

# Was macht die Werbung mit dem Kind

## Stichworte zum Referat:

- Nicht die einzelne Werbung prägt ein Kind, sondern die (soziale) Welt, in der es aufwächst und was es darin erlebt: Familie, Nachbarschaft, Schule, Vereine, Freund/-innen, Clique, Medien, Kunstwelten, geschaffene Welten
- Gesellschaftlicher Megatrend der letzten Jahrzehnte: „Individualisierung und Deinstitutionalisierung“ (alle traditionellen Bindungen verlieren Bedeutung (Staat, Parteien, Kirche, Schule, Vereine, Familie usw.) – Medien gewinnen genau in diesem Umfeld massiv an Bedeutung
- Medienkonsum ist durchgehend durch alle Bevölkerungs- und Altersschichten sehr hoch – und Werbung ein zentraler Bestandteil der Medienbeiträge

## Was macht Werbung:

- Werbung nimmt gezielt unsere grundlegenden Wünsche und Bedürfnisse auch und macht daraus konkrete Bedürfnisse. (Wir wünschen uns Familienidylle, die Sparkassenwerbung zeigt uns, wie wir sie erreichen...)
- Werbung setzt Normen für Eltern: Gute Eltern geben ihren Kindern ...
- Werbung schafft emotionale Basis, schafft Vertrauen und Beziehung
- Werbung liefert Orientierung in einer unsicheren Welt, in der es kaum noch Sicherheit gibt
- Werbung prägt Fantasie, präsentiert Glücksvorstellungen
- Werbung „koppelt“ Erlebnisversprechungen an Produkte
- Werbung gibt Produkten eine Bedeutung
- Werbung weiss, dass sie in der Regel gar nicht die ganze Bevölkerung erreicht. Aber die Erstkonsument/-innen werden selber zu Werber/-innen

## Warum sind Kinder so wichtig:

- Noch nie waren die Kids so reich wie heute. Zudem sind Kinder auch
  - „mittelbare Käufer“ (Wünsche)
  - Berater der Eltern
  - Künftige Konsument/-innen

## Werbung und Erziehung

### Problematik

- Konsum als Sinn des Lebens trägt nicht; Konsum von Erlebnissen ist nicht möglich
- Medien/Werbung vermitteln falsche Bilder über die Realität, vermitteln Lebensmythen, verzerrte und falsche Informationen (z.B. Ernährung, Schönheit usw.)
- Oft finanzielle Schwierigkeiten für Kinder und Eltern

### Undankbare Rolle der Eltern:

- Werbung verbündet sich mit dem Kind gegen die Eltern
- Werbung schränkt nicht ein, tut nicht weh, fordert keinen Verzicht, sondern verspricht das Paradies zum Schnäppchenpreis
- Eltern müssen nein sagen, sind die Spielverderber

### Was können Eltern/Erzieher/-innen tun?

- Stärken wir uns gegenseitig, Nein zu sagen
- Aktive Auseinandersetzung mit Werbung, gemeinsam TV schauen
- Werbung überhaupt erkennen, Werbestrategien besprechen
- Versprechen mit Realität vergleichen, Werbesprüche verulken
- Spots beurteilen
- Eigene Vorbildwirkung beim Konsum

- „Eine eigenständige Meinung von Kindern wird besonders unterstützt, wenn auch die Eltern eine kritische Haltung der Werbung gegenüber haben.
- Eltern sollten verstärkt mit ihren Kindern über das Thema Werbung sprechen. Auch Vorschulkindern kann erklärt werden, was Werbung ist und woran sie diese erkennen können.
- Mit Werbung kreativ umgehen: Kinder können sich für einen Konsumartikel einen kleinen Werbespot ausdenken, dazu etwas malen, eine Collage erstellen oder sich sogar ein Rollenspiel ausdenken. Auf diese Weise setzen sie sich mit den Anliegen der Werbeproduzenten spielerisch auseinander und können eine kritische Einstellung zur Werbung entwickeln.
- Den Kindern entsprechend ihrer Reife die Verantwortung für Kaufentscheidungen überlassen. Bei manchen Wünschen ist die Auseinandersetzung zwischen Eltern und Kindern jedoch unvermeidbar.
- Wünschen Zeit geben: Wenn Kinder sich einen bestimmten teuren Markenartikel sehnlichst wünschen, sollte mit dem Kauf bis zum Geburtstag oder Weihnachten gewartet werden. Eventuell ist es dann nicht mehr aktuell, und wenn doch, ist es auch ein wirklicher Wunsch!
- Über den Wunsch sprechen: Manchmal ist erst ein Gespräch über den Grund des Wunsches erhellend, warum das eine oder andere jetzt besonders nötig ist.
- Kinder nach Wünschen fragen, die nichts kosten: Kinder tragen in sich viele Wünsche, die nicht mit Geld zu bezahlen sind.“

### Allgemein: Werbeerziehung ist Erziehung

**Oder: Es nützt wenig, den Kindern ausreden zu wollen, Markenartikel seien wichtig oder Konsum mache nicht glücklich. Wichtiger ist, mit Kindern zu erleben, was wirklich zufrieden macht.**

- Entdecken Sie mit Ihren Kindern, wie spannend das Leben sein kann
- Schaffen Sie Gesprächs- und Begegnungsräume (gemeinsames Essen, gemeinsame Unternehmungen, Spiele, ...)
- Lassen Sie Ihr Kind teilhaben an Ihren Überlegungen, wie Sie ihre Zeit/Ihr Leben gestalten und vor allem, was Ihnen im Leben wichtig ist
- Überlegen Sie mit dem Kind sinnvolle Freizeitbeschäftigungen, aber übernehmen Sie nicht die Verantwortung
- Unterstützen Sie Ihr Kind in schwierigen Fragen, aber räumen Sie ihm nicht alle Steine aus dem Weg
- Helfen Sie ihm, Enttäuschungen und Misserfolge anzunehmen und zu verarbeiten
- Schaffen Sie Gelegenheiten, „die Welt“ selber zu erfahren, sich selber zu erleben, Begegnung und Beziehung mit anderen Menschen, Freundschaften zu erleben

### Literatur

- Über Kinder und Werbung: Melissa Müller: Die kleinen Könige der Warenwelt. Kinder im Visier der Werbung. Frankfurt a. Main 1997.
- Zum Umgang mit TV: Jan-Uwe Rogge: Kinder können fernsehen. Vom Umgang mit der Flimmerkiste. Reinbek bei Hamburg 1999.
- Allgemein zu Medienerziehung: Thomas Merz-Abt: Medienbildung in der Volksschule. Grundlagen und konkrete Umsetzung, Zürich 2005.
- [Zum Umgang mit TV allgemein: Jan-Uwe Rogge: Kinder können fernsehen. Vom Umgang mit der Flimmerkiste. Reinbek bei Hamburg 1999.](#)
- [Zur Frage, was uns zufrieden macht: Csikszentmihalyi Mihaly: Flow. Das Geheimnis des Glücks. Stuttgart 2004.](#)
- Ausgezeichnetes Buch zu Resilienz mit vielen Beispielen und Ideen: Robert Brooks / Sam Goldstein (2007): Das Resilienz-Buch. Wie Eltern ihre Kinder fürs Leben stärken. Stuttgart.

### Links:

- <http://www.medienbildung.ch>; <http://www.familienhandbuch.de>

*Prof. Dr. Thomas Merz-Abt, Austrasse 11B, 8570 Weinfelden. 071/622 23 48.;*  
[www.medienbildung.ch](http://www.medienbildung.ch) – [info@thomasmerz.ch](mailto:info@thomasmerz.ch) – 11.11.08