

themenschwerpunkt



basis

4 „Das hol ich mir ...“
 Aufwachsen in kommerzialisierten
 Lebenswelten

▸ Claudia Lampert

8 Zwischen Verlockung und
 Verantwortung
 Verbraucherbildung als
 gesellschaftliche Aufgabe

▸ Kirsten Schlegel-Matthies

12 Werbekompetenz im Wandel
 Neue Herausforderungen durch
 Online-Werbung für die schulische
 und außerschulische Bildung

▸ Stefan Iske, Peter Holnick und
 Sandra Bischoff

recht

hintergrund

16 Ein Rahmen mit vielen Grauzonen
 Rechtliche Vorgaben für
 Online-Werbung

▸ Stephan Dreyer

diskussion

18 Was muss man über Online-
 Werbung wissen?

▸ Stephan Dreyer im Gespräch mit
 Claudia Lampert

kinder

hintergrund

20 Kennen heißt nicht erkennen
 Online-Werbung aus der Sicht von
 Kindern

▸ Claudia Lampert

hintergrund

24 Kommerzielle Botschaften im
 App-Format
 Werbung in von Kindern und
 Jugendlichen genutzten Apps

▸ Kira Stomberg und Claudia Lampert

praxisimpulse

27 Augen auf Werbung
 Materialien für die Grundschule zu
 einem kompetenten Umgang mit
 Konsum und Werbung

▸ Michael Haas

praxisimpulse

28 Kinder und Onlinewerbung
 Pädagogisches Material in drei
 Modulen

▸ Michael Gurt

jugendliche

hintergrund

30 Was es bedeutet, ein Produkt zu sein
 Jugendliche und Online-Werbung im
 Social Web

▸ Niels Brügger

praxisimpulse

32 Online-Werbung mit Jugendlichen
 zum Thema machen
 Informationen und Methodenbau-
 steine

▸ Niels Brügger

praxisimpulse

33 Trackography
 Ein digitaler Atlas zum
 Trackingverkehr bei der Nutzung von
 Online-Nachrichtendiensten

▸ Sabrina Maaß

schule

hintergrund

34 Online-Werbung als Unterrichts-
 inhalt?
 Werbekompetenz und Verbraucher-
 bildung in den Rahmenlehrplänen
 der verschiedenen Bundesländer

▸ Michaela Voß

praxisimpulse

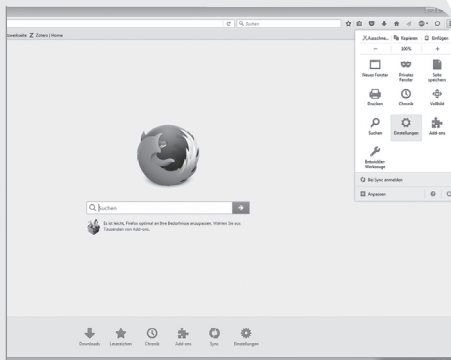
36 Werbung zum Thema machen
 Materialien zur Werbekompetenz
 und Verbraucherbildung

▸ Sabrina Maaß und Michaela Voß

praxisimpulse

38 Sicher vernetzt in kommerzialisierten
 Medienwelten
 Ein Workshop für Schülerinnen und
 Schüler der Sekundarstufen

▸ Mareike Thumel



info

- 39** *neue werbformen*
Tracking
Wie unsere Spuren im Internet genutzt werden
‣ *Sabrina Maaß und Michaela Voß*
- 42** *neue werbformen*
Native Advertising
Werbung, die nicht als Werbung erkannt werden will
‣ *Sabrina Maaß*
- 43** *apps*
In-App-Käufe
Informationen und Tipps
‣ *Sabrina Maaß*
- 44** *neue werbformen*
Haul-Videos
Einkäufe öffentlich präsentieren
‣ *Sabrina Maaß*
- 45** *neue werbformen*
Unboxing-Videos
Beim Auspacken zusehen
‣ *Sabrina Maaß und Michaela Voß*
- 46** *neue werbformen*
Glossar
Wichtige Begriffe zu aktuellen Online-Werbformen
‣ *Sabrina Maaß und Michaela Voß*
- 48** *vorschau/impressum*

Kurzfassungen unter
www.friedrich-verlag.de

Ihre Nummern im Friedrich Verlag:

- Leserservice: 0511/40004-153
- Redaktion: 0511/40004-125