

Gesund, effizient und ‚up to date‘ nur mit neuer Technik Wenn Werbung die Wertmaßstäbe unserer Kinder manipuliert

MEDIENETHIK / WIRTSCHAFTSETHIK

Werbung spielt mit der Psyche des Verbrauchers und manipuliert diese. Manche denken sich, das muss so sein, denn die Konzerne möchten ihre Produkte verkaufen.

Aber wie viel Manipulation ist erlaubt und darf Werbung gravierend in die Entwicklung unserer Kinder eingreifen? Spricht es nicht gegen moralische Vorstellungen, dass Werbung die Autorität und Erziehung der Eltern untergräbt und den Kindern andere Normen und Werte vermittelt?

Was würden Sie machen, wenn Sie nach Hause kommen und ihr 5-jähriges Kind in die Spielekonsole gepinkelt hat? Natürlich würde es mächtig Ärger bekommen. Ihr Kind weiß ganz genau, dass sich dies nicht gehört, aber warum hat das Kind es trotzdem getan? Das Kind sah fern und es lief ein Werbespot, welcher vermittelte, dass es normal sei, in die Spielekonsole zu pinkeln und dies auf den Hund zu schieben, um eine neue zu bekommen.

Erwachsene wissen, dass diese Werbung Quatsch ist, aber wie in unserem Beispiel kann das Kind dies nicht unterscheiden. Es sieht nur, dass es eine neue Konsole bekommt, wenn es die alte beschmutzt.

Folgendes Beispiel zeigt auf, wie Kinder und Jugendliche in ihren Werten und Normen durch finanzorientiertes Marketing beeinflusst werden.

Wie soll Ihr Kind sich entwickeln?

Sicherlich zu einem freien, angesehenen, selbstständigen, unabhängigen Erwachsenen.

Ein weiteres Beispiel: Ein Konzern will ein Handy an die Jugendlichen bringen. Wie kann er das am besten machen? Mit der neuesten Technik? Klar, Jugendliche stehen auf das Neueste, aber lassen sie sich rein von technischen Daten und Zahlen begeistern? Die Wenigsten! Folglich wird geschicktes Marketing eingesetzt, das gezielt Wertmaßstäbe Jugendlicher in den Blick nimmt und mit ihnen spielt. So könnte der Werbeslogan lauten: Du willst unabhängig, frei und selbstständig sein? *Dazu immer ‚up to date‘, effizient und gesund? Dann hol es Dir, das neue Galaxy S5 mit integriertem Pulsmesser!* Was wird Jugendlichen vermittelt? Nur mit diesem neuen Handy hat er positive Eigenschaften. Hat das Kind ein schwaches Wesen, kann Werbung sehr viel zerstören. Das Selbstwertgefühl leidet und das kann schlimmsten Falles bis hin zu Depressionen führen. Das Kind ist im Glauben, ohne dieses Handy die positiven Eigenschaften nicht zu besitzen. Ist das in unserer Gesellschaft moralisch vertretbar?

Dies waren nur zwei von vielen Beispielen, die täglich zu sehen sind. Wo sollen die Grenzen der Manipulation liegen? Wo beginnt Moral? Wie kann gesellschaftlich gegen verhaltensschädigende Werbung vorgegangen werden?

Achten Sie doch einfach mal bei Ihrer nächsten Begegnung mit Werbung darauf, mit welchen Werten und Normen sie spielt.

April 2015



AUTOR

Daniela Welte

Schatzmeisterin von
Ethik-ette e. V.

IMPULSFRAGEN

-  Was lernt mein Kind durch diese Werbung?
-  Beeinflusst sie meine Erziehung?
-  Mein Kind hat eine ungeeignete Werbung gesehen, wie kann ich mit ihm darüber sprechen?

