

## Wir gestalten Werbebeiträge für eine Schulveranstaltung

Jahrgangsstufen	FOS/BOS 12
Fach/Fächer	Deutsch
Übergreifende Bildungs- und Erziehungsziele	Sprachliche Bildung Medienbildung/Digitale Bildung
Zeitrahmen	Je nach Werbeformat und Veranstaltung unterschiedlich
Kooperation	Evtl. fachübergreifend mit Wirtschaftsinformatik/Kunst/Musik oder mit den Profulfächern der Ausbildungsrichtung Gestaltung
Benötigtes Material	PC-Raum oder Laptops

## Kompetenzerwartungen

### Hinweis:

Die Kompetenzen aus der LIS-Aufgabe „Wir untersuchen die Wirkung von Werbebeiträgen“ bilden die Grundlage für diese projektähnlich konzipierte Aufgabe. Da die Inhalte nun in einer differenzierten Form wiederkehren, liegt ein spiralförmiges Vorgehen vor, wie es der Idee eines Spiralcurriculums entspricht.

### Die Schülerinnen und Schüler...

- analysieren die medienspezifische Darstellung und deren Intention, um Zusammenhänge zwischen Inhalt, Adressat und Gestaltungsmittel zu erkennen.
- gestalten adressatengerecht und unter Berücksichtigung der Wesensmerkmale einer Medienart zweckbestimmte Medienprodukte (z. B. Plakat, Flyer, Präsentation, Radiofeature, Filmdokumentation, Audio- oder Video-Podcast, Multimedia-Präsentation) zur kreativen Umsetzung eigener Ideen.
- wenden die Grundformen schriftlicher Darstellung (Erzählen, Informieren, Argumentieren) selbständig sowie sicher an und kombinieren sie der Schreibsituation und Textsorte angemessen für die individuelle Textproduktion
- setzen adressaten- und situationsgerecht unterschiedliche sprachliche Mittel, auch im kreativen Umgang mit Sprache, zur Textgestaltung ein und bilden dabei ihren eigenen Stil weiter aus, indem sie sich an Vorbildern orientieren.
- beurteilen und überarbeiten eigene sowie fremde Texte selbständig und sicher, sie achten insbesondere auf die Geschlossenheit der Darstellung, den logischen Zusammenhang, den Stil und die sprachliche Richtigkeit.
- wenden verschiedene Techniken und Methoden zur Überarbeitung von Texten selbständig und sicher an.

## Hinweise zum Unterrichtsverlauf

### 1. Grundsätzliches

Die Unterrichtseinheit schließt sich thematisch und im Sinne einer Weiterführung der Unterrichtseinheit zu Wirkungsmechanismen von Werbebeiträgen an. Zielsetzung ist es, die erworbenen Kompetenzen insbesondere hinsichtlich sprachlicher und gestalterischer Merkmale auf die Situation „Wir erstellen Werbebeiträge für eine Schulveranstaltung“ konkret umzusetzen. Auch gilt es, einen Perspektivenwechsel vom Rezipienten hin zum Produzenten vorzunehmen. Die SchülerInnen sind dabei gefordert, im Spannungsfeld von Überzeugung und Manipulation die richtigen Entscheidungen zu treffen.

### 2. Mögliche Veranstaltungen

Es bieten sich beispielsweise folgende Schulveranstaltungen an, für die entsprechende Werbebeiträge erstellt werden könnten:

- Theateraufführung
- Kulturabend (Beiträge aus Musik, Literatur,...)
- Poetry Slam
- Sportturnier (Fußball, Volleyball...)
- Tag der offenen Tür
- Informationsveranstaltung
- Ehemaligentag (ehemalige SchülerInnen informieren über ihren Werdegang und geben inhaltliche Informationen zum Studium oder zur Ausbildung, aber auch Insider-Tipps über Wohnungsmöglichkeiten usw.)

### 3. Lernsituation

Ausgangspunkt stellt die Situation dar, dass die SchülerInnen entweder persönlich, z.B. durch Vertreter der Schulleitung oder per Brief/E-Mail gebeten werden, aufgrund ihrer bereits erworbenen Kenntnisse im Bereich der Werbeanalyse einen Werbebeitrag für eine Schulveranstaltung zu erstellen. In diesem Zusammenhang sind folgende grundsätzliche Fragen vorab zu klären:

- Möglichkeiten der fächerübergreifenden Zusammenarbeit
- Benennung einer konkreten Veranstaltung oder Eröffnung von Auswahlmöglichkeiten für die SchülerInnen
- Vorgabe eines Werbeformats (Plakat, Flyer, Präsentation, Radiofeature, Filmdokumentation, Audio- oder Video-Podcast, Multimedia-Präsentation) oder freie Entscheidung durch die SchülerInnen

### 4. Phasen der vollständigen Handlung

Zur Durchführung der Unterrichtseinheit bietet sich aufgrund der Lernsituation, die auf ein reales Handlungsprodukt (Werbebeitrag) zielt, eine Phasierung nach der vollständigen Handlung an; diese werden für die vorliegende Unterrichtseinheit konkretisiert:

#### a) Orientieren und Informieren:

- Klärung der Situation bzw. des konkreten Auftrages
- Vorwissen abrufen
- erste Lösungsansätze diskutieren (z.B. Blitzlicht, Brainstorming...)
- Klärung des Informationsbedarfes (z.B. Literatur zur Plakatgestaltung) und Suche nach verlässlichen Informationsquellen

## b) Planen und Durchführen

- Konkrete Entscheidungen treffen (z.B. Veranstaltung, Werbeformat, Zielgruppe...)
- Ableitung von Kriterien für das Handlungsprodukt (Welche Anforderungen stellen wir an den Werbebeitrag?)
- Klärung der Sozialform (Gruppenbildung)
- Vorgehen nach einem Arbeits- und Zeitplan (Beispiel einer Vorlage)

wer?	macht was?	mit wem?	bis wann?

## c) Präsentation

- Evtl. im Klassenverband Zwischenergebnisse präsentieren, um Feedback einarbeiten zu können
- Abschlusspräsentation organisieren (z.B. Einladung der Schulleitung, SMV, Mitschüler; Festlegung der Präsentationsform, Moderation, Rückmeldung) und durchführen

## d) Bewerten und Reflektieren

- Abgleich mit Zielsetzungen und Anforderungen der Lernsituation
- Reflexion von Gruppenerfahrungen
- Umgang mit Schwierigkeiten und Hemmnissen
- Erkenntnis von Erfolgsbedingungen, persönliche Stärken
- Feedback von unterschiedlichen Beteiligten

## Lösungshinweise

Die von den Schülern erstellten Werbebeiträge werden sich naturgemäß stark hinsichtlich der inhaltlichen und gestalterischen Aufmachung unterscheiden. Zur Orientierung hinsichtlich grundsätzlicher Gestaltungsmerkmale wie Farbgestaltung, Medientechnik bzw. Kameraführung und sprachlicher Mittel sei an dieser Stelle auf die Lösungshinweise in der LIS-Aufgabe „Wir untersuchen die Wirkung von Werbebeiträgen“ verwiesen.

Spezielle Anforderungen an Werbeplakate können beispielsweise sein:

- Ansprechende Positionierung der zentralen Aussagen/Bilder
- Geeignete Kontraste zwischen Text, Bildern und evtl. Logo
- Ausreichend große Schriftgröße (ca. 5% der Plakathöhe)
- Präzise Formulierung wesentlicher Textbotschaften

Die folgenden Werbeplakate zum Ehemaligentag an der Beruflichen Oberschule Straubing (Erklärung hierzu in Ziffer 2) dienen als Anschauungsbeispiele und wurden von SchülerInnen aus der Ausbildungsrichtung Gestaltung angefertigt.



# WIE MAN WIRD WAS MAN NICHT IST

EINE REISE IN DIE ZUKUNFT?

**INFOTAG  
DER EHEMALIGEN  
BO STRAUBING  
15.03.2019**

Alle Schüler/-Innen der 12. u. 13. Klassen besuchen die Vorträge der Ehemaligen im 45 min Takt. Diese wiederholen sich, so dass jeder 3 Vorträge besuchen kann. Wie nehme ich Teil? Einfach in die Listen beim Lehrerzimmer eintragen!

**Wie man**

**W → RD**

**was man  
nich\_ is\_**

**Großer Infotag Freitag 15.3.**

Ehemalige aus allen Ausbildungsrichtungen berichten von  
ihren Bewerbungsverfahren, ihren Studiengängen und Ausbildungen.  
Beginnt um 9.30. J jeder kann 3 Vorträge besuchen!

Ab Dienstag verbindlich in die Aushang-Listen im Foyer beim Lehrzimmer einschreiben!

**Wie man**

**w ↓ rd**

**was man  
\_ ICHt \_st**

**Großer Infotag Freitag 15.3.**

Ehemalige aus allen Ausbildungsrichtungen berichten von  
ihren Bewerbungsverfahren, ihren Studiengängen und Ausbildungen.  
Beginnt um 9.30. J jeder kann 3 Vorträge besuchen!

Ab Dienstag verbindlich in die Aushang-Listen im Foyer beim Lehrzimmer einschreiben!

**Wie man**

**w ↑ rd**

**was man  
n\_ cht \_st**

**Großer Infotag Freitag 15.3.**

Ehemalige aus allen Ausbildungsrichtungen berichten von  
ihren Bewerbungsverfahren, ihren Studiengängen und Ausbildungen.  
Beginnt um 9.30. J jeder kann 3 Vorträge besuchen!

Ab Dienstag verbindlich in die Aushang-Listen im Foyer beim Lehrzimmer einschreiben!

**Wie man**

**W ← RD**

**was man  
nich\_ is\_**

**Großer Infotag Freitag 15.3.**

Ehemalige aus allen Ausbildungsrichtungen berichten von  
ihren Bewerbungsverfahren, ihren Studiengängen und Ausbildungen.  
Beginnt um 9.30. J jeder kann 3 Vorträge besuchen!

Ab Dienstag verbindlich in die Aushang-Listen im Foyer beim Lehrzimmer einschreiben!