

Unterrichtseinheit: Hilfe, mein Taschengeld ist schon wieder weg!

Recherchetipps: Medienzentren in Baden-Württemberg

<p>Verleihmedien aus den Medienzentren Baden-Württembergs zum Thema „Werbung“</p> <p>Online-Medienrecherche über das Landesmedienzentrum Baden-Württemberg unter: http://online.lmz-bw.de/ unter „Erw. Suche“.</p> <p>Hier eine Auswahl:</p>		
Verleih-Nr.	Titel	Inhalte
01 50515	Praxisbaustein: Bildersprache und Werbedesign	Für Realschule und Gymnasium, Klasse 8 bis Klasse 10, D 2000; Baustein aus dem Sammelwerk „Medienzeit“, das im Kontext der Medienoffensive des Kultusministeriums herausgegeben wird. Der Baustein beinhaltet die Beschreibung zweier Unterrichtsprojekte zum Thema „Werbung“ mit vollständig ausgearbeiteten Unterrichtseinheiten inklusive Arbeitsblättern. Projekt 1: Glücksbotschaften - das Zusammenspiel von Inhalt und Verpackung; Projekt 2: Die Macht der Bilder - Wirkung und Wirklichkeitsproduktion von Bildersprache und Werbedesign;

10 03195	Kind und Werbung Die Kids und die Medien	12 f, Diareihe, D 1994 Kinder erscheinen im Zusammenhang mit Werbung in einer Doppelrolle: Sie sind kaufkräftige Umworbene, also eine wichtige Zielgruppe; sie sind andererseits als Bildmotiv auch ein beliebtes Gestaltungsmittel, das Aufmerksamkeit ebenso wie positive emotionale Anmutung sichern soll. Die Diareihe enthält Beispiele für diese Doppelrolle.
10 56515	Werbung ohne Tabu: Pro und Kontra zur Benetton-Werbung	21 f, Diareihe, D 1994 Begeisterte Zustimmung und empörte Ablehnung, Proteste und Verbote, aber auch Auszeichnungen - kaum ein anderes Unternehmen hat mit ihrer Werbekampagne die Öffentlichkeit so erregt wie Benetton. Die Diareihe zeigt 17 der bekanntesten und umstrittensten Werbebilder. Ein ausführliches Begleitheft enthält u.a. Beiträge zu den Themen: Werbung zwischen Kommerz und Moral, Stellungnahmen zur Benetton Werbung, didaktische Hinweise;
42 01603	Klassiker des Design: Die Levi`s 501 Jeans	17 Min., f, Videokassette (VHS), D 1995 Die 501 Jeans von Levi gehört zu den erfolgreichsten Industrieprodukten des 20. Jahrhunderts. 1874 als Arbeitskleidung für kalifornische Goldminenarbeiter entworfen, wurden sie im Laufe der Jahrzehnte zu einem weltweiten Modeartikel und Symbol für Nonkonformismus. In Filmdokumenten,

		historischen Werbespots und Interviews mit Firmenmanagern und Designern werden Zusammenhänge zwischen Form, Funktion, Material und Markt deutlich gemacht.
42 02321	Lügen haben schöne Beine: Vom märchen-haften Alltag der Werbebranche	45 Min., f, Videokassette (VHS), D 1997 Der Film schildert die Tätigkeit der größten deutschen Werbeagenturen und deren beständiges und hartes Ringen um die Gewinnung von mehr Marktanteilen. Er informiert über die Hintergründe des Geschäfts mit der Bewerbung von Produkten und zeigt an ein-drucksvollen Beispielen, wie aufwändig Werbung heute gemacht wird.
42 66727	Apropos Maus und Co.	10 Min., f, Videokassette (VHS), D 1997; für den Unterricht empfohlen; Für die TV-Anbieter auf dem Medienmarkt wächst die ökonomische Bedeutung ausgefeilter Marketingstrategien. Die Kommerzialisierung hat Auswirkungen auf die Programminhalte und -formen. Offene und verdeckte Werbeformen werden beschrieben (Merchandising und Product Placement) sowie die Strategie der Lizenzierung am Beispiel zahlreicher Produkte veranschaulicht, die im Umfeld der Kindersendung „Die Sendung mit der Maus“ vertrieben werden.
42 84907	Mediawatch: Werbung im	15 Min., f, Schulfernsehen (VHS), D 1999

	Internet	Die Folge zeigt verschiedene Formen von „Werbung im Internet“ wie z.B. durch E-Mail, Streaming Video oder Banner-Werbung. Die zielgruppengerechte Werbung, die das genaue Persönlichkeitsprofil des Nutzers berücksichtigt und weitere Besonderheiten werden anhand von Beispielen erläutert.
42 84945	Telekolleg Deutsch, Sprachkompetenz: Die Sprache der Werbung	30 Min., f, Schulfernsehen (VHS), D 2001 „Bitte, bitte - kauf mich“. Diese Bitte steht hinter allen Werbesprüchen und Werbespots, aber natürlich getarnt, gut verpackt. Die Produkthersteller lassen sich diese Tarnung einiges kosten und die Werbeagenturen lassen sich immer Neues einfallen, damit die Botschaft auch ankommt. Wie sie ihren Appell verpacken und welche sprachlichen Tricks und Quellen sie ausschöpfen, zeigt diese Sendung.
46 50523	Filmlexikon der Wirtschaft: Marketing, Teil 1 - 5	Analyse; Planung, Strategien; Marketingmix; Abwägung und Entscheidung; Umsetzung und Kontrolle 54 Min., f; DVD, D 2001 Inhalt: Wo stehen wir heute? Analyse und Bewertung des eigenen Unternehmens aus mikroökonomischer Sicht (Produkt, Organisation); Analyse und Bewertung von makroökonomischen Einflussfaktoren (Produkte am Markt, Gesetze, Umwelt); Swot-Analyse (Stärken, Schwächen,

		Chancen, Risiken); Key-Issue-Analyse-Matrix;
50 50384	Baukasten Kinder und Werbung: Medienkompetenz für Kindergarten, Grundschule und Familie	15 Min., f, D 1999 Die sieben Bausteine des Medienpaketes sind - zusammen mit einem zusätzlichen pädagogischen Material - darauf abgestimmt, durch spielerische Aktionen die Kommunikation und Kreativität anzuregen, Wissen zu vermitteln und Analysefähigkeit zum Thema „Kinder und Werbung“ einzuüben. Inhalt des Baukastens: 1 Videokassette, 1 CD, 1 Würfelspiel, Zusatzmaterialien und Kopiervorlagen, 1 Begleitheft für Pädagogen / -innen;

Hinweise für Medienarten: **01** = Printmedium; **10** = Dia-Serie; **42** = Video (VHS); **46** = Video (DVD); **50** = Medienpaket