



# Viele Versprechen und nichts dahinter? Werbung analysieren und verstehen

Werbung ist überall. Selbst dann, wenn wir uns ihrer nicht bewusst sind, ist sie doch omnipräsent und versucht, Einfluss auf unser Konsum- und Kaufverhalten zu nehmen. Die Werbeindustrie hat hierbei schon lange auch Kinder und Jugendliche als wichtige Zielgruppe identifiziert und lockt diese mit zielgruppenorientierten Werbebotschaften. Neuere Formen der Vermarktung, wie z. B. die Produktwerbung durch Influencerinnen und Influencer in den sozialen Medien, sorgen immer mehr dafür, dass Kinder und Jugendliche einer Vielzahl von werblichen Reizen ausgesetzt sind.

Diese Unterrichtseinheit hat die Zielsetzung, Schülerinnen und Schüler darin zu unterstützen, sich beim Umgang mit Medien aktiv und kritisch mit Werbung auseinanderzusetzen, etwa durch die Analyse von Werbeanzeigen hinsichtlich ihrer Gestaltung und Aussage. Die Lernenden setzen sich mit gängigen Begrifflichkeiten und Konzepten der Branche auseinander, bewerten und analysieren ausgewählte Werbeanzeigen und kreieren abschließend in Form eines Perspektivwechsels selbst als Werbeschaffende Werbeplakate. Damit leistet die Unterrichtseinheit einen Beitrag, dass die Lernenden später als mündige Konsumenten und Konsumentinnen Werbung und ihre Ziele verstehen und einordnen können.

## Überblick

<b>Themenbereich</b>	Die Unternehmung → Werbung, Marketing
<b>Anforderung</b>	Gesamtschule
<b>Klassenstufe</b>	Klasse 7/8
<b>Vorwissen</b>	Bedürfnisse
<b>Zeitbedarf</b>	2 Unterrichtsstunden
<b>Methode</b>	Galeriegang
<b>Kompetenzen</b>	Die Schülerinnen und Schüler ... <ul style="list-style-type: none"><li>◆ benennen wichtige Begriffe der Werbegestaltung und wenden die Inhalte auf selbst gestaltete Werbeplakate an.</li><li>◆ analysieren exemplarisch Werbeanzeigen in Hinblick auf deren Gestaltung und Aussagekraft.</li><li>◆ erwerben Wissen zu Zielgruppen im Marketing.</li></ul>
<b>Schlagworte</b>	Kauftyp, Logo, Slogan, Werbung, Werbemittel, Zielgruppe
<b>Autor</b>	Dr. Alexander Langanka
<b>Redaktion</b>	Friedrich Verlag
<b>Produktion</b>	Klett MINT (Oktober 2021)



## Unterrichtsverlauf

Zeit	Phase	Inhalte	Materialien	Tipps / Hinweise
<b>1. Unterrichtsstunde</b>				
15' 	<b>Einstieg</b>	Die SuS führen ein Gedankenexperiment durch, bei dem sie ein umweltförderliches Produkt unabhängig vom Ressourcenaufwand erdenken sollen.	<b>Arbeitsblatt:</b> <b>Eine bessere Welt schaffen?</b>	Einzelarbeit / Gruppenarbeit Als Vorbereitung auf die Einheit sollen die SuS verschiedene Anzeigen recherchieren und ihre „Lieblingsanzeige“ in den Unterricht mitbringen (Aufgabe 4). Die Ergebnisse werden von den SuS kurz vorgestellt und an der Tafel gesammelt. Diese werden in der späteren Erarbeitungsphase noch einmal genutzt. Differenzierung: Gedankenblitze (auf Arbeitsblatt)
20' 	<b>Erarbeitung I</b>	Die SuS lernen die Funktionen und wichtige Begriffe der Werbung kennen.	<b>M1</b> <b>Werbeanzeige</b>  <b>M2</b> <b>Fachbegriffe der Werbebranche</b>  <b>Arbeitsblatt:</b> <b>Funktionen von Werbung</b>  <b>Arbeitsblatt:</b> <b>Begriffe der Werbung</b>	Einzelarbeit / Partnerarbeit Lehrkraft sollte darauf verweisen, dass es in dieser Einheit nur um das Werbemittel der Werbeanzeige (digital oder print) geht. Andere Werbemittel werden nicht behandelt. Differenzierung: Als Hilfestellung für leistungsschwächere SuS kann das Arbeitsblatt „Funktionen von Werbung“ dienen. Die SuS vertiefen ihr Wissen zu Funktionen und Begrifflichkeiten der Werbung durch die eigenständige Recherche im Internet.
10' 	<b>Sicherung I</b>	Die SuS bewerten Werbeanzeigen und analysieren diese auf Grundlage der erlernten Begrifflichkeiten.	<b>M1</b> <b>Werbeanzeige</b>  <b>Arbeitsblatt:</b> <b>Werbeanzeige analysieren</b>	Einzelarbeit / Partnerarbeit Für die Analyse kann die „Lieblingsanzeige“ der SuS (vorbereitende Hausaufgabe) herangezogen werden. Die Bewertung der Werbeanzeige erfolgt aufbauend auf der in der Erarbeitungsphase erworbenen Wissens. Die SuS verfassen einen Brief an das werbende Unternehmen, in dem sie die Werbeversprechen kritisch beleuchten.

Zeit	Phase	Inhalte	Materialien	Tipps / Hinweise
<b>2. Unterrichtsstunde</b>				
10' 	Erarbeitung II	Die SuS führen einen Selbsttest zu Werbung durch und erfahren, welchem Kauftyp sie angehören.	<b>Interaktiver Selbsttest: Welcher Kauftyp bist du?</b>	Einzelarbeit / Gruppenarbeit Der Test kann entweder allein oder in bereits festgelegten Gruppen durchgeführt werden, davon abhängig ist, ob die anschließende Gruppeneinteilung für den Erstellungsprozess der Werbung auf Grundlage der Selbsttest-Ergebnisse oder lehrkraftgesteuert (bereits festgelegte Gruppen) erfolgt.
30'  	Vertiefung	Die SuS erstellen mit dem Wissen zu Werbebegriffen und Zielgruppen eigene Werbeanzeigen für ihr Produkt.	<b>Arbeitsblatt: Plakaterstellung</b>  <b>Arbeitsblatt: Checkliste „Gestaltungsmittel der Werbung“</b>  <b>Materialien zur Plakaterstellung</b>	Gruppenarbeit Wenn möglich, sollten die SuS Bilder und Grafiken aus dem Internet herunterladen und ausdrucken können, alternativ können auch alle Plakatelemente gezeichnet / gebastelt sein. Auch eine Collage mit alten Zeitschriften / Zeitungen ist möglich. Diese Phase kann, je nach verfügbarer Zeit, beliebig verlängert werden. Es bietet sich hier auch fachübergreifender Unterricht an (z. B. mit ästhetischer Bildung oder Werken).
5'  	Sicherung II	Die SuS präsentieren ihre Ergebnisse in Form eines Galeriegangs.  Der Arbeitsprozess wird abschließend reflektiert.	<b>Arbeitsblatt: Bewertungsbogen</b>	Gruppenarbeit <b>Methode: Galeriegang</b> Hier kann die Lehrkraft entscheiden, ob sie zusätzlich noch eine Umfrage / Abstimmung (Welche Anzeige gefällt dir am besten?) startet, um die Ergebnisse in einem Ranking zu reflektieren.

## Bedeutung der Symbole

Die Symbole zeigen an, für welche Niveaustufe(n) die Aufgabe / das Arbeitsblatt angedacht ist:



Grundlegendes Niveau



Mittleres Niveau



Erweitertes Niveau

Manchmal bearbeiten Schülerinnen und Schüler mehrerer oder aller Niveaustufen dieselbe Aufgabe / dasselbe Arbeitsblatt.



Dieses Symbol findest du auf den Arbeitsblättern. Die dort gestellten Aufgaben kannst du direkt auf dem Arbeitsblatt lösen.



Der Wegweiser gibt an, dass du hier zwischen unterschiedlichen Arbeitsblättern, Aufgaben oder auch Sozialformen (Einzel-, Partner- oder Gruppenarbeit) wählen kannst. Deine Wahl kannst du ganz nach deinem Interesse bzw. Leistungsstand treffen.



Diese Symbole zeigen dir an, dass du die Aufgabe zusammen mit einem oder mehreren Mitschülerinnen bzw. Mitschülern bearbeiten sollst. Dabei könnt ihr euch untereinander austauschen und so als Team an einer gemeinsamen Lösung arbeiten.



Das Ausrufezeichen weist dich auf eine wichtige Information oder einen Merksatz hin.



## Arbeitsblatt: Eine bessere Welt schaffen?

### Umwelt und Klimaschutz

Wir Menschen sind alle gemeinsam für unseren Planeten verantwortlich. Leider kommen wir dieser Verantwortung schon seit vielen Jahren nicht mehr nach. Mit unserem rücksichtslosen Verhalten gegenüber der Natur, tragen wir dazu bei, dass sich die Erde im Zuge des Klimawandels immer mehr erwärmt. Die Folgen lassen sich schon jetzt beobachten: Dürren, Stürme und Überschwemmungen treten vermehrt auf und bedrohen das Leben der Menschen und Tiere in vielen Regionen der Erde. Hinzu kommt die fortschreitende Umweltzerstörung durch z. B. den Abbau von Bodenschätzen, das Abholzen von Wäldern oder das Überfischen der Weltmeere.

Dabei ist eine gesunde und lebenswerte Umwelt Grundvoraussetzung für unser aller Wohlergehen. Sauberes Wasser, weniger Schadstoffe in der Luft und müllfreie Meere sollten für uns Menschen eine Selbstverständlichkeit sein dürfen.

Bei all diesen düsteren Aussichten ist jedoch die gute Nachricht: Wir alle können einen Beitrag dazu leisten, dass unserer Planet lebenswert bleibt!

**Meine Erfindung:** \_\_\_\_\_

Kurze Beschreibung meiner Idee: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Noch keine Idee für deine Erfindung? Vielleicht helfen dir diese Gedankenblitze:

Weniger  
Fabriken?

Sauberer (grüner)  
Strom für alle?

Neue Transportwege?

Tiere schützen?

Alternativen bei  
der Ernährung?

Reinigung der  
Weltmeere?

## Aufgabe



1

Lies dir den Text „Umwelt und Klimaschutz“ durch und bearbeite die nachfolgenden Aufgaben.

- a) Besprich mit der Klasse, was mit dem Klimawandel unseres Planeten gemeint ist und welche Gefahren damit verbunden sind. Folgende Fragen helfen dir dabei:
- ◆ Welche Nachteile bringt eine Erderwärmung durch den Klimawandel mit sich?
  - ◆ Wodurch wird der Klimawandel vorangetrieben?
  - ◆ Was sollten die Ziele für eine „saubere Umwelt“ sein?
- b) Stelle dir vor: Du bist ein Erfinder / eine Erfinderin und möchtest den Planeten retten. Überlege dir eine Erfindung oder Dienstleistung, die der Menschheit bezüglich der oben genannten Probleme hilft. Dir stehen dabei unendliche Mittel (Geld, Arbeitskraft) zur Verfügung.

M1

a) Werbeanzeige

# ALLWETTERZOO HELLMICH



**Tierisch gut.  
Bei jedem Wetter!**

**Bis zu 30 %  
ermäßigte Eintrittspreise  
(tierisches Programm inklusive)**

... mit tierischem Programm und  
ermäßigten Eintrittspreisen;  
Erwachsene zahlen nur 9 Euro  
und Kinder nur 4,50 Euro.

Weitere  
Informationen  
auch im Internet!



© istock.com/PeopleImages

## b) Funktionen von Werbung

### Werbung soll informieren!

Ein Ziel der Werbung ist es, mögliche Kundinnen und Kunden über das Produkt (oder die Dienstleistung) zu informieren. Dies können z. B. technische Details eines Produktes sein, der Preis oder wo es zu erwerben ist. Ebenfalls die Abgrenzung eines Produktes zur Konkurrenz und weitere Besonderheiten, wie ein Umweltsiegel oder erhaltene Auszeichnungen, werden gerne als Informationen an Käuferinnen und Käufer weitergegeben.

### Marke

= Verkaufsbezeichnung und / oder Logo einer bestimmten Ware.

### Image

= Vorstellung / Bild von einer Sache oder Person.

### Werbung soll bekannt machen!

Durch Werbung soll eine **Marke**, ein Produkt oder eine Dienstleistung bekannt gemacht werden. Hierzu gehört z. B. auch der Versuch, ein bestimmtes „**Image**“ zu kreieren oder das häufige Wiederholen eines einprägsamen Werbespruchs, damit dieser in den Köpfen der Kundinnen und Kunden hängen bleibt.

### Werbung soll beeinflussen!

Je nachdem, wer mit der Werbung angesprochen werden soll, versucht Werbung durch das Hevorheben von bestimmten Elementen die Kundin oder den Kunden zu emotionalisieren. Auf diese Weise werden bewusste oder unbewusste Bedürfnisse angesprochen oder geweckt. So möchte Werbung für Möbel z. B. die Emotion „Gemütlichkeit“ wecken, eine Werbung für Sportwagen hingegen die Emotion „Dynamik“. Hierdurch soll eine Person dazu gebracht werden, das Produkt oder die Dienstleistung zu kaufen.

## Aufgabe



2

Bearbeite die folgenden Aufgaben:

- Lies dir die Informationen zu den Funktionen von Werbung sorgfältig durch.
- Betrachte die Werbeanzeige des Allwetterzoos und ordne die Funktionen der Werbung dem jeweiligen Element auf dem Plakat zu. Du kannst dich am Arbeitsblatt „Funktionen von Werbung“ orientieren. Schreibe eine kurze Begründung.
- Recherchiere im Internet weitere Werbeanzeigen, die als gutes Beispiel für informieren, bekannt machen und beeinflussen dienen.



### Arbeitsblatt: Funktionen von Werbung

Werbung soll \_\_\_\_\_ !

Begründung: Dieses Element verdeutlicht der Betrachterin / dem Betrachter, dass \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



Werbung soll \_\_\_\_\_ !

Begründung: Dieses Element vermittelt der Betrachterin / dem Betrachter, dass \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Werbung soll \_\_\_\_\_ !

Begründung: Dieses Element vermittelt der Betrachterin / dem Betrachter, dass \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## M2

## Fachbegriffe der Werbebranche

**Eye-Catcher**

„Eye-Catcher“ bedeutet so viel wie „Blickfang“. Sie sollen die Aufmerksamkeit des Betrachters / der Betrachterin auf eine bestimmte (Werbe-) Botschaft lenken. „Eye-Catcher“ können ganz unterschiedlich sein: z. B. ein besonders auffälliges Bild oder Piktogramm, eine spezielle Schrift oder auch ein markantes Firmenlogo (s. unten).

**Slogan**

Ein Slogan ist ein besonders einprägsamer Spruch, den sich mögliche Kundinnen und Kunden gut merken können. So sind die Slogans von Haribo („Haribo macht Kinder froh.“) oder McDonalds („Ich liebe es.“) fast schon so bekannt, wie die Firma selbst. Oftmals betonen Slogans eine Besonderheit oder eine Eigenschaft einer Marke. Mit guten Slogans hebt man sich von der Konkurrenz ab.

**Firmenlogo**

Ein Firmenlogo verleiht einem Unternehmen einen Wiedererkennungswert. Man kann Logos in verschiedene Typen unterteilen. Diese sind zum Beispiel:

- ◆ Logos, die nur aus Bildern / Grafiken bestehen. Diese nennt man **Bildmarken**. (Beispiel: Apple)
- ◆ Andere Logos bestehen nur aus Schrift, auch **Wortmarken** genannt. (Beispiel: Google)
- ◆ Ebenfalls möglich ist eine Kombination aus Wort und Bild, die sogenannten **Wort-Bild-Marken**. (Beispiel: Lufthansa)

Es gibt noch weitere Arten von Logos, die oben genannten sind jedoch die am weitesten verbreiteten.



Google



Lufthansa

**Informationstext**

Kaum eine (Print-)Werbung kommt ohne Informationstext aus, in dem das Produkt noch genauer beworben wird. Auch hier gibt es unterschiedliche Arten von Informationstexten. So kann der Text ...

- ◆ eine **informierende Funktion** haben, also weitere Informationen zum Produkt / zur Dienstleistung enthalten (z. B. zu Haltbarkeit, Zuverlässigkeit, Form / Größe).
- ◆ eine **appellative (auffordernde) Funktion** haben, also die Kundin / den Kunden emotional ansprechen (z. B. „So etwas hast du dir immer schon gewünscht“ oder „Sorge noch heute dafür, dass du deinem Körper etwas Gutes tust“).



## Arbeitsblatt: Begriffe der Werbung

Instagram

„Just do it“

„Diese Tasche kann morgen schon dir gehören.  
Bestelle noch heute und sichere dir 20 % Rabatt!“

„Wohnst du noch oder lebst du schon?“

„Merci, dass es dich gibt.“

„Der Sportwagen kommt serienmäßig mit neuem  
Assistenzsystem und gängigen Unterhaltungsmedien.“

„Alles Müller – oder was?“

„Unverbindliche Preisempfehlung,  
nur solange der Vorrat reicht.“Deutsche Post 

Slogan

Bildmarke

Wortmarke

Wort-Bild-Marke

Informierender Text

Appellativer Text

## Aufgabe

3

Das Erfinden eines tollen Produktes reicht noch nicht, um unserem Planeten zu helfen. Wir müssen unsere Erfindung auch bekannt machen. Hierfür hilft uns Werbung, doch wie funktioniert das überhaupt genau?

- Lies dir die Informationen zu den Begriffen der Werbung sorgfältig durch (M2) und ordne die Kästchen auf dem Arbeitsblatt oben den richtigen Begriffen zu.
- Welche Slogans oder Logos fallen dir noch ein? Notiere diese.
- Recherchiere nach weiteren Slogans und Firmenlogos im Internet. Begründe schriftlich, warum deiner Meinung nach bestimmte Slogans oder Firmenlogos so erfolgreich sind.



### Arbeitsblatt: Werbeanzeige analysieren

1. Beschreibe, welche Elemente du in der Werbeanzeige wiederfindest.  
Nutze hierfür die Fachbegriffe von M2.

---

---

---

---

2. Erläutere, welche **Stimmungen** und **Emotionen** die Macher der Werbung versuchen zu wecken. Formuliere anschließend in einem Satz die Aussage der Werbung.

---

---

---

---

Kernaussage der Werbung: \_\_\_\_\_

Sehr geehrte Damen und Herren,

Aufgabe



Betrachte erneut die Werbeanzeige M1. Alternativ kannst du auch eine andere Anzeige wählen, die dir gefällt. Bearbeite das Arbeitsblatt „Werbeanzeigen analysieren“ anhand einer Anzeige.

a) Bearbeite die Aufgaben 1 und 2 auf dem Arbeitsblatt in Einzelarbeit.



b) Setze dich zusammen mit deiner Sitznachbarin / deinem Sitznachbarn kritisch mit der Werbeanzeige auseinander. Werden Versprechen gemacht, die vielleicht nicht erfüllt werden können? Werden unrealistische Erwartungen geweckt? Formuliert einen Brief, in dem ihr die Firma mit eurer Kritik konfrontiert.



**Interaktiver Selbsttest: Welcher Kauftyp bist du?**

Minimalistisch, spontan oder trendig – wie würdest du dich in Bezug auf dein Kaufverhalten beschreiben? Beantworte die Fragen im Selbsttest offen und ehrlich. Dann wirst du sehen, ob du mit deiner Einschätzung richtig liegst.



**Arbeitsblatt: Plakaterstellung**

1. Ergebnis meines Selbsttests:
- Minimalistin / Minimalist
  - Spontane Käuferin / Käufer
  - Trendsetterin / Trendsetter

2. Unser Gruppenname: \_\_\_\_\_

3. Unser Produkt, das wir bewerben wollen: \_\_\_\_\_

**Überlegt euch gemeinsam:**

- ◆ Wer ist unsere Zielgruppe?
- ◆ Wie sieht unser typischer Käufer aus?  
(z. B. Alter, Vorlieben, Abneigungen, Interessen und Hobbys)

Notizen: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_



### Was ist eine Zielgruppe?

Zielgruppen spielen im Bereich der Werbung eine wichtige Rolle: Eine Zielgruppe ist eine Gruppe von Personen, in der alle ungefähr die gleichen Eigenschaften, Interessen und / oder Merkmale besitzen. Für eine erfolgreiche Werbung ist es entscheidend, seine Zielgruppe zu kennen, damit z. B. eine Werbekampagne nicht „ins Leere läuft“.

**Beispiel:** Eine Werbung für Inline-Skates hat die Zielgruppe von sportlichen, 12–16-jährigen Jugendlichen. Diese Werbung sollte in Jugendzeitschriften platziert werden. In Zeitschriften für Senioren wäre diese Werbung falsch platziert, da sie nicht die gewünschte Zielgruppe erreicht.



### Arbeitsblatt: Checkliste „Gestaltungsmittel der Werbung“

Arbeitet in eurer Gruppe in folgenden Schritten:

- 1 Besprechen → 2 Planen (Skizze) → 3 Anfertigen

	✓
Man erkennt sofort, wofür es auf dem Plakat geht.	<input type="checkbox"/>
Das Plakat ist sauber und übersichtlich gestaltet.	<input type="checkbox"/>
Farben und Formen sind so gewählt, dass das Plakat für Dritte angenehm zu betrachten ist.	<input type="checkbox"/>
Die Schriftgröße des Plakats ist so gewählt, dass der Text auch aus mehreren Metern Entfernung gut zu lesen ist.	<input type="checkbox"/>
Das Plakat erfüllt eine oder mehrere Funktionen von Werbung (informieren, bekannt machen, beeinflussen).	<input type="checkbox"/>
Das Plakat beinhaltet wichtige Elemente aus der Werbung (Eye-Catcher, Firmenlogo, Slogan, Informationstext).	<input type="checkbox"/>
Das Plakat ist an die Zielgruppe angepasst.	<input type="checkbox"/>
Ich kann das Plakat und dessen Inhalt anderen Mitschülerinnen und Mitschülern erklären.	<input type="checkbox"/>



## Arbeitsblatt: Bewertungsbogen

Gruppe: \_\_\_\_\_

Man erkennt sofort, worum es auf dem Plakat geht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Das Plakat ist sauber und übersichtlich gestaltet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Farben und Formen und die Schriftgröße sind so gewählt, dass das Plakat angenehm zu betrachten ist.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Das Plakat erfüllt eine oder mehrere Funktionen von Werbung (informieren, bekannt machen, beeinflussen).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Das Plakat beinhaltet wichtige Elemente aus der Werbung (Eye-Catcher, Firmenlogo, Slogan, Informationstext).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Das Produkt ist interessant beworben worden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Das Plakat ist für die Zielgruppe angemessen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mir wurde das Plakat und dessen Inhalt gut erklärt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Verbesserungsvorschläge: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## Aufgabe

**5**

Führe den interaktiven Selbsttest durch. Das Ergebnis ordnet dich einem Kauftyp zu. Bearbeite im Anschluss die folgenden Aufgaben:



a) Bilde auf Grundlage deines Testergebnisses eine Gruppe mit Mitschülerinnen und Mitschülern, die dasselbe Testergebnis haben, es sind also z. B. alle „Trendsetterinnen und Trendsetter“ in einer Gruppe. Entscheide mit deiner Gruppe, zu welchem „Planetenretter“-Produkt vom Stundenanfang und welcher Zielgruppe ihr eine Werbung erstellen wollt.



b) Erstelle gemeinsam mit deiner Gruppe eine Werbeanzeige zu eurem ausgewählten Produkt. Beachte hierfür das Arbeitsblatt „Checkliste: Gestaltungsmittel der Werbung“.



c) Vergleiche eure Ergebnisse mit denen der anderen Gruppen. Haltet eure Beobachtungen mit dem Bewertungsbogen fest.



d) Wenn du mit dem Plakat schon fertig sein solltest, kannst du dir mit deiner Gruppe einen Radio-Werbespot ausdenken. Formuliere dieses schriftlich aus und nehme ihn mit Hilfe deines mobilen Endgerätes auf.