

Informationen und Materialien zum Thema WERBUNG

Unterrichtliche Anknüpfungspunkte

Teile der Materialien
können auch in Realschule und Gymnasium
verwendet werden

Hauptschule: Werken/Textiles Gestalten (in Zusammenarbeit mit Arbeit/Wirtschaft und Technik) 5.5/6.5 Gesundheitsbewusstes Verbraucherverhalten, Deutsch 6.2.3/7.2.3 Texte auf Informationsgehalt hin überprüfen

Realschule: Deutsch 7.4 Mittel und Ziele der Werbung untersuchen und sich kritisch damit auseinandersetzen

Gymnasium G 8: Deutsch 7.5 Medien nutzen und reflektieren, Auseinandersetzung mit der Werbung

1. Kinder als Zielgruppe von Werbung ¹



[...] Bei den Kaufentscheidungen im Bereich Lebensmittel spielen die Kinder eine ernstzunehmende Rolle: Von der Tafelschokolade bis zur Limo, vom Schokoriegel bis zum Joghurt entscheiden knapp 60% aller Kinder mit, was gekauft wird. Fazit der Werbestrategen: „Wer an den Geldbeutel der Eltern will, muss die Kids anmachen!“

Entsprechend gehört Werbung zur Lebenswirklichkeit der Kinder, die ihnen in ihrem unmittelbaren Alltag überall begegnet. [...]

2. Warum Werbekompetenz? ²

Werbung und Konsum sind Kindern und Jugendlichen wichtig. Die Fähigkeit, damit umzugehen, ist jedoch nicht angeboren, sondern muss erlernt werden.



Kinder und Jugendliche sind nicht machtlos gegenüber den Einflüssen der Werbung. Dabei geht es nicht darum, Werbung zu verhindern, sondern Kindern so früh wie möglich beizubringen

- was Werbung will,
- welche unterschiedlichen Werbeformen es gibt,
- was Werbung für das eigene Fühlen sowie Handeln bedeutet
- und wie man mit ihr umgehen kann.

¹ aus: „Von Milchriegeln, Obstzweigen und Lachbonbons ...“ Ernährung für Kinder im Spiegel der Werbung. Verbraucher-Zentrale NRW, 2001

² aus: <http://themen.kinderkampagne.de> (Links: Warum Werbekompetenz? und Tipps für Lehrer und Erzieher)

3. Wie funktioniert Werbung? - Ein Werbekonzept wird entwickelt ³



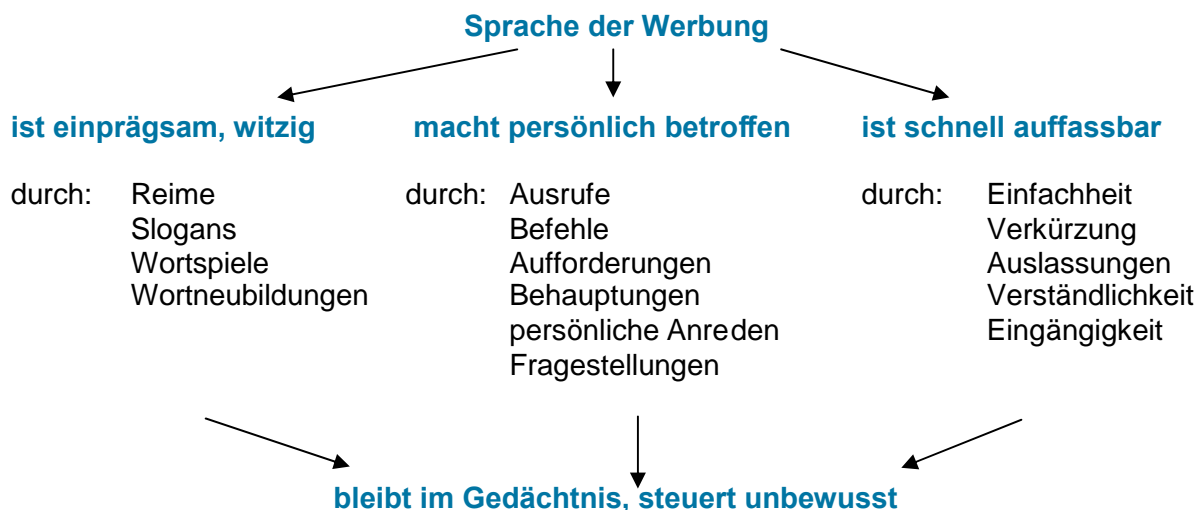
Die Werbung versucht mit Hilfe der Psychologie uns durch besondere Methoden Botschaften zu vermitteln, die uns stärker als andere Informationen erreichen und eine gewünschte Wirkung zeigen. In diesem Zusammenhang wird oft von Manipulation durch Werbung gesprochen.

Ein Beispiel für das Grundmuster eines solchen psychologischen Werbekonzeptes ist die AIDA-Regel.

AIDA-Regel

- A**ttention = Aufmerksamkeit erringen
z. B. Gefühle ansprechen, zum Lachen bringen
- I**nterest = Interesse erregen
z. B. Neugierde wecken, Informationen liefern
- D**esire = Wünsche und Bedürfnisse hervorrufen
z. B. Glücksversprechen, Aufforderungen
- Übergang von der Botschaft zur Handlung
- A**ction = Handlung
z. B. Kauf, Verhaltensweisen ändern

Der AIDA- Regel folgend, ist die Sprache gestaltet:



³ aus: „Handlungsorte“. Deutsch für berufliche Schulen, Ausgabe B. Handwerk und Technik – Hamburg (Kapitel 9: In sein – out sein! Mode und Konsum)

Informationen und Materialien zum Thema WERBUNG

In vielen Fällen wird die Sprache durch Bilder unterstützt. Sie geben nicht nur Informationen, sondern sie schaffen Assoziationen - gefühlsmäßige Verbindungen und Stimmungen - die mit dem Produkt gekoppelt werden.

Bei Fernsehen und Rundfunk kommen als zusätzliche Werbemittel Musik und eine gespielte (dramatisch vermittelte) Darstellung dazu. Werbung wird häufig zur Inszenierung einer Geschichte.

Weitere
Informationen dazu
im Internet

AIDA-Regel

- <http://de.wikipedia.org/wiki/AIDA-Prinzip>
- http://aida_regel.know-library.net/

Werbe-Sprache

- <http://de.wikipedia.org/wiki/Werbesprache>
- <http://www.mediensprache.net/de/werbesprache/>
- http://www.teachsam.de/pro/pro_werbung/werbesprache/pro_werbung_spr_0.htm
- <http://studweb.euv-frankfurt-o.de/~euv-6847/>
- <http://www.4teachers.de/?action=material&id=8003>
- http://www.mediamanual.at/mediamanual/leitfaden/medienerziehung/lehrplan/ost/ost_013.php
- http://www.br-online.de/wissen-bildung/telekolleg/faecher/deutsch/sprache/folge_8/

4. Medien

4.1 Link-Liste zum Thema Werbung

- **Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft**

mit Basis-Daten der Werbebranche

http://www.interverband.com/u-img/184/zaw_home_06-06_13.htm

- **Werbung: 10 Antworten**

<http://www.mpfs.de/fileadmin/InfoSet/10Werbung.pdf>

- **Die Kinderkampagne**

Der Verbraucherzentrale Bundesverband - vzbv - hat im Mai 2003 das Projekt "Kinderkampagne" ins Leben gerufen, um über den richtigen Umgang mit Werbung, den Medien und den beworbenen Produkten

Informationen und Materialien zum Thema WERBUNG

aufzuklären und zu informieren.

<http://themen.kinderkampagne.de/>

▪ **Lehrmaterialien und Ideen**

Sachlich, informativ und pädagogisch aufbereitete Unterrichtsmaterialien: <http://www.cma.de>

Lehrerseiten: http://www.cma.de/wissen_lehrmaterialien.php

z. B. Marketingkampagne für Schulmilch:

http://www.cma.de/wissen_5804.php

▪ **Jugend und Werbung**

<http://www.lpr-hessen.de/default.asp?m=101&s=691>

▪ **Praxis Umweltbildung**

Vielfältige Anregungen für Projekte in der Umwelt- und Nachhaltigkeitsbildung mit Workshops, Spielen, Bastelanleitungen, Tipps, Checklisten und vieles mehr. Themenbereiche: Ernährung, Freizeit, Gesundheit und Kleidung

<http://www.praxis-umweltbildung.de/>

▪ **Sachinformationen und Unterrichtsmaterialien**

Wenn man an Werbung denkt und spontan Beispiele nennen soll, kommen einem zunächst meist die offensichtlichen, allen bekannten Formen von Werbung in den Sinn - und dies sind nicht wenige, denn Werbung ist in unserer Gesellschaft allgegenwärtig: seien es die Fernseh- und Radiospots zuhause, Plakate und Leuchtreklamen in den Straßen, Anzeigen in den Zeitschriften oder Beilagen im Briefkasten. Doch Werbung ist heutzutage weitaus vielfältiger...

<http://www.learnline.de/angebote/werbung/index.html>

▪ **Ernährung und Werbung**

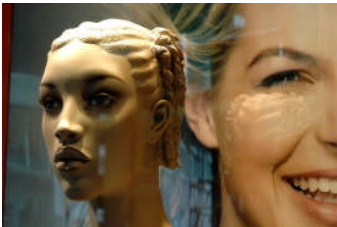
Inhalte: z. B. das Bild der Ernährung im Fernsehen, der Einfluss von Werbung

http://www.landwirtschaft-mlr.baden-wuerttemberg.de/servlet/PB/menu/1167516_11/index1060773659209.html

http://www.landwirtschaft-mlr.baden-wuerttemberg.de/servlet/PB/menu/1167516_11/index1060773659209.html

▪ **Werbung als aktive Medienarbeit**

Bausteine für den Unterricht: <http://www.schule-bw.de/schularten/grundschule/bildungsplan/mnk/werbung/werbung3.html>



Informationen und Materialien zum Thema WERBUNG

▪ **Konsumbilder – Bilderkonsum**

- Mediothek
<http://www.learn-line.nrw.de/angebote/konsumbilder/medio/index.html>
- Einkaufen im Internet
<http://www.learn-line.nrw.de/angebote/intershop/>
- Handys – Kult und Kosten
<http://www.learn-line.nrw.de/angebote/handy/>
- Kosmetik – Mehr Schein als Sein?
<http://www.learn-line.nrw.de/angebote/kosmetik/>

▪ **Trends und Trendsetter (Sprache der Werbung)**

http://www.kidsnet.at/d_champions/schreiben/trendsundtrendsetter/index.html

▪ **Augen auf Werbung**

Media Smart e.V. ist ein gemeinnütziger Verein zur Förderung von Medien- und Werbekompetenz bei Kindern. Die Initiative möchte Kinder dazu anregen, Werbebotschaften und -absichten kritisch zu hinterfragen und mit ihnen umzugehen. (Anm.: Das Material ist für die Grundschule konzipiert, in Teilen jedoch auch sehr gut in den Jgst. 5 und 6 einsetzbar)

<http://www.mediasmart.de> (kostenlos; Material auch online verfügbar)

▪ **Kinder als Konsumenten in den neuen Medien**

4 kostenlose Faltblätter zu den Themen: Werbung, Schulden, Handyfalle und Raubkopien

<http://www.kindersache.de/interakt/default.htm?a=../konsument.htm>

▪ **Kinderlebensmittel und Werbung**

Das Lehrermaterial „Von Milchriegeln, Obstzwerge und Lachbonbons...“ bietet Lehrerinnen und Lehrern der Primarstufe Unterstützung und Anregung zur Bearbeitung des Themas Ernährung und Werbung im Rahmen des Sachkundeunterrichts aber auch fächerübergreifend an. infodienst@verbraucher.de

(Kosten: 5,00 Euro, zuzügl. 2 Euro Versandkosten)

▪ **Zum Schmunzeln**

<http://www.tv-nostalgie.de/Sound/Klementine.htm>



Informationen und Materialien zum Thema WERBUNG

4.2 AV-Medien zum Thema Werbung

(über den Verleih der örtlichen Medienzentren erhältlich)

| Verleihnummer | Titel und Inhaltsbeschreibung |
|---------------|---|
| 3203285 | <p>Karli Krauses Knusperkekse Drei Kinder haben daheim beim Keksbacken geholfen und überlegen nun, ob und wie sie das Gebäck verkaufen sollen. Dabei fallen ihnen Szenen aus dem Werbefernsehen ein, die sie nachspielen und kommentieren.</p> |
| 3203608 | <p>Werbung macht`s möglich: Ideen muss man haben Eine Werbeagentur möchte den Auftrag für die Kampagne eines Limo-Herstellers bekommen. Das Werbeteam arbeitet fieberhaft an den Entwürfen für die Präsentation. Ein Slogan wird geboren, Anzeigen, Produktform und Etiketten werden entworfen.</p> |
| 4204819 | <p>Werbespots zur Medienerziehung Dieser Kurzfilm zeigt fünf Werbespots, die anschließend genauer erläutert und mit Hinweisen zu ihrem Einsatz im Unterricht versehen sind.</p> |
| 4248909 | <p>Die Macht der Werbung (gekürzte Fassung) Werbung ist allgegenwärtig. Täglich prasseln bis zu 3.000 Werbeimpulse auf den deutschen Verbraucher nieder. Zunehmend regt sich Widerstand gegen die Allmacht der Werbung und der Marken. Der Film stellt mehrere Projekte vor, hinterfragt eine einseitige Schul-Sponsoring-Aktivität, erklärt die Arbeitsweise einer Werbeagentur und liefert über Statements von Kulturtheoretikern die Bazon Brock knappe Hintergrundanalysen.</p> |
| 4602297 | <p>Internet - Zwischen Faszination und realen Gefahren WWW, Chat und E-Mail gehören zum Alltag junger Menschen und ermöglichen neben einer veränderten Informationsgewinnung auch neue Formen der Kommunikation. Die positiven Möglichkeiten des Internet optimal zu nutzen und potentiellen Gefahren mit Gegenstrategien zu begegnen sind daher die beiden Seiten einer Medienkompetenz, die in Schule und Bildung vermittelt werden sollte. Die didaktische DVD-Video leistet hier einen Beitrag zur Medienkompetenz, indem sie in drei dokumentarischen Filmen wichtige Themen der Internet-Kommunikation aufgreift: Funktionsweise, Gefahren, miese Tricks und Communities im Internet sowie Kinderseiten. Eine vertiefende Auseinandersetzung mit diesen Themen wird durch grafisch gestaltete Fragestellungen, Informationen und Filmsequenzen angeregt. Umfangreiche Zusatzmaterialien und Arbeitsblätter stehen im ROM-Teil der DVD zur Verfügung.</p> |

Informationen und Materialien zum Thema WERBUNG

4652269 **Achtung Werbung**

Mit einer wilden und bunten Entdeckungsreise durch den Alltag beginnt der Unterrichtsfilm. Er macht den Kindern deutlich, wo sie überall mit Werbung konfrontiert werden und dass diese schrill aber auch subtil sein kann. Der Film zeigt, dass Firmen Geld für Werbung ausgeben und dieses wieder einnehmen wollen. Dieser Aspekt wird am Beispiel Markenkleidung veranschaulicht. Die Trickfiguren Felicitas und Tom entwerfen lustige Werbung und versprechen das blaue vom Himmel herunter - sie fordern die Kinder auf, sich auch coole Werbesprüche und Plakate auszudenken. Der Film zeigt auch sinnvolle Arten von Werbung auf, beispielsweise für das Tragen eines Fahrradhelms.

5040183 **Baukasten "Kinder und Werbung"** Medienkompetenz für Kindergarten, Grundschule und Familie

(Inhalt: 1 Schlundz Aktionsspiele, 32 Karten 1 Video (Schlundz Rolle) 3 Schlundz-Würfel und 40 Karten einschl. Deckkarte (1 Kopie d. Spielkarten) 1 Tonkassette (Schlundz-Hörspiel) 1 Compact Disc 1 Schlundz Spezial, 1 Schlundz Journal, 1 Spielplan)

5040303 **Augen auf Werbung** - Werbung erkennen und hinterfragen: Materialien für die Grundschule Jgst. 3 und 4

Augen auf Werbung

Werbung erkennen
und hinterfragen:
Materialien für die
Grundschule
3. und 4. Klasse



media
smart

Medien und Werbung gehören zur Alltagskultur der modernen Konsumgesellschaft und sind Bestandteil des marktwirtschaftlichen Systems. Da Kinder täglich mit Werbung konfrontiert werden, sollten sie möglichst früh lernen, Werbebotschaften und -absichten kritisch zu hinterfragen und mit ihnen umzugehen. Das Nachdenken über die Konsumgewohnheiten soll die Kinder anregen, reflektierte Kaufentscheidungen zu treffen sowie Medieneinflüsse zu erkennen und einzuordnen. Das Medienpaket enthält eine VHS-Videokassette und ein Begleitheft mit didaktischen Hinweisen und Arbeitsblättern.

6600610 **Kinderbrauser**

Mit dem Kinderbrauser macht der Einstieg ins Internet Spaß. Der Umgang mit den wichtigsten Bereichen - Web, E-Mail und Chat - wird in zehn Kapiteln spielerisch vermittelt. Jedes Kapitel hat eine Einführungsseite, eine animierte Geschichte, die neugierig macht auf den anschließenden Lernstoff und eine Übung zur praktischen Aneignung. Für ältere oder besonders interessierte Kinder bietet ein Profiteil vertiefende Informationen mit direkten Links ins Internet. Im Unterricht ist eine chronologische Erarbeitung des Lernstoffs ebenso möglich, wie eine freie Zusammenstellung einzelner Lerneinheiten. Die Schülerinnen und Schüler werden im Kurs sensibel gemacht für Gefahren des Surfens und Mailens. Zugleich lernen sie viele empfehlenswerte Kinder-Sites kennen und werden damit auf attraktive und sichere Angebote hingewiesen.

Informationen und Materialien zum Thema WERBUNG

4.3 Schulfernsehen online

- **Stefan im Reklamewald - Wie Werbung funktioniert**

<http://www.br-online.de/bildung/databrd/stf3.htm/index.htm>

- **Mediawatch - 2. Werbung im Internet**

<http://www.br-online.de/bildung/databrd/media2.htm/index.htm>

- **Mitschnitt von Schulfunksendungen des BR:**

[http://www.medieninfo.bayern.de/index.asp?MNav=3&2NNav=4&TNa
v=0](http://www.medieninfo.bayern.de/index.asp?MNav=3&2NNav=4&TNa
v=0)

4.4 Link-Liste zu WTG/AWT

4.4.1 Handreichungen

- **Werken / Textiles Gestalten Jahrgangsstufe 5 / 6**

Mit der Einführung der sechsstufigen Realschule wurde eine Überarbeitung des Hauptschullehrplans notwendig.

Die Neukonzeption des Faches Werken/Textiles Gestalten stützt sich auf die Lernbereiche Gestaltung, Technische Grundlagen, Arbeitsprozess, EDV-Grundlagen und gesundheitsbewusstes Verbraucherverhalten.

Die Handreichung zum Unterrichtsfach Werken / Textiles Gestalten enthält eine Reihe von praxisorientierten Unterrichtssequenzen.

Themen sind u. a. der Stromkreis, gesundheitsbewusstes Verbraucherverhalten, Werkstücke aus Holz und aus textilem Material.

Zu den einzelnen Unterrichtssequenzen erhält der Lehrer ausführliche Informationen, Stundenverläufe, Tafelbilder, Arbeitsblätter und Kopierunterlagen.

Autor: ISB - Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung
München

Format: DIN A4

Umfang: 144 Seiten mit CD-ROM

Preis: 19,80 €

ISBN: 3-937252-70-3

[Infos ISB](#) oder [Care Line](#) (Bestellung)



- **CD - Best Practice Unterrichtsbeispiele**

Für das Fach Arbeit-Wirtschaft-Technik an bayerischen Hauptschulen. Gemeinsam mit dem Staatsinstitut für Schulqualität und Bildungsforschung (ISB) wurde eine CD mit Best Practice-Unterrichtsbeispielen für

Informationen und Materialien zum Thema WERBUNG

das Fach Arbeitslehre erarbeitet. Die Lehrkräfte werden damit praxisnah bei der Umsetzung des neuen Lehrplans unterstützt. Neben der Publikation ist geplant, die Praxisbeispiele als Baustein für die Lehrerfortbildung anzubieten.

Beispiele aus dem Inhalt:

Jgst. 5: Konzept zur Einführung des Faches in der 5./6. Klasse "AWT - Los geht's!", "Bedürfnisse, Werbung und Konsum"

Jgst. 6: Thema "Arbeit im persönlichen Umfeld" (Arbeitsplatzerkundung)

Jgst. 7: Thema "Schüler arbeiten und wirtschaften für einen Markt" (Projekt)

Preis: 15 €

Infos und Bestellung unter:

<http://www.schulewirtschaft-bayern.de/rubriken/publikationen/aktuelles.html>

4.4.2 Internetadressen

- **Stoffverteilungspläne 5. und 6. Jahrgangsstufe**

<http://www.schule.bayern.de/schularten/hs/stoffverteilung.html>

Klassenbezogene Lehrpläne (Bayern), 5. Jgst. u. a. AWT (privates Material)

<http://www.4teachers.de/?action=material&id=20859>

- **Material aus Mecklenburg-Vorpommern**

<http://www.awt-online.de/>

<http://www.werken-online.de/>

<http://www.uni-rostock.de/bildung/werkenmachtspass/compeinsatzm.htm> (= Computernutzung im Werkunterricht)

- **Private Seiten eines ehemaligen Fachseminarleiters aus Niedersachsen**

<http://www.werken-technik.de/index.htm>

(Unterrichtsmaterialien 7. – 10 Klasse)

- **Aus Österreich – für das Unterrichtsfach „Werkerziehung“/„Technisches Werken“**

<http://www.werken.at/>

Informationen und Materialien zum Thema WERBUNG

Verschiedenes

<http://home.mayn.de/dweininger/index.htm>

<http://www.fachlehrerforum.de/index.php>

<http://www.walter-elmar.de/schullinks/schule.htm>

<http://www.schule.at/gegenstand/wet/index.php?TITEL=Themen+Technisches+Werken&artikel=1&kthid=7267>

Autorin Gisela Stanglmeier, Medienpädagogisch-informationstechnische Beraterin (MIB) im Landkreis Weilheim-Schongau, Stand: Juni 2006

Bildquellen <http://www.mediasmart.de/>
<http://www.pixelquelle.de>