

Materialupdate für die Einheit „Augen auf – Werbung!“

Erläuterungen zur Ausschreibung für Unterrichtsmaterialien
Media Smart e.V. im Mai 2019

1. Über den Verein

Media Smart e. V. ist eine gemeinnützige Bildungsinitiative, die sich für die Förderung von Werbe- und Medienkompetenz stark macht. Der Verein unterstützt Kinder und Jugendliche dabei, in ihrem Alltag Werbung und werbliche Botschaften zu erkennen, zu verstehen und zu hinterfragen. Auf dem Weg hin zu digital mündigen Individuen können sie ihre Bedürfnisse - auch in ihrer Rolle als Konsumenten - somit besser reflektieren und sich bewusst gegen oder für ein bestimmtes (Medien-)Angebot entscheiden. Neben der Erarbeitung von freien medienpädagogischen Lern- und Lehrmaterialien konzipiert Media Smart Workshops und berät Eltern sowie Pädagoginnen und Pädagogen rund um das Thema Werbung.

2. Das Projekt „Neue Unterrichtseinheiten“

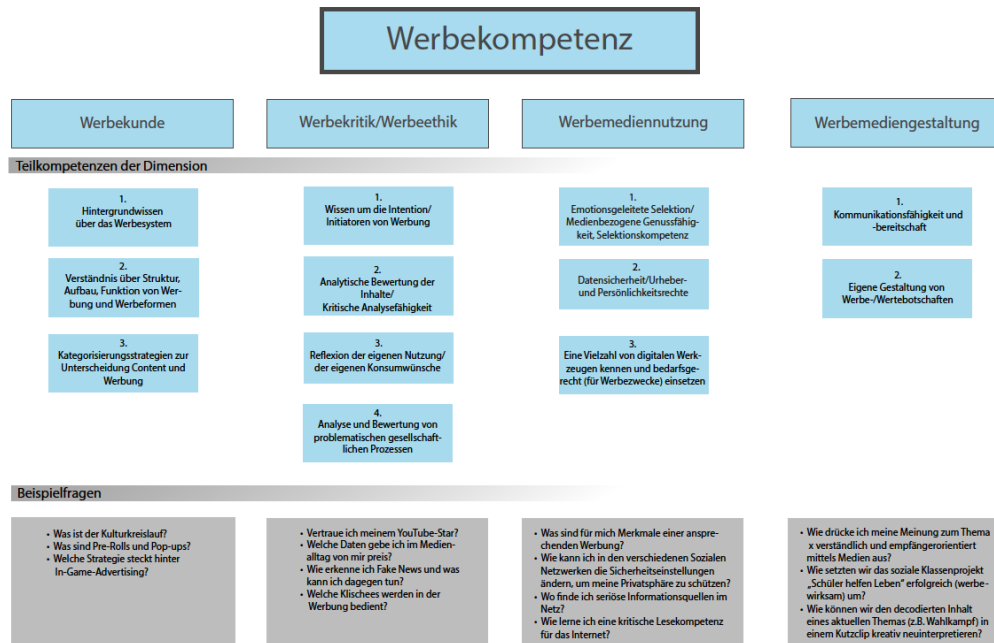
Das Thema Werbung ist an vielen Stellen des Lehrplans zu finden. Unsere Materialien „Augen auf – Werbung!“ bieten eine perfekte Basis, dieses Thema im Unterricht zu behandeln. Aktuell arbeiten wir an einem umfangreichen Update dieses Grundschulmaterialpaketes „Augen auf - Werbung!“ (3./4. Klasse). Die Materialien sind kostenlos erhältlich und erfreuen sich großer Beliebtheit: Über 70% (= mehr als 11.000) aller Grundschulen in Deutschland haben sie bereits bestellt, oft mehrfach. Die Materialien bestehen aus einem Informationsteil über Werbung sowie aus konkreten Arbeitsaufgaben, die die Lehrkräfte im Unterricht einsetzen können. In aller Regel werden die Materialien in den Fächern Sachkunde, Deutsch und Kunst eingesetzt. Darüber hinaus finden sie häufig in Projektwochen Anwendung.

Dem Thema Werbung kann sich im Unterricht auf unterschiedlichste Weise genähert werden: Im **Musikunterricht** können zum Beispiel Werbejingles untersucht werden, während im **Deutschunterricht** die sprachlichen Besonderheiten der Werbung betrachtet werden können („Was spricht für und gegen ein Produkt?“, „Welche Reime und Wortspiele findet man für ein Produkt?“). Auch im **Englischunterricht** können die Materialien benutzt werden („Welche englischen Wörter findest du in Werbeanzeigen?“). Im **Kunstunterricht** lassen sich wunderbar Werbeprodukte und -plakate entwerfen, während im **Sachkundeunterricht** auch Themen wie Produktherkunft („Woher kommt das Fischstäbchen?“) und die Arbeitswelt Werbung („Welche Berufe gibt es in der Werbung?“) beleuchtet werden können. Und auch im **Mathematikunterricht** kann Werbung einen Platz finden, indem man beispielsweise in Form eines virtuellen Einkaufsbummels Kopfrechnen trainiert („Für welche Produkte entscheidest du dich, wenn du eine bestimmte Summe zur Verfügung hast?“). Im Bereich **Religion/Ethik** können Fragestellungen wie „Werbewelt = Paradies: Stellst du dir das Paradies so vor?“ und das Thema „Werbung für die eigene Person: Was sind deine Stärken?“ behandelt werden.

Für das Update suchen wir kreative Lehrerinnen und Lehrer, die neue Unterrichtssequenzen zum Thema Werbung konzipieren. Die Lehrerinnen und Lehrer, deren Einsendungen in unsere Materialien eingebunden werden, erhalten eine einmalige Aufwandsentschädigung und werden auf Wunsch namentlich in den neuen Materialien genannt.

3. Inhaltliche Ausrichtung

Für eine systematische Werbekompetenzförderung benötigen wir Unterrichtsmaterialien aus allen vier Dimensionen der Werbekompetenz: Werbekunde, Werbekritik / -ethik, Werbemediennutzung und Werbemediengestaltung.



Lernsequenz „Werbekunde“

Unterrichtsmaterialien, die den Bereich Werbekunde abdecken, beschäftigen sich damit, wie und wo Werbung im Alltag der Kinder sichtbar ist. Die Materialien liefern Antworten auf Fragen wie „Welche Werbeformen gibt es?“ und „Wo kann ich Werbung um mich herum entdecken?“. Gleichzeitig wird großer Wert auf die Unterscheidung zwischen redaktionellem Inhalt und werblichem Text gelegt. So ist beispielsweise ein Newsbeitrag über ein aktuelles Geschehnis in einer Kölner Schule zumeist ein rein redaktioneller Inhalt, während beispielsweise Interviews oder Produktrezensionen häufig aus dem Content Marketing stammen und der Produktplatzierung dienen.

➔ *Beispiele aus dem aktuellen Lernmaterial sind die Arbeitsblätter 2 und 11a+b.*

Lernsequenz „Werbekritik / Werbeethik“

Die Dimension „Werbekritik/Werbeethik“ fokussiert eine kritische, reflexive Betrachtung gegenüber Werbung. In diesem Zusammenhang zählt, sich eine eigene Meinung zu bilden, aber auch eigene Konsumwünsche zu verstehen sowie zu hinterfragen. Werbeethik betont explizit, Werbeformen, -phänomene und -handlungen unter dem Gesichtspunkt der Menschenwürde wahrzunehmen und zu bewerten. Entsprechend sensibilisiert diese Dimension die Wahrnehmung auch für ethische Grenzen der Werbung. Fragestellungen hier können beispielsweise sein „Wie realistisch ist das Versprechen, das die Werbung macht?“, „Was macht glücklich im Leben?“ oder „Kann ich der Meinung meines Lieblingsinfluencers trauen?“

Lernsequenz „Werbemediennutzung“

Hier geht es vor allem darum, mit den Kindern die Elemente von Werbung in ihren unterschiedlichen Erscheinungsformen herauszuarbeiten. Dabei stehen Fragestellungen wie z.B. „Wie zeichnet sich für mich eine gelungene Werbung aus?“, „Aus welchen Elementen besteht ein ansprechender Werbespot?“ oder „Warum sind für mich als Konsument Sicherheitseinstellungen wichtig?“ im Fokus. Werbemediennutzung beinhaltet ebenso, den Inhalt einer Botschaft von seinem „überredenden“ Gehalt trennen zu können, Informationen zu finden, zu reflektieren und zu bewerten.

Lernsequenz „Werbemediengestaltung“

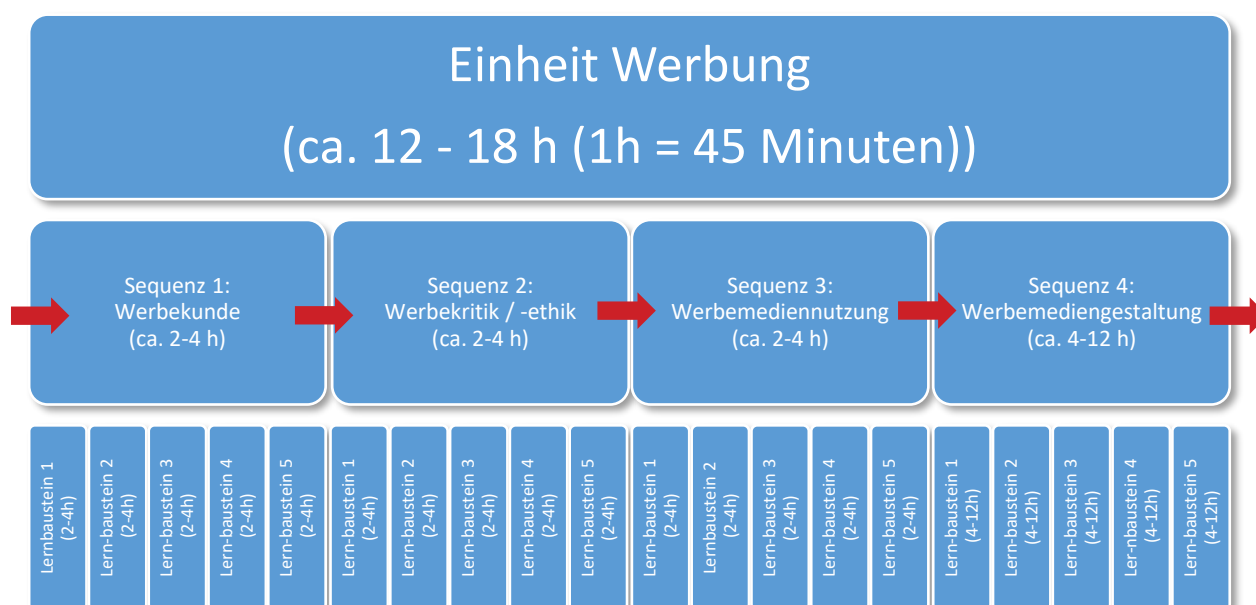
Hier kommt Kreativität ins Spiel! Das Wissen über Werbung und Medien sorgt nicht nur für einen reflektierten Umgang mit bestehenden Werbeformen und Werbung im Alltag, sondern ermöglicht es den Schülerinnen und Schülern auch, selbst aktiv zu werden und Werbung konstruktiv für ihre Bedürfnisse zu nutzen. Werbemediengestaltung lässt sich beispielsweise im Kontext eines Spendenaufrufs für das städtische Tierheim

oder eines Schulfests anwenden. In diesem Bereich sollen die Unterrichtsmaterialien die Kinder aktivieren und dazu anregen, selbst Werbung zu gestalten und die erworbenen Kenntnisse so für sich zu adaptieren und neu umzusetzen. Werbemediengestaltung möchte mit ihrer ästhetischen Ausrichtung Neues schaffen und dabei flexible, geistreiche Schaffensprozesse fördern.

➔ Beispiele aus dem aktuellen Lernmaterial liefern die Arbeitsblätter 28 und 29 a+b.

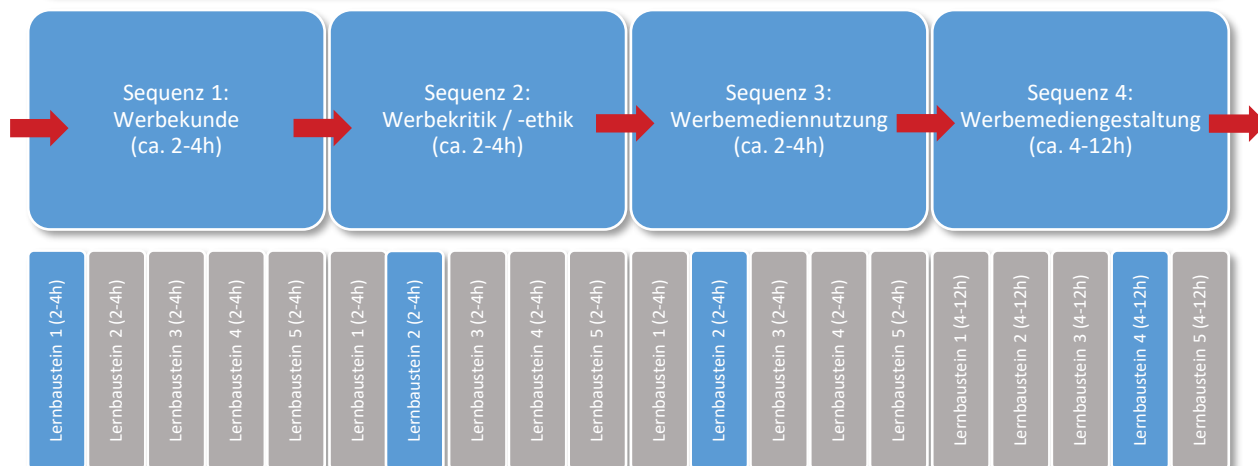
4. Aufgabenstellung

Insgesamt soll im Materialbereich unseres Grundschulpakets eine Unterrichtseinheit (= 12-18 Schulstunden) zum Thema Werbung entstehen. Diese Einheit besteht aus jeweils einer Lernsequenz aus den Dimensionen „Werbekunde“, „Werbekritik/ Werbeethik“, „Werbemediennutzung“ und „Werbemediengestaltung“. Für jede dieser Werbekompetenzdimensionen sollen fünf Lernbausteine konzipiert werden, die sich bzgl. der Themen, Aufgabenstellungen und Differenzierungen innerhalb der entsprechenden Dimension unterscheiden.



In der Nutzung funktioniert das System wie folgt: Der Lehrer / die Lehrerin wählt aus jeder Sequenz je **einen Lernbaustein** aus. Der Vorteil: Bei der Unterrichtsplanung kann die Lehrerin/ der Lehrer sich aus den verschiedenen Sequenzen, die innerhalb der jeweiligen Werbekompetenzdimension zu Auswahl stehen, den für ihren/seinen Unterricht passenden Baustein aussuchen und sich somit seine individuelle Unterrichtseinheit zum Thema „Werbung“ zusammenstellen. Entsprechend benötigt Media Smart für das Materialupdate alles in allem 20 Lernsequenzen.

Einheit Werbung (ca. 12 - 18 Unterrichtsstunden)



Das Thema Werbung umfasst unterschiedlichste Themenbereiche. So können Sie in Ihrer Unterrichtsplanung beispielsweise Themen wie TV-Werbung, Online-Werbung, Social Media, Plakate, Content Marketing, Influencer Marketing und so weiter behandeln. Der Kreativität sind dabei keine Grenzen gesetzt.

Als zeitlicher *Richtwert* dienen folgende Angaben: Die gesamte Lerneinheit (= vier Lernsequenzen) umfasst insgesamt ca. 12-18 Schulstunden. Entsprechend besteht eine Sequenz aus ungefähr 1-2 Doppelstunden. Wir gehen davon aus, dass die Sequenz „Werbemediengestaltung“ einen größeren zeitlichen Umfang benötigt.

Die unten angehängte Vorlage dient im fertigen Material der Lehrkraft zur Durchführung der Unterrichtssequenz. Die Schülerinnen und Schüler sehen diese Seite nicht, sondern arbeiten mit den von Ihnen erdachten Materialien wie zum Beispiel Arbeitsblätter, Auftrags- oder Rollenspielkarten, Schaubilder etc. In diesem Zuge würden wir uns sehr freuen, wenn Sie Ihrer Unterrichtsplanung entsprechende Entwürfe zu passenden Arbeitsblättern etc. beifügen.