

Inhaltsverzeichnis

A. <u>Einleitung</u>	1
B. <u>Aufwachsen in der heutigen Konsumgesellschaft: Der Einfluss des Konsummarktes auf die kindliche Sozialisation</u>	8
1. Der Begriff der Sozialisation	8
1.1 Gegenstand und Ziel.....	8
1.2 Wechselbeziehung zwischen Gesellschaft und Individuum.....	9
1.3 Sozialisation als lebenslanger Prozess.....	11
1.4 Drei Dimensionen von Sozialisation: Personalität, Individualität und Subjektivität.....	13
1.5 Beabsichtigte Sozialisation durch Erziehung.....	13
1.6 Die Einbettung des Sozialisationsprozesses in gesamtgesellschaftliche Strukturen.....	15
2. Die Konsumgesellschaft	16
2.1 Historischer Überblick.....	17
2.2 Merkmale der Konsumgesellschaft.....	21
2.2.1 Der Markt und seine theoretische Fundierung.....	21
2.2.2 Anstieg des Warenangebots und veränderte Bedeutung von Konsum.....	26
2.2.3 Informationsflut und Konsument.....	31
2.2.4 Wertewandel und Konsum.....	32
2.3 Kritikansätze.....	34
2.4 Konsequenzen für Kinder.....	36
3. Ein Überblick des Wandels der Sozialisationsbedingungen	39
3.1 Veränderte Umweltbedingungen des Aufwachsens.....	39
3.2 Die Veränderung der Familienstrukturen.....	42
3.3 Der zunehmende Einzug der Medien in den Alltag der Kinder.....	49
3.4 Die Auswirkungen der Individualisierung für das Kindsein.....	52
3.5 Resümee: Zur Vereinnahmung der Kinder durch den Markt.....	58

4. Ein Überblick über die Entwicklung und das Gesicht des Marktes für Kinder.....	63
4.1 Ein Abriss der Entwicklung des Kindermarktes.....	63
4.2 Das Gesicht des Marktes für Kinder.....	69
4.2.1 Kinder als eigenständige Konsumenten.....	69
4.2.2 Kinder als indirekte Konsumenten.....	71
4.2.3 Kinder als zukünftige Konsumenten.....	73
5. Kinder und Werbung.....	76
5.1 Besondere Eigenschaften der Zielgruppe Kind für Werbung und Marketing.....	78
5.1.1 Entwicklungsspezifische Merkmale.....	79
5.1.2 Gesellschaftliche und soziale Aspekte.....	79
5.1.3 Rechtliche und moralisch-ethische Kriterien.....	80
5.2 Das Massenmedium Fernsehen als Werbeträger Nr. 1.....	81
5.3 Weitere Werbeformen für Kinder.....	84
5.3.1 Merchandising.....	85
5.3.2 Product Placement.....	86
5.3.3 Kundenclubs.....	86
5.3.4 Versteckte Werbung.....	87
5.3.5 Sponsoring.....	87
5.3.6 Werbung an Schulen.....	88
5.3.7 Das Internet, die interaktive Verführung.....	90
5.3.8 Life-Style-Werbung.....	91
6. Mögliche Auswirkungen des Konsummarktes auf die kindliche Sozialisation.....	93
6.1 Individuelle Auswirkungen.....	93
6.1.1 Problem des Lebensweltbezugs.....	94
6.1.2 Konsum als Ersatz für kreative Aneignung.....	96
6.1.3 Die Demokratie des Marktes als Chance für die persönliche Entwicklung.....	100
6.2 Gesellschaftliche Auswirkungen: Partizipation und Separation.....	101
6.2.1 Neue Teilhabemöglichkeiten für Kinder durch den Markt.....	102
6.2.2 Separation.....	103

C. <u>Schluss</u>	106
D. <u>Literaturverzeichnis</u>	108
E. <u>Abbildungsverzeichnis</u>	125