

## Literaturliste:

**Dallison, C.** (2013). Abenteuerland oder rosa Heim? Kinderfernsehwerbung im internationalen Vergleich. *Television*, 26(2), S. 17.

**FemCities:** Internationale FemCities Konferenz 2012. Beendigung geschlechtsspezifischer Stereotypisierungen und Sexistischer Darstellungen in der Werbung. Theoretische Sexismuskonzepte, rechtliche Rahmenbedingungen und praktische Lösungsansätze auf lokaler und europäischer Ebene.

PDF: [http://www.femcities.at/data/files2/FemCities\\_2012\\_Deutsch\\_DRUCK.pdf](http://www.femcities.at/data/files2/FemCities_2012_Deutsch_DRUCK.pdf)

**Gläsel, M.-L.** (2008). Werbeschönheiten als Vorbild – Beeinflussen die Werbebilder die eigene Körperwahrnehmung von Frauen? S 260 – 297. In: C. Holtz-Bacha (Hrsg.), *Stereotype*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. (2011)

**Hausen, K.** (1976). Die Polarisierung der Geschlechtscharaktere. Eine Spiegelung der Dissoziation von Erwerbs- und Familienleben. In: W. Conze (Hrsg.), *Sozialgeschichte der Familie in der Neuzeit Europas*. Stuttgart: Klett Verlag. S. 363-393.

**Heinrich, S., Verheyen, C. & Moser, K.** (2007). *Die Darstellung von Männern in Werbeanzeigen in Lifestyle-Magazinen*. Universität Erlangen-Nürnberg.

**Hinnemann, F:** Darstellung der Frau in der Werbung. Sexismus oder Genderspezifische Wahrnehmung. Berufskolleg für Technik Ahaus, 2008/2009  
[http://frauenbeauftragte.charite.de/fileadmin/user\\_upload/microsites/ohne\\_AZ/beauftragte/frauenbeauftragte/Darstellung\\_der\\_Frau\\_in\\_der\\_Werbung.pdf](http://frauenbeauftragte.charite.de/fileadmin/user_upload/microsites/ohne_AZ/beauftragte/frauenbeauftragte/Darstellung_der_Frau_in_der_Werbung.pdf)

**Holtz-Bacha, Ch.** (Hrsg.): *Stereotype? Frauen und Männer in der Werbung*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. Wiesbaden 2011. ISBN: 978-3-531-18083-0

**Lukesch, H., Bauer, C., Eisenhauer, R. & Schneider, I.** (2004). *Das Weltbild des Fernsehens. Eine Untersuchung der Sendungsangebote öffentlich-rechtlicher und privater Sender in Deutschland*. Regensburg: Roderer.

**Marschick, M.; Dorer, J.:** Sexismus (in) der Werbung: Geschlecht, Reklame und Konsum. In: *Medienimpulse. Beiträge zur Mediepädagogik*. Wien 2002  
[http://www.mediamanual.at/mediamanual/themen/pdf/werbung/42\\_Marschik.pdf](http://www.mediamanual.at/mediamanual/themen/pdf/werbung/42_Marschik.pdf)

**Merkle, S., & Preß, R.** (2008). Macht sexy Werbung jede(n) an? – Die Dosis macht das Gift! In: C. Holtz-Bacha (Hrsg.), *Stereotype? Frauen und Männer in der Werbung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2011.

**Moser K.; Verheyen Ch.** (2008). Sex-Appeal in der Werbung: Die Entwicklung der letzten Jahre. 188 – 210. In: C. Holtz-Bacha (Hrsg.), *Stereotype? Frauen und Männer in der Werbung*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften 2011.

**Mühlen-Achs, G.** (1998). *Geschlecht bewusst gemacht. Körpersprachliche Inszenierungen – Ein Bilder- und Arbeitsbuch*. München: Frauenoffensive.

**Orde vom, H.** (2013). Geschlechterbilder in den Medien. Eine Zusammenfassung ausgewählter Forschungsergebnisse. *Television*, 26(2), S. 11-15.

**Rytz, Th.** (2009): Die schönen Monster. PDF: [http://pepinfo.ch/de/medien-materialien/Koerperbild/Werbung\\_Esstörungen\\_2009\\_final.pdf](http://pepinfo.ch/de/medien-materialien/Koerperbild/Werbung_Esstörungen_2009_final.pdf)

**Schmiedel, Stevie Meriel:** Pink für alle - Der neue feministische Protest gegen Sexismus in Werbung und Spielzeug. Pinkstinks Germany e.V., Hamburg 2014

**Thiele, M.** (2015a). *Medien und Stereotype. Konturen eines Forschungsfeldes*. Bielefeld: transcript Verlag.

**Thiele, M.** (2015b). „Wahlverwandschaften“? Geschlechterstereotype in Journalismus und Werbung. *Frauen. Wissen. Wien.*, 12/2015, 7-18.

**Thiele, M.** (2016). Medien und Stereotype. *Aus Politik und Zeitgeschichte*. 66 (9), S. 23-29.

**Verheyen, C. & Moser, K.** (2007). Werbeanzeigen mit Sex-Appeal in der Frauenzeitschrift „Petra“ und im Männermagazin „Playboy“. Universität Erlangen-Nürnberg.

**Wilk, N, M.:** Körpercodes. Die vielen Gesichter der Weiblichkeit in der Werbung. Campus Verlag Frankfurt/New York 2002. ISBN: 3-593-3708-9

### **Websites**

BFE Bundesfachverband für Essstörungen (2015). *Die Sendung Germany's Next Topmodel kann Essstörungen verstärken*. Abgerufen am 10.04.2016 von [http://www.bundesfachverbandessstoerungen.de/PM\\_Esstörung\\_und\\_GNTM\\_2015\\_end.pdf](http://www.bundesfachverbandessstoerungen.de/PM_Esstörung_und_GNTM_2015_end.pdf)

[Breuersbrock M., Dresler W. & Fietzke D \(1986/87\). Rendezvous unterm Nierentisch. Dokumentarfilm. Abgerufen am 25.05.2016 von http://www.filmportal.de/film/rendezvous-unterm-nierentisch\\_c27b80b841ce47778f52571b69a53b6b](http://www.filmportal.de/film/rendezvous-unterm-nierentisch_c27b80b841ce47778f52571b69a53b6b)

Salzburger Watchgroup gegen sexistische Werbung. (2016). *Die Kriterien*. Abgerufen am 01.04.2016 von <http://www.watchgroup-salzburg.at/die-kriterien/>

Wallner C. (2009). *Ich werde Topmodel oder Superstar*. Abgerufen am 10.04.2016 von <http://www.claudia-wallner.de/maedchen-und-junge-frauen>