

Mysteries of Advertising

Der Einfluss von Layout – Farbe – Schrift auf unsere Wahrnehmung

| | |
|----------------------|---|
| Kompetenzerwartung | <p>Die Schülerinnen und Schüler</p> <ul style="list-style-type: none"> • ordnen Werbung als Bestandteil ihrer Lebenswelt ein, • analysieren Gestaltungsmittel und Gestaltungsabsichten von Werbemedien, • entschlüsseln und hinterfragen Werbebotschaften in Bezug auf Wirkung, Zielgruppe und Intention, • erkennen den Zusammenhang von Gestaltung, Funktion, Zielgruppe und Image, • analysieren Design als Ausdruck von Zeitgeist und gesellschaftlichen Vorstellungen, • entwickeln eigene einfache Design- oder Werbeentwürfe, • durchlaufen einen einfachen Gestaltungsprozess (Idee – Entwurf – Umsetzung), • setzen Gestaltungsmittel zielgerichtet ein, • präsentieren und reflektieren ihre eigenen Arbeiten. |
| zeitlicher Rahmen | vier bis sechs Unterrichtseinheiten |
| Ressourcen | Raum mit Dokumentenkamera, Computer und Beamer |
| Durchführung | Praktische Arbeit: Malerei / Collage / Zeichnung / App SketchBook |
| Anregungen und Tipps | Für Klassen mit 1:1 Ausstattung ist eine (anschließende) praktische Umsetzung mit der App SketchBook gut geeignet. |
| Literatur zum Thema | |
| Materialien | Powerpoint „Mysteries of Advertising“ – Arbeitsblatt – Lösung zum Arbeitsblatt – zur Differenzierung eignen sich: Vorlagen div. Alltagsgegenstände / Umrisszeichnungen |
| Autorin | Miriam Puireux |

Stundenverlauf:

| | Struktur | Erläuterung |
|-----------------------|--------------------------|--|
| Stundenverlauf | Einstieg | PowerPoint – Mysteries of Advertising – Ausschnitt eines Werbefotos Wahlweise ein kleiner Werbefilm, dessen Produkt noch nicht genannt wird |
| | PPT - Erarbeitung | Wirkungsabsicht von Werbung? Zielgruppen? – Teilaspekte / Aufgaben / Ziele AIDA Prinzip |
| | Festigung | Arbeitsblatt erster Abschnitt |
| | Erarbeitung | <ul style="list-style-type: none"> die Bedeutung von Farben / Assoziationen derern psychologische Wirkung |
| | Festigung | Arbeitsblatt zweiter Abschnitt |
| | Praktischer Teil | Aufgabenstellung PowerPoint und Arbeitsblatt <ul style="list-style-type: none"> erste Skizzen / Ideensammlung Skizzenheft |
| | Zwischenbe- sprechung | Gestaltung und Vorstellen des geplanten Produkts – Feedbackrunde durch Anwenden der Prinzipien und Farbaussagen |
| | Abschluss | Vorstellen der fertigen Arbeiten |

Differenzierung/Transfer/Übung

• **Alternative Bearbeitung / Aufgaben**

- praktische Arbeit in der App SketchBook digital erfassen und weiterbearbeiten
- rein digitale Umsetzung mit der App SketchBook:
 - bekanntes Produkt neu bewerben – Produkt selbst oder Werbeseite gestalten
 - neues Produkt kreieren
 - Produkte umfunktionieren, z.B. alte Telefone zu Lampen etc.
- Designbüro – Gruppenarbeit / Projekt mit SuS in verschiedenen „Funktionsbereichen“
- Focus auf „Lettering“ – Layout (Collage) – Komposition (Bildelemente vorgeben, arrangieren, ergänzen)
- Mögliche Verbindung zum Barock – Slogan / Werbung „a la 1746“ - Vanitas / Memento Mori / Carpe Diem

• **Zusammenarbeit mit anderen Fächern: IT, Englisch**

• **Differenzierungsmöglichkeiten**

- Vorgaben von Templates oder Umrisszeichnungen diverser Produkte
- kommerzielles Produkt neu bewerben / Werbeseiten Layout

Kriterien der Bewertung

Gestalterische Umsetzung – AIDA und farbpsychologische Aspekte wurden an Werbeaussage / Zielgruppe angepasst – Layout – saubere Ausarbeitung