

WERBUNG

FOLGENDES KÖNNEN WIR IHNEN NOCH MITGEBEN

DEFINITION UND ZIELE WERBUNG

- Werbung ist die Beeinflussung von Meinungen und Verhalten mithilfe von Kommunikationsmitteln
- Werbung kann z.B. als Bild, Plakat, Werbespot oder Text auftreten.
- Sie stammt häufig von Firmen, Organisationen (z.B. Unicef) oder Personen.
- Diese Firmen, Organisationen oder Personen wollen Geld verdienen und zum Kauf oder Mitmachen anregen.
- Sie wollen uns von sich und ihrer Marke überzeugen. Wir sollen sie besonders GUT FINDEN (Bekannte Marken sind bspw. Lego oder Nintendo).
- Sie wollen außerdem zum Kauf des eigenen Produktes überreden (z.B.: Spielzeug, Kleidung, Süßigkeiten).
- Die Werbung wird besonders interessant und toll gestaltet, damit sie die Kunden anspricht (dabei gibt es Unterschiede zwischen Zielgruppen: bspw. für Kinder oder für Großeltern).
- Begeisterung für die Marke und das Produkt wird geschaffen, indem Bedürfnisse geweckt werden (man BRAUCHT das um glücklich, cool oder gesund zu sein).

WARUM IST ES WICHTIG MIT KINDERN ÜBER WERBUNG ZU SPRECHEN?

Kindern fällt es häufig schwer Werbung selbstständig zu erkennen und von redaktionellen Inhalten zu unterscheiden.

Werbung arbeitet mit persuasiven Botschaften und Anreizen. Sie "verführen" beispielsweise durch bekannte Filmfiguren, ansprechende Darstellungen und das aktivieren von Bedürfnissen wie Zugehörigkeit und Beliebtheit.

Durch das Aufzeigen und Verstehen dieser Werbe- und Manipulationsstrategien kann ein reflektiertes Medienhandeln der Kinder unterstützt und der Beeinflussung durch Werbung entgegengewirkt werden.

Werbung nimmt somit auch eine bedeutende Rolle als Teil der digitalen Meinungsbildung ein.

KANÄLE: WO UND IN WELCHER FORM FINDET MAN WERBUNG

Wo?

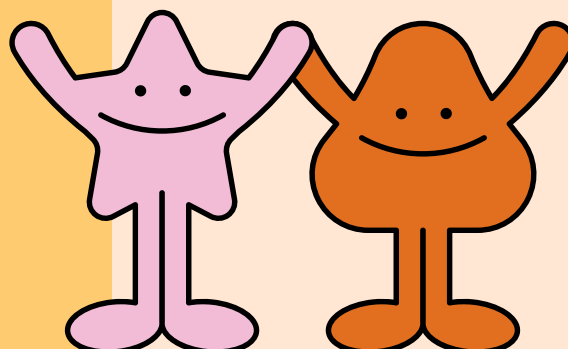
Im Fernsehen oder Radio, in der Stadt (öffentliche Plätze, Bus, Bahn, Supermarkt, Fahrzeuge), in Zeitschriften, Apps, dem Internet (auf Websites oder sozialen Netzwerken wie YouTube und Instagram), Kinofilmen, Sendungen oder E-Mails.

Welche Form?

Als Werbespots, Plakate, Audio-Beiträge, Präsentation in Videos oder im Hintergrund von Videos, Gewinnspiele, E-Mails/Newsletter, Pop-up Werbung, Banner oder als Beiträge zwischen Social Media Inhalten.

Sichtbar/ Versteckt?

Werbung ist manchmal deutlich zu erkennen und manchmal ist sie unscheinbar und versteckt (sie hebt sich nicht von den eigentlichen Inhalten ab, bspw. indem das Produkt in die Kamera gehalten und von Erfahrungen erzählt wird).





fakten forschen.de

TIPPS FÜR MATERIALIEN

Borchert, C. & Monz, A. (2019). Das will ich haben! Werbung und Merchandising erkennen und durchschauen. München: Stiftung Medienpädagogik Bayern & Helliwood media & education.

Link: https://www.medienfuehrerschein.bayern/media-base/pdf/Werbung_modul_130.pdf

Internet ABC e.V. (k.A.). Lernmodule: Werbung, Gewinnspiele und Einkaufen.

Link: <https://www.internet-abc.de/lm/online-werbung.html>

Das online Spiel Fakefinder Kids.

Link: <https://kids.swrfakefinder.de>

Klicksafe (Hrs.) (2021). Ethik macht klick: Meinungsbildung in der digitalen Welt: Desinformation - Fake News - Verschwörungserzählungen: Arbeitsmaterialien für Schule und Jugendarbeit. Klicksafe: k.A.

Link: <https://www.klicksafe.de/materialien/ethik-macht-klick-meinungsbildung-in-der-digitalen-welt/>

WEITERFÜHRENDE INFORMATIONEN

Jöckel, S. (2014). Stellenwert und Bedeutung von Werbung für Kinder und Jugendliche. In: Tillmann, A., Fleischer, S., & Hugger, K.-U. (Hrs.), Handbuch Kinder und Medien. (S. 469-477). Wiesbaden: Springer VS.

Siegert, G. & Brecheis, D. (2017). Werbung in der Medien- und Informationsgesellschaft: Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung. Wiesbaden: Springer VS.

EIGENSCHAFTEN UND MERKMALE VON WERBUNG

Bilder:

Farbenfroh, Produkt steht im Vordergrund

Musik:

Einfach, einprägsam, mitreißend

Stimmen/ Gespräche:

Deutlich, verständlich, kurze Sätze, eindringlich, häufige Wiederholung

Text/ Schrift:

Kurz, einprägsam, witzig, häufig gereimt oder Wortspiele, groß, bunt, häufige Wiederholung

Produkt/ Marke:

Abilden des Produkts und/oder des Logos, Hervorheben der guten Eigenschaften und Besonderheiten, Wiedererkennungswert schaffen, Preis positiv kennzeichnen (nur 19,99€), Signalwörter/ Kaufmöglichkeiten anzeigen

Gefühle:

Positive/ schöne Gefühle in Bezug auf das Produkt erzeugen: Lachen, Freude, Spaß
Manchmal auch: Druck, Verlangen, Begierde, "man braucht das"

Bezug zu Kindern schaffen (Identifikation):

Durch Personen (Kinder statt Erwachsener zeigen), Geschichten erzählen, Alltagssituationen zeigen, und dabei ebenfalls thematisch passend zum laufenden Programm/ Video

Kennzeichnung:

Werbung muss zwischen anderen Inhalten gekennzeichnet werden, da es sich sonst um Schleichwerbung handelt: z.B.: Im Fernsehen (Werbetreffer mindestens visuell durch Schriftzug, kein Senderlogo), Radio (akustisches Signal) oder in Bildern ("Anzeige", "Werbung" oder "Promotion"), Hinweise in Videos

Warnung bei Gefahren und Risiken:

"Nicht geeignet für Kinder unter 3 Jahren", "Fragen Sie ihren Arzt oder Apotheker", "nicht für Schwangere geeignet"

Aufforderung:

Zum Kauf, zum Spenden, zum Mitmachen, zum Subscriben etc.

Ästhetik/ Anordnung

(Zusammenpassen der einzelnen Elemente):

Größen, Aufteilung, Farben, etc.

