

Es lebe die Milch!

4.8

Unter Werbung wird das Bestreben verstanden, Verbraucher über unterschiedliche Medien auf etwas aufmerksam zu machen sowie Kaufentscheidungen zu initiieren und zu erleichtern. Mit zunehmendem Sättigungsgrad des Lebensmittelmarktes verstärkt sich der Konkurrenzkampf zwischen den Herstellern und damit die Notwendigkeit intensiver Werbemaßnahmen.

Vorbereitung:

Sammeln Sie verschiedene Zeitschriften, die viele Werbeanzeigen enthalten. Alternativ lassen Sie die Schüler Zeitschriften mitbringen. Kopieren Sie das Arbeitsblatt „Es lebe die Milch!“ für jeden Schüler.

Beispielhafter Unterrichtsverlauf:

Gehen Sie mit den Schülern folgende Fragen durch:

1. Welche Ziele verfolgt Werbung?

Ergebnis:

- Schaffen von Aufmerksamkeit für ein Produkt
- Einführung eines neuen Produkts
- Steigerung des Bekanntheitsgrads
- Imageverbesserung
- Gewinnerhöhung
- Durchsetzung von Preisstrategien
- Ausgleich saisonaler Schwankungen

2. Wo und wie wird für Produkte geworben?

Ergebnis:

Werbebotschaften können in unterschiedlichen Medien geschaltet werden. Zu den sogenannten Werbeträgern gehören die Printmedien wie Zeitungen, Prospekte und Handzettel. Des Weiteren sind Plakatwände und Litfaßsäulen Werbeträger. In den letzten Jahren haben die elektronischen Trägermedien wie Fernsehen, Hörfunk und Internet immer stärker

Zielsetzung und Kompetenzvermittlung:

Die Schüler erfahren die Bedeutung von Werbung für die Hersteller. Sie lernen die unterschiedlichen Wege, wo und wie für ein Produkt geworben werden kann, kennen. Indem sie selbst eine Werbeanzeige erstellen, setzen sie sich intensiv mit dem Thema auseinander.

Eingesetzte Medien:

Aus der Mediensammlung:

- Arbeitsblatt „Es lebe die Milch!“

Erforderliche Materialien:

- Zeitschriften, Scheren, Klebestifte, Buntstifte

an Werbebedeutung gewonnen. Die in eine wahrnehmbare Form umgewandelte Werbeidee wird von den Fachleuten als „Werbemittel“ bezeichnet. Die wichtigsten Werbemittel werden in Abhängigkeit zu den jeweils angesprochenen Sinnesorganen unterteilt in:

- visuelle (Anzeigen, Plakate, Werbebriefe)
- akustische (Hörspots im Radio)
- visuell-akustische (Fernseherbespots)

Teilen Sie die Schüler in Kleingruppen (maximal fünf Schüler) auf. Jede Gruppe erhält mehrere Zeitschriften. Diese durchsuchen die Schüler nach besonders auffälligen und interessanten Anzeigen und schneiden diese aus. Besprechen Sie dann im Klassenverband, warum die Schüler von den ausgewählten Anzeigen besonders angesprochen wurden. Welche Elemente wurden eingesetzt?

Ergebnis:

Für die Werbegestaltung greifen die Werbefachleute auf folgende Elemente zurück:

- **Wort** (kurz, leicht verständlich, positive Assoziationen hervorrufend – zum Beispiel „sonnig“)
- **Bild** (schafft Aufmerksamkeit, ist einprägsam, einfache Informationsvermittlung: „Ein Bild sagt mehr als tausend Worte“)
- **Farbe und Musik** (schaffen positive Empfindungen)

In der Werbung werden häufig Bilder und Symbole genutzt, die beim Verbraucher positive Gefühle auslösen:

- Soziales Glück (Anerkennung, Status und Prestige)
- Genuss
- Landschaftserlebnisse
- Erotik

Gern werden auch Sympathieträger wie Medienstars und Sportler eingesetzt.

Ideen zur Erweiterung:

- Die Schüler überlegen, welche Lebensmittel häufig beworben werden und welche Produkte selten oder überhaupt nicht in der Werbung auftauchen. Halten Sie die Produktbezeichnungen an der Tafel fest. Gibt es Gründe für die unterschiedlich starke Bewerbung von Produkten?
- Die Schüler erstellen einen Werbespot zum Thema Schulmilch. Zum Filmen genügt eine einfache Digitalkamera. Alternativ kann ein Drehbuch für einen Schulmilch-Werbespot geschrieben werden. Was die Schüler bei einem Werbespot beachten müssen, steht auf dem Arbeitsblatt „Werbung im Fernsehen“ auf der beiliegenden CD.
- Die Schüler analysieren die beiden Schulmilch-Werbespots „Evolution“ und „Das Fußballspiel“ auf der beiliegenden CD. Dazu verwenden sie den Fragebogen auf dem Arbeitsblatt „Werbung im Fernsehen“ auf der CD.

Anschließend entwerfen die Gruppen auf einem DIN-A4-Blatt ihre eigene Werbeanzeige für Schulmilch. Teilen Sie dazu das Arbeitsblatt „Es lebe die Milch!“ an die Schüler aus. Hier finden die Schüler die Informationen, aus welchen Elementen eine Werbeanzeige typischerweise aufgebaut ist. Die Schüler können für ihre Anzeige Elemente der Werbeanzeigen aus den Zeitschriften nutzen oder alle Texte und Bilder komplett selbst gestalten. Alle Werbeanzeigen werden im Klassenraum aufgehängt und besprochen.

Kombinationsmöglichkeiten:

- „Milch kann mehr!“
(E 7 – Kap. 5./6. Klasse)

