

Fach: Kunst
Bildungsgang: Gymnasium
Jahrgänge: 8-10
Lernjahr/Lernabschnitt: 4-6

fächerübergreifend: -



Eine Werbeanzeige analysieren und gestalten

I VORBEMERKUNGEN

Benötigte Materialien:

Bild- und Textmaterial

Technische Voraussetzung:

Kamera, PC mit Internetzugang, Programme zur Bildbearbeitung, Layout- oder Präsentationsprogramme zur Gestaltung von Text und Bild

Kurzbeschreibung/Lernziel:

Du erarbeitest in Partnerarbeit eine Werbeanzeige für ein Parfum für Mädchen und Jungen am PC. Dazu suchst du dir geeignete Bildmaterialien im Internet aus oder fertigst eigene Fotos zum Thema an. Die Fotos kannst du mit einem Bildbearbeitungsprogramm weiterbearbeiten, zum Beispiel kannst du einzelne Motive freistellen oder die Farbigkeit der Bilder verändern. Schließlich kombinierst du die Bilder mit einem Text (Werbeslogan, Informationen zum Produkt) in einem Präsentations- oder einem Layout-Programm.

II KOMPETENZERWERB IM ÜBERBLICK

Fachkompetenzen (Kerncurriculum Hessen)	zeigt sich an diesem Aspekt	Material
<p>Sehen, Wahrnehmen, Erfahren</p> <p>Die Lernenden können ...</p> <ul style="list-style-type: none"> › sich auf einen Betrachtungsgegenstand konzentrieren, willkürlich und bewusst wahrnehmen. › in der Betrachtung Eindrücke sammeln, sinnvoll ordnen und bewerten. › Gesehenes sachorientiert und differenziert beschreiben. › eine entwickelte Fachsprache verwenden. 	<p>Ich kann ...</p> <ul style="list-style-type: none"> › eine Werbeanzeige analysieren und das AIDA-Konzept auf sie anwenden. 	AB 1
<p>Gestalten, Planen und Handeln</p> <p>Die Lernenden können...</p> <ul style="list-style-type: none"> › originelle Ideen und geeignete Darstellungsmöglichkeiten zu bildnerischen Aufgabenstellungen finden und umsetzen. 	<p>Ich kann...</p> <ul style="list-style-type: none"> › eine eigene Werbeanzeige entwickeln, die nach dem AIDA-Konzept funktioniert. 	AB 2 AB 3

Medienkompetenzen (Praxisleitfaden)	zeigt sich an diesem Aspekt	Material
<p>1 Suchen, Verarbeiten und Aufbewahren</p> <p>1.1 Suchen und Filtern</p> <ul style="list-style-type: none"> › Arbeits- und Suchinteressen klären und festlegen <p>1.3 Speichern und Abrufen</p> <ul style="list-style-type: none"> › Informationen und Daten sicher speichern, wiederfinden und von verschiedenen Orten abrufen 	<p>Ich kann ...</p> <ul style="list-style-type: none"> › geeignete Bilder zu meiner Aufgabenstellung finden. › meine selbstproduzierten Fotos von der Kamera übertragen und in einem geeigneten Verzeichnis speichern. › die von mir recherchierten Bilder und Materialien in einem geeigneten Verzeichnis speichern. 	AB 2

<p>3 Produzieren und Präsentieren</p> <p>3.1 Entwickeln und Produzieren</p> <ul style="list-style-type: none"> › Mehrere technische Bearbeitungswerkzeuge kennen und anwenden › Eine Produktion planen und in verschiedenen Formaten gestalten, präsentieren, veröffentlichen oder teilen <p>3.2 Weiterverarbeiten und Integrieren</p> <ul style="list-style-type: none"> › Inhalte in verschiedenen Formaten bearbeiten, zusammenführen, präsentieren und veröffentlichen oder teilen <p>3.3 Rechtliche Vorgaben beachten</p> <ul style="list-style-type: none"> › Urheber- und Nutzungsrechte (Lizenzen) bei eigenen und fremden Werken berücksichtigen › Persönlichkeitsrechte beachten 	<p>Ich kann ...</p> <ul style="list-style-type: none"> › geeignete Bilder zu meiner Aufgabenstellung produzieren. › Bilder für meine Zwecke mit einem Bildbearbeitungsprogramm bearbeiten. › eine Werbeanzeige in einem Präsentations- oder Layout-Programm mit Bild und Text gestalten. › Persönlichkeitsrechte beachten. › das Urheber- und Nutzungsrecht bei meiner Arbeit berücksichtigen. 	<p>AB 3</p> <p>AB 2</p>
<p>6 Analysieren und Reflektieren</p> <p>6.1 Medien analysieren und bewerten</p> <ul style="list-style-type: none"> › Gestaltungsmittel von digitalen Medienangeboten kennen und bewerten 	<p>Ich kann ...</p> <ul style="list-style-type: none"> › erkennen, mit welchen Mechanismen Werbung arbeitet. 	<p>AB 1</p>

Hintergrundinformationen für Lehrende

Die Analyse und Gestaltung einer Werbeanzeige soll den Lernenden einen kritischeren Umgang mit der Konsumwelt vermitteln. Ihnen sollen Kriterien an die Hand gegeben werden, mit deren Hilfe sie über die gelungene Gestaltung eines Gegenstandes urteilen können und mit denen sie auf den Zusammenhang zwischen äußerer Wirkung und Absichten des Produzenten schließen können.

Die Aufgabenstellung nimmt Bezug auf das Erfahrungsumfeld der Jugendlichen. Sie werden in diesem Alter immer mehr zu eigenständigen Konsumenten, besonders was den Bereich Mode betrifft. Sowohl Mädchen als auch Jungen sind zunehmend modebewusst und benutzen zudem Produkte der Kosmetikindustrie. Darüber hinaus spielt gerade für diese Altersgruppe das „richtige Outfit“ mit dem entsprechenden Label eine große Rolle. Über die Marke wird Gruppenzugehörigkeit definiert und Jugendliche, die hier nicht mithalten wollen oder können, werden häufig ausgegrenzt. Eine kritische Auseinandersetzung mit den Mechanismen von Werbung kann also auch zu einem differenzierten Umgang mit dem Markenkult führen.

Die Lernenden sollen zunächst für die ästhetischen Phänomene der Warenwelt sensibilisiert werden, ein Gefühl für die Zeichenhaftigkeit der Bildsprache entwickeln und einige Grundbegriffe der Werbung wie Zielgruppe, Werbebotschaft, Slogan, Produkt- und Imagewerbung kennenlernen.

Darüber hinaus ist es unabdingbar die Lernenden dafür zu sensibilisieren, dass bei der Erstellung von Fotografien Persönlichkeitsrechte zu beachten sind und bei der Verwendung von Bildern aus dem Internet Bildrechte berücksichtigt werden müssen.

Lehrverlauf

Planung

Überblick/Weltwissen:

Die Lernenden erkennen die absichtsvolle Gestaltung von Werbeanzeigen.

Einstieg:

In der Einführung zum Thema Werbung sollten folgenden Aspekte thematisiert werden:

- › Funktionen und Wirkweise von Werbung (Image und [Produkt]-Information)
- › Einführung des **AIDA**-Konzeptes (**A**ttention-**I**nterest-**D**esire-**A**ction)
- › Aspekte der Gestaltung: Bildmaterial, Blattaufteilung, Schrift

Dazu kann man die einzelnen Aspekte an einer geeigneten Werbeanzeige erarbeiten. Ergänzend kann man auch Texte zum Thema einsetzen.

Vorentlastung:

Den Lernenden sollten einige Elemente von Werbung bereits vertraut sein: So sollten sie im Zusammenhang mit der Gestaltung eines eigenen Logos die Funktion von Logos kennenlernen, ebenso mit Grundbegriffen der Typographie vertraut gemacht werden: Punktgröße, Schriftfamilien, Laufweite.

Im Vorfeld sollten rechtliche Vorgaben in Hinblick auf das Fotografieren von Personen thematisiert werden und die Lernenden sich mit der Verwendung von Bildern aus dem Netz (zum Beispiel durch geeignete Übungsmaterialien) vertraut machen.

Durchführung

Recherche geeigneter Bildmaterialien im Internet oder Produktion eigener Materialien, Speichern der Bildmaterialien.

Kurze Einführung in ein Bildbearbeitungsprogramm (zum Beispiel Gimp) zur Vorbereitung der Bildmaterialien (Freisteller, Farbwerte et cetera).

Tipp: Die Einführung in die Bildbearbeitung kann nach Absprache durch kompetente Schülerinnen und Schüler geschehen oder auch mit einem Lern-Video. Dabei ist die Erstellung eines Freistellers für die Lernenden oftmals die einzige echte Schwierigkeit, sodass man sich bei der Einführung darauf konzentrieren sollte. Bei einem Freisteller handelt es sich um das Herauslösen eines Motivs, zum Beispiel einer Person oder eines Gegenstandes, aus dem Bildhintergrund.

Die abschließende Gestaltung der Werbeanzeige mit Text erfolgt in einem Layout-Programm. Sollte dies nicht vorhanden sein, kann man auch mit einem Präsentationsprogramm arbeiten und auf die Kompetenzen der Lernenden zurückgreifen.

Differenzierungsmöglichkeiten:

Erstellen eines Werbefilms mit dem Smartphone, Bearbeitung der Filme mit einem Schnittprogramm für Schülerinnen und Schüler mit Vorerfahrung.

Alternativen:

Erstellung eigener Bildmaterialien mit der Kamera.

Fach- und fächerübergreifende Aspekte:

Politik und Wirtschaft: Inhaltliche Verknüpfung mit der Analyse der Angebote des Konsumgütermarktes.

Überprüfung des Lernzuwachses

Präsentation und Besprechung der fertigen Produkte am Ende der Unterrichtseinheit anhand des AIDA-Konzeptes

Fortführung/Vertiefung

Analyse von Werbefilmen/Influencern und Werbung

Analyse eine Werbeanzeige

Aufgabe 1: Recherchiere im Internet nach einer aktuellen Werbung für Parfum. Beschreibe das Bild und notiere deine ersten Eindrücke zur Bild- und Schriftgestaltung.

Aufgabe 2: Notiere in Stichworten, wie das AIDA-Konzept in dieser Anzeige funktioniert!

Attention:

Interest:

Desire:

Action:

Aufgabe 3: Überlege, welche Zielgruppe mit dieser Anzeige angesprochen wird!

Gestaltung einer Werbeanzeige für ein neues Parfüm

Das erfolgreiche Modelabel B-Cool verkauft in seinen Shops Kleidung für eine junge Zielgruppe im Alter zwischen 15 und 20 Jahren. B-Cool möchte sein Sortiment erweitern und mit einer Parfüm-Serie für Jungen und Mädchen in den Markt eintreten.

B-Cool sucht eine Agentur, die eine Werbeanzeige für das neue Produkt gestaltet.

Vorgehen

- › Bildet ein Zweierteam.
- › Überlegt euch einen Namen für das Produkt inklusive Schriftzug.
- › Entwickelt einen passenden Slogan.
- › Verwendet eigene Fotos oder recherchiert Bilder im Netz, speichert diese in einem geeigneten Verzeichnis, denkt dabei auch an einen Flakon.
- › Erstellt einen Entwurf für ein Anzeigenmotiv im Format DIN A4.
- › Gestaltet am PC mit Hilfe des Arbeitsblattes 3 eine Werbeanzeige!
- › Wenn ihr Fotos macht, vergesst nicht zu fragen, wen und was ihr fotografieren dürft.
- › Wenn ihr Fotos aus dem Internet verwendet, müsst ihr darauf achten, dass die Bilder lizenzfrei sind.

Bildbearbeitung und Layout

Bildbearbeitung

Fertige Notizen zu den Erläuterungen des Lernvideos zum Gebrauch des Bildbearbeitungsprogramms (zum Beispiel Gimp) an.

Beim Erstellen eines Freistellers gehe ich folgendermaßen vor:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

Aufgaben

1. Sucht euch Bildmaterialien aus dem Netz oder verwendet eigene digitale Bilder. Bedenkt dabei das AIDA-Konzept.
2. Ladet die Dateien in ein Bildbearbeitungsprogramm und bearbeitet sie.
3. Es können einzelne Objekte freigestellt werden, die Farbigkeit verändert und durch Markieren und Ziehen an den Eckpunkten der Markierung die Größe verändert werden.
4. Speichert die bearbeiteten Bilder in einem Ordner in einem geeigneten Verzeichnis.

Layout

Fertige Notizen zu den Erläuterungen zum Gebrauch des Layout- oder Textverarbeitungsprogramms an. Du benötigst Kenntnisse über das Erstellen von Textfeldern, die Funktionen von grafischen Elementen, zur Platzierung deiner Bilder und zur Anordnung der einzelnen Elemente.

Hier kannst du wichtige Icons aufzeichnen und ihre Funktionen notieren.

Icon	Funktion