



MEDIA SMART

PRESSEKIT

STAND MAI 2021

INHALT

- SEITE 1 Was ist Media Smart?
- SEITE 2 Unsere Auszeichnungen
- SEITE 3 10 Keyfacts über Media Smart
- SEITE 4 Meilensteine
- SEITE 5 Unsere Services
- SEITE 6 Kinder und Werbung

WAS IST MEDIA SMART?

WERBEKOMPETENZ FÜR HERANWACHSENDE!

Wir leben in einer sich zunehmend digitalisierenden Welt. Während sich Alltag und Nutzungsgewohnheiten immer weiter verändern, fehlt es an vielen Stellen an Erfahrung und Expertise. Viele junge Menschen, aber auch Erwachsene nutzen Medien und Werbung unreflektiert und ungeübt, was dazu führt, dass Risiken und Gefahren zu spät oder gar nicht erkannt und Chancen und Möglichkeiten nicht ausgeschöpft werden. Gerade aufgrund von Digitalisierung und digitalem Wandel wird Medien- und Werbekompetenz zu einer wichtigen Schlüsselqualifikation – beruflich und privat.

Doch wo beginnt die Kompetenzvermittlung? Media Smart setzt mit der Vermittlung von wichtigen Informationen über Medien und Werbung bereits im Vorschulalter an. Hier haben Heranwachsende den ersten Kontakt zu Medien und Werbung.

Nur ein reflektierter und kompetenter Umgang mit Medien- und Werbeformen kann Risiken und Gefahren vorbeugen und größtmögliche Chancen in der Nutzung und im Umgang fördern.

Um sich diesen medienpädagogischen Herausforderungen, die sich aus dem Thema „Werbung und Werbeformen“ ergeben, konstruktiv zu stellen, bedarf es einer systematisch gestalteten Werbekompetenzförderung. Media Smart sieht diese Notwendigkeit als gesellschaftliche Aufgabe an.

Seit 2004 setzt sich die gemeinnützige, internationale Bildungsinitiative für die Förderung von Werbe- und Medienkompetenz in der pädagogischen (Früh-)Erziehung ein und stellt ein vielfältiges und kostenloses Angebot an Materialien und Praxisangeboten für Lehrkräfte, Pädagog*innen, Eltern und Kinder verschiedener Altersgruppen bereit.



SCHON GEWUSST?

Unsere Materialien wurden bisher von über 73 % aller deutschen Grundschulen bestellt - das sind über 11.000 Grundschulen! Häufig bestellen die Pädagog*innen sogar mehrfach.

Der Verein tritt bewusst in den Dialog mit der Werbewirtschaft, um im gemeinsamen Austausch mit Pädagog*innen, Wissenschaftler*innen und Jugendschützer*innen eine besonders lebensnahe Debatte zum Thema „Kinder und Werbung“ zu führen und so umfassend über die Intentionen von Werbung aufklären zu können. Mit seiner medienpädagogischen Expertise ist Media Smart also Ansprechpartner bei Fragen zum Thema „Medien- und Werbekompetenz“.



AUSGEZEICHNET!

VON EXPERTEN

Media Smart e. V. ist eine gemeinnützige Bildungsinitiative, die sich für die Förderung von Werbe- und Medienkompetenz stark macht. Seit 2004 engagiert sich der Verein in Deutschland erfolgreich in der Werbekompetenzförderung. Herzstück des Engagements sind dabei die Unterrichtsmaterialien für Vor- und Grundschule, die Media Smart kostenlos zur Verfügung stellt. Dabei veröffentlichte Media Smart 2014 die europaweit ersten Werbekompetenzmaterialien für den Vorschulbereich.

Unsere Vorschulmaterialien erhielten von Seiten des verbraucherzentrale Bundesverbands zudem die Bewertung „Sehr gut“:

„Dieses Material für die Hand der Kinder ist außerordentlich gut gelungen, hat mit der Geschichte des Hörwurms Ojoo eine Rahmenhandlung und die einzelnen Situationen und Zugänge sind immer aus der Sicht der Kinder gedacht [...]. Weiterhin ist besonders gelungen, dass das Thema Werbung in Alltagssituationen aufgegriffen wird [...], dabei aber nie mit erhobenem Zeigefinger behandelt wird [...]. Durch die handlungsorientierten Materialien wird dabei stets die Sichtweise der Kinder einbezogen und das Material ist so gestaltet, dass es nicht konsumiert wird, sondern die Kinder neugierig macht und aktiviert. Dabei ist die Fachlichkeit stets gegeben. Sehr gelungen!“

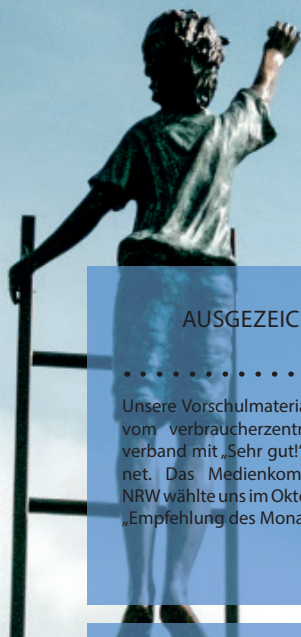
Im November 2018 wurde die Vereinsarbeit vom Medienkompetenzportal NRW als Empfehlung des Monats ausgezeichnet:

„Media Smart fokussiert seine Vereinsarbeit auf ein Thema, dessen Aktualität seit vielen Jahren nicht nachlässt. Durch die Teilnahme am öffentlichen Diskurs bleibt der Verein an aktuellen Problemstellungen im Schnittfeld Werbung und Kinder und kann so Aufklärungsarbeit leisten. Mit der kostenlosen Bereitstellung von didaktischen Materialien für Erziehende und Lehrkräfte unterstützt Media Smart maßgeblich Pädagoginnen und Pädagogen bei der Förderung von Werbekompetenz. Die Entwicklung des Multiplikatorenprogramms zeigt, dass Media Smart auch in Zukunft anstrebt, viele Kinder und Pädagog/innen zu erreichen.“



10 KEYFACTS

ÜBER MEDIA SMART



Was macht die Arbeit von Media Smart e. V. aus? Wodurch zeichnet sich unsere Leistung aus und was ist unser Anspruch? Aufschluss über diese Fragen geben unsere 10 Keyfacts.

VON EXPERT*INNEN EMPFOHLEN

Unser Materialangebot erfährt in der Fachpresse viel Zuspruch und wird von Magazinen wie didacta, Kindergarten heute und dem Elterratgeber flimmo empfohlen. Zudem werden wir regelmäßig von der Fachpresse um Expertenbeiträge gebeten.

AUSGEZEICHNET

Unsere Vorschulmaterialien wurden vom verbraucherzentrale Bundesverband mit „Sehr gut!“ ausgezeichnet. Das Medienkompetenzportal NRW wählte uns im Oktober 2018 zur „Empfehlung des Monats“.

GEFRAGT

Das Familienministerium, Schuldnerberatungen und Fachstellen des Jugendschutzes, aber auch die Initiative SCHAU HIN! oder die Kindersuchmaschine fragFINN verweisen auf Media Smart als zentrale Informationsquelle, wenn es um die Themen „Kinder, Konsum und Werbung“ geht.

SICHTBAR

Media Smart ist das erste Suchergebnis, wenn Sie Geschichte der Werbung googeln.

DIGITAL

Auch im Internet stehen unsere Materialien bereit. Im Jahr 2020 wurden unsere Arbeitspakete in Print über 300 Mal bestellt und über 15.000 Mal downgeloadet.

WORD-OF-MOUTH

Knapp 40 Prozent der Pädagog*innen, die unsere Materialien bestellt haben, geben an, dass sie aufgrund einer persönlichen Empfehlung auf unsere Bildungsangebote aufmerksam geworden sind.

BELIEBT

Jede vierte deutsche Grundschule hat unsere aktuelle 3. Auflage (2011) des Grundschulmaterials „Augen auf Werbung“ mindestens einmal bestellt.

WIR BILDEN WEITER

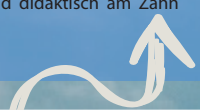
Mit unseren Qualifizierungsangeboten partizipieren wir aktiv an der Aus- und Weiterbildung junger Pädagog*innen und beraten dies regelmäßig im Kontext ihrer Bachelor- oder Masterarbeiten. Darüber hinaus werden unsere Bildungsmaterialien in pädagogischen Ausbildungsbüchern ebenso wie auch in Schulbüchern empfohlen.

MIT EXPERT*INNEN ENTWICKELT

Bei der Materialerstellung greifen wir auf einen Expertenbeirat zurück, der aus (Medien-)Pädagog*innen und Expert*innen aus der Medienwelt besteht. So können wir die Qualität unserer Materialien sicherstellen und sind gleichzeitig wissenschaftlich und didaktisch am Zahn der Zeit.

VORREITER IN DER VORSCHULE

Unser Elementarpaket „Werbung erkennen und (be-)greifen – mit dem Hörwurm Ojoo“ ist europaweit das erste umfangreiche und kostenlose Vorschulmaterial zum Thema Werbekompetenz- und Wahrnehmungsförderung. Die erste Auflage war bereits anderthalb Jahre nach Veröffentlichung komplett vergriffen.



MEILENSTEINE

EINE SPANNENDE REISE...

-
- 2005**
Veröffentlichung des ersten Grundschulpakets
 - 2009**
Start der Schüler-Workshops
 - 2010**
Nominierung für den Klicksafe-Award
 - 2011**
3. Auflage des Grundschulpakets
Ausbau Fortbildungsangebot für Lehrer*innen
 - 2013**
Start der ersten Media Smart Kinderredaktion „Geno TV“
 - 2014**
Veröffentlichung des europaweit ersten Werbekompetenzmaterials für den Vorschulbereich
 - 2015**
Start von Workshops in KiTas
 - 2016**
Veröffentlichung der Smart@DBOX-Reihe
2. Auflage Vorschulpaket
 - 2018**
Auszeichnung Materialkompass Verbraucherzentrale Bundesverband
Auszeichnung Medienkompetenzportal NRW
 - 2019/20**
Drittmittelprojekt im Bereich Smart Speaker und digitale Sprachassistenten
 - 2020**
Veröffentlichung Media Snacks: Unterrichtsentwürfe und Arbeitshilfen für die weiterführende Schule (Folge: Smart Speaker und digitale Sprachassistenten)
Veröffentlichung Handlungsempfehlungen Kinder-Influencing
 - 2021**
Drittmittelprojekt im Bereich Informationskompetenz



UNSERE SERVICES

UNSER VORSCHULPAKET

Die Förderung von Werbekompetenz sollte bereits in den ersten Lebensjahren erfolgen, denn hier werden die Weichen für zukünftiges Konsumverhalten gestellt. Mit dem Elementarpaket „Werbung entdecken und (be-)greifen – mit dem Hörwurm Ojoo“ stellt Media Smart das europaweit erste umfangreiche Vorschulmaterial zum Thema Werbekompetenz- und Wahrnehmungsförderung kostenlos zur Verfügung. Die Materialien richten sich in erster Linie an Erzieher*innen in KITAs sowie an Grundschullehrer*innen der ersten und zweiten Klasse, die im Rahmen ihrer pädagogischen Arbeit das Thema Werbung behandeln wollen. In insgesamt fünf Bausteinen werden die klassischen Werbeträger Anzeige, Fernsehen, Internet, Radio und Plakat altersgerecht und alltagskonform behandelt. Vom Einkauf im Supermarkt bis zur Gestaltung von Verpackungen - Ziel ist es, den Kindern einen Einblick in die unterschiedlichen Formen und Möglichkeiten von Werbung zu geben. Ferner sollen sie für die vielfältigen Erscheinungsformen und Platzierungen von Werbung sensibilisiert werden. Das Lernmaterial ist so konzipiert, dass jeweils einer der fünf Bausteine im Rahmen eines Projekttagess bearbeitet werden kann. Es wurde vom Schulportal für Verbraucherbildung mit der Gesamtnote „Sehr gut“ bewertet.

AUGEN AUF - WERBUNG!

Fast drei Viertel aller Grundschulen in Deutschland haben das Grundschulpaket „Augen auf Werbung“ bestellt, oft mehrfach. Es basiert auf einem lebensweltorientierten Ansatz und gibt Pädagog*innen Anregungen an die Hand, Basiswissen über Werbung unter Berücksichtigung der Medienerlebnisse heutiger Kinder zu vermitteln. In acht Unterrichtseinheiten werden die klassischen Werbeträger mit Hilfe der Media Smart-Figuren Felix Fernsehen, Inge Internet, Paul Plakat, Ralf Radio und Anne Anzeige vorgestellt und bearbeitet. Das Materialpaket „Augen auf Werbung“ enthält ein Lehrerhandbuch mit Sachinformationen rund um Medien, Werbung und Konsum, Unterrichtsvorschläge und Kopiervorlagen sowie Online-Begleitmaterial mit einem Unterrichtsfilm und Werbebeispielen, die zur Diskussion anregen.

MEDIA SNACKS

Unsere Media Snacks bieten Unterrichtsentwürfe und Arbeitshilfen für die weiterführende Schule. In der ersten Folge dreht sich alles rund um Smart Speaker und digitale Sprachassistenten. Die Schüler*innen lernen, wie Smart Speaker funktionieren, setzen sich mit ihren Funktionen auseinander und diskutieren ihre Möglichkeiten und Herausforderungen. Neben Hintergrundwissen enthalten die Materialien Arbeitsblätter, Rollenkarten, ein interaktives Quiz und ein Infoblatt für Eltern. Die multimedialen Media Snacks werden durch drei kurze Animationsvideos unterstützt. Darin stellt u. a. Protagonistin Emma ihren Smart Speaker Anton vor. Ein Interview mit zwei Sicherheitsforscher*innen aus Berlin rundet das Medienangebot der Materialien ab.

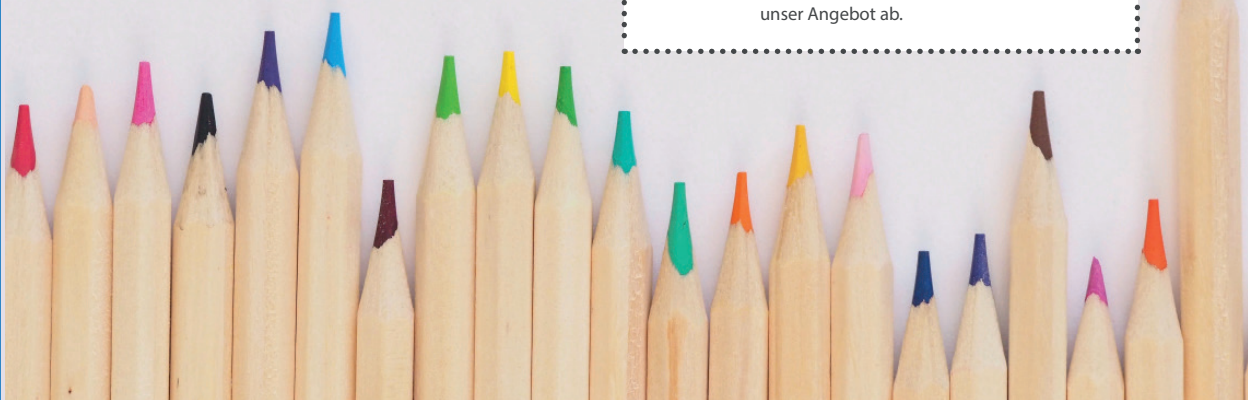
WORKSHOPS UND WISSENSCHAFTLICHER DISKURS

Neben der Erstellung von medienpädagogischen Schulmaterialien und Konzeption von Workshops, steht Media Smart Eltern, Pädagog*innen und Unternehmen beratend zur Verfügung. Als erfahrener Ansprechpartner in Sachen Werbe- und Medienkompetenz betreut der Verein auch Studierende bei ihren Abschlussarbeiten. Media Smart ist außerdem aktiver Teilnehmer der medienpädagogischen Community, auf Fachtagungen präsent und publiziert regelmäßig in Fachzeitschriften. Die didaktischen Arbeitsmaterialien können so ständig aktualisiert und erweitert werden. In pädagogischen Ausbildungsbüchern sowie in Schulbüchern werden die Media Smart-Bildungsmaterialien bereits empfohlen. 2020 hat der Verein zusammen mit u. a. der Kommission für Jugendmedienschutz und jugendschutz.net Handlungsempfehlungen für Eltern zum Thema Kinder-Influencing veröffentlicht.

KURZUM:



Herzstück unserer Arbeit sind unsere kostenlosen Materialien, die wir für Vorschule und Grundschule anbieten. Unsere Media Snacks richtet sich an weiterführende Schulen. Workshop-Angebote und wissenschaftliche Beratung für Absolventen, Familien, Schulen und Unternehmen runden unser Angebot ab.



KINDER UND WERBUNG

AUFKLÄRUNG AB DEM VORSCHULALTER?

Digitale Medien sind omnipräsent und begleiten den gesamten Tagesablauf von Kindern und Jugendlichen. Bereits im Vorschulalter machen die meisten Kinder ihre ersten Erfahrungen mit dem Fernseher und den Smartphones oder Tablets der Eltern. Die Möglichkeiten, Werbebotschaften wirksam in ihren Alltag zu integrieren, haben sich dadurch deutlich erweitert.

Werbung ist allgegenwärtig, auch wenn diese nicht immer bewusst wahrgenommen wird. Vorschulkinder sind in der Regel noch nicht in der Lage, Fernsehwerbung vom Programm zu unterscheiden. Sie singen beispielsweise die eingängigen Werbejingles nach, ohne diese zu bewerten. Meist mögen sie die Werbung, weil das bewegte Bild insgesamt viel Neues, Buntes und Unbekanntes zeigt. Kurzum, die Werbegeschichten unterhalten und das Hinterfragen bleibt häufig aus.

Aber auch Jugendliche sind sehr empfänglich für Werbeeinhalte und verfügen häufig über geringere Schutzmechanismen als Erwachsene. Selbst wir Erwachsenen stehen im Alltag vermehrt der Aufgabe gegenüber, Werbung von redaktionellen Inhalten zu unterscheiden.

Die Facetten von Onlinewerbung sind gerade für Heranwachsende nicht immer deutlich erkennbar. Besonders der Einfluss sogenannter Influencer, die in ihrer Rolle als Stars für viele Kinder und Jugendliche eine Vorbildfunktion haben, wird von der Werbebranche immer mehr genutzt. Auf Plattformen wie YouTube oder Instagram präsentieren Social-Media-Stars Produkte und bewerten diese in der Regel euphorisch. Die Fan-Gemeinde vertraut der Meinung ihrer Stars, sodass die Empfehlungen zumeist als Orientierungsmaßstab für sie gelten.

Um Kinder und Jugendliche vor dem Einfluss der Werbung zu bewahren, werden immer wieder Werbeverbote gefordert. Doch Werbeverbote alleine reichen aus pädagogischer Perspektive nicht aus und lösen das Problem nicht, sie verschieben es: Irgendwann ist jedes Kind volljährig und spätestens ab diesem Zeitpunkt muss es eigenverantwortlich im marktwirtschaftlichen System handeln. Ohne jegliche Werbeerfahrung gesammelt zu haben, wäre es der Werbung schonungslos ausgeliefert.

Anstatt Kinder und Jugendliche per se von Werbung auszuschließen, sollten sie frühzeitig lernen, Werbung zu erkennen, zu verstehen und zu hinterfragen. Da diese Fertigkeiten im Zuge der allgemeinen Entwicklung von Heranwachsenden nicht alleine gelernt werden, sind aktive, professionell gestützte Medien- und Werbebildungsprozesse in unserer Digitalgesellschaft wichtiger denn je. In diesem Kontext ist es unumgänglich, dass Kinder und Jugendliche - selbstverständlich innerhalb der Rahmenbedingungen des Jugendschutzes - eigene, unmittelbare Erfahrungen mit Medien und Werbung sammeln.

Doch wo beginnt die Kompetenzvermittlung? Media Smart setzt mit der Vermittlung von wichtigen Informationen über Medien und Werbung bereits im Vorschulalter an. Hier haben Heranwachsende den ersten Kontakt zu Medien und Werbung. Durch die Medien- und Werbekompetenzvermittlung ist die Wahrscheinlichkeit, dass dieser (Erst-)Kontakt reflektiert durchgeführt wird, wesentlich höher.



Nur ein reflektierter und kompetenter Umgang mit Medien- und Werbeformen kann Risiken und Gefahren vorbeugen und größtmögliche Chancen in der Nutzung und im Umgang fördern.



17 JAHRE MEDIA SMART E.V.

WERBEKOMPETENZFÖRDERUNG SEIT 2004

Media Smart e. V. ist eine gemeinnützige Bildungsinitiative, die sich für die Förderung von Werbe- und Medienkompetenz stark macht. Seit 2004 engagiert sich der Verein in Deutschland erfolgreich in der Werbekompetenzförderung. Herzstück des Engagements sind dabei die Unterrichtsmaterialien für Vor- und Grundschule, die Media Smart kostenlos zur Verfügung stellt. Dabei veröffentlichte Media Smart 2014 die europaweit ersten Werbekompetenzmaterialien für den Vorschulbereich.



SCHON GEWUSST?

Von Expert*innen empfohlen - unsere Vorschulmaterialien wurden von der Verbraucherzentrale Bundesverband mit „Sehr gut“ bewertet.

MEDIA SMART INTERNATIONAL

Die Idee von Media Smart stammt aus Kanada und wurde dort im Jahr 1990 entwickelt. Zwölf Jahre später startete in Großbritannien ein gleichnamiges Projekt. Dieses nahm sich dann der 2004 in Deutschland gegründete Verein zum Vorbild und begann sein Engagement. Jetzt engagiert er sich schon seit über einem Jahrzehnt erfolgreich in der Werbekompetenzförderung und bietet kostenlose Materialien und Praxisangebote für unterschiedliche Zielgruppen an.

Auf internationaler Ebene sind aktuell neun Länder an dem europäischen Netzwerk beteiligt, das als Projekt für unabhängige und kompetente Medienerziehung bei der EU-Kommission anerkannt ist.

17 JAHRE MEDIA SMART E.V.

Die Arbeit von Media Smart verliert auch nach 17 Jahren nicht an Aktualität. Heute scheint sie sogar aktueller denn je. Passend dazu werden die Grundschulmaterialien gerade aktualisiert und neu entwickelt. Dabei soll auch neue aktuelle und zukünftige Medien- und Werbeformen eingegangen werden. So finden beispielsweise in den neuen Materialien nicht nur klassische Werbeformen Beachtung; auch Influencer Marketing und Smart Speaker spielen eine wichtige Rolle. Schließlich sollen die Werbe- und Medienformen beleuchtet werden, die Heranwachsenden in ihrem alltäglichen Leben begegnen.

Die Materialien rund um Hörwurm Ojoo und Felix Fernseher erfreuen sich großer Beliebtheit: Bereits über 73 % der deutschen Grundschulen haben die Pakete bestellt – oft mehrfach. Unsere Grundschulmaterialien wurden von der Bundeszentrale für Verbraucherschutz mit „Sehr gut“ bewertet. Sie haben zum Ziel, Heranwachsenden einen reflektierten Umgang mit Medien und Werbung nahezubringen. Gleichzeitig werden Lehrer*innen, Pädagog*innen und Eltern involviert und informiert, damit sie als verantwortungsbewusste Vorbilder geschult auf neue Entwicklungen und aktuelle Herausforderung im Bereich Medien- und Werbenutzung eingehen können.

STIMMEN ZU MEDIA SMART E.V.

ZUR RELEVANZ DER BILDUNGSINITIATIVE

CLAUDE SCHMIT, VORSTANDSVORSITZENDER

„Begonnen hat alles damit, dass ich in Brüssel war und dort das englische Projekt Media Smart kennenlernte. Ich war von der Idee begeistert – weniger aus der Perspektive des Senderchefs, sondern vielmehr aus der Sicht eines Menschen, der sich mit der jungen Zielgruppe auseinandersetzt. Mit ihrer Unterstützung von Media Smart e. V. leisten Unternehmen, die selbst Werbung treiben, einen lebensweltorientierten Beitrag zur Förderung von medien- und werbekompetenten Bürgern, insbesondere Kindern. So übernehmen die Firmen soziale Verantwortung gegenüber gesellschaftsrelevanten Themen und beteiligen sich an der Debatte um ‚Kinder und Werbung‘. Sie treten in Dialog mit Pädagogen, Wissenschaftlern und Jugendschützern. Ohne die Initiative von Media Smart gäbe es keine Fachstelle als Ansprechpartner in Sachen ‚Werbekompetenz‘. Oberstes Prinzip ist dabei immer, auf jede Form des kommerziellen Gewinns zu verzichten. Darum wird in allen Materialien auf die Benutzung von Logos und Markennamen verzichtet, das gilt natürlich auch für die Mitgliedsunternehmen.“



PROF. DR. STEFAN AUFENANGER,
MITGLIED EXPERTENBEIRAT

„Ich kenne Media Smart aus England, dort ist das Projekt seit 2002 sehr erfolgreich etabliert. Ich habe die Adaption des Lehrmaterials auf den deutschen Bildungsbereich empfohlen, da Werbekompetenz bereits in der Grundschule gefördert werden sollte. Meines Erachtens ist das der richtige Ort für eine kritische Auseinandersetzung mit dem Thema Werbung: Hier wird systematisch und unter der Anleitung von erfahrenen Pädagogen gearbeitet. Wenn Firmen sich an einem solchen Projekt beteiligen, übernehmen sie Verantwortung für ein gesellschaftlich relevantes Problem.“

