

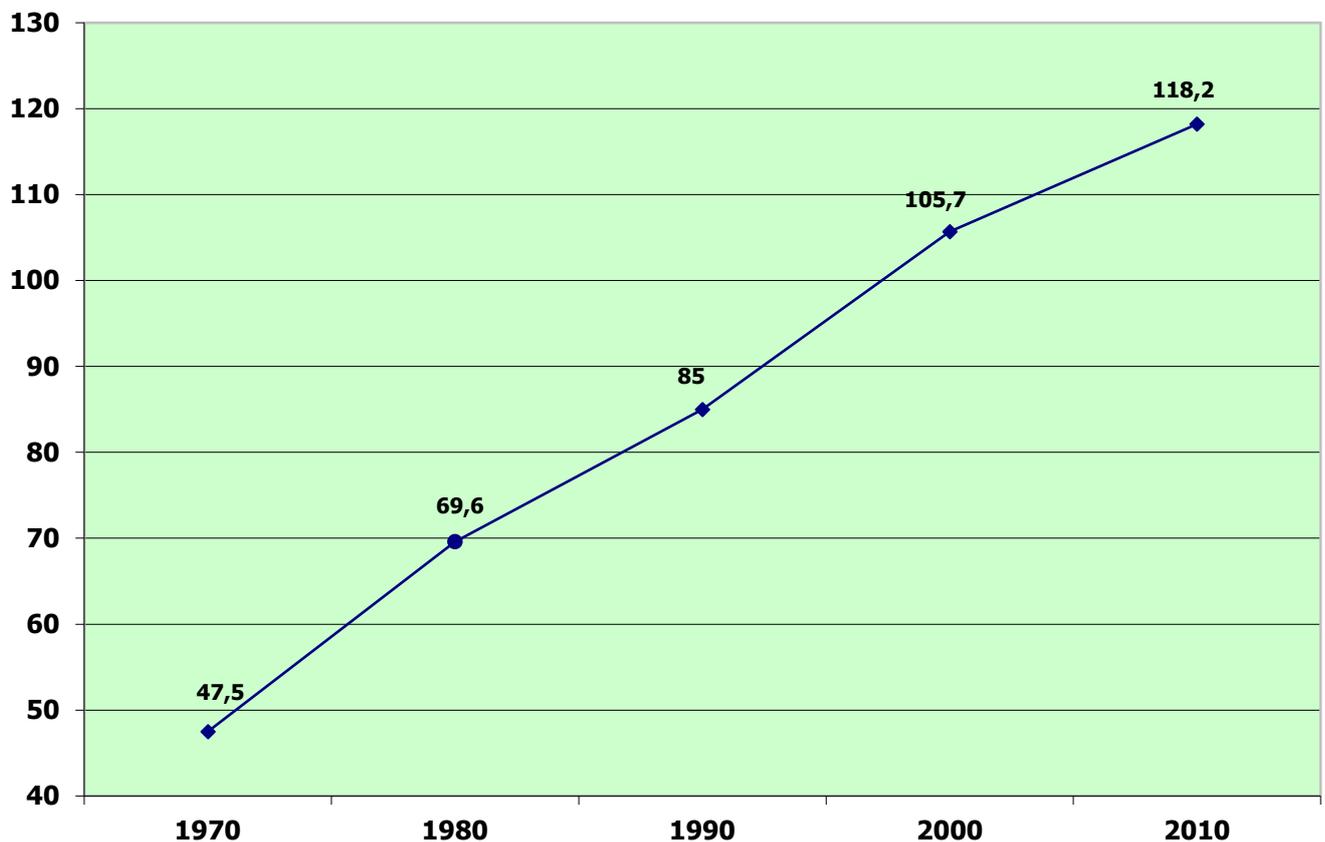
Aufgabensammlung : Werbung in unserer Lebenswelt

Lest den Einführungstext. Notiert Euch eure Gedanken und Antworten zu den einzelnen Aufgaben und Fragen auf einem Extrablatt. Recherchiert bei Bedarf im Internet.

- 1.) Welche Werbemittel (zum Beispiel Plakat, Werbesäule, Logo auf Bekleidungsstücken, Clips bei Youtube) kannst du benennen? Welchen Arten von Werbung und welchen Werbemitteln begegnest du an einem ganz normalen Tag? Überlege anhand eines Tagesablaufs vom Frühstück bis zum Einschlafen. Liste an einer Tafel, einem Flipchart oder auf Zetteln beziehungsweise Moderationskarten diesen Tageswerbekonsum auf. Überlege und markiere dabei, welche Werbung du aufmerksam beobachtest und welcher du eher wenig Beachtung schenkst. Wie viele Werbebotschaften nimmt ein Mensch täglich wahr?
- 2.) Fasse mit eigenen Worten zusammen, auf welche Weise Werbung auf den Menschen wirkt. Recherchiere im Internet das AIDA-Modell, die DAGMAR-Formel und das KISS-Prinzip und stelle diese mit Hilfe einer Collage, eines Plakats oder einer Präsentation dar. Beziehe dabei Beispiele ein, die die einzelnen Stufen des AIDA-Modells, der DAGMAR-Formel und des KISS-Prinzips veranschaulichen.
- 3.) Recherchiere: Welches waren die erfolgreichsten 10 Werbekampagnen in Deutschland in den letzten 10 Jahren? Warum waren diese Werbekampagnen so erfolgreich? Erstelle eine Collage, Wandzeitung oder eine Präsentation.
- 4.) Welche Informationsmittel und Informationsquellen stehen Verbraucherinnen und Verbrauchern zur Verfügung, um sich vor dem Kauf eines Produktes zu informieren? Bei welchen Produkten sollte man sich besonders gründlich informieren, bevor es zu einer Kaufentscheidung kommt? Welche Kriterien und Argumente können bei deiner persönlichen Kaufentscheidung wichtig sein?
- 5.) Untersuche das Diagramm „Werbestärkste Branchen in Deutschland in 2017“ und überlege, welche Aussagen sich daraus ableiten lassen. Erläutere für 5 ausgewählte Branchen, welche Produkte diese beinhalten. Suche für 5 ausgewählte Branchen jeweils ein Werbe-Beispiel und erstelle daraus zum Beispiel eine Collage oder eine Präsentation.
- 6.) Untersuche das Diagramm „Netto-Werbeinnahmen erfassbarer Werbeträger in Deutschland“. Welche Aussagen lassen sich daraus ableiten? Recherchiere: Welche Berufe gibt es in der Werbebranche? Wie viele Arbeitsplätze gibt es in Deutschland in der Werbebranche einschließlich der Produktion von Werbemitteln und der Marktforschung? Erstelle dazu z. B. einen Text, eine Collage oder ein Plakat.
- 7.) Untersuche das Diagramm „Investitionen in Werbung (IiW) in Deutschland in Milliarden Euro“. Fasse die ableitbaren Aussagen in Worten zusammen. Überlege z. B. mit Hilfe einer Mindmap aus verschiedenen Perspektiven (ein Werbemittelproduzent, ein Verbraucherschützer, ein Konsument und ein Philosoph), welche Aussagen zu den Zahlen getroffen werden könnten. Welche dieser Perspektiven entspricht am meisten deinen Aussagen zu den Zahlen?

- 8.) Untersuche das Diagramm „Pro-Kopf-Verbrauch von Erfrischungsgetränken in Litern, Beispiel New York“. Welche Aussage lässt sich aus dem Diagramm ableiten? In den USA sind vor allem zuckerhaltige Erfrischungsgetränke wie z. B. Coca Cola beliebt, sie werden in den Fast-food-stores gerne in 1-Liter Bechern und auch noch größeren Bechern verkauft oder das Nachfüllen ist beliebig oft kostenlos möglich. Recherchiere: Wieviel Zucker enthält ein Glas (250ml) Coca-Cola, wieviel Zuckerwürfel wären das? 2012 plante der Bürgermeister von New York, den Verkauf von zuckerhaltigen Erfrischungsgetränken in größeren Bechern als ½ Liter in fast-food-stores, Restaurants, Stadien und Kinos zu verbieten. Verstöße sollten mit einem Bußgeld von 200 US-Dollar belegt werden. Was sollte dieses Gesetz bewirken? Überlege, wie das Gesetz sich auf den Konsum von zuckerhaltigen Erfrischungsgetränken ausgewirkt haben könnte. Recherchiere dazu. Nenne Argumente für und gegen das geplante Gesetz, finde einen eigenen Standpunkt und begründe ihn in einem kurzen Text.

Pro-Kopf-Verbrauch von Erfrischungsgetränken in Liter Bsp: New York



- 9.) Sollte der Staat regulierend eingreifen, um den Zuckerkonsum der Verbraucher zu senken? Lies den Zeitungsartikel „In England ist die Limonade nur noch halb so zuckrig“. Gib den Inhalt mit eigenen Worten wieder und begründe deine eigene Meinung zu diesem Thema.

In England ist die Limonade nur noch halb so zuckrig

Getränkhersteller streichen Zucker wegen neuer Steuer / Ministerin Klöckner: Das ist der falsche Weg

Jäger. FRANKFURT, 26. März. In Kürze wird in Großbritannien eine Unternehmenssteuer auf Limonaden wirksam. Und schon vor dem 6. April, dem Tag ihres Inkrafttretens, zeigt die Maßnahme die intendierte Lenkungswirkung: Die Hersteller haben, den Zuckergehalt der Getränke deutlich verringert, um die Besteuerung zu umgehen. Das zeigen Recherchen der Verbraucherorganisation Foodwatch, die der F.A.Z. vorliegen und an diesem Dienstag veröffentlicht werden. Demzufolge haben etwa die Getränkekonzerne Coca-Cola, Nestlé und der große britische Getränkekonzern Britvic PLC mit Rezeptänderungen reagiert.

Ebenso handelten demnach die Handelsketten Lidl und Tesco, die süße Getränke unter Handelsmarken verkaufen. Zuckergehalte von mehr als 5 oder 8 Gramm je 100 Milliliter werden in Großbritannien fortan mit gestaffelt hohen Abgaben belegt. Für Fanta und Sprite zum Beispiel reduzierte der Hersteller Coca-Cola aufgrund der beschlossenen Steuer

die Zuckergehalte von 6,9 auf 4,6 beziehungsweise von 6,6 auf 3,3 Gramm. In Deutschland enthielten diese beiden Getränkesorten hingegen jeweils mehr als 9 Gramm Zucker je 100 Milliliter, wie die Verbraucherschützer berichten.

Foodwatch bezieht sich auf einen Bericht der britischen Gesundheitsbehörde OBR. Für den Staat verringert sich der erhoffte Einnahmefekt. Die Reaktionen der Hersteller seien schneller und umfangreicher ausgefallen als erwartet. Erwartungen von 520 Millionen britischen Pfund Mehreinnahmen seien auf nur noch 240 Millionen Pfund nach unten korrigiert worden.

Großbritannien ist mit seinem Vorsatz nicht allein. Eine Reihe von Staaten führte in den vergangenen Jahren unterschiedlich gestaffelte Steuern auf stark gezuckerte Getränke oder Regulierungen ein. Denn der hohe Zuckerkonsum gilt als ein Risikofaktor nicht nur für Karies, sondern auch für Übergewicht und Diabetes des Typs 2. In diesem Sinne forderte der Gesundheitsverband „Allianz Nichtübertragbare Krankheiten“ am Montag erhöhte Mehrwertsteuersätze auf Softdrinks (von 19 auf 29 Prozent) bei zugleich steuerbefreiem Obst und Gemüse (derzeit 7 Prozent). Die Zuckerindustrie bestreitet das Diabetesrisiko durch Konsum von Süßem.

Jede Seite in dieser andauernden Debatte bemüht unterschiedliche Studien. In Mexiko, so viel ist klar, zeigte eine Limonadensteuer Wirkung: Es ist das Land mit einer der höchsten Raten von Adipositas (Fettleibigkeit) der Welt. Die Verbraucher zahlen dort seit 2014 zehn Prozent mehr für Limonaden. Der Absatz ging um mehr als zehn Prozent zurück. Ähnliche Modelle gibt es in mehreren Ländern Europas und Afrikas; in New York wurde der Verkauf großer Limo-Becher verboten.

Foodwatch fordert die neue Bundesverbraucherministerin Julia Klöckner (CDU) auf, nach britischem Vorbild eine Herstellerabgabe auf „übersüßte“ Getränke durchzusetzen. Deutschland schaue „latente“ zu, wie die Hersteller kiloweise Zucker in ihre Produkte kippen“, sagt die Kampagneleiterin Luise Molling plakativ. Ministerin Klöckner widersprach im Gespräch mit der F.A.Z. Sie sagt, bisherige Versuche der Besteuerung hätten „wenig Erfolg“ gezeigt. „Ich halte es für den falschen Weg, dass wir einzelne Rohstoffe zum Süßendruck für Fehlnahrung machen“, sagte sie. „Wir brauchen eine Gesamtstrategie zur Reduzierung der Kalorienbilanz.“ Die Weltgesundheitsorganisation empfiehlt den Staaten andererseits Zuckersteuern. In Großbritannien senkte der zweitgrößte Getränkekonzern des Landes Britvic für mehr als 90 Prozent seiner Getränke den Zuckergehalt unter 5 Gramm, so Foodwatch. Ähnlich habe San Pellegrino gehandelt, das auch Limonaden anbietet. In Deutschland wiesen diese Limonaden Zuckergehalte von rund 10 bis 12 Gramm auf. In Großbritannien nun weniger als 5 Gramm je 100 Milliliter. Allerdings wurden die Getränke in Großbritannien nicht entsprechend weniger süß. Die Hersteller ersetzten den Zucker durch Süßstoffe, wie Foodwatch bemängelt.

Frankfurter Allgemeine Zeitung 27.03.18

- 10.) Untersuche das Diagramm „Die 25 werbestärksten Unternehmen in Deutschland 2017“. Welche Aussagen lassen sich daraus ableiten? Suche 5 Unternehmen aus und recherchiere, welche verschiedenen Produkte die Unternehmen herstellen. Erstelle dazu zum Beispielleine Collage oder eine Präsentation.
- 11.) Was ist eine Marke, wie entsteht diese und wie wirkt sie? Stellt z. B. in einer Präsentation oder einer Collage drei „starke Marken“ vor und überlegt, warum diese so bekannt sind. Würdet ihr diese Markenprodukte kaufen? Begründet eure Meinung.
- 12.) Haben Marken eine bessere Qualität als „No-name-Produkte“? Wie könnte man das testen? Überlegt anhand eines Produkts einen möglichen Testaufbau und führt den Test durch. Erstellt ein Ergebnisprotokoll.
- 13.) Kennt ihr spezielle Werbekampagnen für Jugendliche und junge Erwachsene? Stellt zwei Beispiele vor. Warum wendet sich diese Werbung an junge Menschen? Durch welche Mittel wird die Zielgruppe erreicht?
- 14.) Für Bekleidung und speziell Bekleidungsmarken wird intensiv geworben. Nenne 5 Bekleidungsmarken, die dir bekannt sind. Untersuchungen haben ergeben, dass von 10 gekauften Kleidungsstücken 4 niemals oder nur einmal getragen werden. Recherchiere im Internet dazu und überlege, woran das liegen könnte. Welche Erfahrungen und welche Meinung hast du? Recherchiere anschließend im Internet zu den Arbeitsbedingungen in der Textilproduktion in Asien. Fasse auch dazu dein Ergebnis zusammen. Ändert das Ergebnis deine Meinung? Erstelle zum gesamten Ergebnis zum Beispiel eine Präsentation, eine Collage, eine Präsentation oder eine MindMap.
- 15.) Was ist „Nudging“ und „Native Advertising“? Recherchiere und stelle das Ergebnis in einem Text oder visuell anhand von drei Beispielen dar.
- 16.) Erläutere die Begriffe „Influencer“, „Trendscouts“ und „Branding“. Recherchiere dazu und finde jeweils ein Beispiel. Stelle das Ergebnis in einem Text oder visuell dar. Welche Meinung hast du zu dieser Art von Werbung?
- 17.) Wer war Charles Paul Wilp? Recherchiere und fasse deine Ergebnisse in eigenen Worten zusammen. Beschreibe die Werbekampagne für Afri-Cola aus dem Jahr 1968. Warum gelang es mit dieser Kampagne, den Umsatz von Afri Cola um mehr als 30 % zu steigern? Benenne ein weiteres Beispiel von Skandalwerbung oder Werbung, die mit dem Stilmittel des Tabubruchs arbeitete. Was spricht für bzw. gegen diese Art der Werbung? Benenne deine persönliche Meinung und begründe sie. Erarbeite zu allem eine Präsentation und arbeite dabei den Werbespot zu Afri Cola von 1968 ein, den du auf YouTube finden kannst.
- 18.) Was ist Neuromarketing? Lies den einführenden Text und recherchiere im Internet dazu. Fasse die wesentlichen Aspekte in einem Text zusammen und beschreibe zwei Anwendungsbeispiele. Stelle in dem Text auch deine eigene Meinung zum Thema Neuromarketing dar und begründe sie.
- 19.) Untersuche eines der Diagramme „Investitionen in Werbung in Deutschland 2013 – 2017“, „Netto-Werbeebinnahmen erfassbarer Werbeträger in Deutschland 2013 – 2017“ oder „Werbeinvestitionen in Deutschland 2017 / Top 25 der Produktgruppen“. Welche Ergebnisse lassen sich aus dem ausgewählten Diagramm ableiten? Stelle dein Ergebnis schriftlich in einem kurzen Sachtext dar.