

Schulstufe

- Empfohlen für 8./9. Schulstufe

Fächerbezug

- Deutsch, Kunst und Gestaltung, Geschichte und Politische Bildung, Geografie und wirtschaftliche Bildung

Unterrichtsphase

- Einführung

Komplexitätsgrad

- Mittel

Anliegen

- Erkennen von Werbestrategien und ihren Zielen
- Verstehen, dass Werbung selten den wirklichen Nutzen eines Produktes beschreibt, sondern ihre Zielgruppe durch die Vermittlung von Gefühlen beeinflussen will

Kenntnisse und Fertigkeiten

- Werbeinserate beschreiben und kritisch analysieren

Dauer

- 35 bis 50 Min.

Unterrichtsmittel

- Werbeanzeigen aus Zeitschriften
- Flipchartbögen oder weißes Packpapier
- Moderationskärtchen oder A6-Papier zum Abdecken
- Klebeband

Informationen in Einfacher Sprache

- Bei Bedarf ist ein Text zum Thema **Verkaufstricks** in Einfacher Sprache auf der Website des Sozialministeriums verfügbar:

www.konsumentenfragen.at/einfache-sprache

Vorbereitung

- Im Klassenraum werden 6 weiße Plakate aufgehängt. Auf jedes Plakat wird ein Werbeinserat geklebt. Es soll sich dabei um unterschiedliche Produkte handeln, die sowohl Jugendliche ansprechen, als auch Produkte, die einer anderen Zielgruppe entsprechen, wie Backpulver, Waschmittel oder Küchenreiniger. Produktname, Slogan und Eigenschaften des Inserates werden mit geeigneten Kärtchen so überklebt, dass sie später wieder abgenommen werden können.
- Folgende Fragen werden auf die Plakate geschrieben:
 - ⇒ Für welches Produkt wird hier geworben?
 - ⇒ Wer soll durch diese Werbung angesprochen werden?
 - ⇒ Welche positiven (guten) Eigenschaften und Gefühle fallen dir zu dieser Werbung ein?

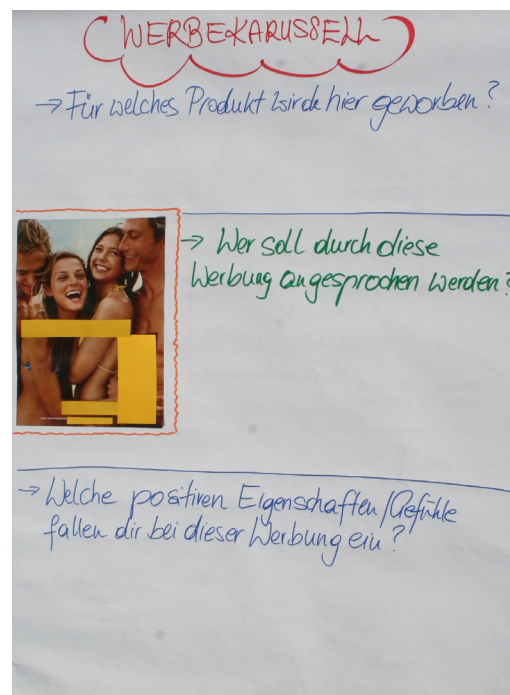
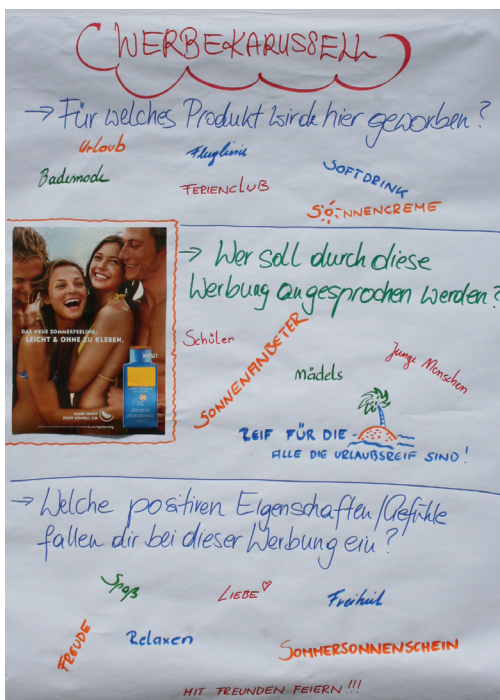


Bild: SCHULDNERHILFE ÖÖ

Ablauf

- Die Schüler:innen bilden Vierergruppen. Jede Gruppe stellt sich zu einem Plakat und notiert darauf ihre Vorschläge. Wiederholungen dürfen vorkommen.
- Nach ca. 3 Min. fordert die Lehrkraft die Schüler:innen auf, zum nächsten Plakat zu wechseln.
- Da Werbung immer nur die positiven Aspekte eines Produktes aufzeigt, sind die Schüler:innen angehalten, ausschließlich positive Eigenschaften anzuführen.
- Anschließend werden die Kärtchen abgenommen und die Ergebnisse verglichen.



- Die Lehrkraft sucht 2 gegensätzliche Inserate aus, die anschließend genauer analysiert werden. Dabei ist es hilfreich, sich auf folgende Fragen zu beziehen:
 - ⇒ Welches Produkt wird beworben?
 - ⇒ Wer ist die Zielgruppe?
 - ⇒ Welche Informationen erhalte ich über das Produkt?

- ⇒ Welche Eigenschaftswörter werden verwendet?
- ⇒ Stehen diese Eigenschaften in unmittelbarem Zusammenhang mit dem Produkt?
- ⇒ Welche Gefühle und Bedürfnisse werden angesprochen?
- ⇒ Welche Produkte sprechen besonders Jugendliche an?

Anmerkungen
