

SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

Auszug aus:

Auf die Werbung kommt es an - mit Videodatei

Das komplette Material finden Sie hier:

[School-Scout.de](https://www.school-scout.de)



Auf die Werbung kommt es an – eine handlungsorientierte Projektidee

Ein Beitrag von Domenica Wähler und Heiko Reichert

Illustrationen von Domenica Wähler



Im Rahmen dieser Unterrichtssequenz reflektieren die Schülerinnen und Schüler den Einfluss von Werbung auf ihr eigenes Konsumverhalten und erfassen Werbemechanismen und Verkaufsstrategien der Werbeindustrie. Ihr neu gewonnenes Wissen findet in einem handlungsorientierten Projekt Anwendung, indem sie angeleitet ein eigenes Werbeplakat entwerfen.

KOMPETENZPROFIL

Klassenstufe:	7/8
Dauer:	7–8 Unterrichtsstunden
Kompetenzen:	Die Schülerinnen und Schüler analysieren Strategien und Tricks der Werbeindustrie anhand von Beispielen und reflektieren dabei den Einfluss von Werbung auf das eigene Kaufverhalten. Zudem gestalten sie eigene Werbeplakate und wenden dabei die Strategien der Werbeindustrie an. Anschließend reflektieren und bewerten sie die selbst erstellten Werbeplakate mithilfe der erarbeiteten Werbestrategien.
Thematische Bereiche:	Wirtschaft, Werbung, Konsum, Bedürfnisse
Medien:	Texte, Grafiken, Bilder, Video

Didaktisch-methodische Orientierung

Schülerinnen und Schüler werden im alltäglichen Leben ständig mit Werbung in Form von Werbeplakaten, Werbeanzeigen, Werbespots und weiteren Werbemitteln konfrontiert. Diese wirken gerade auf Kinder und Jugendliche anziehend. Die Lernenden verfügen bereits häufig über eigenes Taschengeld und stellen somit eine wichtige Zielgruppe für Werbende dar. Umso bedeutender ist es, den Lernenden bewusst zu machen, dass Konsum keineswegs auf einer eigenen freien Kaufhandlung beruht, sondern dass sie hierbei stets von gezielten Werbestrategien beeinflusst werden. Dies geschieht im besten Fall mithilfe einer intensiven Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Formen von Werbung und deren Intentionen. Der vorliegende Beitrag sieht vor, dass sich die Schülerinnen und Schüler den Werbemechanismus sowie die unterschiedlichen Werbestrategien unter anderem in der Ich-Du-Wir- und der STEX-Methode erarbeiten und diese im Folgenden bei der Erstellung eigener Werbeplakate als mehrdimensionalen Leistungsnachweis anwenden.

Lernvoraussetzungen

Da es sich bei der Erstellung eigener Werbeplakate um ein handlungsorientiertes Projekt handelt, welches die Schülerinnen und Schüler eigenständig in Kleingruppen umsetzen, ist es essenziell, dass die Lernenden bereits in der Lage sind, selbstständig zu arbeiten. Die bei der Erstellung von Werbeplakaten zur Anwendung kommenden Werbestrategien werden zu Beginn der Sequenz angeleitet. Unterstützend erhalten die Schülerinnen und Schüler außerdem einen Leittext und eine Checkliste. Zur Binnendifferenzierung stehen den Schülerinnen und Schülern sowohl „Tipp-Karten“ als auch „Aufgaben für Schnelle“ zur Verfügung.

Fächerübergreifender Unterricht

Im Fach Deutsch können sich die Lernenden intensiv mit verschiedenen Werbeslogans auseinandersetzen und unter Einsatz sprachlicher Gestaltungsmittel selbst Slogans formulieren. Im Fach Kunst sowie Kommunikationstechnik/Informatik ist es denkbar, einen Schwerpunkt auf die Gestaltung des Layouts zu legen. Dies kann sowohl digital als auch analog erfolgen.

Zu den Materialien im Einzelnen

Das Materialblatt **M 1** regt die Jugendlichen dazu an, zu recherchieren, wo ihnen **Werbung in ihrem Umfeld** tagtäglich begegnet.

Anhand von **M 2** befassen sich die Lernenden intensiver mit den verschiedenen **Arten von Werbung** und analysieren den zukünftigen Trend hin zur digitalen Werbung.

Mithilfe von **M 3** und einer kurzen Videoszene setzen sich die Schülerinnen und Schüler mit dem **AIDA-Prinzip** auseinander und erkennen, wie Werbung funktioniert. Gleichzeitig wenden sie das AIDA-Prinzip auf eine eigens recherchierte Werbung an.

Das Materialblatt **M 4** gibt einen **Überblick über den Aufbau eines Werbeplakates**. Die Lernenden benennen die einzelnen Bestandteile eines Werbeplakates, analysieren ein Werbeplakat bezüglich Werbeabsicht, Werbebotschaft sowie Werbeempfänger und erläutern Verbesserungsvorschläge.

Mit dem Arbeitsblatt **M 5** setzen sich die Lernenden intensiv mit **Werbeslogans** und den dazugehörigen Werbestrategien auseinander. Sie analysieren recherchierte Werbeslogans bezüglich ihres Wiedererkennungswertes und erstellen daraufhin ihren eigenen Werbeslogan für einen Fruchtcocktailverkauf.

Mithilfe von **M 6** wird der Blick auf das **Layout eines Werbeplakates** gelenkt. Die Schülerinnen

und Schüler erkennen, dass nicht nur inhaltliche, sondern auch gestalterische Komponenten für das Gelingen von Werbung sehr wichtig sind, und entwerfen ein eigenes Layout für ihr Produkt.

Das Arbeitsblatt **M 7** erläutert mithilfe eines Leittextes das Vorgehen beim **Zusammensetzen des Werbeplakates**.

Nach der Fertigstellung der Werbeplakate **vergleichen** die Lernenden ihre **Ergebnisse** mithilfe von **M 8**.

Weiterführende Internetseiten

- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=xcwRVhUNvol>
Einfache Erklärung des AIDA-Prinzips in der Werbung
- ▶ <https://www.youtube.com/watch?v=v0hnahUJqrY>
Hier wird das Thema „Werbung“ etwas ausführlicher erklärt. Hilfreich, wenn Ihre Schülerinnen und Schüler in die Thematik etwas tiefer einsteigen wollen.
- ▶ <https://www.swr.de/swr2/wissen/swr2-wissen-2020-02-01-100.html>
Interessanter Artikel und Audiodatei, die aufzeigen, wie bereits Kinder als Konsumenten in den Fokus der Marketingstrategen rücken und wie man Kinder davor schützen kann.

[Letzter Abruf der Internetadressen: 16.06.2021]

Auf einen Blick

M 1 Wo in unserer Umgebung finden wir überall Werbung?

Benötigt: Internet
 Drucker

M 2 Über welche Kanäle wird für ein Produkt geworben?

M 3 Was ist das Ziel von Werbung?

Benötigt: Beamer/Whiteboard
 Internet/Drucker

M 4 Wir gestalten unser eigenes Werbeplakat

M 5 Teil 1: Auf den Slogan kommt es an

Benötigt: Internet

M 6 Teil 2: Das Layout zieht die Blicke an

Benötigt: Internet und Drucker

M 7 Teil 3: Wir setzen alles richtig zusammen

Benötigt: Plakate
 Internet und Drucker

M 8 Wir vergleichen unsere Werbeplakate

Zusatzaufgaben für schnellere Schülerinnen und Schüler sind in dieser Einheit mit dem Stern-Icon versehen.

Minimalplan

Insgesamt ist die Unterrichtssequenz in einem zeitlichen Rahmen von 7 bis 8 Unterrichtsstunden einzuordnen. Allerdings wäre es bei herrschendem Zeitmangel auch denkbar, sich vor allem auf die handlungsorientierte Phase (M 3 bis M 8) zu stützen.



SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

Auszug aus:

Auf die Werbung kommt es an - mit Videodatei

Das komplette Material finden Sie hier:

[School-Scout.de](https://www.school-scout.de)

