



## ÜBUNGS-NL NR. 5, DEZEMBER 2014, WERBUNG

### Arbeitsblatt für Lehrkräfte

**Zeitaufwand:** 3 – 4 Unterrichtseinheiten

**Fächerbezug:** 8. und 9. Schulstufe, Geografie und Wirtschaftskunde, Deutsch, Bildnerische Erziehung

### Aufgabe 1: Gestaltung eines Plakats – 2 Übungen

#### Vorbereitung:

- Material: große Zeichenblätter, alte Zeitschriften für Collage, Kleber, Eddingstifte, Malfarben etc.
- Ausdrucke der Briefings zu den 3 Pitches (pro Pitch in Gruppengröße laut Anweisungen unten, Z.1)
- Ausdrucke der Hand-outs zu den jeweiligen Pitches in halber Gruppengröße
- Ausdrucke der „Checkliste für deine Präsentation“ in halber Klassengröße (siehe Kopiervorlage für Lehrkräfte)

Ausdrucke der Hintergrundinformation und Glossar in Klassengröße

#### Anweisungen:

1. Klasse ist in 3 Gruppen (A, B und C) zu teilen!
2. Aufgabe: A, B und C repräsentieren
  - Einerseits 3 verschiedene Kunden (=Auftraggeber), die das Briefing pitchten. Mit dem Briefing, das die Lehrkraft jeweils zuteilt, beauftragt jede Gruppe als Kunde die nächste Gruppe mündlich als Werbeagentur. Gruppe A beauftragt Gruppe B, Gruppe B beauftragt Gruppe C und Gruppe C beauftragt Gruppe A.
  - Andererseits eine Werbeagentur. Wenn alle Gruppen gebrieft sind, werden die Werbeagenturen in Teams von 2-3 Personen (TexterIn, GrafikerIn) eingeteilt, die an dem jeweiligen Briefing ihrer Gruppe arbeiten. Im Wettbewerb gegeneinander müssen sie den jeweiligen Kunden von ihrer Arbeit überzeugen. Das bedeutet jede Werbeagentur hat mehrere Werbepлакate für die Präsentation. Die Teams bekommen das Briefing zum Pitch auch schriftlich.
3. Ausfüllen der Checkliste
4. Gestaltung des Plakats
5. Vorbereitung der Präsentation



## **Aufgabe 2: Präsentation und Diskussion – 1 – 2 Übungen**

Die Teams der Werbeagentur präsentieren dem jeweiligen Kunden ihre Ergebnisse vor der gesamten Klasse; die Kunden diskutieren mit ihnen und entscheiden sich für ein Plakat:

- Präsentation der Werbeplakate
- Die jeweiligen Kunden geben Feedback, wobei folgende Fragen zu berücksichtigen sind:
  - Wurde das Briefing erfüllt?
  - Könnten die Plakate die gewünschte Wirkung erreichen?
  - Wird eurer Meinung nach die Zielgruppe erreicht?
  - Welche Anreize wurden gesetzt, welche gibt es noch?
  - Welches Medium ist am sinnvollsten?
  - Wo soll die Werbung geschaltet werden?
  - Für welches Plakat entscheidet sich der Kunde?

Die dritte Gruppe (die in der Runde weder Werbeagentur noch Kunde ist) agiert als Beobachter: Was ist euch aufgefallen? Hättet ihr auch so oder anders entschieden?

Optional: Allgemeine Diskussion zur Werbung: Besprechung in 2-er oder 3-er Gruppen

- Wo im Alltag findet man Werbung?
- Wirkt Werbung überhaupt noch?
- Ist euch schon an Kinder gerichtete Werbung aufgefallen? Wenn ja, wo?

Optional: Einschub zur Auflockerung und anschließenden Diskussion.

Werbung im Wandel der Zeit – was war damals anders? Als Beispiel findet ihr hier eine **Werbung** „4711 Kölnisch Wasser“ aus den 1950er Jahren:

