

Arbeitsmaterialien für Lehrkräfte

Kreative Ideen und Konzepte inkl. fertig ausgearbeiteter Materialien und Kopiervorlagen für einen lehrplangemäßen und innovativen Unterricht

Thema: Deutsch Sekundarstufe I, Ausgabe: Grundwerk
Titel: Werbung - Manipulation im Alltag (22 S.)

Produkthinweis

Dieser Beitrag ist Teil einer Print-Ausgabe aus dem Programm „Kreative Ideenbörse Sekundarstufe“ des OLZOG Verlags. Den Verweis auf die Original-quelle finden Sie in der Fußzeile des Beitrags.

▶ Alle Beiträge dieser Ausgabe finden Sie [hier](#).

Seit über 10 Jahren entwickelt der OLZOG Verlag zusammen mit erfahrenen Pädagoginnen und Pädagogen kreative Ideen und Konzepte inkl. sofort einsetzbarer Unterrichtsverläufe und Materialien.

▶ Die Print-Ausgaben der „Kreativen Ideenbörse Sekundarstufe“ können Sie auch bequem und regelmäßig per Post im [Jahresabo](#) beziehen.

Piktogramme

In den Beiträgen werden – je nach Fachbereich und Thema – unterschiedliche Piktogramme verwendet.

▶ Die Übersicht der verwendeten Piktogramme finden Sie [hier](#).

Nutzungsbedingungen

Die Arbeitsmaterialien dürfen nur persönlich für Ihre eigenen Zwecke genutzt und nicht an Dritte weitergegeben bzw. Dritten zugänglich gemacht werden. Sie sind berechtigt, in Klassensatzstärke für Ihren eigenen Bedarf Fotokopien zu ziehen, bzw. Ausdrucke zu erstellen. Jede gewerbliche Weitergabe oder Veröffentlichung der Arbeitsmaterialien ist unzulässig.

▶ Die vollständigen Nutzungsbedingungen finden Sie [hier](#).

Haben Sie noch Fragen? Gerne hilft Ihnen unser Kundenservice weiter:

[Kontaktformular](#) | ✉ Mail: service@olzog.de

📮 Post: OLZOG Verlag | c/o Rhenus Medien Logistik GmbH & Co. KG
Justus-von-Liebig-Str. 1 | 86899 Landsberg

☎ Tel.: +49 (0)8191/97 000 220 | 📠 Fax: +49 (0)8191/97 000 220
www.olzog.de | www.edidact.de

Werbung – Manipulation im Alltag	7.1.1
Vorüberlegungen	
<p>Lernziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Schüler beschreiben die sprachlichen Mittel von Werbeslogans. • Sie bringen sie in Zusammenhang mit der Textabsicht. • Sie erkennen die Absicht der Werbung. • Sie werden für die manipulative Wirkung der Werbung sensibilisiert. 	
<p>Anmerkungen zum Thema:</p> <p>In unserer Überflussgesellschaft übersteigt das Angebot von Produkten und Dienstleistungen auf dem Markt bei weitem deren Nachfrage. Die Betriebswirtschaftslehre bezeichnet diese Situation mit dem Begriff „Käufermarkt“. Aufgrund der Tatsache, dass auf dem Käufermarkt ein scharfer Wettbewerb zwischen den einzelnen Anbietern herrscht, spielt die Werbung hier eine entscheidende Rolle.</p> <p>Dabei gewinnt eine Zielgruppe für die Werbefachleute mehr und mehr an Bedeutung: die Jugendlichen. Das starke Interesse der Werbung an den Heranwachsenden erklärt sich durch ihre enorme Kaufkraft und den Einfluss, den sie auf das Kaufverhalten ihrer Eltern ausüben. Weil die Werbemacher ihre Botschaften also gezielt an junge Menschen richten, besteht die dringende Notwendigkeit der Auseinandersetzung mit den Methoden und Intentionen der Werbung.</p> <p>Auch wenn die außersprachlichen Mittel „Bild“ und „Ton“ im multimedialen Zeitalter einen immer höheren Stellenwert erlangen, so braucht und benutzt die Werbung das Wort nach wie vor, um ihre Ziele zu verfolgen, da rhetorische Figuren wie der Reim oder die Alliteration immer wieder gesprochen, illustriert und vor allem gedruckt auftreten. Man findet sie in Anzeigen, in der Fernseh-, Rundfunk- und Kinowerbung und seit ein paar Jahren nun auch im Internet. Ihre Aufgabe ist es, den Werbespruch so eingängig zu machen, dass er dem Empfänger leicht „ins Ohr geht“ und damit sein Kaufverhalten beeinflusst und manipuliert.</p> <p>Doch nicht nur der Werbespruch, sondern auch die Werbeanzeige an sich will durch die verschiedensten Komponenten wie Farbe und Schrift den Käufer beeinflussen und manipulieren.</p> <p>Ziel dieser Unterrichtseinheit ist es, die Schüler für diese Manipulationen zu sensibilisieren.</p> <p>Die hier thematisierten sprachlichen Mittel stehen auch im Zusammenhang mit weiteren Lerneinheiten des Deutschunterrichts. So kann der Schüler die Inhalte dieser Unterrichtsstunde bei der Sprachanalyse im Rahmen der Textanalyse beziehungsweise bei der Besprechung von Gedichten anwenden.</p> <p>Literatur zur Vorbereitung:</p> <p>Praxis Deutsch: Werbung, Heft 163/2000</p> <p>Springmann, Ingo [Hrsg.], Werbetexte – Texte zur Werbung. Arbeitstexte für den Unterricht, Reclam Verlag, Stuttgart 1997</p> <p>Zentralausschuss der Werbewirtschaft (ZAW): Werbung in Deutschland 2003, Verlag edition zaw, Berlin 2003</p>	

7.1.1

Werbung – Manipulation im Alltag

Vorüberlegungen

Die einzelnen Unterrichtsschritte im Überblick:

1. Schritt: Einstimmung auf das Thema
2. Schritt: Erarbeitung einzelner sprachlicher Mittel
3. Schritt: Erarbeitung der Absichten
4. Schritt: Anwendung der sprachlichen Mittel
5. Schritt: Erarbeitung des Aufbaus einer Werbeanzeige
6. Schritt: Gestaltung einer eigenen Werbeanzeige
7. Schritt: Manipulative Wirkung durch die Gestaltung der Werbung

VORSCHAU

VORSCHAU



2

netzwerk
lernen

Hauptschule, Realschule, Gymnasium: Konzepte, Arbeitsblätter

(c) OLZOG Verlag GmbH

zur Vollversion

Seite 2