

Unterrichtskonzept zum Thema „Fernsehwerbung“

Unterrichtseinheiten	Methoden/Materialien/ Zeitaufwand
<p>1. Vorstellung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Personen - Übersicht über den Projekttablauf - Präsentation vom „Werbeprofi“: Zielgruppen, Entstehung einer Werbung, Arbeitsalltag etc. - SchülerInnen können Fragen stellen 	<p>Stuhlkreis</p> <p>Präsentation, Gespräch</p> <p>ca. 45 min</p>
<p>2. Reflexion: Werbung</p> <p>a) Werbung: SchülerInnen stellen eigene „Lieblingswerbungen“ vor (Hausaufgabe). Diese werden diskutiert.</p> <p>Gespräch/Diskussion:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Für was wird geworben? ⇒ Welche Werbestrategie wird dabei verfolgt? (evtl. Herausarbeiten von Gestaltungskriterien, Strategien) ⇒ Wer ist Zielgruppe der Werbung? <p>b) Herausarbeiten der Perspektiven und Meinungen der Jugendlichen zur Werbung:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Wie findet ihr die Werbung? Was ist gut daran? Was schlecht? ⇒ Welche der Werbesendungen spricht euch sehr an? ⇒ Fallen euch noch andere Werbesendungen ein, die ihr besonders gut findet? Warum findet ihr sie gut? ⇒ Wie schätzt ihr die Wirkung der Werbesendungen ein? Seid ihr selbst schon mal von einer Werbung überzeugt worden, auf ein Event zu gehen, etwas im Fernsehen anzusehen oder zu kaufen? ⇒ Wo begegnet euch Werbung am häufigsten bzw. wo nehmt ihr Werbung am häufigsten wahr? ⇒ Welche Medien sind eurer Ansicht nach für Werbung am geeignetsten? <p>c) Resümee: Kurze Zusammenfassung durch „Werbeprofis“: Gestaltungskriterien und Strategien von Werbung anhand von Werbebeispielen</p>	<p>Stuhlkreis</p> <p>Werbematerialien: Print</p> <p>Gespräch, Diskussion</p> <p>Werbebeispiele (VHS)</p> <p>ca. 45 min</p>

<p>3. Analyse von Werbung anhand von Beispielen des Bayerischen Rundfunks</p> <p>Zwei Werbekampagnen des BR werden von den Jugendlichen in Gruppen mithilfe eines Fragebogens analysiert und bewertet:</p> <p>a) Einführung in Arbeitsmethode (Arbeiten an verschiedenen Stationen) und Aufgaben SchülerInnen werden in vier Gruppen eingeteilt; jede Gruppe soll eine Werbekampagne im Hinblick auf deren Strategie analysieren.</p> <p>b) Gruppenarbeit an Stationen mit individueller Betreuung</p> <p>c) Präsentation der Ergebnisse/Strategie und der jeweiligen Werbung im Plenum</p> <p>d) „Werbeprofi“ kommentiert Ergebnisse der Gruppen</p> <p>e) Diskussion der Ergebnisse:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Welche Werbung/Werbekampagne spricht euch am meisten an? ⇒ Was gefällt euch an den präsentierten Werbebeispielen nicht? 	<p>Arbeitsstationen</p> <p>Materialien der Werbekampagnen in doppelter Ausführung (Print, VHS, sonstiges)</p> <p>Gruppenarbeit; Werbematerialien, Plakate, Eddings, Arbeitsblatt/Fra-gebogen</p> <p>Präsentation</p> <p>Diskussion</p> <p>ca. 90 min</p>
--	---

<p>4. Eigene Gestaltung einer Werbekampagne</p> <p>a) Auftrag und Briefing: SchülerInnen erhalten den Auftrag, selbst eine Werbeidee zu entwerfen. Thema (Fernsehauftreten des Papstes), Produkt, Botschaft und Zielgruppe (alt/jung) werden dabei den Gruppen in einem Briefing vorgegeben.</p> <p>b) Gruppenarbeit mit individueller Betreuung</p>	<p>Evtl. Tafel, Overheadprojektor</p> <p>Gruppenarbeit, Arbeitsblatt, Plakate, Stifte, Storyboards</p> <p>ca. 90 min</p>
<p>5. Abschluss</p> <p>a) Präsentation der Ergebnisse/Werbekampagnen im Plenum und Kommentare der Werbeprofis und MitschülerInnen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Was hat die Gruppe gut gemacht? ⇒ Welche Werbestrategie verfolgt sie? ⇒ Würde euch die Werbung der Gruppe überzeugen? <p>b) Feedback zum Projekt</p>	<p>Präsentation, Diskussion</p> <p>ca. 30 min</p>