

LOVEBRANDS

Für tolle Prämien deiner Lieblingsmarken!



verbraucherzentrale
Baden-Württemberg

AKTIONSPUNKTE

Unterrichtseinheit zur qualitativen Einschätzung von Werbung und zur Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung. Die Schülerinnen und Schüler setzen sich an einem konkreten Beispiel mit der Sprache in Werbung und deren Wirkung auseinander, indem sie entsprechende Texte von Webseiten analysieren.



Oft gibt es in Geschäften und im Internet Sammelpunkte für den Kauf bestimmter Produkte. Solche Aktionen werden häufig groß beworben. Doch mit welchen Mitteln arbeitet die Werbung für solche Aktionen eigentlich?

**AUFGABE 1**

Betrachtet zu zweit die verschiedenen Bilder der Sammelaktion. Macht euch dabei Stichwörter zu den folgenden Fragen:

a) Welche Wörter werden in den Bildern besonders häufig verwendet?

b) Inwiefern gibt es Ähnlichkeiten zwischen den verschiedenen Wörtern?

c) Welche Wirkung haben die Wörter auf euch?

d) Was fällt euch an den Sätzen und Satzstrukturen auf den Bildern auf?

e) Warum, denkt ihr, wurden die Sätze und Strukturen so gewählt?

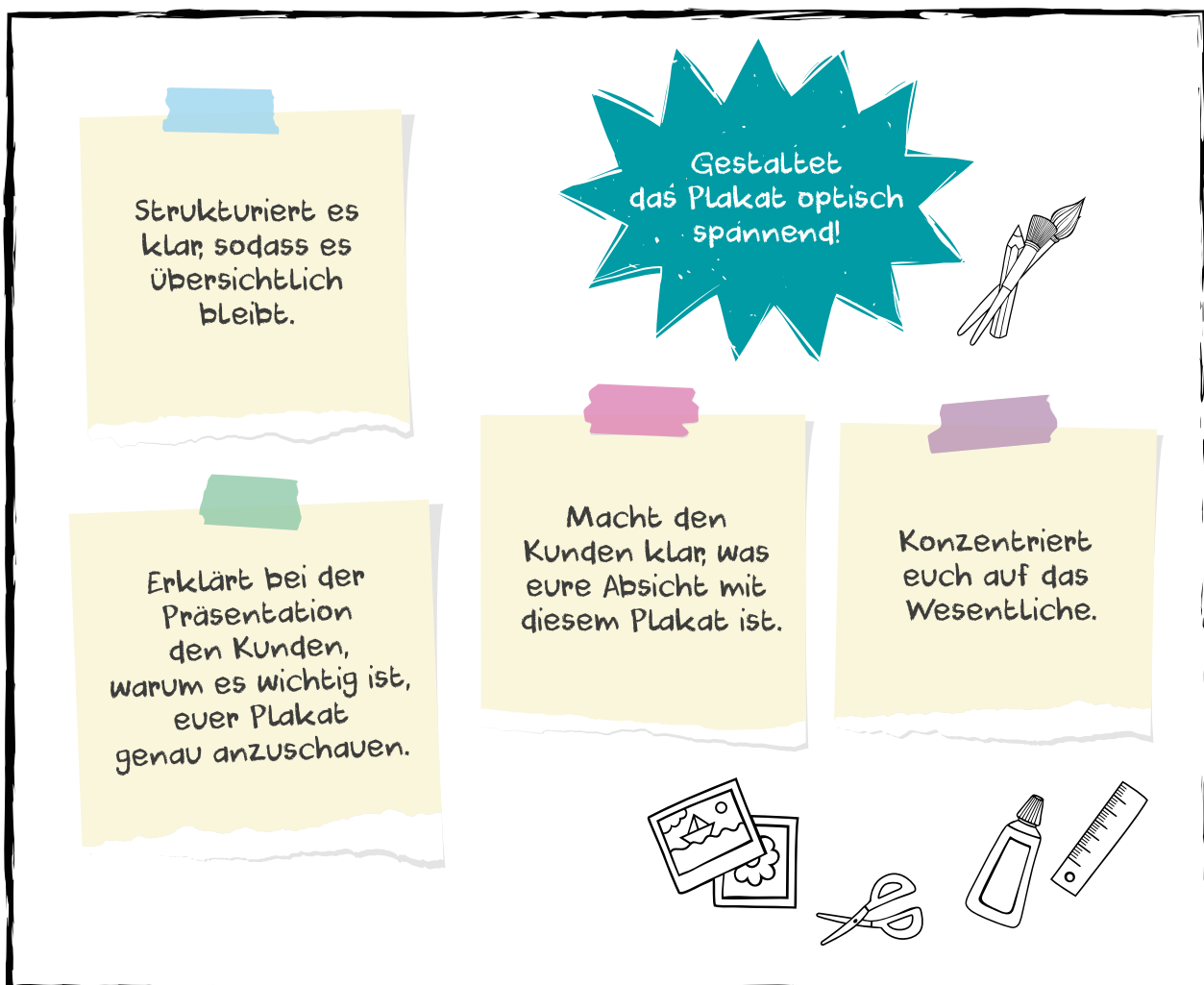


Stellt euch vor, ihr arbeitet für die Organisation „Werbewächter“. Diese Organisation möchte Supermarktkunden aufklären, mit welchen sprachlichen Mitteln die Werbung bei Sammelaktionen arbeitet.

...❖ AUFGABE 2

Erstellt ein Plakat, das am Beispiel der Sammelaktion, die ihr bearbeitet habt, die wichtigsten sprachlichen Mittel anschaulich aufzeigt und präsentiert das Plakat eurer Klasse in einem kurzen Rollenspiel.

Tipps zur Plakatgestaltung und zum Rollenspiel:



REALISIERUNG DER LEITPERSPEKTIVE VERBRAUCHERBILDUNG

Der konkretisierende Begriff Medien als Einflussfaktoren der Leitperspektive Verbraucherbildung wird in diesem Unterrichtsmaterial unter dem Aspekt der Werbung und der Verwendung sprachlicher Mittel aufgegriffen. So wird nicht nur das Bewusstsein der Schülerinnen und Schüler (SuS) für sprachliche Stilmittel geschult, sondern sie werden auch mit der Wirkungsweise von Werbung vertraut gemacht.

EINORDNUNG IN DEN BILDUNGSPLAN

Kategorie	3.1.1	Texte und andere Medien
Unterkategorie	3.1.1.2	Sach- und Gebrauchstexte
Inhaltliche Kompetenz	(6)/(7)	Funktionen von Sachtexten bestimmen und Sachtexte nach folgenden Merkmalen unterscheiden: Information, Instruktion, Werbung
	(7)/(8)	Die Wirkungsabsicht von Anzeigen [...] aufgrund formaler Merkmale (Überschrift, Wortwahl, Abbildungen) beschreiben, erläutern und bewerten
Konkretisierende/r Begriff/e		Medien als Einflussfaktoren
Bezug zu den prozessbezogenen Kompetenzen	2.1.1	Einen differenzierten, situations- und adressaten gerechten Wortschatz verwenden
	2.1.3	Inhaltlich präzise, sprachlich prägnant und klar strukturiert formulieren
	2.1.4	Ihre Redeweise situations- sowie adressatengerecht anwenden und deren Wirkung reflektieren
	2.1.15	Unterschiedliche Sprechsituationen gestalten
	2.1.16	Texte, Situationen und eigene Erfahrungen szenisch gestalten
	2.2.8	Texte dem Zweck entsprechend und adressatengerecht gestalten und strukturieren
	2.2.24	Sach- und adressatenspezifisch formulierte appellative Texte verfassen und dabei deren Wirkungsabsicht berücksichtigen
	2.3.16	Verschiedene Textsorten in ihren Funktionen erkennen [...]

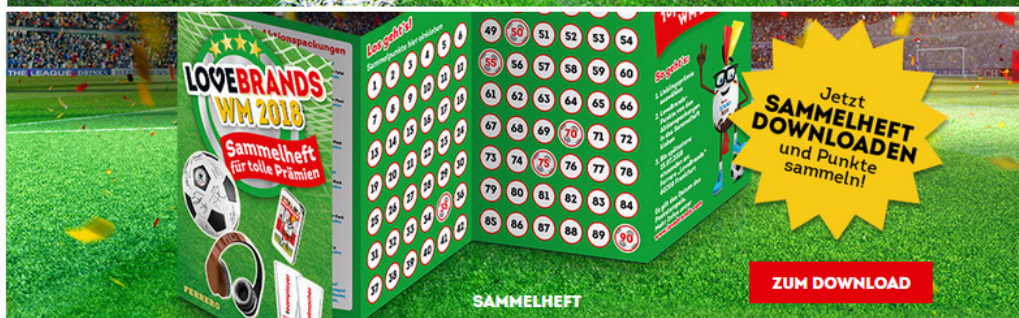
PROJEKT-/ UNTERRICHTSABLAUF	
Zeitaufwand	2 Schulstunden
Materialart	Arbeitsblatt und Beispielbilder
Zusätzlich benötigtes Material	Bastelmaterial für Plakate: Tonpapier, bunte Filzstifte oder Wachsmalkreiden, evtl. Moderationskarten und Klebestifte
Einstieg	Denkbar ist hier ein Brainstorming zum Thema „Sammeln“.
Erarbeitungsphase I	Sprachliche Analyse einer Werbeaktion
Erarbeitungsphase II	Nach einer Sammlung der Ergebnisse im Plenum haben die SuS die Aufgabe ihre Erkenntnisse auf Plakaten verständlich und stichhaltig zusammenzufassen.
Ergebnissicherung	Die von den SuS erstellten Plakate fungieren als Sicherung.
Anwendung/Reflexion/Übung	Die erforderliche Verknappung der Erkenntnisse auf den Plakaten dient der Reflexion über die erworbenen Kenntnisse.
Fächerübergreifende Aspekte	Die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg stellt auch für das Unterrichtsfach Mathematik eine Unterrichtseinheit zum Thema Sammelaktionen/Treuepunkte zur Verfügung.
Weiterführendes Material	Die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg bietet verschiedene Unterrichtsmaterialien zum Thema „Werbung“ für den Deutschunterricht auf verschiedenen Abstraktionsleveln und mit jeweils verschiedenen Themenschwerpunkten an.
Kommentar	Das vorliegende Unterrichtsmaterial ist so aufgebaut, dass es ohne weitere Vorkenntnisse dazu verwendet werden kann, die für Werbung typischen sprachlichen Mittel herauszuarbeiten und damit die Wirkungsabsicht von Anzeigen zu verdeutlichen. Es ist beispielhaft an der Sammelaktion von Ferrero anlässlich der Weltmeisterschaft 2018 gestaltet, lässt sich aber auch ohne weiteres für andere (jeweils aktuelle) Sammelaktionen verwenden. Mithilfe des Materials lässt sich nur ein Teil der in Werbung typischerweise verwendeten sprachlichen Mittel herausarbeiten. Weiterführendes Material stellt die Verbraucherzentrale Baden-Württemberg ebenfalls auf ihrer Homepage zur Verfügung.

Die Dachsköpfe zeigen an, in welcher Sozialform eine Aufgabe bearbeitet werden soll.

Zwei Dachsköpfe symbolisieren Partnerarbeit.

Drei Dachsköpfe symbolisieren Gruppenarbeit.

Illustration Dachs: © Katja Rau für Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.



AKTIONSPACKUNGEN





WICHTIGER HINWEIS:

Jedes Sammelheft enthält einen einzigartigen Code, die Sammelheftnummer. Deshalb bitte das Sammelheft pro Download nur einmal ausdrucken.

DAS SAMMELHEFT ZUM EINKLEBEN DER SAMMELPUNKTE UND ZUR BESTELLUNG DER PRÄMIEN GIBT'S:

1. **Zum Download** >> direkt [hier herunterladen](#) und gleich ausdrucken
2. **Im Handel** >> direkt bei den [Aktionspackungen](#)
3. **Per Post** >> gegen Einsendung eines frankierten und an sich selbst adressierten Rückumschlags an folgende Adresse:

**Ferrero „LoveBrands“
60208 Frankfurt**

Wir bitten um Verständnis, dass wir dir bei Verlust eines Sammelhefts auf dem Postweg die Prämie nur dann zukommen lassen können, wenn die ordnungsgemäße Absendung z. B. durch Einschreiben mit Rückschein nachgewiesen werden kann.

DIE LOVEBRANDS WM-PRÄMIEN

Die 7 einzigartigen Prämien gibt es nur durch Teilnahme an der LoveBrands-Sammelaktion und nicht im Handel zu kaufen. Jetzt Sammelheft herunterladen und mitmachen!

**LIEBLINGSPRÄMIE NENNEN &
SAMMELHEFT MIT 2 GRATIS-
SAMMELPUNKTEN DOWNLOADEN**



MUSTERLÖSUNG

... AUFGABE 1

Betrachtet zu zweit die verschiedenen Bilder der Sammelaktion. Macht euch dabei Stichwörter zu den folgenden Fragen:

a) Welche Wörter werden in den Bildern besonders häufig verwendet?

Toll, exklusiv, Prämien, jetzt, einzigartig, direkt

Die oben aufgeführten Wörter beziehen sich auf Wörter, die in den beigegeführten Screenshots häufig erwähnt werden und eine Werbeabsicht verfolgen. Das heißt nicht zwangsläufig, dass es sich hierbei um die Wörter handelt, die auf den Screenshots am augenfälligsten vertreten sind. Die SuS sind dazu angehalten, sich jeglichen Text auf den Screenshots genau anzuschauen und auf dieser Basis die Fragen zu beantworten.

b) Inwiefern gibt es Ähnlichkeiten zwischen den verschiedenen Wörtern?

Abgesehen von dem Wort „Prämie“ handelt es sich entweder um superlativisch gemeinte, positive Adjektive oder um Adverbien, die sich auf den gegenwärtigen Zeitpunkt beziehen.

c) Welche Wirkung haben die Wörter auf euch?

individuelle Antworten der SuS

d) Was fällt euch an den Sätzen und Satzstrukturen auf den Bildern auf?

Bei den Sätzen und Satzstrukturen handelt es sich um einfache, kurze Sätze; davon sind überdurchschnittlich viele als Aufforderung formuliert.

e) Warum, denkt ihr, wurden die Sätze und Strukturen so gewählt?

individuelle Antworten der SuS

NOTIZEN

IMPRESSUM

Das Unterrichtsmaterial wurde Ihnen von der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg zur Verfügung gestellt.

Mehr Informationen zur Finanzierung unserer Unterrichtsmaterialien:
www.vz-bw.de/transparenzerklaerung

Hat Ihnen das Material gefallen?
Wurden Ihre Erwartungen erfüllt?
Wir freuen uns über Ihr Feedback.

KONTAKT

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.
Team Verbraucherbildung
Paulinenstraße 47
70178 Stuttgart

bildung@vz-bw.de
www.vz-bw.de/verbraucherbildung-bw

Gefördert durch das Ministerium für Ländlichen Raum
und Verbraucherschutz Baden-Württemberg

Gefördert
durch



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR LÄNDLICHEN RAUM
UND VERBRAUCHERSCHUTZ

verbraucherzentrale

Baden-Württemberg