

KJB - Projektkonzept: “Umgeben von Werbung”

Dauer: 1½h mit Puffer für 2h

Zielgruppe: 1 Schulklasse mit ca. 25 Kindern der 3., 4. oder 5. Klasse, zwischen 8 und 11 Jahren

Projektbeschreibung

Im Rahmen des Projektes *Faktenforschen.de* wird für den Besuch einer Schulklasse in der Kinder- und Jugendbibliothek Erfurt ein Angebot geschaffen, um sich näher mit der Thematik Werbung zu befassen. Das niedrighschwellige und kostenlose Angebot richtet sich dabei vorrangig an jüngere Kinder zwischen 8 und 11 Jahren und benötigt keine Vorerfahrungen seitens der Kinder.

Das Faktenforschen-Projekt konzentriert sich auf die Förderung der selbstständigen Meinungsbildung. Dabei kann auch Werbung eine bedeutende Rolle einnehmen. *Werbung* wird nach Siegert und Brecheis beschrieben als “ein geplanter Kommunikationsprozess und will gezielt Wissen, Meinungen, Einstellungen und/oder Verhalten über und zu Produkten, Dienstleistungen, Unternehmen, Marken oder Ideen beeinflussen. Sie bedient sich spezieller Werbemittel und wird über Werbeträger wie z. B. Massenmedien und andere Kanäle verbreitet” (2017, Siegert & Brecheis). Das Wissen über diesen bewussten Beeinflussungsprozess ist für ein reflektiertes Medienhandeln der Kinder unabdingbar. *Erst durch das Verstehen von Werbe- und Manipulationsstrategien kann eben diesen Strategien entgegengewirkt werden.* Im Prozess der Meinungsbildung ist es notwendig, redaktionelle Beiträge von Werbeanzeigen unterscheiden zu können. Aufgrund der stilistischen Anpassung von Werbung auf Plattformen an die redaktionellen Inhalte verschwimmt jedoch der Unterschied und besonders für Kinder ist es schwer, Werbung selbstständig zu erkennen (Klicksafe, 2021, S. 16). Für die Wirkung von Werbung bei Kindern und Jugendlichen spielen außerdem die persuasiven Botschaften und Anreize eine besondere Rolle. Problematisch ist demnach nicht nur das Erkennen der Werbung an sich, sondern auch die starke Verführung durch zum Beispiel bekannte Filmfiguren, ansprechende Darstellungen und das Aktivieren von Bedürfnissen wie Zugehörigkeit und Beliebtheit. Neben der Fähigkeit Werbung und dessen Verführung zu erkennen, wird es somit auch notwendig entsprechende Gegenargumente anzubringen (Jöckel, 2014, S. 475). Für dieses Projekt heißt dies folglich, dass die Kinder in einem Prozess der Auseinandersetzung mit Werbung unterstützt und Anregungen geschaffen werden sollen, Werbung zu identifizieren sowie der Überzeugungskraft und den Anreizen bewusst zu werden. Dafür werden Merkmale und Ziele von Werbung gemeinsam erarbeitet und anschließend das Erkennen von Werbung in einer spielerischen Sequenz geschult und grundlegende Mechanismen sowie Strategien von Werbenden herausgearbeitet. Zuletzt wird dieses Wissen durch die Gestaltung eines eigenen Werbeplakats und dessen Präsentation gefestigt.

Personelle und Gruppenbezogene Voraussetzungen

Bezüglich der personellen Voraussetzungen benötigt der Workshop 1-2 Referierende (zum Beispiel Medienpädagog*innen) unter Einbezug von 1-2 begleitenden Lehrpersonen. Hinsichtlich der Gruppe müssen keine besonderen Anforderungen erfüllt sein. Falls besonderes Förderbedarfe bestehen, kann das Konzept nach vorheriger Absprache angepasst werden.

Zielsetzung

- Definition, Merkmale, Ziele und Kanäle (wo kommt Werbung vor?) der Werbung gemeinsam mit den Kindern erarbeiten
- Besprechen, warum es wichtig ist, Werbung als solche zu erkennen → Manipulation, Konsumverhalten, etc.
- Üben: Werbung in alltäglichen Situationen zu erkennen und von anderen Inhalten zu unterscheiden
- Ein eigenes Werbeplakat erstellen und dabei die Perspektive der Werbetreibenden einnehmen
- Versuche der Verführung selbstständig herstellen und nachvollziehen

Checkliste

Eine Liste mit allen notwendigen Materialien für den Workshop ist im Anhang 1 (S. 10) zu finden. Die meisten notwendigen Materialien befinden sich in der Kinder- und Jugendbibliothek Erfurt innerhalb eines Projektbox, beigelegt sind auch die Plakate und auf eine USB-Stick befinden sich die digitalen Materialien.

Ablaufplan

Dauer	Ziele & Inhalte bzw. Fragestellungen	Methode & Kurze Erläuterungen	Material & Hinweise
	Vorbereitung	<ul style="list-style-type: none"> - Konzept & Anhang lesen - Rollenverteilung klären (Wer übernimmt welchen Part, wer sagt was) - Technik prüfen + Apps vorbereiten - Plakat mit Ablauf aufhängen - Raumanordnung: Tische außen und Stuhlkreis innen - Tische und Stühle als Arbeitsplätze im Vorraum aufbauen - E-Mail lehrende Person erfragen für fertige Ergebnisse - Memory-Kärtchen für Gruppen entsprechend der Anzahl der Kinder auswählen - Evaluation vorbereiten - Button mit Bibliotheksmitarbeitenden erstellen 	<ul style="list-style-type: none"> - Checkliste für die benötigten Materialien (s. Anhang 1, S. 10) - Projektbox aus der Kinder- und Jugendbibliothek mit analogen und digitalen Materialien (USB-Stick) - Inhaltliche (Anhang 2, S. 11-12) & methodische Vorbereitung (Anhang 3 bis 9, S. 13-24) für dozierende Person
10 min	Ankommen/ Begrüßung	<ul style="list-style-type: none"> - Die SuS legen ihre Sachen ab und kommen an - Kinder erstellen Namensschilder - Zusammenfinden in einem Sitzkreis - Kurzes Vorstellen der Referierenden - Vorstellung des Ablaufs anhand visueller Unterstützung 	<ul style="list-style-type: none"> - Unterstützende PowerPoint-Präsentation - Namensschilder & Stifte - Plakat mit Ablauf
5 min	Warm-Up Spiel <ul style="list-style-type: none"> - Kinder kommen gedanklich und thematisch an - Atmosphäre auflockern und Hemmungen ablegen 	<ul style="list-style-type: none"> - Kinder werden gebeten sich erst einmal hinzustellen - Verschiedene Fragen stellen in der Form: "Wer XXX hat, führt XXX Bewegung aus" - z.B.: Alle Kinder, die den Haribo-Song singen können, drehen sich dreimal im Kreis 	<ul style="list-style-type: none"> - Siehe Anhang 3, S. 13
20-25 min	Einführung in die Thematik Werbung <ul style="list-style-type: none"> - Was ist eine Werbung? - Wodurch erkennt man eine Werbung? - Was ist das Ziel einer Werbung? - Kanäle einer Werbung - Reflexion der Kinder 	Rollenspiel <ul style="list-style-type: none"> - Referierende stellen sich als Werbeagentur vor und sind auf der Suche nach der gelungensten Werbeidee (Plakat+Spot) für ihr Produkt Minti Mix (grünes Getränk) für Kinder - Eine Idee ist besonders geeignet als Werbung, die andere nicht - Beide Seminarleiter*innen konkurrieren spielerisch miteinander um den Auftrag, und heben in diesem Zug schon bestimmte Merkmale ihrer eigenen Werbung hervor - Definition und Ziele von Werbung im Rahmen des Spiels erklären (Wir als 	<ul style="list-style-type: none"> - Tafel oder Flipchart, Magneten - laminierte Kärtchen für Merkmale und Eigenschaften - Siehe Anhang 4, S. 14-15 für nähere Infos

		<p>Werbeagentur versuchen eine Werbung zu gestalten, die....)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Die Kinder als Expert:innengruppe sollen die Werbeagentur unterstützen die geeignetste Werbeidee zu finden <p>1. Präsentation Werbeidee 1 (wirkungsvolle Werbung)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Werbeidee 1: Plakat 1 + Spot 1 präsentieren - <u>Leitfragen könnten sein:</u> - Was ist euch aufgefallen? - Welche Informationen erhaltet ihr auf dem Plakat und dem Spot? - Was spricht euch an dem Plakat und dem Spot an und was nicht? <p>2. Präsentation Werbeidee 2 (nicht wirkungsvolle Werbung)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Werbeplakat 2 und Spot 2 präsentieren - Erneute Abfrage <p>3. Vergleich</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vergleich der zwei Werbeideen: Welche der Werbungen kommt euch bekannt vor / kennt ihr aus der Stadt/ dem Fernsehen? Welche bekommt mehr Aufmerksamkeit? - Im Folgenden sollen die sechs Merkmale (siehe Kärtchen) erarbeitet werden, dafür eignen sich leicht suggestive Fragen, bspw.: Was fällt euch bezüglich der Farben auf? Welches Plakat könnt ihr gut lesen? - Konkurrenz der Werbeideen: Verweise auf die Schwächen des jeweils anderen Plakats/ Werbespots - Vergleich: Wer entscheidet sich für Werbeidee 1? Wer für Werbeidee 2? <p>4. Kanäle</p> <ul style="list-style-type: none"> - Wo könnten wir unsere Werbung überall aufhängen? An welchen Orten habt ihr Werbung schon mal gesehen? 	
10-15 min	<p>Werbung erkennen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Erlernte Merkmale und Ziele einer Werbung wiederfinden - Werbung zwischen redaktionellen Inhalten erkennen - Selbstständig Werbung in alltagsähnlichen Situationen erkennen - Bezug zur Lebenswelt der 	<p>Game Show</p> <ul style="list-style-type: none"> - Präsentation eines Bildes/ Videos/ Audiobeitrages, indem Werbung enthalten sein könnte - Gruppen haben 10 Sekunden Zeit für Absprache - Nach Ablauf der Zeit halten alle Gruppen gleichzeitig ein Schild (Werbung/ keine Werbung) hoch <p>1. Gruppeneinteilung durch Kärtchen</p> <ul style="list-style-type: none"> - 3-4 Kinder pro Gruppe 	<ul style="list-style-type: none"> - Kärtchen: Einteilung Gruppen - Stoppuhr/ Timer ist in die PowerPoint eingebunden - Schilder (Werbung/ keine Werbung) - Siehe Anhang 5, S. 16-18 für nähere Infos

	Kinder herstellen	<ul style="list-style-type: none"> - Gruppennamen entsprechen einer bekannten Marke, welche viele Kinder durch die Werbung kennen <p>2. Spielerklärung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einleitung: Werbung versteckt im Alltag - Spielanleitung: Siehe oben <p>3. Durchführung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Referierende notieren Punkte - Es gibt mindestens 7, maximal 9 Runden - Nach eigenem Ermessen, wird jeweils eine Gruppe aufgefordert, die Entscheidung zu begründen - Anschließende Auflösung mit Erklärung 	
5-10 min	Pause	Biopause & evtl. eines der Zusatzspiele	Siehe Tabelle Zusatzspiele
45-50 min	<p>Erstellung eines Werbeplakates</p> <ul style="list-style-type: none"> - Vertiefung der erlernten Inhalte - Einnahme der Perspektive der Werbetreibenden - Versuche der Verführung selbstständig herstellen und nachvollziehen - Vorstellung der Ergebnisse vor einem Publikum (der Klasse) 	<p>Selbstständige Gruppenarbeit - Werbeplakat</p> <ul style="list-style-type: none"> - SuS versetzen sich in die Lage einer Werbeagentur und erstellen selbstständig in Gruppen ein Werbeplakat für ein zugeteiltes Produkt mit Hilfe der Book Creator App <p>1. Einführung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Was machen wir jetzt? Siehe Arbeitsanweisung im Anhang 6, S. 19-21 - Zeigen des Beispielplakates <p>2. Erklärung der App Book Creator</p> <ul style="list-style-type: none"> - Spiegeln des Tablets auf dem Rechner (Bedienung/ Möglichkeiten etc.) <p>3. Gruppenarbeit</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gruppen bleiben bestehen und erhalten jeweils ein Tablet und eine App-Anleitung - Zuteilung der zu bewerbenden Gegenstände - Referierende bleiben für die SuS ansprechbar und unterstützen bei Schwierigkeiten - 15-20 Minuten Zeit - Wenn eine Gruppe früher fertig ist: siehe Zusatzaufgaben unten in der Tabelle 	<ul style="list-style-type: none"> - Tablets - Kabel zum Verbinden: Tablet - Rechner - 7-8 Gegenstände für die Werbeplakate (siehe Projektbox) - Siehe Anhang 6, S. 19-21. (App-Anleitung ab S. 19)

		<p>4. Präsentation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jede Gruppe zeigt ihr erstelltes Plakat -> Spiegelung der App auf dem Rechner oder schnell auf den Rechner ziehen - Gruppe stellt fertiges Produkt und Intention vor - Referierende leiten und geben Hinweise 	
10 min	Evaluation und Verabschiedung	<p>Evaluation</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zufriedenheitsskala auf der Tafel - "Wie hat euch der Workshop gefallen (Lachender-Smile, Trauriger-Smile, Neutraler Smile)" - Kinder hängen ihre Gruppenkarte an die gewünschte Stelle <p>Verabschiedung</p> <ul style="list-style-type: none"> - Teilnahme-Button verteilen "<i>Werbeproof</i>" - Referierende schließen das Projekt ab, bedanken sich und verabschieden sich - E-Mail-Adresse der Lehrenden erfragen 	<ul style="list-style-type: none"> - Magneten - Button
	Abbau/ Nachbereitung	<ul style="list-style-type: none"> - Raum aufräumen - Plakate auf dem Rechner sammeln - Tablets leeren, aufladen und desinfizieren - Fertige Plakate an Lehrende verschicken - Materialien zusammenräumen und zurücklegen - E-Mail an Lehrende mit den fertigen Werbeplakaten der Kinder und der Handreichung für die Lehrenden 	<ul style="list-style-type: none"> - Handreichung für die Lehrenden (auf dem USB-Stick)

Zusatzspiele und -aufgaben

Diese Zusatzspiele können eingesetzt werden, um die Situation nach einer langen Input-Phase aufzulockern, wenn einzelne Kinder oder Gruppen früher mit Aufgaben fertig werden oder am Ende des Workshops noch Zeit bleibt. Sie können nach belieben einbezogen und verändert werden. Bei der Auswahl der Spiele wurden verschiedene Situationen und Konstellationen von Kindern mitbedacht.

Dauer	Ziele & Inhalte bzw. Fragestellungen	Methode & Kurze Erläuterungen	Material & Hinweise
2 min	Zusatzspiel 1 <ul style="list-style-type: none"> - Kurze Auflockerung für Zwischendurch 	Applaus für alle <ul style="list-style-type: none"> - "Damit jeder einen Applaus bekommt, applaudiert dem Kind rechts und links neben euch" - Kinder neben sich erwischen, wenn sie gerade hinschauen 	<ul style="list-style-type: none"> - Spielanleitung: siehe auch Anhang 7, S. 22
5-10 min	Zusatzspiel 2 <ul style="list-style-type: none"> - Spiel in der Gruppe - Für Zwischendurch, wenn die Konzentration fehlt und eine Pause notwendig ist 	Super Mega High Five <ul style="list-style-type: none"> - Kinder stehen sich zu zweit gegenüber. Beide überlegen sich eine Richtung: oben, links oder rechts und werfen ihre Hände in diese Richtung - Zeigen beide in unterschiedliche Richtungen: beide klopfen sich einmal auf die Schenkel und zeigen eine neue Richtung an. - Zeigen beide in die gleiche Richtung: einmal auf die Schenkel klopfen, danach geben sie sich einen High Five, erneutes Klopfen auf die Schenkel und eine neue Richtung anzeigen - Kinder werden schneller und es entsteht ein Takt 	<ul style="list-style-type: none"> - Spielanleitung: siehe auch Anhang 8, S. 23
Ca. 10-15 min	Zusatzspiel 3 <ul style="list-style-type: none"> - Bewegungsspiel in der Gruppe - Am Ende oder Zwischendurch, wenn die Konzentration fehlt 	Kotzendes Känguru <ul style="list-style-type: none"> - Die Kinder stehen im Kreis - Ein Kind in der Mitte zeigt auf ein Kind im Kreis und ruft eine Spielfigur - Das Kind, auf welches gezeigt wird, und die Kinder rechts und links daneben stellen diese Figur dar - Alle drei Kinder müssen reagieren und die richtige Bewegung ausführen, sonst wird das Kind in der Mitte ausgewechselt 	<ul style="list-style-type: none"> - Spielanleitung+Figuren: siehe Anhang 9, S. 24

	<p>Zusatzaufgaben für einzelne Gruppen/ Kinder</p> <ul style="list-style-type: none"> - Für einzelne Gruppen/ Kinder falls sie früher mit einer Aufgabe fertig sind 	<p>Fakefinder Kids: https://kids.swrfakefinder.de</p> <ul style="list-style-type: none"> - Online Spiel - Kann individuell oder in der Gruppe auf den Tablets gespielt werden - Level 1: Werbung <p>Medien-Bücherregal der KJB</p> <ul style="list-style-type: none"> - Zusätzliche Recherche möglich im portablen Regalturm mit designierten Werbungsfach 	<ul style="list-style-type: none"> - Tablets - Medien-Bücherregal der KJB
--	---	--	---

Anhang

1	Checkliste für das Projekt	10
2	Kurzer Überblick über Werbung für die Referierenden	11
3	Warm-Up	13
4	Einführung in die Thematik “Werbung” - Rollenspiel	14
5	Werbung erkennen - Game Show	16
6	Erstellung eines Werbeplakates - Selbstständige Gruppenarbeit	19
7	Zusatzspiel 1 - Applaus für alle	22
8	Zusatzspiel 2 - Super Mega High Five	23
9	Zusatzspiel 3 - Kotzendes Känguru	24
	Quellen	25

1 Checkliste für das Projekt

- 10 Tablets mit der App Book Creator
- Laptop
- Ladekabel
- Plakat mit Ablauf
- Werbeplakate Minti Mix
- Kreppband + Stifte für Namensschilder
- Tafel oder Flipchart mit entsprechenden Kreide oder Stifte
- Magnete
- Werbeprodukt Memory Kärtchen
- Lamierte Kärtchen mit Eigenschaften+Ziele Werbung
- Schilder (Werbung/ keine Werbung)
- Teilnahme-Buttons für die Kinder
- 8 Gegenstände für die Werbeplakate (z.B. ein Porzellanapfel, etc.)
- Medien Bücherregal der KJB
- Handreichung für Lehrende digital
- USB-Stick mit allen digitalen Materialien (Handreichung, PowerPoint-Präsentation, Werbevideos etc.)

Die meisten Materialien sind in dem Projektkoffer in der Kinder- und Jugendbibliothek zu finden.

2 Kurzer Überblick über Werbung für die Referierenden

Definition und Ziele Werbung (Internet ABC e.V., o.D.)

- Kann zum Beispiel als Bild, Plakat, Werbespot oder Text auftreten
- Stammt häufig von Firmen, Organisationen (z.B: Unicef) oder Personen
- **Sie wollen Geld verdienen und zum Kauf oder zum Mitmachen anregen**
- Sie wollen uns von sich und ihrer Marke überzeugen und sie besonders GUT FINDEN (Bekannte Marken: z.B.: Lego, Nintendo)
- Zum Kauf des eigenen Produktes überreden (z.B.: Spielzeug, Kleidung, Süßigkeiten)
- die Werbung wird besonders interessant und toll gestaltet, damit es die Kunden anspricht (Unterschiede zwischen der Zielgruppe: für Kinder oder Großeltern)
- Begeisterung für die Marke und das Produkt schaffen, indem Bedürfnisse geweckt werden (man BRAUCHT das - um glücklich, cool, gesund zu sein)
- Dadurch regen die Firmen zum Kauf an -> Geld verdienen

Eigenschaften und Merkmale von Werbung (eigene Darstellung unter zu Hilfenahme des Themenmoduls „Das will ich haben! Werbung und Merchandising erkennen und durchschauen“ (Borchert & Monz, 2019) sowie des Lernmoduls „Werbung, Gewinnspiele und Einkaufen“ (Internet ABC e.V., o.D.))

- **Bilder:** farbenfroh, gewaltig, Produkt im Vordergrund
- **Musik:** einfach, einprägsam, mitreißend
- **Stimmen/ Gespräche:** deutlich, verständlich, kurze Sätze, eindringlich, häufige Wiederholung
- **Text/ Schrift:** kurz, einprägsam, witzig, häufig gereimt oder Wortspiele, groß, bunt, häufige Wiederholung
- **Produkt/ Marke:** Abbilden des Produkts und/oder des Logos, hervorheben von guten Eigenschaften und Besonderheiten, Wiedererkennungswert schaffen, Preis positiv hervorheben (nur 19,99 €), Signalwörter/ Kaufmöglichkeiten hervorheben,
- **Gefühle:**
Positive/ Schöne Gefühle in Bezug auf das Produkt erzeugen: Lachen, Freude, Spaß
Manchmal auch: Druck, Verlangen, Begierde es ist sinnvoll das zu haben, man braucht das
- **Bezug zu Kindern schaffen** (Identifikation): durch Personen (Kinder statt Erwachsene zeigen), Geschichten erzählen, Alltagssituationen zeigen, thematisch passend zum laufenden Programm/ Video
- **Kennzeichnung:** Werbung muss zwischen anderen Inhalten gekennzeichnet werden: z.B.: Im Fernsehen (Werbetreffer mindestens visuell durch Schriftzug), Radio (akustisches Signal) oder in Bildern (“Anzeige” oder “Werbung”), Hinweise in Videos -> sonst Schleichwerbung, kein Senderlogo
- **Warnung** bei Gefahren und Risiken: “nicht geeignet für Kinder unter 3 Jahren”, “Fragen Sie ihren Arzt oder Apotheker”, “nicht für Schwangere geeignet”
- **Aufforderung:** zum Kauf, zum spenden, zum mitmachen, zum subscriben etc.
- **Ästhetik/ Anordnung** (Zusammenpassen der einzelnen Elemente): Größen, Aufteilung, Farben, etc.

Kanäle: Wo und in welcher Form findet man Werbung

- Wo: Fernsehen, Radio, in der Stadt (öffentliche Plätze, Bus, Bahn, Supermärkte, Autos), Zeitschriften, Apps, Internet (Websites, Sozialen Netzwerken wie YouTube und Instagram), Kinofilme, Sendungen, in E-Mails
- Welche Form? Werbespots, Plakate, Audio-Beiträge, Vorstellung in Videos, Im Hintergrund von Videos, Gewinnspiele, E-Mails/ Newsletter, Pop-up Werbung, Banner, Beiträge zwischen Social Media Inhalten
- Werbung ist manchmal deutlich zu erkennen und manchmal ist sie unscheinbar und versteckt (sie hebt sich nicht von den eigentlichen Inhalten ab, z.B.: Produkt in die Kamera halten, von Erfahrungen erzählen)

3 Warm-Up

- Den Kindern wird gesagt: *“Alle Kinder, die schon einmal Werbung gesehen haben, stehen auf!”*
- Im Idealfall stehen alle Kinder auf, ansonsten werden auch die restlichen Kinder gebeten, mit aufzustehen (oder andere kreative Aussage, damit auch der Rest aufsteht)
- Im Anschluss werden den Kindern verschiedene Fragen/Aussagen gestellt, und alle Kinder, auf denen diese Aussage zutrifft, führen eine Bewegung aus, z.B.: *Alle Kinder, die den Haribo-Song singen können, drehen sich dreimal im Kreis!”*

- **Mögliche Aussagen:**
 - Alle, die ein Kleidungsstück, z.B. ein T-Shirt, von ihrer Lieblingssendung haben, ...
 - Alle, in einer Zeitschrift schon einmal ein Spielzeug gesehen haben, dass sie gerne hätten, ...
 - Alle, die Lego zuhause haben, ...
 - Alle, die schon einmal einen Fußballspieler in einer Werbung gesehen haben, ...
 - Alle, die einen Fortnite-Tanz können, tanzen ihn!

- **Mögliche Bewegungen:**
 - ...Springen so hoch sie können
 - ...Klatschen über ihren Köpfen in die Hände
 - ...rennen auf der Stelle
 - ...balancieren auf einem Bein

4 Einführung in die Thematik “Werbung” - Rollenspiel

- Referierende stellen sich als Werbeagentur vor und sind auf der Suche nach der gelungensten Werbeidee (Plakat+Spot) für ihr Produkt “Minti Mix” für Kinder
- Minti Mix ist ein Getränk mit grüner Farbe (Poster befinden sich ausgedruckt im Projektkoffer & Videos auf dem USB-Stick)
- Eine Idee ist besonders geeignet als Werbung, die andere nicht
- Beide Seminarleiter*innen konkurrieren spielerisch miteinander um den Auftrag, und heben in diesem Zug schon bestimmte Merkmale ihrer eigenen Werbung hervor
- Definition und Ziele von Werbung im Rahmen des Spiels erfragen
- Die Kinder als Expert*innengruppe sollen die Werbeagentur unterstützen die geeignetste Werbeidee zu finden
- Die Kinder dürfen kritisch sein!

Definition und Ziele Werbung (Internet ABC e.V., o.D.)

- Firmen, Organisationen (z.B.: Unicef) oder Personen haben ein Produkt oder eine Marke, welche sie verkaufen wollen
- Durch die Werbung können diese Firmen ihr Produkt oder ihre Marke in einem Bild, Plakat, Werbespot oder Text allen Menschen zeigen
- **Dadurch wollen sie zum Kauf oder zum Mitmachen anregen und Geld verdienen**
- Sie wollen uns von sich und ihrer Marke überzeugen. Wir sollen das Produkt oder die Marke besonders GUT FINDEN (Bekannte Marken: z.B.: Lego, Nintendo)

Die Werbeagenturen

- Erhält das Produkt der Firma
- Überlegt sich wie man das Produkt in einer Werbung zeigen kann und gestaltet die Werbung
- Präsentiert der Firma anschließend die Werbung
- Bekommt Geld dafür

1. Präsentation Werbeidee 1: Die wirkungsvolle Werbung

- Werbeidee 1: Plakat 1 + Spot 1 präsentieren
- Leitfragen könnten sein:
Aufhänger: Was ist euch aufgefallen?
Informationen: Welche Informationen erhaltet ihr auf dem Plakat und dem Spot?
Kaufanreize: Was spricht euch an dem Plakat und dem Spot an und was nicht?

2. Präsentation Werbeidee 2: Die nicht wirkungsvolle Werbung

- Werbeplatat 2 und Spot 2 präsentieren
- Erneute Abfrage, siehe oben

3. Vergleich

- Vergleich der zwei Werbeideen: Welche der Werbungen kommt euch bekannt vor / kennt ihr aus der Stadt/dem Fernsehen? Welche bekommt mehr Aufmerksamkeit?
- Im folgenden sollen die sechs Merkmale (siehe Kärtchen) erarbeitet werden, dafür eignen sich leicht **suggestive Fragen**, bspw.: Was fällt euch bezüglich der Farben auf? Welches Plakat könnt ihr gut lesen?
- **Konkurrenz** der Werbeideen: Verweise auf die Schwächen der anderen Plakate/ Werbespots

- Abschließender Vergleich: Wer entscheidet sich für Werbeidee 1? Wer für Werbeidee 2?

Eigenschaften und Merkmale von Werbung (eigene Darstellung unter zu Hilfenahme des Themenmoduls „Das will ich haben! Werbung und Merchandising erkennen und durchschauen“ (Borchert & Monz, 2019) sowie des Lernmoduls „Werbung, Gewinnspiele und Einkaufen“ (Internet ABC e.V., o.D.))

Zusammentragen von 6 zentralen Merkmalen, wenn die Kinder fit sind, können noch 1-2 ergänzt werden. Die ausgedruckten Kärtchen befinden sich im Projektkoffer und können an die Tafel gehängt werden:

1. Wenig, aber großer Text
2. Farbenfroh
3. Einprägsame Musik
4. Ein gutes Gefühl
5. Aufforderung
6. Großes Bild vom Produkt oder Logo

4. Kanäle

- Wo könnten wir unsere Werbung überall aufhängen? An welchen Orten habt ihr Werbung schon mal gesehen?

Zum Beispiel:

- Wo: Im Fernsehen, Radio, in der Stadt, Zeitschriften, Internet ...
- In welcher Form? Werbespots, Plakate, Audio-Beiträge, Vorstellung in Videos, Im Hintergrund von Videos, Gewinnspiele, ...
- Werbung ist manchmal deutlich zu erkennen und manchmal ist sie unscheinbar und versteckt (sie hebt sich nicht von den eigentlichen Inhalten ab, z.B.: Produkt in die Kamera halten, von Erfahrungen erzählen)
-> Übergang zur Game Show

5 Werbung erkennen - Game Show

Einführung

- Werbung ist manchmal deutlich zu erkennen und manchmal ist sie unscheinbar und versteckt
- Schleichwerbung: z.B. in Videos werden manchmal Produkte gezeigt oder bewertet ohne das dies als Werbung gekennzeichnet wird oder in Computerspielen/ Handyspielen werden Produkte aus der "realen" Welt gezeigt
- Versteckte Werbung: Zwischen Inhalten taucht manchmal Werbung auf, die schwer als solche zu erkennen ist und sich versteckt, z.B. in sozialen Medien, auf Blogs oder anderen informativen Seiten
- Diese Form von Werbung ist extra so gestaltet, dass sie sich an das jeweilige Medium und die Beiträge anpasst und nicht als Werbung wahrgenommen wird
- Ziel: Erkennen der Werbung in einer Game Show üben


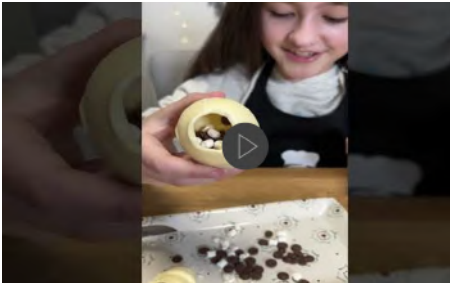


Spielvorbereitung/ Gruppeneinteilung:






- Die Gruppe wird mit Hilfe von Memory-Kärtchen in Teams mit jeweils drei bis vier Kindern eingeteilt
- Der Gruppenname ergibt sich durch die bekannten Marken auf den Kärtchen, welche viele Kinder durch die Werbung kennen
- Gruppen verorten: bspw. Gruppe Nutella trifft sich vorne an der Tafel, Gruppe Nike hinten bei der Tür, ...
- Jede Gruppe erhält jeweils zwei Schilder (Werbung/ keine Werbung)

Spielanleitung:

- Es werden 7 Bilder, Videos, Audiobeiträge oder Einspieler gezeigt (+ 2 Zusatzaufgaben), in denen Werbung vorkommen könnten
- In der Gruppe wird sich für 10 Sekunden beratschlagt, ob es sich um eine Werbung handelt oder nicht
- Die Gruppe muss gemeinsam eine Entscheidung treffen und mit Ablauf der Zeit das passende Schild (Werbung/ keine Werbung) hochhalten
- Die Workshop-Leitung bittet nach eigenem Ermessen jeweils eine Gruppe mit Schild Werbung und Schild keine Werbung zu erklären, warum sie so gewählt haben und löst anschließend auf mit Erklärung
- Je nachdem, wie gut die Gruppe schon im Erkennen von Werbung ist, kann dieser Teil um zwei Zusatzaufgaben verlängert werden wenn es den Gruppen schwer fällt sich richtig zu entscheiden.

Materialien:

Nr.	Beitrag (Bild, Video etc.)	Werbung/ keine Werbung	Kurze Erklärung
1		Werbung	Lego-Werbung auf der linken Seite
2		Werbung	Schleichwerbung für Süßigkeit
3		Keine Werbung	Lediglich ein Artikel über Elefanten im Klexikon
4		Werbung	Lego-Werbung im unteren Teil auch durch "Werbung" gekennzeichnet

5		Werbung	Werbung im Radio von verschiedenen Firmen und Marken
6		Keine Werbung	Keine Werbung zu erkennen, lediglich Wandkunst
7		Werbung	Cross-Promotion / Promotion für die Avengers Filme in Fortnite
(8)		Keine Werbung	Nur ein lustiges Video, dass sich über den ersten Teil des Videos lustig macht
(9)		Werbung	z.B.: Reddy-Küchen Werbung

6 Erstellung eines Werbeplakates - Selbstständige Gruppenarbeit

- SuS versetzen sich in die Lage einer Werbeagentur und erhalten einen Auftrag, für ein Werbeplakat. Sie erstellen selbstständig in Gruppen ein Werbeplakat für ein zugeteiltes Produkt mit Hilfe der App (Book Creator)

1. Einführung

- Die Gruppen versetzen sich in die Lage einer Werbeagentur: Sie werden engagiert, um für ein Produkt einer Firma ein Werbeplakat zu erstellen und später vorzustellen
- Verweis auf die erarbeiteten Eigenschaften und Merkmalen der Werbung (siehe Anhang 4: Einführung in die Thematik, hängen noch an der Tafel/ Flipchart)

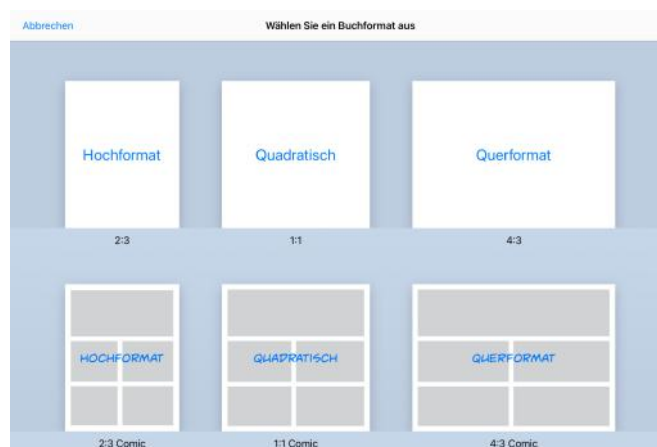
2. Erklärung der App Book Creator

- Spiegeln des Tablets auf dem Rechner (Bedienung/ Möglichkeiten etc.)
- Schrittweise das Vorgehen für die App erklären
- Die App kann offline, ohne Internetverbindung verwendet werden



A. Vor dem Projekt erledigen:

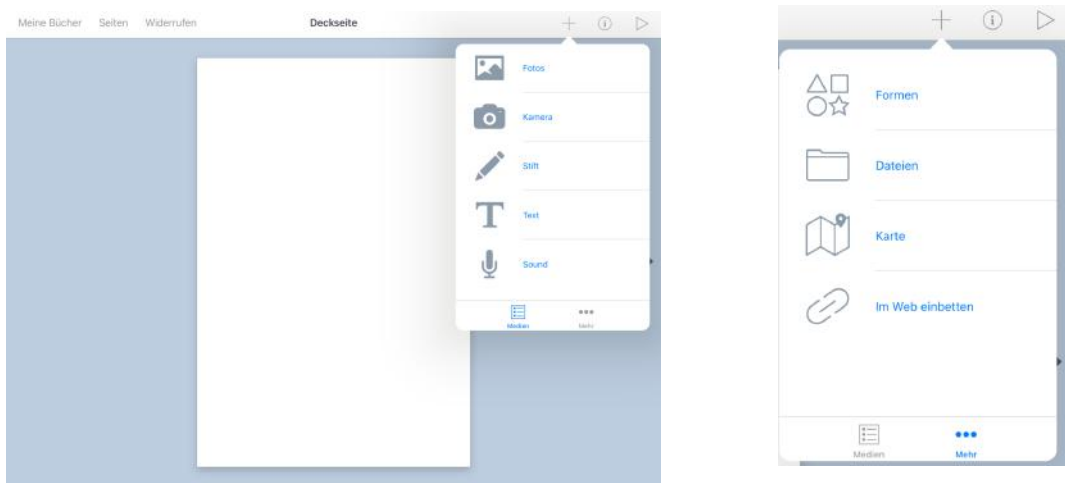
Zunächst die App öffnen und gegebenenfalls ein neues Buch erstellen. Dabei am besten Hochformat auswählen, Querformat ist ebenfalls möglich. Es werden mehrere Seiten erstellt, für das Plakat wird aber ausschließlich die erste Seite benötigt, die anderen können gelöscht werden. (In der kostenlosen Variante kann nur ein Buch erstellt werden. Hier müssen erstellte Bücher geleert werden, da löschen durch ein Programmfehler nicht möglich ist und die App dafür neu installiert werden müsste)



B. Einfügen

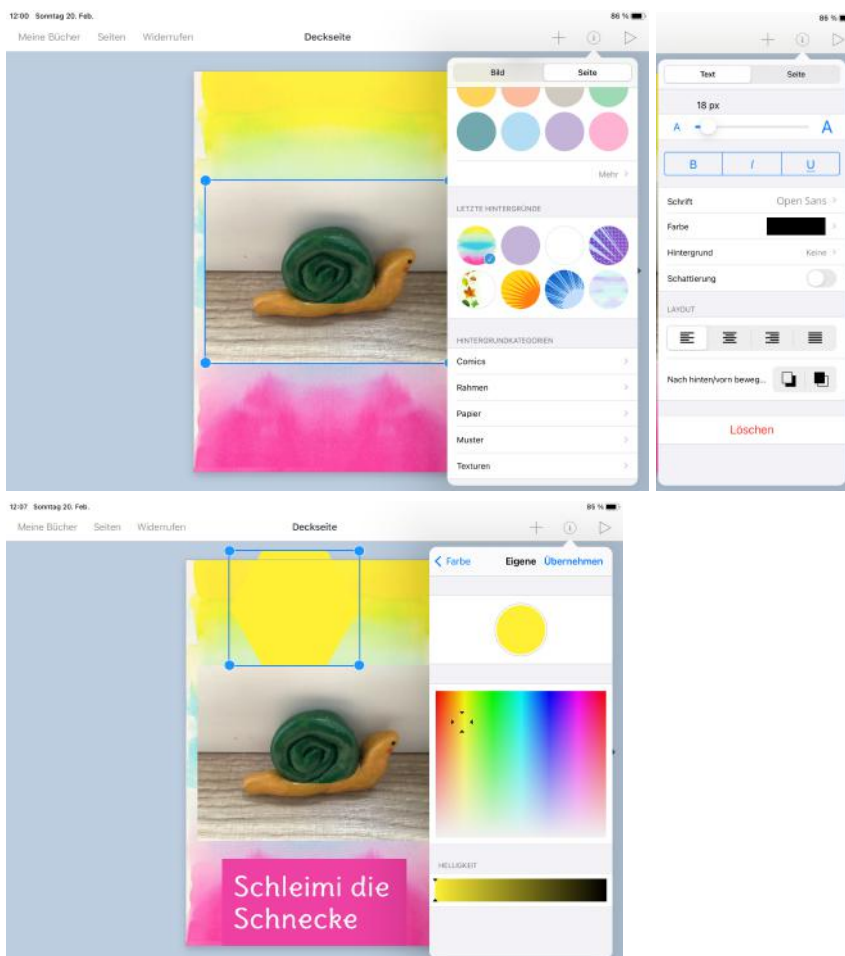
Unter + können Fotos, Texte, Zeichnungen, Smileys, Formen etc. eingefügt werden

(Unter dem Stift können eigene Zeichnungen eingefügt werden, es verstecken sich dort aber auch die Smileys).



C. Verändern

Unter dem (i) können Hintergründe (Farben, Muster etc.) gewählt, Farben und Schrift verändert werden. Das Objekt, welches geändert werden soll, muss dabei ausgewählt sein.



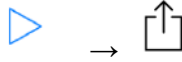
D. Das machen die Referierenden:

Die Datei muss am Ende exportiert werden. Dies ist über zwei Wege möglich:

- Entweder geht man zur gesamten Ansicht aller Bücher über "Meine Bücher" und dann auf das Teilensymbol



- Oder man geht auf das Abspielsymbol und dann auf das Teilensymbol



3. Aufgabenstellung

- Zeigen des Beispielplakates
- Konkrete Aufgabenstellung erläutern:
 - A. Die Werbung soll an Haltestellen und öffentliche Plätzchen als Plakat hängen
 - B. Das soll drauf:
 - a. Ein Bild des Produktes (mit oder ohne euch)
 - b. Name des Produktes
 - c. Preis (das tolle Angebot hervorheben)
 - d. Ein witziger oder cooler Spruch (passend zum Produkt)
 - e. Information über Besonderheiten des Produktes (kurz, übertrieben, Nachteile nicht erwähnen)
 - C. Versucht das Plakat ansprechend zu gestalten:
 - a. Wählt einen geeigneten Hintergrund und Farben
 - b. An welcher Stelle passen die Bestandteile am besten hin?
 - c. Wie groß sollen die Texte und die Bilder sein?
 - d. Wollt ihr noch etwas anderes hinzufügen? (Sticker, Bild etc.)
 - D. Seid kreativ - und vor allem: habt Spaß

4. Gruppenarbeit

- Gruppen bleiben bestehen und erhalten jeweils ein Tablet und eine App-Anleitung
- Zuteilung der zu bewerbenden Gegenstände (aus dem Projektkoffer/ -box)
- Referierende bleiben für die SuS ansprechbar und unterstützen bei Schwierigkeiten
- 15-20 Minuten Zeit
- Wenn eine Gruppe früher fertig ist: siehe Zusatzaufgaben unten in der Tabelle

5. Präsentation

- Jede Gruppe zeigt ihr erstelltes Plakat -> Spiegelung der App auf dem Rechner oder schnell auf den Rechner ziehen
- Gruppe stellt fertiges Produkt und Intention vor
- Die Referierende leiten und geben Hinweise

6. Evaluation, Button werden verteilt und wir verabschieden uns

- Zufriedenheitsskala auf der Tafel
- "Wie hat euch der Workshop gefallen (Lachender-Smiley, Trauriger-Smiley, Neutraler Smiley)
- Kinder hängen ihre Gruppenkarte an die gewünschte Stelle
- Teilnahme-Button "Werbeprofis" verteilen
- Referierende schließen das Projekt ab, bedanken und verabschieden sich
- E-Mail-Adresse der Lehrenden erfragen

7 Zusatzspiel 1 - Applaus für alle

Quelle: <https://www.workshop-spiele.de/kuerzeste-ice-breaker/>

- Eignet sich, um die Stimmung aufzulockern und gegenseitige Wertschätzung zu äußern
- Kurze und einfache Zwischensequenz, kann auch als Abschluss einer Methode verwendet werden
- Kinder erhalten die Anweisung: "Damit jeder einen Applaus bekommt, applaudiert dem Kind rechts und links neben euch"
- Kinder versuchen die Kinder neben sich zu erwischen, wenn sie gerade hinschauen

8 Zusatzspiel 2 - Super Mega High Five

Quelle: <https://www.workshop-spiele.de/schnelles-kennenlernspiel-mit-spass/>

- Kinder bilden Teams zu zweit und stellen sich gegenüber. Beide entscheiden sich für eine Richtung: oben, links oder rechts und zeigen mit beiden Händen in diese Richtung
- Beide wählen eine unterschiedliche Richtung: einmal auf die Schenkel klopfen und eine neue Richtung anzeigen
- Beide wählen die gleiche Richtung: einmal auf die Schenkel klopfen, danach geben sie sich einen High Five, erneutes Klopfen auf die Schenkel und wieder eine Richtung wählen
- Kinder werden mit der Zeit schneller und ein Takt entsteht

9 Zusatzspiel 3 - Kotzendes Känguru

Quelle: <http://www.locker-bleiben-online.de/spielesammlung/107-kaenguru-kotzen>

Spielanleitung:

- Die Kinder stellen sich in einen Kreis und ein Kind in die Mitte
- Das Ziel des Kindes in der Mitte ist es, in den Kreis zu aufgenommen zu werden, dafür zeigt es auf eines der Kinder im Kreis und ruft eine Spielfigur
- Diese Spielfigur soll nun ausgeführt werden und dafür benötigt es drei Personen: das Kind, auf welches gezeigt wurde, sowie das Kind links und rechts daneben
- Gemeinsam müssen sie nun die Figur darstellen
- Bei einer falschen Darstellung eines der Kinder, muss dieses in die Mitte und wird ausgetauscht

Spielfiguren:

Mixer: Das Kind in der Mitte hebt die Arme und zeigt auf die äußeren Kinder (Halterung). Die anderen beiden Kinder drehen sich im Kreis (Rührstäbe).

Waschmaschine: Die äußeren beiden Kinder drehen sich zum mittleren Kind und bilden mit den Armen ein Viereck (Wäschetrommel). Das mittlere Kind bewegt innerhalb des Vierecks den Kopf im Kreis (Wäsche).

Dönerbude: Das linke Kind hebt einen Arm und zeigt auf das mittlere Kind (Halterung), welches sich wiederum im Kreis dreht (Dönerspieß). Das rechte Kind tut so, als würde es Streifen vom Döner abschaben.

Kotzendes Känguru: Das Kind in der Mitte formt mit beiden Armen einen Kreis vor dem Bauch (Beutel des Kängurus). Die äußeren Kinder schauen zu den Armen und geben mit Geräuschen vor, sich zu übergeben.

Toaster: Die äußeren Kinder reichen sich vor und hinter dem mittleren Kind die Hände (Toaster). Das Kind in der Mitte springt auf der Stelle (Toast).

Die Liste kann nach Belieben erweitert werden.

Quellen

Materialien, Methodische und didaktische Möglichkeiten & allgemeine Informationen

Borchert, C. & Monz, A. (2019). Das will ich haben! Werbung und Merchandising erkennen und durchschauen. München: Stiftung Medienpädagogik Bayern & Helliwood media & education.

Letzter Zugriff am 15.12.2021 unter

https://www.medienfuehrerschein.bayern/mediabase/pdf/Werbung_modul_130.pdf

Internet ABC e.V. (k.A.). Lernmodule: Werbung, Gewinnspiele und Einkaufen.

Letzter Zugriff am 15.12.2021 unter

<https://www.internet-abc.de/lm/online-werbung.html>

Klicksafe (Hrs.) (2021). Ethik macht klick: Meinungsbildung in der digitalen Welt: Desinformation - Fake News - Verschwörungserzählungen: Arbeitsmaterialien für Schule und Jugendarbeit.

Letzter Zugriff am 05.01.2022 unter

https://www.klicksafe.de/fileadmin/media/documents/pdf/klicksafe_Materialien/Lehrer_LH_Ethik_II_Meinungsbildung/Ethik_II_MeinungsbildungsKompetenz_RhP.pdf

Locker-bleiben-online.de (k.A.). Mixer, Toaster, kotzendes Känguru.

Letzter Zugriff am 16.03.2022 unter

<http://www.locker-bleiben-online.de/spielesammlung/107-kaenguru-kotzen>

SWR (2022). Fakefinder Kids.

Letzter Zugriff am 16.03.2022 unter

<https://kids.swrfakefinder.de>

Wilde Workshop Spiele (2017). Der kürzeste Ice-Breaker mit Applaus.

Letzter Zugriff am 16.03.2022 unter

<https://www.workshop-spiele.de/kuerzeste-ice-breaker/>

Wilde Workshop Spiele (2019). Schnelle Kennenlernspiele mit Spaßfaktor.

Letzter Zugriff am 16.03.2022 unter

<https://www.workshop-spiele.de/schnelles-kennenlernspiel-mit-spass/>

Fachliteratur

Jöckel, S. (2014). Stellenwert und Bedeutung von Werbung für Kinder und Jugendliche. In: Tillmann, A., Fleischer, S., & Hugger, K.-U. (Hrs.), Handbuch Kinder und Medien. (S. 469-477). Wiesbaden: Springer VS.

Siegert, G. & Brecheis, D. (2017). Werbung in der Medien- und Informationsgesellschaft: Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung. Wiesbaden: Springer VS.

Bild-, Audio- und Videoquellen der Game Show

Antenne Thüringen (2022). Radioplayer.

Letzter Zugriff am 12.02.2022 unter <https://www.antennethueringen.de/radioplayer/at/>
(Radioplayer spielt fortlaufend das aktuelle Programm ab)

Alles Ava (2022). Was ist drinnen? Schneemann köpfen.

Letzter Zugriff am 16.03.2022 unter https://www.youtube.com/watch?v=1_wCi-0aYwg

Khaby lame (2022). Ah ok... I try to SUBSCIRIBE you.

Letzter Zugriff am 12.02.2022 unter <https://www.youtube.com/shorts/LPGZO56HdWk>

Kiddinx (2021). Bibi & Tina, 5/2021, S. 2-3

Klexikon (2022). Elefanten.

Letzter Zugriff am 12.02.2022 unter <https://klexikon.zum.de/wiki/Elefanten>

Perfect Score (2021). Fortnite All Crossover Trailers and Cutscenes (Season 1-17).

Letzter Zugriff am 12.02.2022 unter <https://www.youtube.com/watch?v=ob7N-s-h3Ss>

Radio Teddy (2022). Startseite.

Letzter Zugriff am 12.02.2022 unter <https://www.radioteddy.de>

(Startseite wird fortschreitend an das aktuelle Programm angepasst)