

Аленникова П. С., Колыско Д. В.

DER EINFLUSS DER WERBUNG AUF KINDER UND JUGENDLICHE

Научный руководитель канд. филол. наук, доц. Молош Н. К.

Кафедра иностранных языков

Белорусский государственный медицинский университет, г. Минск

Die Werbung ist eine Botschaft an die potenziellen Kunden über die Konsumgüter zwecks der Heranziehung der Aufmerksamkeit für das Objekt der Reklame, der Bildung oder der Aufrechterhaltung des Interesses an ihm. Sie nimmt einen immer größeren Platz in unserer Lebenswelt ein. Früher waren hauptsächlich Erwachsene die Zielgruppe der Reklame, heute sind es auch Kinder und Jugendliche. Dafür gibt es viele Gründe:

- Jugendliche haben heute viel Geld zur Verfügung (Laut Kids Verbraucher Analyse 2003 (KVA) verfügen rund 11,28 Millionen Jungen und Mädchen im Alter von 6 bis 19 Jahren in Deutschland insgesamt über 20,43 Milliarden Euro).
- Marken, die ein Jugendlicher bis zum 25. Lebensjahr nicht konsumiert, haben viel weniger Chancen, später noch akzeptiert zu werden. Deshalb ist es für die Werbeindustrie so wichtig, heute 14- bis 25-jährige Konsumenten zu gewinnen, denn dann müssen sie sich um das Geschäft von morgen wenig Sorgen machen.
- Jugendliche beeinflussen das Kaufverhalten ihrer Eltern. Da sich die jüngere Generation oft besser in einigen Waren als die Generation ihrer Eltern auskennt, werden Jugendliche gern nach ihrem fachmännischen Rat gefragt, z. B. welches Fernsehgerät denn nun das beste sei.

Die Werbung kann negativ auf Jugendliche einwirken. Sie werden oft aggressiv, unkontrollierbar, hartnäckig. Aus diesem Grund entstehen häufig in der Familie verschiedene Konflikte. Aber es gibt viele Wege, wie man den negativen Einfluss der Werbung auf Kinder und Jugendliche vermindern könnte.