

HLA: Wir erstellen eine Checkliste zum kritischen Umgang mit Internetwerbung und wenden sie an.

Ideen für die Checkliste:

|          |                                                                                                      |
|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1</b> | <b>Geld oder Geschenk?</b><br>Kennzeichnung: Anzeige, Werbung oder Ad?                               |
| <b>2</b> | <b>Rabattcodes &amp; Links</b><br>Gibt es einen speziellen Rabattcode oder Link?                     |
| <b>3</b> | <b>Übertriebene Versprechen</b><br>Klingt es zu schön, um wahr zu sein?<br>(Das beste Produkt ever?) |
| <b>4</b> | <b>Produkt im Mittelpunkt?</b><br>Redet die Person ständig nur über das Produkt?                     |
| <b>5</b> | <b>Unabhängige Meinung?</b><br>Erzählt die Person auch etwas Negativeres oder nur Positives?         |
| <b>6</b> | <b>Eigenes Nachdenken</b><br>Frag dich: Würde ich das Produkt auch ohne diesen Post wollen?          |
| <b>7</b> | <b>Druck ausüben</b><br>Zeitlich oder mengenmäßig limitiert?                                         |

|               |                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Stunde     | Eigenes Werbevideo der LiV zu SuS-relevantem Inhalt:<br>Vorwissen aktivieren (“Was fällt dir auf?”, Warum würdest du dir das Produkt kaufen/nicht kaufen?”)<br>HA: Werbetagebuch: Wo findest du digitale Werbung in deinem Alltag? Welche Produkte werden beworben? |
| 2. Stunde     | Mindmapping zu Werbetagebuch                                                                                                                                                                                                                                        |
| 3. Stunde     | Erneutes Zeigen des eigenen Werbevideos, SuS sollen Stellen markieren, an denen Werbung deutlich wird, erste Punkte für die Checkliste sammeln                                                                                                                      |
| 4. Stunde     | Vergleich von Erfahrungsbericht und Werbevideo, Checkliste beenden                                                                                                                                                                                                  |
| 5. Stunde     | Brainstorming in Kleingruppen und Planung für eigene Videos, Entscheidung, ob Erfahrungsbericht oder Werbung erstellt werden soll                                                                                                                                   |
| 6.- 8. Stunde | Drehen der Videos                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 9. Stunde     | Präsentieren und Analysieren der Videos anhand der Checkliste                                                                                                                                                                                                       |

Von: Maria, Sina, Linea, Kristin, Kristy