

### III.2.1

#### Sachunterricht – Demokratie und Gesellschaft

## „Die größte Verlockung der Welt“ – Werbung analysieren, beurteilen und gestalten

Jennifer Heyn, Goch



© RAABE 2019

© JackF/iStock/gettyimages

Anhand einer Rahmengeschichte, die den Alltag des Mädchens „Rina Reklame“ erzählt, werden die Schüler in das Thema eingeführt. Die anschließenden Materialien beleuchten mithilfe der verschiedenen Werbeträger Strategien, Nutzen und Ziele von Werbung näher und sind in diese unterteilt. In kooperativen Arbeitsformen analysieren, beurteilen und gestalten die Schüler Werbung.

---

#### KOMPETENZPROFIL

**Klassenstufe:** 3 und 4

**Dauer:** ca. 14 Unterrichtsstunden

**Kompetenzen:** Zusammenhänge zwischen Arbeit, Wirtschaft und Gesellschaft verstehen; Medienkompetenz entwickeln; Werbung bewusst wahrnehmen und analysieren; Gestaltungskriterien von Werbung kennen und anwenden

**Thematische Bereiche:** Strategien, Nutzen und Ziele von Werbung erkennen; Werbung selbst gestalten

**Medien:** Bilder, Texte, Test, Selbsteinschätzungsbogen, Beobachtungsbogen

---

## Auf einen Blick

### Legende der Abkürzungen:

TX: Text; AL: Anleitung; AB: Arbeitsblatt; VL: Vorlage; BD: Bilder/Bildkarten; HA: Hausaufgabe  
UG: Unterrichtsgespräch; EA: Einzelarbeit; PA: Partnerarbeit; GA: Gruppenarbeit; LV: Lehrervortrag

 einfaches Niveau

 mittleres Niveau

 schwieriges Niveau

### 1./2. Stunde

**Thema:** Einstieg in das Thema „Werbung“ und Kennenlernen der Rahmengeschichte

#### Einstieg:

**M 1 (TX)** **Ein Tag im Leben von Rina Reklame** / LP liest die Geschichte zum Einstieg einmal komplett vor (LV); im Anschluss findet ein Gespräch darüber statt, LP stellt ggf. Leitfragen wie „Wo begegnet euch überall Werbung?“, „Warum gibt es Werbung?“, „Wie beeinflusst uns Werbung?“ (UG)

**M 24 (BD)** **Werbung ist überall** / LP setzt die Bildkarten parallel zur Rahmengeschichte oder als Wiederholung nach dem Vorlesen ein, alternativ können die Bildkarten als Impuls oder Wiederholung für Stundeneinstiege (LV)

**M 2 (AB)** **Werbung ist überall** / LP gibt Anfangssätze vor, SuS stellen im „Kugellager“ ihre Einstellungen und Meinungen zum Thema „Werbung“ aus (GA)

**M 3 (AB)** **Eine besondere Umfrage** / SuS führen eine Umfrage als „Werbe-Bingo“ innerhalb der Klasse durch, dabei aktivieren die SuS ihr Vorwissen (GA)

**Vorbereitung:** M 1 ggf. zusätzlich für SuS vorbereiten  
M 24 ausschneiden und ggf. laminieren

**Benötigt:** Klemmbretter (für M 3)

### 3.–5. Stunde

**Thema:** Radiowerbung

**Einstieg:** LP spielt einen oder mehrere Radiowerbespots ab, danach erfolgt ein Austausch über die Inhalte und die Merkmale von Radiospots (UG)

**M 4–M 6 (AB)** **Über die Ohren in den Kopf** / SuS lesen den Text und setzen sich im Anschluss mit dem Inhalt und speziellen Fachbegriffen (z. B. Jingle) auseinander (LV, PA)

**M 7 (AB)** **Auf die Ohren, fertig, los!** / SuS überlegen sich gemeinsam Inhalte für eine Radiowerbung und gestalten diese (GA); SuS stellen ihre Gruppenergebnisse vor und geben sich gegenseitig Rückmeldung

**Vorbereitung:** Aufnahmegeräte, verschiedene Instrumente sowie ggf. einen Internetzugang bereitstellen (für M 7)

#### Benötigt:

Für M 7:

- Aufnahmegeräte, z. B. Diktiergeräte oder Smartphones
- verschiedene Instrumente
- ggf. Internetzugang (Sound- und Geräuscharchive)

**6. Stunde**

**Thema:** Verpackungswerbung

**Einstieg:** Vergleich verschiedener Verpackungen und Austausch darüber (UG)  
**M 8 (AB)** **Auf das Äußere kommt es an** / SuS lesen die Merkmale von Verpackungen und gestalten eine eigene Verpackung (EA)

**Benötigt:** verschiedene Verpackungen (z. B. von Lebensmitteln, Hygieneprodukten)

**7.–10. Stunde**

**Thema:** Werbeanzeigen, Plakat- und Prospektwerbung

**Einstieg:** Vergleich verschiedener Werbeanzeigen und Austausch darüber (UG)  
**M 9 (VL)** **Werbekarussell** / SuS schauen sich Werbeanzeigen an, notieren ihre Vorschläge und tauschen sich darüber aus (GA); Austausch über 2 Anzeigen (UG)



**M 10–M 12 (AB)** **Auf die Gestaltung kommt es an** / SuS lesen einen Text und beschriften anschließend eine Anzeige mit verschiedenen Merkmalen (EA, PA)

**M 13 (AB, VL)** **Kreativität und gute Ideen** / SuS gestalten eine eigene Werbeanzeige (EA, PA); SuS stellen zum Abschluss ihre selbst gestalteten Werbeanzeigen vor

**M 14 (AB)** **Je größer, desto wirkungsvoller** / SuS lesen gemeinsam einen Text (UG); im Anschluss tauschen sich die SuS über Plakatwerbung aus (PA, UG)

**M 15 (AB)** **Über Prospekte reden** / SuS betrachten verschiedene Prospekte und untersuchen sie in Bezug auf bestimmte Merkmale (PA)

**Benötigt:** 6 Plakate und 6 versch. Werbeanzeigen (M 9), versch. Prospekte (M 15)

**11. Stunde**

**Thema:** Online-Werbung



**M 16–M 18 (AB)** **Unterwegs im Internet** / SuS lesen einen Text und beschäftigen sich anschließend mit einer fiktiven Website (EA, PA)

**14. Stunde**

**Thema:** Fernsehwerbung und Abschluss

**M 19 (AB)** **Ein Spot nach dem anderen** / SuS lesen einen Text (EA); gemeinsam (alternativ: HA) schauen sich die SuS einen Fernsehspot an und beurteilen ihn (UG)

**M 20 (AB)** **Wir machen Werbung!** / SuS gestalten einen eigenen Werbespot (GA)

**Benötigt:** Abspielgerät (z. B. Laptop) und Fernsehspot (Internet) (M 19), Aufnahmegeräte, versch. Gegenstände sowie ggf. Instrumente und Internetzugang (M 20)

### M 3 Eine besondere Umfrage – Werbe-Bingo



**Aufgabe:** Führe eine Umfrage durch.

1. Gehe mit einem Stift und dem Arbeitsblatt durch das Klassenzimmer. Finde Mitschüler, die eine Frage beantworten können.
2. Können die Schüler die Frage richtig beantworten, unterschreiben sie auf dem Feld.
3. Hast du vier Kästchen in einer Reihe (waagrecht, senkrecht oder diagonal) ausgefüllt, rufst du „Bingo“.

Summe eine Werbemelodie.  _____	Wo ist dir heute schon Werbung begegnet?  _____	Beschreibe ein bekannte Markenlogo.  _____	Beschreibe ein Plakat, das du vor kurzem gesehen hast.  _____
Warum gibt es Werbung? Erkläre.  _____	Beschreibe eine aktuelle Fernsehwerbung.  _____	Wo begegnest dir im Internet Werbung?  _____	Nenne einen Filmstar, der Werbung für ein Produkt macht.  _____
Kannst du eine Werbeszene nachspielen?  _____	Von welchen Ländern gibt es oft Werbeprospekte?  _____	Was ist eine Werbeagentur? Erkläre.  _____	Was ist ein Pop-up-Fenster?  _____
Nenne drei Stellen, an denen in deiner Stadt oft Werbung hängt.  _____	Finde eine Werbung im Klassenzimmer.  _____	Nenne einen Fußballspieler, den man in der Werbung sieht.  _____	Sage einen bekannten Slogan (Werbespruch) auf.  _____

## M 9 Werbekarussell – Werbestrategien erkennen und analysieren

### Ziele:

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

### Vorbereitung:

Im Klassenraum werden 6 weiße Plakate aufgehängt. Auf jedes Plakat wird eine (ggf. vergrößerte) Werbeanzeige geklebt. Es soll sich dabei sowohl um Produkte handeln, die Kinder ansprechen, als auch um Produkte, die eine andere Zielgruppe ansprechen (z. B. Waschmittel, Mode oder Werkzeuge). Produktname, Slogan und Eigenschaften des Produktes werden mit klebrigen 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?




### Ablauf:

1. Die Schüler bilden 4er-Gruppen.
2. Jede Gruppe stellt sich zu einem Plakat und notiert darauf ihre Vorschläge. Wiederholungen dürfen vorgenommen werden.
3. Nach ca. 5 Minuten fordert die Lehrkraft die Schüler auf, zum nächsten Plakat zu wechseln. Da Werbung immer nur die positiven Aspekte eines Produktes darstellt, sind die Schüler angehalten, ausschließlich positive Eigenschaften anzuführen.
4. Anschließend werden die Kärtchen abgenommen und die Ergebnisse verglichen.
5. Die Lehrkraft sucht 2 gegensätzliche Anzeigen aus, die anschließend genauer analysiert werden. Dabei sind folgende Fragen hilfreich:
  - Welches Produkt wird beworben?  
Wer ist die Zielgruppe?
  - Welche Informationen erhalte ich über das Produkt?
  - Welche Eigenschaftswörter werden verwendet?
  - Stehen diese Eigenschaften im Zusammenhang mit dem Produkt?  
Welche Gefühle und Bedürfnisse werden angesprochen?  
Welche Produkte sprechen besonders Kinder und Jugendliche an?

## Auf die Gestaltung kommt es an – Werbeanzeigen

M 10

 **Aufgabe 1:** Lies, was im Kasten steht.

### Werbeanzeigen

Werbeanzeigen sind zum Beispiel in Zeitschriften. Die Anzeigen sehen unterschiedlich aus. Sie haben aber ähnliche Merkmale:

1. Bild: Das Produkt ist abgebildet.
2. Headline (Überschrift): Die Headline fällt direkt auf. Die Schrift ist groß. Oft ist die Headline ein bestimmter Slogan (Werbeformel).
3. Produktname: Der Name des Produkts steht meist neben dem Bild.
4. Logo: Das Logo der Marke ist immer abgebildet.
5. Text: Der Text beschreibt das Produkt genauer. Die Schrift ist klein.
6. Preis: Häufig steht in der Anzeige, wie viel das Produkt kostet.

 **Aufgabe 2:** Trage die Nummern an die richtigen Stelle ein.

① Bild • ② Headline • ③ Produktname • ④ Logo • ⑤ Text • ⑥ Preis



The advertisement features a blue background with a grid pattern. At the top, a white box contains the headline: "Ein besseres Smartphone haben selbst wir nicht zu bieten." Below this, a smartphone is shown displaying a stock market chart. To the right of the phone is the TAMzung PHONES logo, which consists of the word "TAMzung" in a bold, sans-serif font above "PHONES" in a smaller font, with three orange and red spheres to the right. Below the phone, the text "Smartphone BetterGO Xa7" is written in a large, bold font. Underneath this, there is a price tag that says "nur 399 €" with three yellow stars above it. To the right of the phone, there is a block of small text describing the phone's features: "Games, Apps und Bildbearbeitung – das BetterGO Xa7 hat die nötige Power. Der Lopaw 980 Prozessor mit dualer KI-Unterstützung in Kombination mit dem Betriebssystem Bamproid 9.0, JAKA 9.0 und 6 GB RAM sorgt für eine schnelle Verarbeitung. Das BetterGO Xa7 ist mit einem 198 GB großen Speicher ausgestattet. Mit dem BetterGO Xa7 machen Sie beeindruckende Aufnahmen. Die Frontkamera hat eine Auflösung von 25 MP. Das 6,63 Zoll große Full View LCD-Display erstrahlt in satten Farben." There are six empty circles with arrows pointing to different parts of the advertisement: one to the headline, one to the smartphone image, one to the TAMzung PHONES logo, one to the product name "BetterGO Xa7", one to the price "nur 399 €", and one to the descriptive text block.

# Sie wollen mehr für Ihr Fach?

## Bekommen Sie: Ganz einfach zum Download im RAABE Webshop.



**Über 4.000 Unterrichtseinheiten**  
sofort zum Download verfügbar



**Sichere Zahlung** per Rechnung,  
PayPal & Kreditkarte



**Exklusive Vorteile für Abonnent\*innen**

- 20% Rabatt auf alle Materialien für Ihr bereits abonniertes Fach
- 10% Rabatt auf weitere Grundwerke



**Käuferschutz** mit Trusted Shops



Jetzt entdecken:  
**www.raabe.de**