

Medienverbund**Auswahlbibliographie****Allgemeines:**

- Bischof, Ulrike, u. Horst Heidtmann: Film und Fernsehbücher: Kinder- und Jugendliteratur im Medienverbund, Stuttgart 2003 (Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft Nr. 9; hg. von der MFG Medienentwicklung Baden-Württemberg und der Hochschule der Medien).
- Friesen, Astrid von: Geld spielt keine Rolle. Erziehung im Konsumrausch, Reinbek 1990.
- Hack, Günter: Synchronisierte Verbundformate. Taktgeber Internet: Verteilte Medienprodukte am Beispiel „Big Brother“, München 2003 (Reinhard Fischer).
- Heidtmann, Horst: Kindermedien, Stuttgart 1992 (Sammlung Metzler 270; J.B. Metzler).
- Heidtmann, Horst: "Fernsehzeit ist Serienzeit. Von der zunehmenden Notwendigkeit des Seriellen im Fernsehen", in: Praxis Deutsch H. 121, Sept. 1993, S.18-25.
- Hickethier, Knuth: "Wundertüten, Überraschungseier, Sammelbilder. Medienverbund in der kommerziellen Kinderkultur", in: Ästhetik und Kommunikation 27/1977, S.28-34.
- Kämpf-Jansen, Helga: 'Ach wie niedlich' - oder die allmähliche Verkuschelung der Welt. Zur Anthropomorphisierung von Lebewesen und Dingen. Ein Unterrichtsbeispiel für die Grundschule", in: Kunst + Unterricht 103/1986, S.12-15.
- Kazemi-Veisari, Erika: Zur gesellschaftlichen und pädagogischen Funktion von Spielwaren in der Gegenwart. Eine Analyse ihres wesentlichen Beitrages zur Entfremdung in der Kindheit und zur Problematik in der Institution Kindergarten , Frankfurt 1987.

Merchandising/Licensing:

- Böll, Karin: Merchandising. Die neue Dimension der Verflechtung zwischen Medien und Industrie., München 1996 (Reinhard Fischer).
- Böll, Karin: Merchandising and Licencing. Grundlagen, Beispiele, Management, München 1999 (F. Vahlen).
- Fuchs, Wolfgang J.: "Merchandising: Das Nebengeschäft der Medienindustrie mit den Kindern", in: merz 3/1991, S.207-214.
- Gerke-Reineke, Judith: Geklonte Medienhelden. Merchandising am Beispiel 'Pumuckl'. Eine Untersuchung zum kommerziellen Medienverbund, Münster 1995.
- Lou, Michael A.: "Die Vermarktung von Medienfiguren. Character Licensing", in: Beiträge Jugendliteratur und Medien H. 4, 1995, S. 202-206.
- Malaka, Bernward: "'Bücher auf der Überholspur'. Verlegerische Arbeit mit Fernsehtiteln", in: JuLit H. 1, 1996, S.15-20.
- Meyer, Matthias F.: Character Merchandising. Der Schutz fiktiver Figuren als Marke, Frankfurt 2003 (Peter Lang).
- Niemann, Robert: "Hollywood beim Buchhändler", in: Börsenblatt H. 14, 1995, S.6-9.
- Niemann, Robert: "Licensing - die Alternative im Kinder- und Jugendbuchmarkt", in: JuLit H. 1, 1996, S.28-33.
- Rathsfeld, Gloria: „Lizenzen - Der neue Markenartikel“, in: Ulrike Bischof (Hg.): Konfliktfeld Fernsehen - Lesen. Kindermedien zwischen Kunstanspruch und Kommerz, Wien 1995, S. 73-88.
- Schäfer, Tim: Licensing und Merchandising. Grundlagen und Praxis des Marketings mit Lizenzen, Düsseldorf 2003 (VDM Dr. Müller).
- Wasem, Erich: "Zur Genealogie von Marketing-Lieblingsfiguren der Kinder", in: Kinderkultur. 25. Deutscher Volkskundekongreß in Bremen v.7.-12.10.1985, Bremen 1987, S.299-304.
- Wawrzyn, Lienhard: "Eßbares Spielzeug - Von Kaugummis, Gummibärchen und dem, was man daraus machen kann", in: Ästhetik und Kommunikation 27/1977, S. 54-62.

Mediencharaktere/Serien und Figuren:

- Babylon, Tanja: "Beverly Hills 90210. Die Fernsehserie als Ausgangsmedium im Produktverbund", in: Beiträge Jugendliteratur und Medien H. 4, 1995, S.207-216.
- Baier, Andrea: Bibi Blocksberg. Medienverbund für Kinder. Untersuchungen zur Konzeption und zur medienübergreifenden Vermarktung. Dipl.-Arbeit an der HdM, Stuttgart 2003.
- Baumhauer, Joachim F.: Disneyana. Sammelbares aus der Welt der Micky Maus, Augsburg 1993.
- BillyBoy: Barbie. Ihr Leben & Ihre Welt, München 1988.
- Bischof, Ulrike u. Horst Heidtmann: "Ich will es einfach nochmals erleben.' Begleitbücher zu Daily Soaps: Kinder- und Jugendliteratur im Medienverbund", in: Texte Nr. 3. Sonderheft der Zeitschrift medien praktisch, September 2000, S. 54-60.
- Bleicher, Joan Kristin: "GZSZ. Zeichensysteme der Jugendkultur in Daily Soaps", in: merz. Medien und Erziehung H. 3, 1998, S.165-167.
- Echterbruch, Maren: Ein Filmereignis im Medienverbund - Die Vermarktung von STAR WARS Episode 1: Die dunkle Bedrohung, und die Relevanz der Merchandising-Produkte für Öffentliche Bibliotheken. Dipl.-Arbeit an der HdM, Stuttgart 2001.
- Haderer, Christian u. Wolfgang Bachschwöll: Kultserien im Fernsehen, München 1996.
- Heidtmann, Horst: "Die Medienfreunde unserer Kinder. Ergebnisse einer Umfrage", in: Beiträge Jugendliteratur und Medien H. 4, 1995, S.194-201.
- Herold, Solveig: Die Simpsons - Kult, Kunst und Kommerz. Untersuchungen zur Vermarktung und Rezeption der populären Zeichentrickserie. Dipl.-Arbeit an der HdM, Stuttgart 2002.
- Jenrich, Holger (Hg.): Freunde fürs Leben. Von Asterix bis Zorro: Gefährten, Helden, Kultfiguren, Essen 1996.
- Linder, Anne: Bücher zu Disney-Filmen - Vergleich von ausgewählten Filmen und ihrer Umsetzung in Buchform. Dipl.-Arbeit an der HdM, Stuttgart 2003.
- Sackmann, Eckart: Mecki. Einer für alle, Hamburg 1994.
- Schal, Sabrina: Barbie Superstar - Untersuchungen zu einem Produktverbund. Dipl.-Arbeit an der HdM, Stuttgart 2003.

Mediennutzung und -wirkung:

- Bonfadelli, Heinz: Medienwirkungsforschung I. Grundlagen und theoretische Perspektiven, 2. kor. Aufl. Konstanz 2001 (UVK Medien 10).
- Götz, Maya: „Mädchenserien / Jungenserien. Diskussionsbeitrag zu den Serienvorlieben der 14- bis 19jährigen“, in: medien praktisch H. 4, 1997, S. 27-30.
- Götz, Maya: "Wenn Mädchen Fans sind... Facetten der Medienaneignung in der weiblichen Adolzenz", in: Dagmar Beinzinger u.a. (Hg.): Im Wyberspace - Mädchen und Frauen in der Medienlandschaft, Bielefeld 1998 (Schriften zur Medienpädagogik 26), S. 111-123.
- Heidtmann, Horst: "Die Medienfreunde unserer Kinder. Ergebnisse einer Umfrage", in: Beiträge Jugendliteratur und Medien H. 4, 1995, S.194-201.
- Vorderer, Peter (Hg.): Fernsehen als ‚Beziehungskiste‘. Parasoziale Beziehungen und Interaktionen mit TV-Personen, Opladen 1996.