

Spots & Sounds

Radiowerbung in Deutschland – Geschichte, Ästhetik, Marktbedingungen

Auswahlbibliographie

Überblick

Werbung [Themenheft]. Tiefenschärfe. Zentrum für Medien und Medienkultur / Medienzentrum FB 07 Universität Hamburg. SoSe 2003. <http://www.signlang.uni-hamburg.de/Medienprojekt/tiefenschaerfe/werbung.html>

Roland Barthes: Der Werbespot [1963]. In: Ders.: Das semiologische Abenteuer. Frankfurt am Main 1988; S. 181-186

Heiner Gremer: „Gut gebrüllt, Löwe“ – Die bayerische Rundfunkwerbung. In: Der Ton. Das Bild. Die Bayern und ihr Rundfunk. 1924-1949-1999. Begleitbuch zur Ausstellung des Hauses der Bayerischen Geschichte und des Bayerischen Rundfunks. Augsburg 1999, S. 288-291

Dirk Reinhardt: Von der Reklame zum Marketing. Geschichte der Wirtschaftswerbung in Deutschland. Berlin 1993

Günter Schweiger und Gertraud Schrattenecker (Hrsg.): Werbung. Eine Einführung. Stuttgart ³1992

Siegfried J. Schmidt und Brigitte Spieß (Hrsg.): Werbung. Medien und Kultur. Opladen 1995

Siegfried J. Schmidt: Werbung. In: Jürgen Wilke (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Bonn 1999 (= Bundeszentrale für politische Bildung, Bd. 361, S. 518-536

Inja Sjurts: Gabler Kompakt-Lexikon Medien. 1.000 Begriffe nachschlagen, verstehen und anwenden. Wiesbaden 2006

Herbert Willems: Die Gesellschaft der Werbung. Kontexte und Texte, Produktionen und Rezeptionen, Entwicklungen und Perspektiven. Wiesbaden 2002

Geschichte der Hörfunk-Werbung

Heinz D. Fischer und Arne Westermann: Knappe Geschichte der Hörfunk- und Fernsehwerbung in Deutschland. Leitfaden durch medienpolitische Stationen eines Kommunikationsphänomens. Hagen 2001 [*Seminarordner*, S. 4-29]

Weimarer Republik und Drittes Reich

Ansgar Diller: Die Post kassierte – dem Rundfunk blieb der Ärger. Rundfunkwerbung in den 20er und 30er Jahren. In: Funk-Korrespondenz 31(1983), Nr. 43, 28.10.1983, S. P1-P3 [*Seminarordner*]

Karl Christian Führer: Wirtschaftsgeschichte des Rundfunks in der Weimarer Republik. Potsdam 1997 (= Veröffentlichungen des Deutschen Rundfunkarchivs, Bd. 6)

Matthias Käther und Teresa Schomburg: Werbeschichten zwischen zwei Kriegen. Die Reklame erobert Schallplatte und Rundfunk. Sendung des DLF, 28.7.2006 [Kassette, Medienzentrum]

Winfried B. Lerg: Die Anfänge der Rundfunkwerbung in Deutschland. In: Publizistik 8(1963), S. 296-304 [Seminarordner]

Christian Maatje: Verkaufte Luft. Die Kommerzialisierung des Rundfunks. Hörfunkwerbung in Deutschland (1923-1936). Potsdam 2000 (= Veröffentlichungen des Deutschen Rundfunkarchivs, Bd. 32)

Zum rundfunkgeschichtlichen Hintergrund:

Konrad Dussel: Deutsche Rundfunkgeschichte. 2., überarb. Aufl. Konstanz 2004

Nachkriegszeit, 50er bis 70er Jahren

Christian Maatje: Verkaufte Luft. Die Kommerzialisierung des Rundfunks. Hörfunkwerbung in Deutschland (1923-1936). Potsdam 2000 (= Veröffentlichungen des Deutschen Rundfunkarchivs, Bd. 32), S. 309-338

Eduard Rhein: Pest im Äther! In: Hör zu 4(1949), Nr. 32, S. 3 [Semesterapparat]

Lu Seegers: Hör zu! Eduard Rhein und die Rundfunkprogrammzeitschriften (1931-1965). Potsdam 2001 (= Veröffentlichungen des Deutschen Rundfunkarchivs, Bd. 34) [speziell Kap. V. 6 Der Kampf gegen „Ätherpest“, Werbung und Schleichwerbung, S. 349-359]

Hans-Ulrich Wagner: Zwischen Sündenfall und Wiedergutmachung. Oder: Wie der „Werbefunk“ mäzenatisch tätig wurde. In: Werbung [Themenheft]. Tiefenschärfe. Zentrum für Medien und Medienkultur / Medienzentrum FB 07 Universität Hamburg. SoSe 2003. [<http://www.sign-lang.uni-hamburg.de/Medienprojekt/tiefenschaerfe/werbung.html>], S. 18-21

Zum rundfunkgeschichtlichen Hintergrund:

Hans Bausch (Hrsg.): Rundfunkpolitik nach 1945. Zwei Teile. München 1980 (= Rundfunk in Deutschland, Band 3 und 4)

Seit Einführung des dualen Systems

Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM): Typologisierung werbenaher Kommunikationsangebote im Hörfunk. Ausschreibungsunterlagen und Projektbeschreibung, 8.4.2005. <http://www.lfm-nrw.de/downloads/ausschr-werbeformen-tv-060915.pdf>

Siegfried J. Schmidt: Werbung und Medienkultur. Tendenzen der 90er Jahre. In: Siegfried J. Schmidt und Brigitte Spieß (Hrsg.): Werbung. Medien und Kultur. Opladen 1995, S. 44-54

Zum rundfunkgeschichtlichen Hintergrund:

Manfred Jenke: Hörfunk im Wettbewerb. In: Dietrich Schwarzkopf (Hrsg.): Rundfunkpolitik in Deutschland. Wettbewerb und Öffentlichkeit. München 1999, S. 643-700

Klaus Goldhammer: Formatradio in Deutschland. Konzepte, Techniken und Hintergründe der Programmgestaltung von Hörfunkstationen. Berlin 1995

Rechtliche Bestimmungen

Achter Staatsvertrag zur Änderung rundfunkstaatlicher Staatsverträge (Achter Rundfunkänderungsstaatsvertrag) vom 8. bis 15. Oktober 2004.

<http://www.ard.de/-/id=224832/property=download/ilt25y/index.pdf>

ARD-Richtlinien für die Werbung, zur Durchführung der Trennung von Werbung und Programm und für das Sponsoring in der Fassung vom 6.6.2000.

<http://www.br-online.de/br-intern/organisation/pdf/ard-werberichtlinien.pdf>

Bestimmungen in den Gesetzen der einzelnen Landesrundfunkanstalten

Freiwillige Verhaltensregeln des Deutschen Werberats [www.werberat.de]

Gemeinsame Richtlinien der Landesmedienanstalten für die Werbung, zur Durchführung der Trennung von Werbung und Programm und für das Sponsoring im Fernsehen und Hörfunk in der Neufassung vom 10.2.2000.

<http://www.lfk.de/gesetzeundrichtlinien/jugendschutzwerberichtlinien/werberichtlinien/main.html>

Rundfunkstaatsvertrag vom 31.8.1991. www.lfk.de/gesetzeundrichtlinien/

Quantitative Daten

ARD-Jahrbuch. Hamburg. 37. Jg. 2005

ALM Jahrbuch 2005. Landesmedienanstalten und privater Rundfunk in Deutschland. Berlin 2006

Werbung in Deutschland. Hrsg. vom Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft. Berlin 2006 [*Forschungsstelle*]

Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft: Deutscher Werberat. Jahrbuch 2006. Berlin 2006 [*Forschungsstelle*]

Die Media-Analyse. Online-Angebot, verfügbar unter www.agma-mmc.de/03_forschung/die_media_analyse.asp?subnav=73&topnav=10

Werbewirkung

ARD-Forschungsdienst [Autor: Uli Gleich]: Radiowerbung. In: Media-Perspektiven, Heft 2, 2006, S. 107-110 www.ard-werbung.de/mp/publikationen/fachzeitschrift/

Guido Zurstiege und Siegfried J. Schmidt: Werbekommunikation. In: Günter Bentele u.a. (Hrsg.): Öffentliche Kommunikation. Handbuch Kommunikations- und Medienwissenschaft. Wiesbaden 2003, S. 492-503

Hans-Peter Gaßner: Die Wirkung von Radiospots messen. Werbeerfolgskontrolle mit der Spot-Analyse Radio. In: Media-Perspektiven, Heft 2, 2003, S. 86-92
www.ard-werbung.de/_mp/fach/?name=200302

ORF Enterprise (Hrsg.): Mediafacts 2005. Werbewirkung im Radio und Qualität des Radiohörens. Wien 2005.
http://enterprise.orf.at/mediendatenbank/download/radio/2005/radiostudie_2005.pdf

Arbitron/Edison Media Research (Ed.): Spot Load Study 2005. Managing Radio Commercial Inventories for Advertisers and Listeners. New York/Somerville 2005.
http://www.edisonresearch.com/home/archives/SpotLoad_Study_2005.pdf

Dramaturgie und Ästhetik

Martin Maurach: Hörspiel und Werbung: Konvergierende Ästhetiken des Augenblicks? In: Siegfried J. Schmidt und Brigitte Spieß (Hrsg.): Werbung. Medien und Kultur. Opladen 1995, S. 153-164

Frank Schätzlein: Radio-Werbung. Grundlagen und Formen des Funkspots. In: Werbung [Themenheft]. Tiefenschärfe. Zentrum für Medien und Medienkultur / Medienzentrum FB 07 Universität Hamburg. SoSe 2003 [<http://www.sign-lang.uni-hamburg.de/Medienprojekt/tiefenschaerfe/werbung.html>], S. 15-17

Hans-Ulrich Wagner: (K)ein Drama in 30 Sekunden. Das Werbewirtschafts-Stiefkind „Funkspot“. In: Funk-Korrespondenz 43(1995), Nr. 37, 15.9.1995, S. 1-3 [*Seminarordner*]

Image-Broschüren und ähnliches

Hastings Music, München und Hamburg: Was Sie schon immer über Funkspots wissen wollten, aber nie zu fragen gewagt haben. 1994 [*Forschungsstelle*]

Spots & Sounds – akustische Quellen

ARD-Werbung präsentiert: Top 100. Radiospots 1993, 1994, '96. Die Gewinner des 14., 15., 16. Radiospot Wettbewerbs. Die creative Radiowerbung 1993, 1994, 1996 [*CDs, Forschungsstelle und Medienzentrum/Semesterapparat*]

ARD-Werbung Sales&Services GmbH: Radiostars. http://www.ard-radio-awards.de/hall_of_fame/ [*zahlreiche Radiospots der Jahre 1976 bis 2006*]

Radio. Werbung für alle Sinne.
<http://www.rms.de/rubriken/unternehmen/index.htm>

Werbespots der 30er Jahre. Kassette mit 17 Beispielen von C&A, Kienzle-Uhren,
Coca Cola, Persil, Nivea [*Kassette, Medienzentrum/Semesterapparat*]
Datenbankauszug des Deutschen Rundfunkarchivs, 24.10.2006: Erhaltene
Aufnahmen der 20er bis 60er Jahre [*Forschungsstelle*]
sowie in allen Radioprogrammen mit Werbung

huw, Oktober 2006