

Mag. Mario Keller



Persönliche Daten:

Vor- und Zuname: Mario Keller
Geburtsdatum: 01.04.1987
Staatsangehörigkeit: Österreich
Tel: +43 1 4277 41358
Email: mario.keller@univie.ac.at

Ausbildung:

1993 bis 1997: Volksschule Weidling, Klosterneuburg
1997 bis 2005: BG/BRG Klosterneuburg
2006 bis 2013: Diplomstudium Geschichte, Universität Wien
2011: Auslandssemester an der Universidad de Alcalá (Madrid, Spanien)
Seit 2015: Doktoratsstudium Geschichte, Universität Wien

Zivildienst, Praktika und Arbeitsverhältnisse:

Zivildienst bei der **Südwind Agentur** für Nord-Süd Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit Ges.m.b.H, Regionalstelle Wien (Feb. bis Okt. 2006).

Praktikum beim **ORF-Fernseharchiv** im Bereich „Produktionsbetreuung und Historisches Archiv“ - Aufarbeitung und digitale Erfassung von Historischem Filmmaterial (Aug. 2011).

Praktikum bei der Filmsammlung des **Österreichischen Filmmuseums**. Aufarbeitung von historischem Filmmaterial der Nachkriegszeit. Umgang mit 16mm- und 35mm-Film (Nov. 2013 bis Feb. 2014).

Seit 2009 Kulturvermittler und Museumspädagoge im **Heeresgeschichtlichen Museum Wien**.

Diplomstudium Geschichte:

Schwerpunkt während des Studiums: Zeitgeschichte Österreichs, Nord- und Lateinamerikanische Geschichte, Konsumgeschichte, Film- und Mediengeschichte; Lehrveranstaltungen am „**Schwerpunkt für Visueller Zeit- und Kulturgeschichte**“ am Institut für Zeitgeschichte.

Verwirklichung des halbstündigen **Dokumentarfilms** „*Weil ich hier lebe ...*“ im Rahmen eines Forschungspraktikums. Thema war der Alltag von Jugendlichen mit Migrationshintergrund in Wien (Gruppenarbeit).

Titel der **Diplomarbeit**: „*Immer im Kreis rum!*“ - Film in der DDR zur Zeit kulturpolitischer Engführung. Jadup und Boel und andere DEFA-Gegenwartsspielfilme der frühen achtziger Jahre“; Archivrecherchen in Berlin und Potsdam.

Doktoratsstudium Geschichte:

Prae-Doc im Rahmen des FWF-Projektes „**Die Emotionalisierung nationaler Marken im österreichischen Werbefilm 1950-2000**“; Projektleiter: Univ.-Prof. Franz X. Eder, Projektausführung gemeinsam mit Karin Moser. Promotion im Rahmen des Projektes. Untersucht werden dabei insbesondere die Kino- und TV-Werbefilme fünf österreichischer „Traditions-Unternehmen“ (Anker, Bank Austria, Humanic, Manner und Semperit).

Fellow der **Vienna Doctorial Academy** – *Theory and Methodology in the Humanities*.

Lehrveranstaltungen (Universität Wien):

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

Publikationen:

Experienced Mood and Commodified Mode. Forms of nostalgia in the television commercials of Manner. In: Christian Schwarzenegger und Manuel Menke (Hg.), *Medien & Zeit* 4/2016, Topic: Media, Communication and Nostalgia, (peer-reviewed); <http://medienundzeit.at/wp-content/uploads/2017/02/MZ-2016-4-online-ed.pdf>

Maria Theresia als mediale Figur in Spielfilm und Fernsehwerbung. In: Thomas Wallnig/Elisabeth Lobwein/Franz Stefan Seitschek (Hg.), *Maria Theresia? Neue Perspektiven der Forschung*, Jahrbuch der österreichischen Gesellschaft zur Erforschung des 18. Jahrhunderts Bd. 32, 2017, (peer-reviewed).

in Vorbereitung:

In vino veritas? - Der österreichische Glykol-Weinskandal von 1985, In: Swen Steinberg, Franz Jacob (Hg.): „Semmeln aus Sägemehl. Lebensmittelskandale des 19. und 20. Jahrhunderts als Orte des Wissens“ (geplantes Erscheinen Herbst 2018).

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), Tagungsbericht: <http://www.univie.ac.at/vda-humanities/2017/12/19/tagungsbericht-werbung-konsum-audiovision/>

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-Kolloquium**, 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 **NAKOGE** (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.

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.