

M02 – B09

**Werbung – Information oder
Manipulation?**

M02-B09

Feinziele

Werbung als Mechanismus zur Konkretisierung von Bedürfnissen erkennen

Zielgruppe

Jugendliche ab 9. Jahrgangsstufe

Methode

Einzelarbeit, Gruppenarbeit

Arbeitsmaterialien

Papier, Stifte, Stellwand; Werbespots (ggf. Internet nutzen)

Dauer

90 Min.

Durchführung:

(Siehe anliegendes Arbeitsblatt)

1. Erstellung einer **Mindmap** zu Werbeformen
2. **Analyse von Werbespots** in Gruppen an unterschiedlichen Werbespots:
 - analysieren, inwiefern sie Informationen bereitstellen und
 - inwiefern sie versuchen zu manipulieren
 - resümieren, wie Werbung versucht, die Kaufentscheidung zu beeinflussen
 - präsentieren der Ergebnisse
3. **Reflexion:** Nachdenken über die Vor- und Nachteile der Produktvielfalt

Quelle: Bundeszentrale für politische Bildung (Hg.): Wirtschaften beginnt im Haushalt. Eine alltags- und lebensökonomische Perspektive, Bonn 2011, S. 25.

Autor*innen: Michael-Burkhard Piorkowsky, Birgit Weber u.a. *(vergriffen)*

M02 – B09

Werbung – Information oder Manipulation?

1. Formen von Werbung

A. Wo begegnet Dir im Alltag Werbung?

B. Notiere alle Werbeformen, die Dir einfallen!

C. Vergleiche Deine Ergebnisse mit denen Deiner Nachbarn!

D. Erstellt gemeinsam eine Mindmap, in denen ihr die Werbeformen sortiert.

2. Werbung und Marketing

Marketing bezieht sich auf alle Maßnahmen, die Menschen zum Kauf eines Produktes bewegen sollen. Werbung ist davon nur eine Möglichkeit. Sie setzt auf Beeinflussung, die unbemerkt erfolgt, indem beispielsweise Bilder und Texte so eingesetzt werden, dass sie die gewünschte Wirkung beim Betrachter erzielen.

A. Untersuche an einem Werbespot, welche Informationen bereitgestellt werden und mit welchen weiteren Mitteln versucht wird, eine positive Wirkung zu erzeugen.

3. Produktvielfalt und Informationsflut

A. Was meinst Du? „Je mehr, desto besser?“

B. Wie bewertest Du die Vor- und Nachteile der heutigen Produktvielfalt?