

Birgit Guth / Silke Knabenschuh: Media Smart

Beitrag aus Heft »2005/01: Kinder als Verbraucher«

Mit dem Werbekompetenz-Projekt Media Smart (www.mediasmart.org.uk) gelang es in Großbritannien, Werbeerziehung als Unterrichtsgegenstand in der Grundschule einzuführen.

Die Zusammenarbeit von Werbung treibender Industrie, Medienpädagogen und Kultusministerium ermöglichte die Bereitstellung kostenloser Lehrmittel, die Kindern zwischen sechs und elf Jahren helfen, Werbung im heutigen Alltag zu hinterfragen.

Das Projekt stieß auch in Holland, Belgien und Deutschland auf Interesse. Da in deutschen Grundschulen bislang kein fester Rahmen für Werbeerziehung existiert, könnte eine Adaptation des Media Smart-Materials eine zeitgemäße Ergänzung bieten.

(merz 2005-1, S.37-41)