



VERLAUFSPLAN

WERBUNG

KONSUM



Dauer: 2 Lektionen à 45 Minuten	Unterrichtsinhalte/Reflexionsthemen: 1. Was sind Schlüsselreize (Werbung/Manipulation)? ⇒ Emotionale Reize, welche gedächtnisbildende Strukturen in unserem Gehirn erreichen: Bekannte Gerüche/Duft z.B. Vanille, Zimt, Kakao, Brotgeruch etc. ⇒ Bekannte Gesichter wirken viel stärker als Bspw. Logos ⇒ Farben, Stimmen und Klänge, werden ebenfalls als Schlüsselreiz genutzt. 2. Was sind Cookies? ⇒ Daten über besuchte Webseiten und angeklickte Produkte, um Informationen für eine personalisierte/gezielte Werbung zu sammeln. 3. Worauf achtest du künftig beim Einkaufen im Geschäft oder im Internet?
Ort: Schulzimmer/Schulgelände	
Sozialform: Frontalunterricht, Gruppenarbeit und Plenumsdiskussion	
Material: <ul style="list-style-type: none"> GORILLA Info Lehrperson <i>Werbung: Wie sie wirkt</i> Unterlagen Schweizer Konsumentenschutz: <ul style="list-style-type: none"> - <i>Chocoleo-Werbestrategien</i> - <i>Chocoleo-Verpackung</i> Beamer, Leinwand, Internet, Computer 	
Lernziele: Die SuS... ... erkennen, wo sie überall mit Werbung (bewusst und unbewusst) konfrontiert werden. ... machen sich Gedanken, welchen Einfluss Werbung und Marken auf ihre Emotionen und damit ihren Konsum haben. ... setzen sich kritisch mit dem Thema Werbung auseinander und erkennen Werbestrategien, insbesondere im Internet. ... werden sich dem impliziten Einfluss von Werbung bewusst und entwickeln eine kritische Haltung und einen reflektierten Konsum.	

VORBEREITUNG

Lehrperson (LP)	Schüler*innen (SuS)
<ul style="list-style-type: none"> GORILLA Info Lehrperson <i>Werbung: Wie sie wirkt</i> Unterlage Konsumentenschutz <i>Chocoleo-Verpackung</i> als Anschauungsexemplar 3-4x ausdrucken (ideal auf dickem Papier, zu einer Schachtel falten) Verschiedene Gerüche z.B. in Filmdosen «verpacken»: Vanille, Zimt, Kakao, frisches Brot Internet, Beamer vorbereiten für Youtube-Dokumentation <u><i>Die Werbung – Wie Manipulation funktioniert Teil 4</i></u> von Quarks & Co. (12') 	bringen ihre Lieblingswerbungen für Lebensmittel/Getränke in den Unterricht mit (Zeitungsausschnitt, schriftlich, mündlich, z.B. Slogans etc.)



PHASEN

Zeit	Aktivitäten	Medien/Material
20'	Einführung LP: Welche Werbeslogans kennt ihr? SuS: stellen ihre mitgebrachte Werbung vor und begründen, wodurch sie sich von der Werbung angesprochen gefühlt haben. (Evtl. gewisse Werbefilme via Beamer zeigen) LP: Welche Stufe der Lebensmittelpyramide wird am stärksten beworben? LP: Werbung spricht gezielt eure Sinne an. Werbe-Industrie setzt Schlüsselreize ein, welche das Ohr, die Augen und auch die Nase ansprechen (Einbezug verschiedener Sinne)	GORILLA Info Lehrperson <i>Werbung</i> Konkrete Werbebeispiele von SuS
10'	Beispiel Geruch LP lässt SuS verschiedene Gerüche riechen und fragt nach, welche Emotionen/Erinnerungen die SuS mit dem Geruch verbinden.	Gerüche, z.B. frisches Brot oder Gewürze wie Vanille, Zimt etc.
15'	Visuelles Beispiel LP gibt die Chocoleo-Packungen durch die Klasse. <ul style="list-style-type: none"> • Welche Werbestrategien fallen euch auf? • Auf welche Konsumentengruppe ist die Chocoleo ausgerichtet? 	Unterlagen Konsumentenschutz <ul style="list-style-type: none"> • Chocoleo-Verpackung • Werbestrategien
Pause (LP bereitet Youtube-Film vor: Internet/Beamer)		
20'	Filmausschnitt SuS schauen die Schlussfrequenz von <u>Quarks und Co. Die Werbung – Wie Manipulation funktioniert Teil 4.</u> LP: regt Diskussion an: Was ist überraschend oder neu? Was wussten die SuS schon?	<u>Quarks und Co. Die Werbung – Wie Manipulation funktioniert Teil 4 (12')</u> GORILLA Info Lehrperson <i>Werbung</i>
25'	Fazit und Abschlussdiskussion Was bedeutet „AIDA“ Worauf achten die SuS künftig, wenn sie mit Werbung konfrontiert werden?	GORILLA Info Lehrperson <i>Werbung</i> Reflexionsfragen





Weitere Varianten und Ideen:

- **Längere Version** (4 Lektionen): Nach Einführung und Beispielen neuer Auftrag: SuS bilden 4er Gruppen. Jede Gruppe sucht sich ein Lebensmittel aus, welches die LP mitgebracht hat. SuS schlüpfen in die Rolle der „Werbedesigner“ und entwerfen als kreatives Team eine Werbestrategie für das ausgewählte Lebensmittel, z.B. Werbeslogans, Plakate, Spot mit passender Musik.
«Showtime»: Gruppen führen einen max. 2-minütigen Werbeauftritt durch und erläutern der Klasse anschliessend ihre dahinterstehende Strategie.
- **Kürzere Version** (1 Lektion): Ganze Doku Quarks und Co. *Die Werbung – Wie Manipulation funktioniert* 4 Teile à ca. 10 min als Hausaufgabe geben. Einführung, Beispiele, Diskussion im Unterricht.
- **Werbestrategie AIDA**: Zur Analyse der Werbestrategien kann das AIDA-Prinzip hilfreich sein (vgl. GORILLA Lehrerinfo *Werbung: Wie sie wirkt*). Die SuS können anhand dieses Modells versuchen, Werbungen zu analysieren (Print, Online oder TV-Werbung). Gut geeignet sind Werbungen für neue Produkte.
- **Einsatz in der Kochpraxis**: Kochpraxis: SuS gehen gemeinsam einkaufen und zählen dabei die Werbungen, welche ihnen unterwegs begegnen. Reflektieren, für welche Werbungen sie besonders empfänglich sind.



Verknüpfungsmöglichkeit:

- GORILLA WAH-Lektion Konsum: Einkauf & Budget



Weiterführende Links und Quellen:

Ratgeber der Stiftung für Konsumentenschutz (SKS):

- [Umweltschonend einkaufen dank Ökobilanzen](#)
- [Rund ums Kaufen](#)
- [Vorsicht Betrug](#)
- [Jugendliche, Geld und Recht](#)
- [Zölle, Steuern & Co.: Grenzenlos einkaufen](#)
- [Lebensmittel Label Ratgeber](#)
- [Mehr als Filet und Steak – Traditionelle Fleischstücke neu entdeckt](#)
- [Teilen statt besitzen](#)
- [Ich ziehe aus – Ratgeber für junge Erwachsene](#)
- [Clever mit Geld umgehen](#)
- [Lebensmittel-Ampelkarte](#)

Die Ratgeber der SKS können von GORILLA Schulprogramm-Mitglieder*innen kostenlos bestellt werden. Interessierte melden sich direkt bei Frau Sandra Morstein: s.morstein@konsumentenschutz.ch oder 031 370 24 26.

Die SKS bietet eine Mitgliedschaft für Jugendliche an, bei der sie u.a. von kostenlosen Beratungen profitieren können. Die Jahres-Mitgliedschaft kostet CHF 25.–.

- *Dossier Medienkompetenz Stadt Zürich*
Taschenbuch: Unterrichtseinheit. *Werbebotschaften analysieren und durchschauen. Förderung des kritischen Umgangs der Jugendlichen mit Werbung* (Rieke Kurzeia, 2006)
Film: www.planet-schule.de WDR mp4-Film [Werbung: Wie Produkte verkauft werden](#) (28')

Alle Unterrichtsmaterialien unterstehen der [Creative Commons Lizenz BY-NC-SA](#).

