



### Schulstufe

- Empfohlen für 8./9. Schulstufe

### Fächerbezug

- Deutsch, Geschichte und Politische Bildung, Geografie und wirtschaftliche Bildung, Digitale Grundbildung

### Unterrichtsphase

- Erarbeitung

### Komplexitätsgrad

- Mittel

### Anliegen

- Unterschiede zwischen Werbung und (möglichst objektiver) Information/Berichterstattung aufzeigen.
- Anhand von Beispielen aus Print- und/oder Onlinebereich „Native Advertising“ aufzeigen.
- Begreifen, dass Werbung die eigenen Kaufentscheidungen beeinflusst.

### Kenntnisse und Fertigkeiten

- Die Schüler:innen können eigenständig die Fragen des Forschungsauftrages beantworten und in der vorgegebenen Form lösen.
- Den Unterschied zwischen Werbung und Information anhand der ausgewählten Beispiele erkennen und benennen können.

### Dauer

- 20 bis 50 Min.

### Unterrichtsmittel

- Computer mit Internetzugang für die Lehrkraft und die Schüler:innen
- ev. Arbeitsblatt *Native Advertising – Werbung erkennen [1]* für die Schüler:innen kopieren, alternativ digital zur Verfügung stellen oder visualisieren (z.B. beamen)

### Vorbereitung

- EDV-Raum reservieren
- Links überprüfen
- bei Bedarf kann die Lehrkraft die Hintergründe *Native Advertising – Werbung erkennen [1]* zur Vorbereitung nutzen

### Ablauf

- Gemeinsam wird der Begriff „Native Advertising“ definiert. Ev. kann dazu auch gemeinsam ein kurzer Erklär-Film angesehen und gemeinsam nachbesprochen werden, wie z.B.
  - ⇒ [www.marketinginstitut.biz/blog/trendthema-native-advertising](http://www.marketinginstitut.biz/blog/trendthema-native-advertising) (kurzer Film aus Sicht eines Marketinginstituts) oder
  - ⇒ [www.youtube.com/watch?v=7HfWdP0tczs](http://www.youtube.com/watch?v=7HfWdP0tczs) (kurzer Film, der den Begriff einfach erklärt)
- Im Anschluss öffnen die Jugendlichen das Portal einer österreichischen Tageszeitung [www.kleinezeitung.at/service/werbung/digital/6135092/Advertorial\\_Ihr-Content-harmonisch-eingebettet](http://www.kleinezeitung.at/service/werbung/digital/6135092/Advertorial_Ihr-Content-harmonisch-eingebettet)  
Hinweis: Bitte scrollen, um noch weitere Beispiele für Native Advertising auf dieser Website zu finden.
- Dort finden sich Beispiele zu Native-Advertising. In Einzel- oder Partnerarbeit werden die Berichte/Werbungen analysiert.
- Wenn technisch möglich, kann die Lehrkraft das Arbeitsblatt *Native Advertising – Werbung erkennen* digital zur Verfügung stellen (die Schüler:innen füllen dies direkt am Computer aus). Mögliche Alternativen: z.B. Ergebnisse schriftlich in einem Textverarbeitungsprogramm oder handschriftlich am vorbereiteten Arbeitsblatt festhalten.

