

Dorothee M. Meister/Uwe Sander (Hrsg.)

Kinderalltag und Werbung

Zwischen Manipulation und Faszination

Mit Beiträgen von:

Dieter Baacke, Stefan Aufenanger, Dorothee M. Meister/Uwe Sander,
Ralf Vollbrecht, Eckart Waage, Robert Niemann, Birgit Marchlowitz,
Joachim von Gottberg, Volker Nickel, Arndt Fischer, Paul D. Bartsch,
Oliver Böhm-Kasper/Sven Kommer, Dorothee Schnatmeyer/Kerstin
Seewald

Inhalt

Einleitung 8

Überblicke

Von der Faszination des Sehens

Dieter Baacke

Zur Sozialisation von Kindern und Jugendlichen unter den
Bedingungen der Kommunikationsstrukturen und
Medienlandschaft des ausgehenden zwanzigsten Jahrhunderts. 18

Stefan Aufenanger

Verlockungen und Gefahren heutiger Werbe weiten für Kinder. 28

Dorothee M. Meister/Uwe Sander

Kinder und Werbewirkung
Ein Plädoyer für einen erweiterten Wirkungsbegriff 45

Einblicke

Trends im Werbebereich

Ralf Vollbrecht

»Früher oder später kriegen wir euch doch ...«
Über Trendforschung, Sponsoring, Eventmarketing
und die Konstruktion von Erlebniswelten 62

Eckart Waage

Kindermund tut Wahrheit kund«
Über Kinder in der Hörfunkwerbung 76

Inhalt

Robert Niemann

Die Nutzung von Film- und Fernsehlicenzen im Konsumartikelmarkt für Kinder Die Praxis von Merchandising.....	87
--	----

Birgit Marchlowitz

Religion in der Werbung - Werbung als Religion.....	98
---	----

Gegensätze

Für und Wider der Kinderwerbung

Joachim von Gottberg

Werbung und Jugendschutz.....	112
-------------------------------	-----

Volker Nickel

Manipulation oder Marktkommunikation? Kinder als Ansprechpartner der Wirtschaft.....	125
---	-----

Verbindungen

Medienpädagogik in der Werbewelt

Arndt Fischer

Werbung - » ... das ist ein Käse!« Überlegungen zum Umgang mit Werbung in der außerschulischen Medienarbeit mit Kindern und Jugendlichen.....	138
---	-----

Paul D. Bartsch

Kinder und Werbung als Gegenstand schulischer Medienerziehung. Überblick und Beispiele.....	150
---	-----

Daten

Kinder und Werbung im Spiegel der Forschung

Oliver Böhm-Kasper/Sven Kommer

Kinder und Werbung Ausgewählte Ergebnisse eines Forschungsprojektes.....	166
---	-----

Dorothee Schnatmeyer / Kerstin Seewald

»Die Botschaft hör' ich wohl, allein mir fehlt der Glaube...«

Bilanz einer quantitativen Werbeanalyse.....186

Die Autorinnen und Autoren.....209