

# Inhaltsverzeichnis

<b>0 Einleitung und Fragestellung</b> .....	1
<b>1 Werbe- und Mediensituation</b> .....	7
1.1 Zum Forschungsstand .....	7
1.2 Allgemeine Begriffsklärung .....	10
1.3 Was ist ein Kinderwerbespot? .....	12
1.4 Regelungen der Fernsehwerbung mit Kindern und für Kinder.....	14
1.5 Medienlandschaft - Kinderprogramm - Werbesituation .....	17
<b>2 Kommunikationssituation</b> .....	23
2.1 Kommunikationsmodell.....	23
2.2 Fernsehen als Werbeträger.....	25
2.3 Sprache in der Werbung.....	27
2.4. Kommunikanten.....	29
2.4.1 Primärsender .....	29
2.4.2 Adressaten im primären Kommunikationskreis .....	33
2.4.2.1 Zielgruppe: Werbekinder.....	35
2.4.2.2 Zielgruppe: Erwachsene Bezugspersonen.....	42
2.4.3 Kommunikanten im sekundären Kommunikationskreis .....	44
2.4.3.1 Off-Sprecher .....	45
2.4.3.2 Akteure.....	46
<b>3 Adressierungsstrategien</b> .....	49
3.1 Adressat - Adressierung.....	49
3.2 Einfachadressierung - Mehrfachadressierung .....	50
3.3 Analysemodell.....	51
3.4 Adressatentypen in Kinderwerbespots .....	53
3.5 Adressierungsstrategien in Kinderwerbespots .....	54
3.5.1 Adressierungstypen.....	55
3.5.2 Inszenierte Situationen.....	56
3.6 Adressierungsformen .....	57
3.6.1 Explizite Adressierungsformen .....	60
3.6.1.1 Explizite sprachliche Adressierungsformen.....	60
3.6.1.2 Explizite nichtsprachliche Adressierungsformen.....	65
3.6.2 Implizite Adressierungsformen .....	65
3.6.2.1 Implizite sprachliche Adressierungsformen.....	65
3.6.2.1.1 Kinderspezifische Adressierungsformen .....	66
3.6.2.1.2 Elternspezifische Adressierungsformen.....	82
3.6.2.2 Implizite parasprachliche Adressierungsformen.....	85
3.6.2.3 Implizite nichtsprachliche Adressierungsformen.....	86
3.6.2.4 Implizite inhaltliche Adressierungsformen: Nutzenaspekte und Argumente.....	88
3.6.3 Text-Bild-(Ton-)Verknüpfung.....	91
<b>4 Korpus</b> .....	95
4.1 Untersuchungszeitraum.....	95
4.2. Untersuchte Werbemittel .....	95
4.3 Untersuchte Produktbranchen.....	96

4.3.1 Spielzeugspots.....	97
4.3.2 Lebensmittelspots .....	99
<b>5 Adressierungsformen in Kinderlebensmittelspots .....</b>	<b>103</b>
5.1 Explizite Adressierungsformen .....	106
5.1.1 Explizite sprachliche Adressierungsformen.....	106
5.1.2 Explizite nichtsprachliche Adressierungsformen.....	111
5.1.3 Zusammenfassung: Explizite Adressierungsformen.....	112
5.2 Implizite Adressierungsformen .....	113
5.2.1 Implizite sprachliche Adressierungsformen.....	113
5.2.1.1 Kinderspezifische Adressierungsformen.....	113
5.2.1.1.1 Jugendsprachliche und umgangssprachliche Elemente .....	113
5.2.1.1.2 Sprachspielerische Effekte .....	120
5.2.1.2 Eltern- bzw. mütterspezifische implizite sprachliche Adressierungsformen .....	125
5.2.1.3 Zusammenfassung: Implizite sprachliche Adressierungsformen .....	128
5.2.2 Parasprachliche Adressierungsformen .....	129
5.2.3 Implizite nichtsprachliche Adressierungsformen.....	131
5.2.4 Implizite inhaltliche Adressierungsformen: Nutzenaspekte und Argumente.....	136
5.2.4.1 Grundnutzen.....	138
5.2.4.2 Zusatznutzen .....	139
5.2.4.3 Zusammenfassung: Qualitative und quantitative Verteilung von Nutzenaspekten in Kinderlebensmittelspots .....	149
5.2.5 Text-Bild(-Ton)-Verknüpfung.....	151
<b>6 Adressierungsformen in Spielzeugspots .....</b>	<b>155</b>
6.1 Explizite sprachliche Adressierungsformen .....	155
6.2 Implizite Adressierungsformen .....	159
6.2.1 Kinderspezifische implizite sprachliche Adressierungsformen .....	159
6.2.1.1 Jugendsprachliche und umgangssprachliche Elemente .....	160
6.2.1.2 Sprachspielerische Effekte .....	165
6.2.2 Implizite parasprachliche Adressierungsformen .....	168
6.2.3 Implizite nichtsprachliche Adressierungsformen.....	170
6.2.4 Implizite inhaltliche Adressierungsformen: Nutzenaspekte und Argumente.....	174
6.2.4.1 Grundnutzen.....	175
6.2.4.2 Zusatznutzen .....	176
6.2.4.3 Zusammenfassung: Qualitative und quantitative Verteilung von Nutzenaspekten in Spielzeugspots .....	182
6.2.5 Text-Bild(-Ton)-Verknüpfung.....	184
<b>7 Adressierungsstrategien in Kinderwerbespots.....</b>	<b>187</b>
7.1 Adressierungsstrategien mit Adressierungstyp 1 .....	187
7.2 Adressierungsstrategien mit Adressierungstyp 2 .....	193
<b>8 Zusammenfassung und Ausblick.....</b>	<b>201</b>
8.1 Tendenzen bei Adressierungsstrategien in Kinderwerbespots.....	203
8.2 Ausblick .....	208

<b>9 Bibliografie</b> .....	211
9.1 Verzeichnis der verwendeten Abkürzungen.....	211
9.2 Wörterbücher, Lexika, Marktforschung .....	211
9.3 Sekundärliteratur .....	214
9.4 Internetseiten .....	231
<b>10 Anhang</b> .....	233
10.1 Kinderlebensmittelspots.....	233
10.1.1 Korpusverzeichnis der Kinderlebensmittelspots.....	233
10.1.2 Tabelle der kinderspezifischen impliziten sprachlichen Adressierungsformen .....	235
10.1.3 Tabellen der sprachspielerischen Effekte.....	242
10.1.4 Tabelle der elternspezifischen impliziten sprachlichen Adressierungsformen .....	246
10.2 Spielzeugspots.....	247
10.2.1 Korpusverzeichnis der Spielzeugspots .....	247
10.2.2 Tabelle der kinderspezifischen impliziten sprachlichen Adressierungsformen .....	249
10.2.3 Tabellen der sprachspielerischen Effekte.....	255