

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	7
Christian W. Thomsen Neue Medien Neue Programme - Neues Sehen - Neues Denken?	19
Ben Bachmair Kinderkultur - Bilder, Szenen, Figurationen	29
Susanne Müller Finanzen, Rechte und Lizenzen Möglichkeiten und Grenzen für ein verantwortetes Kinderprogramm	45
Siegmond Grewenig Zwischen Anspruch und Notwendigkeit Das öffentlich-rechtliche Kinderfernsehen und der heutige Kindermedienmarkt	53
Dieter Saldecki Vom (Markt)-Wert dokumentarischer Bilder	63
Reinhard Casper Produktion und Distribution von Fernsehen für Kinder	69
Eva Marie Weik Bridging Media and Industry	79
Heidrun Hertel Kinder lieben Comicfiguren Was lieben Kinder an ihnen?	87
Birgit Hollstein Der Li-La-Launebär. Produktverbund bei RTL	93

Kerstin Eber
Als die Tiere den Wald verließen
Eine europäische Zeichentrickserie 109

Karen Thilo
Was Fernsehen mit einem Toaster gemeinsam hat.
Merchandising in den USA *S. 140 f. / 152* 127

Wolfgang Schneider
Kinder - Fernsehen - Werbung
Entwicklung und Funktionen von Werberichtlinien
für das private Fernsehen 149

Udo Mattusch
"You've got the Power - Nichts ist unmöglich"
Musik im Kinderrahmenprogramm 163

Uwe Mattusch
Spielplatz Bildschirm
Zum Funktionswandel des Bildschirms im kommerziellen
Medienmarkt 191

Jan-Uwe Rogge
Qualität im Kinderprogramm
Ein Spannungsfeld zwischen Billigprodukten und
Programmauftrag, zwischen Popularität und Kommerz 213

Auszüge aus der Diskussion 231