

Unterrichtsentwurf Stunde 4:

Thema:

Diese Unterrichtsstunde beschäftigt sich mit den Tricks und Mechanismen, die Werbung verwendet, um ihre Ziele zu erreichen und das Kaufverhalten zu beeinflussen.

Stundenziel:

Die Kinder erkennen und benennen die Strategien und Mittel, die Werbung einsetzt, um ihre Aufmerksamkeit zu gewinnen und ihre Kaufentscheidungen zu lenken. Sie entwickeln ein kritisches Verständnis für Werbemechanismen und reflektieren deren Einfluss auf ihr eigenes Konsumverhalten.

Inhaltliche Überlegungen und Stundenverlauf:

Zum Einstieg in die Unterrichtsstunde wird der Nimm2-Werbespot (2017) gezeigt. Dieser Spot wird verwendet, um den Kindern direkt und praktisch zu demonstrieren, wie Werbung gestaltet ist und welche Mittel verwendet werden, um die Aufmerksamkeit und das Interesse des Publikums zu gewinnen. Der Spot ermöglicht es den Kindern, ohne Vorwissen in die Welt der Werbemechanismen einzutauchen und erste Reaktionen und Eindrücke zu sammeln. Im Anschluss teilen sich die Kinder in Kleingruppen auf, in denen sie gemeinsam die Frage besprechen: „Wieso würdest du dieses Produkt kaufen (oder auch nicht kaufen) wollen?“. Diese Reflexion eröffnet den Kindern die Möglichkeit, ihre ersten Eindrücke und Emotionen gegenüber der Werbung zu äußern und dabei bereits festzustellen, dass Werbung gezielt auf Kaufentscheidungen abzielt.

Nach dieser Diskussion werden die Kinder aufgefordert, die Faktoren zu sammeln, die ihre Entscheidung beeinflusst haben. Hierbei können sie beispielsweise auf Aspekte wie Hintergrundmusik, Soundeffekte, Licht, Farben oder die Emotionen der Darsteller eingehen. Die ermittelten Kategorien werden an der Tafel gesammelt, wobei die Lehrkraft bei Bedarf Ergänzungen vornimmt. Die Kategorisierung dient dazu, den Kindern eine strukturierte Herangehensweise an die Analyse von Werbemaßnahmen zu vermitteln.

Daraufhin werden die Kategorien auf die Kleingruppen verteilt, sodass jede Gruppe ein bis zwei Kategorien erhält, auf die sie beim erneuten Anschauen des Spots besonders achten soll. Diese gezielte Beobachtung ermöglicht es den Kindern, sich intensiv mit einem spezifischen Aspekt der Werbung auseinanderzusetzen und dessen Wirkung besser zu verstehen. In der anschließenden Präsentationsrunde stellt jede Gruppe ihre Erkenntnisse vor und erläutert, wie die zugewiesenen Faktoren auf das Kaufverhalten wirken könnten. Die Lehrkraft moderiert diese Phase und unterstützt die Diskussion durch Rückfragen oder kurze Erklärungen, um sicherzustellen, dass alle Kinder die unterschiedlichen Mechanismen der Werbung verstehen.

Falls erforderlich, kann der Spot in jeder Phase erneut gezeigt werden, um die Bearbeitung der Arbeitsaufträge zu unterstützen und den Kindern eine genauere Analyse zu ermöglichen. In der Schlussphase werden die gewonnenen Erkenntnisse im Plenum zusammengefasst, um den Kindern eine Übersicht über die verschiedenen Werbemechanismen zu geben und ihre Wirkung auf das eigene Kaufverhalten zu reflektieren. Diese Reflexion stärkt die Medienkompetenz der Kinder, da sie lernen, Werbung kritisch zu hinterfragen und die Intentionen dahinter zu verstehen.

Didaktische Überlegungen:

Die Stunde fördert maßgeblich die Medienkompetenz der Kinder, indem sie lernen, die Absichten und Mechanismen von Werbung zu hinterfragen und kritisch zu analysieren (GDSU, 2013, S. 36, 84-85). Das Ziel ist es, ein reflektiertes Verständnis für die Einflussnahme durch Medien zu entwickeln und eine kritische Distanz zu Werbung aufzubauen. Gleichzeitig wird die Sozialkompetenz der Kinder gestärkt, da sie in der Kleingruppenarbeit lernen, Meinungen zu äußern, gemeinsam zu diskutieren und zu einer gemeinsamen Analyse zu kommen. Die Präsentation der Ergebnisse im Plenum fördert zusätzlich ihre Kommunikationsfähigkeit und das respektvolle Diskutieren in einer Gruppe. Durch die Arbeit an einem realitätsnahen Thema, das die Kinder aus ihrem Alltag kennen, wird die Lebenswelt der Kinder aufgegriffen und das Interesse an der kritischen Auseinandersetzung mit Medien gefördert.

Die Fachanforderungen des Sachunterrichts betonen dabei die Notwendigkeit, dass Schülerinnen und Schüler sich mit zentralen Themen der Lebenswelt

auseinandersetzen und Kompetenzen erwerben, die sie auf Kernprobleme des gesellschaftlichen Lebens vorbereiten. Die Themen „Konsum und Medien“ sind hierbei essenziell, da sie den Schülerinnen und Schülern die Fähigkeit zur Reflexion und kritischen Bewertung von Werbung und Konsumverhalten vermitteln und die selbstständige Meinungsbildung fördern (Fachanforderungen SU, 2019, S. 18, 27).

Material:

TV Werbespot Nimm2 (2017), abzurufen auf dem Stick und unter:

<https://youtu.be/hXE1qriS9Z4?si=pq7c8PWZSyW6Jvns>

Karten mit Kategorien, Blankokarten für eigene Kategorien, non-permanent Stift.

Folgende Kategorien:

Musik, Soundeffekte, Licht, Farben, Slogans, Emotionen und Ausdrücke der Darstellenden, Stimmung, Zielgruppe etc.