

Ein unkreativer Werbefachmann

The printable version is no longer supported and may have rendering errors. Please update your browser bookmarks and please use the default browser print function instead.

Ein unkreativer Werbefachmann

Art der Methode	Programmidee
Stufe	GuSp
Schwerpunkt	Kritisches Auseinandersetzen mit sich selbst und der Umwelt
Schlagwörter	Werbung
Gruppengröße	
Vorbereitungsaufwand	
Dauer	15 Minuten
Ort	drinnen, draußen
Autor*in	Free Life J'M BOREE '03-GuSp-Abenteuerteam
Status	Entwurf
Letzte Änderung	am 3. 10. 2022 von GeraldS.
Export	PDF



Inhaltsverzeichnis

Kurzbeschreibung

Material

Detailbeschreibung

Beschreibung

Variation

Bemerkungen

Kurzbeschreibung

Kritisch Werbebotschaften betrachten

Material

Zeitungsinserateev. Papier und Stifte

Detailbeschreibung

Ein unkreativer Werbefachmann ist eine Programmidee zum kritischen Betrachten von Werbebotschaften.

Beschreibung

Ein ausgepowerter und deshalb sehr unkreativer Werbefachmann bittet die GuSp um Hilfe, weil ihm sonst der Werbeauftrag verloren geht. In der Zeitung ist das Produkt schon abgebildet (z.B. ein Massagesessel, Inkontinenzwindeln..), aber es fehlt der wichtige Text. Marktstudien haben ergeben, dass die Kunden vor allem auf 4 Worte ansprechen (z.B.: Handschellen, Eiche, Windel und Millionär) und die müssen im Werbetext vorkommen. Ob sich der Text reimt, 5 Seiten lang ist oder so, ist egal Hauptsache möglichst reißerisch und fetzig. Und weil das ganze so gut funktioniert, sollen sie auch noch gleich den dazupassenden Werbespot kreieren! **WICHTIG:** Im Anschluss mit bestehenden Werbebotschaften vergleichen, die in der Regel genauso wenig über das Produkt aussagen.

Variation

Schwierigkeitsgrad durch Wahl der Worte variieren; Mindestlänge für Werbespot.

Bemerkungen

Hat auch viel mit Schöpferischem Tun gemeinsam!

Pfadfinderinnen und Pfadfinder zwischen 10 und 13 Jahren heißen Guides (Mädchen) und Späher (Buben)

Kritisch Werbebotschaften betrachten