19. Mai 2010, Museum für Film und Fernsehen, Berlin

Huch, was blinkt denn da?

Werbeformen im Internet als Herausforderung für die Medienpädagogik

In Kooperation mit Media Smart e.V.

media smart
werbung sehen & verstehen

Werbung ist ein wesentlicher Bestandteil unseres marktwirtschaftlichen Systems. Sie fördert den Absatz von Waren und Dienstleitungen und trägt damit unmittelbar zum Wohlstand unserer Gesellschaft bei. Auch Kindern und Jugendlichen begegnet die Werbung überall: auf Plakaten, in den Anzeigen der Printmedien, im Radio und im Fernsehen. Mittlerweile hat sich auch das Internet als Werbeträger etabliert. Die digitalen Werbemöglichkeiten reichen von Werbebannern über Flash-Layer, von Pop-Ups bis hin zu Werbung in Sozialen Netzwerken, in Suchmaschinen oder in Onlinespielen.

Bei Erwachsenen kann man voraussetzen, dass sie die umsatzfördernde Absicht und die Funktionsweise der Werbung durchschauen und vom redaktionellen Teil der Medien unterscheiden können. Aber sind Kindern dazu ebenfalls in der Lage? Kritiker befürchten, Kinder könnten die Werbung als Information und verführerische Kaufappelle als Handlungsanweisung verstehen. Im Fernsehen und Internet wird deshalb die Werbung im Umfeld von Kindersendungen gesetzlich beschränkt. Allerdings spricht auch viel dafür, dass Kinder, die oft mit Werbung konfrontiert werden, eher als andere in der Lage sind, Werbung vom redaktionellen Teil zu unterscheiden und als Kaufappell zu identifizieren.

Da Kinder heute fast täglich im Internet mit Werbung konfrontiert werden, wird es immer wichtiger, sie durch die Medienpädagogik bei der Einordnung und der Entschlüsselung von Werbebotschaften zu unterstützen. Aber wie können Kinder im Umgang mit neuen Werbeformen altersgerecht und nachhaltig sensibilisiert werden? Wie lassen sich Eltern und Pädagogen in Zusammenarbeit mit der Wirtschaft „schulen“, um Kindern eine sichere, lebensweltorientierte Auseinandersetzung mit Werbung zu ermöglichen? Darüber diskutieren in dieser Veranstaltung Wissenschaftler, Medienpädagogen und Onlinevermarkter.

Die Veranstaltung findet in Kooperation mit Media Smart e.V. statt. Media Smart ist eine internationale Initiative zur Förderung von Medien- und Werbekompetenz bei Kindern und derzeit in acht europäischen Ländern aktiv. Der deutsche Media Smart e.V. wurde 2004 von werbetreibenden Unternehmen gegründet und entwickelt Unterrichtsmaterial in Zusammenarbeit mit einer Expertengruppe. Vereinsvorsitzender ist SUPER RTL- Geschäftsführer Claude Schmit.

19. Mai 2010, Museum für Film und Fernsehen, Berlin

Programm

13.00 Uhr	Anmeldung
13.30 – 14:00 Uhr	**Begrüßung** **Einstimmung: Statements von Kindern**
14.00 - 14.45 Uhr	**Werbung im Kinderumfeld. Lösungsansätze eines werbefinanzierten Kinderprogramms** **Claude Schmit** (SUPER RTL und Vorstandsvorsitzender Media Smart e.V.)
14.45 – 15. 30 Uhr	**Neue Werbeformen im Internet – Ein Überblick** **Dr. Christoph Klimmt** (Universität Mainz)
15.30 – 16.00 Uhr	Pause
16.00 – 16.45 Uhr	**Faszination Werbung? Zur Wahrnehmung von Internetwerbung durch Kinder.** **Prof. Dr. Stefan Aufenanger** (Universität Mainz)
16:45 – 17:45 Uhr	**Erkennen und einordnen. Was können pädagogische Ansätze für Eltern, Kinder und Jugendliche leisten?** **Podium** **Paul Mudter** (IP Deutschland) **Magdalena Stepien** (Media Smart U.K. – Europe) **Jens Wiemken** (freier Medienpädagoge) **Sabine Frank** (FSM) **Rainer Smits** (LfM) Moderation: **Dr. Torsten Körner** (freier Autor, Berlin)
17:45 – 18:00 Uhr	Fazit und Ausblick
ab 18:00 Uhr	Empfang

Veranstaltungsort:	**Museum für Film & Fernsehen Berlin, Potsdamer Straße 2, 10785 Berlin**
Tagungsbüro:	Isabell Rausch-Jarolimek Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia Diensteanbieter e.V. Spreeufer 5 10178 Berlin Tel.: 030-24 04 84 48 E-Mail: rausch-jarolimek@fsm.de

Eine Anmeldung zur Tagung ist bis zum **12. Mai 2010** im Tagungsbüro möglich.