

INDEX

Index	2
1 Formale Beschreibung des Materials	3
1.1 Bibliografische Angaben	3
1.2 Zielgruppen.....	3
1.3 Fach / Fächer: [Mehrfachauswahl + Freitext]	4
1.4 Schulform:	4
1.5 Materialtyp	5
1.6 Zusätzliche Attribute	5
1.7 Inhaltsangabe	5
2 Themenwahl, Inhalte, Schwerpunkte	6
2.1 Finanzkompetenz	6
2.2 Medienkompetenz	7
2.3 Ernährung.....	8
2.4 Nachhaltiger Konsum	9
2.5 Verbraucherrecht.....	10
3 Beurteilung des Fachlichen Inhalts.....	11
3.1 Fachlicher Inhalt Finanzkompetenz.....	11
3.2 Fachlicher Inhalt Medienkompetenz.....	12
3.3 Fachlicher Inhalt Ernährung.....	13
3.4 Fachlicher Inhalt zu Nachhaltigem Konsum.....	14
3.5 Fachlicher Inhalt Verbraucherrechte.....	15
4 Beurteilung der Methodik und Didaktik	16
5 Beurteilung der Formalen Gestaltung	17
6 Gesamtbeurteilung.....	18
6.1 Kurztext	18
6.2 Ausführliche Begründung	18
7 Gesamtauswertung	19

1 FORMALE BESCHREIBUNG DES MATERIALS

1.1 BIBLIOGRAFISCHE ANGABEN

Titel*: So schmeckt mir Werbung

Untertitel: Baustein zur Verbraucherbildung für die Klassen 3 bis 6

Link zum Material (Bezugsquelle) *: http://www.aid-macht-schule.de/103.php?orderno=3972

Schlagworte*: Werbung, Anzeigen, Einkaufen, Konsumverhalten, Werbungskosten, Manipulation, Produkte, Werbe

Autor/in: Mechthild Freier

Mitarbeit: Verbraucherzentale NRW

Fachliche Beratung: _____

Verlag: Auswertung ins Informationsdienst - aid Infodienst

ISBN: 978-3-8308-0931-9

kostenlos kostenpflichtig - Preis*: 9,00

Erscheinungsjahr: 2010

Dazu gehörende Medien: _____

1.2 ZIELGRUPPEN

Klasse /Schulstufe: [Mehrfachauswahl, bitte wählen Sie mindestens eine Schulstufe aus]

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Vorschule | <input checked="" type="checkbox"/> 6. Klasse | <input type="checkbox"/> 12. Klasse |
| <input type="checkbox"/> 1. Klasse | <input type="checkbox"/> 7. Klasse | <input type="checkbox"/> 13. Klasse |
| <input type="checkbox"/> 2. Klasse | <input type="checkbox"/> 8. Klasse | <input type="checkbox"/> Erwachsenenbildung |
| <input checked="" type="checkbox"/> 3. Klasse | <input type="checkbox"/> 9. Klasse | <input type="checkbox"/> Berufliche Bildung |
| <input checked="" type="checkbox"/> 4. Klasse | <input type="checkbox"/> 10. Klasse | |
| <input checked="" type="checkbox"/> 5. Klasse | <input type="checkbox"/> 11. Klasse | |

Alter: [Mehrfachauswahl (optionale Angabe)]

- | | | |
|----------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 4 Jahre | <input type="checkbox"/> 9 Jahre | <input type="checkbox"/> 14 Jahre |
| <input type="checkbox"/> 5 Jahre | <input type="checkbox"/> 10 Jahre | <input type="checkbox"/> 15 Jahre |
| <input type="checkbox"/> 6 Jahre | <input type="checkbox"/> 11 Jahre | <input type="checkbox"/> 16 Jahre |
| <input type="checkbox"/> 7 Jahre | <input type="checkbox"/> 12 Jahre | <input type="checkbox"/> 17 Jahre |
| <input type="checkbox"/> 8 Jahre | <input type="checkbox"/> 13 Jahre | <input type="checkbox"/> 18 und älter |

1.3 FACH / FÄCHER: [MEHRFACHAUSWAHL + FREITEXT]

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Alle | <input type="checkbox"/> Ernährungslehre | <input type="checkbox"/> Physik |
| <input checked="" type="checkbox"/> fächerübergreifend | <input type="checkbox"/> Ethik / Lebenskunde | <input checked="" type="checkbox"/> Projekttag |
| <input checked="" type="checkbox"/> Arbeitslehre | <input type="checkbox"/> Französisch | <input type="checkbox"/> Religion |
| <input type="checkbox"/> Betriebswirtschaft | <input type="checkbox"/> Geschichte | <input checked="" type="checkbox"/> Sachunterricht /
Heimatkunde |
| <input type="checkbox"/> Biologie | <input type="checkbox"/> Gesundheitswesen | <input type="checkbox"/> Sozialkunde /
Sozialwirtschaft /
Gesellschaftslehre/Politik |
| <input type="checkbox"/> Chemie | <input type="checkbox"/> Hauswirtschaft | <input type="checkbox"/> Spanisch |
| <input checked="" type="checkbox"/> Deutsch | <input type="checkbox"/> Informatik / Technik | <input type="checkbox"/> Vertretungsunterricht |
| <input type="checkbox"/> Deutsch als Zweitsprache /
Deutsch als Fremdsprache | <input type="checkbox"/> Kunst / Textilgestalten /
Werken | <input type="checkbox"/> Wirtschaft /Wirtschaftslehre |
| <input type="checkbox"/> Englisch | <input type="checkbox"/> Mathematik | <input type="checkbox"/> Weitere: <input style="width: 100px; height: 20px;" type="text"/> |
| <input type="checkbox"/> Erdkunde / Geografie | <input type="checkbox"/> Naturwissenschaften | |

1.4 SCHULFORM:

Bitte übergeordnete Stufe ankreuzen [Mehrfachauswahl]:

- | | | |
|---|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Primarstufe | <input checked="" type="checkbox"/> Sekundarstufe I | <input type="checkbox"/> Sekundarstufe II |
|---|---|---|

Bitte gegebenenfalls Schulformen ankreuzen [Mehrfachauswahl]:

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> alle | <input checked="" type="checkbox"/> Gesamtschule | <input type="checkbox"/> Gymnasium |
| <input checked="" type="checkbox"/> Grundschule | <input type="checkbox"/> Förderschule | <input type="checkbox"/> Oberschule |
| <input checked="" type="checkbox"/> Mittelschule | | <input type="checkbox"/> Berufliche Schulen |
| <input checked="" type="checkbox"/> = schule | | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Realschule | | |

1.5 MATERIALTYP

Inhaltlich: [Mehrfachauswahl + Freitext]

- Informationen (Unterlagen, Texte, Bilder, Grafiken für Lernende)
- Anregungen für die Unterrichtsgestaltung, Unterrichtsbeispiele

- Arbeitsmaterialien für Lernende: Anleitungen, Arbeitsblätter, Aufträge, Hilfsmittel
- Spiele

- Hintergrundinformationen für die Lehrpersonen
- Elternmitwirkung

Weitere:

Formal: [Mehrfachauswahl + Freitext]

- Online-Material (für den Online-Gebrauch)
- Software
- Printprodukt (Druckerzeugnis zum Bestellen)

- Download (PDF, DOC etc. zum Herunterladen / Ausdrucken)
- Film /DVD / Video

- CD-ROM
- Multimedia
- Weitere:

1.6 ZUSÄTZLICHE ATTRIBUTE

[Mehrfachauswahl + Freitext]

- Hinweise auf ergänzende Medien
- Angabe von Literatur, Referenzen und Quellen (auch Linklisten)
- Weiterführende Adressen / Fachstellen

Sonstiges: (z.B. zum Gesamtkonzept, zur Einbettung in die Verbraucherbildung (REVIS-Referenzrahmen), unterschiedliche Konsumfelder etc.):

Das Material folgt REVIS, da dessen Bildungsziele, z.B. reflektiert und selbstbestimmt eigene Konsumentenscheidung

1.7 INHALTSANGABE

Bitte beschreiben Sie kurz die Inhalte des Materials oder bilden Sie das Inhaltsverzeichnis ab.

Das 91 Seiten starke Material bietet nach einer Einleitung in die Thematik umfangreiche Hintergrundinformationen, u.a. wie Werbung funktioniert (mit Blick auf die Verpackung, Vermarktung, Gewinnspiele u.a. Promotionaktivitäten). Das pädagogische Konzept wird erklärt und die Struktur der Unterrichtsvorschläge mit Elternmitwirkung und Vertiefung verdeutlicht. Es folgen acht vielfältige und facettenreiche Unterrichtsvorschläge mit Angaben der Vorgehensweise, des räumlichen und zeitlichen Bedarfs und eine Zieldefinierung. Die praktische Umsetzung erfolgt durch unterschiedliche Arbeits- und Sozialformen. Anhand von 19 Schülerarbeitsblättern und acht Kopiervorlagen werden Anzeigen und Werbeformen analysiert, Werbekosten durchleuchtet und sogar selbst Werbung gemacht. Es folgen Literaturtipps und Links.

2 THEMENWAHL, INHALTE, SCHWERPUNKTE

Bitte wählen Sie ein oder mehrere Hauptthemen und die entsprechenden Unterthemen aus.

2.1 FINANZKOMPETENZ

Thema Finanzkompetenz [Mehrfachauswahl: Bitte wählen Sie ein oder mehrere Unterthemen aus]

Zahlungsverkehr

(z.B. Konto, Girokonto)

Budgetplanung

z.B. Haushaltsbudget, Taschengeld)

Versicherungen

Rente / Private Vorsorge

Geldanlage und Sparen

(z.B. auch Risikomanagement, nachhaltige Finanzanlage)

Kredite und Finanzierung

Schulden

Sonstige: _____

→Weiter zur Themenauswahl [Medienkompetenz](#) | [Ernährung](#) | [Nachhaltiger Konsum](#) | [Verbraucherrecht](#)

→Weiter zur Fachlichen Beurteilung [Finanzkompetenz](#)

2.2 MEDIENKOMPETENZ

Thema Medienkompetenz [Mehrfachauswahl: Bitte wählen Sie ein oder mehrere Unterthemen aus]

Grundwissen und Recht

(z. B. Wissen über Medien (Printmedien, Fernsehen, Rundfunk, Film, neue Medien), Medienrecht, öffentlicher Auftrag von Medien, Urheber- und Persönlichkeitsrecht, informationelle Selbstbestimmung, Downloads (legal und illegal), Werberecht, Rundfunk- und Fernsehrecht, Daten- und Jugendschutz, Presserecht, Was machen Cookies?)

Soziale Netzwerke

(z.B. Verhalten und Kommunikation im Internet/in sozialen Netzwerken (Facebook, Schüler-VZ etc.) Twitter, Web 2.0, Cybermobbing, Chatten (ohne Risiko), Dating-Portale, Privatsphäre, Blogging, Tauschbörsen, Dating)

Datenschutz

(z.B. Datenschutzbestimmungen, Welche Spuren hinterlasse ich im Netz? Wer speichert was wofür? Weitergabe/ Verwendung von Daten)

Kaufen im Internet

(z.B. Internetdienstleister /Anbietervergleich, Kosten(fallen), Abzocke, Onlineshops, Klingeltöne, Abos)

Risiken

(z.B. Sicherheit/Gefahren im Internet, Online Spiele, Gewalt, Pornografie, Privatsphäre, Spam)

Werbung

Handy

(z.B. Tarife, Anbieter, Telefonverhalten etc.)

Sonstige: _____

→ Weiter zur Themenauswahl [Finanzkompetenz](#) | [Ernährung](#) | [Nachhaltiger Konsum](#) | [Verbraucherrecht](#)

→ Weiter zur Fachlichen Beurteilung [Medienkompetenz](#)

2.3 ERNÄHRUNG

Thema Ernährung [Mehrfachauswahl: Bitte wählen Sie ein oder mehrere Unterthemen aus]

Ernährung & Essen

(z.B. Essgewohnheiten, Esskultur, soziale Aspekte des Essens, gesundheitliche Aspekte, Diäten, Süchte)

Qualität

(z.B. Gütesiegel, Standards, Güteklassen, Richtlinien, Lebensmittelrecht, Kennzeichnung(spflicht), Zutaten, Herkunftsbezeichnung)

Haushalt

(z.B. Einkauf, Zubereitung, Lagerung, Haltbarmachung und Verderb von Lebensmitteln, Preise, Einkaufsstätten, eigenes Konsumverhalten)

Produktionsketten

(z.B. Erzeugung, Verarbeitung und Herstellung von Nahrungs- und Genussmitteln, ökologischer u. konventioneller Anbau, Functional Food, Handelswege)

Ethische Fragen / Nachhaltigkeit

(z.B. faire Preise, Arbeitsbedingungen, Umweltbilanzen, Anbaubedingungen, ökologische und ökonomische Zusammenhänge, CO2-Emission, Genfood)

Agrar- & Ernährungswirtschaft

(z.B. Verordnungen, rechtliche und politische Fragen)

Sonstige: durch Werbung suggerierter gesundheitlicher Nutzen

→ Weiter zum Thema [Finanzkompetenz](#) / [Medienkompetenz](#) / [Nachhaltiger Konsum](#) / [Verbraucherrecht](#)

→ Weiter zur Fachlichen Beurteilung [Ernährung](#)

2.4 NACHHALTIGER KONSUM

Thema Nachhaltiger Konsum [Mehrfachauswahl: Bitte wählen Sie ein oder mehrere Unterthemen aus]

Klima & Energie

(z.B. Energieversorgung, Stromanbieter, regenerative Energien, Energieverbrauch)

Produktzyklen

(z.B. in der Lebensmittel- oder Textilbranche)

Privater Haushalt

(z.B. Wohnen, Bauen, Haushalt, Lebensmittel, Grundversorgung)

Reise & Mobilität

(z.B. Flugreisen, Bahn- und Autofahren)

Freizeit

Ethischer Konsum

(z.B. Nachhaltigkeit des eigenen Konsumverhaltens, Kriterien des eigenen Konsumverhaltens)

Sonstige: _____

→ Weiter zur Themenauswahl [Finanzkompetenz](#) | [Medienkompetenz](#) | [Ernährung](#) | [Verbraucherrecht](#)

→ Weiter zur Fachlichen Beurteilung [Nachhaltiger Konsum](#)

2.5 VERBRAUCHERRECHT

Thema Verbraucherrecht [Mehrfachauswahl: Bitte wählen Sie ein oder mehrere Unterthemen aus]

Verträge

(z.B. Kaufverträge, Dienstleistungsverträge, Versicherungen, eCommerce, Gewährleistung, Garantie, Umtausch, Reklamation, Schadensersatz, Versandhandel, Kostenfallen, Auktionen, Downloads, Telefonanbieterwechsel, Versorgungsanbieterwechsel, Kundenrechte etc.)

Verbraucherschutz

(z.B. Beratung, Rechtsschutz, Verbraucherzentrale, Stiftung Warentest, Anwälte, Prozesse etc.)

Information und Werbung

(z. B. unabhängige Informationen, Gütezeichen, Kennzeichnung, Sonder- und Lockvogelangebote, Wettbewerbsrecht (UWG), Rabatte und Kundenkarten, unerwünschte Werbung und Spam, Gewinnspiele und Preisausschreiben, Datenschutz)

Sonstige Konsumfelder [Freitext-Eingabe]

u M k 7 U = ‡ = M 8
M @ 7 M M 8

→ Weiter zur Themenauswahl [Finanzkompetenz](#) | [Medienkompetenz](#) | [Ernährung](#) | [Nachhaltigem Konsum](#) →
Weiter zur Fachlichen Beurteilung [Verbraucherrecht](#)

3 BEURTEILUNG DES FACHLICHEN INHALTS

3.1 FACHLICHER INHALT FINANZKOMPETENZ

[Vergeben Sie Ihre Punkte und begründen Sie Ihre Beurteilung, wenn Sie nicht die max. Punktzahl vergeben]

Indikatoren	Punkte		Bemerkungen – Kommentar
A - Vorhandene Aspekte			
Inhaltliche Aspekte werden (überwiegend) aus der Sicht der Verbraucher thematisiert.	2		
Verbraucherrechte aber auch Verbraucherpflichten werden angesprochen.	2		
Inhaltliche Aspekte werden aus unterschiedlichen fachlichen Perspektiven dargestellt.	3		
Es werden mehrere fachliche Inhaltsbereiche abgedeckt.	2		
Die Heterogenität der Verbraucherinnen und Verbraucher wird auch inhaltlich berücksichtigt.	3		
Sonstiges (bitte erläutern)			
B - Fachlich korrekte Umsetzung			
Informationen sind korrekt und aktuell.	3		
Informationen werden im richtigen Kontext dargestellt, sie sind nicht aus dem Zusammenhang gerissen.	3		
Fachinformationen sind vollständig.	3		
Fachliche Verantwortung geht aus dem Impressum hervor.	1		
Material ist nicht (stark) interessengeleitet bzw. Interessen werden deutlich gemacht.	3		
Material enthält keine Werbung für bestimmte Produkte.	2		
Sonstiges (Positive Besonderheiten)	(2)		
Maximale Punktzahl →	27	0	← Erreichte Punktzahl
	(29)		(→ weiter zur methodisch-didaktischen Beurteilung)

3.2 FACHLICHER INHALT MEDIENKOMPETENZ			
[Vergeben Sie Ihre Punkte und begründen Sie Ihre Beurteilung, wenn Sie nicht die max. Punktzahl vergeben]			
Indikatoren	Punkte		Bemerkungen – Kommentar
A - Vorhandene Aspekte			
Inhaltliche Aspekte werden (überwiegend) aus der Sicht der Verbraucher thematisiert.	2	2	
Verbraucherrechte aber auch Verbraucherpflichten werden angesprochen.	2	2	
Inhaltliche Aspekte werden aus unterschiedlichen fachlichen Perspektiven dargestellt.	3	3	
Es werden mehrere fachliche Inhaltsbereiche abgedeckt.	2	2	
Die Heterogenität der Verbraucherinnen und Verbraucher wird auch inhaltlich berücksichtigt.	3	3	
Sonstiges (bitte erläutern)			
B - Fachlich korrekte Umsetzung			
Informationen sind korrekt und aktuell.	3	3	
Informationen werden im richtigen Kontext dargestellt, sie sind nicht aus dem Zusammenhang gerissen.	3	3	
Fachinformationen sind vollständig.	3	3	
Fachliche Verantwortung geht aus dem Impressum hervor.	1	1	
Material ist nicht (stark) interessengeleitet bzw. Interessen werden deutlich gemacht.	3	3	
Material enthält keine Werbung für bestimmte Produkte.	2	2	
Sonstiges (Positive Besonderheiten)	(2)	1	Das Thema kann durch eine große Auswahl unterschiedlicher Herangehensweisen sehr
Maximale Punktzahl →	27 (29)	28	← Erreichte Punktzahl (→ weiter zur methodisch-didaktischen Beurteilung)

3.3 FACHLICHER INHALT ERNÄHRUNG			
Indikatoren	Punkte		Bemerkungen – Kommentar
A - Vorhandene Aspekte			
Inhaltliche Aspekte werden (überwiegend) aus der Sicht der Verbraucher thematisiert.	2		
Orientierungen an Nachhaltigkeit oder Gesundheit werden auch inhaltlich aufgenommen.	2		
Inhaltliche Aspekte werden aus unterschiedlichen fachlichen Perspektiven dargestellt bzw. die jeweilige fachliche Perspektive wird kenntlich gemacht.	3		
Es werden in den fachlichen Inhaltsbereichen mögliche Widersprüche zu anderen Anforderungen thematisiert.	2		
Die Heterogenität der Verbraucherinnen und Verbraucher wird auch inhaltlich berücksichtigt.	3		
Sonstiges (bitte erläutern)			
B - Fachlich korrekte Umsetzung			
Informationen sind korrekt und aktuell, fachlich richtig gewichtet und nicht aus dem Zusammenhang gerissen.	3		
Informationen werden im richtigen Kontext dargestellt, sie sind nicht aus dem Zusammenhang gerissen	3		
Fachinformationen sind vollständig.	3		
Fachliche Verantwortung geht aus dem Impressum hervor.	1		
Material ist nicht (stark) interessengeleitet bzw. Interessen werden deutlich gemacht.	3		
Material enthält keine Werbung für bestimmte Produkte.	2		
Sonstiges (Positive Besonderheiten)	(2)		
Maximale Punktzahl →	27 (29)	0	← Erreichte Punktzahl (→ weiter zur methodisch-didaktischen Beurteilung)

3.4 FACHLICHER INHALT ZU NACHHALTIGEM KONSUM		
Indikatoren	Punkte	Bemerkungen – Kommentar
A - Vorhandene Aspekte		
Inhaltliche Aspekte werden im Hinblick auf die Ermöglichung von Gestaltungskompetenz thematisiert.	3	
Reichweite und Auswirkungen des individuellen (Konsum)Handelns werden angesprochen und Handlungsalternativen angestrebt.	2	
Die drei Dimensionen der Nachhaltigkeit: Ökologie, Ökonomie und Soziales werden einzeln oder in einer Verknüpfung behandelt.	3	
Es werden in den fachlichen Inhaltsbereichen mögliche Widersprüche zu anderen Anforderungen thematisiert.	2	
Die Inhalte behandeln gegenwärtige Situationen aus der Perspektive der Zukunft.	2	
Sonstiges (bitte erläutern)		
B - Fachlich korrekte Umsetzung		
Informationen sind korrekt und aktuell.	3	
Informationen werden im richtigen Kontext dargestellt, sie sind nicht aus dem Zusammenhang gerissen.	3	
Fachinformationen sind vollständig.	3	
Fachliche Verantwortung geht aus dem Impressum hervor.	1	
Material ist nicht (stark) interessengeleitet bzw. Interessen werden deutlich gemacht.	3	
Material enthält keine Werbung für bestimmte Produkte.	2	
Sonstiges (Positive Besonderheiten)	(2)	
Maximale Punktzahl →	27 (29)	0 ← Erreichte Punktzahl (→ weiter zur methodisch-didaktischen Beurteilung)

3.5 FACHLICHER INHALT VERBRAUCHERRECHTE			
Indikatoren	Punkte		Bemerkungen – Kommentar
A - Vorhandene Aspekte			
Inhaltliche Aspekte werden (überwiegend) aus der Sicht der Verbraucher thematisiert.	2		
Verbraucherrechte werden auch im Kontext bzw. im Zusammenhang mit Verbraucherplichten angesprochen.	3		
Verbraucherrechte werden als thematischer Schwerpunkt und nicht nur randständig angesprochen.	2		
Es werden mehrere fachliche Inhaltsbereiche abgedeckt.	2		
Die Heterogenität der Verbraucherinnen und Verbraucher wird auch inhaltlich berücksichtigt.	3		
Sonstiges (bitte erläutern)			
B - Fachlich korrekte Umsetzung			
Informationen sind korrekt und aktuell.	3		
Informationen werden im richtigen Kontext dargestellt, sie sind nicht aus dem Zusammenhang gerissen.	3		
Fachinformationen sind vollständig.	3		
Fachliche Verantwortung geht aus dem Impressum hervor.	1		
Material ist nicht (stark) interessengeleitet bzw. Interessen werden deutlich gemacht.	3		
Material enthält keine Werbung für bestimmte Produkte.	2		
Sonstiges (Positive Besonderheiten)	(2)		
Maximale Punktzahl →	27	0	← Erreichte Punktzahl
	(2)		(→ weiter zur methodisch-didaktischen Beurteilung)

4 BEURTEILUNG DER METHODIK UND DIDAKTIK			
Indikatoren	Punkte		Bemerkungen – Kommentar
Lernziele werden formuliert. Es ist ersichtlich, welche grundlegenden Kompetenzen (Inhalt / Fähigkeiten / Fertigkeiten) erworben werden können.	3	3	
Der Inhalt ist auf die Lebenswelt der Kinder und Jugendlichen/der Lernenden abgestimmt, Erfahrungen und Interessen der Zielgruppe werden aufgenommen.	3	3	
Echte Begegnungen, reale Erfahrungen und Reflexion werden ermöglicht, die Handlungsebene wird erreicht.	3	3	
Die Materialien sind abwechslungsreich, ermöglichen verschiedene Zugänge und sprechen unterschiedliche Lerntypen an.	3	3	
Materialien sind stufenbezogen aufbereitet sowie zweckmäßig und klar strukturiert.	3	2	überwiegend sind die Materialien für die dritte Klasse ggls. zu anspruchsvoll
Die Materialien sind hoch aufbereitet und unterstützen eigenständiges und selbstbestimmtes Arbeiten und Lernen.	3	3	
Die Materialien unterstützen erweiterte Lehr- und Lernformen (z.B. Werkstatt, Wochenplan, Projekte), regen zu unterschiedlichen Sozialformen an und beinhalten eine große Auswahl von Unterrichtsvorschlägen.	3	3	
Die Materialien sind modular aufgebaut und ermöglichen eigene Lernwege, Anpassungen an spezielle Bedürfnisse sind möglich.	3	3	
Hinweise für Lehrerinnen und Lehrer erleichtern die Planung, Durchführung und Reflexion des Unterrichts. Sie sind themenspezifisch mit engem Bezug zu den Materialien für Schülerinnen und Schüler. Die Hinweise sind ohne spezifisches Vorwissen verständlich und minimieren den Arbeitsaufwand für die Lehrperson.	3	3	
Sonstiges (Positive Besonderheiten)	(2)		
Maximale Punktzahl →	27 (29)	26	← Erreichte Punktzahl

5 BEURTEILUNG DER FORMALEN GESTALTUNG											
Indikatoren	Punkte		Bemerkungen – Kommentar								
5.1 Gliederung und Struktur											
Inhaltlich gut strukturiert (Inhaltsverzeichnis, Navigation etc.)	3	3									
Gliederung des Materials ist logisch und nachvollziehbar („Roter Faden“)	2	2									
5.2 Gestaltung											
Gestaltung ist zielgruppengerecht und stufenbezogen	1	1									
Informationsdesign ist logisch und zweckorientiert	1	1									
„Roter Faden“ spiegelt sich auch in der Gestaltung wider	1	1									
Gestaltungskonzept wird konsequent durchgehalten (Wiedererkennungswert)	1	1									
Layout (inkl. Grafiken, Tabellen, Typografie, Leseführung) ist übersichtlich und zielgruppengerecht	1	1									
Sonstiges (Positive Besonderheiten)	(1)	1	Sehr schöne Grafiken und Aufmachung								
<table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="text-align: right;">Maximale Punktzahl →</td> <td style="text-align: center;">10</td> <td style="text-align: center;">11</td> <td style="text-align: left;">← Erreichte Punktzahl</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">(11)</td> <td></td> <td></td> </tr> </table>				Maximale Punktzahl →	10	11	← Erreichte Punktzahl		(11)		
Maximale Punktzahl →	10	11	← Erreichte Punktzahl								
	(11)										

6 GESAMTBEURTEILUNG

6.1 KURZTEXT*

Dieses Material ist sehr empfehlenswert, da es umfassend, kompetent und spannend das Thema „Werbung“ bearbeitet. Es beleuchtet das Thema kritisch und das pädagogische Konzept ermöglicht es, das Thema durch eigenes Erleben mit allen Sinnen umzusetzen. Durch die vielen didaktisch hoch aufbereiteten Materialien gelingt dies gut. Die einführenden Unterrichtsvorschläge lassen der Lehrkraft ausreichend Möglichkeiten und Spielraum, selbst zu gestalten und bieten gleichzeitig so viele Anregungen und Anleitungen, dass sehr schnell und niveauangepasst der Unterricht vorbereitet werden kann. Fundierte Hintergrundinformationen, zeitliche Orientierung und acht grafisch sehr schön gestaltete, mehrseitige Arbeitsbereiche mit Kopiervorlagen motivieren Lehrer und Schüler zum Mitmachen. Auch die Anbindung an Emotionalitäten wird erklärt, Werbeexperten gekürt und operante Konditionierung gezeigt. Interessante und weiterführende Literaturtipps und Links aus Fremdquellen ergänzen dieses schöne Unterrichtsmaterial.

6.2 AUSFÜHRLICHE BEGRÜNDUNG*

Dieses Material verdient es, als „sehr gut“ bewertet zu werden, da es umfassend, kompetent und spannend eine „Entdeckungsreise in die Welt der Werbung“ auf 90 Seiten bietet. Das pädagogische Konzept, dieses kritisch zu beleuchtende Thema durch das Erleben mit allen Sinnen umzusetzen, ist mit den vielen didaktisch hoch bearbeiteten Materialien gelungen. Die einführenden Unterrichtsvorschläge lassen der Lehrkraft ausreichend Möglichkeiten, selbst zu gestalten und bieten gleichzeitig so viele Anregungen und Anleitungen, dass sehr schnell und niveauangepasst der Unterricht vorbereitet werden kann. Die zeitlichen Angaben zur praktischen Umsetzung sind sehr hilfreich, sollten jedoch nur als Orientierung dienen, um Gespräche und Erfahrungsaustausch nicht einzuschränken. Eine schnelle Orientierung der Materialien bieten Piktogramme, die eine Einteilung in Phasen (Vorbereitung, Vertiefung, Methoden) markieren. Wichtig: die Präsentation exemplarischer Herangehensweisen mit Bezug auf die Vorerfahrung der Kinder. Fundierte Hintergrundinformationen und acht grafisch sehr schön gestaltete mehrseitige Arbeitsbereiche mit Kopiervorlagen motivieren sowohl die Lehrkraft, als auch die Schüler zum Loslegen und mitmachen. Es wird gespielt, gelesen, geschmeckt und gemixt. Unter vielen anderen Ideen sind die Erkundung eines Supermarktes, Preise vergleichen, bis hin zur Gestaltung eigener Werbung spannende Elemente. Da nach Ansicht der Autoren die Autorität der Werbung oft mehr zählt, als die der Eltern, ist deren Einbeziehung freilich wichtig, um eine möglichst breit angelegte und nachhaltige Agitationsplattform für den Schüler anzulegen. Die Werbung wird psychologisch hinterfragt, analysiert und an vielen Beispielen bearbeitet. Um die Strategien der Werbemacher zu durchleuchten, werden deren Methoden und Kniffe offengelegt – hierbei beispielsweise die Aufmerksamkeitslenkung durch die Positionierung ausgewählter Produkte an bestimmten Örtlichkeiten im Supermarkt. Ein virtueller Supermarkt wird hierzu nachgespielt – überlegt, wo welche Waren liegen und welche Wirkung sie dadurch erlangen. Auch die Anbindung an Emotionen wird erklärt, Werbeexperten gekürt und operante Konditionierung gezeigt. Interessante und weiterführende Literaturtipps und Links aus Fremdquellen ergänzen dieses schöne Unterrichtsmaterial.

7 GESAMTAUSWERTUNG			
Indikatoren	Punkte		Bemerkungen – Kommentar
7 @ .	27 (29)	28	
U .)	27 (29)	26	
Formale Gestaltung	10 (11)	11	
Maximale Gesamtpunktzahl →	64 (69)	65	← Erreichte Gesamtpunktzahl

Gesamturteil: Sehr gut

→ [Zurück zum Index](#)

64 (69) – 53 Punkte	Sehr
52 – 41 Punkte8
40 – 30 Punkte"
29 – 20 Punkte°
19 Punkte und wenigerU