

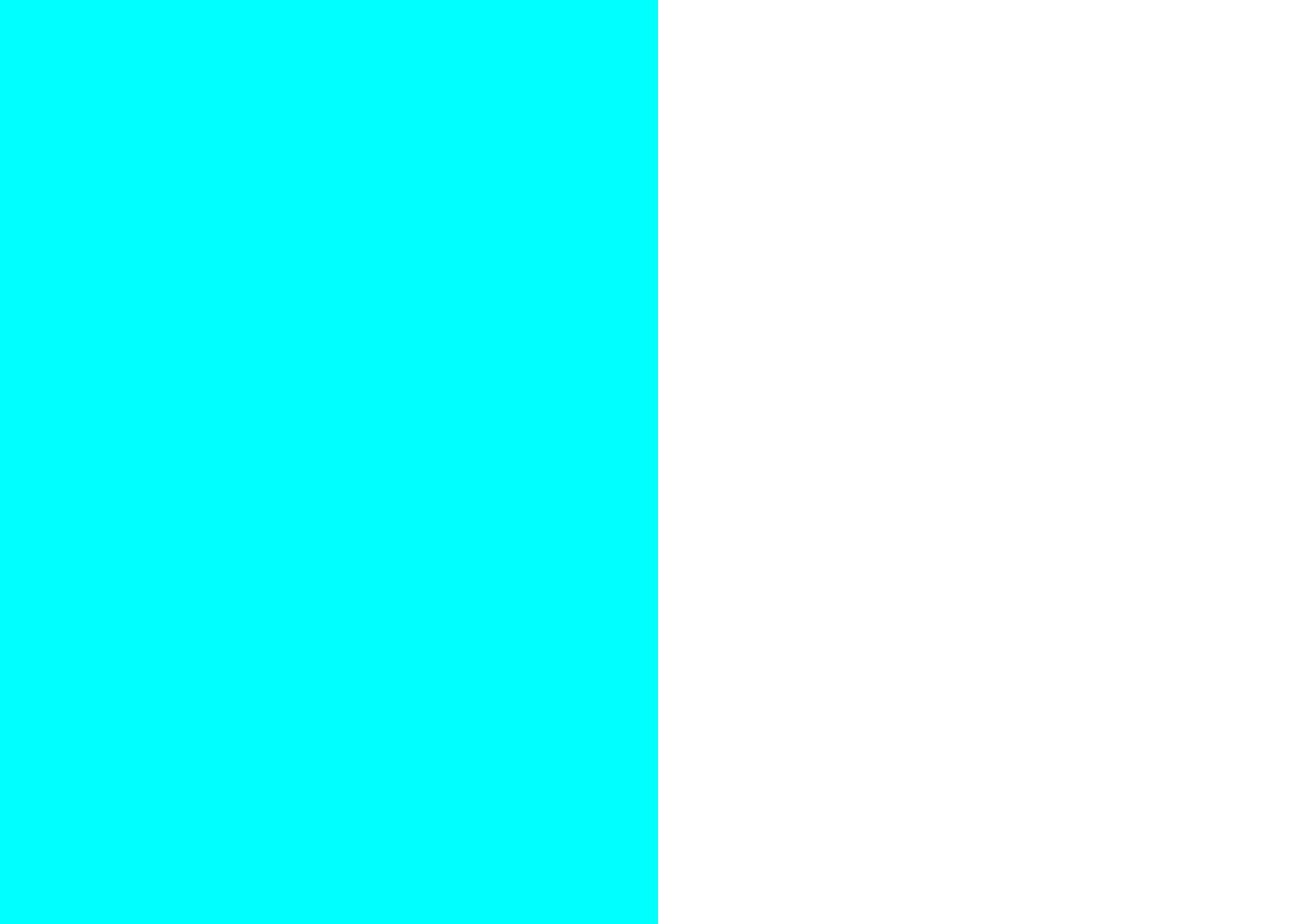


100 Jahre Rundfunk

Gesellschaft für Designgeschichte

Jahrestagung 2023
am 02. und 03. Juni
in Mannheim

Lutz Hieber & Wolfgang Mathis
Rudolf Thomas Inderst
Hartmut Jatzke-Wigand
Anke Keller
Linus Rapp
Thilo Schwer
Michael Siebenbrodt
Kilian Steiner
Grit Weber
Andreas Zeising



100 Jahre Rundfunk

Tagungsprogramm 02./03. Juni 2023

FREITAG
02.06.2023

10:00 – 11:30 Uhr

Führung durch das Depot des Technoseums oder
das SWR Studio Mannheim-Ludwigshafen

11:45 – 12:15 Uhr

Registrierung

12:15 – 12:30 Uhr

Melanie Kurz, Thilo Schwer:
Begrüßung

12:30 – 13:00 Uhr

Thilo Schwer:
Technik und Folklore: Die designhistorische Entwicklung von Rundfunkgeräten aus dem Schwarzwald

13:00 – 13:30 Uhr

Michael Siebenbrodt:
*Neue Medien am Bauhaus:
Fotografie, Film, Rundfunk*

13:30 – 14:00 Uhr

Grit Weber:

Tönende Wellen aus Südwest: Der Sender Frankfurt als interdisziplinäres Experiment der 1920er Jahre und einige aktuelle Aspekte des Mediums

14:00 – 14:30 Uhr

Diskussion im Plenum

– Pause –

15:15 – 15:45 Uhr

Andreas Zeising:

Raum und Rhythmus: Radio-Diskurse der Zeitschrift „Innendekoration“

15:45 – 16:15 Uhr

Hartmut Jatzke-Wigand:

Produktdesign von Rundfunkgeräten: zentrale Entwicklungsfaktoren seit 1923

16:15 – 16:45 Uhr

Diskussion im Plenum

– Pause –

17:15 – 17:45 Uhr

Lutz Hieber und Wolfgang Mathis:
Die Frühzeit des Kommunikationsmediums „Radio Broadcasting“ („Rundfunk“): Programmdesign und Marketing-Konzepte

17:45 – 18:15 Uhr

Linus Rapp:
*Neue Ikonen für die Stadt:
Fernsehtürme im Grafikdesign*

18:15 – 18:45 Uhr

Diskussion im Plenum

19:30 Uhr

Konferenzdinner

SAMSTAG
03.06.2023

9:30 – 11:00 Uhr

Führung durch die Ausstellung „Auf Empfang!“
im Technoseum

– Pause –

11:30 – 12:00 Uhr

Anke Keller:
*Darf's ein bisschen mehr sein? Die Übernahme
großer Sammlungen am Beispiel der SWR- und
DRA-Sammlung*

12:00 – 12:30 Uhr

Kilian Steiner:
*Disruptive Momente in der Designgeschichte des
Fernsehens am Beispiel von Loewe*

12:30 – 13:00 Uhr

Rudolf Inderst:
*Frühmarketing, Skeuomorphisches & In-Game-
Radio. Eine Exkursion in die digitale Spielkultur*

13:00 – 13:30 Uhr

Abschlussdiskussion

– Pause –

14:30 – 16:00 Uhr

GfDg-Mitgliederversammlung

Prof. Dr. Thilo Schwer

Hochschule der bildenden Künste
Essen



Thilo Schwer seit 2019 Professor für Designgeschichte und Designtheorie, ab 2021 Leiter des Instituts für Kunst- und Designwissenschaft an der Hochschule der bildenden Künste in Essen (HBK Essen), forscht zur Designmethodologie sowie zum Einsatz von Gestaltungsmitteln. Ab 2011 lehrte er in der Designwissenschaft an der Folkwang Universität Essen, der Goethe Universität Frankfurt und der HfG Offenbach. 2002 gründete er nach dem Studium in Basel und Offenbach das Designstudio speziell® mit Sybille Fleckenstein und Jens Pohlmann. Thilo Schwer ist mit Siegfried Gronert Initiator der Schriftenreihe der GfDg.

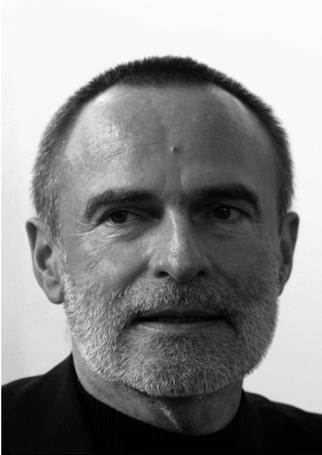
Technik und Folklore: Die designhistorische Entwicklung von Rundfunkgeräten aus dem Schwarzwald

Die Innovationskraft des Familienunternehmens SABA lieferte wichtige Impulse für das neue Medium – beim Design setzte es im Gegensatz dazu auf Kontinuität und orientierte sich lange Zeit am Motiv des Rundfunkmöbels.

Geschwindigkeit – ein Merkmal der Gegenwart? Betrachtet man die zeitliche Dynamik bei der Einführung des Rundfunks in verschiedenen Ländern, so erinnern die kurzen Zeitabstände vom Beginn des Sendebetriebs bis zum Siegeszug des neuen Mediums an Umbrüche der Informationsgesellschaft, wie sie beispielsweise durch das Smartphone eingeleitet wurden. Zentrale technische Impulse stammen in der Frühphase von Radiobastlern und Unternehmern aus anderen Branchen. So markiert der 1923 eingeführte Markenname SABA den Wandel der Metallwarenfabrik von August Schwer zu einem bis weit über die 1960er Jahre hinaus bedeutenden Produzenten von Unterhaltungselektronik. Der Beitrag stellt wichtige Schritte der Designentwicklung dar, die zwischen den Wurzeln in der Uhrenindustrie und den Möglichkeiten des neuen Mediums oszillieren. Markant ist die enge Verknüpfung des Markenimages mit der süddeutschen Region und der rasche Aufstieg des Familienunternehmens in die Gruppe führender Hersteller.

Michael Siebenbrodt

freischaffender
Bauhaus-Experte



Michael Siebenbrodt: Architekturstudium an der Hochschule für Architektur und Bauwesen Weimar (heute Bauhaus-Universität Weimar). Dort wissenschaftlicher Mitarbeiter. Mitbegründer der Internationalen Bauhauskolloquien. Bauhausforschungen seit 1974. Leiter des Wissenschaftlich-Kulturellen Zentrums (Bauhaus-Museum, Bauhaus-Bühne) am Bauhaus Dessau. Leitender Mitarbeiter im Kulturamt der Stadt Weimar, Stadtrat für Kultur (Kulturdezernent). Mitarbeit an der Vorbereitung der „documenta 10“ und „Weimar als Europäische Kulturhauptstadt“. Kommissarischer Direktor der Kunstsammlungen zu Weimar und dort Leiter des Bauhaus-Museums (heute Klassik Stiftung Weimar). Vorsitzender des Freundeskreises der Bauhaus-Universität Weimar e. V. mit Leitung des Haus Am Horn (UNESCO-Welterbe). Bundesverdienstkreuz.

Neue Medien am Bauhaus: Fotografie, Film, Rundfunk

Walter Gropius nutzte alle modernen Medien für die Propagierung der Ideen des Bauhauses und der internationalen Avantgarde. Der Plan zum Erwerb einer Radio-Station für das Bauhaus in Weimar 1922 blieb aber Utopie.

Der Gründer des Bauhauses Walter Gropius war sich der Rolle der modernen Medien für seine neuartige Hochschule für Gestaltung von Beginn an bewusst. So setzte er alle Printmedien vom Flugblatt über Zeitungen und Zeitschriften bis hin zu den berühmten Bauhausbüchern zur Verbreitung der Ideen des Bauhauses und der internationalen Avantgarde ein. Weniger bekannt sind seine Bemühungen gemeinsam mit László Moholy-Nagy zur Nutzung des Films bei der Vorstellung von Bauhaus-Leistungen und als neues Gestaltungsmittel. Bereits 1922 wurde am Bauhaus der Kauf einer Radio-Lizenz und einer Radio-Station diskutiert, die den Empfang der ersten Radio-Sendungen und eigene Ausstrahlungen ermöglichen sollten. Wegen der finanziellen Not der Nachkriegszeit konnte dieses Projekt aber nicht verwirklicht werden.

Grit Weber

Museum Angewandte Kunst in
Frankfurt am Main



Grit Weber ist seit 2015 stellvertretende Direktorin am Museum Angewandte Kunst in Frankfurt am Main und Kuratorin für Design, Kunst, Medien. Vor dieser Aufgabe konnte sie sich als Chefredakteurin eines lokalen Kulturmagazins austoben und verdiente manches Brötchen als freie Journalistin. So arbeitete sie für das Schweizer Kunstbulletin und für einen längst nicht mehr existenten Internet-TV-Kultursender. Ja sogar ein Praktikum beim Hessischen Rundfunk sei hier erwähnt um die Palette ihrer Berufsbiografie noch weiter anzureichern. All diese Erfahrungsbündel nebst einem kulturwissenschaftlichen Studium fließen heute in vielfältige Museumsprojekte, Talks, einer Konzertreihe Neuer Musik und Ausstellungen mit ein, zuletzt in Mythos Handwerk. Zwischen Ideal und Alltag 2022. Foto: Sabine Schirdewahn

Tönende Wellen aus Südwest: Der Sender Frankfurt als interdisziplinäres Experiment der 1920er Jahre und einige aktuelle Aspekte des Mediums

Selbstenthusiastische Radiohörerin, beschäftigte ich mich zuletzt 2019 mit dem historischen Radio Frankfurt im Rahmen der Ausstellung Moderne am Main 1919-1933: Zu interessant, um es nicht noch einmal aufzugreifen.

Radio ist per se ein stark interdisziplinär ausgerichtetes Medium, in dem mehrere Wissensbereiche (technologische, designpraktische, dramaturgische, narrative und schließlich wahrnehmungspsychologische) angesprochen, gespeichert als auch transportiert werden. Der Schwerpunkt des Vortrages soll auf dem Sender Frankfurt zwischen 1924 und 1929 liegen, als die Anstalt ihre wohl experimentierfreudigste Phase durchlief. Von hier aus lassen sich die Eigenschaften eines sowohl gestalteten als auch gestaltenden Mediums rekapitulieren: Was war der Charakter des Frankfurter Senders, was wurde gesendet? Wie kooperations- und netzwerkfähig war er? Welche Personen des öffentlichen Lebens gaben ihm ihre Stimme und warum? In welchen künstlerischen Formaten ging es nach dem Zweite Weltkrieg ähnlich experimentierfreudig weiter und warum ist das Podcasting so aktuell wie nie zuvor?

PD Dr. Andreas Zeising

Technische Universität
Dortmund



Andreas Zeising ist Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Seminar für Kunst und Kunstwissenschaft der Technischen Universität Dortmund. 2001–2003 war er Wissenschaftlicher Volontär am Museum Kunstpalast in Düsseldorf. Anschließend unterrichtete er an Hochschulen in Bonn, Bremen, Dortmund, Düsseldorf, Siegen und Wuppertal. Er forscht unter anderem zur Mediengeschichte des Populären, zu Interaktionsräumen, zu Kunstgewerbe und Art Déco und hat zu zahlreichen Aspekten der Kunst-, Design- und Architekturgeschichte publiziert. Mit der Geschichte des Rundfunks befasst sich seine Habilitationsschrift zur „Radiokunstgeschichte“, die 2018 erschien.

Raum und Rhythmus: Radio-Diskurse der Zeitschrift „Innendekoration“

Der Wandel des Rundfunks von der kruden Radiobasterei zum prestigeträchtigen Bestandteil der modernen Wohnkultur forderte gegen Ende der 1920er Jahre die Diskussion von Lebensstilkonzepten heraus.

„Der Rundfunk fesselt die Menschen wieder an das Heim“, konnte man 1925 in der Zeitschrift „Innendekoration“ lesen. Seit Mitte der 1920er Jahre avancierte der Rundfunk, der in seinen Anfängen noch in vielerlei Hinsicht Versuchscharakter gehabt hatte, zum Begleiter des Alltags und zum Medium des Zeitvertreibs. Der Professionalisierung der Programme entsprach ein Wandel der „Erscheinung des Rundfunks“ (Carsten Lenk): An die Stelle krude anmutender Detektorempfänger mit Kopfhörern traten Rundfunkmöbel mit Designanspruch, deren verhalten modernistische Eleganz sich mit der übrigen Einrichtung zum stimmigen Gesamtbild fügen sollte. Die von Alexander Koch in Darmstadt verlegte Zeitschrift „Innendekoration“, die für gediegen-modernistische Wohnkonzepten stand, reflektierte diesen Einzug des technischen Zeitgeistmediums in das private Interieur über die Jahre in knappen programmatischen Essays. Die Besonderheit dieser kurzen Texte liegt in dem Versuch, Eigenart und Symbolik des Radios als technologischer Schnittstelle zwischen Privatheit und Öffentlichkeit, Individuation und Masse, Ortsgebundenheit und Entgrenzung zu verstehen.

Hartmut Jatzke-Wigand

Design+Text



Hartmut Jatzke-Wigand ist Radio- und Fernsichttechniker, Elektroingenieur und Systemanalytiker. Nach dem Studium war er als Gewerbelehrer und in der Lehrerausbildung und -fortbildung tätig und absolvierte von 1984 bis 1991 ein Gaststudium Produktdesign an der HfBK Hamburg. Ab 1990 wirkte er in der Redaktion von Design+Design, als Berater u.a. bei Brionvega und Bose sowie bei Ausstellungen zum Braun-Design im Museum für Kunst & Gewerbe Hamburg und der China Academy of Art Hangzhou. Portraits von Designern wie Achille Castiglioni oder Ettore Sottsass, sowie Interviews für Wohnzeitschriften, Veröffentlichungen zum Braun-Design, zu Fritz Eichler, den Möbelsystemen von Dieter Rams, der Rundfunkentwicklung, Brionvega und Bose gehören ebenfalls zu seinem Wirkungsfeld.

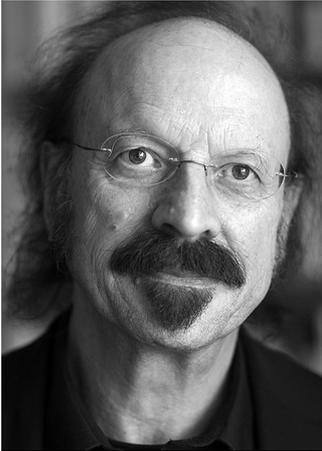
Produktdesign von Rundfunkgeräten: Zentrale Entwicklungsfaktoren seit 1923

Die Rundfunkgeräteeentwicklung – vom feinmechanischen Gerätebau bis hin zur grafischen Benutzeroberfläche – wird durch gesellschaftliche Rahmenbedingungen, technologische Voraussetzungen, Marktinteressen und Mensch-Objekt-Relationen bestimmt.

Die Rundfunkgeräteeentwicklung wird durch gesellschaftliche Rahmenbedingungen, technologische Voraussetzungen, Marktinteressen und Mensch-Objekt-Relationen bestimmt. Dies verdeutlichen exemplarisch ausgewählte Beispiele: Geräte Ensemble (Siemens D-Zug, 1924/25), Ortsempfänger (Loewe OE 333, 1925), Geräte mit integriertem Netzteil und Lautsprecher (Philipps 363A und VE 301, 1933), formale Experimente (EKCO AC 76, 1934), Superhetempfänger (Siemens 76 W, 1937), Einführung der Transistortechnologie und Stereophonie (Braun audio 1, 1962), aufeinander abgestimmte Musiksysteme (Braun studio 1000, 1965), integrierte Schaltungen und zusammenwachsenden Bereiche der Unterhaltungselektronik (Bose 3.2.1 Digital Home Entertainment System, 2004) bis hin zur Benutzeroberfläche (Apple iPhone 5, 2012) mit Radio Apps.

Prof. Dr. Lutz Hieber

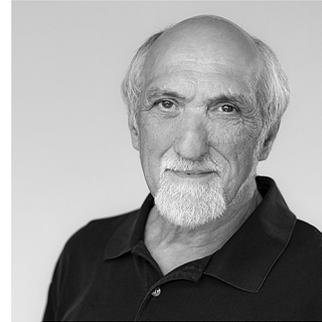
Institut für Soziologie
Leibniz Universität Hannover



Lutz Hieber, Prof. Dr. rer. pol. Dipl.-Phys. Nach dem Physik-Studium folgte das Studium in Soziologie mit dem Abschluss der Promotion. Seit vielen Jahrzehnten liegen meine Forschungsschwerpunkte in den Gebieten der Kultursoziologie, der Wissenschaftssoziologie und der Politischen Soziologie, dazu kommen Tätigkeiten als Kurator für Kunstmuseen, Kunstvereine und für das Historische Museum Hannover. Gemeinsam waren Wolfgang Mathis und ich für die Ausstellung „Wege zum Smartphone. Zur Kultur- und Technikgeschichte der Kommunikationsmedien“ als Kuratoren tätig, die 2017-18 im Historischen Museum Hannover lief (Schriften des Historischen Museums Hannover, Band 45). (www.lutzhieber.de)

Prof. Dr.-Ing. Wolfgang Mathis

Didaktik der Elektrotechnik und Informatik (DEI),
Leibniz Universität Hannover



Wolfgang Mathis, Prof. Dr.-Ing. Dipl.-Phys. Nach Physikstudium und Promotion in der Elektrotechnik arbeite ich seit vielen Jahren in Lehre und Forschung in der Theoretischen Elektrotechnik und Nano- und Quantenengineering sowie in der Geschichte der Physik und Elektrotechnik. Lutz Hieber und ich waren als Kuratoren an der Ausstellung „Wege zum Smartphone. Zur Kultur- und Technikgeschichte der Kommunikationsmedien“, beteiligt, die 2017-18 im Historischen Museum Hannover lief. Anschließend habe ich die Ausstellung „Kommunikation mit Strom“ mitinitiiert und aufgebaut, die seit Ende 2020 im Museum Eberswalde gezeigt wird. Dort organisierte ich auch das Symposium „Der Unterhaltungsrundfunk in Deutschland: Vorgeschichte - Voxhaus: 29. Oktober 1923 um 8 Uhr abends - Perspektiven“. (mathis@zdt.uni-hannover.de)
Foto: Julian Martitz

Die Frühzeit des Kommunikationsmediums „Radio Broadcasting“ („Rundfunk“): Programmdesign und Marketing-Konzepte

Am Beginn des Rundfunks in Deutschland wurde dauerhaftes Interesse an dem neuen Medium durch ein interessantes Design des Rundfunkprogramms befördert und das Marketing in den Rundfunkzeitschriften sollte die Zuhörerschaft erweitern.

Die offizielle Inbetriebnahme des Unterhaltungsrundfunks in Deutschland am 29. Oktober 1923 war „kein ausschließlich technisches, sondern ein hochgradig organisatorisches Problem“, so der Erbauer des ersten Senders im VOX-Haus Friedrich Weichart. Um dauerhaftes Interesse am Rundfunkhören zu erzeugen, arbeitete man parallel zum Sendebetrieb ständig am Design des Rundfunkprogramms der nächsten Tage und Wochen. Weiterhin sollte durch ein geeignetes Marketing des neuen Kommunikationsmediums eine neue Zuhörerschaft gewonnen werden. In dem vorliegenden Beitrag sollen das Design damaliger Rundfunkprogramme und die Bewerbung des neuen Mediums näher beleuchtet werden, mit denen der Aufstieg des Unterhaltungsrundfunks zu einem Massenmedium befördert werden sollte. Dazu werden insbesondere die Rundfunkprogramme und Werbungen in damaligen Rundfunkzeitschriften herangezogen.

Linus Rapp

Designhistoriker und freier Kurator



Linus Rapp ist Kunst- und Designhistoriker. Er wurde mit einer Arbeit zur Ausstellungs-gestaltung an der Hochschule für Gestaltung Ulm im Fachbereich Kunstwissenschaft an der Folkwang Universität der Künste in Essen promoviert. Zu den Schwerpunkten seiner For-schungstätigkeit gehört Ausstel-lungsgeschichte, das Erschei-nungsbild der Olympischen Spiele 1972 sowie die Fotografie bei Otl Aicher.

Neue Ikonen für die Stadt: Fernsehtürme im Grafikdesign

Die Kirche blieb im Dorf, die Stadt setzte sich ein neues Wahrzeichen: Den Fernsehturm. Kaum ein anderes Motiv hat sich im Städtemarketing derart erfolgreich etabliert, das bald zum Sinnbild einer modernen Identität erhoben wurde.

Wie kaum ein anderes Gebäude haben Funk- und Fernsehtürme im Corporate Design des Städte-marketing eine außergewöhnlich Erfolgskarriere beschritten. Vorbei waren die Zeiten von Kirchtürmen, die die einstigen Dorfsilhouetten prägten, als sich seit den 1950er Jahren Fernsehtürme verbreiteten: Rundfunk- und Fernsehtürme wurden zum Symbol einer säkularisierten, städtischen Gesellschaft, zu einer Ikone der Moderne. Von Anton Stankowskis Erscheinungs-bild für den Süddeutschen Rundfunk, über Hermann Henselmanns „Turm der Signale“ in Ostberlin bis hin zu Otl Aicher und den Olympi-schen Spielen in München 1972 lässt sich das Motiv des Fernsehturms im Grafik- und Produkt-design verfolgen, das bis in die Gegenwart erfolgreich geblieben ist. Die Beschäftigung mit Motiv lädt ein, in die Stil- und Mediengeschichte des Corporate Designs und dessen Anwendung in der Praxis zu blicken.

Dr. Anke Keller

Kuratorin Abteilung Sammlungen
Technoseum Mannheim



Dr. Anke Keller studierte Museologie an der HTWK Leipzig und promovierte in Mittlerer und Neuerer Geschichte an der Universität Heidelberg. Von 2011–2013 war sie Volontärin, von 2013–2016 wissenschaftliche Mitarbeiterin am Germanischen Nationalmuseum, Nürnberg, tätig im Projekt „Kulturgeschichte des Handwerks“. Seit April 2016 ist sie Kuratorin am TECHNOSEUM Landesmuseum für Technik und Arbeit Mannheim, zuständig u.a. für die Objektsammlung „Rundfunk“.

Foto: tvision/Martin Beume

Darf's ein bisschen mehr sein? Die Übernahme großer Sammlungen am Beispiel der SWR- und DRA-Sammlung

Ein Objekt in den Sammlungsbestand aufzunehmen, ist Teil der täglichen Museumsarbeit. Doch was tun, wenn mehrere LKW-Ladungen Objekte binnen kurzer Zeit im Museum ankommen? Dafür braucht es eigene Strategien und Abläufe, die ich in meinem Vortrag anhand eines konkreten Beispiels vorstelle.

Das TECHNOSEUM übernahm 2014 zwei historisch-technische Bestände: Den des ehemaligen Deutschen Rundfunkmuseums in Berlin, verwaltet vom Deutschen Rundfunkarchiv, und den des Südwestrundfunks. Die Anfangsschätzung ging von insgesamt etwa 3000 Objekten aus. Neun Jahre und fast 7000 Datensätze später gibt der Vortrag Einblick in die Herausforderungen einer solchen Großübernahme, aber auch in die Prozessketten und Strukturen, die sich während der Übernahme herausbildeten.

Dr. Kilian Steiner

Bayern Design



Kilian Steiner promovierte im Fach Technik- und Unternehmensgeschichte an der LMU und TU München. Nach Tätigkeiten als Unternehmenshistoriker und PR-Berater arbeitete er als Wissenschaftlicher Mitarbeiter des Deutschen Museums. Hier setzte er sich u. a. mit Fragen der Technikgestaltung und Ergonomie auseinander, bevor er 2008 als PR-Manager zu Loewe wechselte. Seit 2014 verantwortet er die Öffentlichkeitsarbeit von bayern design – dem Kompetenzzentrum für Wissenstransfer und Kooperationen rund um Design in Bayern. Er publiziert außerdem zu designhistorischen Themen und ist Mitglied im Vorstand der Gesellschaft für Designgeschichte e.V.

Disruptive Momente in der Designgeschichte des Fernsehens am Beispiel von Loewe

Der Verlust der Form stellt das Design vor besondere Herausforderungen!

Standen die Formgestalter bei der Einführung des Rundfunks und später des Fernsehens vor der Aufgabe dem Unsichtbaren und Unbekannten eine Form zu geben, drohte 80 Jahre später im Zuge der Einführung der Flachbildschirme, die Form nahezu unsichtbar zu werden. Infolge des Siegeszuges der Flachbildfernseher brach am Gesamt-TV Markt zwischen 2002 und 2004 der Umsatz mit Bildröhrengeräten um 44 Prozent ein. Man kann daher mit Fug und Recht von einem disruptiven Moment in der Designgeschichte des Fernsehens sprechen. Auch das Technoseum in Mannheim thematisiert diesen Umbruch am Beispiel des Loewe Flat-TV Mimo in seiner Ausstellung. In diesem Beitrag wird untersucht, wie die für Loewe arbeitende Agentur Phoenix Design und das Inhouse-Designteam mit dieser Herausforderung umgingen und welche neue Formensprache sie entwickelten.

Prof. Dr. Dr. Rudolf Thomas Inderst

IU Internationale Hochschule



Dr. Dr. Rudolf Thomas Inderst ist Professor für Game Design an der IU Internationale Hochschule mit Schwerpunkt Game Studies. Er studierte Politikwissenschaften, Neuere Geschichte und Amerikanische Kulturgeschichte in München wie Kopenhagen und promovierte sowohl zu Vergemeinschaftungen in Online-Rollenspielen (2009) als auch zur Darstellung von Wissenschaft, Forschung und Technologie im digitalen Spiel (2019). Er spricht, lehrt und publiziert regelmäßig national wie international im Bereich der Spielforschung. Zudem ist er als Ressortleiter des Schweizer Kulturjournals Nahaufnahmen tätig, editiert den wöchentlichen Newsletter Game Studies Watchlist und verantwortete den redaktionellen Social-Media- und Community-Auftritt des Spiele-Distributors Koch Media von 2013 bis 2021.

Frühmarketing, Skeuomorphisches & In-Game-Radio: Eine Exkursion in die digitale Spielkultur

*Die digitale
Spielkultur ist
eine wahre
Fundgrube,
wenn es um die
(Re-)Kontextua-
lisierung von
100 Jahre
Rundfunk geht!*

Digitale Spiele sind nicht nur ein spannender Technologietreiber, ein erfolgreiches Wirtschaftsgut oder ein zu befragender Ideologieträger. Vielmehr besteht ihre große Bedeutung (auch) darin, dass sie sich nicht in einem „geschlossenen Phänomenkreis“ (Thorsten Junge, Claudia Schumacher & Dennis Clausen) verorten lassen. Der Vortrag beleuchtet Ausschnitte früherer Marketingkampagnen der Spieleindustrie, verortet das vielseitige Thema In-Game-Radio bzw. In-Game-Radiostationen und geht zudem auf Skeuomorphisches wie die Spiele-Serie Guitar Hero ein.

