



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

THEMA IM BLICK



Thema im Blick: „Ich will aber ...!“ Kinder, Werbung und Konsum

Die Weihnachtszeit rückt allmählich näher. Überall sieht man Adventskalender und Schokoladenweihnachtsmänner in den Einkaufsregalen. Die Kinder wissen, was das heißt: Bald kommt die Zeit des Schenkens und Beschenktwerdens – und das bedeutet wahrscheinlich Süßigkeiten im Stiefel und

Geschenke unter dem Weihnachtsbaum! **Längst hat die Werbeindustrie Kinder als kaufkräftige Konsumenten entdeckt, denn sie haben einen großen Einfluss auf die Kaufentscheidungen ihrer Eltern.**

Auch die Spielzeughersteller wissen darum und nutzen die geschäftige Weihnachtszeit, um kräftig die Werbetrommel zu rühren. Manche Kinder wissen ganz genau, was auf ihren Wunschzettel kommt, andere wünschen sich täglich etwas Neues. Das stellt so manche Familie vor vielfältige Herausforderungen. Doch begegnet uns Werbung natürlich nicht nur zu dieser besonders konsumkräftigen Zeit. Über das gesamte Jahr hinweg begleiten uns Botschaften für tollste Spielsachen, hübsche Kleidung und die leckersten Süßigkeiten, die man unbedingt probiert haben muss!

Ob im Fernsehen, Radio, auf Plakaten, T-Shirts oder Trinkflaschen, auf dem Weg zur Kita oder daheim: Werbung zu entgehen scheint praktisch unmöglich. Und **Kinder lernen dabei erst nach und nach zu unterscheiden, was Werbung eigentlich ist**, was sie will und wie vertrauenswürdig sie tatsächlich ist. Diese Prozesse kann man jedoch unterstützen: Schon in der Kita lassen sich spannende Methoden und Projekte anwenden, die dazu beitragen, Kinder in Gespräch und Spiel oder mittels kreativer Medienprojekte für das Thema zu sensibilisieren. **Diese Ausgabe des MekoKitaService soll Ihnen Anregungen geben, wie Sie das Thema Konsum und Werbung mit den Kindern kreativ und kritisch bearbeiten können.**

MEDIEN IN GESPRÄCH UND SPIEL



„Guck mal, das ist ja toll!“



Gerade in frühen Lebensjahren übt Fernsehwerbung einen großen Reiz aus. Das kommt nicht von ungefähr: Werbespots sind oft von lebhafter Musik, lustigen Bild- und Toneffekten, schnellen Bildwechseln und bunten Farben geprägt. Ihre kurze Dauer und einfache Struktur kommt dem kindlichen Auffassungsvermögen entgegen, da sie langen und komplizierten, zusammenhängenden Handlungen nur schwer folgen können. Werbespots sind also sehr attraktiv und dabei für die Kleinen meist noch nicht vom regulären Fernsehprogramm zu unterscheiden. **Viele Spots bedienen sich**

lustiger Figuren, mit denen sich Kinder identifizieren können und die sie womöglich schon aus ihren Lieblingssendungen und Geschichten kennen. Sie mögen, was auf dem Bildschirm passiert, integrieren Lieder und manchmal auch Slogans aus der Werbung in ihr Spiel. Oftmals finden sie das ganze Drumherum viel interessanter als das Produkt, das eigentlich beworben wird – aber der starke Wiedererkennungswert bindet sie trotzdem emotional an die Sachen, die dann vielleicht beim Bummel durch die Stadt entdeckt werden. Hinzu kommt, dass kleinen Kindern oftmals noch eine „gesunde Portion Misstrauen“ und Kritikfähigkeit fehlen: Sie erkennen nicht immer, dass ihnen etwas „aufgeschwatzt“ werden soll und nehmen an, dass Werbung sie über ein Produkt lediglich informieren möchte. **Hier ist es sinnvoll, Kinder für die Ziele der Werbung zu sensibilisieren.** Dies kann mit verschiedenen Aktionen in der Kita unterstützt werden.

Wer kennt's? - Über Werbung sprechen.

Kinder werden fast täglich mit Werbebotschaften konfrontiert. In vielen Fällen merken sie das gar nicht und fühlen sich durch Werbung gar nicht angesprochen. Aber wenn sie fernsehen oder Videos auf YouTube schauen, werden sie gezielt adressiert. Neben typischer „Erwachsenenwerbung“ für Autos, Rasierer oder Parfüms hüpfen dabei auch regelmäßig bunte Figuren über den Bildschirm, die den Kindern gefallen – und manchmal auch solche, die sie aus ihren Lieblingsserien und -filmen kennen! Solches Cross-Media-Marketing und Merchandising zielt bewusst auf die Interessen und Lebenswelten der Kinder ab und soll sie dazu verlocken, Produkte mit den bekannten und beliebten Fernsehhelden zu kaufen.

Schauen Sie sich gemeinsam mit den Kindern einige solcher bekannten Marken, Figuren und Logos an. Schon in diesem Alter sind Kinder empfänglich für das Wiedererkennen von Zeichen, Symbolen und Marken, was sich die Werbewirtschaft zu Nutze macht. Sie kennen zum Teil schon Werbesprüche, Melodien und Slogans auswendig. Knüpfen Sie an diese Vorkenntnisse an. Fragen Sie zum Beispiel, welche Wer-

MEDIEN IN GESPRÄCH UND SPIEL



bespots ihnen besonders gefallen oder welche Musik und Lieder sie aus der Werbung kennen. Sie können danach fragen, welche Film- und Serienhelden die Kinder haben und so herausfinden, ob sie diese aus der Werbung oder von anderen Produkten her kennen.

Mögliche Fragen können sein:

- Wer sind eure Lieblingsfiguren aus Film und Fernsehen?
Wo habt ihr die außerhalb des Fernsehens schon mal gesehen? (Transfer)
- Wer kann Werbemelodien oder Lieder singen? (Mit diesem Spiel lässt sich erkennen, welche Kinder Werbung schauen und wahrnehmen)
- Welche Werbespots kennt ihr? Welche mögt ihr am meisten und warum?
(Bewertungen ausdrücken, je nach Alter: Qualitätsurteil begründen)
- Welche Werbespots mögt ihr nicht und warum?
- Kennt ihr irgendwelche Figuren und Stars aus der Werbung? Wie gefallen sie euch? (nachhaltige Wahrnehmung erkennen und Werbung bewerten, z.B. Paula die Kuh, M&M's, etc.)

In der Auswertung können beliebte Elemente der Werbung zusammengetragen werden: zum Beispiel eine nette Figur, ein cooler Clip, Musik, ein Webespruch, besondere Spezialeffekte oder ein Logo.

Sammeln Sie mit den Kindern ein paar Eindrücke aus ausgesuchten Werbespots, die Sie sich zusammen anschauen und tragen Sie zusammen, was in den Spots vermutlich nicht ganz der Wahrheit entspricht. Kann das Spielzeugflugzeug wirklich selbstständig fliegen und erwachen die Puppen wirklich zum Leben oder ist das alles vielleicht doch frei erfunden? Vielleicht haben Sie in Ihrer Gruppe das ein oder andere Kind, das manche dieser Produkte selbst kennt und besitzt. Es kann als „Experte“ sicher ein paar Eindrücke wiedergeben, was an der Werbung stimmt und was nicht. Erklären Sie den Kindern in einfachen Worten, wer diese Werbung macht und wozu sie dient. Auch wenn bekannte Figuren darin vorkommen oder das Präsentierte toll aussieht, **ist es wichtig für die Kinder zu verstehen, dass Werbung vor allem eines will: Verkaufen!**

Werbedetektive – Marken und Figuren auf der Spur

Werbung will ein bestimmtes Lebensgefühl vermitteln: „Iss dies und du wirst gesund“; „Trag diese Schuhe und du bist cool“. Und dabei setzt sie darauf, dass ein früh entwickeltes Markenbewusstsein eine langjährige Bindung zu einer Marke festigt und auch eine starke Identifikation mit dem Produkt erfolgt.

Für Kinder kann das später Folgen haben, denn in der Schule sind dann womöglich eher diejenigen cool, die bestimmte Markenkleidung tragen. Daher ist es wichtig Kin-

MEDIEN IN GESPRÄCH UND SPIEL



dem auch schon früh zu vermitteln, dass teure Marken nicht so wichtig sind wie die Menschen, die sie tragen – und dass ein Pulli ohne Logo genauso gut ist. Doch welche Marken kennen die Kinder überhaupt und woran erkennt man sie? Anhand von Bewegungsspielen lässt sich das leicht herausfinden! Dazu können sich beispielsweise alle in einem Stuhlkreis versammeln. Auf Ihre Fragen hin stehen dann die entsprechenden Kinder auf, die angesprochen werden.

Zum Beispiel können Sie fragen:

- Wer hat ein Logo auf dem Pulli?
- Wer trägt Schuhe mit einem Namen drauf?
- Wer hat eine Jeans ohne irgendetwas drauf?

Die Kinder können sich auch gegenseitig auf der Vorder- und Rückseite nach Marken, Symbolen oder Schriftzügen absuchen. Tragen Sie die Ergebnisse zusammen. Welche Logos und Figuren kennen die Kinder und was finden sie an ihnen besonders toll?

Wichtig: Versuchen Sie eine neutrale Atmosphäre zu schaffen und nicht per se Markenkleidung als schlecht zu titeln. Es ist wichtig, dass die Kinder nicht bloßgestellt werden. Versuchen Sie also möglichst neutral herauszustellen, wie das in Ihrer Gruppe aussieht.

Die Werbedetektive auf Spurensuche in der Kita

Werbung ist nahezu allgegenwärtig: auf Werbetafeln und Litfaßsäulen, in Printprodukten, im Fernsehen, Radio und Internet. Dabei nehmen wir oftmals gar nicht mehr bewusst wahr, wo uns allseits bekannte und neue Produkte ins Bewusstsein gedrängt werden sollen. Beim genauen Hinsehen fällt uns dann oftmals auf, dass auch unser zu Hause – wenn nicht sogar wir selbst – Träger von Werbung und bekannten Marken sind. Deshalb ist es wichtig, Kindern diese Werbung bewusst zu machen, damit sie geschickter und kritischer damit umgehen zu können. Lassen Sie zu diesem pädagogischen Zweck die Kinder als Werbedetektive Ihre Kita genau unter die Lupe nehmen. Denn auch hier finden sich beim genauen Hinsehen Werbebotschaften und bekannte Logos und Schriftzüge auf Spielsachen, Lebensmitteln sowie Haushalts- und Einrichtungsgegenständen.

Teilen Sie die Kinder in Gruppen auf und geben Sie ihnen entweder etwas zum Malen oder zum Fotografieren mit, damit sie alles, was ihnen beim Stöbern und Schnuppern auffällt, festhalten können. Sie können den Radius auch erweitern, indem Sie gemeinsam mit den Kleinen die unmittelbare Umgebung der Kita mit in den Blick nehmen. Oder unternehmen Sie einen kleinen Ausflug und halten Sie dabei alles an Werbung und Produktlogos fest, was sie unterwegs finden!

MEDIEN IN GESPRÄCH UND SPIEL



Die Ergebnisse können anschließend zusammengetragen werden:

- Welche Symbole, Logos und Marken haben die Kinder gefunden? Welche davon kennen sie? Welche davon sind ihnen eventuell besonders oft unter die Augen gekommen?
- Wie viele Werbeplakate haben sie gefunden? Wofür wird am meisten geworben? Lebensmittel, Parfüm, Kleidung, ...?
- Welche dieser Marken kennen die Kinder auch von zu Hause? Wer kauft diese Sachen und wofür?

Ein eigenes Kita-Logo entwickeln

Schöne bunte Formen und Farben machen Kindern Spaß. Werden Sie mit den Kindern kreativ und entwickeln Sie Werbung, ein Logo für die eigene Kita. Ob für die gesamte Kita, Ihre Gruppe oder einen Jahrgang: Kinder sind leidenschaftliche Maler und Bastler und denken sich gern etwas aus. Lassen Sie der Kreativität der Kinder freien Lauf und lassen Sie sie ihre Ideen malen und basteln.

Vorab können Sie auch die Ideen anhand bekannter Marken und Logos zusammentragen und fragen, was den Kleinen besonders gut gefällt und warum.

Anschließend können Sie versuchen, einen Konsens für das eigene Logo zu finden, indem Sie Fragen stellen:

- Welche Farben soll das Logo haben?
- Welche Form soll das Logo haben? Soll es rund, kreisförmig, eckig sein?
- Was soll das Logo beinhalten? Sollen die Initialen der KiTa darin vorkommen, soll eine bestimmte Figur oder Form zu sehen sein?

Finden Sie heraus, was die Kinder in der Kita besonders mögen.

Sie können gegebenenfalls auch mehrere Logos entwickeln. Ist das Design vollendet, steht der Veröffentlichung nichts mehr im Wege. Ob als Briefkopf auf das Kitapapier, als Aufnäher für Kleidung, Sticker/ Aufkleber oder Banner für die Eingangstür, als Hintergrundbild am Computer oder auf Tassen in der Küche – die Einsatzmöglichkeiten sind vielfältig!

Computerspiele testen

Dass Produkte womöglich nicht immer so sind, wie die Werbung sie präsentiert, ist eine Erfahrung, die man irgendwann mal macht. Im Zuge von Crossmarketing werden z.B. Produkte mit den Helden der Kinder aus Film und Fernsehen entwickelt, um die Bindung der Kleinen an ihre Lieblingsfiguren auszunutzen und so die Verkaufschancen zu erhöhen. So kommen dann zur Zeichentrickserie alsbald schon Spielsachen, Kleidung oder Frühstücksflocken dazu. Auch Computerspiele, welche die Lizenzen be-

MEDIEN IN GESPRÄCH UND SPIEL



kannter Marken aufgreifen, sind seit vielen Jahren üblich. Nicht alle dieser Spiele zeichnen sich durch eine hohe Qualität oder einen umfangreichen Spielspaß aus.

Lassen Sie die Kinder selbst zu Spieletestern werden. Entscheiden Sie sich mit den Kindern für ein oder zwei Spiele und testen Sie sie gemeinsam! Lassen Sie dazu am besten immer Gruppen von zwei bis drei Kindern gleichzeitig an den Computer und begleiten Sie sie dabei. Sie können die Kinder dabei animieren, das Spiel kritisch zu beäugen.

Stellen Sie zwischendurch Fragen, was ihnen an dem Spiel gefällt, was nicht, ob es optisch ansprechend ist, ob es fair oder zu schwer ist, abwechslungsreich, oder womöglich sogar langweilig. Woran liegt das? Kennen sie womöglich andere, ähnliche Spiele, die ihnen aber besser gefallen? Versuchen Sie den Kindern dabei zu helfen, auszudrücken, was ihnen gut oder weniger gut gefällt, aber bleiben Sie möglichst neutral und wenig suggestiv. Die Kleinen werden schon selbst merken, ob das Spiel etwas taugt oder sich eher als Mogelpackung entpuppt. Indem sie sich als „Produkttester“ versuchen, lernen sie, eine kritische Haltung einzunehmen, ein Produkt reflektierter zu beurteilen und sie können dabei möglicherweise wertvolle Erfahrungen sammeln, dass nicht automatisch alles toll sein muss, was bekannte Figuren auf der Packung trägt.

Nutzen Sie als Spieletest auch unser Material und die Testbögen.



MEDIEN UND FAMILIE



Werbe- und Konsumkompetenz muss gelernt werden



Kinder als Konsumenten zu gewinnen und zu binden ist Ziel von Werbung, denn sie haben Einfluss auf die Kaufentscheidungen der Eltern und bestimmen mit, welche Produkte auf dem Frühstückstisch stehen und welche Kleidung und Spielzeuge gekauft werden. Kostspielige und stets wechselnde Konsumwünsche können daher das familiäre Budget gefährden.

Für Eltern ist dies eine große Herausforderung, denn sie müssen lernen, den Kindern nicht jeden Wunsch zu erfüllen und ein konsequentes Nein zu formulieren. Ebenso sind sie Vorbild für ihre Kinder, so dass sie sich auch immer selbst hinterfragen sollten und überlegen, wie sie auf Werbung reagieren und sich verleiten lassen. Doch um die Werbekompetenz der Kinder zu fördern, können Eltern noch mehr tun.

Anregungen für die Eltern:

- **Weisen Sie Kinder auf Werbung in ihrem Umfeld hin,** sei es in Fernsehen, Radio, Zeitschrift, auf einem Plakat- oder in Online-Medien. Kommentieren Sie die Werbung ruhig auch mal kritisch und unterhalten Sie sich mit dem Kind darüber. So lernt es, Werbebotschaften reflektierter wahrzunehmen.
- **Gehen Sie kreativ mit Werbung um:** Erfinden Sie zu einem bekannten Spot einfach selbst passende und alberne Reime. Erfinden und kreieren Sie selbst Werbespots.
- **Seien Sie Vorbild!** Reflektieren Sie, wie Sie selbst mit Werbung umgehen. Welche Spots gefallen Ihnen, welche eher nicht? Wie lassen Sie sich verleiten durch Werbung? Wonach treffen Sie Ihre Kaufentscheidung?
- **Nutzen Sie mit den Kindern werbefreie Medien:** Kindersendungen dürfen laut Gesetz nicht durch Werbung unterbrochen werden. Verboten ist auch die Platzierung von Schleichwerbung und Sponsorenlogos in Kindersendungen. Schauen Sie daher mit den Kindern ausgewiesenes Kinderfernsehen, wie z.B. Kika. Wenn Ihre Kinder gerne Sendungen in privaten Programmen schauen (Super RTL, Disney Channel etc.), dann begleiten Sie sie nach Möglichkeit dabei und machen die Werbung zwischen den Sendungen ruhig zum Thema.

MEDIEN UND FAMILIE



Sie können Werbung auch entgehen, in dem Sie DVDs nutzen oder bei aufgenommenen Sendungen die Werbung weiterspulen. Dies gilt auch fürs Internet – es gibt viele Webseiten, die kindgerecht und damit werbefrei sind. Nutzen Sie dabei auch Kindersuchmaschinen, wie z.B. Fragfinn.de oder Blinde-kuh.de.

Auch kindgerechte APPs verzichten auf Werbung und auf sogenannte In-APP-Verkäufe. Nutzen Sie daher mit den Kindern möglichst nur APPs, die dies nicht ermöglichen. Falls Sie dennoch eine APP mit den Kindern, die In-APP-Verkäufe ermöglicht, regulieren Sie den Zugang zum Internet und stellen Sie dies technisch sicher, dass Ihr Kind nicht aus Versehen etwas kauft. Wie Sie die technischen Einstellungen vornehmen, finden Sie unter unserer Rubrik „Links&Tipps“.

- **Installieren Sie einen Werbeblocker und surfen Sie gemeinsam mit Ihrem Kind.** Ein Werbeblocker blockiert Werbebanner und Werbeanzeigen auf Internetseiten. Bedenken Sie dabei aber auch, dass es viele gute Angebote im Internet kostenfrei nur geben kann, weil sie sich über Werbung finanzieren. In jedem Fall sollten Sie die Kinder bei den ersten Schritten im Internet begleiten und Sie dabei ggf. unterstützen Werbung zu erkennen.
- **Reden Sie mit den Kindern über ihre Konsum- und Markenbedürfnisse.** Für das Kind ist es wichtig, früh zu lernen, dass Wünsche Geld kosten und deswegen nicht alle erfüllt werden können. Geben Sie älteren Kindern Alternativen und lassen Sie sie mitbestimmen. Fragen Sie die Kinder, wie die Wünsche zustande kommen und nehmen Sie die Kinder in ihren Anliegen ernst.
- **Geben Sie nicht nach:** Fahren Sie eine klare Linie und bleiben Sie bei einem „nein“ – auch wenn es schwer fällt. Begründen Sie Ihre Entscheidung. Lassen Sie Ihr Kind schon früh lernen eine Auswahl zu treffen und geben Sie ihm ein kleines Taschengeld, über das es selbst verfügen kann. Werbeerziehung ist auch Konsumerziehung.

Einen Basar veranstalten

Eine spaßige und kreative Möglichkeit, mit Kindern das Thema Werbung aufzugreifen, ist ein Basar, den man mit der Familie und/oder mit Freunden im heimischen Wohnzimmer, im Garten oder im Hinterhof veranstaltet. Nicht mehr benötigtes Spielzeug, selbstgemalte Bilder, Gebasteltes und Gesammeltes kann dort verkauft werden. Lassen Sie die Kinder ihre Waren ruhig richtig anpreisen. Die Kinder können dabei auch einen ersten Umgang mit Geld erlernen.

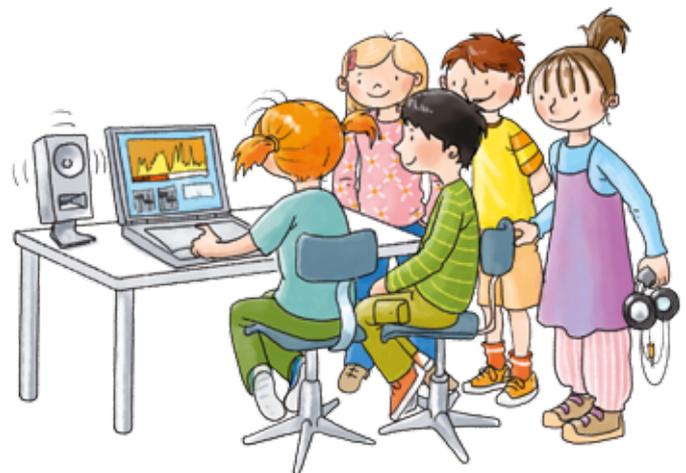
MEDIEN UND FAMILIE



Die Werbedetektive daheim

Was in der Kita funktioniert, kann auch problemlos zu Hause angewendet werden. Auch dort können Eltern mit ihren Kindern gemeinsam Werbedetektive spielen! Gewiss lassen sich auch daheim viele Dinge finden, die man aus Film, Werbung und Radio kennt. Dabei kann alles zusammengetragen werden, worauf die Lieblingsfiguren der Kinder abgebildet sind, z.B. T-Shirts, Zeitschriften, Schultaschen, Stifte, etc. Gemeinsam mit den Kindern können die Lieblingszeitschriften durchgeblättert und die Seiten gezählt werden, auf denen Werbung zu sehen ist.

Welche Namen und Logos tauchen im eigenen Kühlschrank, im Spielzeugzimmer oder im Bad besonders häufig auf? Gemeinsam kann man sich daran erinnern, wann ein bestimmtes Produkt gekauft wurde, wer es haben wollte, was an dem Tag passiert war und was man damit erlebt hat – hat es sich gelohnt, dieses Produkt zu kaufen? Dabei werden neben der kritischen Reflexion sicherlich auch schöne Erinnerungen an die letzten Monate oder Jahre ins Gedächtnis gerufen.



MEDIEN AKTIV



Wir drehen einen Werbeclip



Größer, schneller, besser! Werbebotschaften präsentierenden Spielsachen und Markenprodukte immer im besten Licht – und nicht selten wird dabei übers Ziel hinausgeschossen. Da erwachen Figuren zum Leben, Rennautos können die Schallmauer durchbrechen und neue Konsolen lassen einen ins Spiel selbst eintauchen. Mit der Zeit erkennt man jedoch, dass solche Werbespots übertrieben sind und nicht immer für bare Münze genommen werden sollten. Entwickeln Sie mit den Kindern einen eigenen Werbeclip. Lassen Sie die Kinder selbst ein Phantasie-Produkt entwickeln, welches im Clip angepriesen wird. Sie können dies aber ebenso gut mit Spielzeug machen. Dem Spielzeug können dann neue Eigenschaften hinzugefügt werden oder Sie entwickeln mit den Kindern einen Werbespot für die Kita, die eigene Kitagruppe.

Nutzen Sie als Anregung zur Umsetzung unser Material:

Wir drehen einen Werbeclip.

.....

Einen Werbespot drehen

Was wollen wir präsentieren? Wofür wollen wir Werbung machen?

- Regen Sie die Kinder an, selbst ein „atemberaubendes“ Produkt zu entwerfen. Lassen Sie der Fantasie freien Lauf, was das Spielzeug alles können und wie es heißen sollte. Skizzen und Bilder können den kreativen Schaffensprozess beflügeln. Das Spielzeug kann entweder in der Fantasie oder auf dem Papier entstehen; vielleicht lässt es sich mit dem richtigen Material aber auch tatsächlich basteln.
- Sie können einen Mitbring-Tag veranstalten, an dem jedes Kind das eigene Lieblingsspielzeug in die Kita bringen und anpreisen darf. Überlegen Sie mit den Kindern, wie sie ihre Spielsachen eindrucksvoll und gerne auch übertrieben präsentieren können.

Haben Sie „das perfekte Produkt“ vor Augen, sei es ein fantastisches Spielzeug oder das bald anstehende, eigene Kita-Fest, muss das natürlich auch unter die Leute gebracht werden. Wie wir alle wissen, steht und fällt der Erfolg schließlich mit dem Marketing – ein guter Werbespot ist also unerlässlich!

.....

MEDIEN AKTIV



Wir drehen einen Werbeclip

Wir brauchen: Kamera, Stativ, Laptop, Computer, Mikrofon, etc.

Vorbereitungen:
 → Wir denken uns etwas aus, für das wir Werbung machen möchten.
 → Was ist so großartig an unserem Produkt Teddy? Wir sammeln gute Verkaufsargumente: Er schmeckt gern, ist lieb und fröhlich, kann gut zuhören.
 → Wir denken uns einen tollen Namen aus: z.B. Super-Bär
 → Wir überlegen uns einen guten Werbespruch und ein Werbebild: „Diesen süßen Super-Bär lieben alle Kinder sehr!“

Unser Storyboard entsteht:

Auf die Klappe fertig los:
 → Und jetzt ansetzen: Das Produkt wird vorgestellt.
 → Auch mal die Kamerainstellung wechseln, z.B. Nahaufnahmen.
 → „Diesen süßen Super-Bär lieben alle Kinder sehr!“

Der Schnitt: → Wir laden unsere Aufnahmen in den Computer und schneiden sie.

Präsentation:

Technik und Storyboard

Besprechen Sie dazu zunächst das Drehbuch für den Spot und legen Sie dabei grundlegende Details fest: Wie lange soll die Werbung sein? Werbespots dauern in der Regel weniger als eine Minute. Die Kunst liegt also darin, in dieser kurzen Zeitspanne alle wichtigen Verkaufsargumente unterzubringen. Dazu muss also festgelegt werden, welche Aspekte des Produkts im Mittelpunkt stehen sollen. Soll der Werbespot actionreich sein? Wird Musik benötigt oder wird selbst ein Lied gesungen? Welcher Werbeslogan passt zu unserem Spot?

Aber auch in filmischer Hinsicht müssen Entscheidungen getroffen werden: Was soll gedreht werden? Welche Aufnahmen/Bilder sollen entstehen? Nutzen Sie hierfür als Vorlage **das Storyboard**.

Für den Dreh benötigen Sie eine Foto- oder Videokamera, ein Tablet oder ein Smartphone. Machen Sie zunächst mit den Kindern eine Einführung in die Technik. Sie können dazu auch einfache Übungen machen, in dem sich die Kinder gegenseitig filmen und interviewen. Jedes Kind sollte die Technik mal bedient haben.

Ebenso können Sie mit den Kindern filmisch arbeiten, z.B. indem Sie mit der Kamera zaubern (Material: **Zaubern mit der Kamera**) oder arbeiten Sie mit verschiedenen **Perspektiven** und **Einstellungen**.

- Einfache Zeitraffereffekte herstellen mit der APP Hyperlapse verfügbar für **iOS** und für **Android**.
- Filmschnitt mit **Movie Maker**

Neben einem filmischen Werbespot gibt es natürlich auch noch andere Möglichkeiten, das Produkt anzupreisen. Je nach Alter, Größe, technischen Fähigkeiten oder Vorlieben der Gruppe kann der Spot auch als Radiowerbung oder als eine Art Theateraufführung aufgenommen werden.

Ist der Werbespot fertig, können Sie den Schaffensprozess gemeinsam mit den Kindern reflektieren: Wie ist das perfekte Produkt zu Beginn entstanden? Wie wirkt es nun durch den Werbespot? Die Kinder übertragen diesen Erkenntnisgewinn vielleicht auf das Werbefernsehen, und nehmen daraus mit, dass ein Produkt nicht unbedingt immer einhält, was ein professionell aufbereiteter Werbespot verspricht.

Nutzen Sie als Anregung zur Umsetzung unser Material:

Wir drehen einen Werbeclip

MEDIEN AKTIV



Medienpädagogische Ziele

- Werbekompetenz entwickeln
- Medienkritische Haltung
- Sprachförderung
- Technischen Umgang mit Fotokamera und Videokamera erlernen
- Förderung der Kreativität und Phantasie
- Förderung der Wahrnehmung



LINKS UND TIPPS:



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

LfM-Studie und Material zu Kinder und Onlinewerbung

Welchen Werbeformen begegnen Kinder im Internet? Wie verstehen Kinder Onlinewerbung und wie gehen sie mit ihr um? Welche Probleme gibt es und wie kann man damit umgehen?

Die Studie „Kinder und Onlinewerbung“ untersucht diese Fragen aus kommunikationswissenschaftlicher, medienpädagogischer und rechtlicher Perspektive und zeigt Handlungsoptionen auf.

Zusammenfassung der Ergebnisse

Auf Basis der Ergebnisse ist zudem eine Informationsplattform entstanden sowie Material zum Umgang mit Onlinewerbung auch in der Familie.

Infoportal Kinder-Onlinewerbung

Kinder und Onlinewerbung. Ein Ratgeber für Eltern

Verflixte Werbeklicks. Ein Spiel für die ganze Familie zum Thema Internet und Werbung

Werbung entdecken und (be-)greifen – mit dem Hörwurm Ojoo. Begleitheft mit didaktischen Anregungen. Ein Elementarpaket zur Wahrnehmungs- und Werbekompetenzförderung ab der Vorschule bis zur zweiten Klasse

Das Material von mediasmart gibt einen Überblick über die Entwicklung der Werbekompetenz bei Kindern und bietet praktische und kreative Anregungen zur Auseinandersetzung mit Werbung mit Kindern. Zum Hintergrund von Mediasmart: Der Verein wurde durch werbetreibende Unternehmen und Verbände ins Leben gerufen.

Abruf des PDFs

Spielesoftware – ausgezeichnet und ausgewählt

Der Markt der Spiele ist umfangreich und oft unübersichtlich, daher ist es nicht immer leicht, gute Spiele zuerkennen und für die Kinder auszuwählen. MedienpädagogInnen, Kinder und Jugendliche wählen daher jedes Jahr aus und testen verschiedene Spiele und Apps. Die besten werden ausgezeichnet.

Pädi 2015: Die Gewinner

Deutscher Kindersoftwarepreis

LINKS UND TIPPS:



Hörspielskripte von Auditorix zur freien Verfügung

Ein Hörspiel von A – Z selber machen, macht Spaß. Manchmal fehlt aber die Zeit, um alles von Anfang bis Ende mit Kindern gemeinsam umzusetzen. Hier werden fertige Skripte zur Verfügung gestellt. Sie sollen den Entstehungsprozess erleichtern und zeitliche Freiräume für das Geräuschemachen, Spielen, Sprechen, Musizieren und Aufnehmen schaffen.

[Zu den Manuskripten](#)

Smartphone und Tablet mit Kindern sicher nutzen

Bevor Sie mit Kindern Tablets oder Smartphone nutzen empfiehlt es sich die Geräte kindersicher zu machen. Eine Anleitung finden Sie auf der Seite von schau-hin.

[Sicherheitseinstellung iOS](#)

[Sicherheitseinstellung Android](#)

Wir drehen einen Werbeclip



Wir brauchen:



Vorbereitungen:

→ Wir denken uns etwas aus, für das wir Werbung machen möchten.



Unser Storyboard entsteht:

- Was ist so großartig an unserem Produkt Teddy? Wir sammeln gute Verkaufsargumente: Er schmust gern, ist lieb und flauschig, kann gut zuhören.
- Wir denken uns einen tollen Namen aus: z.B. Super-Bär
- Wir überlegen uns einen guten Werbespruch und ein Werbelied: „Diesen süßen Super-Bär lieben alle Kinder sehr!“

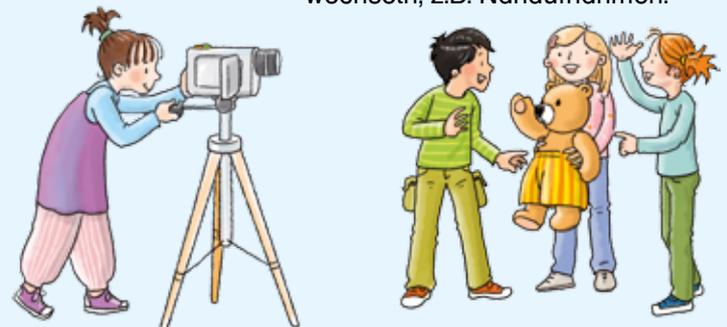
Auf die Klappe fertig los:



→ Und jetzt anpreisen: Das Produkt wird vorgestellt.



→ Auch mal die Kameraeinstellung wechseln, z.B. Nahaufnahmen.



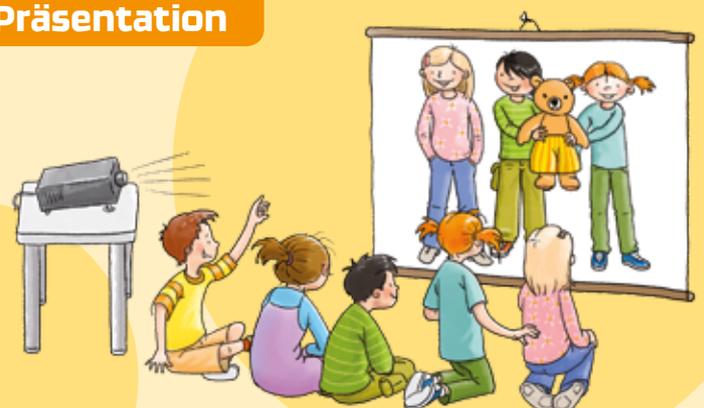
→ „Diesen süßen Super-Bär lieben alle Kinder sehr!“

Der Schnitt

→ Wir laden unsere Aufnahmen in den Computer und schneiden sie.



Präsentation



IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen (LfM)
Zollhof 2, 40221 Düsseldorf
www.lfm-nrw.de

Bereich Kommunikation

Verantwortlich: Dr. Peter Widlok
Koordination: Regina Großefeste

Bereich Medienkompetenz und Bürgermedien

Verantwortlich: Mechthild Appelhoff
Redaktion: Rainer Smits
E-Mail: mekokitaservice@lfm-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

