

BEILAGE PÄDAGOGISCHE FACHKRÄFTE

Konsum

Wünschen, Teilen, Kaufen

Kinderwünsche und Konsum

In einer konsumgeprägten Welt, in der man analog und digital alles, was das Herz begehrt, zu jeder Zeit kaufen kann, sind Kinder eine dankbare Konsumentengruppe. Kinder besitzen mehr Geld denn je und die Werbeindustrie hat sie längst als Zielgruppe erkannt.

Ein großer Teil des Konsums findet mittlerweile digital statt und richtet sich auch dort an Kinder. Die Webseiten der großen Onlineshops bieten sich als Einkaufsparadies geradezu an, In-App-Käufe versprechen Spielerfolg, YouTuberinnen und YouTuber bewerben gängige Marken um die Wette und sind als Werbeträger die neuen Stars der Kinder.

Das richtige Maß finden

Konsum heißt aber nicht nur kaufen, sondern bedeutet auch Verbrauch und Nutzung. Jede Form des Konsums ist erst einmal normal, schwierig wird es, wenn Konsum vorrangig genutzt wird, um mangelndes Selbstbewusstsein zu stärken, Anerkennung zu finden oder um bestehende Mängel zu kompensieren. Dabei sollte der Druck unter den Gleichaltrigen nicht unterschätzt werden.

Konsum reflektieren

Für Kinder ist es schwer zu differenzieren, welche Wünsche allein durch Werbung oder durch sozialen Druck von außen suggeriert werden und welche Wünsche tatsächlich aus einem echten Bedürfnis heraus wachsen. Sie benötigen Orientierung und Reflexionsmöglichkeiten, um herauszufinden, ob ein spontan geäußertes Wunsch auch morgen noch Bestand hat. Sie als pädagogische Fachkräfte können Kindern Anregungen, Raum und Reflexionsmöglichkeiten geben, sich über Wünsche auszutauschen.

Info

Der Onlinehandel boomt. Im Jahr 2016 haben in Deutschland 67,6 Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahre online eingekauft. (Quelle: statista – Das Statistik-Portal)

67,6%

Hinweis

In jeder neuen Ausgabe des SCROLLER wird ein brandaktuelles Thema aus der Welt der Mediennutzung aufgegriffen und kindgerecht behandelt.



Aus Alt mach Neu!



In Zeiten des grenzenlosen Konsums entwickeln sich Trends der Rückbesinnung: Nachhaltigkeit ist das große Schlagwort, das sich mittlerweile durch alle Lebensbereiche zieht, wenn wir von modernen Strömungen wie Sharing und Upcycling sprechen. Nachhaltigkeit spielt auch in den Lehrplänen der Schulen eine große Rolle und steht als Leitbild für politisches, wirtschaftliches und ökologisches Handeln. Upcycling – das Aufwerten von Stoffen – bietet sich daher an, um mit Kindern den Wert von Stoffen zu analysieren und zu erkennen und anschließend in einen kreativen Prozess einzutreten.

Methodentipp



Walt-Disney-Methoden: Diese Kreativitätsmethode eignet sich, um einen kreativen Prozess anzustoßen und im Team Visionen und Problemlösungen zu entwickeln. Wichtig dabei ist, zu Beginn des Prozesses die üblichen Denkwege zu verlassen. Dazu werden in einem ersten Schritt kreative und visionäre Ideen gesammelt und festgehalten. In einem zweiten Schritt werden diese auf ihre Umsetzbarkeit geprüft und mit Blick auf mögliche Schwierigkeiten und Risiken kritisch betrachtet.

Aufgabe: Lesen Sie mit den Kindern das Interview der Kinderreporter „Aus Alt mach Neu“ (SCROLLER, Ausgabe 05, November 2017, S. 6/7). Steigen Sie danach, angeregt durch „Sammlers Traum“, mit einem Brainstorming ein und fragen Sie nach Wegwerfartikeln, die im Haushalt anfallen und sich für eine Weiterverwertung anbieten. Diskutieren Sie dann, angelehnt an die Walt-Disney-Methode, Ideen, wie man diese Produkte verwenden oder sogar aufwerten kann. Dabei werden erst Ideen gesammelt und im Anschluss wird die Machbarkeit geprüft. Im Idealfall können Sie mit den Kindern ein vorgeschlagenes Produkt herstellen. Für eine Bastelarbeit bietet sich auch die Pinnwand aus Elektroschrott an (SCROLLER, Ausgabe 05, November 2017, S. 20/21).

Tipp

Im Internet – vor allem bei YouTube – finden Sie eine Menge Do-it-yourself-Anregungen zum Thema Upcycling. Aus Milchpackungen, Kunststoffflaschen, Dosen, Obstkisten oder Elektroschrott lassen sich mit wenigen Mitteln tolle Gebrauchsgegenstände wie Portemonnaies, Blumentöpfe, Regale, Pinnwände, Schmuck und vieles mehr herstellen.

Tausch dich glücklich!



Tauschen ist eine alte Tradition und spielte vor allem dann eine große Rolle, als es noch kein Geld gab. Tauschen – als eine uralte Tradition – erlebt vor allem in der digitalen Welt eine Renaissance. Einerseits bieten virtuelle Tauschplätze die Möglichkeit, unabhängig von Raum und Zeit Gleichgesinnte zu finden, andererseits ist ein neuer Trend geboren: Tausch-dich-hoch-Challenges. Auf YouTube zeigen Menschen, wie sie mit kleinen „vermeintlich“ wertlosen Dingen etwas Wertvolles ertauschen. Das Tauschgeschäft bietet eine schöne Möglichkeit, um mit Kindern in eine Wertediskussion einzutreten.

Methodentipp



Feedback: Das Feedback dient zur Unterstützung der Eigen- und Fremdwahrnehmung und soll Auskunft darüber geben, wie sich die Beteiligten bei einer Aufgabe gefühlt haben. Die Kunst eines guten Feedbacks besteht darin, eine Rückmeldung zu geben, die konstruktiv und hilfreich ist. Dabei ist darauf zu achten, dass verletzend und beleidigende Aussagen nicht erlaubt sind.

Aufgabe: Versuchen Sie doch einmal mit den Kindern eine Tausch-Challenge. Dies kann innerhalb einer Lerngruppe oder in einem größeren Kreis stattfinden. Bitten Sie die Kinder, eine Kleinigkeit aus ihrem Spielzeugfundus mitzubringen, die ihnen nichts mehr wert ist. Lesen Sie dann die Anleitung und Tipps im SCROLLER. Im Anschluss versuchen die Kinder, untereinander die Dinge zu tauschen. Ziel ist es, am Ende der Aktion etwas ertauscht zu haben, was einem mehr wert ist. Abschließend geben die Kinder ein Feedback zu ihren Erfahrungen, die sie gemacht haben. Was hat ihnen gut gefallen, was weniger? Wie unterschiedlich werden ein und dieselben Gegenstände bewertet?

Tipp

Die Anleitung zu „Tausch dich glücklich!“ (SCROLLER, Ausgabe 05, November 2017, S. 24/25) erklärt, wie die Tauschaktion funktioniert.

Auf YouTube finden Sie zahllose Beispiele für sogenannte Tausch-dich-hoch-Challenges, die Sie sich zur Anregung gemeinsam anschauen können.

Mein Wunsch, dein Wunsch



Wünsche über Wünsche. Heute dies, morgen das. Neben den Supermarktregalen ist es vor allem die digitale Welt, die viele Wünsche weckt. Und in der Regel braucht es nur einen Klick, um den Wunsch in Erfüllung gehen zu lassen. Weihnachten, Ostern, Geburtstag etc. geben immer wieder Anlässe für viele Wünsche. Dabei sind gerade die Schule und andere soziale Gruppen (wie der Sportverein) Orte, an denen Wünsche entstehen, wenn die Kinder im Austausch mit anderen Gleichaltrigen sind.

Es ist wichtig, die Kinder mit ihren Wünschen ernst zu nehmen und mit ihnen darüber zu reden. Die Wunschliste (SCROLLER, Ausgabe 05, November 2017, S. 18/19) ist ein interaktives Element, das über das Elternhaus hinaus Anregungen bietet, das Thema „Wünsche“ in einer Lerngruppe aufzunehmen, zu analysieren und Rückschlüsse daraus zu ziehen.

Methodentipp



Blitzlicht: Die Methode „Blitzlicht“ eignet sich besonders, um Stimmungsbilder in einer Gruppe aufzugreifen. Dazu bezieht jedes Kind entweder zum Auftakt oder zum Abschluss einer Lernphase kurz Stellung zu einem Thema oder zu einer Frage. So kann gewährleistet werden, dass alle Kinder zu Wort kommen. Wichtig ist, dass die Aussagen unkommentiert bleiben und nicht von anderen kritisiert werden. Auch sollten keine Fragen gestellt werden. Im Anschluss an das Blitzlicht kann über die Aussagen diskutiert werden.

Aufgabe: Steigen Sie in das Thema „Wünsche“ mit einem Blitzlicht ein und bitten Sie jedes Kind kurz zu sagen, was sein größter Wunsch aus der digitalen Welt ist und warum. Lassen Sie die Kinder den Wunsch und das Motiv auf eine Moderationskarte schreiben und an einer Pinnwand befestigen. Prüfen Sie im Anschluss, ob sich Wünsche wiederholen – sich also Trends zeigen – und welche Motive am häufigsten genannt werden. Die einzelnen Karten können Sie dann an der Pinnwand clustern, indem Sie ähnliche Wünsche oder Motive zusammenhängen.

Analysieren Sie mit den Kindern häufige Wünsche und diskutieren Sie mit ihnen über Motive wie „das haben alle“, „das ist cool“, „das zeigt XY auf YouTube“ etc. Regen Sie die Kinder dazu an, noch einmal zu reflektieren, warum sie genau den Wunsch haben. Nutzen Sie dazu die untenstehenden Impulsfragen.

Impulsfragen

Blitzlicht: Wenn ihr einen Wunsch für ein digitales Gerät, ein Spiel, eine App frei hättet, was würdet ihr euch wünschen? Und warum ist euch gerade das so wichtig?

Impulsfragen: Warum braucht ihr das? Ist das nicht zu teuer? Was ist, wenn du das nicht hast?

Weiterführende Informationen



Kinder-Medien-Studie | 2017 gibt die Egmont Ehapa Media GmbH erstmalig gemeinsam mit Blue Ocean Entertainment AG, Gruner + Jahr, Panini Verlags GmbH, SPIEGEL-Verlag und Zeit Verlag eine Studie heraus, die Auskunft über das Medienverhalten, die Freizeitgestaltung, das verfügbare Taschengeld sowie das Konsumverhalten der insgesamt 7,17 Millionen Kinder im Alter zwischen 4 und 13 Jahren in Deutschland gibt. Internet: www.kinder-medien-studie.de [Stand: 20.10.2017]

KIM-Studie | Die Studie des Medienpädagogischen Forschungsverbund Südwest erscheint alle zwei Jahre und gibt Auskunft darüber, wie sich das Medienverhalten und der Medienkonsum der 6- bis 13-Jährigen entwickelt. Die Ergebnisse bieten einen guten Überblick über den tatsächlichen Besitz von digitalen Geräten und die beliebtesten Angebote. Internet: www.mpfs.de [Stand: 20.10.2017]

Aktuelles auf Teachtoday | Aktuelle Themen rund um die digitale Bildung. Internet: www.teachtoday.de [Stand: 20.10.2017]



Die Initiative

Teachtoday ist eine Initiative der Deutschen Telekom zur Förderung der sicheren und kompetenten Mediennutzung. Sie unterstützt Kinder und Jugendliche, Eltern und Großeltern sowie pädagogische Fachkräfte mit praxis- und alltagsnahen Tipps und Materialien. Die Angebote von Teachtoday setzen bei konkreten Alltagssituationen an. Eltern und pädagogische Fachkräfte können sie sofort gemeinsam mit Kindern und Jugendlichen umsetzen.

www.teachtoday.de

Das Projektbüro

Bei der Umsetzung der Angebote und Formate der Initiative wird die Deutsche Telekom vom Projektbüro Teachtoday bei Helliwood media & education unterstützt. Das Team des Projektbüros besteht aus erfahrenen Medienpädagogen und -wissenschaftlern, Designern, Redakteuren sowie Informatikern und ist Ihr Ansprechpartner für Fragen und Anliegen zur Initiative.

Kontakt zum Projektbüro:

kontakt@teachtoday.de

Bestellung

„SCROLLER – Das Medienmagazin für Kinder“ ist voller spannender Geschichten rund um die Mediennutzung. Sie können SCROLLER als Einzelheft oder als Klassensatz kostenfrei online bestellen:

www.teachtoday.de/Bestellung

Oder Sie schreiben an kontakt@scroller.de und teilen uns die Versandadresse sowie die Anzahl der gewünschten Exemplare mit.



Impressum:

SCROLLER – Das Medienmagazin für Kinder erscheint im Rahmen von Teachtoday, einer Initiative der Deutschen Telekom www.teachtoday.de

Herausgeber: Deutsche Telekom AG
Friedrich-Ebert-Allee 140, 53113 Bonn

Verantwortlich: Barbara Costanzo,
Vice President Group Social Engagement, GSE
Deutsche Telekom AG

Konzeption und Umsetzung:
Helliwood media & education
Marchlewskistr. 27, 10243 Berlin, www.helliwood.de

Redaktion: Anja Monz

Grafik und Satz: Anke Hohmeister, Anja Monz

Wissenschaftliche Beratung: KLEE – KREATIV LERNEN, ERFOLG ERLEBEN
Dr. Knopf und Dr. Ladel Partnerschaft, Saarbrücken

Bildnachweis: glyphicons.com und
Helliwood media & education, Berlin, 2017

Druck: vierC print+mediafabrik GmbH & Co. KG, Berlin

Es wird darauf hingewiesen, dass alle Angaben trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen und eine Haftung des Herausgebers ausgeschlossen ist.

www.teachtoday.de

