

WISSENSCHAFTLICHE PUBLIKATIONEN

QUALIFIKATIONSARBEITEN

1. Der Kurort Vöslau und seine Bürger. Bürgertum und Kommunalpolitik in einer Kleinstadt, 1850–1914 (Dipl.-Arb. Universität Wien 1996).
2. Wahrzeichen des Konsums und der Nation. Meinel, Swarovski, Manner und Atomic als österreichische Gedächtnisorte (phil. Diss. Universität Wien 2002).
3. Einkaufen als nationale Verpflichtung. Zur Genealogie nationaler Ökonomien in Österreich und der Schweiz, 1920–1980 (Habilitationsschrift, 2017).

MONOGRAPHIEN

4. Bad Vöslau und seine Bürger: 1850–1914 (Bad Vöslau 1996).
5. (mit André Pförtner): Unternehmer, Firmen, Produkte (=Memoria Austriae III, hg. Emil Brix, Ernst Bruckmüller und Hannes Stekl, Wien: Oldenbourg 2005).

AUFSÄTZE IN ZEITSCHRIFTEN UND SAMMELWERKEN

6. Kurort Vöslau (1850–1914). In: Otmar Rychlik (Hg.), Gäste – Große Welt in Bad Vöslau (Bad Vöslau 1994; 2. überarbeitete Auflage 2010), 35-81.
7. Civilización o barbarie? Reflexiones sobre un tema viejo partiendo de Leopoldo Zea. In: *Quadrivium* (Organo de difusión del Centro de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades, UNAM, México) 9 (1998), 66-71.
8. Max Ritter von Gomperz und sein Sohn Philipp: Vermögen und Lebensstil einer Familie aus dem jüdischen Großbürgertum vom Vormärz bis zur NS-Zeit. In: Otmar Rychlik (Hg.): Emil Orlik: Prag–Wien–Berlin (Wien 1997), 59-75.
9. (mit Günther Mahr): Interkulturalität als Lernprozeß für Philosophierende. Zu Raúl Fornet-Betancourt: Lateinamerikanische Philosophie zwischen Inkulturation und Interkulturalität, *Polylog* 1 (1998), 98-99.
10. Sport in Niederösterreich. Annäherung an eine „sinnvolle Freizeitbeschäftigung“ und ein „unpolitisches Vergnügen“. In: Michael Dippelreiter (Hg.): Niederösterreich. Land im Herzen – Land an der Grenze (=Geschichte der österreichischen Bundesländer seit 1945, Wien–Köln–Weimar: Böhlau 2000), 669-715.
11. Vom glanzvollen Aufstieg bis zur „Tragödie alten Reichtums“. Familien- und Firmenstruktur im Haus Miller-Aichholz. In: Hannes Stekl (Hg.): Bürgerliche Familien. Lebenswege im 19. und 20. Jahrhundert (=Bürgertum in der Habsburgermonarchie, Wien: Böhlau 2000), 109-167.
12. Sparsamkeit oder Fortschritt? Die bürgerliche Elite des Kurortes Vöslau und das Problem der Schaffung einer modernen Infrastruktur. In: *Struktúra és városkép. A polgári társadalom a dunántúlon a dualizmus korában* (Veszprém 2002), 117-130.

13. (mit Philipp Mettauer und Regula Nigg): EmigrantInnen in den La Plata-Staaten – Forschungsprojekte von Gedenkdienst und DÖW. In: Martin Horváth u. a. (Hg.): Jenseits des Schlusstrichs. Gedenkdienst im Diskurs über Österreichs nationalsozialistische Vergangenheit (Wien: Löcker 2002), 240-247.
14. Selbstbedienung und Supermärkte. Das Versprechen von Zeitersparnis, Wahlfreiheit und unerschöpflicher Fülle. In: Susanne Breuss (Hg.): Die Sinalco-Epoche. Essen, Trinken, Konsumieren nach 1945 (Wien: Czernin 2005), 46-59.
15. Markenprodukte in der Nachkriegszeit. Wahrzeichen der Konsumkultur am Übergang zur Wohlstandsgesellschaft. In: Ibidem, 61-71.
16. Sport. In: Stefan Eminger und Ernst Langthaler (Hg.): Sowjets, Schwarzmarkt, Staatsvertrag. Stichwörter zu Niederösterreich 1945 bis 1955 (St. Pölten: NP-Buchverl. 2005), 201-206.
17. Neuanfang im tiefen Süden. Argentinien als Fluchtziel. In: Sonja Pisarik (Hg.): Walter Loos – Fridl Loos – Hermann Loos. Paraíso argentino (Wien: Holzhausen 2006), 44-47.
18. Bürgerliche Herrschaft nach Ende des bürgerlichen Jahrhunderts: Baden 1919 bis 1930 – Bürgertum in der Zwischenkriegszeit? In: Jahrbuch für Landeskunde von Niederösterreich 66-68 (St.Pölten 2006), 261-308.
19. Konsumieren und die diskursive Konstruktion nationaler Gemeinschaft. In: Susanne Breuss und Franz X. Eder (Hg.): Konsumieren in Österreich im 19. und 20. Jahrhundert (Innsbruck/Wien/Bozen: StudienVerlag 2006), 189-211.
20. Von Widersprüchen geplagt. Die österreichischen Konsumgenossenschaften und ihre Unternehmensphilosophie, 1950–1995. In: Traverse 12/3 (2005), 83-94.
21. Die soziale Herkunft der österreichischen EmigrantInnen in Uruguay. In: Documentation Centre of Austrian Resistance (Hg.): Jahrbuch 2007 (Wien: Lit 2007), 108-133.
22. Konsumieren, Konsumgesellschaft, KonsumentIn. Eine historische Skizze rund um drei Begriffe. In: Marta Neunteufel und Sophie Pfusterschmid (Hg.): Essen – Konsumieren – Landwirtschaft. Konsumkultur und Ernährungssystem (= Beiträge des 34. Seminars der Bundesanstalt für Agrarwirtschaft, Wien 2008), 51-61.
23. (mit Christian Klösch): Die Provenienzforschung am Technischen Museum Wien. In: Gabriele Anderl u. a. (Hg.): ... Wesentlich mehr Fälle als angenommen. 10 Jahre Kommission für Provenienzforschung (Wien: Böhlau 2008), 214-229.
24. Russenbriefe – verschleppte Privatkorrespondenz aus der Ukraine. In: ... Wesentlich mehr Fälle als angenommen. 10 Jahre Kommission für Provenienzforschung (Wien: Böhlau 2008), 453-459.
25. Das „Post- und Telegraphenmuseum“ als Abteilung des Reichspostmuseums Berlin. In: Helmut Lackner u. a. (Hg.): 100 Jahre Technisches Museum Wien (Wien: Ueberreuter 2009), 286-297.

26. Nationale Konfigurationen im österreichischen Motorisierungsdiskurs, 1950–1975. In: 7. Österreichischer Zeitgeschichtetag 2008 (Innsbruck: StudienVerlag 2010), 72-82.
27. Editorial. Die Nation im Alltag. Nationalisierende Potentiale von Produktkommunikation. In: Oliver Kühschelm (Hg.), Nationalisierende Produktkommunikation (= Österreichische Zeitschrift für Geschichtswissenschaften 21/2), Innsbruck/Wien/Bozen: StudienVerlag 2010, 5-18.
28. Konsumgüter und Nation. Theoretische und methodische Überlegungen. In: ÖZG 21/2 (2010), 19-49.
29. Motorisierung in den 1950er Jahren. Der österreichische Volkswagen. In: 25. Österreichischer Historikertag St. Pölten 2008 (St. Pölten: NÖ Inst. für Landeskunde 2010), 215-226.
30. Das Bürgertum in Cisleithanien. In: Helmut Rumpler und Peter Urbanitsch (Hg.), Die Habsburgermonarchie 1848–1918, 9: Soziale Strukturen, 1. Teilband: Von der feudalagrarischen zur bürgerlich-industriellen Gesellschaft (Wien: ÖAW 2010), 849-907.
31. Implicit Boycott. The Call for Patriotic Consumption in Austria in the Interwar Period. In: Management & Organizational History, issue 2 (2010), 165-195.
32. Swarovski – Vom Tiroler Edelweiß zum globalen Schwan. In: Thomas Ertl (Hg.): Der Ötzi pflückt das Edelweiß. Bausteine Tiroler Identität (Innsbruck: Tyrolia 2011), 260-275.
33. Automobilisierung auf Österreichisch. Zwei Anläufe einer Nationalisierung von Kleinwagen. In: Franz X. Eder und Hannes Siegrist (Hg.): Konsum und Nation. Zur Geschichte nationalisierender Inszenierungen in der Produktkommunikation (Bielefeld: transcript 2012), 163-194.
34. Why to shop patriotically. Buy domestic / buy national campaigns in Austria and Switzerland during the interwar period. In: Yann Decorzant u. a. (ed.): Le Made in Switzerland: mythes, fonctions et réalités (= Itinera 32. Basel: Schwabe 2012), 109-135.
35. Kraftfahrzeuge als Gegenstand von „Arisierungen“. Provenienzforschung zur Kraftfahrzeugsammlung des Deutschen Museums und Forschungen zur Enteignung von Kraftfahrzeugen in Bayern (=Preprint 4, München: Deutsches Museum 2012).
Als Download: www.deutsches-museum.de/forschung/publikationen/preprint
36. (mit Franz X. Eder u. a.) Kulturen des Ökonomischen Kontexte und Inhalte. In: Franz X. Eder u. a. (Hg.): Kulturen des Ökonomischen. Historisch-kulturwissenschaftliche Beiträge (Wien 2013 = Veröffentlichungen des Instituts für Europäische Ethnologie 36), 7-16.
37. The Voice of the Citizen Consumer (Rezension). In: WerkstattGeschichte 62 (2012) 136-138.
38. Sagen, Zeigen, Tun. Die Inszenierung patriotischen Konsums in Österreich und der Schweiz während der 1920er und 1930er Jahre. In: Franz X. Eder, Oliver Kühschelm und Christina Linsboth (Hg.): Bilder in historischen Diskursen (Wiesbaden: Springer VS 2014), 195-219.

39. (mit Franz Eder): Bilder – Geschichtswissenschaft - Diskurse. In: Franz X. Eder, Oliver Kühschelm und Christina Linsboth: Bilder in historischen Diskursen (Wiesbaden: Springer VS 2014), 3-44.
40. Den „Osten“ öffnen. Das Donaueuropäische Institut als Schnittpunkt von Politik und Unternehmerexpertise, von pragmatischen Kalkülen und großen Erzählungen. In: Andrea Brait und Michael Gehler (Hg.): Grenzöffnung 1989. Innen- und Außenperspektiven und die Folgen für Österreich (Wien/Köln/Weimar: Böhlau 2014), 109-132.
41. „Goldener Osten“. Die Ostöffnung in österreichischen Wirtschaftsmagazinen. In: zeitgeschichte 41/3 (2014), 150-165.
42. (mit Franz X. Eder): Kulturwissenschaftliche Bildtheorien. Ihre Potentiale und Grenzen für die historische Diskursanalyse. In: Zeitschrift für Diskursforschung 3/2 (2014), 229-249.
43. Leider (k)ein Traumpaar. Kritische Linguistik und historische Diskursanalyse. In: Zeitschrift für Diskursforschung 4/1 (2015), 29-51.
44. Editorial. In: Oliver Kühschelm (Hg.), Geld Markt Akteure (=Österreichische Zeitschrift für Geschichtswissenschaften 26/1), Innsbruck/Wien/Bozen: StudienVerlag 2015, 5-20.
45. Handeln, Investieren, Erobern. Österreichische Unternehmen in Ostmitteleuropa. In: Österreich und die Ostöffnung (= Historisch-politische Bildung. Themendossiers zur Didaktik von Geschichte, Sozialkunde und Politischer Bildung 8, 2015), 15-21.
46. Vom ‚Osthandel‘ zur ‚Ostöffnung‘. Diskursanalyse eines Perspektivenwechsels. In: 26. Österreichischer Historikertag St. Pölten 2012, St. Pölten: NÖ Institut für Landeskunde 2015, 163-169.
47. Die Erfahrung des Nationalstaats. Österreich und seine Konsumenten. In: BIOS – Zeitschrift für Biographieforschung, Oral History und Lebensverlaufsanalysen 27/1-2 (2014): 78-94.
48. Von der nationalen Leistungsschau zum Publikumsmagnet. Die Mustermesse vor und nach dem Zweiten Weltkrieg. In: Patrick Kury, Hg., Schweizer Mustermesse Basel – mehr als ein Unternehmen (Basel: Merian): 17-32.

HERAUSGEBERSCHAFTEN

49. (mit Stefan Eminger und Ernst Langthaler): Kultur. Niederösterreich im 20. Jahrhundert 3 (Wien: Böhlau 2008).
50. (mit Gabriele Anderl u. a.) ... Wesentlich mehr Fälle als angenommen. 10 Jahre Kommission für Provenienzforschung (Wien: Böhlau 2008).
51. Nationalisierende Produktkommunikation (= Österreichische Zeitschrift für Geschichtswissenschaften 21/2), Innsbruck/Wien/Bozen: StudienVerlag 2010.
52. (mit Franz X. Eder und Hannes Siegrist): Konsum und Nation. Zur Geschichte nationalisierender Inszenierungen in der Produktkommunikation (Bielefeld: transcript 2012).

53. (mit Franz X. Eder u. a.): Kulturen des Ökonomischen. Historisch-kulturwissenschaftliche Beiträge (Wien 2013 = Veröffentlichungen des Instituts für Europäische Ethnologie 36).
54. (mit Franz X. Eder und Christina Linsboth): Bilder in historischen Diskursen (Wiesbaden: Springer VS, 2014).
55. Geld Markt Akteure (= Österreichische Zeitschrift für Geschichtswissenschaften, 26/1), Innsbruck/Wien/Bozen: StudienVerlag 2015.

FERTIGE MANUSKRIPTE – PUBLIKATIONEN IN VORBEREITUNG/DRUCK

56. (Mis)Understanding Consumption. Expertise and Consumer Policies in Vienna, 1918–1938. In: Allison Clarke/Elana Shapira, ed., Emigré Design Culture. Histories of the Social in Design (Bloomsbury: erscheint Herbst 2017).
57. Wohlstand im ausgehenden 19. Jahrhundert – die Stadt und das Land. In: Elisabeth Loinig und Andreas Weigl (Hg.): Wien und Niederösterreich – eine untrennbare Beziehung (St. Pölten: erscheint 2017).
58. Nationalising Consumption: Products, Brands and Nations. In: Thomas Fetzer und Stefan Berger (Hg.): Economic Nationhood (Budapest: CEU Press: erscheint 2017).
59. Contemporary history as pre-history of the present. Analysing Austrian media discourse about investment opportunities in the East, in: Hungarian Historical Review, akzeptiert.
60. Promoting National Products as Nation Branding? Case Studies: Austria and Switzerland since the Late Nineteenth Century, in: Jessica Gienow-Hecht et al., ed., Nation Branding in Modern History, (Berghahn: in preparation), akzeptiert.
61. Promoting the nation in Austria and Switzerland. A pre-history of nation branding, in: Ulrich Ermann/Klaus Hermanik, ed., Nation Branding (Routledge: in preparation), akzeptiert.
62. Moral Attitude to Life and Standard of Living. Discourses about Consumption on the Austrian Political Right, 1900-1940, eingereicht für: Austrian History Yearbook, in Überarbeitung.
63. Österreichische EmigrantInnen in Uruguay, wird erscheinen in der Reihe: Studien zur Geschichte und Kultur der Iberischen und Iberoamerikanischen Länder / Estudios sobre Historia y Cultura de los Países Ibéricos e Iberoamericanos, Wien.

POPULÄRWISSENSCHAFTLICHE VERÖFFENTLICHUNGEN

Beiträge über Philipp Eulenburg, Franz Josef I., Paul Gautsch, Theodor Herzl, August Miller-Aichholz, Matthias Schönerer, Franz Schuselka, Andreas Zelinka, Unternehmer, Diplomaten, Hochadel. In: Otmar Rychlik (Hg.), Gäste – Große Welt in Bad Vöslau (Bad Vöslau 1994; 2. überarbeitete Auflage, Bad Vöslau 2010).

Die Ethik der Befreiung von Enrique Dussel. In: ID. Zeitschrift für Kirche und Gesellschaft 4 (1994). 21-22.

Leopoldo Zea: Theorie und Praxis. In: ID. Zeitschrift für Kirche und Gesellschaft 2 (1994) 17-18.

Himmel und Heimweh im türkischen Exil. Otto Salomon im Portrait. In: Gedenkdienst 3/1998.

(mit Josef Teichmann und Sebastian Markt), Wiedergutmachung – ein Thema? In: Gedenkdienst 1/1999.

Unbillige Härten für redliche „Ariseure“. Fallbeispiel: Die Rückstellung des Besitzes von Dr. Philipp Gomperz. In: Gedenkdienst 1/1999.

Austrofaschismus – der verniedlichte Faschismus? In: Gedenkdienst 4/1999.

Repression und Massenmord – Staatsterror in Argentinien. In: Gedenkdienst 4/2001.

Wegschauen und Hürden aufbauen. Asylpolitik in den Dreißigerjahren. In: Gedenkdienst 4/2003.

ZEITUNGSARTIKEL; INTERVIEWS FÜR PUBLIKUMSMEDIEN (FERNSEHEN UND RADIO)

- | | |
|----------------|---|
| 2017, 28. Mai | Der Nationalstaat ist am Ende, Kommentar in: Der Standard |
| 2013, 16. Jän. | Radiosendung Von Tag zu Tag, Ö1: Konsum und Nation |
| 2012, 26. Okt. | Fernsehdokumentation, 3sat: Namen, Marken und Geschichten. Österreichische Familien schreiben Wirtschaftsgeschichte |
| 2010, 09. März | Radio Ö1, Dimensionen: Von der Donau an den Rio de la Plata. Österreichisch-jüdische Migration nach Argentinien und Uruguay |
| 2009, 18. Nov. | Radio Ö1, Dimensionen: Produkt und Nation |
| 2009, 16. Nov. | Radio Augustin: Die Nation als Marke. Von Austrocola bis Ikea |
| 2008, 25. Okt. | Radio Ö1, Dimensionen: Typisch österreichisch. Markenprodukte als Nationalsymbole |