

UNTERRICHTSMODELL

KENNST DU DIESES PRODUKT? VERKEHRTE WERBUNG

AUTOREN: CHRISTINE GRAMOLLA | FRANZISKA HOFMANN | JULIA ZAUNER

HARIBO

JETZT ENDLICH AUCH FLÜSSIG!

19,99 €

HARIBO
GOLDBÄREN

AKTUELLE ANGEBOTE

RED BULL

VERLEIHT NICHT NUR FLÜGEL, SONDER AUCH
WEIßE ZÄHNE!

15,99 €

Red Bull

PRINGLES

SOUP

UNTERRICHTSMODELL WERBUNG

1 | Informationen zur Sachstruktur

Werbung dient der gezielten und bewussten, aber auch der indirekten und unbewussten Beeinflussung des Menschen zu kommerziellen Zwecken. Durch emotionale und informierende Werbebotschaften spricht Werbung unsere Bedürfnisse an oder erzeugt neue.

Werbeprodukte wirken durch bestimmte Schriftzüge und Farben, aber auch die Form des Produktes ist wichtig. Durch Werbung erkennen wir Produkte im Geschäft wieder. Manche Produktnamen sind dadurch zu generischen Markennamen geworden, wie zum Beispiel Tempo, Zewa, Labello,...

Werbung taucht in verschiedenen Kontexten auf: Printmedien, Funk und Fernsehen, Internet, Produktplatzierung,...

Die Schülerinnen und Schüler sind in ihrer täglichen Welt von vielerlei Werbung umgeben. Durch den hohen Wiedererkennungswert der Produkte ist es den Schülerinnen und Schülern möglich, anhand nur der Formen diese zu erkennen.

2 | Kennzeichnung des Bildungsgehaltes

Die Schülerinnen und Schüler nehmen Produkte wahr und analysieren das jeweilige Layout. Sie setzen sich mit bekannten Gestaltungsmitteln auseinander, deuten diese und erweitern so ihren kulturellen und interkulturellen Bezug. Die Schülerinnen und Schüler vertiefen ihre Kenntnisse beim Kopieren des Bekannten und übertragen auf ein konträres Produkt. Durch das Arbeiten mit verschiedenen Materialien werden die Sinne angeregt und eine aktive Auseinandersetzung abverlangt. Bei der Präsentation der einzelnen, neuen Gegenstände erfahren die Schülerinnen und Schüler für ihre Ideen Wertschätzung.

3 | Stellung des Schülers zum Unterrichtsthema

Die Schülerinnen und Schüler vergleichen kritisch Werbungen in Printmedien im Hinblick auf das jeweilige Verhältnis von Absicht und Gestaltungsmittel. Sie setzen sich mit Gestaltungselementen, wie Typografie, Layout und Eyecatcher und Slogans auseinander. Somit nehmen sie auch zukünftig Werbung bewusster wahr. Nicht nur das analoge Bearbeiten, sondern auch das digitale Weiterentwickeln steht im Fokus.

4 | Arbeitsmaterial und Gestaltungsprozess

Arbeitsmaterial:

Weißes Papier, Bleistift, Lineal, Farbstifte (Holz-/Filz-), Acrylfarben, Kohle, Schere, Cutter, Kamera (Handy/Kleinbild), Kleber, verschiedene Produktverpackungen (Spülmittel, Frühstücksflocken, Dosen,...)

Gestaltungsprozess:

Die Schülerinnen und Schüler benötigen die Verpackung eines für sie unverwechselbaren Produktes und übertragen das Design eines anderen bekannten Produktes auf diese Verpackung. Dies geschieht wie folgt:

Zuerst kopiert man alle Gestaltungselemente auf Papier oder direkt auf das andere Produkt. Dies geschieht je nach Beschaffenheit des Untergrunds mit Holz-, Filzstiften, Acrylfarben und anderen. Danach wird, falls nötig, das neue Etikett angebracht. Um den Charakter des Produkts noch weiter hervorzuheben, kann es in einem Regal platziert werden. Anschließend werden die neuen Produkte fotografiert und können beispielsweise in einem Flyer präsentiert werden.

5 | Bildnerische Probleme

Schwierigkeiten können bei der Ideenfindung auftreten. Ist zu wenig Material vorhanden, wird die Kreativität eingeschränkt. Daher sollten die Schülerinnen und Schüler bei der Materialbeschaffung einbezogen werden. Eine angemessene Planungszeit ist erforderlich (ca. 3-4 Wochen).

Die Herausforderung ist das genaue Kopieren des Layouts. Die Wahl des passenden Arbeits- bzw. Schreibmittels sollte überlegt sein. Hierbei ist sorgfältiges Arbeiten von großer Wichtigkeit, da der Erkennungswert sonst verloren geht.

Grundsätzlich ist zu bedenken, welche Farbe für welchen Untergrund geeignet ist.

Bei der Platzierung des Produkts müssen die Schülerinnen und Schüler auf eine passende Umgebung achten.

6 | Variationsmöglichkeiten

- Erfinden/Gestalten eines eigenen Produktes (Kosmetik, Getränke, Süßigkeiten,...)
- Lapbook
- Plakat

KURZÜBERBLICK

1 | Informationen zur Sachstruktur

2 | Kennzeichnung des Bildungsgehaltes

3 | Stellung des Schülers zum Unterrichtsthema

4 | Arbeitsmaterial und Gestaltungsprozess

5 | Bildnerische Probleme

6 | Variationsmöglichkeiten

Alternative Themen

- Erklärvideo zu den Werbestrategien
- Flyer über die Schule
- Dekorieren eines Schaufensters

7 | Einsatz im Unterricht - Artikulation

8 | Arbeitsschritte

9 | Das Endprodukt



KURZÜBERBLICK

- 1 | Informationen zur Sachstruktur
- 2 | Kennzeichnung des Bildungsgehaltes
- 3 | Stellung des Schülers zum Unterrichtsthema
- 4 | Arbeitsmaterial und Gestaltungsprozess
- 5 | Bildnerische Probleme
- 6 | Variationsmöglichkeiten

Alternative Themen

- Erklärvideo zu den Werbestrategien
- Flyer über die Schule
- Dekorieren eines Schaufensters

- 7 | Einsatz im Unterricht - Artikulation
- 8 | Arbeitsschritte
- 9 | Das Endprodukt

UNTERRICHTSMODELL WERBUNG

7 | Einsatz im Unterricht Die Artikulation

Vorstunde: Prinzipien der Werbung

1. /2. Stunde

1. Einstieg:

Zeigen von bekannten Produkten, der Markenname ist jeweils nicht sichtbar

2. Exploration:

Jeder Schüler wählt ein Lieblingsprodukt aus und fertigt Vorübungen an

3. Zwischenreflexion:

Verbalisieren der Ergebnisse

- Erkennt man das Produkt?
- Mit welchem Material würdest du arbeiten?
- Worauf musst du besonders achten?

4. Objektivierung (siehe Arbeitsschritte)

- Schüler kopieren ihr Layout auf Papier oder die verschiedenen Verpackungen
- farbige Gestaltung
- Aufkleben der Vorlage

3. /4. Stunde

1. Einstieg:

Anknüpfung anhand von Erfahrungsaustausch an die vorangegangene Unterrichtsstunde

2. Objektivierung (siehe Arbeitsschritte)

- eventuelles Weiterarbeiten an den Produkten
- Platzieren der Produkte in geeigneter Umgebung
- Fotografieren der Produkte
- Erfinden von Werbesprüchen für ihr Produkt (siehe Weiterarbeit Flyer)

3. Präsentation

- Schüler stellen ihre Werke vor
- Besprechung im Plenum

UNTERRICHTSMODELL WERBUNG

8 | Arbeitsschritte



Arbeitsschritt 1
Vorbereiten des Ausgangsproduktes



Arbeitsschritt 4
Fotografieren des neuen Logos



Arbeitsschritt 2
Logorecherche



Arbeitsschritt 5
Erstellung des Flyers



Arbeitsschritt 3
Anfertigen des neuen Logos

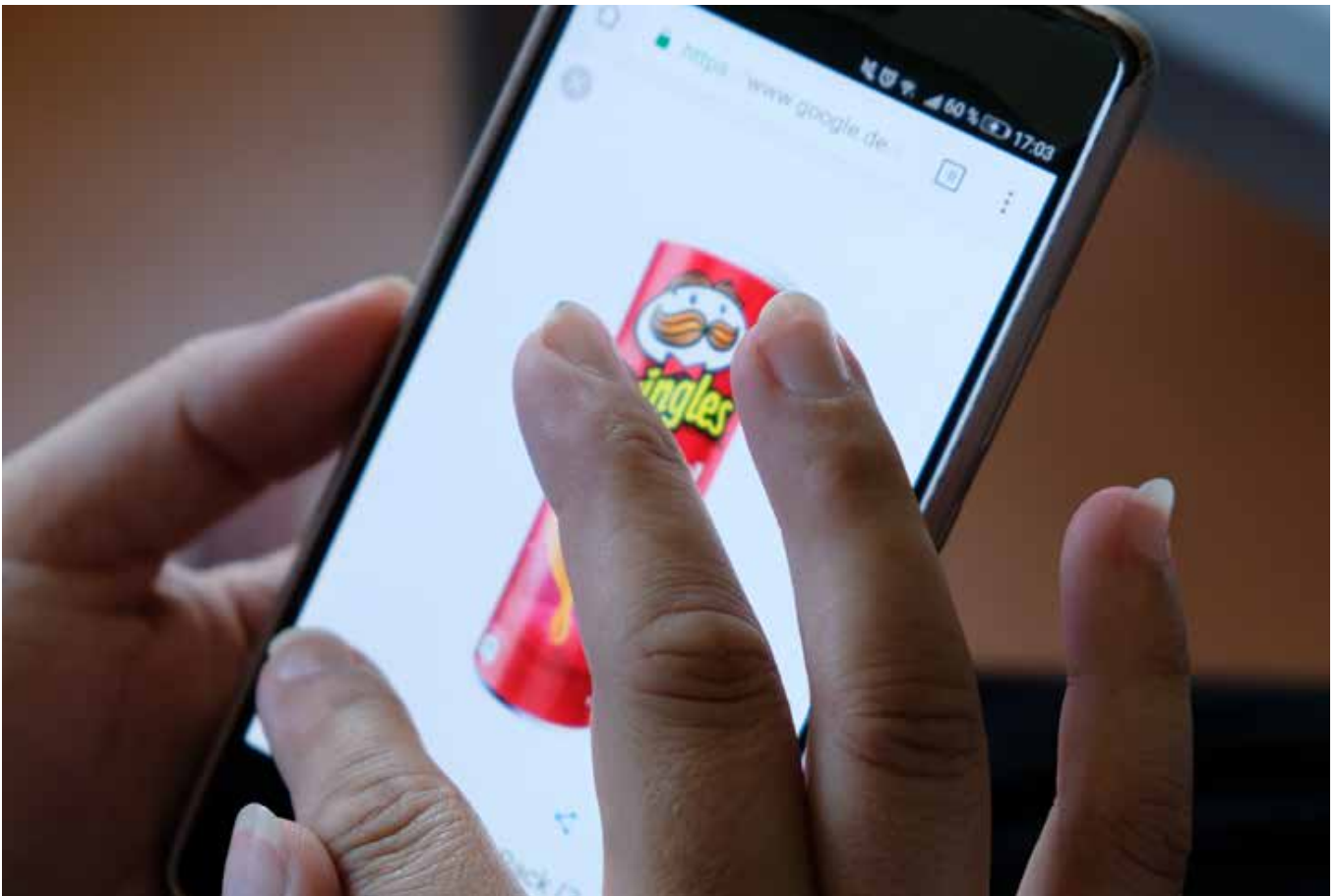












WALDI - NORDOST

BILDERGEBNISSE
EIN BLICK

HARIBO

AKTUELLE ANGEBOTE

JETZT ENDLICH AUCH FLÜSSIG!

19,99 €



RED BULL

VERLEIHT NICHT NUR FLÜGEL, SONDER AUCH
WEIßE ZÄHNE!

15,99 €



PRINGLES

ENDLICH IST ES SOWEIT
SCHÖNE HAARE NACH
CHIPS-GENUSS

16,99 €



CAMPBELL'S SOUP

FLÜSSIGSUPPE - NEU MIT
FRÜHLINGSDUFT;
PFLEGENDE FÜR DIE HÄNDE

12,99 €



NOTE

IMPRESSUNG. WALDI-NORDOST CHRIFRAJUSTR: 2018, 12345 KUNSTGEMEINDE

