



Medienkompetenz in der Kita – Ein Service für Kitas in Nordrhein-Westfalen

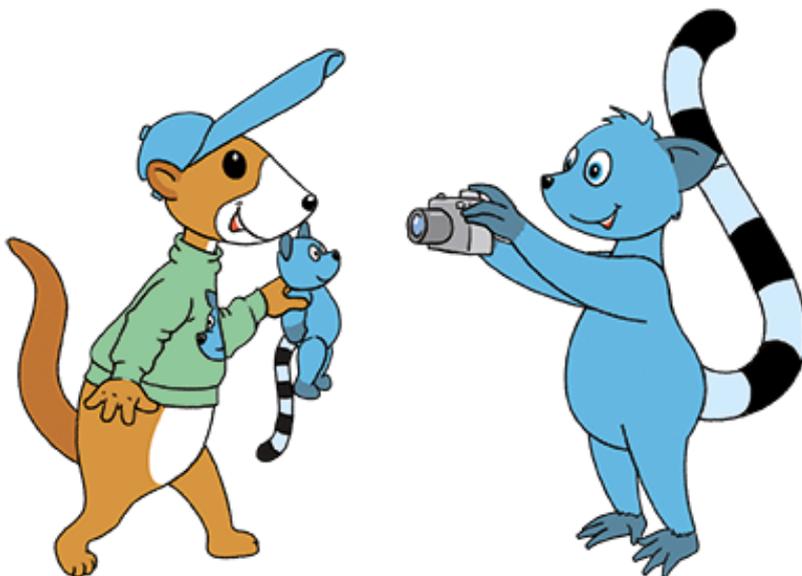
THEMA IM BLICK



Thema im Blick: Kaufst Du mir das? – Kinder und Werbung

Werbung prägt unseren Alltag und umgibt Kinder schon von Anfang an.

Ob im Spielzeugladen oder im Supermarkt: überall begegnen Kindern und Eltern Produkte und beworbene Artikel, die oft mit den Lieblingsheldinnen und -helden der Kinder aus Serien, Spielen und Büchern verziert sind. Die Heldinnen und Helden befinden sich auf Kinderkleidung, Brotdosen, Joghurtbechern, Malbüchern, werden als Kuscheltier verkauft oder genutzt, um ein digitales Spiel zu vermarkten.

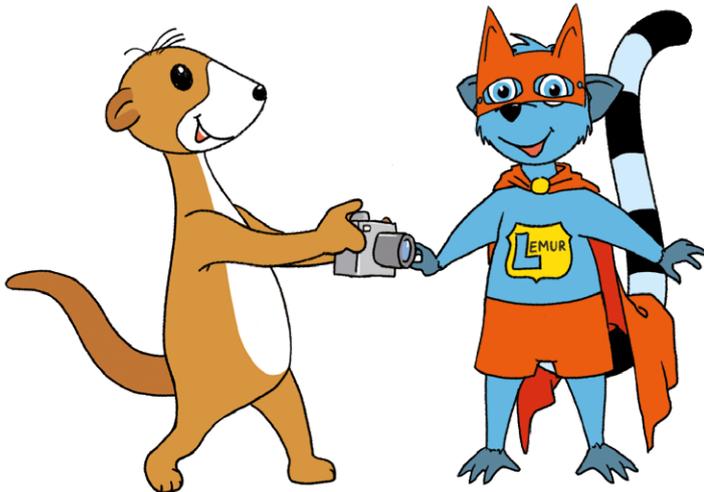


Jüngere Kinder erkennen die Absicht von Werbung und Vermarktung anfangs noch nicht, so dass Sie das Thema in der Kita gut aufgreifen und auch Eltern einbeziehen können. Ideen und Anregungen finden Sie dazu in dieser Ausgabe des MekoKitaService. Mit unserem **Reflexionsbogen** können Sie den Eltern Ihrer Gruppe Gelegenheit geben, sich mit dem Thema Werbung auseinanderzusetzen und dies zu reflektieren.

MEDIEN IN GESPRÄCH UND SPIEL



Der Werbung auf der Spur



Was ist eigentlich Werbung? Woran erkennt man sie? Warum gibt es überhaupt Werbung? Diesen Fragen können Sie gemeinsam mit den Kindern Ihrer Gruppe auf den Grund gehen. In einem Stuhlkreis können Sie zudem herausfinden, welche Lieblingsfiguren die Kinder haben und was Ihnen an den Figuren gefällt.

Gesprächs Anregungen finden Sie in unserer Newsletter-Ausgabe **Helden geben Orientierung**. Im Anschluss können die Kinder Zeitschriften und Werbeprospekte durchblättern, und un-

tersuchen, was dabei Werbung sein könnte, wo die Lieblingsfiguren Produkte vermarkten oder wo sie einfach nur so auftauchen.

Diese können sie ausschneiden und auf ein Plakat kleben. Sie können den Kindern auch einen Werbespot zeigen und zusammen darüber sprechen oder bei einem gemeinsamen Spaziergang durch die Stadt nach Werbeplakaten und -artikeln Ausschau halten.

Folgende Fragen können das Projekt begleiten:

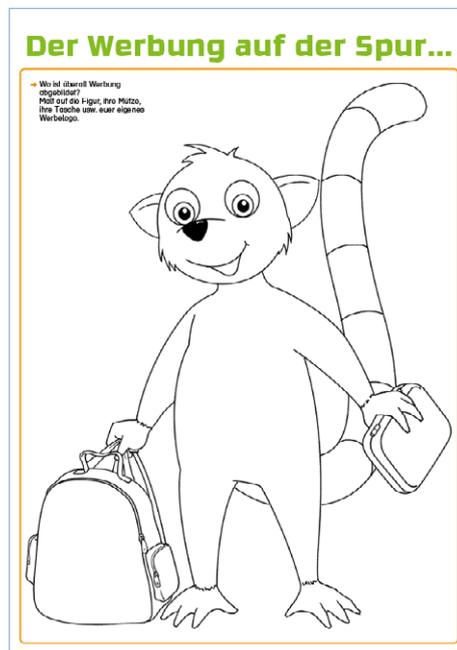
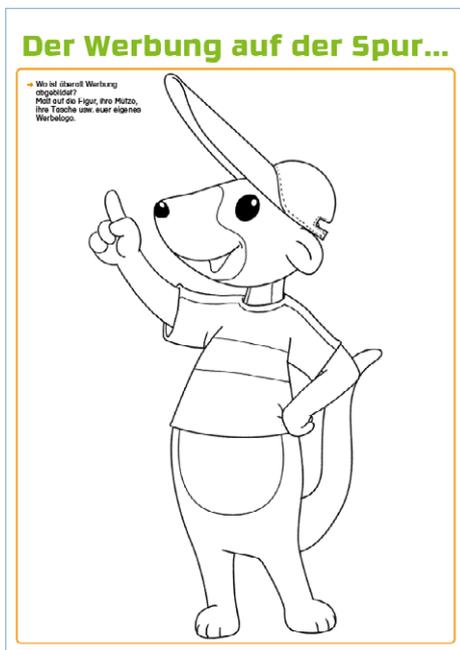
- Welche Wirkung hat Werbung auf Kinder?
- Welche Produkte werden durch Medienhelden und -heldinnen vermarktet?
- Finden Kinder jedes Produkt, auf dem ihr Lieblingsheld abgebildet ist, tatsächlich gut?
- Wie sehr lassen sich die Kinder von der Werbung und von der Vermarktung der Produkte leiten?

Das ist mein Lieblingsheld / meine Lieblingsheldin

Wer aus meiner Gruppe hat einen Superhelden oder eine Superheldin auf seinem Rucksack? Wer trägt ein Bild von der Lieblingsheldin auf dem Pullover? Suchen Sie doch zusammen nach Werbeartikeln in ihrer Kita-Gruppe. Vielleicht befindet sich der Lieblingsheld auf dem Turnbeutel, den Schuhen oder der Brotdose der Kinder?

Mit unserem Material „Der Werbung auf der Spur“ können die Entdeckungen festgehalten und im Anschluss besprochen werden.

MEDIEN IN GESPRÄCH UND SPIEL



Für die Kleinsten ist das freie Zeichnen der Lieblingsfiguren noch zu schwer. Nutzen Sie doch die Zeitschriften und Prospekte und suchen Sie die passenden Figuren gemeinsam heraus. Diese können dann ausgeschnitten und auf das Material „**Der Werbung auf der Spur**“ geklebt werden.

Sprechen Sie auch mit den Kindern, was sie an ihren Superheldinnen und –helden gut finden. Sie können dabei auch gut das Thema „Mädchen sein“ / „Junge sein“ und geschlechtersensible Angebote kombinieren.

Tipp:

Weitere Anregungen für den Einstieg in das Thema finden Sie in unserer Newsletter-Ausgabe „**Ich will aber...!**“ **Kinder, Werbung und Konsum.**

Bildungsbereiche zum Thema (Bildungsgrundsätze des Landes NRW)

3 Sprache und Kommunikation

10 Medien

Quelle: www.mkffi.nrw/sites/default/files/asset/document/bildungsgrundsätze_januar_2016.pdf

MEDIEN UND FAMILIE



„Mama, Papa, darf ich das haben? Bitte, bitte, bitte.“



Ob im Fernsehen, auf Joghurtbechern oder auf Reklametafeln – man findet sie fast überall: Die Superheldinnen und -helden und Lieblingsfiguren der Kleinsten. Mit den verschiedensten Produkten wird für Figuren wie z.B. „Bob – der Baumeister“ oder Walt Disneys „Die Eiskönigin“ Werbung gemacht und zum Kaufen angeregt. Zugleich werden neue Produkte entwickelt, besonderes Spielzeug, neues Zubehör, Schokoriegel oder Limonaden. Kinder sind längst als Zielgruppe der Werbung entdeckt, auch weil die Werbeindustrie weiß, dass sie großen Einfluss auf den

Konsum der Familie haben. Lebensmittel, Kleidung, Technik, Autos: **Kinder bilden sich auf der Grundlage von Werbung und auch von Peers ihre Meinung und tragen das in die Familien.** Medien spielen dabei eine große Rolle.

Im Zuge dessen entstehen einige Fragen:

Werbung bei uns zuhause: Ein Reflexionsbogen für Eltern

Hier lese / höre / sehe ich zuhause Werbung ...	Auf folgenden Gegenständen finde ich zuhause Werbung	Mein Kind sieht / hört / liest zuhause Werbung über...	Mein Kind reagiert auf Werbung wie folgt...
Fernseher	Kinderkleidung	Fernseher	<input type="checkbox"/> gar nicht
Internet	Lebensmittel	Zuschreiben	<input type="checkbox"/> äußert sich positiv oder negativ dazu (Kinder z. B. Werbeperson lying etc.)
Zeitschriften	Spielzeug	Bücher	<input type="checkbox"/> möchte das Produkt mal kennenlernen
Radio	Kosmetikartikel	Radio	<input type="checkbox"/> möchte das Produkt sofort haben/ kaufen
Apps	Elektronische Geräte	Internet	<input type="checkbox"/> interessiert sich nicht für Werbung
Handy/Smartphone	Weitere:	Apps über Smartphone/Tablet	<input type="checkbox"/> erkenne es nicht als Werbung
Postverpackung		Hörspiele/Musik	Sonstiges:
Weitere:		Weitere:	

Werbung für Kinderprodukte finde ich gut, weil

Wir unterstützen die Werbung mit unserem Kind.

Wir sprechen mit dem Kind und erklären ihm was Werbung will, wir schauen uns zuhause Werbung an und sprechen mit dem Kind, wir kaufen die Produktwünsche der Kinder, wir helfen Kinder von Werbung möglichst fern, kreativ, wir entwickeln z.B. selbst einen Werbepost / ein neues Produkt

Diese Unterstützung brauche ich, um mein Kind werbekompetent zu machen.

- Sind sich Eltern darüber bewusst?
- Welche Position nehmen Eltern dabei ein und welche Rolle spielen die beworbenen Artikel Zuhause?
- Gibt es dort Produkte mit Werbung oder Cross-Marketing-Figuren? Welche sind das?
- Ist für Eltern der Kauf dieser Produkte sinnvoll?
- Welche Lieblingsfiguren haben ihre Kinder?
- Was halten Eltern von den Figuren und Vorlieben der Kinder?
- Wie können Eltern mit den Kaufwünschen der Kinder sinnvoll umgehen?

Mit unserem Material „Werbung bei uns Zuhause: Ein Reflexionsbogen für Eltern“ können Sie die Eltern Ihrer Gruppe zur Auseinandersetzung mit dem Thema Werbung anregen und Ihnen die Möglichkeit geben den Umgang mit Werbung und Werbeartikeln zu reflektieren.

MEDIEN UND FAMILIE



Kinder von Werbung fernzuhalten ist kaum möglich, aber Eltern können bewusst auf Produkte ohne Werbung zurückgreifen und werbefreie Angebote auswählen und den Kindern anbieten.

Das können Eltern also tun:

- Kaufwünsche der Kinder reflektieren und Alternativen anbieten
- Mit Kindern über das Interesse der Werbewirtschaft sprechen
- Produkte, auf denen ein Lieblingsheld abgebildet ist, vergleichen mit einem gleichen Produkt ohne Lieblingsheld
- Werbefreie Angebote zur Verfügung stellen, wie z.B. werbefreie Apps nutzen oder werbefreie Kinderkanäle, Clips auswählen oder sie in ihrem Medienkonsum begleiten
- Kindersuchmaschinen für die etwas älteren Kinder einführen, wie z.B. www.blinde-kuh.de oder www.fragfinn.de Vorbild sein

Anregung zu geschlechtersensiblen Erziehung:

Oft sind die Produkte für Mädchen rosafarben und mit jeder Menge Glitzer versehen sind, sind die Artikel für Jungen eher in dunklen Farben gehalten und von Symbolen wie Autos, Actionhelden oder Dinosaurier geprägt.

Zum Weiterlesen und evtl. auch zum Mitmachen für Eltern und Erzieher und Erzieherinnen:

<https://twitter.com/hashtag/rosahellblau>

oder

<https://twitter.com/hashtag/rosahellblaufalle>

Bildungsbereiche zum Thema (Bildungsgrundsätze des Landes NRW)

9 Sprache und Kommunikation

10 Medien

Quelle: www.mkffi.nrw/sites/default/files/asset/document/bildungsgrundsaeetze_januar_2016.pdf

MEDIEN AKTIV



Unsere Schokoladeneisschmelzmaschine – Werbung für unser eigenes Produkt



Durch aktive Medienarbeit kann auch die Werbekompetenz der Kinder unterstützt werden. **Entwickeln Sie z.B. gemeinsam mit den Kindern ein eigenes fantasievolles Produkt**, für das die Kinder die Werbung dann kreativ und aktiv gestalten können.

Was macht das Produkt so toll? Warum sollte dieses Produkt gekauft werden? – Überlegen Sie gemeinsam mit den Kinder kreative Ideen und welche Werbemöglichkeiten es eigentlich gibt.

Erstellen Sie z.B. gemeinsam mit den Kindern einen kleinen Radiobeitrag,

einen eigenen Video-Werbespot, eine Fotocollage oder basteln Sie Plakate, Postkarte oder einen Flyer.

Ideen und Anregungen finden Sie zum Beispiel in unserem Material „**Unser Storyboard – Ein Hörbuch entsteht**“ und „**Wir drehen einen Werbeclip**“.

Medienpädagogische Ziele:

- Werbekompetenz entwickeln
- Förderung der Wahrnehmung
- Sprachförderung
- Medienkritische Haltung
- Technischer Umgang mit Videokamera/ Audiogerät
- Förderung der Kreativität und Phantasie



Bildungsbereiche zum Thema (Bildungsgrundsätze des Landes NRW)

3 Sprache und Kommunikation

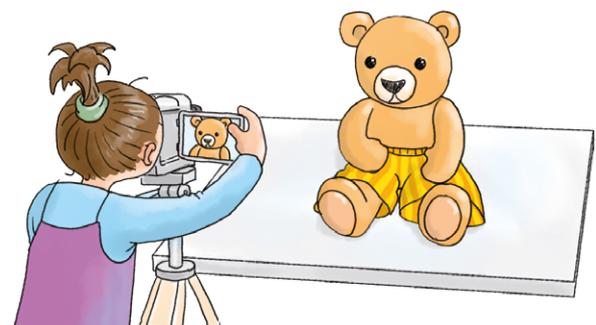
5 Musisch-ästhetische Bildung

8 Naturwissenschaftlich-technische Bildung

9 Ökologische Bildung

10 Medien

Quelle: www.mkffi.nrw/sites/default/files/asset/document/bildungsgrundsaeetze_januar_2016.pdf



LINKS UND TIPPS:



Hier stellen wir Ihnen monatlich Internetseiten und Materialien für die Kita-Praxis vor.

Werbung und Kommerz im (mobilen) Internet - Ein Ratgeber für Eltern und andere Interessierte

Die Broschüre „Werbung und Kommerz im (mobilen) Internet“ will Multiplikatoren und Multiplikatorinnen dabei helfen, Kinder und Jugendliche beim Umgang mit werblichen und kommerziellen Inhalten in Apps und Internet zu unterstützen. Neben Hintergrundwissen zu den Themenbereichen Online-Werbung, Datensammlung, Kaufen im Netz, Fake-Shops und Algorithmen gibt es konkrete Tipps für Eltern und Hinweise zu Anlaufstellen sowie weiterführende Informationen und Surftipps.

[Zum PDF der Broschüre](#)

Flimmo.tv

Der neue Flimmo beschäftigt sich mit den Medienhelden der Kinder und geht auch auf das Thema Werbung ein. Beziehbar als Broschüre, online und als App ist der Flimmo eine wichtige Programmberatung für Eltern.

[Flimmo.tv](#)

kinder-onlinewerbung.de

Die Internetseite bietet Informationen und Anregungen rund um das Thema Werbung im Internet.

www.kinder-onlinewerbung.de

Projekte zu Werbung

Die Seite bibernetz.de liefert Ideen wie das Thema Merchandising im Kindergarten eingebracht und erarbeitet werden kann:

[Bibernetz.de](#)

medienkindergarten.wien.de

Die Seite medienkindergarten.wien.de gibt kreative Projektvorschläge rund um das Thema Werbung, wie z.B. eine Fotosafari:

medienkindergarten.wien

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Landesanstalt für Medien NRW
Zollhof 2, 40221 Düsseldorf
www.medienanstalt-nrw.de
Direktor: Dr. Tobias Schmid

Kommunikation

Leiterin: Sabrina Nennstiel
Koordination: Dorothee Näder

Förderung

Leitung: Mechthild Appelhoff
Projektleitung: Rainer Smits
E-Mail: mekokitaservice@medienanstalt-nrw.de

REDAKTION

Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur e.V., gemeinnütziger
Verein zur Förderung der Medienpädagogik und Medienbildung in Deutschland
www.gmk-net.de

Ansprechpartnerinnen

Anja Pielsticker, Renate Röllecke, Tanja Kalwar
E-Mail: gmk@medienpaed.de



GESTALTUNG

Katharina Künkel, Büro für Gestaltung, Bielefeld | E-Mail: post@kkuenkel.de

ILLUSTRATION

Matthias Berghahn, Bielefeld | E-Mail: berghahn@teuto.de

