Inhalt

		Seite
	Vorwort	**4**
	An die Schüler	**5 – 6**
1	**Erste Ausbildungsphase**	**7 – 11**
	• Seifenverpackung	
	• Waschmittel	
	• Gesundheitstee	
	• Der Standgrill	
	• Salatsoße	
2	**Zweite Ausbildungsphase**	**12 – 16**
	• Traubensaft	
	• Zahncreme	
	• Wildlederspray	
	• Duschgel (men)	
	• Duschgel (für die Damenwelt)	
3	**Dritte Ausbildungsphase**	**17 – 21**
	• Reinigung und Pflege für das Klo	
	• Servietten für den Griechen	
	• Planspiel: Kaugummi zuckerfrei	
	• Kinderschubkarre	
	• Kinderrutsche	
4	**Die Selbstständigkeit**	**22 – 39**
	• Ketchup	
	• Flüssigdünger für Zimmer- und Blühpflanzen	
	• Griechische Küche	
	• Werbung für Paprika	
	• Werbung für Gemüse	
	• Nuss-Schokolade	
	• Katzenfutter	
	• Vogelfutter	
	• Antifalten-Creme	
	• Mundspülung	
	• Konserven im Glas	
	– Süß eingelegte Gurken	
	– Sauerkirschen	
	• Konserven aus der Dose	
	– Pfirsiche (halbe Frucht)	
	– Erbsen und Möhren	
	• Heringsfilets in Pfeffercreme	
	• Der Darm als Verpackung	

VORSCHAU

Farbwirkung in der Werbung
... und wie wir dadurch manipuliert werden – Bestell-Nr. P11 480
KOHL VERLAG
www.kohlverlag.de

netzwerk lernen
zur Vollversion

Vorwort

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

wir können sie ständig in den Zeitschriften lesen, die Tricks der Discounter und Kaufhäuser. Sie präsentieren ihre Waren so, dass wir unweigerlich daran entlanggehen und schließlich zugreifen müssen.

Bevor es dazu kommt, haben die Designer der Hersteller geworben – mit Farben und möglichst wenig Text.

Und wie die beworbenen Produkte für uns eine enorme Bedeutung und eine ebensolche Wirkung versprechen, so haben auch Farben eine Bedeutung, die wir in Verbindung mit der Verpackung des Produkts wahrnehmen.

Wenn wir das angebotene Produkt noch nicht kennen, suggerieren uns die Farben, was wir vom Produkt erwarten dürfen – z. B. reinigende oder / und kräftigende Wirkungen für das Klo und für uns.

Diese Zusammenhänge zu erkennen, ist auch für Schüler* interessant und wichtig. Die hier vorgelegten Arbeitsblätter sind so gestaltet, dass es nicht beim passiven zur Kenntnis nehmen bleibt. Die Schüler sollen ihr erworbenes Wissen anwenden und selber Werbung gestalten. Sie können sicher sein, dass Ihre Schüler dann als Kunden mit ganz „anderen Augen“ das Angebot des Handels wahrnehmen – ernst und amüsiert zugleich.

Darüber hinaus sind die Aufgaben gestaffelt und als Planspiel gedacht.

So erwerben Ihre Schüler nicht nur Kenntnisse und Erkenntnisse über Farben in der Werbung, sie durchlaufen eine Ausbildung, die schließlich bis zur eigenen Werbeabteilung eines Unternehmens reicht.

Bei diesem interessanten Unterricht werden auch Sie Freude und Erfolg haben. Das garantieren Ihnen das Kohl-Verlagsteam und

Wolfgang Wertenbroch

**Mit Schülern bzw. Lehrern sind im ganzen Band selbstverständlich auch die Schülerinnen und Lehrerinnen gemeint.*

VORSCHAU

Farbwirkung in der Werbung
... und wie wir dadurch manipuliert werden – Bestell-Nr. P11 480
KOHL VERLAG
www.kohlverlag.de

netzwerk lernen
zur Vollversion

1 Erste Ausbildungsphase

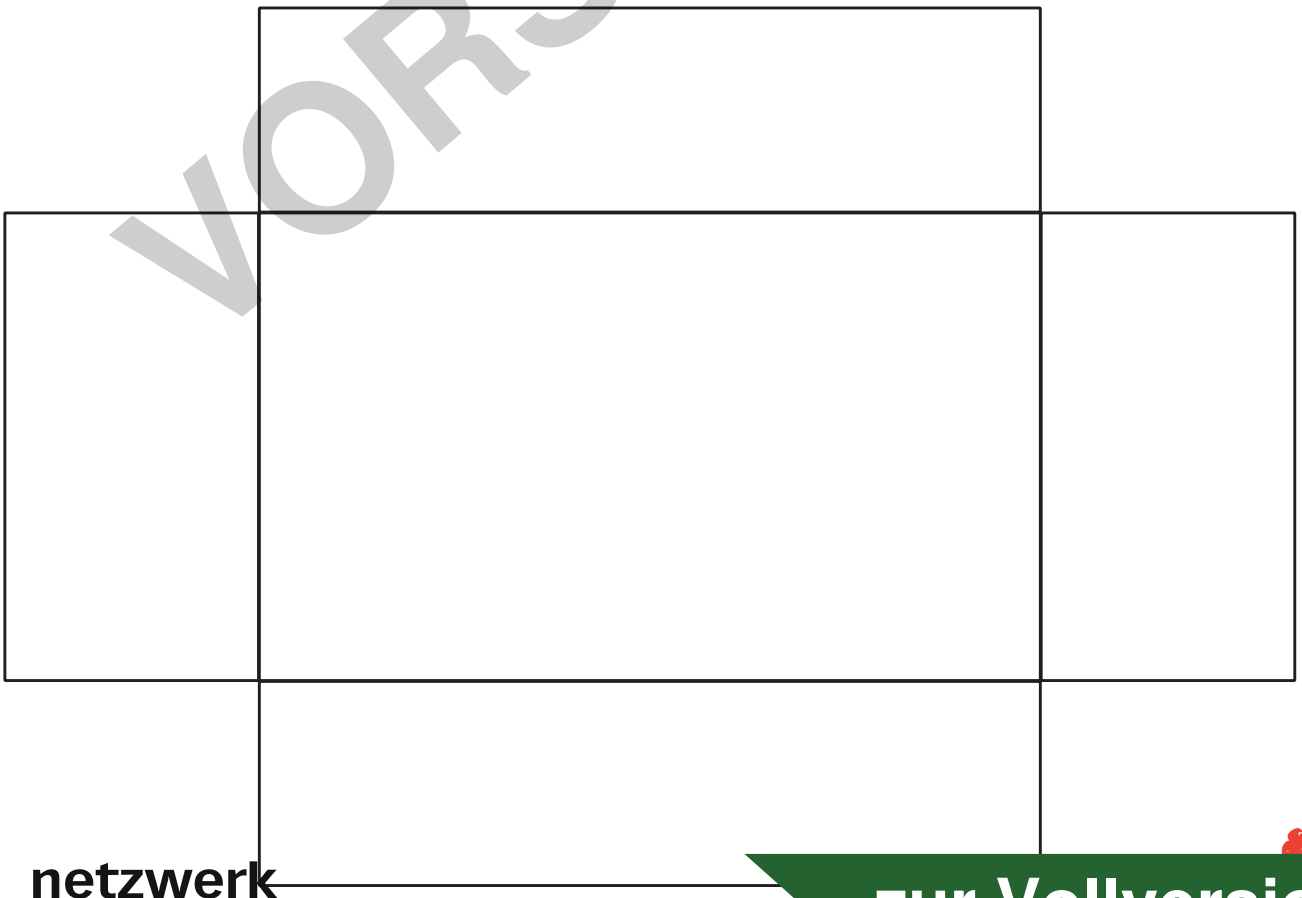
Aufgabe: **SEIFENVERPACKUNG**

Eine große Chemiefirma veranstaltet einen Wettbewerb: Alle Schüler sollen den Karton für ein Seifenstück gestalten.

Die Firma macht auch Vorschläge:

- ➔ Weil ihre Seife auf natürlicher Basis hergestellt wird, soll Grün verwendet werden.
- ➔ Blau und Weiß sollen Sauberkeit und Harmonie beim Kunden suggerieren.
- ➔ Rot ist die Farbe der Kraft, diese Seife reinigt sogar die schmutzigsten Hände.
- ➔ Braun soll als Farbe der Gemütlichkeit nicht verwendet werden.
- ➔ Auf der Verpackung soll auch ein Name stehen. Das Wort „Seife“ will man vermeiden, das klingt altmodisch, also schon eher soap (engl.). Das allein, sagt die Firma, ist aber nicht originell genug. Deshalb soll ein Teil deines Namens dabei sein.
  Als Beispiel: Nina nennt die Seife SOAPINA.
- ➔ Die Firma erinnert auch daran, dass die Seifenverpackung aus mehreren sichtbaren Teilen besteht, die alle (bis auf die Unterseite) farblich gestaltet sein müssen.

VORSCHAU



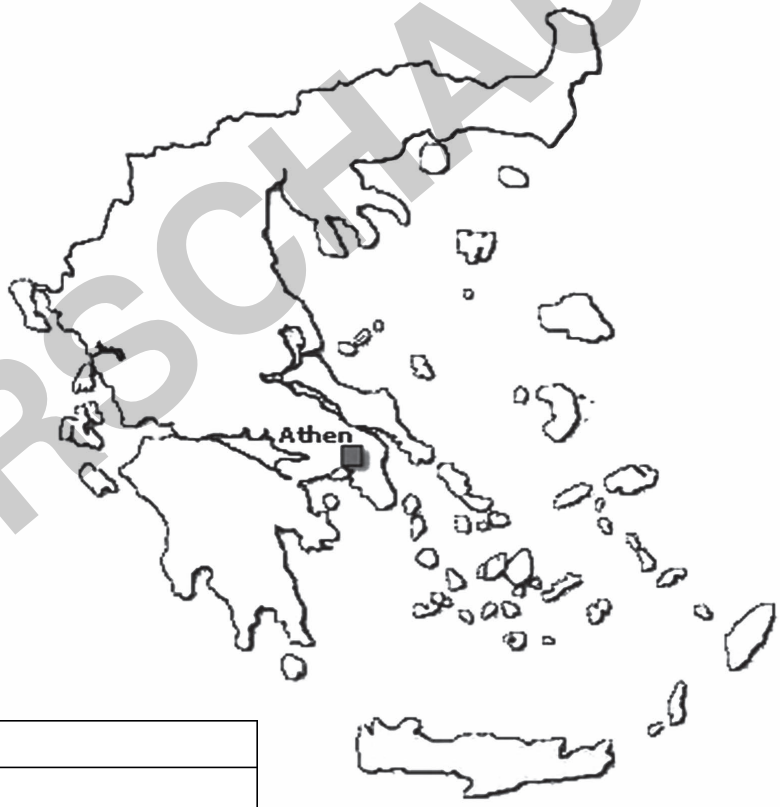
Farbwirkung in der Werbung
... und wie wir dadurch manipuliert werden – Bestell-Nr. P11 480
KOHL VERLAG
www.kohlverlag.de

netzwerk lernen
zur Vollversion

Aufgabe: **GRIECHISCHE KÜCHE (2)**

Diesmal soll eine geografische Karte Griechenlands in ihrem Umriss auf der Serviette erscheinen.
Hier sind auch das umgebende Meer und die vielen Inseln zu sehen.

- ➔ Bei dem Umriss soll es aber nicht bleiben, Land und Meer sollen farbig werden,
- ➔ und die Flagge sich – in den richtigen Farben – davon abheben.



VORSCHAU

Farbwirkung in der Werbung
... und wie wir dadurch manipuliert werden – Bestell-Nr. P11 480
KOHL VERLAG
www.kohlverlag.de

netzwerk lernen

zur Vollversion

Aufgabe: ANTIFALTEN-CREME

Du hast inzwischen deine Website gestaltet. Das ist eine hervorragende Art der Werbung für deine Produkte. Kein Wunder also, dass auch die Chemische Industrie bei dir anfragt. Genauer gesagt, es geht um die Verpackung für ein Kosmetik-Produkt, es geht um eine Antifalten-Creme.
Du wirst es wissen, wie solche Cremes wirken sollen: Man trägt sie auf der Haut auf, wo sich möglichst viele Falten gebildet haben. Die Creme wirkt wahrscheinlich noch besser an den Stellen, wo sich noch Falten bilden könnten. Es besteht jedenfalls Bedarf nach diesen Cremes, und die Frauen sollen ja auch denken, es hilft auf jeden Fall. Ob und wie viel gekauft wird, hängt auch von deinem Entwurf ab. Die Kunden sollen schon von der Verpackung überzeugt werden: Ist die gut, ist die Creme bestimmt auch nicht schlecht.

Du kannst für deinen Entwurf berücksichtigen:

- ➔ Diese Antifalten-Creme wirkt auf jeden Fall, sie fördert das Aussehen und dadurch die Zufriedenheit. Daraus ergibt sich schon, welche Farben auf keinen Fall verwendet werden.
- ➔ Weil die Kunden durch die Wirkung dieser Creme zufrieden werden, wirkt sich diese gute seelische Verfassung auch auf die körperliche Verfassung aus. Nicht vergessen: Gesundheit hat eine Farbe!
- ➔ Trage farbig sorgfältig in die Sprechblasen ein: Endlich frei von Falten! Oder: Nie mehr Falten!

VORSCHAU

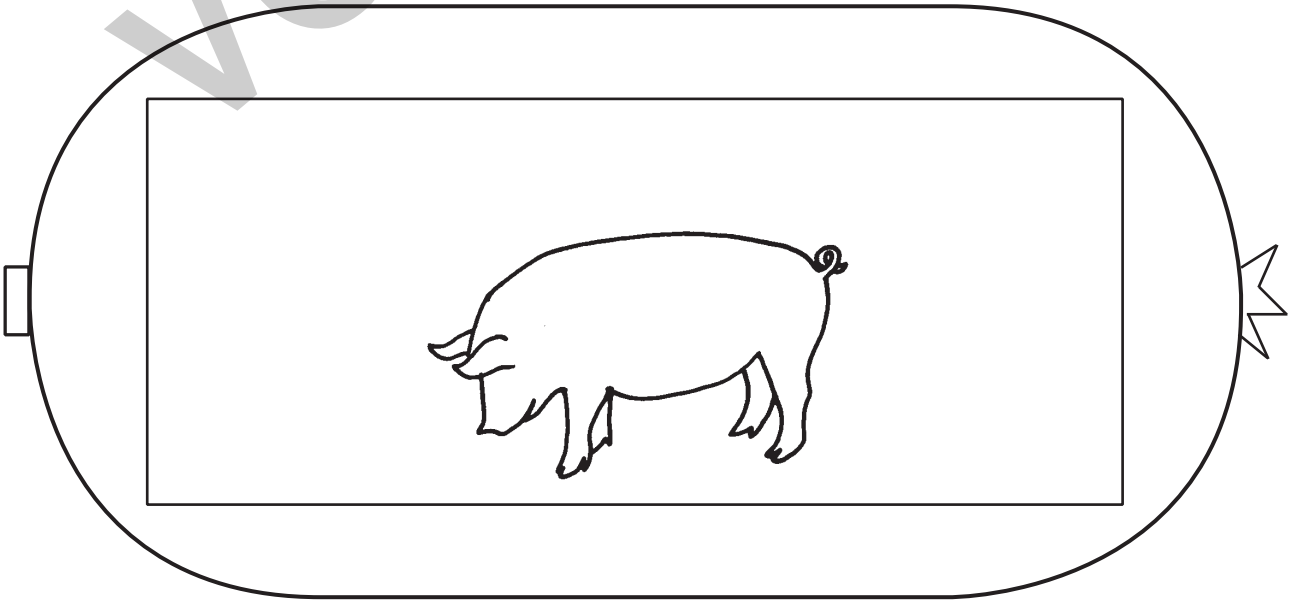
KOHL VERLAG
Farbwirkung in der Werbung
... und wie wir dadurch manipuliert werden – Bestell-Nr. P11 480
www.kohlverlag.de

netzwerk lernen
zur Vollversion

Aufgabe: **DER DARM ALS VERPACKUNG**

Nicht alle essbaren Produkte sind in Gläsern oder in Blechdosen verpackt. Wurst ist oft im Darm und wird dann scheibenweise abgeschnitten. Streichwürste sind ebenfalls im Darm und werden bei Bedarf herausgedrückt. Auf der Wursthülle soll sich in diesem Fall ein Schild befinden, das den Kunden informiert. Das Schildchen soll aber darüber hinaus dem Kunden sagen,

- ➔ dass diese Wurst ein reines (blau) und natürliches (grün) Produkt ist.
- ➔ Dass diese Wurst dieser Firma Kraft (rot) gibt, ist eigentlich selbstverständlich.
- ➔ Die im Darm sichtbare Wurst ist hellbraun.
- ➔ In welcher Farbe schreibst du auf das Schildchen: Rund und gesund?
- ➔ Es ist noch Platz für die Zeichnung der Gewürzpflanze vorhanden.
- ➔ Bleibt noch eine geeignete Farbe für das Schwein auf der Pelle.



VORSCHAU

Farbwirkung in der Werbung
... und wie wir dadurch manipuliert werden – Bestell-Nr. P11 480
KOHL VERLAG
www.kohlverlag.de

netzwerk lernen

zur Vollversion