

Werbung

Werbung vor 100 Jahren

Info für Lehrpersonen



Arbeitsauftrag	Die Lehrperson erklärt den Auftrag und verteilt das Arbeitsblatt. Die SuS lösen die Aufgabe mit dem Banknachbarn. Die Lösungen werden im Plenum besprochen.
Ziel	Die SuS analysieren Werbeplakate und vergleichen 100-jährige Werbungen mit Beispielen von heute.
Material	Arbeitsblatt Lösungsblatt
Sozialform	2er-Gruppen
Zeit	25'

Quelle Hund-Bild: <https://www.hundeklick.de/sprueche-videos/sprueche/784-tiere-muessen-respektiert-werden>

Quelle Opel-Bild:
<http://media.opel.de/media/de/de/opel/news.detail.html/content/Pages/news/de/de/2018/opel/01-15-angrillen.html>

Werbung

Werbung vor 100 Jahren

Arbeitsblatt



Aufgabe:

Vergleiche die modernen Werbeplakate mit denjenigen vor 100 Jahren. Was fällt auf bezüglich Bildsprache, Werbeslogan, Aussage etc? Wie hat sich das Produkt, für das geworben wird, verändert? Welche Rolle spielt die Frau?

Vor dem 18. Jahrhundert war es noch nicht möglich, Werbeplakate mit einer hohen Auflage zu drucken. Erst mit der Erfindung des Steindruckes konnten die Plakate seriell reproduziert werden. Sie wurden an möglichst exponierter Lage aufgehängt, sodass viele Leute angesprochen werden konnten. Schon damals merkte man, dass die Information auf dem Bild aus Platzgründen aufs Wesentliche beschränkt werden musste. Dies setzte einen knappen, einfachen, direkten und überzeugenden Werbeslogan voraus.

Ovomaltine



Tierschutz



Opel



Werbung

Werbung vor 100 Jahren

Lösung



Ovomaltine

Bei der Werbung in früheren Jahren ging es in erster Linie darum, die Wirkung von Ovomaltine zu kommunizieren: Energie und Stärkung dank Ovomaltine aufgrund seiner 13 Vitamine und 4 Mineralstoffe.

Später richtete sich der Fokus nebst den Attributen Stärkung und Energie auf den Geschmack von Ovomaltine. Zudem wurden die Kampagnen – um mehr Aufmerksamkeit zu erzeugen – humorvoller gestaltet.

Tierschutz

Tierschutz: Das Bild links zeigt eine Richtig-Falsch-Situation. Vor hundert Jahren, als das Werbeplakat entstand, wurden Tiere noch als Sachen bezeichnet. Pferde waren vorwiegend Arbeitstiere und daher sehr wertvoll. Das Plakat macht darauf aufmerksam, dass man das Tier nicht überbelasten soll, und zeigt Männer, die ihm helfen und den Karren stossen. Dass das Tier seine zu schwere Last allein ziehen muss, wird als „Schande“ bezeichnet. Es findet also bereits in frühen Jahren eine Sensibilisierung für den Schutz des Tieres statt. Seither hat sich der soziale Hintergrund und das Verhältnis vom Menschen zum Tier stark verändert. Das Tier wird mit dem Menschen sozusagen gleichgestellt. Das Plakat aus der heutigen Zeit visualisiert diese Gleichstellung; Menschen möchten respektiert werden, also sollen sie Tiere ebenfalls respektieren und dementsprechend behandeln.

Opel

Opel-Werbung: Das Produkt hat sich dank technischem Fortschritt in den letzten hundert Jahren stark verändert und immer weiterentwickelt. Die Form ist runder geworden, und man verwendet neue Materialien. Früher war es ausschliesslich der Mann, der den Wagen fuhr. Daher wurde das Auto von einer attraktiven Frau präsentiert. Sie soll für den Mann verlockend wirken. Denn wie eine Göttin streckt sie dem Mann das Gefährt entgegen. Sie strahlt Schönheit, Sexualität und Stärke aus. Seit einigen Jahren hat sich die Zielgruppe der Autowerbung verändert. Das Auto wird nicht mehr nur vom Mann, sondern auch von der Frau gefahren und gekauft. Heute wird sogar für Familienwagen geworben. Die Kinder bestimmen also indirekt mit, welcher Wagen gekauft wird.