

## 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

### Kinder als Zielgruppe von Werbung <sup>1</sup>



Bild: Stephanie Hofschlaeger,  
[www.pixelio.de](http://www.pixelio.de)

[...] 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. [...]

### Warum Werbekompetenz? <sup>2</sup>



Bild: Joujou, [www.pixelio.de](http://www.pixelio.de)

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,

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

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

## Informationen und Materialien zum Thema WERBUNG

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.

### Wie funktioniert Werbung? - Ein Werbekonzept wird entwickelt <sup>3</sup>



Bild: Klaus Steves, [www.pixelio.de](http://www.pixelio.de)

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** Attention = Aufmerksamkeit erringen

z. B. Gefühle ansprechen, zum Lachen bringen

Interest = Interesse erregen

z. B. Neugierde wecken, Informationen liefern

Desire = Wünsche und Bedürfnisse hervorrufen

z. B. Glücksversprechen, Aufforderungen

Übergang von der Botschaft zur Handlung

Action = Handlung

z. B. Kauf, Verhaltensweisen ändern

Der AIDA- Regel folgend, ist die Sprache gestaltet:

<sup>3</sup> 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

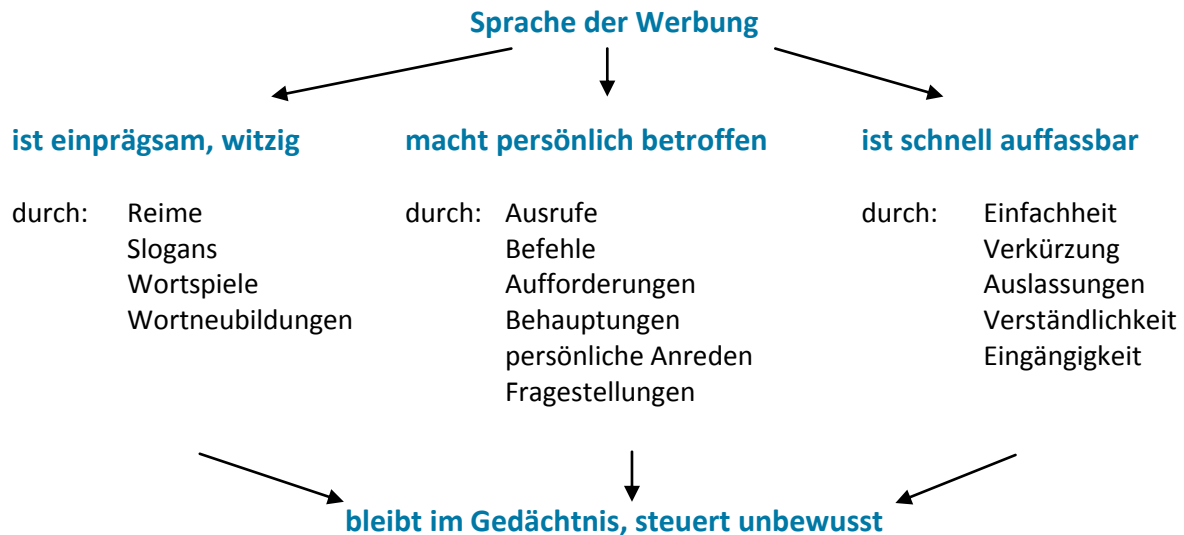


Bild: Ingrid Ruthe, [www.pixelio.de](http://www.pixelio.de)

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>

**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://www.teachsam.de/pro/pro_werbung/werbesprache/pro_werbung_spr_0.htm)

<http://www.4teachers.de/?action=material&id=8003>

[http://www.mediamanual.at/mediamanual/leitfaden/medienerziehung/lehrplan/ost/ost\\_013.php](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/](http://www.br-online.de/wissen-bildung/telekolleg/faecher/deutsch/sprache/folge_8/)

## Medien und Materialien

### Materialien aus dem Internet zum Thema Werbung

#### 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 aufzuklären und zu informieren.

[http://www.verbraucherbildung.de/projekt01/d/www.verbraucherbildung.de/kinder\\_und\\_werbung/index.html](http://www.verbraucherbildung.de/projekt01/d/www.verbraucherbildung.de/kinder_und_werbung/index.html)

#### 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/>

#### Trends und Trendsetter (Sprache der Werbung)

[http://www.kidsnet.at/d\\_champions/schreiben/trendsundtrendsetter/index.html](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)



Bild: Günter Havlena,  
[www.pixelio.de](http://www.pixelio.de)

## Informationen und Materialien zum Thema WERBUNG

### **Werbung - erkennen , analysieren, Distanz entwickeln**

<http://www.vz-bawue.de/mediabig/72381A.pdf>

Diese Begleitmaterialien ermöglichen Lehrkräften, das Thema Werbung umfassend im Unterricht zu erarbeiten (Sek.1).

### **Schulfernsehen multimedial - Planet Schule**

#### **Sendereihe "Werbung"**

[http://www.planet-schule.de/sf/php/02\\_sen01.php?reihe=856](http://www.planet-schule.de/sf/php/02_sen01.php?reihe=856)

Die Sendungen vermitteln Kindern und Jugendlichen, wie Werbung in unterschiedlichen Medien aufbereitet wird und mit welchen Mitteln sie arbeitet. Wie bekommt ein Produkt einen Namen? Wie entsteht eine Werbekampagne für eine bestimmte Zielgruppe? Die Sendungen sollen Schüler mit den Tricks und Kniffen der Werbeschaffenden sowie der Erfassung von Kundendaten vertraut machen.

#### **Wissenspool „Werbung“**

<http://www.planet-schule.de/wissenspool/werbung/inhalt.html>

### **Werbung als aktive Medienarbeit**

<http://www.schule-bw.de/schularten/grundschule/1gsfaecher/4menuek/projekte/werbung/werbung6.html>

### **Beschreibung von Schüler-Beispielen zum Thema „Werbung“**

<http://www.mediaculture-online.de/Werbung.574.0.html>

### **Stiftung Warentest**

Kostenlose Publikationen und Filme

[http://www.test.de/unternehmen/schule\\_unterricht/lehmaterial](http://www.test.de/unternehmen/schule_unterricht/lehmaterial)

Für die Sekundarstufen I und II bietet die Stiftung Warentest Lehrerinnen und Lehrern diverse Unterrichtsmaterialien an. Die Publikationen und Filme behandeln die Themen Konsum, Markt und Warentest sowie Verbraucherschutz. Sie können kostenlos bestellt werden und stehen als Download zur Verfügung.

## Informationen und Materialien zum Thema WERBUNG

### TV-Spot-Archiv

<http://www.gwa.de/awards-events/gwa-effie/best-of-effie/>

Im umfangreichen TV-Spotarchiv des Gesamtverbandes Kommunikationsagenturen GWA e.V. finden Sie Spots die letzten 25 Jahre nach Kategorien eingeteilt. Die Rechte zur Präsentation in der Schule sind von den Firmen freigegeben.

### Zum Schmunzeln

#### Werbung der 60er Jahre

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

#### Werbung der 70er Jahre

<http://www.tv-nostalgie.de/Sound/Strahler70.htm>

#### Werbung der 80er Jahre

<http://www.tv-nostalgie.de/seite8.htm>

### AV-Medien zum Thema Werbung

**(über den Verleih der örtlichen Medienzentren erhältlich)**

[www.medieninfo.bayern.de/mz](http://www.medieninfo.bayern.de/mz)

Verleihnummer	Titel und Inhaltsbeschreibung
---------------	-------------------------------

4204819	<b>Werbespots zur Medienerziehung</b>
---------	---------------------------------------

Dieser Kurzfilm zeigt fünf Werbespots, die anschließend genauer erläutert und mit Hinweisen zu ihrem Einsatz im Unterricht versehen sind.

4248909	<b>Die Macht der Werbung (gekürzte Fassung)</b>
---------	---

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.

4602297	<b>Internet - Zwischen Faszination und realen Gefahren</b>
---------	--

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

## Informationen und Materialien zum Thema WERBUNG

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.

- NEU 2011**    4602746    Kinder leben in einem Spannungsfeld zwischen ihren Wünschen und den Möglichkeiten der Wunscherfüllung. Die Verfügung über das Taschengeld führt zum ersten Training im Umgang mit Geld und zu einer Auseinandersetzung mit den Verlockungen von Produkten, mit denen Kinder als Konsumenten geworben werden sollen. Die DVD gibt Hilfestellungen dabei, zu erkennen, wie Wünsche z. B. durch Werbung gelenkt werden, wie man erkennt, was einem selbst wichtig ist und wie man andererseits mit Werbung spielerisch und kreativ umgehen kann. Arbeitsmaterialien im ROM-Teil der DVD unterstützen den Einsatz im Unterricht.
- 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  
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 Videokassette und ein Begleitheft mit didaktischen Hinweisen und Arbeitsblättern.

### Augen auf Werbung

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



[www.mediasmart.de](http://www.mediasmart.de)

## Informationen und Materialien zum Thema WERBUNG

### 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.

### Link-Liste zu WTG/AWT

#### Handreichung

#### **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 Kopiervorlagen.

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)





## Informationen und Materialien zum Thema WERBUNG

### Internetadressen

#### Stoffverteilungspläne 5. und 6. Jahrgangsstufe

<http://www.schule.bayern.de/download/file/132-awt-klasse-5>

<http://www.schule.bayern.de/download/file/133-awt-klasse-6>

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

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

#### Material aus Mecklenburg-Vorpommern

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

#### 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://tew.schule.at/>

### 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 2011

**Bildquellen** <http://www.mediasmart.de/>  
<http://www.pixelio.de>