



## Marketingexperten

Die SchülerInnen gestalten Werbematerial für ihr Lieblingsbuch und begründen, warum sie finden dass dieses Buch lesenswert ist.

### ***Einstiegsszenario:***

Das von den SchülerInnen gewählte Buch ist tatsächlich der diesjährige Buchliebling geworden. Nun wendet sich der Verlag mit einem Problem an die SchülerInnen: obwohl das Buch offensichtlich so gut ankommt, ist er mit den Verkaufszahlen unzufrieden. Er beauftragt die SchülerInnen damit, eine Werbekampagne für ihren Buchliebling zu starten. Dafür dürfen sie jegliche Medien nützen, die sie möchten:

- Sie können ein Werbeplakat für ihren Buchliebling gestalten.
- Sie dürfen einen Radiospot für ihren Buchliebling aufnehmen.
- Sie können eine Werbeeinschaltung für das Fernsehen drehen.
- Sie könnten einen Flyer oder eine Broschüre designen.
- Auch das Internet lässt sich für Werbung nützen. Online-Werbung ist also auch eine mögliche Idee.
- Alle weiteren Einfälle sind ebenfalls erlaubt.

### ***Phase 1: Wahl des Buchlieblings, Einteilung in Kleingruppen***

Teilen Sie die SchülerInnen in Kleingruppen mit 6 TeilnehmerInnen auf. Pro Kleingruppe wird ein Buchliebling behandelt und ein Werbematerial erstellt. Die Kleingruppen sollten sich also auf einen Buchliebling einigen bzw. anhand ihrer Wahlergebnisse eingeteilt werden.

### ***Phase 2: Ideensammlung Begründung (Brainstorming)***

Zunächst geht es darum, dass die SchülerInnen sich nochmal in Erinnerung rufen, warum sie ausgerechnet dieses Buch als Buchliebling gewählt haben. Dazu können sie die Methode des Brainstormings nützen. Sie erhalten einen Bogen Packpapier bzw. Flipchartpapier. Ein Gruppenmitglied agiert als Moderator und schreibt alle

gefundenen Begründungen kommentarlos und unzensuriert auf. Die Gruppe nennt alle positiven Eigenschaften des Buches und begründet in Stichworten, was ihnen an dem Buch gefallen hat.

### ***Phase 3: Finden der geeigneten Methode (Pro- und Contra-Listen)***

Als nächstes suchen die SchülerInnen gemeinsam nach einem geeigneten Werbemedium: Film, Plakat, Radio, Internet ... Um sich zwischen den favorisierten Medien zu entscheiden können Pro- und Contra Listen erstellt werden. Dazu kann die Kopiervorlage „Pro-und Contra-Liste“ genutzt werden. Die Kinder schreiben den Namen des Mediums in die Titelzeile und listen anschließend alle Vor- und Nachteile der Methode auf.

Anhand der Listen wird abgewogen, welches Medium in der Gruppe favorisiert wird und sich am besten eignet.

### ***Phase 4: Ideenfabrik***

Jede/r SchülerIn bekommt eine Kopie der Kopiervorlage „Ideenfabrik“. Die Ideensammlung wird mit dem Titel des Buchlieblings beschriftet. Die SchülerInnen schreiben nun ihre ersten drei Ideen für die Umsetzung ihres Projektes in die erste Zeile der Tabelle. Anschließend werden die Papierbögen im Uhrzeigersinn weitergereicht. Die SchülerInnen bearbeiten die drei Ideen, die vor ihnen landen und ergänzen sie mit Anregungen, eigenen Ideen und Vorschlägen.

### ***Phase 5: Auswahl***

Lassen Sie die SchülerInnen die Produkte der Ideenfabriken durchnummerieren (1-18). Mithilfe der Kopiervorlage „Ideenbeurteilung“ können die SchülerInnen nun anonym Punkte für die einzelnen Ideen vergeben. Die Werte werden anschließend addiert und die am besten beurteilte Idee oder Ideen für die Erstellung des Werbematerials genutzt.

### ***Phase 5: Erstellen des Materials***

Jetzt geht es in die Produktions- und Umsetzungsphase.

1. Gestaltung einer Skizze, eines Rohprodukts, Drehbuchs etc.
2. Besorgung des benötigten Materials
3. Feinausarbeitung
4. Evaluation

## ***Phase 6: Präsentation***

Finden Sie einen geeigneten Rahmen, um die entstandenen Werbematerialien zu präsentieren.

### **Nachbesprechung:**

Sie können das aktuelle Projekt nutzen, um mit den SchülerInnen über die Wichtigkeit der Planung zu diskutieren. Bei größeren Projekten ist es entscheidend, nicht einfach „drauf los“ zu arbeiten sondern ein Konzept zu erstellen. Die vorgestellten Methoden können von den SchülerInnen auch für andere Großprojekte genutzt werden. Neben kreativen Aufgabenstellungen betrifft das auch schriftliche und wissenschaftliche Arbeiten.

## Kopiervorlage „Pro- und Contra“

Medium/Marketingstrategie:

---

PRO (Vorteile)	CONTRA (Nachteile)

## Kopiervorlage „Ideenfabrik“

**Buchlieblich:**

---

Meine 3 Vorschläge:			
Ergänzungen Anregungen Ideen des nächsten Gruppenmitglieds			
Ergänzungen Anregungen Ideen			
Ergänzungen Anregungen Ideen			
Ergänzungen Anregungen Ideen			
Ergänzungen Anregungen Ideen			

## Kopiervorlage „Ideenbeurteilung“

**Buchliebliching:**

---

Beurteile die verschiedenen Ideen mit Punkten von 0 (vollkommen unbrauchbare Idee) bis 10 (fantastische Idee)

1	
2	
3	
4	
5	
6	
7	
8	
9	
10	
11	
12	
13	
14	
15	
16	
17	
18	