

Unterrichtsbeispiel „Konsum und Ethik“: Werbestrategien und ihre Wirkung

Thema: Welche Werbestrategien gibt es und wie wirken sie? Themenfeld: Medien und Information		
Phasen	Grober Ablauf / Fragestellungen	Kompetenzen / Lernziele
Einstieg	<ul style="list-style-type: none"> • Kurzfilm „Warum gibt es Werbung?“ als Einführung in das Thema (Stummer Impuls), unter: https://www.youtube.com/watch?v=pWofXqGMF-U&feature=youtu.be • Frage: Was sagt ihr zu dem Film? • Filmaussagen zur Frage „Warum gibt es Werbung?“ ergänzen, SuS sammeln lassen 	Werbeziele erkennen
Problematik-sierung	<ul style="list-style-type: none"> • Zeigen einer „schlechten“ selbstgestalteten Werbung. (Kopien, PowerPoint-Präsentation) • Frage: Was fällt euch auf? • Unterrichtsgespräch über Aussage und Wirkung der Werbung, eventuell Verbesserungsvorschläge einholen 	Eigene Fragen nach Motiven und Strategien stellen
Erarbeitungs-phase 1 & Ergebnis-sicherung 1	<p>Frage: Welche Werbestrategien gibt es und wie wirken sie?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arbeitsteilige Partnerarbeit („Expertenschulung: Werbestrategien“) zu den Wirkmechanismen von Werbung: Aufmerksamkeit, Interessen, Besitzwunsch, Kaufhandlung • AB 1 Aufgabenstellung: Erarbeitung einer Werbestrategie • Präsentation der Partnerarbeitsergebnisse • Zusammenführen und Sicherung an der Tafel 	Informationen einholen
Erarbeitungs-phase 2	<ul style="list-style-type: none"> • Untersuchung der „Einhornwerbung“ anhand der vier Werbestrategien (Ab 2) 	Werbestrategien erkennen (Analysekompetenz)
Auswertung	<p>Vergleich der Ergebnisse im Unterrichtsgespräch</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welche Informationen zu den Wirkmechanismen fandet ihr am hilfreichsten? • Worauf solltet ihr im Umgang mit Werbung achten? 	Bewertung der Informationen, eigenes Handeln reflektieren
Vertiefung	<p>HA: Sammelt die Woche über Werbung, die ihr toll findet und Werbung, die euch überhaupt nicht gefällt. (Und was soll damit gemacht werden?)</p>	

Unterrichtsbeispiel „Konsum und Ethik“: Werbestrategien und ihre Wirkung

<p>Denkbare Weiterführungen</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Unterscheiden lernen von manipulativer und informativer Werbung ✓ Analyse von Werbeslogans und Prüfung ihres Wahrheitsgehaltes ✓ Erkennen von Konsumzwang (Peergroup) ✓ Erkennen von Kaufstrategien wie Sonderangebote, Sammelbilder... ✓ Werbung als Finanzierung von privaten TV-Sendern, Internetseiten erkennen 	<p>Bewertungsmaßstäbe erweitern Reflektiert handeln (bewusst wählen)</p>
--	---	--

<p>Didaktische Anmerkungen</p>
<p>Qualitätsaspekte der Stunde</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Verbraucherperspektive 2. Lebensweltorientierung (Schülerorientierung)

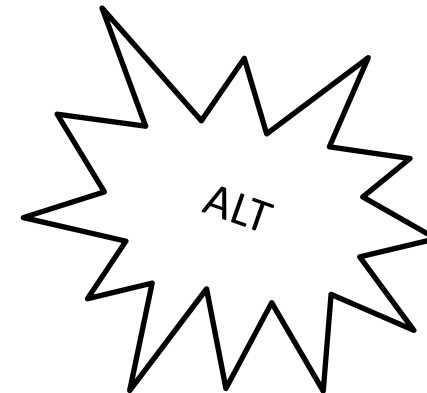
<p>Material / Literatur</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1. Präventionsnetzwerk Finanzkompetenz e.V.: Modul 9 „Werbung und Konsum“, unter: http://www.unterrichtshilfe-finanzkompetenz.de/modul_9/werbungkonsum.htm 2. Verbraucherzentrale Bundesverband: Kurzvideo „Warum gibt es Werbung“, unter: https://www.youtube.com/watch?v=pWofXqGMF-U&feature=youtu.be 3. Tip Clipart „Smiley“ auf dem AB 1, unter: https://openclipart.org/tags/tip

Werbebeispiel

Was bewirkt welche Werbung?

Quadratisch.
Kalorienreich. Ok.

Immer erhältlich!



➤ Wie könnten wir die Werbung verbessern?

Sie ist rosa! Sie glitzert!
Ihr wolt sie!

DIE LIMITIERTE EINHORN-EDITION IST DA.



Expertenschulung: Werbestrategien

Herr Werbestark, Experte für Werbetricks, erklärt:



Zunächst muss Werbung **Aufmerksamkeit** beim Kunden erzeugen! Sie müssen also dafür sorgen, dass die Werbung dem Kunden auffällt und zwischen anderen Werbeplakaten hervorsticht. Das können Sie beispielsweise mit grellen Farben, großen Bildern und einer auffälligen Schrift, aber auch mit niedlichen Tieren oder Kindern erreichen. Außerdem kann ein Plakat zum Blickfang werden, indem Sie etwas Überraschendes oder Ungewöhnliches darauf abbilden.

Aufgaben:

1. In **Einzelarbeit**: Lest die Tipps des Experten und markiert die erläuterten Werbetricks.
2. In **Partnerarbeit**: Wählt gemeinsam drei Werbetricks aus, die euch am effektivsten erscheinen, um Aufmerksamkeit zu erwecken. Notiert diese in Stichworten!

1. _____
2. _____
3. _____

★ Für besonders Schnelle ★

Verbessert das „schlechte“ Werbeplakat! Beginnt eine Skizze eines verbesserten Werbeplakats. Verwendet dafür mindestens einen der von euch erkannten Tricks.

Expertenschulung: Werbestrategien

Herr Werbeschön, Experte für Werbetricks, erklärt:



Wenn Ihre Werbung wirken soll, müssen Sie dafür sorgen, dass die Konsumenten einen **Besitzwunsch** fühlen, also ein Verlangen, das Produkt zu kaufen. Dazu müssen Sie in ihrer Werbung über die Vorteile des Produktes informieren, beispielsweise darüber, dass das Produkt eine gute Qualität hat bzw. welche Probleme es lösen kann. Wenn Sie einen Preis abdrucken, sollte dieser nicht zu hoch, sondern für den Kunden attraktiv sein. Sie sollten auch emotionale Versprechen machen, also den Eindruck erwecken, dass man sich mit dem Produkt gut fühlt. Das erreichen Sie z. B. durch Bilder fröhlicher oder berühmter Menschen oder ein cooles Image des Produktes, das verspricht, dass man damit auch selbst cool ist.

Aufgaben:

1. In **Einzelarbeit**: Lest die Tipps des Experten und markiert die erläuterten Werbetricks.
2. In **Partnerarbeit**: Wählt gemeinsam drei Werbetricks aus, die euch am effektivsten erscheinen, um den Besitzwunsch zu wecken. Notiert diese in Stichworten!

1. _____
2. _____
3. _____

★ Für besonders Schnelle ★

Verbessert das „schlechte“ Werbeplakat! Beginnt eine Skizze eines verbesserten Werbeplakats. Verwendet dafür mindestens einen der von euch erkannten Tricks.

Expertenschulung: Werbestrategien

Frau Werbefix, Expertin für Werbetricks, erklärt:



Sie müssen mit ihrer Werbung unbedingt das **Interesse** der möglichen Kunden wecken! Der Betrachter soll vor der Werbung stehen bleiben und sie sich genau ansehen. Das schaffen sie zum Beispiel, indem Sie die Werbung so gestalten, dass sie einen Witz, ein Rätsel oder eine kurze Geschichte enthält. Auch ein interessanter Spruch ist dabei hilfreich. Natürlich sollte die Werbung auch Informationen zum Produkt enthalten. Der Text sollte also informativ, aber auch verständlich, interessant und nicht zu lang sein, denn sonst lesen die meisten Leute ihn nicht.

Aufgaben:

1. In **Einzelarbeit**: Lest die Tipps des Experten und markiert die erläuterten Werbetricks.
2. In **Partnerarbeit**: Wählt gemeinsam drei Werbetricks aus, die euch am effektivsten erscheinen, um Interesse zu wecken. Notiert diese in Stichworten!

1. _____
2. _____
3. _____

★ Für besonders Schnelle ★

Verbessert das „schlechte“ Werbeplakat! Beginnt eine Skizze eines verbesserten Werbeplakats. Verwendet dafür mindestens einen der von euch erkannten Tricks.

Expertenschulung: Werbestrategien

Frau Werbegut, Expertin für Werbetricks, erklärt:



Um mit Werbung erfolgreich zu sein, müssen Sie eine **Kaufhandlung anregen!** Der Verbraucher soll sich entschließen, das Produkt wirklich zu kaufen. Damit der Verbraucher auch weiß, was er kaufen soll, ist es zum Beispiel wichtig, dass das Produkt abgebildet ist und der Name oder die Marke genannt oder abgebildet werden. Der Kauf wird außerdem durch Informationen, wo man das Produkt kaufen kann, oder andere Kontaktinformationen wie Internetadressen oder Telefonnummern erleichtert. Nützlich ist es auch, den Kunden durch Worte wie „Jetzt“ oder „Sofort“ zum schnellen Kauf aufzufordern und zu signalisieren, dass es sich um ein neues Produkt, ein zeitlich begrenztes Sonderangebot oder eine limitierte Auflage handelt.

Aufgaben:

1. In **Einzelarbeit**: Lest die Tipps des Experten und markiert die erläuterten Werbetricks.
2. In **Partnerarbeit**: Wählt gemeinsam drei Werbetricks aus, die euch am effektivsten erscheinen, um Aufmerksamkeit zu erwecken. Notiert diese in Stichworten!

1. _____
2. _____
3. _____

★ Für besonders Schnelle ★

Verbessert das „schlechte“ Werbeplakat! Beginnt eine Skizze eines verbesserten Werbeplakats. Verwendet dafür mindestens einen der von euch erkannten Tricks.



Aufgabe: Überprüft in **Partnerarbeit**, welche Werbetricks aus eurer „Schulung“ im gezeigten Werbeplakat umgesetzt wurden. Beantwortet die Fragen bitte in Stichworten!

1. **Aufmerksamkeit:** Wodurch macht die Werbung auf sich aufmerksam?

2. **Interesse:** Wodurch weckt die Werbung das Interesse der Verbraucher?

3. **Besitzwunsch:** Wodurch erzeugt die Werbung einen Besitzwunsch?

4. **Kaufhandlung:** Wodurch regt die Werbung zur Kaufhandlung an?

Auswertung

5. Spricht euch die gezeigte Werbung an? Ja Nein

6. Begründet eure Meinung.

7. Wer könnte die Zielgruppe der Werbung sein? Männlich Weiblich Alter: ca. _____

8. Würdest du diese Schokolade kaufen? Begründe!
