

# Elternarbeit kompakt

Werbung & Konsum



## **Impressum**

### **Medieninhaber und Herausgeber:**

Bundesministerium für Soziales, Gesundheit,  
Pflege und Konsumentenschutz (BMSGPK)  
Stubenring 1, A-1010 Wien  
+43 1 711 00-0  
sozialministerium.at

**Verlags- und Herstellungsort:** Wien

**Redaktion:** SCHULDNERHILFE ÖÖ

**Coverbild:** © Rudolf Mitter

**Layout & Druck:** BMSGPK

**ISBN:** 978-3-85010-581-1

### **Alle Rechte vorbehalten:**

Jede kommerzielle Verwertung (auch auszugsweise) ist ohne schriftliche Zustimmung des Medieninhabers unzulässig. Dies gilt insbesondere für jede Art der Vervielfältigung, der Übersetzung, der Mikroverfilmung, der Wiedergabe in Fernsehen und Hörfunk, sowie für die Verbreitung und Einspeicherung in elektronische Medien wie z. B. Internet oder CD-Rom.

Im Falle von Zitierungen im Zuge von wissenschaftlichen Arbeiten sind als Quellenangabe „BMSGPK“ sowie der Titel der Publikation und das Erscheinungsjahr anzugeben.

Es wird darauf verwiesen, dass alle Angaben in dieser Publikation trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen und eine Haftung des BMSGPK und der Autorin/des Autors ausgeschlossen ist. Rechtsausführungen stellen die unverbindliche Meinung der Autorin/des Autors dar und können der Rechtsprechung der unabhängigen Gerichte keinesfalls vorgehen.

### **Bestellinfos:**

Kostenlos zu beziehen über das Broschürenservice des Sozialministeriums unter der Telefonnummer +43 1 711 00-86 25 25 sowie unter [www.sozialministerium.at/broschuerenservice](http://www.sozialministerium.at/broschuerenservice).

## Inhalt

<b>Einleitung &amp; Anliegen</b> .....	<b>5</b>
<b>Worum es bei „Elternarbeit kompakt“ geht</b> .....	<b>6</b>
Themenbereiche.....	6
Einsatz der Unterrichtsmaterialien.....	7
Empfohlene Schulstufe.....	7
Vertiefende Lernmaterialien für Zuhause.....	7
Bestellmöglichkeit.....	7
Einsatzmöglichkeiten.....	7
Materialien.....	8
Die Broschüren „Elternarbeit kompakt“.....	8
Themenkarten für Eltern.....	8
<b>Zum Thema „Werbung &amp; Konsum“</b> .....	<b>9</b>
Empfohlene Schulstufe .....	10
Ziel/Anliegen.....	10
Zeiteinteilung.....	10
Materialien.....	10
Vorbereitungen.....	10
Ablauf der 20 Minuten.....	11
1. Phantasiereise: Der tägliche Werbetschungel (ca. 15 Minuten).....	11
2. Brainstorming: Stärkung der Werbekompetenz (ca. 5 Minuten).....	12
<b>Phantasiereise</b> .....	<b>13</b>
Der tägliche Werbetschungel.....	13
Werbefituationen in der Geschichte.....	15
Wie Werbung wirkt.....	15
... speziell für junge Käuferinnen und Käufer.....	16

<b>Brainstorming</b> .....	<b>17</b>
Wie kann man Kinder und Jugendliche bei der Entwicklung von Werbekompetenz unterstützen?.....	17
<b>Weiterführendes Material &amp; Links</b> .....	<b>18</b>
Bücher zum Thema.....	18
Zeit.de.....	18
klicksafe.de .....	19
Arbeiterkammer .....	19
Österreichischer Werberat.....	19
Arbeitsgemeinschaft-Finzen.de.....	19
<b>Kooperationspartner</b> .....	<b>23</b>

# Einleitung & Anliegen

Liebe Pädagoginnen und Pädagogen!

Die vorliegenden Materialien „*Elternarbeit kompakt*“ bieten Ihnen Impulse und Anregungen, um unkompliziert mit Eltern über konsumentenpolitische Alltagsthemen ins Gespräch zu kommen und anschließend an diesen konstruktiv weiterzuarbeiten.

Konsum-, Medien- und finanzielle Allgemeinbildung stellen grundlegende Alltagskompetenzen in der heutigen Zeit dar und müssen von klein auf erlernt werden. Wichtige Orte, sich diese anzueignen, sind einerseits die Familie und andererseits die Schule.

Dabei gibt es viele Berührungs- sowie Anknüpfungspunkte im Schulalltag, was lebensnahe Konsumententhemen betrifft. Die Achse Lehrkräfte (Schule) → Schülerinnen/Schüler → Eltern ist in diesem Zusammenhang stark gefordert und das gemeinsame Ziehen an einem Strang bringt für alle betroffenen Parteien Vorteile.

Es bleibt jedoch oft für eine ausführliche Auseinandersetzung mit konsumentenpolitischen Alltagsthemen, die zum Teil von hoher Relevanz für alle Beteiligten sind, wenig Platz und Zeit.

Eines steht fest: Sowohl die Schule als Organisation, die Lehrkräfte, die Eltern sowie die Schülerinnen/Schüler sind im wirtschaftlichen Gefüge als Konsumentinnen/Konsumenten aktiv. Es ist also ein großer Erfahrungsschatz vorhanden, der geteilt und mit neuen Perspektiven, Ideen und Wissen im gegenseitigen Austausch angereichert werden kann.

# Worum es bei „Elternarbeit kompakt“ geht

Mit folgenden Fragestellungen setzen sich die Materialien auseinander:

- **Lehrkräfte & Multiplikatorinnen/Multiplikatoren**
  - Welche Themen und Probleme mit Schülerinnen/Schüler und Eltern sind vorhanden?
  - Wo gibt es mögliche Konfliktfelder und Klärungsbedarf bzw. wo werden Lösungsansätze gefordert?
  - Was betrifft den eigenen Unterricht und/oder die gesamte Schule?
  
- **Eltern & Erziehungsberechtigte**
  - Mit welchen Themen und Konfliktbereichen sind sie im Bezug auf die Schule konfrontiert? → z. B. Handynutzung in der Schule, Markenzugehörigkeit, Cyber-Mobbing, Geld für Schulveranstaltungen, ...
  
- **Schülerinnen/Schüler**
  - Wie und wobei können Lehrkräfte und Eltern die Schülerinnen/Schüler bzw. ihre Kinder unterstützen, um z. B. folgende Kompetenzen zu entwickeln:
    - sinnvolle Nutzung und bewusster Umgang mit dem Smartphone
    - Bewusstsein für Geld und dessen Wert
    - Auskommen mit dem Taschengeld
    - Entwicklung von Werbekompetenz

## Themenbereiche

Folgende vier Themen werden als „Elternarbeit kompakt“ zu je 20 Minuten angeboten:

- Smartphone (5. Schulstufe)
- Haushalten lernen durch Taschengeld (6. Schulstufe)
- Werbung & Konsum (6./7. Schulstufe)
- Das erste Konto (8. Schulstufe)

## Einsatz der Unterrichtsmaterialien

Die Themen sind einzeln einzusetzen und voneinander unabhängig. Bei Möglichkeit bzw. bei Bedarf sind sie auch gut kombinierbar.

### Empfohlene Schulstufe

Die ausgewählten Themen versuchen an den jeweiligen Lebenswelten der Jugendlichen in den genannten Altersstufen anzuknüpfen. Daraus ergeben sich Empfehlungen für bestimmte Schulstufen.

### Vertiefende Lernmaterialien für Zuhause

Neben der didaktischen Aufbereitung durch die Lehrkraft bzw. die Moderatorin / den Moderator erhalten die Eltern eine Themenkarte: Ein Impuls bzw. eine Fragestellung auf der Rückseite gibt den Eltern die Möglichkeit, sich mit ihren Kindern weiter mit dem Thema zu beschäftigen.

### Bestellmöglichkeit

Die Unterlagen können über das Broschürenservice des Sozialministeriums unter [www.sozialministerium.at/broschuerenservice](http://www.sozialministerium.at/broschuerenservice) bestellt werden.

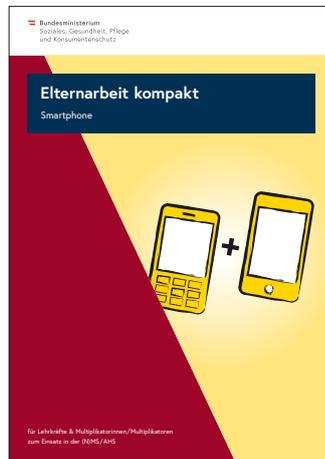
### Einsatzmöglichkeiten

- beim Eltern-/Klassenforum
- bei Elternabenden
- bei Veranstaltungen des Elternvereins
- bei Schulprojekten
- bei schulischen Schwerpunktveranstaltungen

## Materialien

### Die Broschüren „Elternarbeit kompakt“

Die Broschüren bestehen jeweils aus einer Anleitung, dem Ablauf und den Moderationsmaterialien.



### Themenkarten für Eltern

Pro Thema gibt es jeweils eine Karte im Postkartenformat.



# Zum Thema „Werbung & Konsum“

Das Thema Konsum ist sowohl im Alltagsleben von Schülerinnen und Schülern als auch in der Schule ständig präsent und potentiell ein Konfliktthema. Die Konkurrenz unter den Schülerinnen und Schülern, Markenaffinität, Trends und das Peergroup-Verhalten spielen genauso wie Schul sponsoring eine Rolle. Um hier ein positives Miteinander zu fördern und die Kinder und Jugendlichen beim Erwerb von Werbekompetenz zu unterstützen, sind sowohl Eltern als auch Schule und Pädagoginnen und Pädagogen gefordert.

Noch nie hatten Kinder und Jugendliche so viel Geld zur Verfügung wie heute. Sie werden als finanzkräftige und zuverlässige Konsumentinnen und Konsumenten betrachtet und sind als Zielgruppe stark umkämpft. Neben ihrer direkten Kaufkraft, die sich aus Taschengeld, Geldgeschenken und Ersparnissen ergibt, spielt ihre indirekte Kaufkraft für die Unternehmen eine zentrale Rolle, denn Jugendliche beeinflussen auch entscheidend den Konsum der Eltern mit. Zudem geht die Werbung davon aus, dass Jugendliche auch später oftmals zu Produkten und Marken greifen, die sie jetzt bevorzugen.

Die Werbeindustrie investiert Jahr für Jahr enorme Summen in die Zielgruppe Kinder und Jugendliche. Neben den klassischen Werbemedien wie Fernsehen, Radio, Zeitungen & Zeitschriften und Plakatwerbung wird auch mit neueren Werbeformen versucht, mit Kindern und Jugendlichen in Kontakt zu kommen. Vor allem via Internet gibt es unzählige Möglichkeiten wie z. B. Spam-Mails (Massen-E-Mails), Blogs (Online-Journale), Chatrooms, Chatforen oder auf den ersten Blick schwer erkennbare Werbung durch Weiterempfehlungen anderer Nutzer auf Foto- oder Videoplattformen. Auch Product Placement in den von Kindern und Jugendlichen gern gesehenen Serien, Soaps oder Filmen ist ein gängiges Instrument.

Wir alle sind ständig umgeben von verführerischen Angeboten, denn Werbung und Konsum sind Teil unserer Zeit und begegnen uns alltäglich. Eltern und Pädagoginnen und Pädagogen sind daher gefordert, den Kindern und Jugendlichen Hilfestellungen, Anregungen und Kompetenzen zu vermitteln. Die Werbevielfalt und das zielgerichtete Marketing erkennen zu können, sie kritisch zu hinterfragen, eine objektive Entscheidung zu treffen und bewusst zu widerstehen sind jene Werbekompetenzen, die Kinder und Jugendliche in der heutigen Gesellschaft erwerben sollten.

## Empfohlene Schulstufe

6. Schulstufe → 11./12. Lebensjahr

7. Schulstufe → 12./13. Lebensjahr

## Ziel/Anliegen

- Sensibilisierung der Eltern für die bewusst eingesetzten Werbe- und Marketingstrategien für Kinder und Jugendliche
- Aufzeigen und Diskutieren von möglichen Schritten und Hilfestellungen zur Erlangung von Werbekompetenz
- Gezielter Austausch zwischen Lehrkräften und Eltern über konstruktives Verhalten im Umgang mit der Thematik im Schulkontext zur positiven Förderung des Schulklimas und der Klassengemeinschaften

## Zeiteinteilung

- 15 Minuten Phantasiereise: Der tägliche Werbedschungel
- 5 Minuten Brainstorming: Stärkung der Werbekompetenz

## Materialien

- Phantasiereise zum Vorlesen
- A6-Kärtchen und Schreibgeräte
- Flipchart oder Tafel für Brainstorming
- Themenkarte „Werbung & Konsum“ in Teilnehmerzahl

## Vorbereitungen

- Bestellen der Themenkarten zu „Werbung & Konsum“ beim Broschürenservice des Sozialministeriums unter [www.sozialministerium.at/broschuerenservice](http://www.sozialministerium.at/broschuerenservice)
- Ausdrucken und Durchlesen der Phantasiereise
- Vorbereiten des Flipcharts bzw. der Tafel für das Brainstorming
- *Bei Bedarf:* Bestellen von weiteren Themenkarten („Smartphone“, „Haushalten lernen durch Taschengeld“, „Das erste Konto“) beim Sozialministerium unter [www.sozialministerium.at/broschuerenservice](http://www.sozialministerium.at/broschuerenservice) und Auflegen zur freien Entnahme für die Eltern.

## Ablauf der 20 Minuten

### 1. Phantasiereise: Der tägliche Werbetschungel (ca. 15 Minuten)

Diese Übung soll den Eltern aufzeigen, dass Jugendliche und Kinder ständig mit Werbung konfrontiert sind. Unternehmen locken junge Käuferinnen und Käufer mit attraktiven Angeboten und Werbeversprechungen. Ziel ist es, dass Eltern erkennen, in welchen alltäglichen Situationen ihre Kinder mit Werbebotschaften in Kontakt kommen und wie wenig es möglich ist, sich der Werbung und dem Marketing zu entziehen.

- Die Moderatorin/der Moderator erklärt den **Ablauf** der Phantasiereise. Hierbei ist es wichtig, dass sich die Eltern in die Situation hineindenken und -fühlen können. Förderlich dafür sind eine angenehme Sitzposition und ev. geschlossene Augen.
- Die Moderatorin/der Moderator **liest** langsam die **Phantasiegeschichte vor**. Dabei ist darauf zu achten, dass die Geschichte mit entsprechenden Pausen und betont vorgelesen wird.
- Im nächsten Schritt bilden die Eltern **Zweier- oder Dreier-Gruppen**. Jede Elterngruppe erhält von der Moderatorin/dem Moderator einige A6-Kärtchen und Schreibgeräte.
- Anschließend sollen die einzelnen Elterngruppen **sammeln**, in welchen Situationen die/der Jugendliche aus der Phantasiegeschichte mit Werbung (Botschaften, Werbemittel und -träger, Medien, ...) vom Aufstehen bis zum Besuch des Shopping-Centers konfrontiert wurde.
- Die Moderatorin/Der Moderator bzw. die Eltern selbst **lesen** die gesammelten Werbesituationen **vor**.
- Abschließend regt die Moderatorin/der Moderator einen kurzen **Austausch** über die eigenen **Erfahrungen** an und ergänzt bei Bedarf, wie Werbung wirkt (siehe Lehrerinfo).

## 2. Brainstorming: Stärkung der Werbekompetenz (ca. 5 Minuten)

In dieser Sequenz tauschen sich die Eltern über Tipps und mögliche Lösungsansätze zur Stärkung der Werbekompetenz ihrer Kinder aus. Die Eltern sollen dadurch zu einer kreativen Ideenfindung und einer gemeinsamen Reflexion mit ihren Kindern angeregt werden, was wiederum auf den Schulalltag seine Auswirkungen zeigen kann. Die Rechercheaufgabe auf der Elternkarte kann dabei unterstützend sein.

- Die Moderatorin / der Moderator schreibt das Thema „Werbung & Konsum“ in die Mitte der Tafel oder des **Flipcharts**.
- Die Moderatorin / der Moderator stellt folgende Frage:  
**Wie kann man Kinder und Jugendliche bei der Entwicklung von Werbekompetenz unterstützen?**
- Im nächsten Schritt bittet die Moderatorin / der Moderator die Eltern, ihr/ihm alle für sie denkbaren bzw. eventuell schon positiv erlebten **Tipps und Anregungen** im Umgang mit Konsum, Werbung und Shoppen **zuzurufen**.
- Die **Antworten und Ideen** werden alle von der Moderatorin / dem Moderator **notiert**, damit sich ein vielfältiges Bild an möglichen Anregungen ergibt.
- Bei Bedarf kann die Moderatorin / der Moderator **zusätzliche Anregungen und Tipps** anführen.
- Als Abschluss erhalten die Eltern die **Themenkarte** „Werbung & Konsum“.
- Die Themenkarten zu den anderen Themen liegen nach Bedarf zur freien Entnahme auf.

# Phantasiereise

## Der tägliche Werbetschungel

Das ist Sebastian, 13 Jahre und Schüler.

Uuuahhhh! Nein, ich mag noch nicht aufstehen!

Ich hab echt keine Lust... nochmal kurz umdrehen und in die Bettdecke kuscheln, noch dazu meine Superhelden-Bettwäsche, ja, das ist fein.

Oje, jetzt läutet mein Wecker zum zweiten Mal, keine Chance. Bevor ich aufstehe, checke ich noch schnell mein Smartphone: vier WhatsApp-Nachrichten und ein kurzer Blick auf Instagram. Dort lacht mir gleich ein unglaublich leckerer Burger entgegen. Mhh, da krieg ich Hunger. So einen werde ich mir heute noch leisten!

Mal ins Bad torkeln, damit ich langsam doch wach werde. Schnell das Morgenprogramm erledigen, mein Lieblingshaargel aus der coolen Dose rein und ab gehts zum Frühstückstisch.

Wow, was ist das hier? Was sehe ich denn da auf der Rückseite der Cornflakespackung?

Ein cooles Gewinnspiel! Da mache ich mit, so ein tolles Smartphone wäre schon was, also ausfüllen.

Meine Mum drängt schon, ich muss mich beeilen. Schnell die Flakes aufessen und den Schulrucksack geschnappt. Unten im Hof wartet schon mein Freund Stefan. Wir machen uns gemeinsam auf den Weg Richtung Schule. Stefan hatte gestern Geburtstag und zeigt mir sein neues Smartphone und seinen neuen Markenpulli mit Kapuze. Wow, das ist cool.

Er erklärt mir, was er alles mit dem Handy machen kann: unbegrenzt ins Internet mit unbegrenztem Downloadvolumen. Ja, das wär für mich auch was und von solchen Markenklamotten kann ich nur träumen!

In der Schule ist heute nicht viel los. In Biologie bekommen wir den Test zurück, naja ... hätte besser sein können, aber es ist ok. Im Elternheft notiere ich mir, dass ich morgen die Unterschrift vom Test mitbringen muss. Was ist das? Ein neuer Softdrink??? Lacht aus dem Heft heraus ... Lecker, den muss ich mal probieren.

Jausenzeit. In der großen Pause sitzen wir im Garten zusammen. Hey, ich habe echt Durst ... und was für ein Glück!!!! Beim Getränkeautomaten gibt es schon den neuen Softdrink! Ich und fast die halbe Klasse kosten ihn sofort.

Letzte Stunde für heute – Turnen, ja! Schnell rein in meine Sportsachen und dann gehts schon los – Fußballspielen macht einfach Spaß! Wow, unser Lehrer erzählt von einem Sportfest. Was? Fußballturnier und tolle Preise von der Bank, sogar ein Sparbuch mit Startguthaben. Ja, da mache ich mit! Ich melde mich beim Lehrer an und ziehe mich wieder um.

Draußen treffe ich Stefan und Max wieder. Die gehen heute Nachmittag ins Shopping-Center. Klar! Ich komme auch mit! Dort ist immer was los und es ist echt cool. Mal schauen, ob uns meine Mum hinbringen kann...

Zuhause habe ich echt schon großen Hunger. Mum kommt erst um eins von der Arbeit nach Hause. Sie hat lecker gekocht – meine Lieblingsnudeln: Spirali!

Ich nehme mir einen Teller voll und setze mich ins Wohnzimmer. Zeit für ein wenig Abwechslung vor dem Fernseher. Meine Lieblingsserie läuft gerade, das trifft sich gut.

Die Werbung dazwischen nervt mich total.

Die ist immer so lange und echt uncool. Obwohl – das neue Auto da sieht ja echt Hammer aus und auch genau die Lieblingsmarke von Dad. Das muss ich ihm gleich erzählen, wenn er am Abend heimkommt. Der will ja eh ein neues Auto kaufen.

So, jetzt wirds Zeit, dass Mum heimkommt ... will ja dann mit Stefan und Max ins Center fahren... Hey, da ist sie ja... was? Vorher die Hausübung machen und dann erst fahren. Mum fragt mich noch, wie mein Tag war – ich erzähle ihr von Stefans neuem Handy und Pulli.

Erkläre ihr, dass ich so eines auch gerne hätte. Tja, da sagt sie jetzt mal nichts drauf. Schade! Dann fallen mir die tollen Preise vom Fußballturnier und das neue Auto für Dad ein. Brrrrrr!!!! Jetzt läutet es. Stefan ist da! Ab gehts ins Shoppingcenter.

Ende!

## Werbesituationen in der Geschichte

- Superhelden-Bettwäsche → Merchandising
- Instagram → Werbung für Burger → weckt Hunger
- Lieblingshaargel → ansprechende Verpackung → bestimmte Marke wird bevorzugt
- Verpackung Cornflakes → Gewinnspiel → Kaufanreiz wird erzeugt
- Smartphone → Empfehlung von Freund
- Hausübungsheft → Produktwerbung über die Zielgruppe der Schülerinnen und Schüler → erinnern sich beim nächsten Einkauf (siehe Getränkeautomat)
- Getränkeautomat → Softdrink → Produktwerbung → schafft Verbindung zur Werbung im Elternheft
- Shoppingcenter als Freizeitbeschäftigung → unzählige Werbebotschaften & -formen strömen auf die Jugendlichen ein
- Fußballturnier → Hauptpreis Sparbuch mit Guthaben → Schul sponsoring durch eine Bank
- Lieblingsnudeln Spirali → Sohn gibt Marke vor → beeinflusst Kaufentscheidung der Mutter
- TV-Serie → Unterbrechung der Sendungen durch Werbeblöcke → Sohn erzählt Vater vom neuen Automodell

## Wie Werbung wirkt

Werbung orientiert sich unter anderem an den so genannten Schlüsselreizen. Das sind Reize, die bei Menschen und Tieren instinktive Reaktionen auslösen. Dazu zählt z. B. das Kindchenschema. Die Abbildung von kleinen Kindern oder Tieren mit großem rundem Kopf und kleinen Stupsnasen weckt automatisch unseren Beschützerinstinkt. Die Werbung macht sich diese Reaktionen zunutze und arbeitet mit künstlichen Schlüsselreizen, den so genannten Attrappen.

Als emotionale Reize dienen z. B. Genuss, Erotik, Sicherheit, Schönheit, Erfolg und Ansehen. Diese Reize sind deshalb so wirksam, weil sie uns anregen und sich kaum abnutzen, was uns der ständige Einsatz von Erotik in der Werbung verdeutlicht. Werbung informiert uns oft nicht über die sachlichen Qualitäten eines Produktes, sondern verkauft uns ein Gefühl. Mit dem neuen Sweatshirt ziehen wir uns auch gleich ein Stück Lebensfreude über. Mit gewissen Marken verbinden wir Spaß, mit anderen Freiheit, Sicherheit oder ein anderes Lebensgefühl. Wir treffen unsere Kaufentscheidung nicht mehr nur nach dem Nutzen eines Produktes, sondern vielmehr nach den Gefühlen, die wir mit diesem Produkt verbinden.

Weitere wirksame Elemente der Werbung sind Bilder und Headlines, die uns überraschen und gegen unsere Wahrnehmungserwartung verstoßen, indem sie aus der Reihe tanzen, provozieren oder humoristisch sind. Auch starke physische Reize wie große, farbige Inse-  
rate, der Einsatz intensiver Farben oder die Erhöhung der Lautstärke bei Werbeblöcken steigern unsere Aufmerksamkeit. Wirkungsvolle Werbung ist nie zufällig, sondern wird von Werbe- und Marketingfachleuten gezielt entwickelt und auf die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe ausgerichtet.

### ... speziell für junge Käuferinnen und Käufer

Der Konsum-Dschungel wird für Jugendliche immer undurchsichtiger! Unternehmen locken junge Käuferinnen und Käufer mit attraktiven Angeboten und Werbeversprechungen, was dazu führt, dass Jugendliche häufig mehr Geld ausgeben, als ihnen zur Verfügung steht. Für viele Jugendliche gehört Schulden machen zum Alltag. Durch eine bewusste Auseinandersetzung mit den Zielen und Strategien der Werbewirtschaft können Jugendliche erkennen, wie Werbung funktioniert und warum sie eine begehrte Zielgruppe sind. Dabei sollen sie angeregt werden, ihr eigenes Kaufverhalten zu reflektieren, sowie ihre Wünsche gegen ihre finanziellen Möglichkeiten abzuwägen. Wenn sie lernen, ihre finanziellen Möglichkeiten richtig einzuschätzen, können sie auch zukünftige Geldprobleme vermeiden und sich zu mündigen Verbraucherinnen und Verbrauchern entwickeln. Einige Beispiele aus der Werbebranche, mit denen speziell junge Konsumentinnen und Konsumenten angesprochen werden sollen:

- eigene Kinderprodukte
- Fernsehwerbung auf Kinderkanälen
- Verpackungsdesign
- Clubprogramme
- Probieraktionen
- Kooperationen mit Kindergärten und Schulen
- YouTube-Videos
- Kinderevents
- Bildungskommunikation (Bereitstellung von Unterrichtsmaterialien oder -angeboten)
- Internet (z. B. Spam-Mails, Blogs, Chatrooms & Chatforen, Werbung in Suchmaschinen → personalisierte Suche )
- Kreieren von eigenen Welten mit Stars, Filmen, Superhelden – meist in Kombination mit Serien oder Kinofilmen
- Product-Placement in gern gesehenen Soaps, Serien und Filmen
- Spielecken
- Werbegeschenke

# Brainstorming

Nachfolgend einige Anregungen, Ideen und Verhaltensmaßnahmen zum Brainstorming.

## Wie kann man Kinder und Jugendliche bei der Entwicklung von Werbekompetenz unterstützen?

- Ein starkes Selbstbewusstsein hilft Verlockungen jeder Art zu widerstehen – auch gegenüber Gleichaltrigen, Markenwahn, Trends u. ä.
- Vorbildfunktion der Erwachsenen ist wesentlich:
  - Aktiv die eigenen Kaufentscheidungen hinterfragen bzw. mit den Kindern besprechen
  - Gemeinsames Einkaufen und Entdecken/Aufzeigen/Hinterfragen von Werbemaßnahmen
  - Alternativen aufzeigen z. B. bei Markenaffinität
  - Kinder den Wert des Geldes erleben lassen und somit bewusst machen
  - Taschengeld zur eigenen Verwendung bereitstellen und somit die Eigenständigkeit fördern (z. B. kein zusätzliches Geld, wenn es ausgegeben wurde)
  - Werbungen ausweichen, wo möglich, z. B. Fernsehen reduzieren bzw. Filme/Serien ohne Werbung
  - Bewusste Auseinandersetzung mit den Werbestrategien der Unternehmen
  - Kennen der eigenen Bedürfnisse, denn Werbung weckt und stimuliert Wünsche, die man erst durch sie hat

# Weiterführendes Material & Links

## Passende Übergänge zu

- „Elternarbeit kompakt“. Haushalten lernen durch Taschengeld
- „Elternarbeit kompakt“. Das erste Konto

## Bücher zum Thema

- Schwarz, Friedhelm/Ruth:  
**Warum am Ende des Geldes noch so viel Monat übrig ist**  
Germering/Pöbneck 2013
- Gaschke, Susanne:  
**Die verkaufte Kindheit – Wie Kinderwünsche vermarktet werden  
und was Eltern dagegen tun können.**  
München 2011
- Vollborn, Marita/Georgescu, Vlad:  
**Konsumkids: Wie Marken unseren Kindern den Kopf verdrehen**  
Frankfurt am Main 2007
- Dammler, Axel:  
**Kinder können kaufen lernen: Ein Elternbuch**  
München 2000

## Zeit.de

- Artikel zum Thema **Kindermarketing** unter  
[www.zeit.de/2013/20/kinder-marketing-werbung](http://www.zeit.de/2013/20/kinder-marketing-werbung)
- Artikel zum Thema **Schulsponsoring** unter  
[www.zeit.de/gesellschaft/schule/2013-05/schule-sponsoring-lobbyismus](http://www.zeit.de/gesellschaft/schule/2013-05/schule-sponsoring-lobbyismus)

## klicksafe.de

- Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (2017):  
**Werbung und Kommerz im (mobilen) Internet – Ein Ratgeber für Eltern und andere Interessierte**  
[www.klicksafe.de/service/materialien/broschueren-ratgeber/werbung-und-kommerz-im-mobilen-internet/](http://www.klicksafe.de/service/materialien/broschueren-ratgeber/werbung-und-kommerz-im-mobilen-internet/) (Stand: März 2017)

## Arbeiterkammer

- **Kinder im Visier von Influencer-Marketing – Auf YouTube, Instagram und Snapchat.**  
[www.arbeiterkammer.at/beratung/konsument/HandyundInternet/Internet/Influencermarketing\\_2018.pdf](http://www.arbeiterkammer.at/beratung/konsument/HandyundInternet/Internet/Influencermarketing_2018.pdf) (Stand: August 2018)
- **YouTube-Blogger: Achtung, Schleichwerbung!**  
[wien.arbeiterkammer.at/beratung/konsumentenschutz/handyundinternet/internet/Videoblogger.html](http://wien.arbeiterkammer.at/beratung/konsumentenschutz/handyundinternet/internet/Videoblogger.html) (veröffentlicht am 15.10.2018)

## Österreichischer Werberat

- Besondere Richtlinien des Werberates für Kinder und Jugendliche  
[www.werberat.at/kinder.aspx](http://www.werberat.at/kinder.aspx)

## Arbeitsgemeinschaft-Financen.de

- **Finanzkompetenz für Kinder – Taschengeld, Finanzerziehung und wirtschaftliche Bildung**  
Eine umfassende Broschüre zum Thema Finanzkompetenz für Kinder, in der auch das Thema Taschengeld kurz und einfach zusammengefasst ist, erhältlich unter [www.arbeitsgemeinschaft-financen.de/wp-content/uploads/taschengeld-ratgeber.pdf](http://www.arbeitsgemeinschaft-financen.de/wp-content/uploads/taschengeld-ratgeber.pdf)

Bild: Postkarte zum Thema Werbung & Konsum



Liebe/r \_\_\_\_\_ !

**Hier eine spannende Aufgabe.**  
 Gehe in einen Supermarkt und sieh dich bewusst nach folgenden Verkaufstricks um:

Verkaufstrick	Gefunden	
	Ja	Nein
1. Großpackungen		
2. Musik & Düfte		
3. Teure Artikel in Augenhöhe		
4. Großer Einkaufswagen		

Viel Spaß und liebe Grüße!

Dein/e \_\_\_\_\_

PS: Weitere Informationen dazu findest du auf [www.konsumentenfragen.at](http://www.konsumentenfragen.at)


---



---



---



---








# Eine Kooperation von



-  **Bundesministerium**  
Soziales, Gesundheit, Pflege  
und Konsumentenschutz

