

II.71

Grundlagen des Wirtschaftens

Werbung und Social Media – die perfekte Welt der Blogger und Influencerinnen?

Nach einer Idee von Bettina Birk



© Westend61/Getty Images

Influencer oder YouTuberinnen beeinflussen den Kleidungsstil, die neuesten Beautytrends und den Konsum vor allem junger Menschen. Doch welche Gefahren birgt der Personen-Hype für Jugendliche? Die Materialien dieser Einheit fordern die Schülerinnen und Schüler dazu auf, ihre Meinung zu äußern und eigene Erfahrungen kritisch zu hinterfragen. Sie stellen fest, dass Instagram und Co. keine Abbilder der Wirklichkeit sind und machen sich Gedanken, wie ein angemessener Umgang mit sozialen Medien aussehen kann.

KOMPETENZPROFIL

Klassenstufe: Klasse 8–10

Dauer: 9 Unterrichtsstunden

Thematische Bereiche: Werbung, Social Media, Influencer-Marketing, Medien und Wirklichkeit, Medienkompetenz

Kompetenzen: Texte lesen und verstehen, eigenständig argumentieren, das eigene Handeln reflektieren, sich im Rollenspiel in andere hineinversetzen, Probleme benennen und Lösungen entwickeln, kreatives Schreiben

Medien: Sachtexte, Bilder, Rollenkarten, Interviews, Internet

M 1

Wie Werbung funktioniert

Werbung möchte mögliche Käuferinnen und Käufer davon überzeugen, ein bestimmtes Produkt zu kaufen. Wie gelingt ihr das?

Aufgaben

- Betrachte die Bilder unten. Schreibe auf, welches Produkt jeweils beworben wird.
 - _____
 - _____
 - _____
 - _____
- Finde für jedes Bild einen Begriff, der die Stimmung auf dem Bild ausdrückt.
- Tauscht euch in der Klasse darüber aus, ob ihr die Produkte jeweils kaufen würdet.
- Erstelle eine Mindmap zu einem der Fotos. Was wird gezeigt? Welche Stimmung wird vermittelt? Was findest du an der Werbung weniger gelungen? Überlege dir eine passende Überschrift und schreibe sie in die Mitte der Mindmap.
- Vervollständige den folgenden Satz zu einem der Bilder: Für mich sagt das Bild aus, dass ...

a) _____



b) _____



c) _____



d) _____



© Bild a: Darumo/iStock/Getty Images Plus, Bild b: Jon Feingersh Photography Inc, Bild c: Ridofranz/iStock/Getty Images Plus, Bild d: Manuel Sulzer/Image Source.

Werbung – warum sie uns im Gedächtnis bleibt

M 2

Werbung ist überall. Hast du dir schon einmal Gedanken darüber gemacht, wie sie funktioniert? Wo muss Werbung stehen, damit Menschen sie sehen? Welche Bilder wirken ansprechend? Das erfährst du im nachfolgenden Text.

Aufgaben

1. Lies den Text.
2. Unterstreiche im Text, wodurch Menschen zum Kaufen animiert werden.
3. Besprich mit deiner Sitznachbarin oder deinem Sitznachbarn, welche Werbung euch zuletzt angesprochen hat. Überlegt gemeinsam, warum sie euch im Gedächtnis geblieben ist.

Die Sprache der Werbung

Werbung verbindet Produkte und Menschen. Sie will Menschen zum Kauf bewegen. Wenn eine Firma ein neues Produkt entwickelt, muss sie es zunächst bekannt machen. Das geschieht über schöne Bilder, bunte Farben und Texte, die deutlich machen, warum das Produkt so besonders und wertvoll ist. Aber auch bekannte Personen können helfen, Menschen neugierig auf ein Produkt zu machen.

Werbung begegnet uns zum Beispiel auf Plakatwänden, im Fernsehen oder bei Instagram. Wo Werbung erscheint, hängt davon ab, wie viel Geld eine Firma ausgeben möchte. Eine Anzeige in einer Zeitung ist günstiger als ein Video auf Instagram, in dem eine bekannte Person für ein Produkt wirbt.

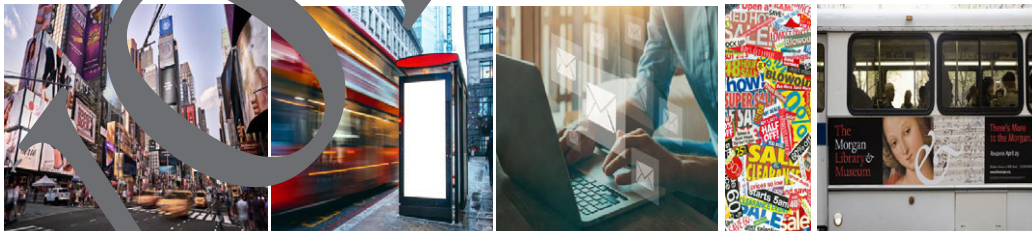
10 Werbung vermittelt eine Botschaft

Werbung arbeitet mit Botschaften. Zum Beispiel „Kaufe dieses Produkt, und du hast nie wieder Sonnenbrand!“ Oder: „Mit dieser Nachhilfe gehören schlechte Noten für immer der Vergangenheit an!“

Viele Menschen empfinden Werbung als unangenehm. Sie wollen nicht zum Kaufen überredet werden. Weil Erwachsene häufig sehr kritisch gegenüber Werbung sind, richtet sich immer mehr Werbung direkt an Kinder. Diese sollen mit kleineren Beträgen selbst zum Kaufen animiert werden oder sie sollen ihre Eltern, Großeltern oder andere Erwachsene dazu bringen, ein Produkt zu kaufen.

Autorentext

Wo uns Werbung begegnet



Links nach rechts: thisnight/E+, Mario Gutti/E+, anyaberkut/iStock/Getty Images Plus, crisserbug/E+, Atlantide Fototravel/Alamy Bank

M 6

Medien und Wirklichkeit – mehr Schein als Sein?

Nicht alles, was die Werbung verspricht, ist wahr. Doch wie können wir erkennen, was wahr ist und was nicht?

Aufgaben

1. Betrachte das erste Foto. Unterstreiche drei der Begriffe rechts, die deiner Meinung nach am besten auf das Bild zutreffen.
2. Das zweite Foto zeigt das gesamte Bild. Findest du die Frau aus Bild 1 wieder? Wo verändert sich nun, da du das Gesamtbild kennst? Passen die Begriffe, die du unterstrichen hast, noch? Sprecht in der Klasse über die unterschiedliche Wirkung der beiden Bilder.

Bild 1



© laskyy/iStock/Getty Images

Entspannung
Urlaub
Spaß
Erholung
Trubel
Arbeit
Freizeit
Zeit für sich
Ruhe
Einsamkeit

Bild 2



© xaviernau/E+

Hotspots und ihre Follower – die Macht der Bilder

M 7

Aufgaben

1. Lies den Text. Vervollständige den Satz: Fotos bilden nicht immer die Wirklichkeit ab, denn ...
2. Kennst du Orte in deiner Umgebung, an denen die Illusion eines Strandes, eines Meeres, eines prunkvollen Platzes oder luxuriösen Ortes entstehen könnte?
3. Erstellt in Kleingruppen an einem solchen Ort ein Bild, das der Betrachterin oder dem Betrachter einen positiven Eindruck vermittelt. Gelingt es euch, eure Klassenkameraden zu täuschen? Denkt daran, den Ausschnitt und das Gesamtbild getrennt voneinander abzulichten.

Auf den richtigen Moment kommt es an

- Fotos sollen schöne Erlebnisse festhalten, damit man sie nicht nur im Kopf, sondern auch in digitaler oder ausgedruckter Form aufbewahren kann. Doch nicht nur fürs private Fotoalbum wird fotografiert, sondern auch zu Werbezwecken. Die Fotografin oder der Fotograf sucht zunächst einen möglichst ausgefallenen Ort für das Bild. Im zweiten Schritt wird dieses dann sorgfältig nachbearbeitet. Deshalb ist auch nicht immer alles so, wie es auf dem Foto zu sein scheint. Vor allem das beliebte soziale Netzwerk Instagram lädt zum Teilen und Bestaunen von Fotos und Videos ein. Zeigt sich eine berühmte Person an einem besonderen Ort, wird dieser oft innerhalb kürzester Zeit zum Hotspot für ihre Follower.

Mehr Schein als Sein auf Instagram

- 10 Eine unangenehme Erfahrung machte eine Instagram-Userin in Bali. Nachdem sie zahlreiche Fotos eines von Wasser umgebenen Tempels gesehen hatte, machte sie sich selbst auf den Weg dorthin. Doch ihre Enttäuschung war groß, denn die Tempelanlage gar nicht so war, wie es auf den Bildern schien. Ein Spiegel hatte den Fotografierenden dazu gedient, die romantische Illusion eines wasserumspülten Tempels zu schaffen. In Wirklichkeit ist dieser aber
- 15 nur von tristen Steinplatten umgeben. Im Internet finden sich zahlreiche Beispiele für Fotos, die durch gekonnte Kameraeinstellungen, Tricks oder unter gefährlichen Bedingungen entstanden. Letzteres endete im Fall der britischen Influencerin Madalyn Davis sogar tödlich. Beim Versuch, ein perfektes Selfie vor einem Sonnenaufgang zu machen, stürzte sie in die Tiefe, weil sie zu nah an die Klippen getreten war.

Autorentext, Foto: © Olek Slobodernik/F+



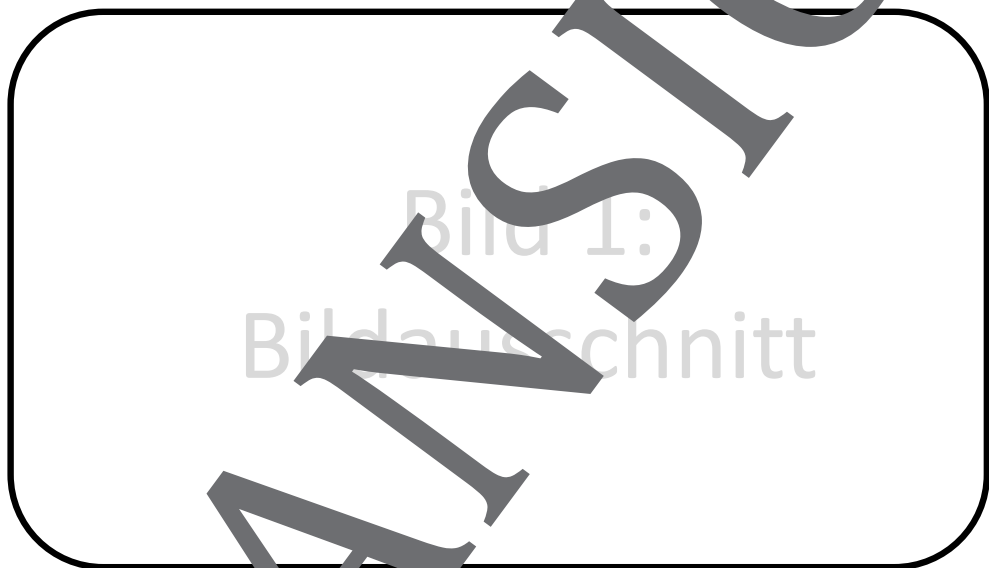
M 8

Perfekte Täuschung – Was ist im Netz erlaubt?

Ziel jeder Werbung ist es, ein Produkt in einem möglichst guten Licht darzustellen. Wie weit geht Werbung dabei gehen? Wo beginnt Täuschung? Und was ist erlaubt?

**Aufgaben**

1. Klebt euer erstes Foto, das nur einen Ausschnitt zeigt, in den Rahmen unten.
2. Erstellt im Klassenzimmer eine kleine Fotoausstellung. Betrachtet die Fotos der anderen.
3. Notiere deinen ersten Eindruck in einem Wort auf dem Rahmen des Bildes. Besprecht in der Klasse gemeinsam eure Eindrücke. Wodurch entsteht der Eindruck jeweils?
4. Betrachtet nun das Gesamtbild und besprecht in der Klasse dessen Stimmung. Wie wird ihr getäuscht? Sollte diese Art von Täuschung in einer Werbung erlaubt sein?

Unser Bildausschnitt**Unser Gesamtbild**

Interview mit einem Influencer

M 9

Aufgaben

1. Lies das Interview.
2. Überlege dir Fragen, die du beim Lesen gerne stellen würdest. Notiere sie auf den Schreiblinien.
3. Verfasse einen Brief oder eine Mail an eine dir bekannte Person des öffentlichen Lebens.

I Steckbrief

Name: Jani Nely	Geburtsdatum: 17.11.1993
Geburtsort: Göppingen	Familienstand: verheiratet, 2 Kinder
Tätigkeiten: ehemaliger Profi-Surfer, Unternehmer, Fitnessstudio-Betreiber, Influencer	

II Interview

Hallo, Jani, wie würdest du deine Arbeit beschreiben?

Früher war ich Profi-Surfer. Aber seit ich Kinder habe, möchte ich nicht mehr so oft von meiner Familie getrennt sein. Daher mache ich inzwischen Werbung für verschiedene Produkte. Eigentlich könnte man sagen, ich bin Influencer, ja!

Meine Fragen: _____

Wie bist du zu diesem Beruf gekommen?

Das war Zufall. Meine Frau ist Influencerin. Sie ist gelernte Make-up-Artistin. Sie hat sich entschieden, Make-up-Tutorials auf Instagram zu veröffentlichen. Dabei hat sie mich immer öfter vor die Kamera geholt. Dann haben wir für ihre Fans gemeinsame Videos gemacht. Anfangs war das eher Spaß. Dann habe ich gemerkt, dass die Follower auch mich sehen wollen. Und ich habe angefangen, meine täglichen Tätigkeiten ebenfalls zu filmen und online zu stellen.

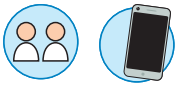
Meine Fragen: _____

Wie sieht ein normaler Tag bei dir aus?

Wir stehen gemeinsam auf, machen die Kinder für den Kindergarten fertig. Derjenige, der früher wach ist, beginnt einen Teil unserer Morgen-Routine zu filmen. Manchmal kann es sein, dass wir ein neues Müsli ausprobieren und uns und die Kinder dabei filmen, wie uns der erste Löffel davon schmeckt. Manchmal bekommen eines unserer Kinder etwas Neues zum Anziehen geschickt bekommen, was wir dann natürlich auch auf unserem Instagram-Profil zeigen, da wir dafür Geld bekommen. So läuft der Tag dann weiter. Ich eröffne gerade ein Fitnessstudio. Wenn ich dort bin, filme ich den Fortschritt meiner Arbeiten oder meine Frau fotografiert sich auf einem Trainingsgerät, um unseren Followern zu zeigen, was sie bei der Eröffnung erwartet.

M 10

Influencer auf Instagram – immer auf der Suche nach dem perfekten Bild



Aufgaben

1. Betrachtet in Partnerarbeit das Instagram-Profil von einer Influencerin oder einem Influencer eurer Wahl.
2. Schreibt auf, wie euer erster Eindruck von diesem Profil ist:
3. Füllt das folgende Tagebuch aus. Schreibt Ort und Datum von fünf Bildern des untersuchten Profils heraus. Verfasst einen kurzen Text aus der Ich-Perspektive der Person dazu indem ihr die begonnenen Sätze fortsetzt. Dabei dürft ihr auch die Worte aus dem Profil selbst nehmen.
4. Diskutiert in der Klasse, welcher Eindruck auf dem Profil vermittelt wird und welche Probleme sich daraus ergeben können.

Tagebuch von _____

Datum: _____

Ich kann nicht lassen ...

Datum: _____ Ort: _____

Heute bin ich ...

VORBRANSICHT

M 11

Wer postet, hat eine Verantwortung!

Bilder erzählen eine Geschichte. Was sagen sie aus? Wie beeinflussen sie uns? Haben diejenigen, die posten, eine Verantwortung? Und wenn ja, gegenüber wem?



Aufgaben

1. Betrachte das Bild. Beschreibe deinen ersten Eindruck.
2. Das Foto zeigt eine junge Fitness- und Mode-Influencerin, die dieses Bild auf Instagram gepostet hat. Sammelt gemeinsam Gründe, weshalb sie dieses Foto gepostet haben könnte.

Post einer jungen Influencerin



© MStudioImages/E+



Warum hat die junge Frau das Bild wohl gepostet?

Hinweise (M 1–M 5)

Im Fokus dieser Stunde stehen zwei Fragen: Wie wirkt Werbung auf uns? Und mit welchen Mitteln wird diese Wirkung erzielt? Als Ausgangspunkt der Diskussion dienen in **M 1** vier Bilder.

Nach einer kurzen Diskussion wird Text **M 2** bzw. **M 3** gelesen und anschließend von den Schülerinnen und Schülern bearbeitet. Leistungsstarke Klassen bearbeiten M 2 in Einzelarbeit. Weniger starke Lerngruppen lesen den Text gemeinsam und bearbeiten **M 3**. Als zusätzliche Hilfestellung gibt es zu **M 3** ein Arbeitsblatt mit Fragen zum Text.

In der nun folgenden Arbeitsphase erstellen die Lernenden in Kleingruppen ein Werbeplakat (M 4), welches zur besseren Lesbarkeit vorab auf einen Bogen DIN-A3-Papier kopiert werden kann. Die Schülerinnen und Schüler sollten Raum und Zeit haben, ihrer Kreativität sowohl in der Darstellung als auch in der Wahl des Produkts freien Lauf zu lassen. Es können auch Produkte beworben werden, die es noch gar nicht gibt, deren Erfindung aber vielleicht erstrebenswert wäre. Hilfreich sind hier alte Zeitschriften, aus denen Bilder und Texte ausgeschnitten werden dürfen.

Im Anschluss bietet sich ein Gallery Walk im Klassenzimmer an. In großen Klassen machen die Sinn den Lernenden **M 5** als Laufzettel mitzugeben, auf dem sie sich während des Gallery Walks Notizen zu den einzelnen Plakaten machen. Nach dem stillen Rundgang werden einzelne Plakate im Hinblick auf ihre Wirkung im Plenum besprochen.

Lösungen (M 1)

Aufgabe 1

- Beworben wird eine Backmischung, mit der der Kuchen zur Freude aller gelingt.
- Beworben wird das Auto, das der Besitzerin ermöglicht, ihre Reise zu machen.
- Beworben wird ein Fön, der die Haare schont und die Besitzerin erstrahlen lässt.
- Beworben wird ein Fahrrad, das Ausflüge ermöglicht und seinem Besitzer Freiheit schenkt.

Aufgabe 2

Mögliche Begriffe, welche der Stimmung im Bild Ausdruck verleihen, könnten sein:

- fröhlich/Freude, glücklich/Glück, erfüllt/Erfüllung, Stolz, Dankbarkeit, zufrieden/Zufriedenheit
- Urlaub, Freiheit, Selbstständigkeit, Unabhängigkeit, Träume leben, Weite
- Selbstbewusstsein, Glück, Stolz, Zufriedenheit, Schönheit
- Abenteuer, Urlaub, Stimmung, Freiheit, Schnelligkeit, Unabhängigkeit, Selbstbewusstsein

Sie wollen mehr für Ihr Fach?

Bekommen Sie: Ganz einfach zum Download im RAABE Webshop.



Über 5.000 Unterrichtseinheiten
sofort zum Download verfügbar



Attraktive Vergünstigungen
für Referendar:innen
mit bis zu 15% Rabatt



Webinare und Videos
für Ihre fachliche und
persönliche Weiterbildung



Käuferschutz
mit Trusted Shops



Jetzt entdecken:
www.raabe.de