

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