

# MOBILITÄT IN DEN KÖPFEN

## DREHT EINEN WERBESPOT!

Die Schülerinnen und Schüler (SuS) recherchieren nach Werbespots zu unterschiedlichen Verkehrsmitteln und setzen sich anhand von Leitfragen nach zentralen Botschaften, angesprochenen Emotionen, versprochenem Nutzen und enthaltenen Verknüpfungen von Mobilität zu anderen Lebensbereichen mit diesen auseinander. Sie schreiben in Kleingruppen je ein Drehbuch für einen eigenen Werbespot zu umweltfreundlicher Mobilität, setzen dieses filmisch in die Tat um und reflektieren ihre Ergebnisse und die im Laufe ihrer Arbeit gewonnenen Erkenntnisse.

## ZIELE

- Die SuS kennen Werbestrategien im Bereich Mobilität, sie erkennen diese als solche und analysieren sie.
- Sie gewinnen ein Verständnis dafür, wie Werbung ihren Alltag und Konsum beeinflusst.
- Sie übertragen Mobilitätsbilder aus der Werbung auf die Produktion eines eigenen Werbespots zum Thema nachhaltige Mobilität und gestalten entsprechende eigene Werbespots.
- Sie kennen und beherrschen wichtige Medienkompetenzen.

## LEHRPLANANBINDUNG

**OS, Klassenstufe 7, Deutsch, Lernbereich 1:** „Gewusst wie“

**OS, Klassenstufe 7, Deutsch, Wahlpflicht 2:** „Werbung“

**OS, Klassenstufe 7, Wirtschaft-Technik-Haushalt, Wahlpflicht 3:** „Ohne Werbung kein Verkauf“

**GY, Klassenstufe 7, Ethik, Lernbereich 3:** „Medien: Ein Spiegel der Wirklichkeit“

**GY, Klassenstufe 7, Deutsch, Wahlpflicht 2:** „Werbung im Fernsehen“

**GY, Klassenstufe 7, Deutsch, Wahlpflicht 3:** „Werbung im Internet“

**GY, Klassenstufe 8, Ethik, Wahlpflicht 3:** „Die Macht des Konsums“

**GY, Jahrgangsstufe 11/12, Kunst, Grundkurs, Lernbereich 3:** „Gestalten des Prozesses“

## **GY, Jahrgangsstufe 11/12, Kunst, Leistungskurs, Lernbereich 3:**

„Gestalten des Prozesses“

## **GY, Jahrgangsstufe 11/12, Kunst, Leistungskurs, Wahlbereich 4: „Konzeptkunst“**

### **ZEITBEDARF**

4 UE (180 min.) optionale Erweiterung als Projekttag/-woche möglich, siehe auch Projektideen

### **MATERIAL UND PRAKTISCHE VORBEREITUNG**

- Anlage 1 „Dreht einen Werbespot!“ entsprechend der Zahl an SuS kopieren
- Anlage 2 „Projektideen“ nach Bedarf ebenfalls als Kopien vorhalten
- Computer mit Internetzugang/Beamer/Leinwand, ggf. in Kooperation mit einem Medienpädagogischen Zentrum
- Videokameras bzw. Handys mit entsprechender Aufnahmefunktion
- Videoschnittprogramme (ggf. als Handy-App), weiße Leinwand, Beleuchtung, Requisiten etc.
- Geeignete Drehorte finden und auswählen

### **INHALTLICHE VORBEREITUNG**

**Zum Einstieg findet sich beim Umweltbundesamt ein großer Informationsfundus zum Thema umweltfreundliche Mobilität:**

<https://www.umweltbundesamt.de/themen/verkehr-laerm/nachhaltige-mobilitaet>

**Unterstützung und Tipps zum Medienprojekt erhalten Sie u. a. hier:**

<https://medienpaedagogik-sachsen.de/>

<https://www.lernsax.de/wws/9.php#/wws/mpz.php>

#### **Tipps für Videodrehs:**

Als Partner für die Gestaltung von eigenen Videos durch die SuS bieten sich in Sachsen u.a. der Landesfilmdienst (<https://www.landesfilmdienst-sachsen.de/unsere-angebote/aktive-medienarbeit-mit-kindern>, Angebote C und D) oder der Sächsische Aufbau- und Erprobungskanal (<https://saek.de/#medienmaterial>, siehe Projekte) an.

Hier finden Lehrkräfte und SuS Tipps zum Drehen von Videos:

<http://www.lernscouts.de/content/cont52.htm>

Auch einfache Formate wie bspw. simpleshow/Erklärvideos oder Aktionsvideos sind geeignet, (Werbe-)Botschaften wirkungsvoll zu vermitteln. Sie bieten andere Möglichkeiten, erfordern oft geringeren Zeitaufwand und eignen sich durchaus als ergänzendes Angebot (bspw. können so auch mehrere Formate umgesetzt, vergleichend betrachtet und je nach Fähigkeit der Gruppenmitglieder ausgewählt werden).

Beispiele:

**simpleshow:**

- <https://blog.hwr-berlin.de/elerner/erklavideos-einfach-selber-machen/>
- <https://www.mysimpleshow.com/de/>
- <https://de.wikipedia.org/wiki/Erkl%C3%A4rvideo>

**Aktionsvideos & Kurzfilme:**

- Klima sucht Schutz
- "Gut gemeint ist nicht immer gut gemacht" - Kurzfilm - co2online <https://www.klima-sucht-schutz.de/service/multimedia-center/videos/media/gut-gemeint-ist-nicht-immer-gut-gemacht-1/>
- Kampagne "Kopf an, Motor aus"
- "Intelligenz Spot" <http://www.kopf-an.de/die-kampagne/kino/> (ab Klasse 10/11)

## DURCHFÜHRUNG

### Unterrichtsverlauf

#### 1. Stunde:

Die Schülerinnen und Schüler recherchieren in Partnerarbeit im Internet Werbespots für verschiedene Verkehrsmittel/Mobilitätsformen.

Bei einer Einzelstunde lässt sich dies dadurch realisieren, dass die SuS vorab als Hausaufgabe ihre zwei besten Spots im Internet recherchiert haben. Gegebenenfalls sollte dazu die Klasse vorab nach Verkehrsmitteln (Fahrrad, E-Bike, E-Scooter, Motorroller, Auto, Bahn, Fernlinienbus, Flugzeug, Stadt-/Regionalverkehr etc.) aufgeteilt werden, damit nicht ausschließlich Autowerbespots ausgesucht werden.

Bei einer Doppelstunde kann die Recherche in der ersten Stunde stattfinden. Die SuS analysieren in Kleingruppen (gegebenenfalls arbeitsteilig nach Verkehrsmitteln) ausgewählte Spots.

Mögliche Leitfragen für die Analyse können die folgenden sein:

- Welche zentralen Botschaften (claims) enthalten die Spots?
- Welche Emotionen sprechen sie an?
- Welchen Nutzen, welchen Wert versprechen sie?
- Wie wird in den Spots das Thema Mobilität mit den Themen Lebensqualität und -stil verknüpft? (Einbeziehung dieser Frage je nach Leistungsstand der SuS ab ca. 8. Klassenstufe)

Pro Verkehrsmittel wird der innovativste Werbespot der Klasse per Beamerprojektion präsentiert.

## **2. Stunde/Projektarbeit zu Hause:**

Die SuS schreiben in ihrer Gruppe ein Drehbuch für einen kurzen Werbespot (maximal ein bis zwei Minuten) zum Thema „Umweltfreundliche Mobilität“. Bei komplexeren Filmprojekten bietet sich – wie bei einem realen Filmteam – die Zuweisung verschiedener Verantwortungsbereiche an: Wer sind die Schauspieler\*innen? Wer ist Kamerafrau\*mann? Wer ist Regisseur\*in, Requisitenbeschaffer\*in, Locationscout oder Cutter\*in? Dabei sollen sich die SuS die Ergebnisse ihrer Analyse in Aufgabe 2 aus der ersten Stunde zunutze machen.

## **3. Stunde/Haus- oder Projektaufgabe:**

Die SuS setzen ihre Drehbücher in die Tat um und drehen ihren Werbespot.

## **4. Stunde:**

Abschluss und Auswertung mit Vorstellung der Gruppenarbeit, Präsentation der selbstgedrehten Werbespots und Austausch im Plenum zu den eigenen Erfahrungen.

### Vorstellung der Gruppenarbeit durch die Gruppen:

Anregung: Bei der Vorstellung der Gruppenarbeit sollten alle Mitglieder der Gruppe involviert sein. Sie können dabei zusammenarbeiten oder sich abwechseln und ergänzen, wobei sich

unterschiedliche Fähigkeiten und Arten der Präsentation (ggf. dem eigenen Lerntyp<sup>1</sup> folgend) ergänzen können.

Als Leitlinien für die Vorstellung können bspw. folgende Fragen dienen:

- Zu welchen Verkehrsmitteln wurde gearbeitet?
- Welche eigenen Ideen, Spots, Bilder etc. haben die Arbeit unserer Gruppe inspiriert?
- Wie sind wir an die Sache herangegangen (Idee, Drehbuch, Umsetzung)?
- Was ist uns aufgefallen? Was war neu/spannend/überraschend/bleibt in Erinnerung/hat unseren Blick verändert?
- Wer hat was gemacht/welche Fähigkeiten eingebracht?
- Welche zentralen Botschaften soll unser Spot vermitteln?
- Ergänzend ggf.: Was würden wir beim Dreh(buch) nächstes Mal anders machen?

Den Abschluss jeder Gruppenpräsentation bildet der Werbespot und eine positive Würdigung der Arbeit, bspw. in Form von Beifall, Klopfen oder Jubel.

Die Gruppen- und Projektarbeit rundet sich im gegenseitigen Austausch im Plenum zu den eigenen Erfahrungen und ggf. in einem kurzen Resümee der begleitenden Lehrkraft ab.

### **Projektideen:**

#### **1. Projekt: Von Profis lernen**

Die Stunde und das Thema können mit einem Besuch in einer Werbeagentur, die sich mit Mobilitätsthemen und/oder Nachhaltigkeitsfragen beschäftigt, verbunden werden.

#### **2. Projekt: Fahrrad-Kampagne**

Entwickelt ein Konzept für eine kommunale Fahrradkampagne oder einer Kampagne für „Zero Emission Mobility“ („Mobilität mit null Emissionen“).

#### **3. Projekt: Fahrrad-Blog**

Erstellt einen Blog, in dem zum Beispiel das Radfahren beworben wird, nach dem Vorbild des Blogs „copenhagener cycle chic“ ([www.copenhagencyclechic.com](http://www.copenhagencyclechic.com)).

---

<sup>1</sup> auditiv, visuell, cineastisch ...

## KOMPETENZERWERB

### ERKENNEN

Die SuS können Werbestrategien im Bereich Mobilität erkennen, sie in ihren Grundzügen analysieren und beschreiben.

Sie können andere und eigene Mobilitätsmotive und die ihnen zugrunde liegenden Bedürfnisse, Gefühle und Leitbilder erkennen.

### BEWERTEN

Sie können den Werbespots zu Grunde liegende Mechanismen und Strategien reflektieren und abschätzen, wie Werbung und die darin transportierten Bilder, Aussagen und Botschaften ihren Alltag beeinflussen.

### HANDELN

Die SuS können interdisziplinäre Zugänge zur Mobilität erkennen und in der Werbung eingesetzte Mobilitätsbilder bewusst auf die Produktion eines eigenen Werbespots zum Thema nachhaltige Mobilität anwenden. Sie können ihre dadurch erweiterte Medienkompetenz für das eigene Handeln nutzen.

## WEITERBEARBEITUNG

### Wettbewerb und virales Marketing

- Ein Wettbewerb erhöht die Motivation. Prämiert werden könnten die besten Spots, die dann auch eine Zeit lang auf der Homepage der Schule und/oder bei Schulveranstaltungen gezeigt werden. Bewertet werden können die Spots von der Klasse oder von der gesamten Schule, zum Beispiel über eine Abstimmung auf der Homepage.
- SuS der Sek. II können mit entsprechender Software ihre Spots schneiden und bearbeiten. Die Produktion des Videospots zum Thema umweltfreundliche Mobilität könnte mit dem Thema „Virales Marketing“, der Werbung mit Hilfe des Web 2.0., verbunden werden.

## HINTERGRUNDINFORMATIONEN FÜR LEHRKRÄFTE

Anregungen und Hintergrundinformationen zu diesem Material und zu den Grundlagen eines integrativen Lernbereichs Mobilität & Verkehr: [bne-sachsen.de/materialien/umweltfreundlich-mobil](http://bne-sachsen.de/materialien/umweltfreundlich-mobil)

## QUELLE

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) (Hrsg.) (2012): Umweltfreundlich mobil, Materialien für Bildung und Information - Handreichung für Lehrkräfte, Berlin. Aus: <https://www.umwelt-im-unterricht.de/medien/dateien/umweltfreundlich-mobil-lehrerheftsek/>.

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (BMU) (Hrsg.) (2012): Umweltfreundlich mobil, Materialien für Bildung und Information - Schülerheft, Berlin. Aus: <https://www.umwelt-im-unterricht.de/medien/dateien/umweltfreundlich-mobil-schuelerheftsek/>.

"BMU Diese beiden Werke sind lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International Lizenz.

Sie dürfen diesen Text unter anderem ohne besondere Genehmigung verwenden und bearbeiten, z.B. kürzen oder umformulieren, sowie weiterverbreiten und vervielfältigen. Dabei müssen [www.umwelt-im-unterricht.de](http://www.umwelt-im-unterricht.de) als Quelle genannt sowie die oben genannte Creative Commons-Lizenz verwendet werden. Details zu den Bedingungen finden Sie auf der Creative Commons-Website.

Open Educational Resources Logo Umwelt im Unterricht unterstützt die Erstellung von Bildungsmaterialien unter offenen Lizenzen im Sinne der UNESCO. "

Überarbeitet und ergänzt für die Anbindung an den sächsischen Lehrplan als Teil des sächsischen Umsetzungsprojektes zum Orientierungsrahmen für den Lernbereich globale Entwicklung.

*Dieses Unterrichtsbeispiel kann kopiert und frei verwendet oder weitergegeben werden.*

## ANLAGE 1

# Dreht einen Werbespot!

Emre ist genervt von der Diskussion, ob der Motorroller oder das E-Bike „cooler“ ist und ob sich beruflicher Erfolg an der Größe des Autos ablesen lässt.



Er bittet zwei Freunde aus der Theater-AG, ihm ein Drehbuch für einen Werbespot zu schreiben, bei dem ein einfaches „Oma-Rad“ zum Kultobjekt wird. Dieses Filmprojekt will er dann während der Mobilitäts-Projektwoche umsetzen.

Jetzt seid ihr dran: Schlüpft in die Rolle von Regisseuren und Filmemachern und dreht euren Werbespot zum Thema „umweltfreundliche Mobilität“ – zum Beispiel für das Radfahren, für das Zufußgehen, für Bus & Bahn oder für das Auto der Zukunft.

### TIPP

Wie dreht man einen Film?  
Viele Tipps und Infos dazu gibt es unter:  
[www.lernscouts.de](http://www.lernscouts.de) → digitale Bilder und Video → Videos erstellen

## Aufgabe

- 1 Schaut euch Werbespots zu verschiedenen Mobilitätsformen an.
- 2 Wählt Spots zu unterschiedlichen Verkehrsmitteln/Mobilitätsthemen aus, analysiert diese in Gruppen und haltet eure Ergebnisse fest.
- 3 Schreibt in eurer Gruppe das Drehbuch für einen ein- bis zweiminütigen Werbespot zum Thema „Umweltfreundliche Mobilität“.  
Macht euch eure Analyseergebnisse zunutze.
- 4 Teilt ein, wer beispielsweise Schauspieler/-in, Kamerafrau/-mann, Regisseur/-in, Requisitenbeschaffer/-in, Locationscout, Cutter/-in ist, und setzt euer Drehbuch in die Tat um.



### Ideen zum Weitermachen

Macht daraus einen Wettbewerb, in den ihr auch andere Klassen mit einbezieht.

## ANLAGE 2

### Projektideen



- 1. Projekt: Von Profis lernen**  
Besucht doch mal eine Werbeagentur, die sich mit Mobilitäts-  
themen und/oder Nachhaltigkeitsfragen beschäftigt, und schaut  
den Profis über die Schulter.
- 2. Projekt: Fahrrad-Kampagne**  
Entwickelt eine Fahrradkampagne oder eine Kampagne für  
„Zero Emission Mobility“ („Mobilität mit null Emissionen“).  
Eine Idee bekommt ihr vielleicht hier: [www.bikebeauty.org](http://www.bikebeauty.org)
- 3. Projekt: Fahrrad-Blog**  
Erstellt einen Blog, in dem ihr zum Beispiel das Fahrrad bewirbt,  
nach dem Vorbild des Blogs „copenhagener cycle chic“  
([www.copenhagencyclechic.com](http://www.copenhagencyclechic.com)).