

LEHR- UND LERNMATERIAL

Die Macht der Werbung

Kurzbeschreibung

In diesem einstündigen Unterrichtskonzept lernen die Schüler:innen den Nutzen sowie die Vor- und Nachteile von Werbung kennen. Sie setzen sich damit auseinander, worauf beim Thema Werbung geachtet werden sollte und wie sich die tatsächlichen Produkte teilweise von der Darstellung in der Werbung unterscheiden. Mithilfe von Werbebildern und „echten“ Gerichten, Fotos sowie Videos wird ein Vergleich angestellt. Am Ende werden die Schüler:innen zu eigenständigen Beobachtungen und Reflexionen in Form einer Alltagschallenge motiviert.

Beim vorliegenden Material handelt es sich um einen Entwurf, der für den Schulpiloten der Stiftung für WirtschaftsBildung als Prototyp entwickelt wurde und im Schuljahr 2022/23 evaluiert wird. Wenn Du Anregungen zum Material hast, freuen wir uns sehr über Deine Rückmeldung an: office@wirtschaft-erleben.at.

Inhalt

Überblick	2
Unterrichtsszenario	3
Material	6
Anhang	7



ÜBERBLICK

Themenbereich	Haushalt, Konsum & persönliche Finanzen
Dauer	1 Unterrichtseinheit (à 50 Minuten)
Keywords	Werbung; Bedürfnisse; Ernährung
Schulstufe	5. Schulstufe
Fach	Geographie und wirtschaftliche Bildung
Fächervernetzung	Ernährung und Haushalt; Bildnerische Erziehung
Lehrplanbezug nach der Verordnung vom 02.01.2023	<p><i>Kompetenzbereich</i> Leben und Wirtschaften im Hinblick auf nachhaltige Ernährung</p> <p>Die Schüler:innen können...</p> <ul style="list-style-type: none"> ausgehend von individuellen Ernährungsgewohnheiten (land)wirtschaftliche Produktion, deren gesellschaftliche, wirtschaftliche und naturräumliche Bedingungen sowie deren Wandel an weltweit ausgewählten Fallbeispielen verorten und vergleichen.
Ergänzende Lernziele	<p>Die Schüler:innen können...</p> <ul style="list-style-type: none"> Vor- und Nachteile von Werbung gegenüberstellen. Werbung analysieren.
Jahr	2023



Unterrichtsszenario

1. Unterrichtsstunde: Die Macht der Werbung				
Zeit	Phase	Ablauf	Material	Hinweise
-	Alltagschallenge	SuS ¹ zählen die Werbungen, denen sie auf ihrem Schulweg begegnen.		
5-10'	Einstieg	Gemeinsame Reflexion der Alltagschallenge. L und SuS sprechen über das Thema Werbungen anhand der Leitfragen.		Leitfragen: <ul style="list-style-type: none"> - Erscheinen die genannten Zahlen hoch oder niedrig? - Wo begegnet uns Werbung (im öffentlichen Raum, Schule, Internet, ...)? - Auf welche Art begegnet uns Werbung (Plakate, TV-Spots, Posting auf Social Media, Anzeige in einem Magazin, ...)?
10'	Think-Pair-Share	Anhand der Leitfragen wird das Thema noch weiter reflektiert. Think: selbst überlegen – 2 min Pair: zu zweit austauschen und überlegen – 3 min Share: im Plenum austauschen – 5 min		Leitfragen: <ol style="list-style-type: none"> a) Warum gibt es Werbung? b) Was sind Vor- und Nachteile von Werbung? c) Wie würde eine Welt ohne Werbung aussehen?

¹ Verwendete Abkürzungen in der Planungsmatrix: M = Material; SuS = Schülerinnen und Schüler; L = Lehrperson; PPT = Powerpoint-Präsentation

<p>5-10'</p>	<p>Ergänzung durch L</p>	<p>L ergänzt die gemeinsamen Überlegungen und fasst noch einmal die wichtigsten Punkte zusammen.</p>		<p>a. Nutzen von Werbungen: Informationen über Dinge, die wir tun oder kaufen können (nicht nur von Unternehmen, auch Regierungen und Organisationen machen Werbung, z. B. Impfkampagne)</p> <p>b. Vor- & Nachteile: Vorteil: Informationen über etwas, was wir vorher nicht kannten, wir aber brauchen (Beispiel: Rat auf Draht; Kältetelefon) Nachteil: Beeinflussung, Erzeugung von Bedürfnissen, die wir vorher nicht hatten und auch ohne Werbung nicht gehabt hätten; Darstellung oft anders als in der Realität</p> <p>c. Individuelle Antwort</p>
<p>20'</p>	<p>Gemeinsame Analyse: Idee 1</p>	<p>L bringt ein Gericht in die Klasse mit (z. B. Menü aus einem Fast-Food-Lokal), sowie ein Foto von einem Werbeplakat, welches dieses Produkt darstellt.</p> <p>SuS vergleichen Darstellung auf Werbeplakat mit dem tatsächlichen Produkt und halten die Ergebnisse auf M1 fest. Danach werden die Ähnlichkeiten und Unterschiede zwischen Abbildung und dem tatsächlichen Produkt gemeinsam verbalisiert. Dabei kann die Wortbox in M1 als Hilfestellung herangezogen werden.</p>	<p>M1 – Protokoll Werbung vs. Realität</p> <p>Gericht</p>	<p>Leitfragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Warum wird ein Produkt oft anders dargestellt? Hier kann auch erwähnt werden, dass das Produkt oft gar nicht das wirkliche Produkt ist, sondern z. B. aus Plastik. Weiterführendes Video: Werbetricks - Was passiert dadurch bei uns? - Gibt es jemanden, die:der schon einmal enttäuscht war? - Hast du schon mal auf Grund einer Werbung etwas gekauft, das du später bereut hast?
	<p>Gemeinsame Analyse: Idee 2</p>	<p>L bringt Fotos mit, die ein beschönigtes Bild von Landwirtschaft zeigen. Danach wird wieder eine gemeinsame Analyse durchgeführt, indem die Bilder mit tatsächlichen Aufnahmen aus der Landwirtschaft verglichen werden (Beispiel: Die Mast: vom Ferkel zum Mastschwein).</p>		

5'	Abschluss: Blitzlicht	Kurzes Blitzlicht im Plenum, um die Stunde abzuschließen: Was habe ich gelernt? Was nehme ich mit?		Zusammenfassung: Werbungen geben uns Informationen, können uns durch beschönigte Bilder aber auch beeinflussen. Es werden neue Bedürfnisse geschaffen.
-	Optionale Alltagschallenge	<p>Analyse eines Produkts im Vergleich zu Werbung wird im Alltag mithilfe des Protokolls noch einmal durchgeführt. Anschließend Vergleich in der Klasse.</p> <p>Fächervernetzung: Im Fach Bildnerische Erziehung können mit den SuS Werbetricks nachgestellt werden.</p>	M1 – Protokoll Werbung vs. Realität	



M1 – Protokoll Werbung vs. Realität

Darstellung in der Werbung

Wie ist das Produkt dargestellt?

Was spricht dich besonders an?

Tatsächliches Produkt

Beschreibe das tatsächliche Produkt.

Was ist anders als in der Werbung?

Wortbox mit Adjektiven

appetitlich/lecker – unappetitlich – interessant – langweilig – glänzend – schön – alt –
spannend – ansprechend – neu – bunt – farblos



ANHANG

Über die Ersteller:innen



Stiftung Wirtschaftsbildung

TEAM LEHR- UND LERNMATERIALIEN

Die Stiftung für Wirtschaftsbildung will mit ihren Aktivitäten junge Menschen dazu befähigen, im Laufe ihres Lebens und in ihren unterschiedlichen Rollen in der Wirtschaftswelt (z. B. als Arbeitnehmer:in, Unternehmer:in, Bürger:in, Konsument:in, Versicherte:r und Steuerzahler:in) mündig, kritisch, selbstständig, verantwortungsbewusst und kompetent an der nachhaltigen Entwicklung und Gestaltung der Wirtschaft und der Gesellschaft mitzuwirken. An der Entwicklung und Ausarbeitung des vorliegenden Materials haben insbesondere die folgenden Personen aus dem Stiftungsteam mitgewirkt: Anna Steinbauer-Holzer; Melissa Grasl; Philipp Ringswirth.

Impressum

STIFTUNG FÜR WIRTSCHAFTSBILDUNG

c/o Impact Hub Vienna
Lindengasse 56/18-19
1070 Wien

E-Mail: office@wirtschaft-erleben.at



CC BY NC SA

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.de>

Anmerkung zum Zitieren:

Dieses Material steht unter einer CC BY NC SA 4.0 Lizenz. Bei einer Weiterverwendung sollen folgende Angaben gemacht werden:

**Grasl, M.; Ringswirth, P.;
Steinbauer-Holzer, A. (2023) Die
Macht der Werbung. CC BY NC SA
4.0. Stiftung für
Wirtschaftsbildung.**