

Hundert Kinder-Studierende erfahren, was Werbung macht

Mit Michael Streich schaut der Forschernachwuchs genau hin

RAVENSBURG – Prof. Dr. Michael Streich lehrt an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg, DHBW, im Fach Marketing. Sein Thema für die erste Vorlesung im neuen Studienjahr der Kinder-Uni ist die Macht der Werbung. Er ist gespannt, was für Ideen die Jungstudis zu seiner Vorlesung beisteuern.

Jazlyn sagt: „Ich interessiere mich für Wissen und gehe zur Kinder-Uni, weil es Spaß macht.“ Nikolas stimmt ihr zu. Während Oliver noch nachdenkt, erklärt Jazlyn: „Der will Wissenschaftler werden.“ Alle drei sind zum ersten Mal an der Kinder-Uni und in derselben Klasse. Paulina und Anouk sind zum zweiten Mal dabei. Die Klassenlehrerin hat von der Kinder-Uni erzählt. „Jetzt ist fast die ganze Klasse dabei“, sagt Paulina.

Mittels an die Wand geworfener Werbefotos, aus denen die Produktnamen entfernt sind, erfahren die Wissenssprösslinge, dass sie die Marken schon an der Aufmachung erkennen. Allein die lila Farbe lässt sie an die bekannte Schokolade denken. „Wozu gibt es Werbung?“ fragt Michael Streich. „Um zu sagen, dass es das Produkt gibt, um die Leute anzulocken“, wissen die Kinder. „Um Vertrauen zu schaffen, sich abzuheben und um zu verkaufen“, ergänzt Streich. Ein Junge fügt an: „Damit wir uns darüber aufregen!“ Und seine Mitstudis erklären, weil nämlich Werbung störe, weil sie lüge, langweile oder gar beleidige.

Der Marketingprofessor nimmt die Tricks der Werbung unter die Lupe. Er zeigt und erklärt, wie sich Produkte auf Werbefotos von der Wirklichkeit unterscheiden. Frauen in der Werbung seien meistens dick geschminkt, die Fotos nachträglich bearbeitet. Ein Junge erklärt: „Eis ist meistens keine Eis, sondern hart gemachter Speisequark.“ Michael Streich warnt, Manche Werbeanzeigen sähen aus wie unparteiische Berichte. „Schaut genau hin! Oben rechts steht das Wort Anzeige.“ Verpackungen können täuschen. Der Hochschullehrer führt einige vor und sagt: „Man muss genau hingucken und unter Inhaltsstoffe lesen, was drin ist.“ Dürfe sich nicht von wolkigen Worten täuschen lassen, wie zum Beispiel „mit sonnengereiften Früchten“ oder in die Falle tappen, wenn es heißt, „mit 6 Riegel statt 5“, der Riegel aber vorher 40 Gramm wog, jetzt nur noch 30 Gramm. Die Kinder-Studierenden staunen. „Werbung kann aber auch echt aufklären“, gibt Michael Streich ihnen auf den Weg.

BU: Oliver, Nikolas, Jazlyn, Paulina und Anouk

Info: Die Kinder-Uni ist ein Projekt der Städte Ravensburg und Weingarten und ihrer Hochschulen. Kinder zwischen 9 und 12 Jahren, die sich rechtzeitig angemeldet haben, können mitmachen. Das Studienjahr beginnt jeweils im Oktober. Näheres auf www.kinderuni-ravensburg-weingarten.de.