

STUDIENSEMINAR FÜR LEHRÄMTER
AN SCHULEN KREFELD
SEMINAR FÜR DAS LEHRAMT AM BERUFSKOLLEG

Schriftlicher Unterrichtsentwurf

Fachrichtung:	Deutsch
Fach:	Deutsch
Lernfeld:	--
Thema:	Thema der heutigen Unterrichtsstunde: Frauenbilder in der Werbung- eine exemplarische Er- arbeitung werbetypischer Frauenklischees anhand zweier Werbebeispiele von Jacobs Kaffee
Kurze Zusammen- fassung	Frauenbilder in der Werbung
Datum:	29. April 2005
Bildungsgang/Stufe:	Unterstufe einer Höheren Berufsfachschule
Autor: (freiwillig)	Julia Schweitzer
Emailadresse: (frei- willig)	

1. Lernvoraussetzungen im Hinblick auf die Unterrichtsstunde

1.1 Rahmenbedingungen:

Die Schülerinnen und Schüler der Klasse HHFU absolvieren eine dreijährige schulische Ausbildung, die zur Fachhochschulreife und dem Berufsabschluss „Staatlich geprüfte(r) kaufmännische(r) Assistent(in) – Fachrichtung Fremdsprachen“ führt. Die Schülerinnen und Schüler¹ befinden sich im ersten Ausbildungsjahr. Das Fach Deutsch/ Kommunikation wird zweistündig unterrichtet.²

Die eher heterogene Altersstruktur der Lerngruppe ist der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen:

	16	17	18	19	21	23	Summe
männlich				1	1		2
weiblich	5	8	5	2	3	1	24
Summe	5	8	5	3	4	1	26

Die Schülerinnen verfügen alle über den Abschluss der Fachoberschulreife mit bzw. ohne Qualifikation. Seit Februar 2005 erteile ich in dieser Klasse bedarfsdeckenden Unterricht.

1.2 Vorkenntnisse und Verhalten der Schüler in Bezug auf den Stundeninhalt:

Fachkompetenz:

Die Vorkenntnisse der Schülerinnen sind heterogen. Zwei schriftliche Ausarbeitungen und die Unterrichtsbeiträge der Schülerinnen lassen erkennen, dass gravierende Defizite im Fach Deutsch/ Kommunikation vorhanden sind. Eine wichtige Ursache für die Schwächen im mündlich und schriftlichen Ausdruck ist, dass für über die Hälfte der Schülerinnen Deutsch nicht die Muttersprache ist.

In der Reihe Werbeanalyse erwies es sich für die Schülerinnen als sehr schwer, wesentliche Elemente einer Printwerbung zu erkennen, diese zu analysieren und ihre Arbeitsergebnisse in schriftlicher Form angemessen auszudrücken. Das Thema Werbeanalyse ist für die Schülerinnen, mit Ausnahme von drei Wiederholern, neu, so dass ich bei der Konzeption und Durchführung der Unterrichtsreihe keine Vorkenntnisse berücksichtigen konnte.

Leistungsbereitschaft und Sozialkompetenz:

Die Klasse lässt sich in zwei Gruppen gliedern. Die eine Hälfte der Klasse arbeitet stetig mit, während die andere überwiegend Desinteresse zeigt. Diese Schülerinnen müssen durch gezielte Ansprache zur Mitarbeit angeregt werden. Darüber hinaus verursachen sie durch Nebengespräche Unterrichtstörungen.³ Im Vergleich zu anderen mir bekannten Klassen der Höheren Handelsschule ist die Qualität der Beiträge als eher mittelmäßig einzustufen. Nach eigenen Äußerungen der Schüler ist ihre eher passive Arbeitshaltung auf die hohe Belastung in den anderen Fächern zurückzuführen. Die schriftliche Bearbeitung von Aufgaben erfolgte aus diesem Grund größtenteils im Unterricht, so dass die Schülerinnen innerhalb der Unterrichtsreihe nur einmal eine vollständige Werbeanalyse zu Hause verfassen mussten.

¹ Im Folgenden werde ich den Begriff „Schülerinnen“ synonym für Schüler und Schülerinnen verwenden, um eine bessere Lesbarkeit des Textes zu gewährleisten.

² Der Unterricht findet dienstags in der achten Stunde und freitags in der vierten Stunde statt.

³ Es gibt eine kleine Zahl von Schülerinnen, die in die Klasse hineinreden. (Hilda, Allaleh...)

Sozialkompetenz- und Methodenkompetenz:

Im Fach Deutsch wurde überwiegend in den Sozialformen Einzelarbeit⁴ sowie Partnerarbeit gearbeitet. Die Methode Gruppenarbeit wurde bisher nur einmal im Fach Deutsch angewandt; innerhalb der folgenden Unterrichtsreihe werden unterschiedliche Gruppenarbeitsformen verstärkt eingesetzt.

2. Didaktisch/ methodische Hinweise

2.1 Curriculare Anbindung:

Die Richtlinien für die Jahrgangsstufe 11 der Höheren Handelsschule sehen vor, dass die Schüler und Schülerinnen „unterschiedliche Textsorten und Textfunktionen erkennen“⁵ und „Textfunktionen bearbeiten können“⁶. Die Erarbeitung „Sprachlicher/ rhetorischer Mittel“ ist ein weiterer Schwerpunkt innerhalb der Reihe Werbeanalyse. Die didaktische Jahresplanung der Schule sieht das Thema „Werbeanalyse“⁷ für die Unterstufe der höheren Handelsschule vor. Zudem kann die Werbeanalyse im Fach Deutsch/ Kommunikation Thema der Abschlussprüfung sein.

2.2 Einordnung in das unterrichtliche Umfeld

Die Reihe Werbeanalyse wurde unter Berücksichtigung mehrerer Zielsetzungen konzipiert. Neben der Untersuchung „sprachlich- rhetorischer Mittel und deren Wirkung“ stand vor allem der Aspekt „Verfassung einer vollständigen Analyse“ im Vordergrund. Ein bewusster und kritischer Umgang mit Werbung wurde durch die Auswahl der Printwerbbeanzeigen gewährleistet.⁸

Die Planung der Unterrichtsreihe „Werbeanalyse“ ist der nachfolgenden Tabelle zu entnehmen:

Unterrichtsstunden	Thema/ Inhalt
1-2	- Einführung in das Thema Werbung (Arten von Werbung ,Geschichte der Werbung, Bedeutung der Werbung)
3-4	- Aufbau einer Werbeanzeige (Headline, Slogan, Fließtext, Logo...) (Bilddominante versus textdominante Werbung)
5-6	- Erarbeitung rhetorischer Mittel anhand von Slogans
7-8	- Wie schreibe ich eine Werbeanalyse? (Aufbau einer Werbeanalyse anhand des Beispiels „Opel Tigra TwinTop“.
9-14	Übungsphase: - Produktion von Werbeanalysen (Lufthansa, Ristorante, Microsoft) - Kritische Reflektion
15-16	- Klassenarbeit (Coca-Cola- Werbung)
17	- Frauenbilder in der Werbung
18.	- Collagen zum Thema „Frauenbild und Werbung“

⁴ Anmerkung: Die Einzelarbeitsphasen dienen in diesem Kontext der eigenständigen Textproduktion

⁵ vgl. Lehrplan zur Erprobung für das Berufskolleg in NRW. Fachoberschule Klasse 11, 12, 13. (Anlage C und D der APO- BK. Deutsch/ Kommunikation. Hrsg. vom Ministerium für Schule, Jugend und Kinder des Landes NRW, S.10 ff.

⁶ vgl. ebd. S.10.

⁷ vgl. didaktische Jahresplanung des Berufskollegs für Wirtschaft und Verwaltung.

⁸ Anmerkung: In diesem Kontext wurden die Aspekte „Werbewirkung und manipulative Werbung“ thematisiert.

2.3.1 Fachlich - inhaltliche Schwerpunktsetzung der Unterrichtsstunde:

Der inhaltliche Schwerpunkt liegt in der kritischen Auseinandersetzung der Schülerinnen mit den in der Werbung propagierten Frauenbildern. Sie sollen dafür sensibilisiert werden, dass Klischees zum einen in der Werbung aufgegriffen werden, zum anderen, dass Werbung diese Klischees verstärkt bzw. diese erst selbst prägt. Die Schülerinnen erkennen, wie sich das Frauenbild in der Werbung geändert hat und versuchen Erklärungsansätze für diese Veränderung zu finden. (Interpretation)

Weiterhin können die Schülerinnen ihr erworbenes Wissen über den Einsatz sprachlicher Mittel in der Werbung anwenden, indem sie eigene Headlines formulieren.

2.3.1 Methodisch- mediale Entscheidungen:

Die methodische Schwerpunktsetzung liegt in der selbständigen Durchführung und anschließender Reflexion von Gruppenarbeit. Nach den in der Vergangenheit verstärkt eingesetzten Einzelarbeitsphasen, die für die Textproduktion notwendig waren, soll diese Stunde Kommunikation und Schüleraktivität fördern. Der Wechsel zwischen Stuhlkreis und Lerninseln visualisiert in diesem Kontext den Übergang zwischen Einstiegs- und Erarbeitungsphase. Zusätzlich erfolgt hier der mediale Wechsel von Werbespot und Printwerbung, so dass auch unterschiedliche Kanäle angesprochen werden.

3. Ziele des Unterrichts

Angestrebte Kompetenzerweiterungen:

- Die Schülerinnen erkennen, dass Werbung bestimmte Frauenbilder (Klischees) verwendet, indem sie die Werbefigur Karin Sommer vor dem Hintergrund des Einstiegsbeispiels analysieren und dieser Eigenschaften zuordnen. (Fachkompetenz)
- Die Schülerinnen erweitern ihre Sprachkompetenz, indem sie eine eigene Headline zu der ihnen vorliegenden Printwerbung formulieren und somit die ihnen bekannten sprachlich rhetorischen Mittel bewusst einsetzen.
(Fachkompetenz)
- Die Schüler und Schülerinnen erkennen wichtige Vorteile der Gruppenarbeit, indem sie die Methode durchführen und in einem Blitzlicht reflektieren.
(Methodenkompetenz/ Sozialkompetenz)
- Die Schüler und Schülerinnen erweitern ihre Sozialkompetenz, indem sie in Zufallsgruppen kooperativ arbeiten und zu einem Ergebnis kommen, das sie als Gruppe gemeinschaftlich vertreten. (Sozialkompetenz)

4. Literaturverzeichnis:

- Lehrplan zur Erprobung für das Berufskolleg in NRW. Fachoberschule Klasse 11, 12, 13. (Anlage C und D der APO- BK. Deutsch/ Kommunikation. Hrsg. vom Ministerium für Schule, Jugend und Kinder des Landes NRW, S.10 ff.
- Didaktische Jahresplanung des Berufskollegs für Wirtschaft und Verwaltung aus dem Jahr 2003.

Synopse:

Unterrichtsphasen	Unterrichtsinhalt	Sozial-/Aktionsformen	Medien
Einstieg	<p>Die SuS sehen den Werbespot für das Produkt Jacobs Krönung Light aus dem Jahr 1999. (oder einen anderen Werbespot, der eine Karrierefrau zeigt)</p> <p>Die SuS beantworten die folgenden Impulsfragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie würdet ihr die Hauptdarstellerin des Werbespots beschreiben? • Welches Klischee einer Frau ist hier vertreten? 	<p>Darbietend- impulsgebend</p> <p>Brainstorming</p> <p>(Stuhlkreis)</p>	<p>Werbespot (DVD)</p> <p>Karteikarten/ Stifte</p>
Erarbeitung	<p>Die SuS beschreiben die Werbefigur Karin Sommer unter Berücksichtigung äußerer und innerer Merkmale und erarbeiten das dieser Werbung zugrunde liegende Frauenbild vor dem Hintergrund des Einstiegsbeispiels.</p> <p>Die SuS formulieren eine passende Headline zur Werbung.</p>	<p>Arbeitsgleiche Gruppenarbeit</p> <p>5 Gruppen (mit jeweils 5 Personen)</p> <p>Bearbeitungszeit (15 Minuten))</p> <p>(Lerninseln)</p>	<p><u>Arbeitsmaterialien:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - Printwerbbeanzeige der Firma Jacobs Kaffee aus dem Jahr 1971. - Gruppenarbeitsaufträge - Folie , Stift, Plakat <p>Anlage 1, Anlage 2</p>
Präsentation	<p>Die SuS präsentieren ihre Ergebnisse vor der Klasse.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Präsentation Aufgabe 1: OHP • Präsentation Aufgabe 2: Plakat 	<p>Schülerpräsentation</p> <p>(Stuhlkreis)</p>	<p>OHP</p> <p>Plakat</p> <p>Anlage 3</p>
Sicherung	<p>Die SuS äußern sich einzeln zur Methode Gruppenarbeit.</p> <p>Die SuS diskutieren ihre Gruppenarbeitsergebnisse.</p>	<p>Blitzlicht</p> <p>Unterrichtsgespräch</p> <p>(Stuhlkreis)</p>	
Hausaufgabe	<p>Die Schülerinnen sammeln Printwerbungen, die einem der beiden Frauenbilder oder weiteren Klischees zugeordnet werden können.</p>	<p>Einzelarbeit</p>	<p>Tafel</p>

Headline:

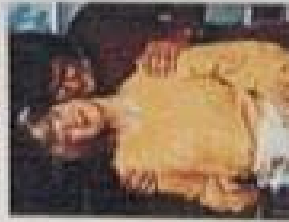


Karin Sommer achtet beim Einkaufen sorgfältig auf Qualität und Preis.

Ich gehe mit meinem Haushaltsgeld sehr sorgfältig um
und achte beim Einkaufen immer darauf,
daß ich für mein Geld nur Besseres
für meine Familie bekomme.

Bei Kaffee entscheide ich mich
deshalb immer wieder für Jacobs.
Mein Mann trinkt meinen Kaffee
sehr gerne.

Für ihn ist das ein kleiner Beweis,
daß ich mir mit meiner Familie
sehr viel Mühe gebe.



Peter Sommer findet auch, daß
seine Frau wunderbaren Kaffee
kocht.

„Karin... du bist wunderbar.“



Weil er das große Aroma hat:
Jacobs Kaffee... wunderbar!

Gruppenarbeitsaufträge

Bearbeitungszeit: 15 Minuten



1. Verteilt die euch zur Verfügung stehenden Gruppenarbeitskarten, so dass jeder in der Gruppe für eine Aufgabe verantwortlich ist!



2. Schaut euch die Werbung genau an und lest aufmerksam den Fließtext!

3. Analysiert das der Werbung zugrunde liegende Frauenbild,

- indem ihr stichwortartig das äußere Erscheinungsbild von Karin Sommer beschreibt!
- indem ihr Textstellen unterstreicht die Aufschluss über den Charakter von Karin Sommer geben!
Welche Eigenschaften würdet ihr Katrin Sommer zuordnen?

Schreibt eure Arbeitsergebnisse auf die Folie!

4. Findet eine „passende“ Headline und ergänzt diese auf der Werbung. Schreibt zusätzlich die Headline auf den Plakatstreifen!

Anlage 3: Erwartete Gruppenarbeitsergebnisse:



Arbeitsauftrag 3:

Äußeres Erscheinungsbild	Charakterzüge/ Attribute
<ul style="list-style-type: none">- gepflegtes Erscheinungsbild- blonde Fönfrisur- biedere Kleidung (Pullunder über Bluse) (im Vergleich zur eher aufreizenden Kleidung der Frau im Einstiegsbeispiel)- auffällig: Einkaufskorb <p>2. Bild:</p> <ul style="list-style-type: none">- Schürze(Karin Sommer in der Küche)	<ul style="list-style-type: none">- Sparsamkeit- Qualitätsbewusstsein- Fürsorglichkeit- Pflichtbewusstsein- Familie steht im Mittelpunkt <p>2. Bild:</p> <ul style="list-style-type: none">- Sie ist anschniegsam und liebevoll.- Sie kommt ihren häuslichen Pflichten nach (Kaffee kochen...)
Klischee: Fürsorgliche Ehefrau und Mutter/ glückliche Hausfrau	

Arbeitsauftrag 4: individuelle Schülerbeispiele

