



Informationse Elternabend „Jetzt kommt die Werbung“





„Jetzt kommt die Werbung“

- Umfeld der Kinder ist mit Werbebotschaften und Kaufaufforderungen durchsetzt
- Werbung und Merchandising ist Alltag
- Kinder müssen sich früh in der Konsumgesellschaft zurechtfinden lernen



„Jetzt kommt die Werbung“

- Werbung an vielen Orten, durch viele Medien
 - (Kinder) Zeitschriften, Fernsehen, Internet bzw. Smartphones, Radio, Kino, auf den Produkten selbst
- Kinder werden direkt angesprochen, nicht mehr nur über die Eltern



„Jetzt kommt die Werbung“

- Werbebranche will früh ein Markenbewusstsein und Markentreue herstellen
- eine Marke, die bis zum 16. Lebensjahr nicht bekannt ist, muss mit dem fünffach höheren Aufwand an den Mann/die Frau gebracht werden



„Jetzt kommt die Werbung“

- 700 verschiedene Markennamen kennt ein Kind im Alter zwischen sieben und neun Jahren
- schon zweijährige können Produkte wiedererkennen
- mit ca. sechs Jahren entwickeln Kinder ein deutliches Markenbewusstsein
- ausgeprägte Markentreue stellt sich zwischen dem 10. und 13. Lebensjahr ein



„Jetzt kommt die Werbung“

- die Psychologie von Kindern als Konsumenten beschreibt eine starke Reizsteuerung
- sie kennt keine Formen der Abwehr oder des Widerstandes
- Ziel ist „impulse buying“ – Kaufen ohne nachzudenken



„Jetzt kommt die Werbung“

- Produkte sind in vielfältiger Form zu haben
- Produkte sind kein Ergebnis von Bedürfnissen - sie entwickeln für Kinder Bedürfnisse
- ziehen Kaufentscheidungen nach sich



„Jetzt kommt die Werbung“

- die Sechs- bis Dreizehnjährigen verfügen insgesamt über eine Kaufkraft von fast sechs Milliarden Euro
- dazu zählen Taschengeld, Sparguthaben, Geldgeschenke
- im Schnitt erhält jedes Kind rund 64 € zum Geburtstag, rund 80 € zu Weihnachten
- das Taschengeld beträgt durchschnittlich etwa 27,50 € monatlich

Kids-Verbraucher-Analyse 2014



„Jetzt kommt die Werbung“

- Kinder können selbst keine Schulden machen im Sinn von eingegangenen Vertragsschulden
- Schulden entstehen bei Freunden, Eltern, Großeltern
- sie beeinflussen das Ausgabenverhalten der Eltern
- neben dem eigenen Budget wirken sie auf die Eltern ein und bestimmen über diese Kaufentscheidungen



„Jetzt kommt die Werbung“

- Kinder erleben oft die Erfüllung ihrer Wünsche
- sie erleben weniger oft das Aufschieben von Wünschen
- Eltern, Pädagogen und andere, die erzieherischen Einfluss auf Kinder haben, müssen sich diesen Fakten stellen



„Jetzt kommt die Werbung“

- wichtig ist, dass Betreuungs- und Erziehungsräume - Schule und Kindertagesstätte – kommerzfrei sind und bleiben und nicht auf Produkte „hereinfallen“, die „im Sinne der Kinder“ durch externe Anbieter übernommen werden



„Jetzt kommt die Werbung“

Präventionsarbeit mit Kindern



„Jetzt kommt die Werbung“

Ziele:

- Werbung von Nicht-Werbung unterscheiden können
- Verkaufsabsicht erkennen
- wesentliche Elemente der Werbung erkennen
- eigene Bedürfnisse kennen
- selbstbestimmt Kaufentscheidungen treffen
- eigenen Standpunkt entwickeln



„Jetzt kommt die Werbung“

Fragerunde mit Eltern/ Diskussion:

- Wie gehen Sie/ ihre Kinder mit Werbebotschaften um?
- Welche Konsumwünsche haben ihre Kinder und (wie) erfüllen Sie diese
 - sofort, zu bestimmten Anlässen, z.T. gar nicht und warum....
- Gelderziehung mit Kindern - Taschengeld



Kinder, Werbung und Konsum Quellen

- So schmeckt mir Werbung – Baustein zur Verbraucherbildung für die Kassen 3 bis 6, aid infodienst e.V. , Verbraucherzentrale
- LOGO/ ZDFtivi - Nachrichten für Kinder, Sendung vom 17.12.2015
- www.zaw.de
- www.markenlexikon.de
- Jürgen Oelkers, Vortrag „Behütung und Verwertung? Kindheit und Erziehung heute“ beim Fachtag „Entsicherte Kindheit“ 27. Mai 2015 , Fachhochschule Erfurt
- Susanne Gaschke, Die verkaufte Kindheit, Bundeszentrale für politische Bildung, Band 1223, 2011



Kinder, Werbung und Konsum Quellen

- Kinder- und Jugendschutz in Wissenschaft und Praxis 2/2013, BAG Kinder- und Jugendschutz e.V.
- Clever Wirtschaften - Spartipps für Familien, Verbraucherzentrale Brandenburg, April 2013, 4. überarbeitete Auflage