



## Ziele der Unterrichtseinheit

- Die Schüler/innen analysieren kritisch Werbung, die Mobilität betrifft.
- Die Schüler/innen gestalten kreativ eigene Werbung für Elektromobilität.

## Fächer und Altersstufe

- Deutsch, Geschichte, Bildnerische Erziehung, kaufmännische Fächer, Marketing
- Ab der 7. Schulstufe

## Dauer der Einheit

2–3 Unterrichtsstunden

## Vorbereitung

Die Schüler/innen fotografieren Werbung bzw. Werbeplakate oder drucken sie aus dem Internet aus (mind. A4-Größe) – am besten auch Werbeplakate zu Elektromobilität, Bahn, öffentlichem Verkehr oder Carsharing.

## Benötigte Materialien

- Werbeplakate (digital bzw. ausgedruckt) – mindestens eines pro Gruppe
- Ev. Internetzugang zum Recherchieren (Computer oder Smartphones)
- Plakate bzw. Haftnotizen und Stifte

## Möglicher Unterrichtsverlauf

- 1 In Teams von ca. 4 Personen entscheiden sich die Schüler/innen für ein Werbeplakat.
- 2 Anhand der Leitfragen (siehe Schüler/innen-Anleitung) analysieren die Schüler/innen das Werbeplakat und fassen ihre Beobachtungen auf einem Plakat oder auf Haftnotizen zusammen.
- 3 Anschließend präsentieren die Teams ihre Analyse.
- 4 Die Ergebnisse der Teams werden diskutiert und verglichen. Oft wird in der Werbung auf Stereotypen zurückgegriffen – falls das von den Schüler/innen noch nicht thematisiert wurde, bringen Sie dies in die Diskussion ein!
- 5 Die Teams entscheiden sich, ob sie Werbung für ein Elektroauto **oder** ein Elektromoped **oder** Elektromobilität an sich entwerfen wollen. Achten Sie darauf, dass alle Themen bearbeitet werden! Geben Sie den Schüler/innen vor, wie das Resultat ihres Entwurfs aussehen soll: eine Handskizze, ein elektronisches Dokument, eine Collage ...
- 6 Optional: Die Schüler/innen entwerfen eine zu ihrer Werbung passende Strategie, also z. B. wo die Werbung platziert werden soll, um das richtige Publikum zu erreichen. Geben Sie der Klasse möglichst detailliert vor, welche Aspekte diese Strategie abdecken muss.
- 7 Die Teams stellen in der Klasse ihre Werbung aus bzw. vor und präsentieren dazu ggf. ihre passende Strategie.
- 8 In einer Feedback-Runde geben die Teams einander konstruktive Rückmeldungen: Was fällt positiv auf? Was könnte noch verbessert werden? Achten Sie darauf, dass sich alle Teams am Feedback beteiligen und dass das Feedback konstruktiv formuliert wird! Falls erwünscht kann abschließend das beste Plakat und die beste Strategie gekürt werden: z. B. über eine geheime Abstimmung oder über das Verteilen von Klebepunkten.

## Hintergrundinformationen

Es ist von Vorteil, wenn die Werbungen/Plakate, die den Schüler/innen zur Analyse überlassen werden, eine Bandbreite an Aspekten von Mobilität behandeln, wie z. B. öffentlichen Verkehr (regional/interregional), Carsharing, Autos etc.

**Praktische Tipps für einen guten Werbeauftritt**

- Die Werbung muss auf die Zielgruppe abzielen.
- Die Werbung muss Interesse wecken; das Produkt muss attraktiv präsentiert werden.
- Die Werbung soll sich von der Konkurrenz unterscheiden.
- Die Werbung soll kurz und prägnant formuliert sein; die Sprache soll der Zielgruppe entsprechen.
- Die Werbung soll (positive) Emotionen ansprechen bzw. auslösen.
- Die Werbung soll überzeugen: durch Argumente oder Emotionen.
- Die Werbung soll richtig (und richtig oft) platziert werden: so oft wie möglich, möglichst auffallend, in allen Medien einheitlich und im Umfeld der Zielgruppe (► **Weiterführende Links!**)

**Eine Feedback-Methode: Die 5-Finger-Reflexion**

Jedem Finger wird eine Kategorie von Feedback zugeschrieben, die Skizze der eigenen Hand wird mit Schlagworten befüllt (► **Weiterführende Links!**):

**Daumen:** Was fanden die Schüler/innen „top“?

**Zeigefinger:** Was wollen/werden sie sich merken?

**Mittelfinger:** Was hat sie „angestunken“?

**Ringfinger:** Was hat sie besonders bewegt?

**Kleiner Finger:** Was ist ihrer Meinung nach zu kurz gekommen?

**Handfläche:** Was wollten sie sonst noch sagen?

## Weiterführende Links und Ideen

- Diese Unterrichtseinheit kann alternativ auch mit Werbespots durchgeführt werden.
- Diese Unterrichtseinheit kann auch mit **Z2, Mobilität: Image und Alternativen** sowie mit **Z6, Wie gelingt Elektromobilität?** kombiniert werden.

**Unterrichtsmodule zu Verbraucherbildung für österreichische Schulen**

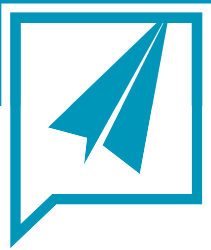
🔗 <http://www.verbraucherbildung.at>

**7 Tipps für Werbung, die wirkt**

🔗 <https://cebus.net/klb/klb061.htm>

**5-Finger-Reflexion**

🔗 [http://www.umweltbildung.at/fileadmin/umweltbildung/dokumente/Lernende\\_Regionen/5Finger\\_Reflexion.pdf](http://www.umweltbildung.at/fileadmin/umweltbildung/dokumente/Lernende_Regionen/5Finger_Reflexion.pdf)



Wie wirkt Werbung auf uns?  
Was charakterisiert gute Werbung?  
Was sollten wir beim Entwerfen eigener Werbeplakate berücksichtigen?



## CHECKLIST

- **Vorbereitung**  
Ihr benötigt ein Team von bis zu 4 Schüler/innen, um gemeinsam ein Werbeplakat zu analysieren.
- **Analyse**  
Analysiert in der Gruppe gemeinsam ein Werbeplakat (► Tipps)! Notiert eure Ergebnisse!
- **Vergleich und Kombination**  
Stellt die Ergebnisse aller Gruppen der Klasse vor. Sammelt sie entweder auf einem großen Poster oder mit Haftnotizen (► Tipps)!
- **Entwurf von innovativer Werbung**
  - Entscheidet euch in der Gruppe, ob ihr Werbung für ein Elektroauto oder ein Elektromoped oder Elektromobilität an sich entwerfen wollt.
  - Eure Lehrkraft wird euch informieren, ob ihr auch eine zu eurer Werbung passende **Strategie** entwerfen werdet. Um eine geeignete Strategie entwerfen zu können, berücksichtigt dazu die Ergebnisse aus den vorherigen Punkten!
  - Um euch auf die Erstellung eures Werbeplakats vorzubereiten, sammelt als ersten Schritt **Eigenschaftswörter**, die euer Produkt beschreiben. Diese Wörter könnt ihr dann in den Text oder in die Gestaltung eures Plakates einfließen lassen.
  - Entwerft eine **Vorversion** eures Plakats – z. B. eine Skizze, eine Collage oder eine digitale Version des Plakats.
- **Das Finale**  
Stellt die Werke aller Gruppen in der Klasse aus. Präsentiert ggf. eure Werbestrategie anhand eures Werbeplakats. Gebt in einer Feedback-Runde den anderen Gruppen konstruktive Rückmeldungen – zu dem, was euch positiv aufgefallen ist bzw. zu dem, was noch verbessert werden könnte. Prämiert das beste Plakat und die beste Strategie.

*Weiter geht's auf der nächsten Seite!*



## TIPPS

### + Analyse

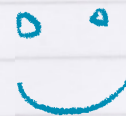
- Wie gut gefällt euch das Plakat?  
Ihr dürft dem Plakat eine Schulnote geben!  
Warum habt ihr euch für genau diese Note entschieden?
- Welches Produkt wird beworben?  
Ist die genaue Bezeichnung in der Werbung sichtbar?
- Was ist auf dem Plakat zu sehen?
- Welche Stimmungen oder Gefühle verbindet ihr mit diesem Werbeplakat?  
Welche Eigenschaftswörter kommen in der Werbung vor bzw. werden angedeutet?  
Woran erkennt man das?  
Welche Eigenschaftswörter würdet ihr dem Produkt (realistischerweise) zuordnen?
- An wen ist diese Werbung gerichtet?
- Fallen euch Stereotype / typische Rollen in der Werbung auf?  
Wie werden Männer dargestellt?  
Wie werden Frauen dargestellt?  
Wie kann man erkennen, an wen (Männer / Frauen) sich diese Werbung richtet?

### + Vergleich und Kombination

- Was ist bei diesen Plakaten ähnlich?
- Welche Strategien verfolgen dabei die Werbeagenturen?
- Werden Elektroautos anders beworben?

### + Entwurf von innovativer Werbung

- Welches Bild (von dem Produkt) wollt ihr vermitteln?
- Wen wollt ihr mit eurem Werbeplakat ansprechen?  
Wie könnt ihr das schaffen?
- Wo würdet ihr das Plakat platzieren?



## WEITERFÜHRENDE IDEEN

- + Statt Werbeplakaten können auch Werbespots analysiert und entworfen werden.
- + Diese Unterrichtseinheit kann auch mit Z2, **Mobilität: Image und Alternativen** sowie mit Z6, **Wie gelingt Elektromobilität?** kombiniert werden.

