

Unterrichtsentwurf „Werbeziele und Werbestrategien“

Hauptschule, Jahrgangsstufe 9

Dauer: Ca. eine Doppelstunde oder zwei Einzelstunden

<u>Zeit/ Phase</u>	<u>Sozialform/ Methode</u>	<u>Lehreraktivitäten</u>	<u>Schüleraktivitäten</u>	<u>Materialien/ Medien</u>
Einstieg ca. 5-7 Min.	Stummer Impuls UG	L heftet zwei Werbeplakate an die Tafel: gleiches Produkt, neue und alte Vermarktung des Produkts L: „Wo liegen Unterschiede in diesen Printwerbungen? Welche sagt dir eher zu?“	S äußern sich frei	Tafel, Plakate, Magneten
Erarbeitung ca. 30 Min.	LV Gruppenpuzzle	L malt Graphik der Werbung an die Tafel L erklärt den Zusammenhang von Werbezielen und Werbestrategien L: „Du wirst nun in Form eines Gruppenpuzzles erfahren, was für eine Rolle die Werbeziele und -strategien in der Werbung haben.“ L teilt Klasse in vier Gruppen L verteilt vier Texte auf die Gruppen (Themen: Werbeziele, AIDA-Modell, Copy-Modell und Partial-Modelle) L bildet Expertengruppen	S lesen Texte in den Stammgruppen, fassen Inhalt zusammen S tauschen sich in Expertengruppen über die Inhalte ihrer Texte aus und entdecken Zusammenhänge zwischen den Werbezielen und -strategien	Graphik, Tafel, verschieden farbige Kreiden Texte zu Werbestrategien, -ziele
Sicherung ca. 10 Min.	UG	L: „Wer kann nun die Graphik in eigenen Worten erklären? Wie hängen die Ziele und Strategien zusammen? Welche Strategien hast du kennengelernt? Wie wird der Käufer zu einer Kaufentscheidung bewegt?“	S äußern sich zur Graphik und zu ihren Ergebnissen	Graphik

	LV	L erklärt anschließend weitere Begriffe (Involvement)		
Erarbeitung ca. 30 Min.	LV GA	L: „Nun geht ihr wieder in eure Stammgruppen zurück und jede Gruppe erhält ein Produkt, das ihr gemeinsam vermarkten sollt. Denkt dabei an die verschiedenen Strategien, die ihr anwenden könntet und an das Werbeziel, das ihr verfolgt. Sinnvoll wäre es, vor der Kreation eures Werbekonzepts das Produkt genau zu betrachten und es zu 'testen'. Anschließend könnt ihr eure Ergebnisse auf einem Plakat festhalten“	S überlegen sich in Kleingruppen unter Berücksichtigung des Gelernten ein Werbekonzept für ihr Produkt Festhalten auf Plakaten	Produkte: Cola, Milka, Mini, Deodorant Plakate, Eddings
Sicherung ca. 10 Min.	UG	L: „Was habt ihr euch überlegt und warum seid ihr so vorgegangen?“	S stellen sich gegenseitig ihre Ergebnisse vor S erläutern warum sie so vorgegangen sind	Tafel, Plakate
Stundenschluss	LV	L: „Das waren sehr kreative Ideen und aussagekräftige Begründungen.“ L zeigt abschließend den originalen Werbespot eines der vier Produkte	S erkennen Unterschiede und Überschneidungen mit ihrem Konzept	Laptop, Werbespot, Beamer