

## Grenzenloses Werben?

### Crossmediale Markenstrategien als Herausforderung für den Jugendschutz

25. Mai 2007, 10.00 – 17.00 Uhr, Französischer Dom, Berlin:

Die Werbung ist die wichtigste Finanzierungsgrundlage für viele Medien. Auch unsere Volkswirtschaft kann ohne Werbung nicht auskommen, denn nur so können Produkte eingeführt und Umsatz generiert werden. Werbung ist also Teil unseres marktwirtschaftlichen Systems. Der Anspruch an die Medien, Werbung vom Inhalt deutlich zu trennen, ist gesetzlich vorgeschrieben. Für Werbung im Fernsehen und im Netz gibt es Werbebeschränkungen, um die Folgen der Werbung in Grenzen zu halten. Ob in den Printmedien, im Fernsehen oder Onlinereich, die Vorgaben sind eindeutig. Durch das crossmediale Markenmanagement und die technischen Entwicklungen im Internet haben sich neue Werbeformen etabliert, die den Trennungsgrundsatz grundsätzlich in Frage stellen.

Kinder und Jugendliche sind die Kunden von morgen. Aufgrund des demographischen Wandels werden sie bereits heute zu einer umkämpften Zielgruppe. Werbetreibende versuchen schon die Vorschulkinder an sich zu binden. Während von Erwachsenen erwartet wird, dass sie die Strategien der Werbung durchschauen, müssen Kinder Werbekompetenz erst lernen. Pädagogen vermuten, dass Kinder den Unterschied zwischen redaktionellen Inhalten und Werbung kaum wahrnehmen können. Immer wieder wird gefordert, Kinder von der Werbeflut fernzuhalten. Andere meinen, nur wer früh mit Werbung konfrontiert ist, kann lernen, mit ihr umzugehen. Wie können wir rechtlich, ethisch und pädagogisch mit dem Thema Werbung sinnvoll umgehen?

#### Veranstaltungsort:

**Französischer Dom**  
Gendarmenmarkt 5  
10117 Berlin

#### Information und Anmeldung (bis 20.05.2007) unter:

Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e. V.  
Hallesches Ufer 74–76  
10963 Berlin  
Tel.: 030 23 08 36 60 / Fax: 030 23 08 36 70  
Mail: [graubnerc@fsf.de](mailto:graubnerc@fsf.de)

Eine Veranstaltung von:

Rundfunkbeauftragter der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD)

Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF)

Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia (FSM)

Deutsches Kinderhilfswerk (DKHW)

Verein zur Förderung der publizistischen Selbstkontrolle (FPS)

### Programm

- 10.00 – 10.15**      **Begrüßung** (Bernd Merz, Prof. Joachim von Gottberg)
- 10.15 – 10.45**      **Werbung – Chancen und Gefahren**  
Prof. Dr. Uwe Sander, Universität Bielefeld
- 10.45 – 11.30**      **Marken als multimediales Brandzeichen?**  
Dr. Claudia Lampert, Hans-Bredow - Institut
- 11.30 – 12.00      Kaffeepause
- 12.00 – 12.30**      **Kinder – Werbung – Wertekommunikation**  
Prof. Dr. Roland Rosenstock, Universität Greifswald
- 12.30 – 13.00**      **Medienethik und Ästhetik.**  
**Neue Werbeformen als Herausforderung für die Medienselbstkontrolle**  
Dr. Ingrid Stapf, Berlin
- 13.00 – 13.30**      **Diskussion im Plenum** (Moderation: Christian Schicha, FPS)

Durch das Vormittagsprogramm führt Bernd Merz

- 13.30 – 14.15      Mittagspause
- 14.15 – 14.45**      **Und jetzt auch noch Schleichwerbung?**  
Rechtlicher Rahmen für Werbung in Fernsehen und Internet  
Dr. Matthias Heinze, Rechtsanwalt
- 14.45 – 15.45**      **Und die Praxis?**
- Umgang mit Werbung in den Sendern**  
Martin Rabius, Kabel 1
- Einsatz von Werbung im Internet**  
Dr. Silke Springenguth, AOL Deutschland Medien GmbH
- Kaffeepause
- Augen auf Werbung! Mediasmart und Werbekompetenz**  
Birgit Guth, Super-RTL
- Kinder als Konsumenten:**  
**Verführte Opfer oder kompetente Entscheider?**  
Sandra Ostermann, DKHW
- 15.45 – 16.15**      **Abschlussdiskussion mit den Referenten und dem Plenum**  
Moderation: Prof. Joachim von Gottberg, FSF

Durch das Nachmittagsprogramm führt Joachim von Gottberg