

Call for Papers

Gemeinsame Sitzung des Arbeitskreises Marketinggeschichte der
Gesellschaft für Unternehmensgeschichte e.V. und des Arbeitskreises
Verkehrsgeschichte der Gesellschaft für Technikgeschichte

24. Juni 2022

Im Hause der Rhein-Main-Verkehrsverbund GmbH

«Workshop: Verkehrswenden. Marketing für Mobilität und Verkehrssysteme»

In den letzten 120 Jahren gab es viele Verkehrswenden. Die erste Verkehrswende um 1900 kam durch den Bau elektrischer Straßenbahnsysteme, die den Verkehr in den Großstädten revolutionierten. In den 1920er Jahre vergrößerte der Bau von U-Bahnen und S-Bahnen die Einzugsbereiche der Metropolen erheblich. Die größten Veränderungen gingen vom Durchbruch der individuellen Motorisierung seit den 1950er Jahren aus.

Während diese großtechnischen Prozesse unübersehbar waren, führten unscheinbare Innovationen im Marketing und in Infrastrukturen zur Neuerfindung alter und zum Durchbruch neuer Verkehrssysteme. Die Gründung von Verkehrsverbänden, digitale Informationstechnologien und die Erfindung von Umwelttickets leiteten seit den 1970er Jahren eine Renaissance des öffentlichen Nahverkehrs ein. Technische Innovationen des Fahrrads und ein fahrradgerechter Umbau der Straßen haben den nichtmotorisierten Individualverkehr wiederbelebt. Selbst Autokonzerne vermarkten sich nicht mehr allein als Hersteller von Fahrzeugen, sondern auch als Provider von Mobilitätsdienstleistungen. Neue Mobilitätsdienstleister wie Carsharing-Unternehmen und digitale Fahrrad- und Scootervermieter vermarkten Angebote für den momentanen Mobilitätsbedarf. Digitale Apps vermitteln in Echtzeit einen Überblick über die Mobilitätsangebote, über alle Grenzen der Verkehrsträger und der Verkehrssysteme hinweg.

Der gemeinsame Workshop der Gesellschaft für Unternehmensgeschichte (GUG) und der Gesellschaft für Technikgeschichte (GTG) beschäftigt sich mit der langen Geschichte der Verkehrswenden. Der Erfolg dieser Verkehrswenden basierte nicht allein auf technologischen Innovationen und der Allokation von Investitionsmitteln, sondern auch auf Kommunikations- und Verkaufsstrategien. Der Durchbruch von neuen und wiederbelebten Verkehrssystemen und neuen Formen der Mobilität lässt sich nicht allein durch ökonomische und technologische Kausalitäten oder durch kontingente Prozesse erklären. Er setzt Überzeugungsprozesse bei Entscheidern und potentiellen Mobilitätsnutzern durch ein gezieltes Marketing voraus. Der Vollzug der Verkehrswenden basiert auf klassischen Mechanismen, Akzeptanz und Vertrauen für ein verändertes Mobilitätsverhalten. Marketingkonzepte für Mobilitätskonzepte und Verkehrssysteme adressierten somit auch in der Vergangenheit den gesellschaftlichen Wertewandel und verkauften sich mit dem Versprechen eines individuellen und kollektiven Zusatznutzens. Der Rückblick auf historische Durchsetzungsprozesse neuer Verkehrs- und Mobilitätssysteme vermag daher Orientierung auch für die kommunikative Gestaltung des gegenwärtigen Wandels zu liefern.

Dieser Call for Papers richtet sich an Historikerinnen und Historiker, die laufende oder abgeschlossene Forschungsprojekte zum diesem Thema präsentieren wollen. Der Workshop ist für Teilnehmerinnen und Teilnehmer aller Qualifikationsstufen offen, für Doktorandinnen und Doktoranden in der Frühphase ihrer Dissertation bis hin zu habilitierten Historiker/innen.

Schicken Sie Ihre Vorschläge mit einem kurzen Exposé ihres geplanten Vortrags (eine Seite), einem Lebenslauf und Angaben zu Ihren wichtigsten Veröffentlichungen bitte **bis zum 31. Januar 2022** an:

PD Dr. Ingo Köhler (Hessisches Wirtschaftsarchiv Darmstadt; koehlein@hu-berlin.de)

Prof. Dr. Christopher Kopper (Universität Bielefeld; christopher.kopper@uni-bielefeld.de)