

Schlau trinken!

Entwicklung von Werbeslogans und Plakaten

Schulstufe:

Unter- und Oberstufe

Vorbereitung:

- Pro Kleingruppe wird 1 Schülerarbeitsblatt* benötigt.

Materialien:

- Schülerarbeitsblatt
- Buntstifte/Filzstifte pro Gruppe
- 1 Flipchart-Papier oder Packpapier pro Gruppe

Durchführung:

Die Umsetzung dauert erfahrungsgemäß 50 bis 100 Minuten. Die Schüler bilden Kleingruppen zu je 4-6 Schülern. Jede Kleingruppe stellt ein Marketingteam dar, das für ein Mineralwasser (still oder gespritzt) oder einen gespritzten Fruchtsaft, einen geeigneten Produktwerbespruch und ein dazu passendes Plakat anfertigt. Im Anschluss werden die Werbeslogans und Plakate den anderen Schülern der Klasse vorgestellt. Bei der Gestaltung der Plakate können verschiedene Techniken (Zeichnungen, Collagen...) zur Anwendung kommen.

Liebes Marketing-Team!

Die Produktabteilung eurer Firma hat eben ein neues Produkt entwickelt (entweder ein stilles oder prickelndes Mineralwasser oder einen gespritzten Fruchtsaft - ihr habt die Wahl). Jetzt seid ihr - die Marketingabteilung - an der Reihe: entwickelt für dieses Produkt einen Werbeslogan und ein dazu passendes Plakat. Eure Zielgruppe sind Jugendliche in eurem Alter. Ziel ist es, mit Hilfe dieses Slogans und des Plakates Jugendliche auf das Produkt aufmerksam zu machen und mehr davon zu verkaufen.

Berücksichtigt bei der Entwicklung folgende Überlegungen:

- Welche Eigenschaften hat das Produkt? (zB still, prickelnd, erfrischend, fruchtig...)
- Welche Merkmale können dem Produkt zugeschrieben werden? (zB belebend, aufputschend, erfrischend...)
- Welche Bedürfnisse müssen bei Jugendlichen angesprochen werden, damit sie das Produkt kaufen? (zB gut für die Haut, macht einen knackigen Po...)
- Wie soll die Aufmerksamkeit der möglichen Konsumenten erregt werden?
 - durch aggressives Marketing? (zB Stopp - nicht weiter ohne gespritzten Fruchtsaft.)
 - durch Marketing fürs Gewissen (zB Trink Mineralwasser, denn es ist gut für deine Haut.)
 - durch gefühlsbetontes Marketing (zB Orangenspritzer, schmeckt wie Urlaub)
 - durch direkte Ansprache der Zielgruppe (zB Bist du sportlich, dann greif auch du zu gespritzten Fruchtsäften!)
 - durch warnende Hinweise (zB Achtung, dieses Getränk könnte deine Konzentration steigern!)