



Dr. Michael Haas

Geschäftsführer Media Smart e. V.

Media Smart e. V. Nachhaltige Werbe- kompetenz- vermittlung für junge Menschen seit 2004

Die gemeinnützige Bildungsinitiative Media Smart e. V. setzt sich seit 2004 für die Werbe- und Medienkompetenz junger Menschen ein. Mit Vor- und Grundschulmaterialien bietet der Verein Lehrkräften die Möglichkeit, das Thema Werbung ohne viel Aufwand in den Unterricht zu integrieren. Dabei werden der Spaß und der Entdeckergeist von Kindern großgeschrieben. Darüber hinaus widmet sich Media Smart auch anderen medienpädagogischen Projekten, die jungen Menschen eine Orientierungshilfe in der vielschichtigen Welt der Werbung geben sollen.

Werbung ist omnipräsent – nicht erst seit, aber verstärkt durch die Digitalisierung. Gerade in der Lebenswelt von Kindern und Jugendlichen spielt sie deshalb eine große Rolle. Junge Menschen sehen sich ständig mit Werbeinhalten konfrontiert, verfügen aber oft nicht über die Kompetenz, diese zu erkennen, nach ihren eigenen Maßstäben einzuschätzen und zu reflektieren.

Hier kommt die Arbeit von Media Smart e. V. ins Spiel. Seit mittlerweile über 15 Jahren bietet der Verein

„ Die Materialien bestehen aus Lerninhalten, die Kindern Spaß machen und sie zum Mitmachen einladen. “

kostenlose und qualitativ hochwertige medienpädagogische Unterrichtsmaterialien zum Thema Werbung an.

Zweck dieser Materialien ist es, jungen Menschen einen reflektierten Umgang mit Werbung und ihren Botschaften zu ermöglichen. Der Verein verfolgt dabei einen partizipatorischen Ansatz, bei dem das Empowerment der Kinder und Jugendlichen im Fokus steht. Gemeint ist damit die Fähigkeit, sich aktiv und kreativ in der Medien- und Werbewelt zu bewegen, anstatt von der Fülle an Inhalten überflutet zu werden oder sich im Gegenteil gänzlich von ihnen abzuwenden.

Mehr als 70 Prozent aller Grundschulen in Deutschland fordern Materialien von Media Smart e. V. an

Umgesetzt wird die Werbekompetenzförderung bei Media Smart e. V. vor allem durch die Vor- und Grundschulmaterialien, die Lehrkräften kostenlos zur Verfügung gestellt werden. Der Bedarf ist riesig: Über 70 Prozent aller Grundschulen in Deutschland haben

per Download oder Post bereits Materialien vom Verein angefordert.

Die Materialien bestehen aus Lerninhalten, die Kindern Spaß machen und sie zum Mitmachen einladen. „Entdecken lassen“ statt zeigen, „ergründen lassen“ statt erklären – auf diesen pädagogischen Grundsätzen baut das Konzept auf.

Erstellt werden die Materialien von einem interdisziplinären Team aus Medienwissenschaftler*innen, Pädagog*innen und Kreativen, deren gemeinsames Know-how für facettenreiche, pädagogisch wertvolle und kinderfreundliche Inhalte sorgt.

Seit Sommer 2019 arbeitet der Verein an einer umfassenden Neugestaltung der Grundschulmaterialien, in dem sowohl Text als auch Design erneuert werden. Animationsfilme, Hörspiele und ein „Werbetagebuch“ sorgen für Abwechslung im Unterricht, so dass Werbung nicht nur „unterrichtet“ und reflektiert wird, sondern Schüler*innen spielend die Möglichkeiten und Mechanismen von Marketing-Botschaften ergründen können.

Ebenso seit 2019 widmet sich der Verein dem spannenden Forschungsprojekt „Sprachassistenten und Smart Speaker entdecken und (be-)greifen“. Auch dieses hochaktuelle, bisher jedoch medienpädagogisch kaum erforschte, Thema konnte, gefördert von der Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb), in den Unterrichtsmaterialien pädagogisch verarbeitet werden. Die Themen Werbung und Konsum bilden auch hier einen integralen Bestandteil.

Bei seiner Arbeit tritt der Verein konsequent in den Dialog mit Medienexpert*innen, Pädagog*innen, Vertreter*innen der Werbewirtschaft und solchen aus dem Jugendschutz. Dieser offene Ansatz ermöglicht einen multiperspektivischen Blick auf das Thema Werbung und Werbekompetenz, der ebenso den Materialien zugutekommt.

Mehrfach ausgezeichnete Unterrichtsmaterialien

Im Jahr 2014 veröffentlichte der Verein die ersten Unterrichtsmaterialien für die Vorschule – ein Novum in Europa. Für diese Materialien erhielt Media Smart e. V. die Bestnote vom Materialkompass des Verbraucherzentrale Bundesverbandes (vzbv).

Das Medienkompetenzportal NRW zeichnete die Vereinsarbeit im November 2018 als „Empfehlung des Monats“ aus.

Auch das Forschungsprojekt zum Thema Smart Speaker stieß auf großes Interesse in der medienpädagogischen Fachwelt und wurde u. a. bei der „Advertising Literacy Conference“ – eine von der Universität Wien und der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft e. V. (DGPK) durchgeführten Konferenz – in Wien vorgestellt.

Media Smart e. V. plant, neben der alltäglichen pädagogischen Arbeit, weitere innovative Projekte umzusetzen, die der Werbekompetenz von Kindern und Jugendlichen zugutekommen.

Ermöglicht wird die Arbeit des Vereins durch die Mitglieder von Media Smart e. V., die sich aus Wirtschaftsunternehmen, Agenturen, Vereinen sowie Werbe- und Medienverbänden zusammensetzen.

Um weitere bedeutende Projekte in der Medienkompetenzvermittlung realisieren zu können, hofft der Verein auf weitere Unterstützer*innen, die den enormen Wert von Werbekompetenzförderung erkannt haben und einen Beitrag dazu leisten möchten.

Einen tieferen Einblick in die Vereinsarbeit und weitere Infos erhalten Sie im Pressekit von Media Smart e. V. und im Infofilm zum Verein auf www.mediasmart.de.

4

EUROPÄISCHE UND INTERNATIONALE SELBSTKONTROLLE

- 51** Europäische Werbeselbstkontrolle
- 52** Weiterentwicklung der Selbstregulierung
- 52** Grenzüberschreitende Beschwerdemöglichkeit
- 52** Die EASA-Statistik 2018
- 53** Gemeinsames Sprachrohr der Werbeselbstregulierung
- 53** EASA-Veranstaltung zu Stereotypen in der Werbung
- 53** EU-Kommission: Neue Gleichstellungsstrategie 2020 - 2024
- 54** Überarbeiteter ICC Werbekodex
- 54** Europa und Bundesländer setzen auf Selbstregulierung