

# Inhalt

85.40  
05.36



1.	EINLEITUNG	7
	ERKENNTNISZIEL UND FRAGESTELLUNG	
2.	DER WEG ZUM DUALEN RUNDFUNKSYSTEM	10
2.1	Die Entwicklung des Werbefernsehens	10
2.2	Wirtschaftlicher Druck als (Mit-)Auslöser von Veränderungen im Werbefernsehen	13
3.	DAS WERBEFERNSEHEN IM DUALEN RUNDFUNKSYSTEM	18
3.1	Veränderungen des Werbefernsehens in bezug auf die Sender	18
3.1.1	<i>Quantitatives Wachstum</i>	18
3.1.2	<i>Neue ökonomische Logik</i>	20
3.1.3	<i>Neue Werbeformen</i>	24
3.1.4	<i>Veränderungen des Programms</i>	31
3.1.5	<i>Vereinfachung des Werbeträger-Handlings</i>	40
3.2	Veränderungen des Werbefernsehens in bezug auf die werbetreibende Wirtschaft	42
3.2.1	<i>Größere Zielgenauigkeit in der Ansprache von Konsumenten</i>	42
3.2.2	<i>Das steigende Werbevolumen</i>	44
3.2.2.1	<i>Die Überforderung der Rezipienten durch das steigende Werbevolumen</i>	44
3.2.2.2	<i>Die sinkende Nutzungschance der Werbung</i>	46
3.2.3	<i>Fernsehwerbung wird teurer</i>	47

98 K 739

3.3	Veränderungen des Werbefernsehens in bezug auf die Werbeagenturen	52
3.3.1	<i>Ausdifferenzierung der Mediaplanung</i>	52
3.3.2	<i>Qualitätsstandards der Gestaltung</i>	54
3.3.3	<i>Veränderungen der Gestaltungsweise</i>	57
3.4	Veränderungen des Werbefernsehens in bezug auf die Rezipienten	59
4.	VERÄNDERUNGEN DES WERBEFERNSEHENS IN DER ZUKUNFT. EIN AUSBLICK.	63
4.1	Das Jahr 1995 – der wirkliche Urknall?	63
4.2	Stand der Technik	67
4.2.1	<i>Interaktives Fernsehen</i>	67
4.2.2	<i>Online-Informationdienste</i>	68
4.3	Voraussetzungen für die Durchsetzbarkeit und Weiterentwicklung	71
4.3.1	<i>Technik</i>	74
4.3.2	<i>Wirtschaft</i>	76
4.3.3	<i>Politik</i>	80
4.3.4	<i>Soziokulturelles System (Rezipienten)</i>	85
4.4	Stand der Werbetechnik	88
4.4.1	<i>Interaktive Werbung via Fernsehen</i>	88
4.4.2	<i>Interaktive Werbung via Computer</i>	90
4.4.2.1	<i>Werbung im Offline-Bereich</i>	90
4.4.2.2	<i>Werbung im Online-Bereich</i>	92
4.5	Mögliche Veränderungen eines interaktiven Werbe-Fern-Sehens	98
4.5.1	<i>Inhalt</i>	99
4.5.2	<i>Ansprache</i>	103
4.5.3	<i>Gestaltung</i>	107
5.	ZUSAMMENFASSUNG	113
6.	LITERATUR	117