

# G10 Analyse von Werbung

Einige der Medienaufgaben von ScienceKids beinhalten eine Werbeanalyse. Um die Wirkungsmechanismen von Werbung zu verstehen, sind eine gründliche Auseinandersetzung und eine systematische Untersuchung notwendig, da sich eine Werbebotschaft auf verschiedenen Ebenen ihren Weg zum potenziellen Kunden bahnt. Ein schrittweises Vorgehen auf verschiedenen Analyseebenen führt von der reinen Beschreibung des Sichtbaren über Vergleich und Deutung zur eigentlichen Aussage auf der emotionalen Ebene.

Viele Werbebotschaften zitieren auch mythologische und kunstgeschichtliche Motive und Figuren. Diese zu erkennen, erfordert einiges Vorwissen. Schon deshalb ist es sinnvoll, eine Werbeanalyse in zwei Schritten durchzuführen.

## Schritt für Schritt

Schritt 1:

Materialien: Werbeplakat und  
**Arbeitsblatt G10 AB Print**

oder Werbeclip und  
**Arbeitsblatt G10 AB Clip**

Zunächst sollen die Jugendlichen die Gelegenheit erhalten, ganz individuell ohne Beeinflussung der anderen herauszufinden, was hinter einer Werbung steht. Die **Arbeitsblätter G10 AB Print** und **G10 AB Clip** sollen die Schüler bei ihrer Untersuchung je nach Medium unterstützen und von einer Ebene zur nächsten führen.

1. Zunächst wird beschrieben, was auf der Bild- und Text-, bzw. Tonebene zu sehen ist.
  - Was ist zu sehen?
  - Wie sind die einzelnen Elemente positioniert?
  - Was sagt der Text?
  - Welche Farben dominieren?
2. Dann werden die Ebenen verglichen und Parallelen hergestellt.
  - Was verbindet die Ebenen?
  - Welche Aussage des Textes findet sich im Bild wieder?
  - Wo sind Widersprüche zu entdecken?
3. Am Ende soll begründet werden, warum die Werbung funktioniert oder auch nicht.

Damit sind die wichtigsten Informationen gesammelt und die Grundlage geschaffen für eine weiterführende Diskussion in der Klasse.

Schritt 2:

Materialien: Werbeplakat oder Clip  
ausgefülltes Arbeitsblatt G10\_AB Print/Clip  
evtl. ein weiteres Beispiel mit ähnlichem Motiv

Das Vorwissen der Jugendlichen ist sehr unterschiedlich. Auch die Wahrnehmung und Einordnung in die eigene Weltanschauung unterscheidet sich stark und bietet Anknüpfungspunkte für eine Diskussion, wen welche Werbung anspricht und warum.

Spielt die Werbung auf bekannte Motive aus Mythologie oder Kunstgeschichte an, so bietet sich jetzt die Gelegenheit eine Abbildung zum Vergleich danebenzustellen und die Diskussion auf die nächste Ebene zu bringen.

1. Erweiterung des Kontextes

- Was ist zu sehen?
- In welchem Kontext ist die Szene bekannt?
- Wie ist die Figur oder die Darstellung konnotiert?

2. Werbung und Abbildung werden verglichen und Parallelen gesucht

- Was verbindet beide Darstellungen, was unterscheidet sie?
- Warum wird das Produkt mit dieser bekannten Darstellung beworben?
- Welches Image entsteht dadurch?

3. Zusammenfassung der neuen Erkenntnisse

Es wird deutlich, dass Kenntnisse über das Alltagswissen hinaus helfen können, mediale Botschaften, besonders die der Werbung in einem anderen Licht zu sehen und deren Bedeutung besser zu erfassen. Das macht auch den Alltag interessanter. Die gewonnenen Erkenntnisse helfen dabei, die eigene Kreativität zu fördern und eigene Werbebotschaften zu entwickeln und wirksam zu inszenieren.

Im Anschluss an die Analyse ist daher die Einbindung einer Eigenproduktion in einem der vorgeschlagenen ScienceKids Projekte zu empfehlen.

**Buchtipps:**

Bickelhaupt, Thomas: Kunst für's Volk. Kunstgeschichtliche Zitate in der Werbung der Printmedien. München 2005.

Buschmann, Gerd; Pirner, Manfred L. (Hrsg.): Werbung, Religion, Bildung. Kulturhermeneutische, theologische, medienpädagogische und religionspädagogische Perspektiven. Frankfurt/Main 2003.

# G10 Printwerbung

Name des Produkts: \_\_\_\_\_

Art des Produkts: \_\_\_\_\_

Das ist in der Werbung zu sehen (Beschreibung der einzelnen Elemente):

Bild	Text
Hintergrund:	Slogan:
1	Was könnte das bedeuten?
2	
3	Gibt es zusätzlichen Text, der die Aussage unterstreicht?
Dominierende Farben:	
Übereinstimmungen und Widersprüche zwischen Bild und Text:	
1	
2	
3	

Zielgruppe: \_\_\_\_\_

Ist die Werbung gut gemacht? \_\_\_\_\_

Begründe: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

# G10 Werbeclip

Name des Produkts: \_\_\_\_\_

Art des Produkts: \_\_\_\_\_

Das ist in der Werbung zu sehen (Beschreibung der einzelnen Elemente):

Formale Elemente	Handlung
Beschreibung des Raums:	Akteure:
Farben:	Handlung:
Tempo:	
Schnitte:	
Musik:	
Erzeugte Stimmung:	Pointe:
<b>Der Slogan:</b>	
Passt der Slogan zur Pointe?	
Begründe: Was passt oder was passt nicht?	

Zielgruppe: \_\_\_\_\_

Ist die Werbung gut gemacht? \_\_\_\_\_

Begründe: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_