

## Überblick Werbung und Verkaufstricks



## 8./9.Schulstufe

<b>Einleitung</b> Kurzer Einstieg zum Themenbereich, der die Anliegen und Kenntnisse, Fertigkeiten, Kompetenzen sowie Quellen und Links zum Thema übersichtlich darstellt.	Dauer	Komplexität	Seite 4
<b>Hintergründe für Lehrkräfte</b> Fachinformationen zum Themenbereich, die einen aktuellen Wissensstand zum Thema kurz zusammenfassen.			6
Informationen für Lehrkräfte und Schüler:innen Fachlicher kurzer Überblick zu Werbebegriffen – Werbe 1x1 Verkaufstricks im Supermarkt			8 8 35
Methodenpool			13
Einführung  Methode "Plus-Minus-Liste"  Assoziationen mit dem Werbebegriff werden individuell auf dem Arbeitsblatt festgehalten und anschließend in der Großgruppe diskutiert.	10' bis 20'	Einfach	13
Methode "Werbekarussell"  Verschiedene Werbeinserate werden in Kleingruppen genau betrachtet und hinsichtlich Werbebotschaft und Werbestrategien analysiert.	35' bis 50'	Mittel	15
Methode "Werbeslogans erkennen" Gängige und bekannte Werbeslogans werden von der Lehrkraft vorgegeben und von der Klasse dem Produkt bzw. der Firma zugeordnet.	5' bis 10'	Einfach	17
Methode "Symbole und Logos erraten" Gängige und bekannte Markenlogos bzw. Symbole und Pikto- gramme werden von der Lehrkraft präsentiert und von der Klasse erraten.	10' bis 15'	Einfach	19
Erarbeitung  Methode "Verkaufstricks"  Anhand von Bildern werden in Kleingruppen Verkaufstricks, die insbesondere im Handel gängig sind, erarbeitet und danach im Klassenverband gesammelt sowie ausgewertet.	20' bis 30'	Einfach	24

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen wellweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersogt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte doef kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.





## Überblick Werbung und Verkaufstricks



## 8./9.Schulstufe

	Dauer	Komplexität	Seite
Methode "Junger Konsum" In Kleingruppen werden aktuelle Facetten und Unterthemen von Werbung, die speziell für junge Erwachsene interessant sind, bearbeitet. Im Rahmen von Austauschgruppen erfolgt ein gegenseitiges Präsentieren der Inhalte.	100' bis 200' + HÜ	Komplex	37
Methode "Unser Shopping-Center"  Ausgangspunkt ist eine Phantasiereise, in der die Jugendlichen durch ein Center geführt werden. In Kleingruppen werden Fragestellungen erarbeitet, mit dem Ziel Strategien von Shopping-Center kennenzulernen und diese kritisch zu hinterfragen.	45' bis 90'	Mittel	40
Methode "Native Advertising – Werbung erkennen" Auf Basis von Native Advertising Beispielen aus dem Internet werden in Einzel- oder Partnerarbeit Unterschiede zwischen Werbung und Information aufgezeigt. Ergebnissicherung	20' bis 50'	Mittel	51
Methode "Mein Kaufverhalten" In Zweier-Pärchen wird gegenseitig das Kaufverhalten mit Hilfe eines Interviewfragebogens erfragt und festgehalten.	20' bis 30'	Mittel	55
Methode "Forschungsliste Verkaufstricks" Im Supermarkt sollen die Schüler:innen in Einzel- oder Partnerarbeit Verkaufstricks identifizieren und bewusst wahrnehmen. Die Ergebnisse werden auf dem Arbeitsblatt schriftlich festgehalten und in der Großgruppe zusammengeführt.	20' bis 30'	Mittel	59
Methode "Talkshow" Vorgegebene, polarisierende Themen aus dem Werbebereich werden im Rahmen einer Talkshow aus unterschiedlichen Rollen und Standpunkten heraus diskutiert.	50' bis 100'	Einfach	61
<b>Unterrichtsvorschlag</b> Bietet Unterrichtsplanung für zwei bis vier Unterrichtseinheiten			62
Impressum			65

Copyright: Alle Rechte vorbehalten. Die verwendeten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout dieser Seiten unterliegen wellweitem Urheberrecht. Die unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder kompletter Seiten ist untersogt. Dies gilt ebenso für die unerlaubte Einbindung einzelner Inhalte doef kompletter Seiten auf Websites anderer Betreiber:innen. Das Einrichten von Links auf diese Website ist jedoch ausdrücklich gestattet.

