

In Kooperation mit Media Smart e.V.



medien impuls diskutiert Einfluss der neuen Werbeformen auf Kinder Stärkung von Medienkompetenzprojekten notwendig!

Berlin, 20. Mai 2010: Werbung findet man überall. Auch Kinder sind unausweichlich mit ihr konfrontiert. Die *medien impuls*-Veranstaltung, organisiert von der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V. und der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen in Kooperation mit Media Smart e.V., am 19. Mai in Berlin widmete sich den rechtlichen und pädagogischen Konsequenzen, die diese Omnipräsenz mit sich bringt.

Kinder haben nicht die gleiche Souveränität im Umgang mit neuen Medien wie Erwachsene. Ihnen fehlt die Erfahrung in der Mediennutzung. Besonders im Internet begegnen Kinder immer neuen Werbeformen, die sie vor Herausforderungen stellen können – sei es die Unterscheidung zwischen Werbung und Inhalt oder die Einordnung von Werbebotschaften. An dieser Stelle muss die Medienpädagogik ansetzen. Kindern muss Medienkompetenz vermittelt werden, um sie für die neuen Medien fit zu machen. Die Förderung von Medienkompetenzprojekten und der verstärkte Einsatz von Aufklärungsmaterialien muss von der Politik, den Anbietern und Initiativen angestrebt werden.

Der *medien impuls* lieferte umfassende Einblicke in diese Thematik. Claude Schmit, Vorstandsvorsitzender von Media Smart e.V., führte in das Thema Werbung im Kinderumfeld ein und sprach über Lösungsansätze eines werbefinanzierten Kinderprogramms. Dr. Christoph Klimmt von der Universität Mainz informierte über neue Werbeformen im Internet. Außerdem sprach Professor Dr. Stefan Aufenanger über die Faszination, die Werbung auf Kinder ausübt, und wie Internetwerbung von ihnen wahrgenommen wird.

Zu einem konstruktiven Austausch kam es zum Abschluss der Veranstaltung auf dem Podium zum Thema „Erkennen und einordnen. Was können pädagogische Ansätze für Eltern, Kinder und Jugendliche leisten?“. Anwesend waren Sabine Frank (FSM), Paul Mudter (IP Deutschland), Rainer Smits (LfM), Magdalena Stepien (Media Smart U.K. – Europe) und Jens Wiemken (freier Medienpädagoge). Die Diskussion brachte die Erkenntnis, dass es bereits gute Werbeaufklärungsmaterialien in Deutschland gibt, die darauf warten, von Bildungseinrichtungen eingesetzt zu werden. Die Schwierigkeit besteht jedoch darin, das Material sinnvoll in der Schule und in den Unterricht zu integrieren. Hier besteht ein eklatanter Bedarf, bürokratische Hürden abzubauen und eine Zusammenarbeit zwischen Unternehmen, Initiativen und der Bildungspolitik zu fördern und anzustreben.

Claude Schmit, Vorstandsvorsitzender von Media Smart e.V.: „Die Stärkung von Medienkompetenz gilt unter Bildungsexperten als ein wichtiger Baustein, um der Bildungsbenachteiligung in einer von Konsum und Medien geprägten Gesellschaft entgegenzuwirken. Auch im Bereich der Onlinevermarktung ist die Übernahme von sozialer Verantwortung gegenüber den Konsumenten eine Aufgabe, die die Unternehmen wahrnehmen müssen. Dabei sehen wir unsere wirtschaftliche Funktion nicht als Widerspruch, sondern als konstruktive Mitgestaltung.“

Über die FSM

Die Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V. (FSM) ist die anerkannte Selbstkontrollereinrichtung für den Bereich Telemedien. Der Verein engagiert sich in erster Linie für den Jugendmedienschutz – insbesondere die Bekämpfung illegaler, jugendgefährdender und entwicklungsbeeinträchtigender Inhalte in Online-Medien. Dazu betreibt die FSM eine Beschwerdestelle, an die sich jedermann kostenlos wenden kann, um jugendgefährdende Online-Inhalte zu melden. Die umfangreiche Aufklärungsarbeit und Medienkompetenzförderung von Kindern gehört zu den weiteren Aufgaben der FSM. Unter dem Dach der FSM sind neben der Selbstkontrolle Mobilfunk auch die Selbstkontrolle der Suchmaschinenanbieter sowie die Selbstkontrolle der Chatanbieter angesiedelt.

Über die FSF

Die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen e.V. (FSF) ist die anerkannte Selbstkontrollereinrichtung der privaten Fernsehanbieter. Kern ihrer Arbeit ist die Prüfung von Sendungen unter Jugendschutzgesichtspunkten vor der Ausstrahlung. Darüber hinaus fördert sie den wissenschaftlichen Diskurs über Medienwirkungen und erstellt neben inhaltlichen Fachpublikationen zahlreiche Materialien für die schulische und außerschulische Bildungsarbeit.

Über Media Smart e.V.

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

Kontakt und nähere Informationen zu den Referenten und Fachvorträgen

FSM e.V., Spreeufer 5, 10178 Berlin; Katja Lange, Tel.: 030 24 04 84 - 43

Mail: [lange\[at-Zeichen\]fsm.de](mailto:lange[at-Zeichen]fsm.de), www.fsm.de

FSF e.V.; Hallesches Ufer 74–76, 10963 Berlin; Camilla Graubner, Tel. 030 23 08 36 - 60

Mail: [graubner\[at-Zeichen\]fsf.de](mailto:graubner[at-Zeichen]fsf.de); www.fsf.de

Media Smart e.V., Richard-Byrd-Str. 6, 50829 Köln, Mirjam Niketta Tel: 0211 9155 -1335

Mail: [info\[at-Zeichen\]mediasmart.de](mailto:info[at-Zeichen]mediasmart.de); www.mediasmart.de