

Literaturliste zum Beitrag von Daniel Hajok

Kinder als Konsumenten im Visier: Wie viel sind die Regelungen zu Werbung im Internet noch wert?

In: Kinder- und Jugendschutz in Wissenschaft und Praxis – KJug 2/2013. S. 43 - 48

Aufenanger, Stefan (2010): Faszination Werbung. Zur Wahrnehmung von Internetwerbung durch Kinder. http://www.mediasmart.de/uploads/media/medien_impuls_aufenanger_01.pdf

Barlovic, Ingo; Clausnitzer, Christian (2005): Kommerzielle Werbeforschung bei Kindern. Ziele, Methoden und der Blick auf das Kind. In: merz - medien + erziehung, Heft 1/2005, S. 17-23.

Beißwenger, Achim (Hrsg.) (2010): YOUTUBE und seine KINDER. Wie Online-Video, Web TV und Social Media die Kommunikation von Marken, Medien und Menschen revolutionieren. Baden-Baden: Nomos.

Charlton, Michael; Neumann-Braun, Klaus (2002): Wie Kinder Fernsehwerbung verstehen. In: Herbert Willems (Hrsg.), Die Gesellschaft der Werbung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 807-820.

Charlton, Michael; Neumann-Braun, Klaus; Aufenanger, Stefan; Hoffmann-Riem, Wolfgang (1995): Fernsehwerbung und Kinder. Das Werbeangebot in der Bundesrepublik Deutschland und seine Verarbeitung durch Kinder. Opladen: Westdeutscher Verlag.

Deutscher Werberat (2011): Deutscher Werberat und Online-Werbung - Zuständigkeit und Beschwerdeverfahren. Fassung von 2011. Berlin. http://www.werberat.de/sites/default/files/uploads/media/deutscher_werberat_und_online-werbung_zustaendigkeit_beschwerdeverfahren_2011.pdf

Dörr, Dieter; Klimmt, Christoph; Daschmann, Gregor (Hrsg.) (2011): Werbung in Computerspielen: Herausforderungen für das Medienrecht und die Förderung von Medienkompetenz. Berlin: Vistas.

Egmont Ehapa (Hrsg.) (2012): KidsVerbraucherAnalyse 2012: Die Markt-Media-Studie für junge Zielgruppen. Berlin: Egmont Ehapa Verlag.

Egmont MediaSolutions (2013): Onlineportale Kids & Teens. Preisliste 2013. http://www.egmont-mediasolutions.de/mediadaten/egmont_ehapa_online.pdf

Erfurter Netcode (2011): Positionspapier des Erfurter Netcode zum Thema Werbung auf Internetseiten für Kinder. Erfurt. <http://www.erfurter-netcode.de/26.html>

FSM (Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter) (2009): Verhaltenssubkodex für Betreiber von Social Communities der FSM. Jugendschutz und Datenschutz in Social Communities. Stand: 11.03.2009. http://fsm.de/inhalt.doc/VK_Social_Networks.pdf

fragFINN (2011): Prüfpraxis Werbung. Berlin.

http://www.fragfinn.de/download/fragFINN_Pruefpraxis_Werbung.pdf

Fuhs, Burkhard; Rosenstock, Roland (2009): Kinder, Werbung, Wertekommunikation. In: Joachim von Gottberg & Roland Rosenstock (Hrsg.), a.a.O., S. 25-38.

von Gottberg, Joachim; Rosenstock, Roland (Hrsg.) (2009): Werbung aus allen Richtungen. Crossmediale Markenstrategien als Herausforderung für den Jugendschutz. München: kopaed.

Guth, Birgit (2012): Kinderinternetseiten und Werbung. Präsentation vom 23.02.2012.

http://www.lfm-nrw.de/fileadmin/lfm-nrw/Veranstaltungskalender/Interne_Veranstaltungen/Guth-Kinder_und_Internetwerbung.pdf

Hackenberg, Achim; Hajok, Daniel; Richter, Antje (2012): Was bietet fragFINN? Ergebnisse einer aktuellen Studie zur Zusammensetzung der Whitelist und der Wahrnehmung ausgewählter Inhalte durch Kinder. In: merz – medien + erziehung, Heft 4/2012, S. 44-50.

Hajok, Daniel (2012): Kinder und Werbung im Internet: Regelungen und Realität. In: merz – medien + erziehung, Heft 2/2012, S. 55-61.

Hajok, Daniel (2011): Kein Entkommen für die jungen Nutzer? Werbung im Internet als Thema des Jugendmedienschutzes. In: JMS-Report, Heft 5/2011, S. 2-6.

Hass, Berthold H.; Willbrandt, Klaus W. (2011): Targeting von Online-Werbung: Grundlagen, Formen und Herausforderungen. In: MedienWirtschaft – Zeitschrift für Medienmanagement und Medienökonomie, Heft 1/2011, S. 12-21.

Heinze, Matthias (2009): Der rechtliche Rahmen für Werbung in Fernsehen und Internet. In: Joachim von Gottberg & Roland Rosenstock (Hrsg.), Werbung aus allen Richtungen. Crossmediale Markenstrategien als Herausforderung für den Jugendschutz. München: kopaed, S. 69-88.

Höhn, Ingo (2012): Kids – schrumpfende Zielgruppe mit wachsendem Potenzial. Interview mit Ingo Höhn, Geschäftsleiter Egmont Ehapa Verlag Berlin, zu den Wünschen und zur effizienten Ansprache der Sechs- bis 13-Jährigen. In: media41 - journal für media & marketing, Ausgabe 4-2012, S. 21-22.

Jöckel, Sven (2013): Stellenwert und Bedeutung von Werbung für Kinder. In: Angela Tillmann / Sandra Fleischer / Kai-Uwe Hugger / (Hrsg.), Handbuch Kinder und Medien. Wiesbaden: VS Verlag [in Druck]

Kearon, John; Harrison, Peter (2011): Research robots. A dramatic new way to conduct research and generate insights. London: BrainJuicer Ltd.

http://www.brainjuicer.com/xtra/BrainJuicer_DigiViduals_Research_Robots_Paper.pdf

MPFS (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest) (2013): KIM-Studie 2012. Kinder + Medien, Computer + Internet. Basisuntersuchung zum Medienumgang 6- bis 13-Jähriger in Deutschland. Stuttgart: MPFS.

- Nairn, Agnes; Dew, Alexander (2007):** Pop-ups, pop-unders, banners and buttons: The ethics of online advertising to primary school children. In: Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice, 9(1), S. 30-46.
- Pellikan, Leif (2010):** Bewegtbild-Werbung - Ein Ausblick auf Potenziale und Gefahren. In: Achim Beißwenger (Hrsg.), a.a.O., S. 255-269.
- Sander, Uwe (2007):** Werbung und ihre Wirkung bei Kindern. In: tv diskurs, Heft 3/2007, S. 16-19.
- Schmiegelow, Axel; Mielau, Marc (2010):** Markenführung in sozialen Medien - Neue Wege zum Konsumentenherz. In: Achim Beißwenger (Hrsg.), a.a.O., S. 105-120.
- Stapf, Ingrid (2009):** Medienethik und Ästhetik. Neue Werbeformen als Herausforderung für die Medienselbstkontrolle. In: Joachim von Gottberg & Roland Rosenstock (Hrsg.), a.a.O., S. 45-67.
- TACD (Trans Atlantic Consumer Dialog) (2011):** Resolution on Behavioral advertising. Date issued: June 2011. http://www.surfer-haben-rechte.de/cps/rde/xbcr/digitalrechte/TACD_Resolution_on_Behavioral_advertising_-_FINAL.pdf
- vzbv (Verbraucherzentrale Bundesverband) (2011a):** Kinderspielseiten im Internet – kein rechtsfreier Raum. Berlin. http://www.surfer-haben-rechte.de/cps/rde/xbcr/digitalrechte/2011-10-19_Forderungen_FINAL.pdf
- Ders. (2011b):** Kinderspielportale im Internet. Eine Untersuchung des Projekts »Verbraucherrechte in der digitalen Welt« des Verbraucherzentrale Bundesverbandes. Berlin. http://www.surfer-haben-rechte.de/cps/rde/xbcr/digitalrechte/kKinderspielportaleHintergrundpapier_FINAL_24.10.2011.pdf
- ZAW (Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft) (Hrsg.) (2012):** Werbung in Deutschland 2012. ZAW-Jahrbuch. Berlin: edition zaw.
- Ders. (2011):** Werbemaßnahmen auf Internetseiten für Kinder. Kriterienkatalog für die äußere Gestaltung und Platzierung. Berlin. http://www.zaw.de/doc/29-11-11_ZAW-Kriterienkatalog_Werbung_Kinderseiten.pdf