

# Mag. Mario Keller

[mario.keller@univie.ac.at](mailto:mario.keller@univie.ac.at)

+ 43/1/4277 41358



## Ausbildung:

2005	Matura am BG/BRG Klosterneuburg
2006–2013	<b>Diplomstudium Geschichte, Universität Wien</b>
Feb.–Juni 2011	Auslandssemester, Universidad de Alcalá (Madrid, Spanien)
seit 2015	<b>Doktoratsstudium Geschichte, Universität Wien,</b> Promotionsprojekt zur Geschichte des österreichischen Werbefilms

## Arbeitsverhältnisse, Praktika und Forschungsprojekte:

2006	Zivildienst bei der <b>Südwind Agentur</b> für Nord-Süd Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit Ges.m.b.H, Regionalstelle Wien
2009–2020	Kulturvermittler und Museumspädagoge im <b>Heeresgeschichtlichen Museum Wien.</b>
2011, 2013	Praktika beim <b>ORF-Fernseharchiv</b> im Bereich „Produktionsbetreuung und Historisches Archiv“ sowie der Filmsammlung des <b>Österreichischen Filmmuseums.</b> Aufarbeitung von historischem Filmmaterial der Nachkriegszeit.
2015–2018	Projektassistent im FWF-Projekt <b>„Die Emotionalisierung nationaler Marken im österreichischen Werbefilm 1950–2000“;</b> Projektleiter: Univ.-Prof. Franz X. Eder, Projektausführung gemeinsam mit Karin Moser.
2019	Koordination des Umstiegs der <b>Österreichischen Zeitschrift für Geschichtswissenschaften (OeZG)</b> auf Open Access.
Seit 2020	Prae-Doc Assistent am Institut für Wirtschafts- und Sozialgeschichte, Universität Wien; Redaktion und Teil der Geschäftsführung der Zeitschrift <b>Historische Anthropologie. Kultur – Gesellschaft – Alltag.</b>

## **Lehrveranstaltungen (gehalten an der Universität Wien):**

WiSe 2016: Forschungsseminar und Projektkurs (mit Franz X. Eder, Gabriele Fröschl und Karin Moser), *Konsum und Werbung in Radio und Fernsehen (1960–2010)*

SoSe 2020: Kurs, *Digitale Medien in Geschichte und Politischer Bildung* (MA Lehramt)

WiSe 2020: Guided Reading (mit Paul Horntrich), Österreichische Kulturskandale - im 19., 20. und 21. Jahrhundert

WiSe 2020: Guided Reading (mit Aris Kafantogias), Werbe- und Absatzstrategien in Europa von der Frühen Neuzeit bis heute

SoSe 2021: Kurs (mit Paul Horntrich), *Digitale Medien in Geschichte und Politischer Bildung* (MA Lehramt)

SoSe 2021: Guided Reading (mit Aris Kafantogias), Werbe- und Absatzstrategien in Europa von der Frühen Neuzeit bis heute

WiSe 2022: *Digitale Medien in Geschichte und Politischer Bildung* (MA Lehramt)

## **Wissenschaftliche Arbeiten:**

„Immer im Kreis rum!“ - Film in der DDR zur Zeit kulturpolitischer Engführung. Jadup und Boel und andere DEFA-Gegenwartsspielfilme der frühen achtziger Jahre, unveröff. Diplomarbeit, Universität Wien, 2013.

*Experienced Mood and Commodified Mode. Forms of nostalgia in the television commercials of Manner*, in: *Medien & Zeit* 31/4 (2016), (= Themenheft: Media, Communication and Nostalgia, hg. von Christian Schwarzenegger u. Manuel Menke), 61–72, <http://medienundzeit.at/wp-content/uploads/2017/02/MZ-2016-4-online-ed.pdf>. (peer reviewed)

*Maria Theresia als mediale Figur in Spielfilm und Fernsehwerbung*, in: Thomas Wallnig, Elisabeth Lobewein u. Franz Stefan Seitschek (Hg.), *Maria Theresia? Neue Perspektiven der Forschung* (= Bd. 32, Jahrbuch der österreichischen Gesellschaft zur Erforschung des 18. Jahrhunderts), Bochum 2017, 15–33. (peer reviewed)

*Die Emotionalisierung regionaler/nationaler Marken im TV-Werbespot. Eine exemplarische Analyse der Anker-„Länderbackstuben“ (1996)*, in: *Österreichische Zeitschrift für Geschichtswissenschaften* 30/1 (2019), (= Themenheft: Produzieren/konsumieren – prosumieren/konduzieren, hg. von Franz X. Eder, Mario Keller, Oliver Kühschelm u. Brigitta Schmidt-Lauber), 168–180, <https://doi.org/10.25365/oezg-2019-30-1-8>. (internes peer review)

„Provokant und in keiner Weise tragbar“: Die Humanic-Werbung der 1970er Jahre als Grenzerfahrung zwischen Avantgardekunst und Werbung, in: Karin Moser, Mario Keller u. Franz X. Eder (Hg.), Grenzenlose Werbung. Zwischen Konsum und Audiovision, Berlin/Boston 2020, 172–202. (peer reviewed)

*In vino veritas? - Der österreichische Glykol-Weinskandal von 1985*, in: Swen Steinberg u. Franz Jacob (Hg.), Semmeln aus Sägemehl. Lebensmittelskandale und Wissensordnungen, Marburg 2020, 245–278.

Redaktionelle Betreuung der Diskussion der OeZG Herausgeber\*innen zum *Haus der Geschichte Österreich* (hdgö), in: Österreichische Zeitschrift für Geschichtswissenschaften 31/3 (2020), 214–231, <https://doi.org/10.25365/oezg-2020-31-3-12>.

*Museums-Objekt HGM. Ein Militärmuseum als Quelle und historischer Lernort*, in: Elena Messner u. Peter Pirker (Hg.), Kriege gehören ins Museum! Aber wie?, Wien 2021, 33–46.

*Von Schnitten, Sonnencreme und Dames. Das Werbefilmschaffen von Peter Patzak im Kontext der ‚Creative Revolution‘*, in: Karin Moser (Hg.), Auf- und Ausbrüche. Grenzüberschreitungen im Werk von Peter Patzak, Innsbruck 2022, 91–108.

## **Herausgeberschaften:**

Reihenherausgeber: **Werbung – Konsum – Geschichte** (de Gruyter Verlag)

*Produzieren/konsumieren – prosumieren/konduzieren* (= Themenschwerpunktheft der ÖZG. Österreichische Zeitschrift für Geschichtswissenschaften 30/1 (2019), hg. gemeinsam mit Franz X. Eder, Oliver Kühschelm und Brigitta Schmidt-Lauber, <https://journals.univie.ac.at/index.php/oezg/issue/view/278>.

Karin Moser, Mario Keller u. Franz X. Eder (Hg.): Grenzenlose Werbung. Zwischen Konsum und Audiovision, Berlin/Boston 2020.

### **Erscheint 2022:**

Mario Keller, Johann Kirchknopf, Oliver Kühschelm, Karin Moser u. Stefan Ossmann (Hg.), *Sexuality and Consumption. Intersections and Entanglements*, Berlin/Boston 2022.

## **Koordination und (Mit-)Organisation folgender Veranstaltungen:**

**Emotionale Strategien – Film, Konsum, Nation**, gemeinsam mit Karin Moser, 18. August 2015, **Start-Up Workshop des Projektes** „Die Emotionalisierung nationaler Marken im österreichischen Werbefilm 1950-2000“, Universität Wien (gemeinsam mit Karin Moser).

**Produzieren/Konsumieren – Konduzieren/Prosumieren: Dichotomien, Verschlingungen, Zonen der Ununterscheidbarkeit**, 25. November 2016, Ein

interdisziplinärer Workshop des Forschungsschwerpunktes Wirtschaft und Gesellschaft aus kulturwissenschaftlicher Perspektive (FSP WiGe), Universität Wien.

**Werbung – Konsum – Audiovision. Kulturgeschichtliche Perspektiven auf Werbeformen in Kino, Fernsehen und Radio**, 24./25. November 2017, internationale Tagung im Rahmen des FWF-Forschungsprojektes, Universität Wien (gemeinsam mit Karin Moser und Franz X. Eder).

**Sexuality and Consumption – 18<sup>th</sup> to 21<sup>st</sup> century**, 23/24. November 2018, internationale Tagung, Universität Wien (gemeinsam mit Franz X. Eder, Johann Kirchknopf u.a.).

### **Teilnahme an Konferenzen, Tagungen und Workshops:**

*Die Emotionalisierung nationaler Marken im österreichischen Werbefilm 1950-2000*, gemeinsam mit Karin Moser, 13. Mai 2015, im Rahmen des **WISO-Kolloquiums**, Institut für Wirtschafts- und Sozialgeschichte der Universität Wien.

*Emotionale Strategien – Film, Konsum, Nation*, gemeinsam mit Karin Moser, 18. August 2015, **Start-Up Workshop des Projektes** „Die Emotionalisierung nationaler Marken im österreichischen Werbefilm 1950–2000“, Universität Wien.

**Medienhistorisches Forum** für Absolventen und Forschungsnachwuchs, 13./14. November 2015, in Lutherstadt Wittenberg, organisiert vom **Studienkreis Rundfunk und Geschichte e.V.** gemeinsam mit **NAKOG** (Nachwuchsforum Kommunikationsgeschichte der Fachgruppe Kommunikationsgeschichte der DGPK).

Präsentation des Dissertationsvorhabens auf der **Interdisziplinären Doktorierendenkonferenz Zürich, Wien, Berlin: Kulturwissenschaften – Historische Anthropologie**, 21./22. Jänner 2016, Universität Zürich.

*Die Macht der Werbung. Werbekritik und die Möglichkeit subversiver Werbung anhand der Beispiele Benetton und Humanic*, **Momentum16: Macht, Track: Hegemonie und Subversion**, organisiert vom Verein Momentum für kritische Wissenschaft und Politik, 13.–16. Oktober 2016, Hallstatt, [http://momentum-kongress.org/cms/uploads/BEITRAG\\_Keller\\_Die-Macht-der-Werbung-.pdf](http://momentum-kongress.org/cms/uploads/BEITRAG_Keller_Die-Macht-der-Werbung-.pdf).

*Emotionalisation strategies in Austrian Commercials 1950–2000*, **ISCH (International Society for Cultural History) - Annual Conference 2017: Senses, Emotions and The Affective Turn: Recent Perspectives and New Challenges in Cultural History**, 26.–29. Juni 2017, Umeå University.

*Projektpräsentation: Die Emotionalisierung nationaler Marken im Österreichischen Werbefilm*, Präsentation erster Ergebnisse aus dem FWF-Projekt (gemeinsam mit Karin Moser) sowie Präsentation der *Fallstudie Humanic* auf der von uns organisierten Tagung: **Werbung – Konsum – Audiovision. Kulturgeschichtliche Perspektiven auf Werbeformen in Kino, Fernsehen und Radio**, 24./25. November 2017, Universität Wien.

*Agents of Consumer Society* (gemeinsam mit Karin Moser), **Music // Media // History. Re-Thinking Musicology in an Age of Digital Media**, Konferenz im Rahmen des Projekts Telling Sounds, 14.-17. März 2019, mdw.

*Das HGM – Ein Militärmuseum des 21. Jahrhunderts* (Podiumsdiskussion), bei der Tagung: **„Heeresgeschichtliches Museum neu?“ – Chancen einer angesagten Reform**, 20./21. Mai 2021, Literaturhaus Wien.

Podiumsdiskussion anlässlich der Buchpräsentation von *Kriege gehören ins Museum! Aber wie?*, 14. Oktober 2021, Stadtbücherei Wien.