



Junger Konsum

Schulstufe

Empfohlen für 8./9. Schulstufe

Fächerbezug

• Deutsch, Bildnerische Erziehung, Geschichte und Sozialkunde/Politische Bildung, Geografie und Wirtschaftskunde, Digitale Grundbildung

Unterrichtsphase

Erarbeitung

Komplexitätsgrad

Komplex

Anliegen

- · Aufzeigen von Trends in der Werbung
- · Bewusstmachen, wie speziell die auf junge Erwachsene abgestimmte Werbung eingesetzt wird und womit diese arbeitet

Kenntnisse und Fertigkeiten

- · Die Schüler:innen können eigenständig Fachinformationen zum vorgegebenen Themenbereich recherchieren
- Den Einfluss von Werbung auf das eigene Konsumverhalten und letztlich persönliche Handlungskonsequenzen ableiten können

Dauer

- Ca. 10 Min. zum Einteilen der Gruppen und Erklären der Arbeitsaufträge
- Ca. 1 Einheit (bzw. mehrere Einheiten, je nach Möglichkeit und Arbeitsanweisung) plus individuelle Hausübung zum Bearbeiten der Themen
- Ca. 30 Min. zum Austausch in den Austauschgruppen
- Ca. 10 bis 40 Min. zum Klären offener Fragen und Zusammenführen der Ergebnisse durch die Lehrkraft

Unterrichtsmittel

Material Junger Konsum [1]

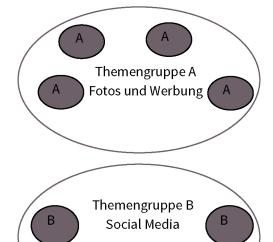
Vorbereitung

- · Auswahl der Themen.
- Bei Bedarf Vorbereiten und Formulieren sowie Kopieren der Arbeitsanweisungen für die Themengruppen (vgl. Beispiel Material Junger Konsum [1]).

Methode

Ablauf

• Die Schüler:innen bilden Kleingruppen (ca. 3 bis 5 Personen). Es sollte - wenn möglich jede Gruppe gleich groß sein.



- Jede Gruppe erhält ein Thema zu aktuellen Facetten der Werbebranche, das die Lehrkraft vorab ausgewählt hat. Hier kann individuell nach Vorlieben und Interessen eingeteilt werden (siehe Beispielbild: Gruppe A - Fotos und Werbung und Gruppe B -Social Media).
- Folgende Themen wären denkbar:
 - ⇒ Mobile Werbung am Smartphone/Tablet
 - ⇒ Social Media/soziale Netzwerke
 - ⇒ Personalisierte Werbung/Suchroutine bei







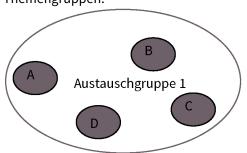
Anmerkungen

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

Junger Konsum

Suchmaschinen/Datensätze

- ⇒ Content Marketing
- ⇒ Shopping-Center/Konsum als Freizeitgefühl
- ⇒ Werbebilder/Fake-Fotos
- ⇒ Werbung in der Computer-/Spielewelt
- Diese Themen werden in den Gruppen (=
 Themengruppen) bearbeitet und die Lehr kraft gibt die Eckdaten wie Zeitrahmen (z.B.
 eine Einheit), Umfang, To-dos etc. vor (z.B.
 eine einseitige A4-Zusammenfassung erstellen, praktische Beispiele suchen, Filmsequenzen präsentieren und vieles mehr). Bei
 Bedarf könnte es hilfreich sein, den Themengruppen eine kurze schriftliche Arbeitsanweisung mitzugeben.
- Nach der vereinbarten Zeit der Gruppenbearbeitung folgt ein gegenseitiger Austausch, indem neue Gruppen (= Austauschgruppen) gebildet werden. Diese Austauschgruppen bestehen aus jeweils einer Person der Themengruppen.



- Aufgabe ist es nun, sich in diesen Austauschgruppen gegenseitig das eigene Thema vorzustellen und kurz zu erklären. Jedes Gruppenmitglied präsentiert die Ergebnisse und Fachinformationen, zeigt Beispiele, Bilder o.Ä. Dazu gibt wiederum die Lehrkraft eine Zeitvorgabe (z.B. jedes Thema wird maximal 5 Min. erklärt, danach erfolgt der Wechsel zum nächsten Thema).
- Zu beachten ist, dass die Größe der Themengruppen der Anzahl von Themen, die bearbeitet werden, entspricht (daher z.B.

vier Themen zu jeweils 4 Schüler:innen). Bei mehr/weniger Schüler:innen ist darauf zu achten, dass der Austausch trotzdem von allen Themen erfolgen kann (z.B. präsentieren dann zwei Schüler:innen im Team ihr Thema, wenn in Gruppe A nicht vier, sondern fünf Schüler:innen gemeinsam arbeiten).

• Evtl. fasst die Lehrkraft abschließend gemeinsam die Ergebnisse zusammen.

Methode