Veröffentlicht auf *Umwelt im Unterricht: Materialien und Service für Lehrkräfte – BMUV-Bildungsservice* (http://www.umwelt-im-unterricht.de)

29.11.2018 | Unterrichtsvorschlag

Unsere Wünsche und die Werbung

Sekundarstufe

Feste wie Weihnachten und die dazugehörigen Traditionen gelten im Marketing als Chance, um Kundinnen und Kunden anzusprechen. Anhand von Beispielen lernen die Schüler/-innen Mechanismen von Werbung kennen. Sie vergleichen die Werbebotschaften mit kritischen Positionen zur Kommerzialisierung traditioneller Feste. Die Schüler/-innen entwickeln auf dieser Grundlage Ansätze für verantwortungsbewusstes Konsumverhalten.

Gehört zu:

Thema des Monats: Weihnachten & der Konsum: Was feiern wir eigentlich?

Kompetenzen und Ziele

Die Schüler/-innen ...

- lernen Zusammenhänge zwischen Festen, Tradition und Verbraucherverhalten kennen,
- schätzen die Tragweite der eigenen Entscheidungen ab und übernehmen Verantwortung für das eigene Handeln in der Gemeinschaft,
- schulen ihre Handlungs- und Urteilskompetenz durch das Analysieren, Reflektieren und Bewerten des eigenen Konsum- und Alltagshandelns auf der Grundlage des Nachhaltigkeitskonzepts,
- vertiefen ihre Handlungskompetenz, indem sie ihr Handeln und ihren Umgang mit Konsum selbst- und sozialverantwortlich anlegen,
- schulen ihre Medien- und Präsentationskompetenz durch die Auswertung geeigneten Materials sowie die Präsentation eigener Ergebnisse und die kritische Betrachtung von Medien.

Umsetzung

Vorbemerkung: Der Unterrichtsvorschlag kann mit verschiedenen Festen als Anlass verknüpft werden, zum Beispiel Weihnachten, Ostern, Valentins- und Muttertag oder Halloween. Die unten genannten Fragestellungen müssen gegebenenfalls angepasst werden. Zudem werden Grundkenntnisse zu den Zusammenhängen zwischen Konsum und nicht nachhaltigen Entwicklungen vorausgesetzt.

Die Leitfragen lauten: Wie nutzen Firmen traditionelle Feste, um Konsumbedürfnisse anzusprechen? Wie kann man Feste fröhlich feiern und gleichzeitig verantwortlich mit Umwelt und Klima umgehen?

Einstieg

Zum Einstieg wird im Plenum ein Brainstorming durchgeführt. Die Lehrkraft stellt die Frage:

Was gehört für euch zum Fest ... dazu? (Der jeweilige Anlass sollte genannt werden, siehe Vorbemerkung.)

Die Ergebnisse werden für alle sichtbar als Mindmap festgehalten.

Die Lehrkraft zeigt im Anschluss Beispiele für Werbung, die Bezug zum Fest nimmt. Dazu können Printmedien, Prospekte oder gegebenenfalls Werbevideos verwendet werden. Vor großen Festen finden sich geeignete Beispiele leicht in sogenannten Lifestyle-Magazinen.

Werbevideos oder andere Kampagnen-Materialien lassen sich zu vielen Anlässen in Branchenmedien der Werbe- und Marketingbranche finden wie W&V [https://www.wuv.de] oder Horizont [https://www.horizont.net]. Dort gibt es regelmäßig eine Auswahl von Werbekampagnen, die als besonders

gelungen gelten. Beispiele sind:

- Jahres-Ranking der beliebtesten YouTube-Werbevideos in Deutschland 2017 (Horizont.net)
- Ostern 2016: So werben Marken zum Fest (W&V)

Die Lehrkraft weist gegebenenfalls darauf hin, dass Konsum auch problematische Folgen haben kann. Die grundlegenden Zusammenhänge sollten bekannt sein oder in einer weiteren Unterrichtseinheit vertiefend behandelt werden. Ein Überblick über geeignete Materialien bei Umwelt im Unterricht findet sich auf der Themenseite Konsum [http://www.umwelt-im-unterricht.de//themen/konsum/konsum-das-thema-im-ueberblick].

Die Lehrkraft fordert die Schüler/-innen auf, auf Grundlage der Werbung die Mindmap zu ergänzen. Die Fragestellung lautet:

- Was gehört laut Werbung zum Fest ... dazu?

Die Beiträge werden in der Mindmap ergänzt. Dabei wird gekennzeichnet, welche Beiträge hinzukommen und sich auf die Werbung beziehen. Zum Beispiel kann eine andere Schriftfarbe verwendet werden.

Die Schüler/-innen vergleichen und diskutieren nun die Ergebnisse aus dem eigenen Brainstorming mit den Aussagen aus der Werbung. Die Aufträge lauten:

Markiert/nennt Beiträge in der Mindmap,

1. die ihr persönlich wichtig findet,
2. die eurer Meinung nach tatsächlich zum Fest gehören, weil sie auf die traditionelle Bedeutung oder gegebenenfalls den religiösen Hintergrund zurückgehen,
3. was vermutlich nur aus Sicht der werbetreibenden Firmen zum Fest gehört (das heißt: weder mit der ursprünglichen Tradition verbunden sind noch aus persönlicher Sicht wichtig),
4. was wirklich zum Anlass gehört (was zum Beispiel der traditionelle/religiöse Hintergrund des Festes ist).

Je nach Anlass muss dabei die kulturelle Vielfalt der Schüler/-innen berücksichtigt werden. Manche Traditionen oder religiösen Bezüge können Teilen der Klasse unbekannt sein oder sich unterscheiden. Missverständnisse oder Unklarheiten sollten geklärt werden; darüber hinaus können Unterschiede auch in einer weiteren Unterrichtseinheit aufgegriffen und thematisiert werden.

Die wesentlichen Aspekte sollten in der Regel unabhängig von kulturellen Unterschieden deutlich werden:

- Mit Festen werden positive Empfindungen und typische traditionelle Elemente verbunden.
- Für viele Menschen sind Feste wichtig.
- In der Werbung werden die Emotionen und traditionellen Elemente aufgegriffen.
- Darüber hinaus geht es in der Werbung um Dinge, die keinen Bezug zu den traditionellen und typischen Elementen haben.

Arbeitsphase

Die Schüler/-innen erarbeiten anhand der Beispiele grundlegende Mechanismen der Werbung. Sie erhalten als Arbeitsgrundlage eine Checkliste [http://www.umwelt-im-unterricht.de//medien/dateien/wie-werbung-funktioniert], welche wichtige Merkmale von Werbung erklärt. Die Liste enthält zudem Aufträge zur Untersuchung von Werbeinhalten, zum Beispiel:

- Worauf zielt die Werbung, was ist der gewünschte Effekt?
- Mit welchen Mitteln werden Emotionen geweckt? (zum Beispiel Inhalt/Handlung, Bildsprache, Musik)
- Mit welchen Mitteln wird auf den gewünschten Effekt hingewirkt? (zum Beispiel sprachliche

Mittel/direkte Ansprache: "du brauchst ...")

Im Anschluss recherchieren die Schüler/-innen kritische Positionen zu den kommerziellen Aspekten des Festes. Sie erhalten dazu von der Lehrkraft vorab ausgewählte Materialien, zum Beispiel Beiträge von Umweltschutz- oder Verbraucherschutzorganisationen. Entsprechende Beiträge finden sich zu allen großen Festen mithilfe von Internet-Suchmaschinen. Geeignete Suchbegriffe sind der Name des Festes in Kombination mit Begriffen wie Konsumwahn, Kommerzialisierung, Kritik.

Sie erhalten folgende Aufträge: Notiere ...

- Aspekte, die in den Materialien kritisiert werden und wie dies begründet wird.
- Lösungsmöglichkeiten beziehungsweise Alternativen, die genannt werden.

Abschluss

Die Schüler/-innen stellen ihre Ergebnisse im Plenum vor und diskutieren sie. Zu jedem Beispiel aus der Werbung wird notiert, worauf die Werbung zielt und welche Kritik es daran gibt. Dafür kann für alle sichtbar eine Tabelle angefertigt werden (siehe Beispiel unten).

Zum Abschluss werden diese Ergebnisse bewertet. Die Lehrkraft verweist dazu auf die Mindmap zur Frage "Was gehört zum Fest dazu?", die zum Einstieg erstellt wurde. Im Plenum geben die Schüler/-innen zunächst Stellungnahmen ab, ob beziehungsweise wie eng das Ziel der Werbung mit der traditionellen Bedeutung des Festes zusammenhängt. Zuletzt benennen sie mögliche Konsequenzen für das Verhalten der Konsumenten/Konsumentinnen beziehungsweise Handlungsalternativen.

Beispiel: Weihnachtswerbespot für Bankkredit*

Was ist das Ziel der Werbung?	*Welche Kritik gibt es daran?*	*Wie ist der Zusammenhang mit der Bedeutung des Festes?*	*Mögliche Alternative*
Kunden/Kundinnen sollen Kreditvertrag abschließen, um mit Weihnachtsgeschenken Partner/Familie eine besonders große Freude zu machen	Konsum beansprucht Ressourcen/führt zu Belastungen für Umwelt und Klima, gegebenenfalls soziale Folgen "Weihnachten ist kein Geschenkefest"/ Kirchen kritisieren Kommerzialisierung	Kein Zusammenhang mit christlicher Bedeutung des Festes Anderen eine Freude machen: gehört zum traditionellen Verständnis	Auf andere Weise Partner/Familie eine Freude machen (weniger aufwändige Geschenke, "nachhaltige" Produkte kaufen/schenken, Zeit statt Gegenstände schenken)

*fiktives Beispiel

Erweiterung

- Die Schüler/-innen gestalten Werbung oder entwickeln Werbeslogans für ein Fest, das den eigenen Wünschen entspricht und das nachhaltig ist (zum Beispiel mit ökologisch/sozial verträglichen Produkten).

[http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/]*Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International Lizenz.* *[http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/]*

Sie dürfen diesen Text unter anderem ohne besondere Genehmigung verwenden und bearbeiten, z.B. kürzen oder umformulieren, sowie weiterverbreiten und vervielfältigen. Dabei müssen www.umwelt-im-unterricht.de *[http://www.umwelt-im-unterricht.de/]* *als Quelle genannt sowie die oben genannte Creative Commons-Lizenz verwendet werden. Details zu den Bedingungen finden Sie auf der Creative Commons-Website* *[http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/].*

[http://www.unesco.de/oer-faq.html] *Umwelt im Unterricht unterstützt die Erstellung von Bildungsmaterialien unter offenen Lizenzen im Sinne der UNESCO* *[http://www.unesco.de/oer-faq.html].*

Hintergrund | Grundschule | Sekundarstufe

29.11.2018

Wie traditionelle Feste zu Konsum-Events werden

Bild: cocoparisienne / pixabay.com / Public Domain

Anlässe wie Weihnachten, Ostern oder Muttertag sind mit Traditionen verbunden, die für viele Menschen eine große Bedeutung haben. Auch für die Wirtschaft sind sie wichtig, denn die Feste werden oft aufwändig gefeiert und sorgen für entsprechende Umsätze. Viele Unternehmen greifen in ihrem Marketing die Traditionen auf, um den Konsum zu fördern.

mehr lesen

Arbeitsmaterial | Sekundarstufe

29.11.2018

Wie Werbung funktioniert

Foto: Alexas_Fotos / pixabay.com / Public Domain

Die Materialien enthalten einen Infotext mit grundlegenden Informationen über die Mechanismen von Werbung. Eine Checkliste erleichtert die Analyse konkreter Beispiele.

mehr lesen

Material herunterladen

Unsere Wünsche und die Werbung - SK (PDF - 0 B)

Hintergrund

Wie traditionelle Feste zu Konsum-Events werden - GS / SK (PDF - 0 B)

Arbeitsmaterial

material_feste-und-konsum_sek_final (DOCX - 63 KB)

Zielgruppe

Sekundarstufe

Fächer

Sachunterricht | Politik, SoWi, Gesellschaft | Ethik, Philosophie, Religion | Deutsch

---

Schlagwörter

Weihnachtsbaum | Weihnachten | Umweltsiegel | Einkaufen | Werbung | Marketing | Produktsiegel | Faire Produkte | Advent | Ostern | Halloween | Dekoration | Feste, jahreszeitliche | Shopping

---