

# Inhalt

<b>XI. Werbung und Werbewirtschaft.....</b>	<b>15</b>
<b>1. Internationale und europäische Werbemärkte .....</b>	<b>16</b>
1.1 Internationaler Vergleich der Märkte .....	16
1.2 Europäische Werbemärkte .....	17
<b>2. Werbemarkt Deutschland .....</b>	<b>18</b>
2.1 Werbeinvestitionen.....	18
2.2 Werbeträger .....	18
2.3 Werbeeinnahmen der Werbeträger.....	19
2.4 Werbestärkste Branchen.....	21
2.5 Beschäftigte in der Werbewirtschaft .....	22
<b>3. Werbeforschung .....</b>	<b>23</b>
3.1 Anfänge der Reklamewissenschaft .....	23
3.2 Werbebedingungen, Werbestudien, Werbekontrolle .....	24
3.3 Akzeptanz von Werbung .....	25
3.4 Glaubwürdigkeit von Werbung.....	27
<b>4. Werbeagenturen .....</b>	<b>28</b>
4.1 Beginn der Werbevermittlung in Deutschland.....	28
4.2 Werbewirtschaft in der Weimarer Republik .....	29
4.3 Werbewirtschaft im Nationalsozialismus.....	30
4.4 Werbeagenturen in der Bundesrepublik Deutschland.....	31
<b>5. Organisation der deutschen Werbewirtschaft.....</b>	<b>32</b>
5.1 Erste Zusammenschlüsse der Werbewirtschaft bis 1918 .....	32
5.2 Werbeverbände in der Weimarer Republik .....	33
5.3 Werbeverbände in der nationalsozialistischen Zeit .....	33
5.4 Neuanfang nach 1945 .....	34
5.5 Werbewirtschaft in der Bundesrepublik Deutschland.....	35
<b>6. Werberecht .....</b>	<b>35</b>
6.1 Historische Entwicklung.....	35
6.2 Europäische Vorschriften .....	36
6.3 Nationales Werberecht .....	39
<b>7. Geschichte der Werbung .....</b>	<b>45</b>
7.1 Anfänge von Werbung .....	45
7.2 Werbung im Kaiserreich .....	46
7.3 Werbung in der Weimarer Republik.....	47
7.4 Werbung im Nationalsozialismus .....	48
7.5 Werbung in der Besatzungszeit.....	50
7.6 Werbung in der Bundesrepublik Deutschland .....	51

<b>8. Werbung in der DDR.....</b>	<b>51</b>
8.1 Funktion von Werbung im Sozialismus .....	51
8.2 Werbepraxis der DDR .....	52
8.3 Ausbildung von Werbefachleuten .....	54
8.4 Organisation der DDR-Werbewirtschaft .....	54
<b>XII. Sponsoring und Sonderwerbformen .....</b>	<b>57</b>
<b>1. Sponsoring .....</b>	<b>58</b>
1.1 Begriffsbestimmung .....	58
1.2 Anfänge und Umfänge .....	59
1.3 Formen .....	60
1.4 Ziele, Erscheinungsarten und Durchführung .....	65
1.5 Kontrolle von Sponsoring .....	67
<b>2. Licensing .....</b>	<b>68</b>
2.1 Begriffsbestimmung .....	68
2.2 Geschichte .....	68
2.3 Licensing-Märkte und -Formen .....	69
<b>3. Product Placement - Fundraising - Merchandising - Bartering.....</b>	<b>71</b>
3.1 Product Placement .....	71
3.2 Fundraising .....	72
3.3 Merchandising.....	74
3.4 Bartering .....	75
<b>XIII. Film, Filmwirtschaft und Filmförderung.....</b>	<b>77</b>
<b>1. Nationale und internationale Filmproduktion .....</b>	<b>78</b>
1.1 Weltweite Produktion von Filmen .....	78
1.2 Nationale Filmproduktion .....	79
<b>2. Kino,- Video- und Filmmarkt Deutschland .....</b>	<b>80</b>
2.1 Struktur der Kinos und Kinobesucher .....	80
2.2 Videomarkt .....	82
2.3 Filmmarkt .....	84
2.4 Filmverleih .....	85
<b>3. Filmförderung in Deutschland .....</b>	<b>86</b>
3.1 Beginn und Stand der Filmförderung .....	86
3.2 Filmförderungsanstalt - Filmförderungsgesetz .....	87
3.3 Beauftragte der Bundesregierung für Angelegenheiten der Kultur und der Medien .....	90
3.4 Kuratorium junger deutscher Film .....	91
3.5 Filmbewertungsstelle Wiesbaden.....	92
3.6 Filmförderung öffentlich-rechtlicher und privater Fernsehveranstalter.....	93

3.7	Filmförderungseinrichtungen der Bundesländer.....	94
3.8	Übersicht über die finanzielle Filmförderung.....	95
<b>4.</b>	<b>Filmförderung der Europäischen Union.....</b>	<b>95</b>
4.1	Struktur des europäischen Filmmarktes.....	95
4.2	Ziele der europäischen Filmförderung.....	96
4.3	MEDIA-Programme der EU-Kommission.....	97
4.4	Programm Eurimages des Europarates.....	98
4.5	Initiative i2i Audiovisual.....	99
4.6	Europäisches Übereinkommen zur Gemeinschaftsproduktion.....	99
<b>5.</b>	<b>Internationale Filmförderung.....</b>	<b>100</b>
<b>6.</b>	<b>Geschichte des Films.....</b>	<b>100</b>
6.1	Frühgeschichte des Films.....	100
6.2	Film in der Weimarer Republik (1918-1933).....	103
6.3	Film im Nationalsozialismus (1933-1945).....	105
6.4	Exilfilm (1933-1945).....	108
6.5	Film der Nachkriegs- und Besatzungszeit (1945-1949).....	111
6.6	Film in der Bundesrepublik Deutschland.....	112
6.7	Film in der DDR.....	116
6.8	Gesamtdeutscher Film der 90er Jahre.....	117
<b>7.</b>	<b>Bewahrung des filmkulturellen Erbes.....</b>	<b>118</b>
7.1	Kinematheksverbund als Träger des Filmkulturerbes.....	118
7.2	Mitglieder und Partner des Kinematheksverbundes.....	119
<b>8.</b>	<b>Organisation der deutschen Filmwirtschaft.....</b>	<b>123</b>
<b>9.</b>	<b>Filmzensur in Deutschland.....</b>	<b>124</b>
9.1	Polizeiliche Zensur bis 1919/1920.....	124
9.2	Filmzensur in der Weimarer Republik.....	125
9.3	Filmzensur im Nationalsozialismus.....	126
9.4	Filmzensur in den Besatzungszonen.....	127
9.5	Filmzensur in der Bundesrepublik Deutschland und in der DDR.....	128
<b>XIV.</b>	<b>Musikwirtschaft und Musikmarkt.....</b>	<b>131</b>
<b>1.</b>	<b>Musikmärkte.....</b>	<b>132</b>
1.1	Musikmarkt Deutschland.....	132
1.2	Weltweiter Musikmarkt.....	134
<b>2.</b>	<b>Musikwirtschaft.....</b>	<b>135</b>
2.1	Entwicklung der Musikindustrie in der modernen Zeit.....	135
2.2	Wertschöpfungskette von Tonträgern und Kostenstrukturen.....	137
2.3	Strukturen der Musikindustrie.....	139
2.4	Veränderung der Rahmenbedingungen durch Digitalisierung.....	141

<b>3. Musikformate .....</b>	<b>141</b>
3.1 Musikformate im Hörfunk .....	141
3.2 Musikformate im Fernsehen .....	143
<b>4. Organisation der Musikwirtschaft .....</b>	<b>145</b>
4.1 Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft und IFPI .....	145
4.2 Deutscher Musikverleger-Verband .....	146
4.3 Deutscher Musikrat .....	147
<b>5. Musikgeschichte .....</b>	<b>147</b>
5.1 Anfänge von Musik .....	147
5.2 Musik vom Mittelalter bis zum 20. Jahrhundert .....	148
5.3 Musik im 20. Jahrhundert .....	149
<b>XV. Medieninfrastruktur .....</b>	<b>151</b>

1.3 Erste europäische Initiativen.....	184
1.4 Politische Turbulenzen zwischen Ost und West .....	185
1.5 Durchsetzung des Satellitenfernsehens in Deutschland.....	187
1.6 Hörfunk über Satellit.....	192

## **2. Weltweite Satellitenangebote ..... 193**

## **3. Satellitenanbieter SES/ASTRA..... 194**

3.1 Das Unternehmen.....	194
3.2 Satellitenangebot für Europa.....	195
3.3 Reichweiten in Europa.....	196

## **4. Satellitenanbieter EUTELSAT ..... 196**

4.1 Das Unternehmen.....	196
4.2 Satellitenangebot.....	197
4.3 Reichweiten in Europa.....	199

## **XVII. Medientechnik und Kabelmarkt ..... 201**

### **1. Analoge Medientechnik ..... 202**

1.1 Hörfunk.....	202
1.2 Fernsehen.....	208
1.3 Print.....	213
1.4 Musik.....	215

### **2. Digitale Medientechnik..... 216**

2.1 Digitalisierung und Konvergenz.....	216
2.2 Hörfunk.....	217
2.3. Fernsehen.....	220
2.4 Print.....	223
2.5 Musik.....	224

### **3. Kabelmarkt..... 225**

3.1 Netzebenen.....	225
3.2 Entwicklung der Kabelnetze bis 1949 .....	226
3.3 Entwicklung von Breitbandkabelanlagen in der Bundesrepublik.....	227
3.4 Kabelanlagen in der Deutschen Demokratischen Republik.....	230
3.5 Zukunft des Kabelnetzes.....	231
3.6 Organisation des Kabelmarktes.....	232

## **XVIII. Journalistenausbildung und Journalistenverbände.. 233**

### **1. Journalismus in Deutschland bis zum Ende des Kaiserreichs 1918 234**

1.1 Rechtliche und wirtschaftliche Grundlagen der Presse .....	234
1.2 Entstehung von Journalistenverbänden.....	235
1.3 Journalistenausbildung.....	237

1.4 Organisation der Zeitungs- und Zeitschriftenverleger .....	238
<b>2. Journalismus in der Weimarer Republik .....</b>	<b>239</b>
2.1 Rechtslage .....	239
2.2 Journalistenausbildung.....	240
2.3 Journalistenverbände.....	240
2.4 Verleger- und Arbeitgeberverbände .....	241
<b>3. Journalismus im Nationalsozialismus .....</b>	<b>241</b>
3.1 Rechtslage .....	241
3.2 Journalistenausbildung.....	242
3.3 Journalistenverbände.....	243
3.4 Verlegerverbände .....	244
<b>4. Journalismus in der Besatzungszeit .....</b>	<b>244</b>
4.1 Potsdamer Abkommen und Allierter Kontrollrat.....	244
4.2 Westliche Besatzungszonen .....	245
4.3 Sowjetische Besatzungszone .....	247
<b>5. Journalismus in der DDR.....</b>	<b>248</b>
5.1 Rechtliche und ideologische Ausgangslage .....	248
5.2 Journalistenausbildung.....	249
5.3 Journalistenverbände.....	251
5.4 Verlegerverbände .....	252
<b>6. Journalismus in der Bundesrepublik Deutschland.....</b>	<b>252</b>
6.1 Rechtslage .....	252
6.2 Journalistenausbildung.....	253
6.3 Journalistenverbände.....	253
6.4 Verleger- und Produzentenverbände .....	255
<b>7. Arbeitsmarkt Medien.....</b>	<b>256</b>
7.1 Arbeitsmarkt für Journalisten in der Bundesrepublik .....	256
7.2 Arbeitsmarktentwicklung in den privaten elektronischen Medien .....	257
7.3 Zukünftige Anforderungen an den Medienschaffenden .....	257
<b>XIX. Verwertungsgesellschaften .....</b>	<b>259</b>
<b>1. Entstehung und Aufgaben .....</b>	<b>260</b>
1.1 Entstehung.....	260
1.2 Aufgabe: Individuelle und kollektive Rechtswahrnehmung.....	262
<b>2. Gesellschaften .....</b>	<b>263</b>
2.1 GEMA.....	263
2.2 VG Bild-Kunst .....	263
2.3 VFF .....	264
2.4 VG Wort.....	264

2.5 GWFF .....	265
2.6 VGF.....	265
2.7 GÜFA.....	266
2.8 GVL .....	266
2.9 VG Musik-Edition .....	267
2.10 Agicoa .....	267
2.11 VG Sat.....	267
<b>3. Gesetzliche Grundlage und Aufsicht über die Gesellschaften .....</b>	<b>268</b>
3.1 Entwicklung der deutschen Gesetzgebung .....	268
3.2 Aufsicht über die Gesellschaften .....	268
<b>4. Zusammenarbeit der Verwertungsgesellschaften .....</b>	<b>269</b>
4.1 Nationale Ebene .....	269
4.2 Internationale Ebene .....	270
<b>XX. Mediengeschichte .....</b>	<b>271</b>
<b>1. Print.....</b>	<b>272</b>
1.1 Die Entwicklung des Pressewesens bis zum 19. Jahrhundert.....	272
1.2 Presse im Deutschen Kaiserreich und Ersten Weltkrieg.....	275
1.3 Presse in der Weimarer Republik.....	277
1.4 Presse im Nationalsozialismus.....	279
1.5 Das Pressewesens in den vier Besatzungszonen Deutschlands .....	283
1.6 Presse in der Bundesrepublik Deutschland.....	288
1.7 Presse in der Deutschen Demokratischen Republik .....	290
1.8 Pressewesen im vereinigten Deutschland .....	293
<b>2. Hörfunk.....</b>	<b>295</b>
2.1 Anfänge des Hörfunks.....	295
2.2 Hörfunk in der Weimarer Republik .....	297
2.3 Hörfunk im Nationalsozialismus .....	301
2.4 Hörfunk in den vier Besatzungszonen Deutschland .....	305
2.5 Staatlicher Hörfunk in der DDR .....	308
2.6 Öffentlich-Rechtlicher und privater Hörfunk in der Bundesrepublik Deutschland.....	311
2.7 Duales Hörfunksystem im vereinigten Deutschland.....	314
<b>3. Fernsehen.....</b>	<b>315</b>
3.1 Anfänge des Fernsehens.....	315
3.2 Fernsehen im Nationalsozialismus .....	316
3.3 Fernsehen in den vier Besatzungszonen Deutschlands.....	319
3.4 Staatsfernsehen in der Deutschen Demokratischen Republik .....	319
3.5 Das öffentlich-rechtliche Fernsehen in der Bundesrepublik .....	321
3.6 Privates Fernsehen in der Bundesrepublik.....	326
<b>4. Vom öffentlich-rechtlichen zum Dualen System .....</b>	<b>328</b>
4.1 Öffentlich-Rechtliches Rundfunksystem in der Bundesrepublik .....	328

4.2 Gründung von ARD und ZDF .....	329
4.3 Staatsrundfunk in der Deutschen Demokratischen Republik .....	331
4.4 Entstehung des privaten Rundfunks in der Bundesrepublik .....	332
4.5 Duales Rundfunksystem im vereinigten Deutschland .....	335
<b>5. Internet .....</b>	<b>337</b>
5.1 Grundlagenentwicklung ab 1962 .....	337
5.2 Die Entwicklung zum Internet .....	339
5.3 Die Entwicklung in Europa.....	340
<b>6. Medienarchive in Deutschland .....</b>	<b>341</b>
6.1 Überlieferung der elektronischen Medien .....	341
6.2 Überlieferung der Printmedien .....	342
<b>Literatur.....</b>	<b>343</b>
<b>Schlagwortverzeichnis .....</b>	<b>367</b>

## **Einführung**

Der vorliegende zweite Band setzt den ersten in thematisch geordneter Reihenfolge fort; Ziel ist weiterhin, in komprimierter, übersichtlicher und klar gegliederter Form alles Wissenswerte über das recht komplizierte und verflochtene Mediensystem und die Medienordnung der Bundesrepublik Deutschland darzustellen.

Das Buch versteht sich als Lehrbuch. Es konzentriert sich in diesem Sinne ganz auf wichtige Schritte und Bausteine der nationalen und – zunehmend bedeutsamer – der europäischen Medienordnung. Zum besseren Verständnis wurde in fast allen Kapiteln versucht, die historischen Dimensionen und Entwicklungen aufzuzeigen. Hinzu kommt ein ausführliches Literaturverzeichnis, das dem an Detailinformationen interessierten Leser weiterhilft.

Ebenso wie der erste Band wendet sich auch der jetzige zweite Band an Studenten, Schüler, Lehrer, Dozenten, Multiplikatoren und Interessierte, die sich kurz und bündig, aber dennoch kompakt und konzentriert über alle Aspekte des deutschen Mediensystems informieren wollen.

Zur besseren Nutzung wurde das im ersten Band angewandte System der Randnummern fortgeführt und verbessert; folglich steht zwecks besserer Übersichtlichkeit und zur raschen Orientierung jetzt ein Schlagwortregister zur Verfügung.

Redaktionsschluss für diesen Band war September 2003.

Otto Altendorfer