Visualisierung des Sports in den Medien. Köln: Halem, 96-110.
- (2004): Unter dem Vergrößerungsglas. In: Das Parlament, 54. Jg., Nr. 46 vom 08.11.04, S. 10.
- (2005): Die Marken-Persönlichkeit als operative Fiktion im Geschäftsverkehr – Zum Anthropomorphismus im Markendiskurs. In: Blaseio, Gereon; Pompe, Hedwig; Ruchatz, Jens (Hrsg.) (2005): Popularisierung und Popularität. Köln: DuMont, S. 168-178.
- (2005): Rezension: Jacke, Christoph: Medien(sub)kultur. Geschichten – Diskurse – Entwürfe. Bielefeld [transcript] 2004. URL: <http://www.transcript-verlag.de/ts275/ts275for.htm> (Stand vom 07.05.05).
- (2005): Vom Nutzen notorisch professioneller Beobachtungen. In: Medien Journal. Zeitschrift für Kommunikationskultur, 29. Jg., Heft 1/2005, 35-44.
- (2006): Siegfried J. Schmidt 65. In: Publizistik, 51. Jg., Heft 1/2006, 97-99.
- (2006): Lexikoneinträge: „Bund Deutscher Werbeberater“, „Gesamtverband Kommunikationsagenturen“, „Deutscher Werberat“, „Eigenwerbung“, „Erfolgskontrolle“, „Reklame -> Werbung“, „Werbeagentur“, „Werbeforschung“, „Werbung (auch vergleichende)“.

- In: Bentele, Günter; Brosius, Hans-Bernd; Jarren, Otfried (Hrsg.) (2006): Lexikon Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- (2006): Dominanz-/Dependenzbeziehungen? Werbung und Medien. In: Altmeyen, Klaus-Dieter; Karmasin, Matthias (Hrsg.) (2006): Medien und Ökonomie. Band 3: Anwendungsfelder der Medienökonomie. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 89-101.
 - (2006): Wishful Thinking: Questioning the Operative Fiction of Media Communities. In: Hipfl, Brigitte; Hug, Theo (eds.) (2006): Media Communities. New York / München / Berlin: Waxmann, 65-73.
 - (2006): The Reality of Media Research. In: Nordicom Information, 28. Jg. Heft 2/2006, 85-92.
 - (2006): Starke Typen, starke Jungen!? – Männerbilder in den Medien. In: Landeskommission Berliner gegen Gewalt/Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Sport Berlin (Hrsg.): Berliner Forum Gewaltprävention. Dokumentation des 6. Berliner Präventionstages. Männliche Sozialisation und Gewalt. Nr. 24. Berlin: BFG, 49-52.
 - (2006): Schöner Schrott. Werbe-Rauschen im Kultur-Programm. In: Jacke, Christoph; Kimminich, Eva; Schmidt, Siegfried J. (Hrsg.) (2006): Kulturschutt. Über das Recycling von Theorien und Kulturen. Bielefeld: transcript, 223-234.
 - (2006): The Reality of Media Research. In: Nordicom Review [Supplement. Plenary Addresses 17th Nordic Conference on Media and Communication Research, Aalborg 11-14 August 2005], 27. Jg., Heft 2/2006, 85-92.
 - (2007): Vorwort. In: Tsvetkova, Kristina (2007): Let Us Entertain You. Branded Entertainment als neuer Hoffnungsträger der Werbebranche in der digitalen Zukunft. Saarbrücken: VDM, II-III.

Vorträge / Interviews / Podiumsdiskussionen

- (1998): Zwischen Wahn und Wirklichkeit – Männer heute. Interview – Hessischer Rundfunk 2, 12.07.1998, 17:05 – 18:30: Treffpunkt Glashaus – (Moderation: Pablo Diaz).
- (1999): Come On Baby Let's Do The Twist. Zur Motivation von Teilnahmebereitschaft durch Musik. (Vortrag im Rahmen der 10. Arbeitstagung des Arbeitskreis Studium Populärer Musik. Bundesakademie für kulturelle Bildung Wolfenbüttel, 30.10.1999) (mit Christoph Jacke und Sebastian Jünger).
- (1999): Großer Mann ganz klein. Männlichkeit als kommunikationswissenschaftliches Problem – das Beispiel Werbung (Gehalten an der Universität Leipzig, Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft, 29.1.1999, Ostwald Gedenkstätte in Groß Bothen).
- (2000): Advertising Confidence. (Vortrag auf dem VII. Internationalen Kongress der Internationalen Gesellschaft für Empirische Literaturwissenschaft, IGEL, an der Universität Toronto, 3. August 2000; Gefördert durch die DFG).
- (2000): Alles Männer oder was? Männlichkeitsrituale an der Universität. (Vortrag an der Universität Freiburg im Rahmen der Informationswoche Kommunikationen von Frauen und Männern, 29.06.00).
- (2000): Das Fenster zur Welt – was sagen uns die Serien. Bildfluten, Reizfluten, Sinnfluten – Junger Alltag im neuen Jahrhundert (Podiumsdiskussion an der Akademie der Künste in Berlin im Rahmen des Festivals Z2000 – Positionen junger Kunst und Kultur. Weitere Teilnehmer: PD Dr. Clemens Schwender, Medienwissenschaftler, TU Berlin, Nadja Anan, Abtlg. Internationale Serien, Pro7, Arne Klein, Herausgeber des Sammelbands "Unendliche Weiten"; Moderation: Ephraim Broschkowski und Manuel Rivera, SINNFLUT, 13.08.00).
- (2000): Der Wille zur Wissenschaft: geschlechtsspezifische Kommunikation an der Universität. (Podiumsdiskussion an der Universität Freiburg im Rahmen der Informationswoche Kommunikationen von Frauen und Männern. Weitere Teilnehmer: PD Dr. Lutz Ellrich, Prof. Dr. Claudia Opitz, Dr. Claudia Schmidt. Moderation: Dr. Beate Rosenzweig, 29.06.00).
- (2000): Hochschulgebundene Journalistenausbildung. Das Studium der Kommunikationswissenschaft. Vortrag im Rahmen der Veranstaltung: Punkte sammeln. Studieren in Münster. Hochschultag am 9.11.00 an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster.
- (2000): Ihr Einsatz, bitte. In: Allegra, Nr. 6/2000, 194-196 (Interview mit Dorthe Hansen).
- (2000): Männer im Visier – Zum Management männlicher Zielgruppen. Vortrag im Rahmen der Veranstaltungsreihe: Münster goes gender. Aktuelle Ansätze der Geschlechterforschung in Münster. 21.12.00 an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster.

- (2001): Wer einmal lügt ... – Werbung als Quelle der historischen Kommunikationsforschung. Vortrag im Rahmen der Arbeitstagung der Fachgruppen Kommunikationsgeschichte der DGPK und Archive und Dokumentation des Studienkreises Rundfunk und Geschichte. Deutsches Rundfunkarchiv Potsdam, 20.01.01.
- (2001): Zwischen Kritik und Faszination – zur Konstruktion von Werbefans Vortrag auf der Jahrestagung der DGPK »Zwischen Fakten und Fiktionen«. Münster, 25.05.01.
- (2001): Quizoola. Fragen über Fragen. Podiumsdiskussion an den Städtischen Bühnen Münster. 05.06.01.
- (2001): Jugendliche und Werbung. Ergebnisse einer qualitativen Studie. Vortrag am Geschwister-Scholl-Gymnasium, Münster, 29.06.01.
- (2001): Hochschulgebundene Journalistenausbildung. Das Studium der Kommunikationswissenschaft. Vortrag im Rahmen der Veranstaltung: Punkte sammeln. Studieren in Münster. Hochschultag am 8.11.01 an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster.
- (2002): Das Studium der Kommunikationswissenschaft. Hochschulgebundene Ausbildung für Kommunikationsberufe. Vortrag im Rahmen der Veranstaltung: Punkte sammeln. Studieren in Münster. Hochschultag am 7.11.02 an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster.
- (2003): Schraubst du noch oder wohnst du schon? In: Berliner Zeitung vom 09.05.03, S. 16 (Interview mit Mareen van Marwyck).
- (2003): Die Theorie der Praxis und die Praxis der Theorie. Vortrag auf dem 1. GWA Colloquium zur Marketingkommunikation „Transfer ist keine Einbahnstraße“. 16.10.03, Berlin.
- (2003): Werbung und Emotionen. Studiengangsbezogene Lehrprobe gemäß der Habilitationsordnung des FB 06 der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Münster, 22.10.03.
- (2003): Das Studium der Kommunikationswissenschaft. Hochschulgebundene Ausbildung für Kommunikationsberufe. Hochschultag am 06.11.2003 an der Westfälischen-Wilhelms-Universität Münster.
- (2003): Die Marken-Persönlichkeit als operative Fiktion im Geschäftsverkehr – zum Anthropomorphismus im Markendiskurs. Vortrag auf dem Kongress „Popularisierung und Popularität“ des Forschungskollegs „Medien und kulturelle Kommunikation“ an der Universität Köln, 13. 11.03.
- (2003): Schöner Schrott: Werbe-Rauschen im Kultur-Programm. Vortrag auf der Tagung „Kulturschutt, Pragmatismus & Recycling“. Münster, 05.12.03 (mit Christoph Jacke) (gefördert durch die VW-Stiftung).
- (2003): Wer was professionell publiziert: Publizistische Makroformen, Handlungsdimensionen und Handlungsrollen. Gastvorlesung am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster. Münster, 09.12.03.
- (2003): Wozu Medien verwendet werden: Zur Differenzierung von Public Relations und Werbung. Gastvorlesung am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster. Münster, 16.12.03.
- (2004): Medien: Von der Disziplinierung der Wahrnehmung zur Wahrnehmung der Disziplinierung. Habilitationsvortrag am Fachbereich für Erziehungswissenschaften und Sozialwissenschaften der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Münster, 21.01.04.
- (2004): Das interessanteste Kapitel des Semesters. Vortrag im Rahmen der Absolventenverabschiedung am Institut für Kommunikationswissenschaft der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Münster, 06.02.04.
- (2004): Wishful Thinking – Questioning the Operative Fiction of Media Communities. (Vortrag auf der Tagung: „Medien und Gemeinschaften im Kontext von Bildung, Arbeit und Kultur – Internationale Tagung der Sektion Medienpädagogik der OEFEB. In Kooperation mit dem Institut für Erziehungswissenschaften der Universität Innsbruck, dem Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der Universität Klagenfurt und dem Research Studio eLearning Environments, Research Studios Austria der ARC - Seibersdorf Research GmbH). Innsbruck, 15.04.04.
- (2004): Media Culture Studies continued. (Panel-Chair auf dem IX. Internationalen Kongress der Internationalen Gesellschaft für Empirische Literaturwissenschaft, IGEL, an der Universität Edmonton, Kanada, 4. August 2004; gefördert durch die DFG).
- (2004): Standstill through Innovation. (Vortrag auf dem IX. Internationalen Kongress der Internationalen Gesellschaft für Empirische Literaturwissenschaft, IGEL, an der Universität Edmonton, Kanada, 4. August 2004; gefördert durch die DFG).

- (2004): Advertising – the Homoeopathic Shock. (Vortrag auf dem IX. Internationalen Kongress der Internationalen Gesellschaft für Empirische Literaturwissenschaft, IGEL, an der Universität Edmonton, Kanada, 5. August 2004; gefördert durch die DFG).
- (2004): Ist Baldur Hetero? Männer-Medien-Körper. (Vortrag auf der Tagung „Männlichkeiten in den Medien – das andere Geschlecht erforschen. Veranstaltet von der Fachgruppe „Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht“ der DGPK (Deutsche Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft), gendup – Zentrum für Gender Studies und Frauenförderung, Universität Salzburg, Männerbüro und Männerberatung Salzburg, Fachbereich Erziehungswissenschaft und Kulturosoziologie, Universität Salzburg, Abteilung Allgemeine Kommunikationstheorien und Mediensysteme, KOWI, Universität Salzburg sowie ARGEkultur Salzburg. Universität Salzburg, 09.10.2004).
- (2004): Das unbestimmte Geschlecht bestimmen. (Podiumsdiskussion auf der Tagung „Männlichkeiten in den Medien – das andere Geschlecht erforschen. Veranstaltet von der Fachgruppe „Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht“ der DGPK (Deutsche Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft), gendup – Zentrum für Gender Studies und Frauenförderung, Universität Salzburg, Männerbüro und Männerberatung Salzburg, Fachbereich Erziehungswissenschaft und Kulturosoziologie, Universität Salzburg, Abteilung Allgemeine Kommunikationstheorien und Mediensysteme, KOWI, Universität Salzburg sowie ARGEkultur Salzburg. Universität Salzburg, 09.10.2004).
- (2004): Effective Creativity – on the Evolution and the Strategic Use of two Professional Claims in the Advertising Business (Vortrag: 6th Conference ESA Research Network for the Sociology of the Arts, Rotterdam, 05.11.2004).
- (2005): Notorische Differenzen: Theorien und Praxen der Werbung. Antrittsvorlesung an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster (24.01.05).
- (2005) The Reality of Media Research. Keynote, 17th Nordic Conference on Media and Communication Research, Aalborg, Denmark, August 14th 2005.
- (2005): Die Wirklichkeit der Medien- und Kommunikationsforschung (Vortrag am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster). Westfälische Wilhelms-Universität Münster (07.11.05).
- (2005): Starke Typen, starke Jungen?! – Männerbilder in den Medien (Vortrag auf dem 6. Präventionstag „Berlin gegen Gewalt“. Ausgerichtet von der Landeskommission Berlin gegen Gewalt, Berlin, 24.11.05).
- (2005): Hohepriester des Marktes (Panel-Chair auf dem Ernest Dichter Symposium an der Universität Wien, 2. Dezember 2005).
- (2005): Das European Theater (Panel-Chair auf dem Ernest Dichter Symposium an der Universität Wien, 2. Dezember 2005).
- (2006): Von verlorenen Orten und verborgenen Wünschen – oder: zwei Apologien des Dazwischen (Vortrag am Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Münster). Westfälische Wilhelms-Universität Münster (13.02.06).
- (2006): Grüße aus Österreich. Laudatio anlässlich der Emeritierung von Prof. Dr. Dr. h. c. Siegfried J. Schmidt. Westfälische Wilhelms-Universität Münster (24.02.06).
- (2006): Der Konsum Dritter Orte. (Vortrag auf dem Workshop „Vergesellschaftung durch Konsum“ der Arbeitsgemeinschaft Konsumsoziologie, Berlin, 04.03.06).
- (2006): Werbung zum Staunen, Lachen, Lieben. Wie Werbung versucht, Konsumenten zu binden und dazu den menschlichen Spieltrieb benutzt. In: News (Frankfurt am Main), 29.03.06. (Interview mit Kerstin Skork).
- (2006): Die Mediengesellschaft und ihre Wissenschaft (Vortrag in der Abschiedsvorlesung von Wolfgang R. Langenbacher am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien). Wien (13.06.06).
- (2006): Laudatio auf dem Deutschen Multimedia Award 2006 für den Preisträger in der Kategorie Unterhaltung/Spiele (OgilvyInteractive Worldwide, Cisco Booming), Berlin, Landesvertretung des Landes Baden-Württemberg (28.06.06).
- (2006): Strategie als Geschäft – wie man Kunden und Kollegen gewinnt. (Vortrag an der Zeppelin University, Friedrichshafen). Friedrichshafen (29.09.06).
- (2006): Warum die Medien- und Kommunikationswissenschaft Werbeforschung braucht. (Vortrag auf der 1. Tagung der Forschungsgruppe Werbung an der Deutschen Sporthochschule). Köln (27.10.06).
- (2006): Was wir beobachten, wenn wir die Werbung beobachten, wie sie die Gesellschaft beobachtet. Studiogast in der Hörfunksendung: Von Tag zu Tag, Moderation: Rainer Rosenberg, ORF 1, Wien, 03.11.06, 14:05-14:45h.

- (2007): Der Mann – das unbekannte Objekt der Begierde (Vortrag auf Einladung der Schwarzkopf AG sowie der Agentur „Brandzeichen. Die Agentur für Markenkommunikation“, Hall bei Innsbruck, 26.02.07).
- (2007): Vom Nutzen der kommunikationswissenschaftlichen Geschlechterforschung. (Gastvortrag in der Vorlesung: „Kommunikationsforschung“ von Wolfgang R. Langenbacher am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft der Universität Wien). Wien (24.04.07).
- (2007): Der schöne Mann. (Vortrag auf der Tagung „StereoTypen? Frauen und Männer in der Werbung“ am Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft der Universität Nürnberg, Nürnberg 27.04.07).