

„Kaufst du mir das?“

2 Lest den Text. Wendet dazu die 5-Schritt-Lesetechnik an.

Arbeitstechnik

Die 5-Schritt-Lesetechnik

Schritt 1

Zunächst liest man den Text einmal „überfliegend“.

Schritt 2

Dann überlegt man, was man zum Thema bereits weiß und was man noch wissen möchte. Man stellt **Fragen an den Text**.

Schritt 3

Jetzt folgt das **genaue Lesen**. Man unterstreicht Schlüsselbegriffe, unterteilt den Text in Sinnabschnitte und gibt jedem Sinnabschnitt eine eigene Überschrift.

Schritt 4

Man **schreibt** die **wichtigsten Informationen**, die der Text enthält, **heraus**.

Schritt 5

Der **Inhalt** des Textes **wird** anhand der Aufzeichnungen noch einmal **wiederholt**.

Norbert Neuß

Kaufst du mir das? Werbung und Konsum

Kinder sind eine kaufkräftige Zielgruppe¹. Daher werden sie auch im Fernsehen – und hier vor allem in den Privatsendern² – heftig umworben. Und das hat auch seine Gründe. So gibt im Durchschnitt jeder Heranwachsende im Alter von sechs bis 19 Jahren jährlich rund 1 800 Euro aus. Das stetig steigende Taschengeld legen die Kinder in Süßigkeiten, Comics und Zeitschriften an. Und das eigene Handy wird oftmals zur Kostenfalle. So haben bereits 1,6 Millionen Kinder und Jugendliche ein eigenes Handy in Deutschland. Bedenkt man auch, dass ein Drittel der Heranwachsenden ab sechs Jahren bereits einen eigenen Fernseher im

¹ hier: Zuschauer, z. B. in einem bestimmten Alter, für die eine Sendung gemacht wird

² private Sender, die sich durch Werbung finanzieren, z. B. RTL, SAT.1 oder Pro7

Kinderzimmer haben, so lässt sich erahnen, dass hier ein erhöhter Kauf- und Werbedruck auf die Kinder und Jugendlichen entsteht. Aber nicht nur das Fernsehen transportiert die Werbebotschaften, sondern auch die einschlägigen Jugendzeitschriften, Internet, SMS und E-Mail erreichen ihre Zielgruppen. Vielleicht kennen Sie ja auch, was die Mutter im Folgenden beschreibt:

„Unsere Kinder reagieren stark auf Musik, Symbole³ und Slogans⁴ der Werbung und greifen sie in ihren Dialogen⁵ auf. Besonders störend finde ich die Verbindung von vertrauten Figuren aus der Kinderliteratur bzw. Kindersendungen und Werbebotschaften. Was hat Pumuckl bei McDonald's zu suchen?“ Sind Sie nicht auch manchmal wie diese Mutter genervt von der vielen Werbung im Fernsehen? Drängt Ihr Kind Sie, dieses oder jenes zu kaufen, weil „die Werbung so toll ist“? – Vor allem in der Vorweihnachtszeit oder vor Ostern nimmt der Druck auf die Kinder und damit auf die Eltern zu. Auf dem Wunschzettel stehen häufig die Spielsachen, Kassetten oder Kuscheltiere, die in der Werbung vor und nach den Kindersendungen angepriesen werden.

3 Zeichen, das für etwas steht, z. B. das Herz für die Liebe

4 Werbesprüche

5 hier: Gespräche

Quelle: Norbert Neuß: Kaufst du mir das? Werbung und Konsum. Unter: Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.), http://www.bpb.de/methodik/2LX48T,0,0,Kaufst_du_mir_das.html Veröffentlichungsdatum: 22.11.2005 [12.07.2012]