merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Niels Brüggen, Mareike Schemmerling und Eva Dirr: Online-Werbung mit Jugendlichen zum Thema machen

Beitrag aus Heft »2014/04: Jugend – Medien – Kommerzialisierung«

Jugendliche nutzen vor allem kommerzielle Online-Angebote, die sich meist über Werbung finanzieren. In einer Studie hat das JFF untersucht, was Jugendliche über Werbeformen, Geschäftsmodelle sowie ihre Rechte wissen und mit diesen Erkenntnissen Materialien für die pädagogische Arbeit umgesetzt.

Literatur:

Brüggen, Niels/Dirr, Eva/Schemmerling, Mareike/Wagner, Ulrike (2014). Jugendliche und Online-Werbung im Social Web. Herausgegeben vom Bayerischen Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz. Online: www.jff.de/jff/fileadmin/user_upload/Projekte_Material/verbraucherbildung.socialweb/JFF-Studie_Jugendliche_Online-Werbung_SocialWeb.pdf [Zugriff: 19.05.2014].

Micklitz, Hans-W./Oehler, Andreas/Piorkowsky, Michael-Burkhard/Reisch, Lucia A./Strünck, Christoph (2010). Der vertrauende, der verletzliche oder der verantwortungsvolle Verbraucher? Plädoyer für eine differenzierte Strategie in der Verbraucherpolitik. Stellungnahme des Wissenschaftlichen Beirats Verbraucher- und Ernährungspolitik beim BMELV. Online: www.bmelv.de/SharedDocs/Downloads/Ministerium/Beiraete/Verbraucherpolitik/2010_12_StrategieVerbraucherpolitik.pdf?__blob=publicationFile[Zugriff: 19.05.2014].

Wagner, Ulrike/Brüggen, Niels (Hrsg.) (2013). Teilen, vernetzen, liken. Jugend zwischen Eigensinn und Anpassung im Social Web. 5. Konvergenzstudie im Auftrag der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien (BLM). Baden-Baden: Nomos (BLM-Schriftenreihe, 101).

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de