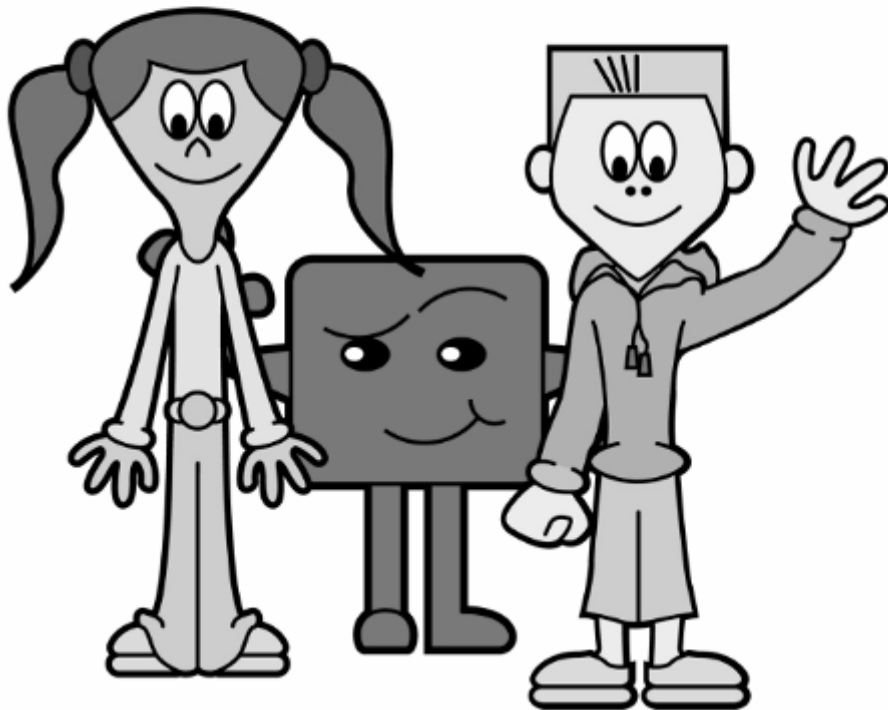
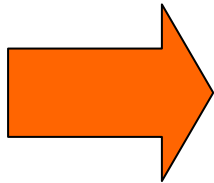


Augen auf Werbung

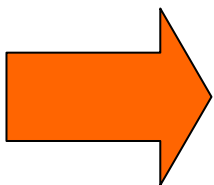


Was ist Media Smart?



Gemeinnütziger Verein zur Förderung
von Medien- und Werbekompetenz bei Kindern.

Wie engagiert sich Media Smart?



Media Smart entwickelt mit Experten
aus Schul- und Medienpädagogik kostenloses
Unterrichtsmaterial.

Mitglieder und Förderer des Media Smart e.V.



Wächter & Wächter Worldwide Partners.

Warum unterstützen Werbung treibende Unternehmen die Initiative?

- Beitrag zur Bildung mündiger Bürger
- Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung
- Proaktive Maßnahme, um der Debatte um mögliche Werbeverbote konstruktiv zu begegnen

Statements einiger Gründungsmitglieder

**Martin Krapf, Geschäftsführer
IP Deutschland**

"Als Vermarkter von
Fernsehwerbung - und
insbesondere von Super RTL -
sehen wir uns mit in der
Verantwortung,
Medienkompetenz aktiv zu
fördern."

Claude Schmit, Geschäftsführer Super RTL:

„Alle reden von Medienkompetenz, aber in den
Schulen ist davon bislang wenig zu sehen. (...)
Deshalb ist es wichtig zu erklären, wie Werbung
im Fernsehen funktioniert.“

Welt, 12.10.2005

**René Wörns, Marketing Direktor
Hasbro:**

„Die Medienkompetenz für Kinder
sollte für viele Unternehmen ein
unterstützenswertes Ziel sein.“
Markenartikel 11/2005

Lehrerstimmen: „Medien- und Werbeerziehung in der Grundschule“

"Wichtig, weil Kinder ja täglich damit konfrontiert werden"

"Man muss eine Kompetenz entwickeln, um das Ganze kritisch zu beäugen"

"Das ist ja schon lange ein Problem, es hätte in der Schule schon längst auftreten müssen"

"Fernsehen gehört von morgens bis abends zum Leben der Kinder dazu, das ist ihre Lebenswelt"

"Bei dem Thema haben wir das Problem, dass halt immer die Eltern-Erziehung mit rein spielt – die bestimmen den Medienkonsum"

"Das war ja z.T. auch verboten – in Bayern. Das kam erst mit dem neuen Lehrplan"

Woher stammt die Idee?

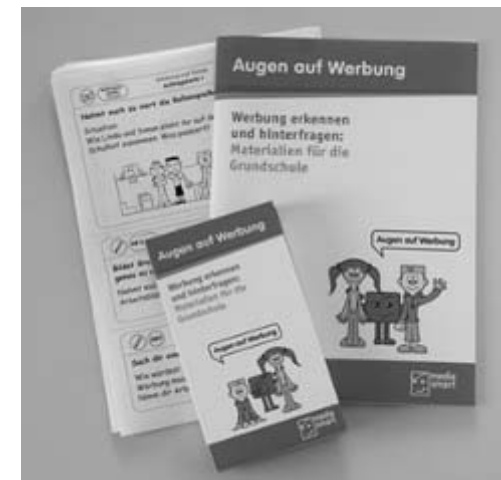
Vorbild ist die gleichnamige englische Initiative.
Das Schulmaterial „Be Advise“ ist inzwischen an
13.000 Schulen.



Wie entstand das deutsche Konzept „Augen auf Werbung“?

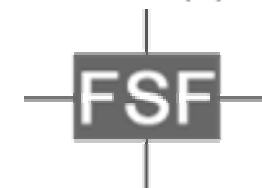
Das Material „Augen auf Werbung“ wurde in
Zusammenarbeit mit einem Expertenbeirat neu
entwickelt.

Es wurde für die Verwendung in der 3. und
4. Klasse konzipiert.

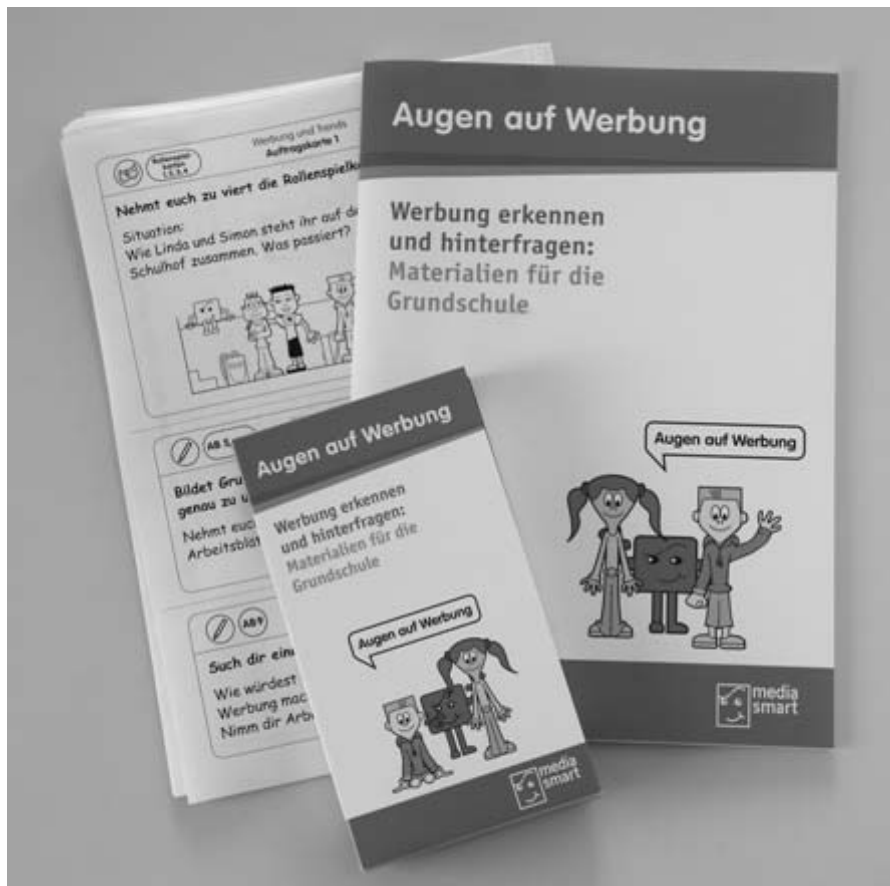


Expertenbeirat

- Prof. Dr. Stefan Aufenanger
(FB Erziehungswissenschaft u. Medienpädagogik, Uni Mainz)
- Prof. Dr. Norbert Neuß (GMK, FH Göttingen)
- Rainer Smits (Landesanstalt für Medien NRW)
- Leopold Grün (FSF)
- Sandra Ostermann (Deutsches Kinderhilfswerk)
- Uta Brumann (Grundschullehrerin und freie Redakteurin)



Schulpaket „Augen auf Werbung“ Klasse 3 und 4



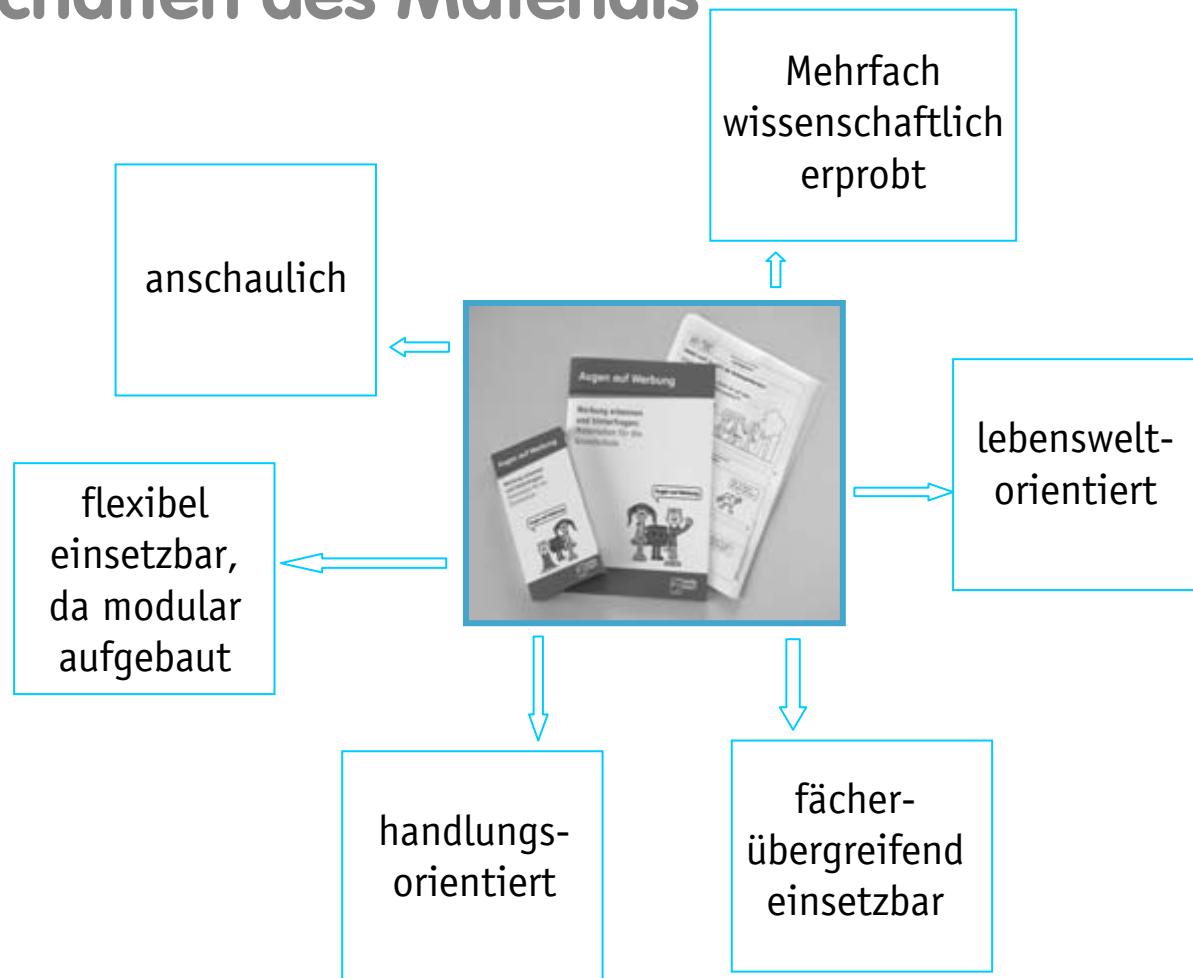
Inhalt

- Lehrerbroschüre
- Kopiervorlagen
 - Schaubilder
 - Auftragskarten
 - Arbeitsblätter
- DVD

Lernziele

- Zwischen Werbung und redaktionellem Inhalt unterscheiden können
- Erkennungsmerkmale beschreiben können
- Produktionsprozesse kennen
- Ökonomische Funktion durchschauen
- Eigenes Konsumverhalten hinterfragen
- Mündige (Kauf-)Entscheidungen treffen

Eigenschaften des Materials



Video „Augen auf Werbung“

- **10-minütiger Film:** Rolle von Medien, Werbung und Konsum im Alltag von Grundschulkindern
- Werbebeispiele
- Making Of eines Spots



Resonanz

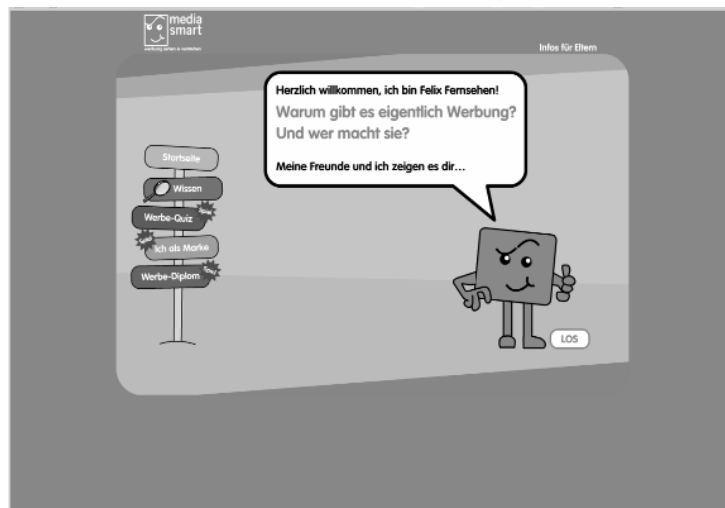
- ➡ Schulen: 6.100
- ➡ Lehrer/innen: 7.800
- ➡ Paket (1. Aufl.): 6.500
- ➡ Paket (2. Aufl.): 1.500 (seit 9/06)
- ➡ DVDs: 800

Downloads

- Broschüre: 8.000
- Kopiervorlagen: 12.000
- Infoblatt für Eltern: 1000
- Daten aus Medien- und Konsumforschung: 1200



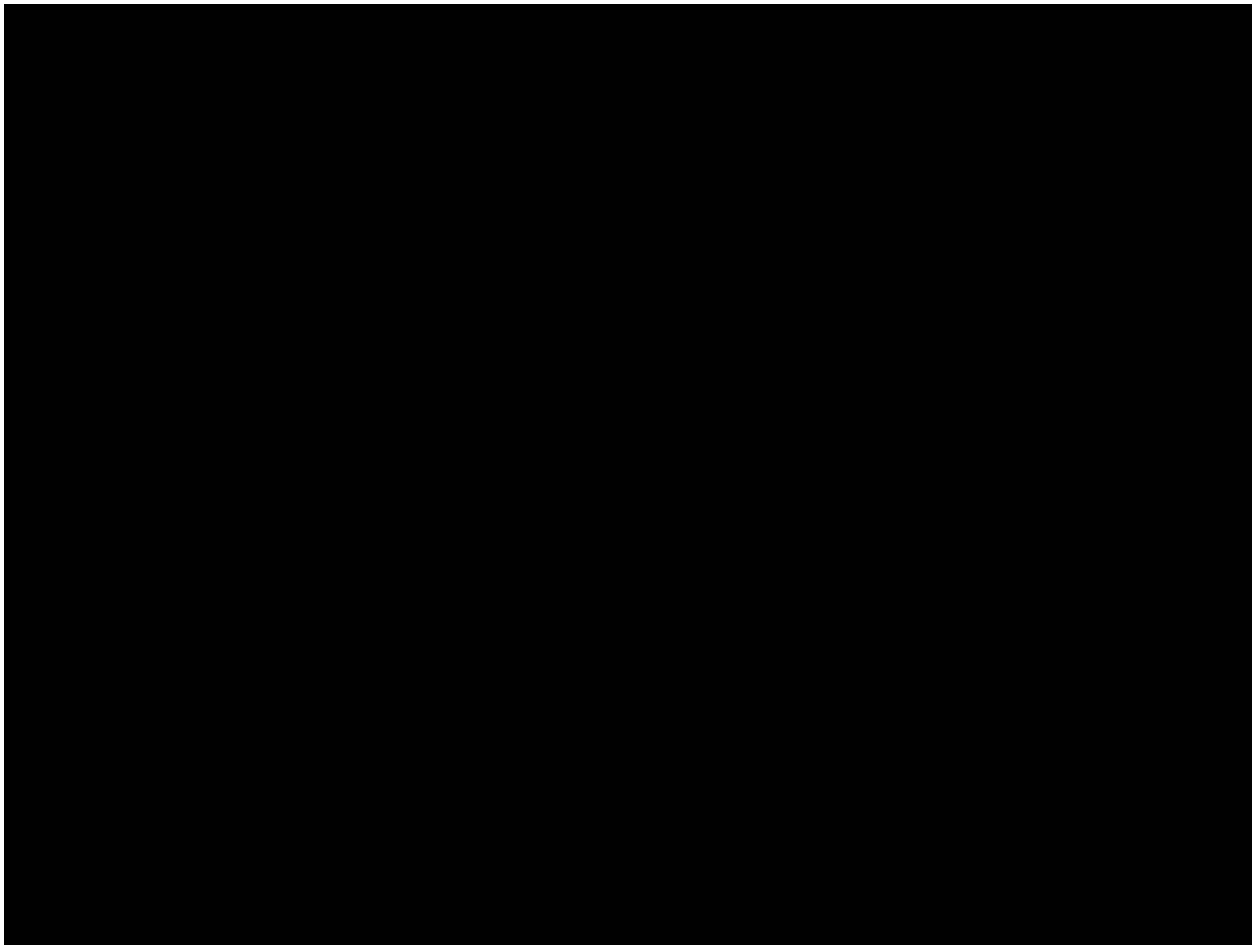
Kinderseite



- Online-Auftritt der Figuren aus den Schulmaterialien
- Interaktive Lernspiele
- Kindgerechte Informationen über Medien und Werbung
- Verlinkung zu thematisch verwandten Online-Angeboten für die Altersgruppe

TV- und Printkampagne

TV-Spot „Mütze“ (30“)



Spoteinsätze



➡ 650 TV-Einsätze insgesamt

➡ 10.000 Downloads von mediasmart.de

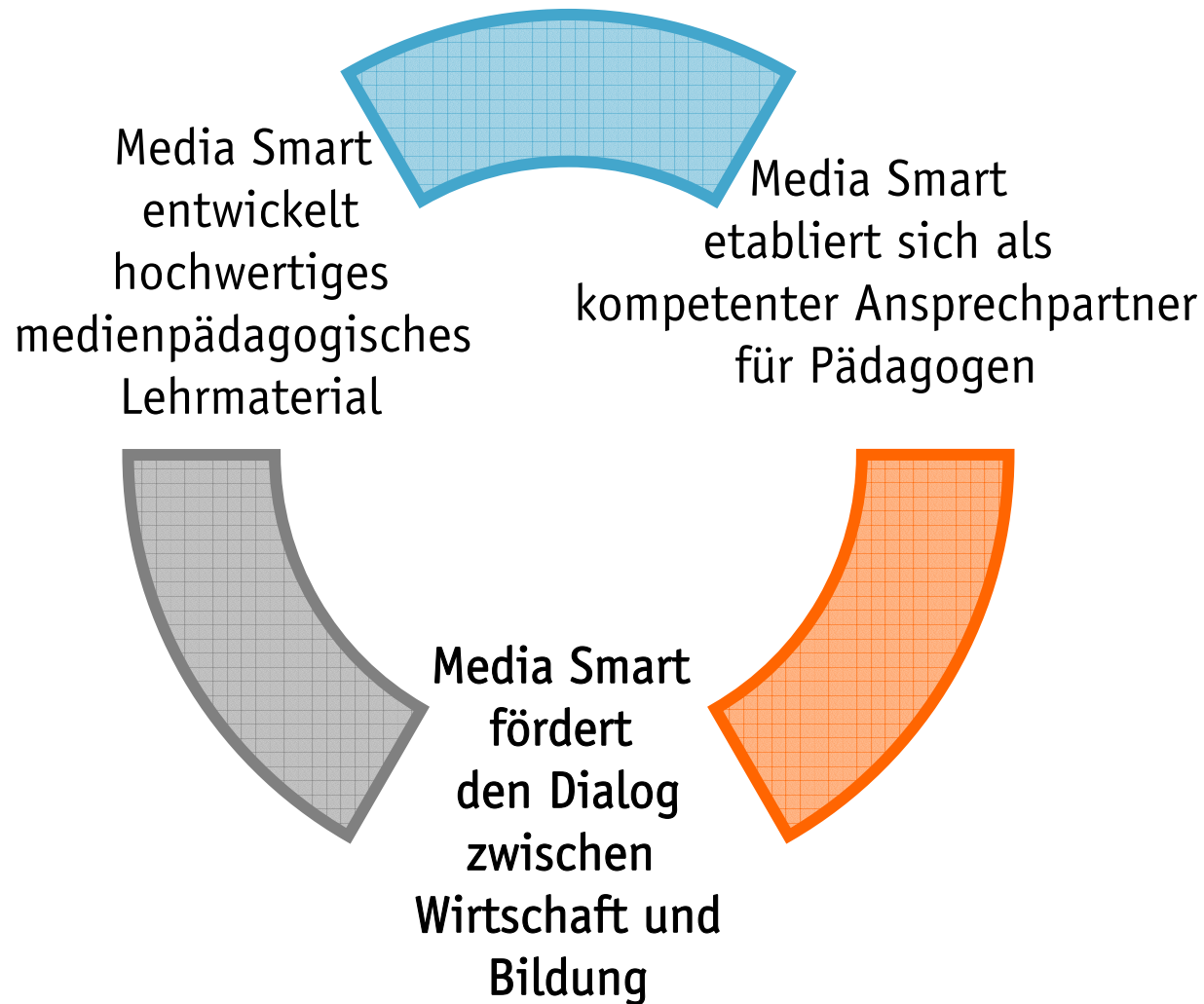
Print-Kampagne in Eltern for Family, Stern, Eltern Ratgeber Schule



Ausblick

- Überarbeitung Unterrichtsmaterial (nach Evaluierung in 2006)
- Neuauflage zum neuen Schuljahr 2007
- Erweiterung der Website (Filmdownloads etc.)
- Dazu Mailing an alle Grundschulen, Spot „Mütze“ in TV und/oder Radio
- Fachtagung in Berlin

Fazit



Media Smart e.V.

Gemeinnütziger Verein zur Förderung von
Medienkompetenz bei Kindern und Jugendlichen



Kontakt

info@mediasmart.de

Media Smart e.V.
Richard-Byrd-Straße 6
50829 Köln

Tel: 0221 9155 1335
Fax: 0221 9155 1338