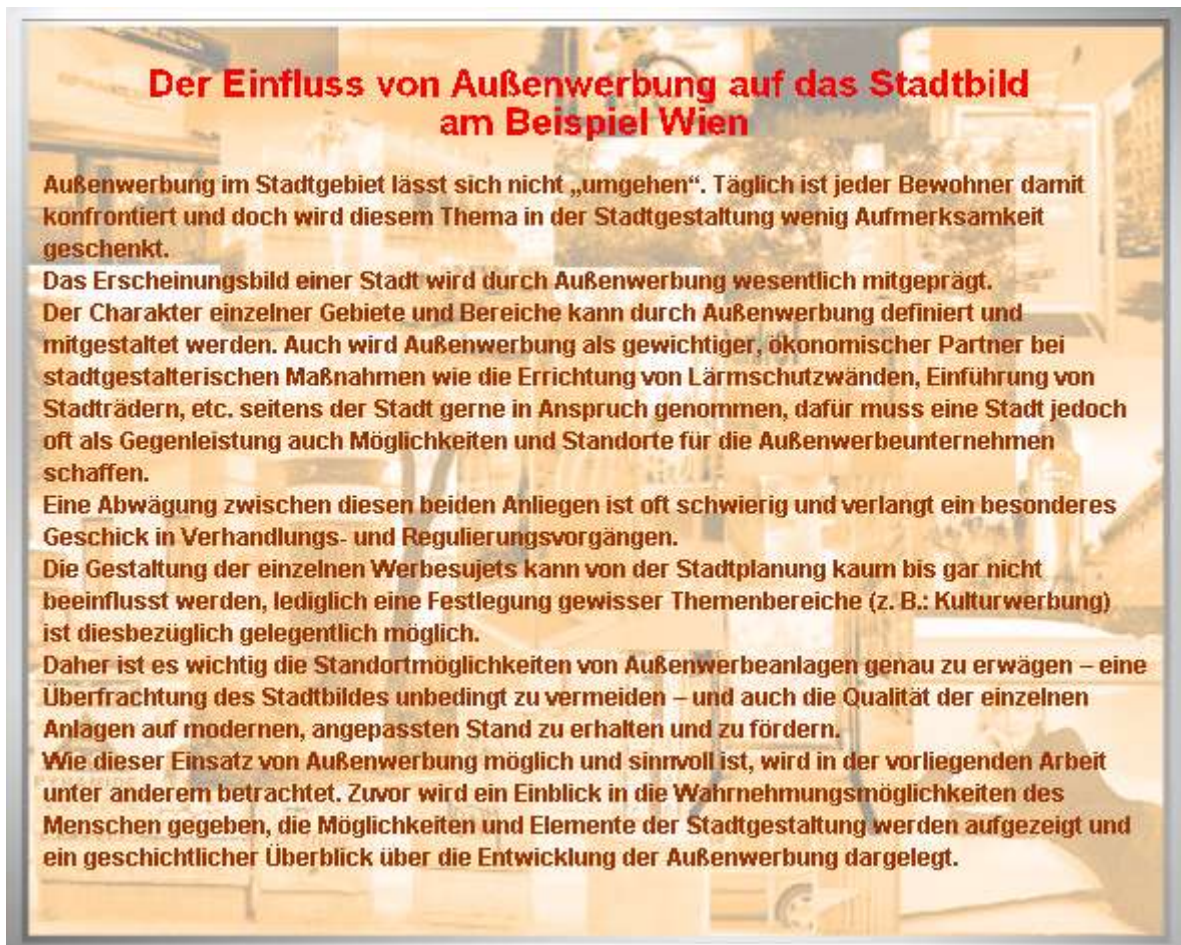


## Werbung – Geschichte – Veränderung der Stadt

### Werbung – Stadtbild – Beispiel Wien – Diplomarbeit






[http://sabine.majors-welt.net/index.php?option=com\\_frontpage&Itemid=68](http://sabine.majors-welt.net/index.php?option=com_frontpage&Itemid=68)

- [Home](#)
- [Zusammenfassung](#)
- [Beispiel Wien](#)
- [Wahrnehmung](#)
- [Außenwerbung](#)
- [Stadtbildtypologie](#)
- [Geschichte](#)
- [Andere Städte](#)
- [Empfehlungen](#)
- [Fußnoten](#)
- [Quellen](#)
- [Die Homepage](#)

- [Die Autorin](#)

<http://sabine.majors-welt.net>

Textquellen   

1. Albers, G.: *Stadtplanung – Eine praxisorientierte Einführung*; Darmstadt 1988
2. Anders, G.: *Stadt der Öffentlichkeit – Zum Stadtbau*; Frankfurt/Main 1998
3. Arbib, Hanson: *Vision, Brain And Cooperative Computation*; MIT Press 1988 (aus Schulz J.: *Grundlagen der 3D-Wahrnehmung - Fundamentals of 3D perception*; [http://www.jszw.de/3d\\_wahrnehmung/grundlagen\\_3d\\_wahrnehmung.html](http://www.jszw.de/3d_wahrnehmung/grundlagen_3d_wahrnehmung.html), 03.06.2005)
4. Behme, T.: *Reklame und Heimatbild*; Neudamm 1931 (aus Kreutzer, D.: S. 15)
5. Behrens, K. C.: *Handbuch der Werbung*; Wiesbaden 1975 (aus Kreutzer, D.: S. 18)
6. Buchli, H.: *6000 Jahre Werbung (Bd. 1-3)*; Berlin 1962 (aus Kreutzer, D.: S. 32)
7. Burckhardt M.: *Metamorphosen von Raum und Zeit, Eine Geschichte der Wahrnehmung*; Frankfurt/M. 1997 und Goldstein B.: *Wahrnehmungspsychologie*; Heidelberg 2002
8. Cullen, G.: *Townscape – Das Vokabular der Stadt*; Basel, Berlin, Boston 1991
9. Dauenhauer, E.: *Verbraucherkunde und ihre Didaktik*; Paderborn 1978 (aus Institut für Gesellschaftspolitik: *Werbung Materialien – Antithesen*; Wien 1980, S.9)
10. Dungal, L.: *Gestaltungsgrundsätze für Billboards in Wien – Studie im Auftrag der Stadt Wien/MA 19*, 2001
11. Eckert u. Fries: *Rechtliche Rahmenbedingungen für die Errichtung und Betreuung von Außenwerbeanlagen in Wien*; Rechtsgutachten, August 2000
12. Feuerhorst, U.: *Die bunte Verführung – Zur Geschichte der Blechreklame*; Berlin 1985, (aus Kreutzer, D.: S. 11)
13. Franke, R.: *Emaille Schilder*; München 1980 (aus Kreutzer, D.: S. 47)
14. Geuder, H., Hauer, W. (Hrsg.): *Wiener Bauvorschriften*; Wien 2005
15. Gewista *Produktbeschreibung City Light*, Gewista (Herausgeber), ohne Jahresangabe
16. Gewista *Produktbeschreibung Image*, Gewista (Herausgeber), ohne Jahresangabe
17. Gewista *Produktbeschreibung rotes Heft*, Gewista (Herausgeber), ohne Jahresangabe
18. Gewista *Produktbeschreibung Urban Traffic*, Gewista (Herausgeber), ohne Jahresangabe
19. Giedion S., 1965 (in Charmosta, W.: *Vorspiel zu einer Stadtraumvorstellung* (aus *Stadtplanung Wien – Dvorak, W.: Wien, Stadtraum – Der Stand der Dinge*; Wien 1992, S. 6)
20. Gordon: *Theories Of Visual Perception*; Wiley & Sons 1989, (aus Schulz J.: *Grundlagen der 3D-Wahrnehmung - Fundamentals of 3D perception*; [http://www.jszw.de/3d\\_wahrnehmung/grundlagen\\_3d\\_wahrnehmung.html](http://www.jszw.de/3d_wahrnehmung/grundlagen_3d_wahrnehmung.html))
21. Götz, F.: *Manipulation oder Information?* (aus Institut für Gesellschaftspolitik: *Werbung Materialien – Antithesen*; Wien 1980)
22. Hölscher, E.: *Firmenschilder aus zwei Jahrtausenden*; München 1965 (aus Kreutzer, D.: S. 15)

23. Infoscreen Produktbeschreibung
24. Holzschuher, L. v.: *Psychologische Grundlagen der Werbung*; Essen 1969 (aus Institut für Gesellschaftspolitik: *Werbung Materialien – Antithesen*; Wien 1980)
25. Kreutzer, D.: *Werbung im Stadtraum*; Berlin 1995
26. Landeshauptstadt München - Stadtrecht: *PlakatierungsV 875*, Verordnung der Landeshauptstadt München über das Anbringen von Anschlägen und Plakaten und über die Darstellungen durch Bildwerfer (Plakatierungsverordnung)
27. Landeshauptstadt München – Stadtrecht: *WerbebeiratsS 921*, Satzung für den Werbebeirat der Landeshauptstadt München (Werbebeiratssatzung)
28. Lauter, W.: *Schöne Laden- und Wirtshausschilder*; Dortmund 1980 (aus Kreutzer, D.: S. 14)
29. Le Corbusier: *Städtebau*; Stuttgart 1929, (Original: *L'urbanisme*, Paris 1924) (aus Albers, G.: *Stadtplanung – Eine praxisorientierte Einführung*; Darmstadt 1988, S. 222)
30. *Lexikon der Außenwerbung*; Hofheim 1991 (aus Kreutzer, D.: S. 11)
31. Loewy, R.: *Häßlichkeit verkauft sich schlecht*; Düsseldorf 1953 (aus Kreutzer, D.: S. 47)
32. Lynch, K., Rodwin L.: *A Theory of Urban Form*; Journal of the American Institute of Planners, XXIV, 1958 (aus Albers G.: *Stadtplanung – Eine praxisorientierte Einführung*; Darmstadt 1988, S. 172)
33. Lynch, K.: *Das Bild der Stadt*; Braunschweig 1989
34. Medianet/Nr. 809: „Ganz groß beim Kleinplakat“, 09.05.2006
35. Mediareports – Prognos: *Werbemarkt Österreich 2009 – Kernergebnisse und Prognosen*; Freiburg/Basel 2005 (<http://www.iab-austria.at/informationen/Studien/werbemarkt2009sum/werbemarkt2009sum.pdf>, 11.11.2006)
36. Moser, F.: *Charakteristik der Stadtgestalt Wien*; Wien 1985
37. Münker, W.: *Noch mehr Außenreklame?*; Hilchenbach 1955 (aus Kreutzer, D.: S. 30)
38. Rock I., *Wahrnehmung: Vom visuellen Reiz zum Sehen und Erkennen, Spektrum der Wissenschaft Verlagsgesellschaft*; Heidelberg 1985
39. Roth, F.: *Kriterien für die Standortauswahl und Situierung für neue Rolling Boards*; Magistratsabteilung 46 Stabstelle Gruppe Verkehrssicherheit; Wien 2004
40. Semsroth, K.: *Grundlagen der Stadtraumgestaltung* (aus Stadtplanung Wien – Dvorak, W.: *Wien, Stadtraum – Der Stand der Dinge*; Wien 1992, S. 17)
41. Sieverts, T.: *Informationen einer Geschäftsstraße – Umwelt als Informationsfeld*; Stadtbauwelt; Berlin 1968 Nr. 20 (aus Kreuzer, D.: S. 78)
42. Slabon, G. M., Kern, U.: *...zum Suchen, Lesen und Finden; Format*; Karlsruhe 1981 Nr. 5, S. 40 (aus Kreutzer, D.: S. 73)
43. Stadt Zürich, Amt für Städtebau: *Gesamtkonzept für Außenwerbung – Reklameanlagen, Megaposter, Plakatierung*; Zürich 2006
44. Stadt Zürich, Amt für Städtebau: *Konzept Plakatierung – Beurteilungskriterien und Vorgaben*; Zürich 2006
45. Stadt Zürich, Amt für Städtebau: *Konzept Reklameanlagen – Beurteilungskriterien und Vorgaben*; Zürich 2006
46. *The State of News Media 2005* (aus <http://www.castelligasse.at/Werbetechnik/Werbetarife-Print.htm>,

30.10.2006 )

47. Venturi, R.: *Lernen von Las Vegas*; Braunschweig 1979 (aus Kreutzer, D.: S. 11)
48. Verband Bildender Künstler der DDR (Hrsg.): *Plakate*; Berlin 1987 (aus Kreutzer, D.: S. 73)
49. Virilio, P.: *Die Eroberung des Körpers*; München 1994 (aus Anders, G.: S. 13)
50. Voigt, A.: *Gestaltung der Bebauungsstrukturen Wiens durch räumliche Modelle – Analyse und Synthese*; Wien 1997
51. Voigt, A.: *Raumbezogene Simulation und Örtliche Raumplanung – Wege zu einem (stadt-)raumbezogenen Qualitätsmanagement*; Wien 2001
52. Wienands, R.: *Grundlagen der Gestaltung zu Bau und Stadtbau*; Basel, Boston, Stuttgart 1985, S. 106 (aus Semsroth, K.: S. 20)

Internetquellen   

1. [Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten in der BRD](#), 22.11.2006
2. [Aloelinks](#), 22.11.2006
3. [Bürgerbüro Stadtentwicklung Hannover](#)
4. [Bundesamt für Statistik Schweiz: Die Bevölkerung der Schweiz 2005](#), 21.11.2006
5. [Webscool Castelligasse-CityLight](#), 19.10.2006
6. [Webscool Castelligasse-Gratiszeitungen](#), 30.10.2006
7. [Webscool Castelligasse-Werbetarife Print](#), 30.10.2006
8. [Webscool Castelligasse-Werbetarife Radio](#), 22.11.2006
9. [Webscool Castelligasse-Werbeträufe TV](#), 19.10.2006
10. [Webscool Castelligasse-XXL-Format](#) 29.10.2006
11. [WKO Fachverband Werbung](#), 22.11.2006
12. [Frank Schätzlein](#), 22.11.2006
13. [Gewista Werbeges.m.b.H.](#), ab 04.06.2006
14. [Heise online](#), 11.01.2007
15. [Horizont.at](#), 08.01.2007 (Meldung vom 21.09.2006)
16. [Internet Advertising Bureau](#), 22.11.2006
17. [Zentralverband der Deutschen Wirtschaft \(ZAW\)](#), 21.11.2006  
(*Netto-Werbeeinnahmen erfassbarer Werbeträger in Deutschland*)
18. [Schulz J.: Grundlagen der 3D-Wahrnehmung - Fundamentals of 3D perception](#), 20.10.2005
19. [KEK – Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich](#), 22.11.2006
20. [Mediensprache.de](#), 22.11.2006
21. [Megaboard](#), 23.10.2006
22. [Abteilung Stadtgestaltung München: Informationen der Abteilung](#)
23. [Stadtgestaltung – Werbeanlagen – b5](#), 20.11.2006

24. [München.de - Wirtschaft](#), 20.11.2006
25. [München.de - Themen](#), 20.11.2006
26. [Multimediation](#), 19.10.2006
27. [Out of Home Austria - Der Markt](#), 28.10.2006
28. [Out of Home Austria - Verkehrsmittelwerbung](#), 28.10.2006
29. [Philex - Lexikon der Philosophie](#), 19.08.2005
30. [WDR-Fernsehen, Quarks & Co](#), 20.10.2005
31. [Radiozentrale](#), 22.11.2006
32. [Soravia-Gruppe](#), 08.01.2007
33. [Stadioncenter](#), 09.01.2007
34. [Stadt Zürich - Reklame](#), 14.11.2006
35. [Stadt Zürich - Gesamtkonzept Plan Lumière](#), 15.11.2006
36. [Pressemitteilung der Stadt Zürich vom 7.3.2006 - Platz schaffen für Plakate - Platz lassen für die Stadt](#), 20.11.2006
37. [Stadt Zürich - Statistik FAQ](#), 31.10.2006
38. [Stadt Zürich Statistik](#), 31.10.2006
39. [Statistik Austria - Bevölkerung](#), 21.11.2006
40. [Stiftung Warenstatistik Schweiz](#), 31.10.2006
41. [Wien.at - Lichtreklamen und Werbeanlagen - Bewilligung](#), 08.01.2007
42. [Wien.at - Geschichte der Internetterminals in Wien](#), 20.10.2006
43. [Wien.at - Internetterminals in Wien](#), 20.10.2006
44. [Wien.at - Internetterminals in Wien - Kooperation](#), 20.10.2006
45. [Wien.at - Verlängerung der U2 - Stand der Planungen](#), 09.01.2007
46. [Wien.at - Schutzzonenmodell](#), 08.01.2007
47. [Wien.at - Billboard](#), 08.01.2007
48. [Wien.at - City Lights](#), 08.01.2007
49. [Wien.at - Dachanlagen \(Reklame\)](#), 08.01.2007
50. [Wien.at - Feuermauerwerbung](#), 29.10.2006
51. [Wien.at - Plakatwand](#), 08.01.2007
52. [Wien.at - Staubnetze](#), 29.10.2006
53. [Wien.at - Fahne, Sapntuch, Transparent](#), 29.10.2006
54. [Wien.at - Werbesäule](#), 08.01.2007
55. [Wien.at - Statistiken Bevölkerung](#), 21.10.2006

56. [Wien.at - Stadtgebiet Statistiken](#), 21.10.2006
57. [Wien.at - Stadtentwicklungsplan STEP 2005](#), 13.03.2007
58. [Wien.at - Anträge und Bewilligung - Werbung](#), 08.01.2007
59. [Plakt and More - PWÖ Plakatbewertung](#), 06.03.2007
60. [Wikipedia Ö1](#), 22.11.2006
61. [Wikipedia Außenwerbung](#), 31.10.2006
62. [Wikipedia Fernsehwerbung](#), 22.11.2006
63. [Wikipedia FM4](#), 22.11.2006
64. [Wikipedia Ö3](#), 22.11.2006
65. [Wikipedia Medien in Österreich](#), 22.11.2006
66. [Wikipedia Privatrado](#), 22.11.2006
67. [Wikipedia Stadtbild](#), 29.05.06
68. [ORF – Medienforschung Fernsehen - TV Marktanteilsentwicklung](#), 22.11.2006
69. [ORF – Medienforschung Fernsehen - Fernsehnutzung in Österreich](#), 22.11.2006

## Werbung – Plakate – Geschichte Infos

### Kurt Graak – „Wirb oder stirb“ – 100 Jahre Lyrik in der Werbung - Datakontext-Verlag (im Archiv)

Einzelhandels poesie.de hat einen historischen Vorläufer, den wir bislang noch gar nicht kannten -- Karl Graak: "Wirb oder Stirb. 100 Jahre Lyrik in der Werbung. Die schöne Kunst der Selbstdarstellung", 1988 im Datakontext-Verlag erschienen (nicht zu verwechseln mit dem gleichnamigen Buch von Kurt Halbritter von 1962, das auch einige Reime bietet, von denen ich aber nicht weiß, ob sie echt sind). Die Einleitung beginnt mit: "Im Falle eines Falles bedichten Werber alles (frei nach UHU)" und "Auch Ungereimtes birgt den Keim für einen flotten Werbereim" (vom Verfasser selbst). In dem Buch wird sich noch manche Perle für den "Dachboden" finden!

<http://www.einzelhandels poesie.de/neues/>

### Zeitschrift Schwabenkalender – Jahrbuch ? / Flohmarkt – 1926 / 1927 usw – kritische Bericht Bilder – Werbung/Reklamefläche in den Städten / Elektroleitungen-Maste in der Natur

#### • [FdFS-Press](#)

Den Weg vom *Schwabentor* in die Innenstadt legen die beiden mit der .... eine Fotoausstellung dokumentierte die *Geschichte* der Straßenbahn, .... Nostalgische *Werbeplakate* und Sitzbänke aus massivem Holz findet man im Inneren der Tram. ... neben der Nummer 56 auch das Modell GT 4, das lange Zeit das *Stadtbild* prägte. ...  
[www.fdfs.de/presse/presse.htm](http://www.fdfs.de/presse/presse.htm) - [Im Cache](#)

- [PDF]

#### [Stadttarchiv Stuttgart Kurzfürer zu den Beständen w](#)

Dateiformat: PDF/Adobe Acrobat - [Schnellansicht](#)

Literatur: *Geschichte* der Stadt Stuttgart. Auf die Einweihung des neuen Rathauses. Hrsg. .... Faltbootzunft „Die sieben Schwaben“ Stuttgart 1934 - 1936, 1949 ... (Cannstatt), Ausstellungen, Theater, Zoo, Veranstaltungen,

Werbeplakate Georg ... Ereignissen und Veränderungen im *Stadtbild* zu recherchieren. ...  
[www.stuttgart.de/img/mdb/item/176806/51213.pdf](http://www.stuttgart.de/img/mdb/item/176806/51213.pdf)

### ● [Nahverkehr Berlin: Oktober 2006](#)

... forderte dies sogar, weil sonst das *Stadtbild* gestört worden wäre. .... Eine lange *Geschichte*. Weil sich jeder Betroffene und Interessierte darauf ..... Es ist damit nun auch für die *Reklameflächen* im Bahnhof der U2 zuständig. ...

[nahverkehrberlin.blogspot.com/2006\\_10\\_01\\_archive.html](http://nahverkehrberlin.blogspot.com/2006_10_01_archive.html) - [Im Cache](#)

### ● [41804 NJ 16PP GER](#)

Sie bieten eine *Geschichte*, oder vielmehr einen Mythos z. .... *Reklameflächen*, die genau für diese. Immobilien werben und einzelne Spiegelglas- ...

[www.urban-age.net/0.../UA\\_Summit\\_Berlin\\_Newspaper\\_GERMAN.pdf](http://www.urban-age.net/0.../UA_Summit_Berlin_Newspaper_GERMAN.pdf)

- [PDF]

### [Untitled](#)

Dateiformat: PDF/Adobe Acrobat - [HTML-Version](#)

Das war die *Geschichte* mit meiner Figur, die ja ihren Platz im ... Ich hab das schon immer gemocht, ich fand diese Farbigkeit im *Stadtbild* sehr belebend. ...

[www.seniorstreetart.de/senior%20street%20art\\_steffi%20hanna\\_ma.pdf](http://www.seniorstreetart.de/senior%20street%20art_steffi%20hanna_ma.pdf)

- [PDF]

### [ALTSTADTSSANIERUNG SÖMMERSDA GESTALTUNGSFIBEL](#)

Dateiformat: PDF/Adobe Acrobat - [HTML-Version](#)

stadtcharakters im Vordergrund, um die im *Stadtbild* verkörperten Werte zu sichern bzw ..... Abb. 185: Anordnung und Gestaltung von Werbe-/*Reklameflächen* in ...

[www.soemmerda.de/fileadmin/user.../Gestaltungsfibel\\_August\\_neu.pdf](http://www.soemmerda.de/fileadmin/user.../Gestaltungsfibel_August_neu.pdf)

- [PDF]

### [Die Debatte um das Mauergedenken in Berlin](#)

Dateiformat: PDF/Adobe Acrobat - [Schnellansicht](#)

BAG-Bank will riesige *Reklamefläche* auf geräumtem Grundstück am Checkpoint ... *Stadtbild* verschwindet. Mitte stellte noch keinen Bescheid aus, .... Sie ist eine unendliche *Geschichte*: die Diskussion um das Mauermahnmal am Checkpoint ...

[www.zeitgeschichte-online.de/.../pdf/presse\\_mauergedenken.pdf](http://www.zeitgeschichte-online.de/.../pdf/presse_mauergedenken.pdf) - [Ähnlich](#)

### ● [„Bauen in den Vier- und Marschlanden“ Gestaltungsleitfaden](#)

tige Auswirkungen auf das *Stadtbild* bewirken, die ... der nach 1950/ 60 entstandenen neuen Einfamilienhäusern eröffnen ein neues Kapitel in der *Hausbaugeschichte* im Ge- .... Fehler: Zu große *Reklameflächen* und diverse Vorbauten ...

[www.hamburg.de/.../gestaltungsleitfaden-bauen-in-den-vier-und-marschlanden.pdf](http://www.hamburg.de/.../gestaltungsleitfaden-bauen-in-den-vier-und-marschlanden.pdf) - [Ähnlich](#)

- [PDF]

### [Master in Architektur](#)

Dateiformat: PDF/Adobe Acrobat - [HTML-Version](#)

Heute wird die Schönheit und die *Geschichte* der Stadt, geprägt durch ..... die Klöster der Bernhardiner und der Dominikaner - das Lem-berger *Stadtbild* ...

[www.hslu.ch/download/t/t&a.../t\\_master\\_a\\_seminarreise\\_ss08.pdf](http://www.hslu.ch/download/t/t&a.../t_master_a_seminarreise_ss08.pdf)

- [PDF]

### [KUNST AM BAU](#)

Dateiformat: PDF/Adobe Acrobat - [HTML-Version](#)

Es interessierte mich, wie man sich einbringt mit der >Kurzen *Geschichte* der ..... drei Leinwände eingerollt, und der Moritzplatz zeigte unter dem Titel >*Stadtbilder* Hochbahn Zimmers ..... Die Säule diente als *Reklamefläche* für ...

[www.gmsh.de/fib/Fib\\_BMVg/Fib\\_dat/06500/Kunst\\_Band4.pdf](http://www.gmsh.de/fib/Fib_BMVg/Fib_dat/06500/Kunst_Band4.pdf)

### ● [Großstadt Wahrnehmung in der Frühmoderne: Zum Werk Franz Hessels](#)

von D Artus - [Ähnliche Artikel](#)

die Menschen und Dinge in der *Geschichte* der Stadt hinterlassen haben. Die ..... Auf diese Weise überblendet er das reale *Stadt* mit dem surrealen ... Wanderschrift, die Dachentlang über *Reklameflächen* gleitet. Und das Verschwinden ...

[www.sekundaerschleife.de/dianaartus/en/texts/Flaneur.pdf](http://www.sekundaerschleife.de/dianaartus/en/texts/Flaneur.pdf)

- [PDF]

## **PDF - DIPLOMARBEIT**

Dateiformat: PDF/Adobe Acrobat - [HTML-Version](#)

dar und soll das *Stadt* nach ästhetischen Gesichtspunkten prägen. ..... auch die Wahrung der Interessen der Gemeinde in Bezug auf die *Reklameflächen* auf ...

[othes.univie.ac.at/807/1/07-09-2008\\_9903010.pdf](http://othes.univie.ac.at/807/1/07-09-2008_9903010.pdf)

## • **Wissenschaftspopularisierung im neunzehnten Jahrhundert - Google Buchsuche-Ergebnisseite**

Andreas W. Daum - 2002 - Nature - 619 Seiten

*Reklameflächen* dienten der Finanzierung.51 Auch das war modern und verwies im ... Die bei Hess: Die *Geschichte*, I (1969), S. 172 genante Zahl von 250000 ...

[books.google.de/books?isbn=3486565516...](http://books.google.de/books?isbn=3486565516...)

## • **CBG - tageszeitung**

21. Apr. 2006 ... Linkspartei-Chef Lederer wird deutlicher: "Das *Stadt* wird von einer ... So als ob jeder Häuslebauer sein Dach als *Reklamefläche* vermarkten dürfte. ... Eher eine Wiederholung der deutschen *Geschichte* als Farce. ...

[www.cbgnetwork.org/1451.html](http://www.cbgnetwork.org/1451.html) - [Im Cache](#) - [Ähnlich](#)

## • **Unser Zeichen: Ihr Zeichen Ihr Schreiben vom:**

sale der Jahrhunderte haben sich ins *Stadt* eingepägt. Viele Menschen, die heute in München leben, nehmen nur wenig an seiner *Geschichte* teil. ...

[www.ris-muenchen.de/RII/RII/DOK/SITZUNGSVORLAGE/119218.pdf](http://www.ris-muenchen.de/RII/RII/DOK/SITZUNGSVORLAGE/119218.pdf)

- [PDF]

## **GESTALTUNGSSATZUNG DER STADT RUHLA**

Dateiformat: PDF/Adobe Acrobat - [Schnellansicht](#)

und die in der *Geschichte* begründeten. Entwicklungsschwerpunkte Wohnen, Frem- ... das *Stadt* zu wahren und im historischen. Bezug weiter zu entwickeln. .... Eine Verwendung als *Reklamefläche* ist unzulässig; die Anforderung gilt auch ...

[www.ruhla.de/.../Gestaltungssatzung%20der%20Stadt%20Ruhla.pdf](http://www.ruhla.de/.../Gestaltungssatzung%20der%20Stadt%20Ruhla.pdf) - [Ähnlich](#)

- [PDF]

## **Alpha-Forum-City Wie viel Werbung verträgt die Stadt? Josef Deimer ...**

Dateiformat: PDF/Adobe Acrobat - [Schnellansicht](#)

ist es noch wichtig, dass das *Stadt* in Ordnung ist, die Silhouette stimmt. .... *Reklameflächen* z. B. in den U-Bahnhöfen leer, weil immer die neueste und .... Eine *Geschichte* noch zu dem, was Herr Ude und Herr Deimer gesagt ...

[www.br-online.de/download/pdf/alpha/city/city\\_werbung.pdf](http://www.br-online.de/download/pdf/alpha/city/city_werbung.pdf) - [Ähnlich](#)

## • **Bruno Taut - Stadtbaurat in Magdeburg (farbiges Bauen)**

von J Kolb - 1996 - [Ähnliche Artikel](#)

Zur Durchsetzung seines Wunsches nach mehr Farbe im *Stadt* musste er allerdings .... Litfasssäulen befanden sich bunte *Reklameflächen*.48 ..... BENEVELO, LEONARDO (1964): *Geschichte* der Architektur des 19. und 20. Jahrhunderts. ...

[content.grin.com/document/v120722.pdf](http://content.grin.com/document/v120722.pdf)

- [PDF]

## **Street Art**

Dateiformat: PDF/Adobe Acrobat - [Schnellansicht](#)

Die Pochoirs<sup>26</sup> prägten das Pariser *Stadt* dieser Zeit.<sup>27</sup> ..... Man findet sie, wie schon unter der *Geschichte* der Street Art aufgeführt, ..... monialen Code von städtischer Architektur und *Reklameflächen* im öffent- lichen



Raum. ...

[www.reclaimyourcity.net/files/masterarbeit\\_gabbert.pdf](http://www.reclaimyourcity.net/files/masterarbeit_gabbert.pdf) - [Ähnlich](#)

- [PDF]

## [Geschäftsbericht | 2008](#)

Dateiformat: PDF/Adobe Acrobat - [Schnellansicht](#)

*Geschichte* der BLT angelangt. Grosse Veränderungen prägen das Bild der BLT. Sichtbarer .... das für kurze Zeit das *Stadtbild* im 19. Jahrhundert geprägt hatte. In der *Geschichte* ..... *Reklameflächen* attraktiv. Der Zinserfolg be- ...

[www.bl.ch/Dokumente/PDF/Geschaeftsberichte/blt\\_gb\\_2008.pdf](http://www.bl.ch/Dokumente/PDF/Geschaeftsberichte/blt_gb_2008.pdf)

- [PDF]

## [Graffiti als Ausdrucksform bei Kinder- und Jugendlichen ...](#)

Dateiformat: PDF/Adobe Acrobat - [Schnellansicht](#)

*Reklameflächen* aller Art wird ein Jugendlicher Sprayer gezeigt, der schwer ... sondern wurde fortgesetzt, so dass man im *Stadtbild* nun weitere ..... *Geschichte* des Begriffes Graffiti. Das aus dem Griechischen stammende Wort ...

[www.maurizone.de/.../Graffiti%20als%20Ausdrucksform%20bei%20inderundJugendliche...](http://www.maurizone.de/.../Graffiti%20als%20Ausdrucksform%20bei%20inderundJugendliche...) - [Ähnlich](#)

### • [Wegbeschreibungen](#)

von D Bering - 1999

men und damit die Schilder als *Reklamefläche* einsetzen können. Nicht anders ..... 53 Die Ergebnisse des ersten Forschungsseminars *Geschichte* der Kölner Straßenna- ..... Ihre Eliminierung aus dem *Stadtbild* während ...

[www.reference-global.com/doi/abs/10.1515/zfgl.1999.27.2.135](http://www.reference-global.com/doi/abs/10.1515/zfgl.1999.27.2.135)

## **GESCHICHTE DER WERBUNG**

[\(Hausarbeit – Wien – 2005\) Kerschberger](#)

Das Wort „werben“ selbst hat seinen Ursprung in dem althochdeutschen Wort „werben“ bzw. „wervan“, das „sich drehen“, „hin- und hergehen“, „sich bemühen“ und „etwas betreiben“ bedeutete.

• **Antike:** das erste Werbemittel war die menschliche Stimme, die nicht nur durch den Wortlaut, sondern auch durch Variation der Tonhöhe, Tonfolge und Modulation wirkt. Ausrufer für den Verkauf sind schon für das antike Ägypten belegt. Weiters wurden in Massen hergestellte Waren (Wein – Athen, Öllampen aus Ton – Pompeji) werblich gekennzeichnet um den Verkauf zu fördern. In der Gegend um den Magdalensberg (Kärnten) bestand ein bedeutendes Handelszentrum, das auf einen im Jahr 170 v. Chr. geschlossenen Handelsvertrag zwischen Rom und Noricum zurückging. Auf den Tongefäßen von Öl, Fruchtsäften und Gewürzen befanden sich Inschriften über Art, Qualität und Erzeuger der Waren.

• **Mittelalter:** in dieser Zeit war Werbung nur in Ausnahmefällen erlaubt, da man die Zünfte schützen wollte. Eine dieser Ausnahmen war zum Beispiel Werbung für inländische Produkte. Es wurde erstmals die Wirkung von Bildern für die Kommunikation erkannt. Schon Gregor der Große vertrat folgende Meinung: „Was ein Buch für die ist, die lesen und schreiben können, ist ein Bild für alle – auch für die Ungebildeten. Sie können in den Bildern lesen, als ob sie Bücher wären.“ Im Mittelpunkt stand aber die Vermittlung von religiösen Inhalten.

• **Spätmittelalter:** mit der Entwicklung der Städte zu großen Ballungs- und Handelszentren kamen Reisende, um ihre Waren durch lautes Rufen anzupreisen. Entweder wurde diese Art der Werbung vom Händler selbst durchgeführt, oder es wurden Menschen damit beauftragt.

• **17. Jahrhundert:** auf Grund der Entwicklung von Anzeigenblätter und Zeitschriften begann sich der Werbeinhalt zu verändern. War es zu Anfang noch das Ziel gewesen über Art und Preis der Waren zu informieren, so konnte nun eine längere und kreativere Botschaft vermittelt werden.

• **19. Jahrhundert:** mit der industriellen Revolution waren viele technische Erneuerungen verbunden, was das Produzieren von Gütern in großer Menge nach sich zog. Anfangs war die Nachfrage aber zu gering und so waren Produzenten gezwungen, Maßnahmen zur Steigerung der Nachfrage zu ergreifen. Erfindungen im Bereich von Gestaltungs- und Verbreitungsmöglichkeiten führten zum großen Durchbruch.

Die Zeitung als Werbeträger, bestimmte Techniken zur werbewirksamen Anzeigegestaltung, erste

Werbeagenturen waren Charakteristika dieser Zeit. Mit Erfindung der Lithographie änderte sich die Plakattechnik.

Und der Siebdruck ersetzte die bisherigen schwarz-weißen Plakate durch farbige. Sogar große Künstler wie



Edouard Manet und Jules Cheret widmeten sich der Plakatgestaltung.

● 20. Jahrhundert: Das Offset-Druckverfahren, der Licht- oder Photoansatz und der Computeransatz führten zur Weiterentwicklung von Zeitung und Plakaten. Weiters entstanden um die Jahrhundertwende zwei wichtige Werbeträger, nämlich Radio und Kino. In den 30er Jahren wurden die ersten Fernsehsendungen gezeigt und somit ging der Fernseher mit seinen



Werbeseudungen rund um die Welt. Medien wie Kabel- und Satellitenfernsehen, Bildschirmtext, Internet und dergleichen sind in der heutigen Zeit nicht mehr wegzudenken und geeignete Mittel, um Werbung zu transportieren.

#### QUELLENANGABE

SCHWEIGER G , SCHRATTENECKER G. Werbung: Eine Einführung. UTB für Wissenschaft. Stuttgart. 2001

SCHNIERER T. Soziologie der Werbung. Leske und Budrich. 1999