

Titel: Analyse von Werbefilmen – Wie bewegte Bilder beeinflussen	
Zeitraumen:	3 Stunden
Lernziele:	<p>Am Ende der Einheit kannst du:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aufbau und Wirkung eines Werbefilms verstehen, • Gezielt filmische Gestaltungsmittel benennen und deuten können (z. B. Musik, Kameraperspektive, Schnitt), • Die Werbewirkung im Zusammenspiel von Bild, Ton, Sprache und Emotion analysieren, • Reflektieren, wie Werbung unbewusst beeinflusst.
Beschreibung:	<p>Werbefilme nutzen die Kraft von bewegten Bildern, Musik, Sprache und Emotion, um Produkte oder Ideen in kurzer Zeit überzeugend zu präsentieren. In dieser Einheit analysieren Schüler:innen Aufbau und Wirkung von Werbefilmen, lernen filmsprachliche Mittel kennen und reflektieren manipulative Elemente. Sie wenden ihr Wissen auf ausgewählte Werbeclips an und bewerten deren Wirkung kritisch.</p>
Anweisung:	<p>Einführung (ca. 20 Min):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lies den Infotext „Gestaltung von Werbefilmen“ (siehe Anhang). • Merke dir die Begriffe: Kameraeinstellung, Musik, Schnitt, Voice-Over, Slogan, Symbolik, Zielgruppe. <p>Analyse eines Werbefilms (ca. 45 Min):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wähle einen Werbefilm aus dem Anhang oder suche selbst einen (z. B. bei YouTube: „beste Werbung“, „Super Bowl Ads“, „soziale Kampagnen“). • Bearbeite das Arbeitsblatt „Analyse von Werbefilmen“. • Leitfragen: <ul style="list-style-type: none"> ○ Welche Zielgruppe wird angesprochen? ○ Welche Stimmung wird erzeugt und wie? ○ Wie wirken Bild, Musik und Sprache zusammen? <p>Vertiefung (ca. 30 Min):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Suche einen zweiten Spot derselben Marke oder mit ähnlichem Thema. • Vergleiche die beiden Spots hinsichtlich Gestaltung und Aussage. • Notiere Gemeinsamkeiten und Unterschiede. <p>Reflexion (ca. 20 Min):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welche Mittel haben bei dir besonders stark gewirkt? • Würdest du das Produkt kaufen – warum (nicht)? • Inwiefern warst du dir der Beeinflussung bewusst?

Links/Anhänge:	<ul style="list-style-type: none">• Infotext: Gestaltung von Werbefilmen• Arbeitsblatt „Analyse von Werbeplakaten“• Werbefilm: Nike – You Can’t Stop US https://www.youtube.com/watch?v=pcXTnyCmQbg• Werbefilm: Edeka – Heimkommen https://www.youtube.com/watch?v=V6-0kYhqoRo• WWF: We Are All Connected https://www.youtube.com/watch?v=ZLy24H-EITs•
----------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Infotext: Gestaltung von Werbefilmen

Werbefilme sind kurze Filme (meist 15–60 Sekunden), die gezielt Aufmerksamkeit erzeugen, Emotionen ansprechen und eine klare Botschaft vermitteln sollen. Sie kombinieren visuelle, sprachliche und akustische Mittel, um innerhalb weniger Sekunden zu überzeugen.

Wichtige Gestaltungselemente:

1. Kameraführung und Perspektive: Die Kamera bestimmt, wie wir etwas sehen (z. B. Nahaufnahme für Emotion, Vogelperspektive für Überblick).
2. Musik und Soundeffekte: Musik schafft Stimmung und Emotionalität, Soundeffekte betonen einzelne Szenen.
3. Schnitttechnik: Schnelle Schnitte erzeugen Dynamik, langsame Schnitte wirken nachdenklich oder beruhigend.
4. Slogan und Voice-Over: Ein gesprochener Text (Voice-Over) vermittelt Informationen oder transportiert die Werbebotschaft.
5. Symbolik und Farbgestaltung: Wie bei Plakaten haben Farben und Symbole eine gezielte Wirkung.
6. Dramaturgie: Viele Werbefilme folgen einem Mini-Drehbuch mit Einstieg, Konflikt und Auflösung.
7. Zielgruppenansprache: Die Wahl von Sprache, Musik, Bildern und Themen richtet sich gezielt an bestimmte Gruppen.

Ein erfolgreicher Werbefilm bleibt im Kopf, erzeugt Gefühle und verknüpft das Produkt mit einem Lebensgefühl oder Wert.

Arbeitsblatt: Analyse von Werbefilmen

1. Allgemeine Informationen:

- Produkt/Dienstleistung:
- Marke/Firma:
- Fundort (YouTube-Link, TV, Social Media):
- Dauer:

2. Zielgruppenanalyse:

- Wer soll angesprochen werden?
- Woher erkennt man das?

3. Gestaltungsmittel:

- Wie ist der Film aufgebaut (Anfang – Mitte – Ende)?
- Welche Musik wird eingesetzt? Wie wirkt sie?
- Welche Bilder oder Szenen bleiben im Kopf? Warum?
- Wie wird gesprochen (Stimme, Tempo, Tonfall)?
- Gibt es Text auf dem Bildschirm (Slogan, Hashtags, Claims)?

4. Wirkung und Aussage:

- Welche Gefühle sollen ausgelöst werden?
- Welche zentrale Botschaft wird vermittelt?
- Gibt es ironische, überraschende oder besonders emotionale Elemente?

5. Eigene Bewertung:

- Wie wirkungsvoll findest du den Werbefilm? Begründe.