

Barbara Link

Design der Bilder

Entwicklung des deutschen
Fernsehdesigns: Vom Design über das
Image zur Identity

Herbert von Halem Verlag

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Barbara Link

Design der Bilder.

Entwicklung des deutschen Fernsehdesigns:

Vom Design über das Image zur Identity

Köln : Halem, 2008

Barbara Link promovierte 2007 mit der vorliegenden Arbeit an der Hochschule für Film und Fernsehen Konrad Wolf, Potsdam-Babelsberg, AV-Medienwissenschaft.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2008 by Herbert von Halem Verlag, Köln

ISBN 978-3-938258-62-0

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im Internet unter <http://www.halem-verlag.de>
E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag

DRUCK: FINIDR, s.r.o. (Tschechische Republik)

GESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhalt

1.	EINLEITUNG	9
1.1	Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit	9
1.2	Methodischer Aufbau und Vorgehensweise	14
2.	HISTORISCH-THEORETISCHE GRUNDLAGEN	17
2.1	Die Theorie des Designs und ihre historische Entwicklung	17
2.1.1	<i>Die Moderne und der Funktionalismus</i>	22
2.1.2	<i>Die 1960er-Jahre</i>	27
2.1.3	<i>Die 1970er-Jahre</i>	29
2.1.4	<i>Postmoderne</i>	30
2.1.5	<i>Die 1980er-Jahre</i>	33
2.1.6	<i>Die 1990er-Jahre</i>	34
2.1.7	<i>Umbruch in das 21. Jahrhundert</i>	37
2.1.8	<i>Televisualität, Bild</i>	39
2.2	Entwicklung des Fernsehens in den 1990er-Jahren und dem beginnenden 21. Jahrhundert	42
2.2.1	<i>Ökonomischer Einfluss</i>	42
2.2.2	<i>Besonderheiten des dualen Systems im deutschen Fernsehen</i>	45
2.2.3	<i>Änderung der Distributionswege</i>	48
2.2.4	<i>Digitalisierung der Programmproduktion</i>	50
2.2.5	<i>Prinzipien der Programmgestaltung</i>	54
2.3	Geschichte des Fernsehdesigns	59
2.3.1	<i>Fernsehdesign in der Anfangsphase</i>	59
2.3.2	<i>Bildung von Corporate Design in den 1970er-Jahren</i>	63
2.3.3	<i>Technik und Ästhetik in den 1980er-Jahren</i>	67
2.3.4	<i>Faktor Fernsehdesign in den 1990er-Jahren</i>	76
2.3.5	<i>Umbruch in das neue Jahrtausend</i>	82

2.4	Fernsehen als Marke, Corporate Identity	88
2.4.1	<i>Marken im Fernsehen</i>	94
2.4.2	<i>Corporate Identity</i>	100
2.4.3	<i>Positionierung der Sender</i>	105
2.4.4	<i>(Marken-)Image</i>	107
2.4.5	<i>Zielgruppen</i>	109
2.5	Fernsehdesign konvergierender Medien	116
3.	METHODISCHER RAHMEN	125
3.1	Methodik	125
3.2	Technische Grundvoraussetzungen des Fernsehdesigns	135
3.3	Funktion und Aufgabe des Fernsehdesigns	136
3.4	Gesamtprogrammdesign	141
3.4.1	<i>Marke, Logo (Senderkennung, Logo-Animation)</i>	141
3.4.2	<i>Programmtafeln</i>	155
3.4.3	<i>Identification Spots (Senderkennspots)</i>	157
3.4.4	<i>Werbetrenner</i>	158
3.4.5	<i>Imagetrailer</i>	161
3.4.6	<i>Ticker (Crawls)</i>	163
3.4.7	<i>Split-Screen</i>	164
3.5	Einzelprogrammdesign	168
3.5.1	<i>Allgemeines zum Einzelprogrammdesign</i>	168
3.5.2	<i>Programmtailer</i>	168
3.5.3	<i>Teaser</i>	171
3.5.4	<i>Sendungsopener von Eigenproduktionen</i>	171
3.5.5	<i>Abspann (Nekrolog)</i>	173
3.5.6	<i>Bauchbinden</i>	175
3.5.7	<i>Überblendungen</i>	176

3.6	Genres und Formate	176
3.6.1	<i>Fiktionale Programme</i>	178
3.6.2	<i>Unterhaltungsshows</i>	179
3.6.3	<i>Informative Programme</i>	182
4.	ERGEBNISSE DER INHALTSANALYSE	186
4.1	Corporate Design	186
4.2	On-Air-Promotion und Programmverbinder	201
4.3	Design der Genres	238
4.3.1	<i>Fernsehserien</i>	239
4.3.2	<i>Unterhaltungsshows</i>	267
4.3.3	<i>Doku-Soaps</i>	315
4.3.4	<i>Infotainment-Magazine</i>	374
5.	ZUSAMMENFASSUNG UND SCHLUSSFOLGERUNGEN	425
6.	VERZEICHNIS VERWENDETER QUELLEN	459
7.	GLOSSAR	478