

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.

AKTIONSPUNKTE

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



Betrachte zusammen mit deinem Sitznachbarn 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?



Aufgabe 2

Stellt euch vor, ihr arbeitet für die Organisation „Werbewächter“.

Diese Organisation möchte Supermarktkunden aufklären, mit welchen sprachlichen Mitteln die Werbung bei Sammelaktionen arbeitet.

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

Tipps zur Plakatgestaltung und zum Rollenspiel:

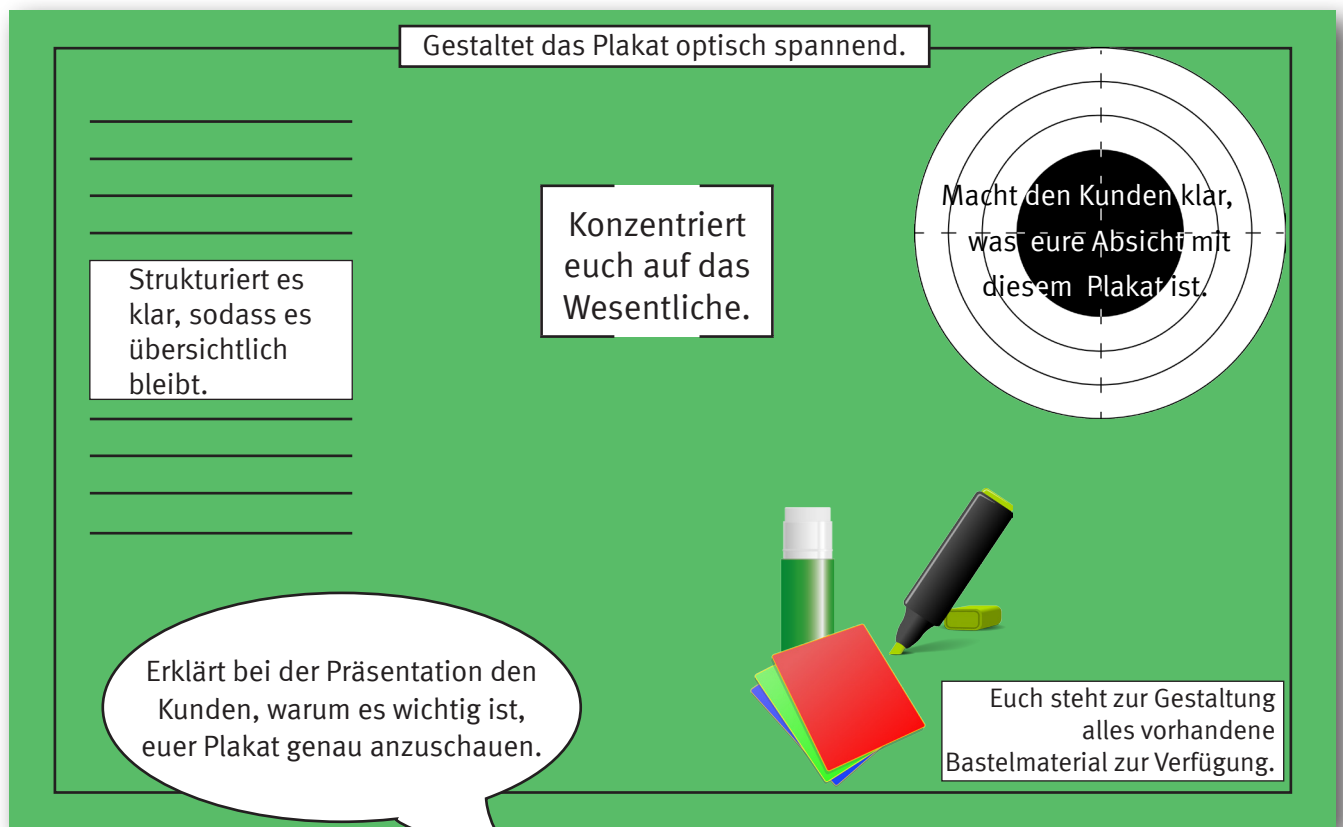
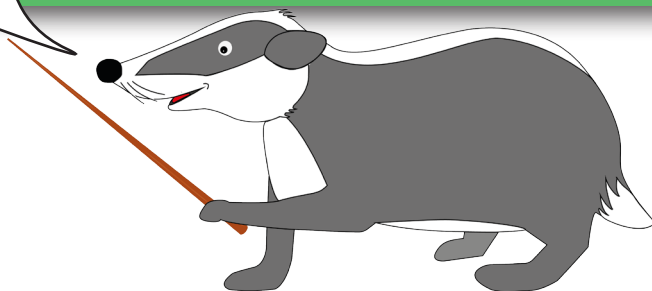


Bild 1*



* Bildquellennachweis siehe S. II

AKTIONSPUNKTE

Übergreifende Unterrichtseinheit für die Fächer Deutsch und Mathematik zur qualitativen Einschätzung von Werbung und zur Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung.

Lehrerhandreichung

Realisierung der Leitperspektive Verbraucherbildung

Der konkretisierende Begriff Medien als Einflussfaktoren der Leitperspektive Verbraucherbildung wird in diesem Unterrichtsmaterial unter dem Aspekt der Werbung und deren 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*) (7)/(8*)	Funktionen von Sachtexten bestimmen und Sachtexte nach folgenden Merkmalen unterscheiden: Information, Instruktion, Werbung 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 2.1.3 2.1.4 2.1.15 2.1.16 2.2.8 2.2.24 2.3.16	einen differenzierten, situations- und adressatengerechten Wortschatz verwenden inhaltlich präzise, sprachlich prägnant und klar strukturiert formulieren ihre Redeweise situations- sowie adressatengerecht anwenden und deren Wirkung reflektieren unterschiedliche Sprechsituationen gestalten Texte, Situationen und eigene Erfahrungen szenisch gestalten Texte dem Zweck entsprechend und adressatengerecht gestalten und strukturieren sach- und adressatenspezifisch formulierte appellative Texte verfassen und dabei deren Wirkungsabsicht berücksichtigen verschiedene Textsorten in ihren Funktionen erkennen [...];

* Nach Bildungsplan 2016 für die Sekundarstufe I

Projekt-/Unterrichtsverlauf	
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 Europameisterschaft 2016 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 VZ ebenfalls auf ihrer Homepage zur Verfügung.

Literatur- und Quellennachweise:

Bild 1	Marker, Kleber, Bundpapier, Zeigestock, Zielscheibe (Pixabay.com)
Lovebrand website	Lovebrands.com
Didi Dachs	eigene Darstellung



**kinder
duplo
hanuta
nutella**



FÜR ALLE FANS...



Jetzt mitmachen beim exklusiven LoveBrands EM Foto-Wettbewerb!

Die tollen LoveBrands-Prämien zur EM sind exklusiv über die Sammelaktion erhältlich.



PRÄMIEN



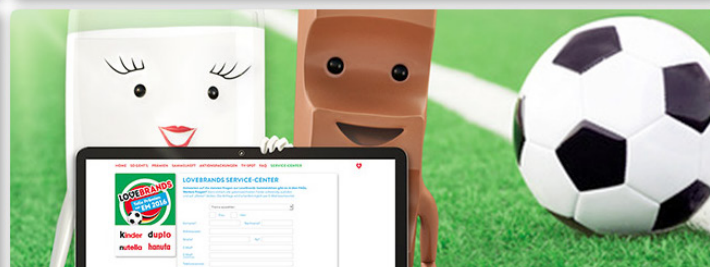
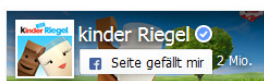
AKTIONSPACKUNGEN

JETZT SAMMELHEFT
DOWNLOADEN UND PUNKTE
SAMMELN!

ZUM DOWNLOAD



kinder Riegel nutella hanuta duplo





kinder duplo
nutella hanuta

DIE LOVEBRANDS EM-KOLLEKTION

Die 8 tollen LoveBrands-Prämien zur EM sind exklusiv über die Sammelaktion erhältlich. Käuflich sind die Prämien nicht zu erwerben.

[SAMMELHEFT DOWNLOAD](#)



2ER-SET GLÄSER
mit coolen nutella Motiven
„Stürmer und Torjäger“
35 PUNKTE



SNACK-SCHALE
aus Porzellan im
Mr. Schoko-Bon-Design
45 PUNKTE



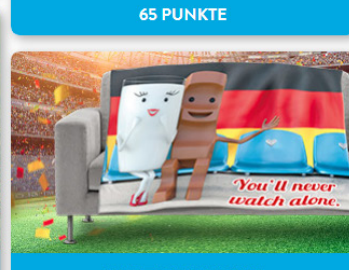
FREIZEITTASCHE
mit nutella Anhänger in Deutschlandfarben
65 PUNKTE



BLUETOOTH-LAUTSPRECHER
für Smartphones und Tablet-PCs
70 PUNKTE



DFB UNTERSCHRIFTENBALL
mit gedruckten Unterschriften der
Nationalmannschaft
70 PUNKTE



FLEECEDECKE
im einzigartigen Milky & Schoki
Stadion-Design
80 PUNKTE



kinder duplo
nutella hanuta

WICHTIGER HINWEIS:

Jedes Sammelheft enthält einen einzigartigen Code, die Kontrollnummer. 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 [Aktionsspackungen](#)
3. Per Post → gegen Einsendung eines frankierten und an sich selbst adressierten Rückumschlags an folgende Adresse:

Ferrero „LoveBrands“
33295 Gütersloh

Wir bitten um Verständnis, dass wir Ihnen 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.



kinder duplo
nutella hanuta

JETZT BEIM EXKLUSIVEN LOVEBRANDS EM FOTO-WETTBEWERB MITMACHEN UND MIT ETWAS GLÜCK TOLLE PREISE GEWINNEN!

JETZT MITMACHEN

ZUR FOTO-GALERIE

Teilen



SO GEHT'S



1. Foto im LoveBrands EM-Look machen. [Hier](#) erfahren, was die Kriterien für die LoveBrands EM-Fotos sind.

2. LoveBrands EM-Foto bis zum 05.06.2016 hochladen.

3. Mit etwas Glück eine von vielen tollen LoveBrands EM-Prämien gewinnen!

[Teilnahmebedingungen](#)

JETZT MITMACHEN



MUSTERLÖSUNG

Aufgabe 1

Betrachte zusammen mit deinem Sitznachbarn 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 beigefügten 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

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
Paulinenstr. 47
70178 Stuttgart

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