



# Zielgruppe Kinder und Werbeformen

## Kinder und Jugendliche im Fokus von Werbung

Werbung ist omnipräsent. Sobald man aus dem Haus tritt, auf dem Smartphone eine App öffnet oder auch den Fernseher anschaltet, stößt man auf Werbung. Es ist kaum möglich, sich Werbung zu entziehen oder diese nicht wahrzunehmen. Vor allem Kinder und Jugendliche sind für Werbetreibende eine wichtige Zielgruppe, denn durch ihre Konsumwünsche sind sie mitverantwortlich für die Kaufentscheidungen ihrer Eltern und können diese beeinflussen. Werbung will auch bei Kindern Bedürfnisse und Wünsche nach einem Produkt wecken und sie zum Kauf bewegen. Meist ab dem Vorschulalter verfügen Kinder selbst schon über eigenes Geld und damit über Kaufkraft. Und Kinder sind mögliche zukünftige Käuferinnen und Käufer eines Produktes. Werbung hat daher zum Ziel, die Bindung zwischen Kunden und Produkt bzw. Marke zu festigen, sodass diese ein Produkt immer wieder kaufen. Eine weitere Zielsetzung von Werbung ist es, ein positives Image des Produktes zu verbreiten und es bekannter zu machen, sodass man, wenn man im Geschäft steht, an die Werbung und die positiven Eigenschaften erinnert wird.

## Werbung fasziniert



Kinder können sich der Wirkung von Werbung schwer entziehen. Sie können oft noch nicht zwischen Werbung und Information unterscheiden und verstehen die Absicht hinter Werbung nicht. Daher nehmen sie Werbeversprechungen als wahr an. Erst ab dem Jugendalter wird diese kognitive Fähigkeit ausgebildet. Oft ist Werbung genau so gestaltet, dass sie speziell Kinder anspricht, z. B. mit kurzen, lustigen Geschichten oder eingängigen Melodien und Texten. Wenn eine Lieblingsfigur aus einer Serie oder einem Film auf einem Produkt abgedruckt ist oder mit dem Produkt verbunden wird, wirkt dieses besonders verlockend auf Kinder und Jugendliche. Die Verbindung von einem Produkt mit einer aus den Medien bekannten Figur oder Person wird als **Merchandising** bezeichnet.

Es ist wichtig, dass Eltern sich gemeinsam mit ihrem Kind mit den Absichten und Formen von Werbung auseinandersetzen. Wer weiß, wie Werbung funktioniert und was sie möchte, kann besser entscheiden, ob er ein Produkt wirklich braucht. Wenn Eltern kritisch mit Werbung umgehen, wird es ihr Kind mit großer Wahrscheinlichkeit auch tun. Tipps zum Umgang mit Werbung finden sich in den „**Handlungstipps**“ zum Thema Werbung und Kostenfallen im Bereich „Angebote für Erziehungsberechtigte“.

## Werbung analog und online



Werbung findet sich nahezu überall im Alltag z. B. auf Aufklebern, Aufstellern, Info-screens, Plakaten bzw. ganzen Plakatwänden oder -säulen oder Schildern. Aber auch etwa auf Fahrzeugen, Hauswänden, in (Schau-)Fenstern oder an Zäunen ist Werbung zu sehen. Besonders aber Medien werden zur Verbreitung von Werbung genutzt: Fernsehen, Radio, Zeitung, Zeitschriften und Internet. Im Fernsehen oder Radio taucht Werbung in Form von kurzen Video- oder Audioformaten auf, in Zeitungen oder Zeitschriften z. B. über Anzeigen oder/und Bilder. Online-Werbeformen im Internet sind um einiges vielschichtiger und raffinierter als analoge Werbung.

Auf Websites, in Social-Media-Angeboten, auf Streaming- oder Spieleplattformen oder auch in Apps werden Nutzerinnen und Nutzer mit Werbung konfrontiert. Viele Social-Media-Angebote, Spiele- und Streaming-Plattformen finanzieren sich u. a. über Werbung. In Spielen bzw. Spiele-Apps oder Videos ist Werbung häufig direkt eingebunden.

## Online-Werbung gibt es in ganz verschiedenen Formen:



- **Bannerwerbung** erscheint am oberen, unteren oder seitlichen Rand einer Website, entweder im Quer- oder im Längsformat. Sie ist vom Seiteninhalt abgesetzt. Das Anklicken der Werbung führt häufig direkt auf das Angebot.
- **Content-Ads** sind verlinkte Schlüsselbegriffe, die direkt im Text oder Inhalt einer Website eingebunden sind. Wenn man das Wort anklickt, gelangt man direkt auf die Seite des beworbenen Angebots.
- **Gewinnspiele und Verlosungsaktionen**, oft in Websites integriert, werden ebenfalls als Werbung eingesetzt. Um an der Aktion teilnehmen zu können, ist die Eingabe von persönlichen Daten notwendig. Diese werden dann an Unternehmen weiterverkauft, mit der Folge, dass man Werbesendungen oder Spam-Mails erhält.
- **Influencer** stellen auf ihren Social-Media-Kanälen häufig Produkte vor, empfehlen diese oder zeigen sich damit. Diese Werbeform der **Produktplatzierung** wird unter anderem auch in Musikclips, Filmen oder Spielen verwendet, wenn z. B. Elemente mit Logos oder Markennamen verwendet oder (un-)auffällig integriert werden.
- **In-Game- bzw. In-App-Werbung** ist Werbung, die direkt in (häufig kostenfreien) Online-Spielen oder Apps eingebunden ist, z. B. als Banner, Pop-up oder auch in Form von Produktplatzierung. Wenn Nutzerinnen bzw. Nutzer die Werbung anklicken, werden sie in der Regel direkt auf das Angebot oder den Download geführt. Teils sind die Werbeinhalte bzw. das beworbene Produkt nicht für Kinder geeignet. Oft muss In-Game-Werbung erst angesehen oder aktiv weggeklickt werden, damit das Spiel weitergespielt werden kann.
- **Layerwerbung** erscheint automatisch in einem neuen Fenster im Browser und legt sich über die eigentlich angesehene Website. Entweder kann man die Overlays wegklicken oder muss warten, bis sie nach einer gewissen Zeit von selbst wieder verschwinden. Erst dann ist die eigentliche Seite wieder nutzbar.

- **Pop-up-Werbung** öffnet sich in einem eigenen – meist kleineren – Fenster, etwa gerade, wenn man eine Website öffnet. Oft lässt sich das Pop-up leicht schließen.
- **Pre-Rolls** sind kurze Videos, die unter anderem auf Videoplattformen vor dem Video, das man sich ansehen möchte, eingeblendet werden. Erst wenn der Clip entweder komplett abgespielt wurde oder man auf „überspringen“ geklickt hat, kann man das gewünschte Video ansehen.
- **Spam-Mails** kommen von meist unbekanntem Absendern und enthalten oft Werbebotschaften, können aber auch Viren auf Smartphone oder PC übertragen.
- Sogenannte **Suchmaschinenwerbung** erscheint oft neben den eigentlichen Treffern einer Suchmaschine. Meist ist es schwierig, Werbeanzeigen von den eigentlichen Ergebnissen zu unterscheiden, denn sie sehen in der Ergebnisliste ähnlich aus.

Weil Online-Werbung oft noch viel ausgefeilter als analoge Werbung gestaltet ist, nehmen vor allem Kinder sie gar nicht also solche wahr oder klicken sie aus Versehen an. Die Herausforderungen und Problembereiche, die sich bei Online-Werbung für Kinder und Jugendliche ergeben, finden sich in der Übersicht **„Problembereiche und Kostenfallen“** unter „Angebote für Erziehungsberechtigte“ im Themenbereich „Medien in der Familie“.



## Quellenangaben

Medienführerschein Bayern: Schein oder Wirklichkeit. Botschaften in Werbespots analysieren und bewerten.  
 Information: Kinder und Werbung,  
 Internet: [www.medienfuhrerschein.bayern/Angebot/Grundschule/3\\_und\\_4\\_Jahrgangsstufe/27\\_Schein\\_oder\\_Wirklichkeit.htm](http://www.medienfuhrerschein.bayern/Angebot/Grundschule/3_und_4_Jahrgangsstufe/27_Schein_oder_Wirklichkeit.htm)  
 [Stand: 25.11.2022]

Medienführerschein Bayern: Werbung weckt Wünsche. Werbung erkennen und durchschauen.  
 Information: Kinder als Zielgruppe von Werbung,  
 Internet: [www.medienfuhrerschein.bayern/Angebot/Grundschule/1\\_und\\_2\\_Jahrgangsstufe/179\\_Werbung\\_weckt\\_Wuensche.htm](http://www.medienfuhrerschein.bayern/Angebot/Grundschule/1_und_2_Jahrgangsstufe/179_Werbung_weckt_Wuensche.htm)  
 [Stand: 25.11.2022]

Schau-hin: Online-Werbung – ein Risiko für Kinder?  
 Internet: [www.schau-hin.info/sicherheit-risiken/online-werbung-ein-risiko-fuer-kinder](http://www.schau-hin.info/sicherheit-risiken/online-werbung-ein-risiko-fuer-kinder) [Stand: 25.11.2022]

Stiftung Medienpädagogik Bayern: Kinder und Werbung. Tipps für die Medienerziehung.  
 Internet: [www.stiftung-medienpaedagogik-bayern.de/Materialien/Broschueren/147\\_Kinder\\_und\\_Werbung.htm](http://www.stiftung-medienpaedagogik-bayern.de/Materialien/Broschueren/147_Kinder_und_Werbung.htm)  
 [Stand: 25.11.2022]