

Inhalt

1. Ausgangspunkte	9
Werbekritik	13
Ausgangsthese: Kompetenz	16
Konzept der Untersuchung	19
Anlage der Untersuchung	24
2. Untersuchungsdesign und Rahmendaten der Rezipientenbefragung	27
Sozialstatistische Merkmale	28
Mediennutzung	39
3. Werbekompetenz	51
'Werbekompetenz' - theoretische Fundierung	52
Werbekompetenz von Kindern	62
4. Werbung und Konsumverhalten	77
5. Akzeptanz von Werbung	101
6. Bewertung von ausgewählten Radio- und Fernsehspots sowie Anzeigen	113
Vorgehensweise	115
Die wichtigsten Kennwerte im Überblick	119
Werbung im Radio	125
Werbung im Fernsehen	150
Werbung in Printmedien	186
Werbung im Fernsehen - Wiederholungsbefragung	210
Zusammenfassung	234
7. Qualitative Interviews mit Kindern zum Thema Werbung	243
Vorgehensweise	243
Die 5- bis 6jährigen	245
Die 7- bis 9jährigen	257
Die 11- bis 12jährigen	275
8. Medienanalyse	287
Vorgehensweise und Fragestellungen	287
Ergebnisse der Fernsehanalyse	288
Geschlechtsspezifische Aspekte in der Kinderwerbung	299
Radioanalyse	306
Ergebnisse der Radioanalyse	308

9. Zwischen Schutz und Autonomie:	
Ergebnisakzente und Empfehlungen.....	323
Ergebnisakzente	323
Empfehlungen.....	333
10. Zukünfte erweiterter Werbeszenarien	341
Erweiterte Spielräume für Werbung	341
Kinder in der Medienkultur der Zukunft.....	348
Literatur	349