

Rechnen mit dem Seelenheil / Accounting for Salvation (Vienna, 19–20 Oct 26)

Wien, Österreichische Akademie der Wissenschaften, 19.–20.10.2026
Eingabeschluss : 28.02.2026

Veronika Decker

[English version below]

„Rechnen mit dem Seelenheil“
Heilsökonomie und Wallfahrt in der Frühen Neuzeit.

Internationale Tagung, Wien, Österreichische Akademie der Wissenschaften, Institut für die Erforschung der Habsburgermonarchie und des Balkanraumes (IHB)
19.–20. Oktober 2026

Ausgangspunkt für die Tagung ist das vom Österreichischen Wissenschaftsfonds FWF finanzierte, interdisziplinär angelegte Projekt SALVEMED (Salvation Economics and Media. Constituting Social Spaces via early modern Pilgrimage in Lower Austria), dessen Ziel es ist, durch die Untersuchung von Medialität und der damit verknüpften sozialräumlichen Vernetzungen von Gnadenorten einen neuen Beitrag zu einer differenzierten Darstellung der vielfältigen Mechanismen frühneuzeitlicher Wallfahrt in Österreich zu leisten. Dabei werden Wallfahrten als Phänomen „verdichteter“ Medialität analysiert, die sich in intensiver Kommunikation mit einer gattungsübergreifenden Vielfalt an eng miteinander in Beziehung stehenden Medien äußert.

Im Fokus der Tagung sollen jene Aspekte und Fragen stehen, die sich auf die Erwartungshaltungen der Pilger:innen in Bezug auf die Erlangung des Seelenheils beziehen. Dazu gehören sowohl (kirchen-)rechtliche Fragen als auch die Untersuchung der Netzwerke von Akteur:innen sowie die Disposition von Wallfahrtsorten als herausragende Destinationen:

I Wallfahrtsmedien und Heilsökonomie

Auf welcher medialen Basis bzw. mit welchen zeitlichen und regionalen Schwerpunkten werden Praxis und Strategien des „Rechnens mit dem Seelenheil“ aus zeitgenössischer Perspektive (und auch für uns heute) deutlich und quellenmäßig nachweisbar? Hier spielen Fragen der Verrechtlichung (z. B. Ex Voto, Stiftungen und Verlöbnisse als „Kontrakte“ mit Gott und den Heiligen oder Ablässe) eine zentrale Rolle: Wer nutzt wo solche Medien für welche Zwecke? Wie sieht es mit der Motivwahl und -gestaltung aus? Welche Praktiken und Inszenierungen sind diesbezüglich an den Gnadenstätten nachweisbar?

II Netzwerke von Akteur:innen und Bildung von sozialen Räumen: Produktion – Akquise – Distribution

Ein vertiefter Blick auf das Geschehen ist immer auf die Einbeziehung unterschiedlicher Akteur:in-

nen angewiesen. Zu berücksichtigen sind unter anderem die Vielfalt der Objekte von der Eigenproduktion bis zum Outsourcing an überregionale Produzent:innen und Händler:innen von Devotionalien sowie die Frage, welche Quellen dazu Aufschluss geben können. Ebenso spielen quantitative und qualitative Aspekte zwischen Massenproduktion und herausragenden Einzelstücken eine wichtige Rolle. Unter dem Aspekt von Medienvielfalt und Medienfokus wird schließlich danach zu fragen sein, auf welche Medien welcher Wallfahrtsort verstärkt setzte und warum.

III Praxeologische Aspekte der Wallfahrt (im Verhältnis zu Medien)

Schließlich geht es in einem dritten Punkt um die Rolle von Medien in der religiösen Praxis und um die durch Medien gesteuerte Konstruktion von Wallfahrtsorten als Zielorte besonderer Art: Wie formten Wallfahrtsmedien die Wahrnehmung und das Verhalten der Pilger:innen und kann man analog zum Konzept des tourist gaze vom Vorhandensein eines spezifischen pilgrim gaze sprechen? Wurden hier ähnliche Erwartungshaltungen bedient oder sind bei bestimmten Wallfahrtsorten unique selling propositions auszumachen? Von Interesse ist in diesem Zusammenhang, ob an einzelnen Gnadenstätten bestimmte Medienstrategien zu beobachten sind. Welche Zielgruppen wurden adressiert und wie wirkten Nah- und Distanzmedien zusammen? Kann diesbezüglich eine „Destination“ als ein Sehnsuchtsort bezeichnet werden, der ausschließlich über die Medien bedient wird?

Wir freuen uns auf Themenvorschläge für 20-minütige Beiträge in Deutsch oder Englisch aus allen relevanten Disziplinen. Reise- und Übernachtungskosten der Vortragenden werden bei Bedarf übernommen. Bitte senden Sie ein Abstract (ca. 300 Wörter) und einen kurzen CV bis zum 28. Februar 2026 an folgende Adresse: veronika.decker@oeaw.ac.at

[English version]

“Accounting for Salvation”

Salvation Economics and Pilgrimage in the Early Modern Period

International Conference, Vienna, Austrian Academy of Sciences, Institute for Habsburg and Balkan Studies (IHB)

The starting point for this international conference is the interdisciplinary research project SALVEMED (Salvation Economics and Media. Constituting Social Spaces via early modern Pilgrimage in Lower Austria), funded by the Austrian Science Fund FWF, which aims to make a new contribution to a differentiated view of the diverse mechanisms of early modern pilgrimage in Austria by investigating the mediality and the associated socio-spatial networks of pilgrimage sites. In this project, pilgrimages are analysed as a phenomenon of “condensed” mediality, which manifests itself in dense communication based on a variety of closely interrelated media.

The conference will focus on aspects and questions relating to the expectations of pilgrims with regard to the attainment of salvation. These include both (ecclesiastical) legal issues and the examination of networks of actors, as well as the disposition of pilgrimage sites as destinations of a special kind:

I Pilgrimage media and the economics of salvation

On what media basis and with what temporal and regional focus do the practices and strategies of “accounting for salvation” become clear and verifiable from a contemporaneous perspective (and for us today)? Questions of legalisation (e. g. ex voto, foundations and vows as “contracts” with God and the saints, indulgences) play a central role here: Who uses such media where and for what purposes? What about the choice and design of motifs? What practices and forms of presentation and staging are traceable in this regard at the sites of pilgrimage?

II Networks of actors and social space formation – production – acquisition – distribution

An in-depth look at the networks relating to the media production of pilgrimage sites requires the analysis of various actors. This includes, among other things, the diversity of in-house production along with outsourcing to supra-regional devotional object producers and dealers, as well as the question of which sources can provide information on this. Quantitative and qualitative aspects between mass production and outstanding individual pieces also play an important role. Finally, from the perspective of media diversity and media focus, it will be necessary to ask which media each place of pilgrimage relied on more heavily and why.

III Praxeological aspects of pilgrimage (in relation to the media)

Finally, a third point concerns the role of the media in religious practice and the media-driven construction of pilgrimage sites as destinations: How did pilgrimage media shape the perceptions and behaviour of pilgrims, and can we speak of a specific “pilgrim gaze” analogous to the concept of the tourist gaze? Were similar expectations consistently met, or can unique selling propositions be identified? In this context, it is interesting to explore whether specific media strategies can be observed at individual places of pilgrimage, which target groups were primarily addressed, and how local and “distance media” interacted. In this regard, can a “destination” be described as a place of longing that is served exclusively through media?

We welcome proposals for 20-minute presentations in German or English from all relevant disciplines. Travel and accommodation expenses for speakers will be covered if necessary. Please send an abstract (approx. 300 words) and a short CV by 28 February 2026 to the following address: veronika.decker@oeaw.ac.at

Quellennachweis:

CFP: Rechnen mit dem Seelenheil / Accounting for Salvation (Vienna, 19-20 Oct 26). In: ArtHist.net, 14.01.2026. Letzter Zugriff 13.02.2026. <<https://arthist.net/archive/51484>>.