

# SCHOOL-SCOUT.DE



Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

## Auszug aus:

*Die Wirkung von Musik in der Werbung untersuchen*

Das komplette Material finden Sie hier:

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



1.35

Musik hören

**Klingt gut, kauf ich! – Die Wirkung von Musik in der Werbung untersuchen**

Marica Adam



© School-Scout.de

© iStock.com/ChristophHahn

In TV, im Radio, im Internet, im Supermarkt, überall begegnet uns Werbung, meist begleitet von klugen und eingängigen Melodien, die es nicht nur hören, sondern auch sehen wollen. Was genau macht die Musik in der Werbung mit uns? Überlegt ihr euch, die Welt zu kaufen oder ist es nur musikalische Begleitung? Die Kinder legen in kleinen Gruppen ihre eigenen Erfahrungen mit eigenen Vorstellungen und Ideen zum Thema auf. Sie versuchen sich als Nachwuchskomponisten und registrieren und gestalten Kompositionen und Kooperation für Werbung.

**KOMPETENZBEZUG:**

**Klassenstufe:** 3/4/5/6

**Dauer:** 45-60 Minuten

**Kompetenzen:** Musik hören

**Thematische Bereiche:** Musik in der Werbung, Wirkung von Musik erfahren

**Medien:** Musik hören, Musik hören, Musik hören, Text, Musik hören

**Werkzeuge:** Musik hören, Musik hören, Musik hören

**Fächerübergreifend:** Musik hören, Musik hören, Musik hören

## I.35

### Musik hören

# Klingt gut, kauf ich! – Die Wirkung von Musik in der Werbung untersuchen

Marcus Adam



© RAABE 2021

© Traimak\_Ivan/iStock/GettyImagesPlus

Im TV, im Radio, im Internet, im Supermarkt, überall begegnen uns Werbespots, meist begleitet von kurzen und eingängigen Melodien, die uns schon nach kurzer Zeit vertraut vorkommen. Was jedoch macht die Musik in der Werbung mit uns? Überzeugt sie uns, die Ware zu kaufen oder ist sie nur musikalische Begleitung? Die Kinder bringen im Rahmen dieser kreativen Unterrichtseinheit ihre eigenen Vorstellungen und Ideen zum Thema mit ein. Sie versuchen sich als Nachwuchsregisseurinnen und -regisseure und angehende Komponistinnen und Komponisten für Werbespots.

---

#### KOMPETENZPROFIL

<b>Klassenstufen:</b>	3 bis 4
<b>Dauer:</b>	ca. 3–4 Unterrichtsstunden
<b>Kompetenzen:</b>	Charaktereigenschaften von Musik wahrnehmen und verbalisieren
<b>Thematische Bereiche:</b>	Musik in der Werbung; Wirkung von Musik erfahren
<b>Medien:</b>	Arbeitsblätter, Textkarten, Bilder, Regieanweisungen, Test, Beobachtungsbogen
<b>Hörbeispiele:</b>	Werbeclips (Tracks 1–5), Jingles instrumental (Tracks 6–10), Jingles (Tracks 11–15)
<b>Fächerübergreifend:</b>	Sachunterricht: Werbung und Produkte; Deutsch: Werbetexte erstellen; Kunst: Requisiten basteln

---

## Was Sie zu diesem Thema wissen sollten

Auch wenn wir heutzutage viele Möglichkeiten haben Werbung „aus dem Weg“ zu gehen, indem wir im TV auf einen anderen Kanal umschalten, den Radiosender wechseln usw., haben wir doch bereits unzählige Klänge auch alter und vermeintlich längst vergessener Werbespots im Ohr. Selbst Produkte, die uns persönlich nie angesprochen oder interessiert haben, erscheinen vor unserem geistigen Auge, wenn wir die entsprechende Melodie hören. Auch wenn sich die Werbung in der letzten Zeit etwas verändert hat, internationaler, filmischer, origineller und zum Teil auch ansprechender geworden ist, gibt es (vor allem in Radio und TV) immer noch diese kleinen Jingles (kurze, einprägsame Werbemelodien) und Werbelieder, die so schön nervig im Ohr bleiben und einen hohen Wiedererkennungswert haben. Besonders Kinder kennen sich überraschend gut in diesem Bereich aus und gehen meist unkritischer und begeisterungsfähiger mit Werbung um als Erwachsene. Wenn Sie mit Ihren Schülerinnen und Schülern im Unterricht verschiedene Werbespots analysieren und hören, werden Sie merken, dass die Kinder die gehörten Werbeslogans und Melodien sofort aufgreifen und auf kreativer Ebene weiterführen, sei es durch das Umtexten der Werbesprüche oder das Singen der Jingles. Lässt man einmal den Konsumgedanken beiseite und reduziert die Werbemusik auf ihren funktionalen Gehalt, können sich die Kinder mit ihr vortrefflich an musikalischen Aspekten wie z. B. Rhythmik und Melodiebildung ausprobieren. Wird projektorientiert gearbeitet, z. B. mit der Erstellung eines eigenen, kleinen Werbespots, wird die Motivation Ihrer Schülerinnen und Schüler entsprechend groß sein. Insgesamt haben die Kinder in dieser Unterrichtseinheit vielfältige Lernchancen: Sie können ihre Hörerfahrungen entsprechend erweitern und werden zu einer kreativen und handelnden Rezeption bzw. eigenen künstlerischen Umsetzung bzgl. der einzelnen Werbemelodien und Jingles angeregt und erfahren sich selbst in der gestaltenden Rolle. Und die Ergebnisse werden sich am Ende im wahrsten Sinne des Wortes „hören lassen“ können.

## Was Sie bei der Vorbereitung und Durchführung beachten sollten

### Musik hören

Das Hören spielt im Fach Musik eine tragende Rolle. In der hörenden Auseinandersetzung mit verschiedener Musik lernen die Schülerinnen und Schüler differenziert und aktiv zuzuhören. Üben Sie mit Ihrer Lerngruppe eine entspannte und ablenkungsfreie Hörposition: Die Hände auf den Beinen ablegen und die Augen schließen. Und dann heißt es: Ohren auf! In dieser Unterrichtseinheit erfolgt die Bearbeitung der einzelnen Aufgaben überwiegend auf der kreativen Ebene. Zentrales Element ist das subjektive Hörerlebnis der Kinder, sodass eine „richtige“ oder „falsche“ Bearbeitung der Aufgaben hier ausgeschlossen ist. Die Schülerinnen und Schüler werden zu einem handelnden Umgang mit dem musikalischen Gehalt der einzelnen Stücke angeleitet. Die Eigenschaftskarten (**M 1**) bieten eine gute Unterstützung, wenn es darum geht, die Stimmung der Hörbeispiele zu benennen. Sie können durch Ihre eigenen oder die Ideen Ihrer Schülerinnen und Schüler beliebig ergänzt oder ausgetauscht werden.

### Rhythmisches Sprechen und Singen

Ein wichtiges Element dieser Unterrichtseinheit ist das rhythmische Sprechen bzw. Singen. In der zweiten Stunde erhalten die Kinder die Möglichkeit, eigene kleine Werbejingles zu entwickeln und einzuüben. Als Hilfe bei der Ideenfindung dienen den Schülerinnen und Schülern dabei musikalische Vorlagen (Tracks 6–10) und Kärtchen mit Anregungen zu eigenen Werbeslogans (**M 3**). Zerlegen Sie, wenn möglich, diese Slogans vorab mit Ihren Schülerinnen und Schülern in Silben (indem Sie diese

z. B. klatschen) oder üben Sie mit den Kindern ein Rhythmical ein, um den Lernenden den Zugang zum rhythmischen Sprechen und Singen zu vereinfachen.

### Werbequiz/Werbemusik

Am Anfang der ersten Stunde steht das „große Werbequiz“. Im Internet (vor allem auf YouTube) findet sich im Prinzip jeder nur erdenkliche Werbespot oder auch Jingles bekannter Marken, die Sie für das Quiz (zumindest in eingeschränktem Maße) nutzen können. Halten Sie Ausschau nach Clips, die den Kindern Ihrer Meinung nach gut bekannt sind, wie z. B. Werbung für Spielzeug, Süßigkeiten oder Softdrinks. Aber auch die kurzen und einprägsamen Jingles vieler Werbeclips, die sich eigentlich an Erwachsene richten, werden in der Regel sofort von den Kindern erkannt und aufgegriffen. Markante Beispiele hierfür sind z. B. die kurzen Erkennungsmelodien größerer Telefonanbieter oder bekannter Bau- und Technikmärkte. Alternativ können Sie natürlich in diesem Zusammenhang auch ganz auf den Einsatz von Medien verzichten und die entsprechende Musik vorsummen, pfeifen oder auf einem Instrument anspielen.

### Orff-Instrumente

In der zweiten Stunde benötigen Sie ein Orff-Instrumentarium. Sollten Sie oder Ihre Schule keines zur Verfügung haben, stellen Sie sich ein eigenes „Ensemble“ zusammen, z. B. aus kleinen Glöckchen, Holzstäben, Plastiktöpfen, Pfeife, Rasseln etc.

Vereinbaren Sie mit den Kindern Regeln zum gemeinsamen Musizieren. Hilfreich sind z. B. bestimmte Signale oder Handbewegungen, die den Kindern anzeigen, wann sie ihr Instrument ruhen lassen sollen.



### Eigene Aufnahmen erstellen

Wenn möglich, nehmen Sie gemeinsam mit den Kindern deren eigene Vertonungen mithilfe eines entsprechenden Mediums (Smartphone, PC, Aufnahmegerät) auf. Eine Audio- oder Bildaufnahme bedeutet für die Schülerinnen und Schüler stets eine enorme Motivation und dient Ihnen und den Kindern als zusätzliches Instrument zur Überprüfung und Einschätzung der Arbeitsergebnisse. Mit dem entsprechenden Einverständnis der Eltern sind natürlich auch Videoaufnahmen der erstellten Werbespots denkbar. Falls Sie die Möglichkeit haben mit einem Tablet zu arbeiten, können Sie auf diese Weise mit Ihren Schülerinnen und Schülern sogar eigene Filmsequenzen erstellen und direkt mit Musik unterlegen.

### Fächerübergreifendes Arbeiten

Die Unterrichtseinheit kann übergreifend mit dem Unterrichtsfach Deutsch verknüpft werden. Das Erstellen eigener Werbeslogans kann so zeitlich und fachdidaktisch weiter ausgebaut werden. Darüber hinaus lassen sich viele weitere Aspekte der einzelnen Stunden entsprechend thematisch weiterverfolgen bzw. ergänzen: Denkbar wäre so z. B. das Verfassen von kompletten Werbeclips zu bestimmten Themenvorgaben. Darüber hinaus können im Fach Kunst Werbeplakate oder Requisiten in Form erfundener Produkte für das Erstellen der eigenen Werbeclips erarbeitet werden.

## Wie Sie den Lernfortschritt Ihrer Schülerinnen und Schüler bewerten können

Um den Lernfortschritt Ihrer Schülerinnen und Schüler möglichst treffend einschätzen zu können, befinden sich am Ende des Materialteils ein kurzer Test (**M 8**) zur Lernstandsermittlung und ein Beobachtungsbogen (**M 9**). Hier können Sie die in den einzelnen Stunden thematisierten Teilkompetenzen der Kinder einschätzen und dokumentieren. Die Auflistung der verschiedenen Fertigkeiten folgt in erster Linie prozessbezogenen Kriterien. Darüber hinaus ist ausreichend Platz für individuelle Beobachtungen und Bemerkungen.

## Welche weiteren Medien Sie nutzen können

- ▶ **Kirschbaum, Klara:** *Konsumverhalten und Werbung: Spannende Materialien für einen abwechslungsreichen Unterricht (1.-4. Klasse). Bergerdorfer Themenhefte – Grundschule. Persen Verlag, Hamburg 2019.*  
*Fächerübergreifende Aufgaben, Rätsel und Spiele rund um die Themen Werbung und Konsum.*
- ▶ <https://raabe.click/emu-checker-tobi-werbung> [zuletzt abgerufen am 09.07.2021]  
*Diese Checker-Tobi Folge bietet sich an, um das Thema Werbung einzuführen und von verschiedenen Seiten zu beleuchten.*

# Stundenübersicht

## Legende:

AB: Arbeitsblatt; AL: Anleitung; BK: Bildkarten; WK: Wortkarten



Variationen/Differenzierung



Tipps/Hinweise



Gesprächsimpulse



CD

## 1. Stunde

**Thema:** Wie klingt die Werbung?

**Einstieg:** Die SuS versammeln sich im Sitzkreis.

*Wir beginnen heute mit einem Quiz zum Thema Werbung. Mal schauen, ob ihr erratet, um welche Werbespots es sich handelt.*



L teilt die Schülerinnen und Schüler in zwei Gruppen ein und spielt nun einzelne bekannte Werbemusik so lange ab, bis eine der Gruppen signalisiert, dass sie die richtige Antwort parat hat; für jede richtige Antwort gibt es einen Punkt, für jede falsche Antwort einen Punktabzug.



**Erarbeitung:** *Wir hören jetzt gemeinsam mehrere Musikstücke. Achtet einmal darauf, wie die Musik auf euch wirkt. Die Eigenschaftskarten können euch dabei helfen.*



**M 1 (WK)** **Wie klingt das?** / L legt die Wortkarten im Kreis aus oder heftet diese an die Tafel; die SuS benennen diese und stellen ggf. Frage zu unbekanntem Wörtern; anschließend ordnen die SuS die Eigenschaften dem entsprechenden Hörbeispiel zu.

L spielt die 5 Werbeclips nacheinander ab und diskutiert mit den SuS anhand der Eigenschaftskarten, welche Wirkung die Musik hat.



T 1–T 5

**M 2 (BK)** **Welche Werbung darf's denn sein?** / L projiziert die BK auf die Wand; die SuS benennen die einzelnen Bilder.

*Wir hören uns die Hörbeispiele noch einmal an. Zu welcher Art Werbung könnten sie passen? Welches Produkt könnte hier verkauft werden?*



L spielt die 5 Werbeclips (Tracks 1-5) erneut nacheinander ab; die SuS stellen zu jedem einzelnen Hörbeispiel Überlegungen an, zu welcher Zielgruppe oder welchem Produkt auf den BK es passen könnte.



T 1–T 5

**Abschluss:** Die SuS tauschen sich im Plenum bezüglich ihrer Überlegungen aus.

**Benötigt:**

- CD-Player, Tracks 1–5
- Beamer/vergrößerte BK M 2
- WK M 1 ggf. laminieren

## 2. Stunde

**Thema:** Kauf mich – eigene Werbejingles erstellen

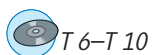
**Einstieg:** Die SuS versammeln sich im Sitzkreis.



*Wir hören jetzt wieder gemeinsam ein paar ganz kurze Musikstücke. In der Werbung wird sowas „Jingle“ genannt. Außerdem habe ich euch ein paar Werbesprüche (Werbeslogans) mitgebracht. Überlegt euch mal, welcher Slogan zu welchem Jingle passen könnte.*

**M 3 (TK)**

**Kauf mich!** / L legt die Karten mit den Werbesprüchen im Kreis aus oder heftet diese an die Tafel; einzelne SuS lesen die Slogans vor und zerlegen diese ggf. (klatschend) in Silben.



T 6–T 10

L spielt die 5 Jingles (Instrumentalversion, Tracks 6-10) nacheinander und ggf. mehrfach ab; die SuS ordnen jedem Hörbeispiel einen der Werbeslogans zu, indem sie diesen darüber singen oder sprechen.



T 11–T 15

L spielt zur Auflösung anschließend die 5 Jingles in der Version mit Werbeslogan (Tracks 11-15) ab.

**Erarbeitung:**

L teilt die SuS in Gruppen von 4–6 Kindern ein.



*Jetzt dürft ihr eure eigenen, kleinen „Werbejingles“ komponieren.*

L legt Orff-Instrumente/Klangerzeuger im Kreis aus.



*Hier im Kreis seht ihr viele unterschiedliche Instrumente, die alle anders klingen. Wir probieren die Instrumente einmal alle zusammen aus.*

L weist jedem Kind ein Orff-Instrument zu.



*Jetzt spielen wir unsere Instrumente alle so lange, bis ich die Arme hebe. Danach lässt du dein Instrument auf deinem Platz liegen, rutschst einen Platz nach rechts und spielst auf dem nächsten Instrument.*

Die SuS durchlaufen die Instrumentenrunde, bis jedes Kind möglichst einmal jedes Instrument ausprobiert hat.

**M 4 (AB)**

**Unser Werbeslogan** / Die SuS erstellen in den Kleingruppen eigene Werbeslogans anhand der Arbeitsanweisung.

**M 5 (AL)**

**Unser Werbejingle** / Die SuS vertonen in den Kleingruppen ihre vorab erstellten Werbeslogans mit verschiedenen Orff-Instrumenten/Klangerzeugern anhand der Arbeitsanweisung.

**Abschluss:**

Die einzelnen Gruppen präsentieren den anderen Gruppen ihre Werbeslogans und -jingles.

**Benötigt:**

- CD-Player, Tracks 6–15
- Orff-Instrumente/Klangerzeuger
- Aufnahmemedium
- ggf. laminierte Textkarten M 3

### 3.–4. Stunde

**Thema:** Werbespots drehen

**Einstieg:** Die SuS versammeln sich im Sitzkreis.

*Heute fangen wir noch einmal mit unserem Werbequiz an. Seid ihr bereit?*



L teilt die SuS erneut in zwei Gruppen ein; dann wird das Werbequiz aus der 1. Stunde gespielt; alternativ kann auch auf den Einsatz von Audioclips verzichtet werden: L lässt dazu jeweils ein Kind pro Gruppe eine bekannte Werbemelodie summen, während die andere Gruppe rät, um welchen Spot es sich handelt.

**Erarbeitung:** L teilt die SuS erneut in etwa gleich große Gruppen ein; L spielt die 5 Werbeclips aus der ersten Stunde erneut ab.



*Wir erstellen jetzt unsere eigenen „Werbespots“. Dazu machen wir Folgendes: Jede Gruppe sucht sich erst einmal eines der fünf Musikstücke aus. Danach überlegt ihr euch eine kleine Spielszene, die zur Musik passen könnte. Spielt uns am Ende eure Geschichte als Pantomime, d. h. ohne zu sprechen, vor. Wenn ihr eine Anregung braucht, dürft ihr auch die Karten mit den Regieanweisungen benutzen. Aber auch hier müsst ihr gut überlegen, welche Spielszene passend sein könnte.*



L teilt das AB M 6 an alle SuS und zusätzlich jeder Gruppe die Regieanweisungen M 7 aus; L achtet bei der Auswahl der Musikstücke darauf, dass jedes Stück möglichst nur von einer Gruppe ausgewählt wird.



**M 6 (AB)** **Spot ab!** / Die SuS notieren ihre Spielideen anhand der Arbeitsanweisung auf dem AB; sie üben ihre Szene ein.

**M 7 (TK)** **Was sagen wir wann?** / Die SuS setzen die Regieanweisungen ggf. zur Ideenfindung ein, um ihren eigenen Werbespot zu erfinden.

**Abschluss:** Die einzelnen Gruppen präsentieren den anderen ihre Werbespots; L nimmt diese mit einem geeigneten Aufnahmemedium auf und spielt sie den SuS anschließend zur Reflexion und zum Abschluss der Einheit vor.

**Benötigt:**

- CD-Player, Tracks 1–5
- Orff-Instrumente/Klangerzeuger
- Aufnahmemedium
- Abspielmedium (Beamer)
- ggf. vorab im Kunstunterricht erstellte Requisiten



# SCHOOL-SCOUT.DE



Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

**Auszug aus:**

*Die Wirkung von Musik in der Werbung untersuchen*

Das komplette Material finden Sie hier:

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



1.35

Musik hören

**Klingt gut, kauf ich! – Die Wirkung von Musik in der Werbung untersuchen**

Marisa Adam



In TV, im Radio, im Internet, im Supermarkt, überall begegnet uns Werbung, meist begleitet von  
Kunden und eingetragenen Marken, die es nicht nach Hause mitnehmen können. Was genau  
macht die Musik in der Werbung mit uns? Überlegt dir eine, die Welt zu kaufen oder ist die nur  
musikalische Begleitung? Die Kinder legen in kleinen Gruppen ihre eigenen Erfahrungen mit  
eigenen Vorstellungen und Ideen zum Thema auf. Sie versuchen sich als Nachwuchskunden  
und registrieren und analysieren Kaufverhalten und Konsequenzen für Werbepartner.

**KOMPETENZBEZUG:**

**Klassenstufe:**

3 bis 4

**Dauer:**

15-20 Minuten

**Kompetenzen:**

Charakteristika von Musik wahrnehmen und beschreiben

**Thematische Bereiche:**

Musik in der Werbung, Wirkung von Musik erfahren

**Medien:**

Arbeitsblätter, Textauszüge, Bilder, Audioaufnahmen, Text,

Beobachtungsglaser

**Hilfsmittel:**

Arbeitsblätter, CD, Laptop, Instrumental (Flöte 4-10),

YouTube, Musik, CD, DVD

**Fächerübergreifend:**

Sachunterricht, Werbung und Marketing, Deutsch, Werbetechnik,  
Grafik, Kunst, Musikinstrumente