

Studienseminar Lüneburg  
Gymnasium XXXXXX

Vorname Nachname

Stundenentwurf für den **zweiten** Gemeinsamen Unterrichtsbesuch  
im Fach Kunst

Durchnummerierung  
der GUBs beachten

<b>Datum:</b>	<b>Seminarleiter:</b>
<b>Stunde:</b>	<b>Schulleitung:</b>
<b>Uhrzeit:</b>	<b>Päd. Leiter:</b>
<b>Kurs: 11gA (UieV o. AU)</b>	<b>Fachleiter:</b>
<b>Raum:</b>	<b>Fachlehrer: (Optional)</b>

**Thema der Unterrichtseinheit:**

Wirkungsvolle Werbeplakate

**Thema der Unterrichtsstunde:**

Anwendung bestimmter Kompositionsschemata  
auf die Gestaltung eines Werbeplakats.

Beachten Sie die  
formalen Vorgaben für  
die Erstellung eines  
GUB-/PU-Entwurfs.  
Durch diese  
Bemerkungen hat sich  
die Seitenanzahl  
geändert

# 1 Unterrichtsvoraussetzung

## 1.1 Bild der Lerngruppe

Seit Beginn des Schuljahres unterrichte ich wöchentlich eine Doppelstunde den Kunstkurs der Jahrgangsstufe 11 auf grundlegendem Anforderungsniveau in eigener Verantwortung.

5 Da es sich um einen Ergänzungskurs handelt, wird von den insgesamt sieben Schülerinnen und zehn Schülern<sup>1</sup> keiner eine Abiturprüfung im Fach Kunst ablegen. Während die Schüler zu Beginn des Schuljahres eher ein geringes Interesse am Fach Kunst zeigten, ließen sie sich im weiteren Verlauf für das Semesterthema Plakatgestaltung weitestgehend motivieren. Geht es darum, die Wirkungsmechanismen von Werbe- und  
10 Veranstaltungsplakaten begründet aufzuzeigen und **kritisch zu reflektieren**, ist die Arbeitsbereitschaft der Lerngruppe als gut einzuschätzen. **Im Vergleich zum Kompetenzbereich Rezeption**, ist die Leistungsfähigkeit der Lerngruppe bei kreativen gestalterischen Aufgaben jedoch eher als heterogen zu beurteilen. Talent für **die praktische Gestaltung** zeigen besonders die stilleren Schüler Femke, Mareike, Sascha, Timon und  
15 John. Hervorzuheben ist auch Christian, der stets bemüht ist, neu Erlerntes in Produktionsaufgaben umzusetzen.

Erläutern Sie die Besonderheiten Ihrer Lerngruppe. Gehen Sie auch auf Stärken und Schwächen der Schüler in den unterschiedlichen Teildisziplinen (mdl., schriftl., prakt.) des Faches Kunst ein.

In einer recht lockeren Lernatmosphäre werden Sachverhalte kritisch hinterfragt und rezeptionsbedingte subjektive Meinungsverschiedenheiten offen diskutiert. In Unterrichtsgesprächen sind Kaya, Nane, Lara, Ole und Christian deutlich wortführend.

20 Während diese Bestimmtheit einige wenige Schüler in ihrer **mündlichen Teilnahme** am Unterricht zu hemmen scheint, treiben andere zurückhaltende Schüler [Paul, Timon, Jonathan] mit gut durchdachten Beiträgen den Unterricht voran. Diese Heterogenität gilt es in Unterrichtsgesprächen und auch bei der Zusammensetzung der Arbeitsgruppen zu beachten. Obwohl die Schüler der Lerngruppe sich untereinander nur bedingt aus den  
25 vorausgegangenen Schuljahren kennen, ist das Lernklima im Kurs durch einen respektvollen Umgang miteinander geprägt. Dies ließ sich vor allem bei **gemeinsamen Reflexionen eigener praktischer Arbeiten** beobachten. Auch der Lehrkraft gegenüber sind die Schüler freundlich und zugewandt.

Zwei Schüler [Remo und Sascha] weisen besonders hohe Fehlzeiten auf und haben auch in  
30 der vorausgegangenen Doppelstunde nicht am Unterricht teilgenommen. Eine Schülerin konnte bisher auf Grund von persönlichen Problemen nicht am Kunstunterricht teilnehmen.

---

<sup>1</sup> Im fortlaufenden Text werden „Schülerinnen und Schüler“ durch Schüler ersetzt. Der Begriff ist geschlechtsneutral zu verstehen.

## 1.2 Einordnung in den Unterrichtszusammenhang und Lernvoraussetzungen

Der geplante Unterricht stellt die neunte Doppelstunde der Einheit „Wirkungsvolle Werbeplakate“ dar. Nachdem die Schüler durch die Auseinandersetzung mit dem aktuellen Werbeplakat „Außenwerbung trifft“ für die manipulative Funktion und die Allgegenwärtigkeit von Werbeplakaten sensibilisiert worden sind, haben die Schüler einige gestaltungstheoretische Grundlagen zur schnellen Erfassbarkeit von Werbeplakaten herausgearbeitet<sup>2</sup>. Mit Bezug auf diese Grundlagen, haben sich die Schüler zunächst rezeptiv mit wirkungsvollen Slogans befasst, um anschließend ihre eigenen Slogans auf experimentelle Weise typografisch und kompositorisch am Computer in Szene zu setzen. Nachdem auch die Vorteile von Bildern, die durch ihre hohe Informationsdichte und den potenziellen Identifikationswert häufig als *Eyecatcher* fungieren, herausgearbeitet worden sind, haben die Schüler in Kleingruppen experimentell erprobt, Bild- und Textelemente in einem Veranstaltungsplakat so anzuordnen, dass der Inhalt schnell erfassbar ist. Hierbei galt es unter anderem zu erkennen, dass die Anordnung der Bild- und Textelemente stets vom Allgemeinen zur Detailinformation erfolgt. Im Kontext dieser Übung, haben die Schüler die Komposition einzelner Elemente auf dem Plakat als wesentliches Gestaltungsmittel kennengelernt und diese auf die Herstellung eines Veranstaltungsplakats für die Theateraufführung „Emilia und die Detektive“ an der Herderschule angewandt. Auf dieser Grundlage erfolgte die Auseinandersetzung mit der Wirkung einzelner Formen und deren gezielter Einsatz in der Plakatgestaltung am Beispiel von Logodesign<sup>3</sup>. In der zu diesem Unterricht vorausgegangenen Doppelstunde sind die Wirkungsmechanismen einzelner Elemente mit dem Gestaltungsprinzip Komposition in Verbindung gebracht worden, indem die Schüler die **Wirkung unterschiedlicher Kompositionsschemata als eher dynamisch (Rhythmus, Streuung, Asymmetrie) oder eher statisch (Reihung, Ballung, Symmetrie)** einordneten. Dabei konnte das als harmonisch und ästhetisch geltendes Kompositionsprinzip „Goldener Schnitt“ nur oberflächlich angesprochen werden. In einer praktischen Übung probierten die Schüler unter Anwendung der Ordnungsprinzipien aus, den Sinngehalt von Begriffen wie „Chaos“ „Ordnung“ „Kraft“ mit zerrissenen Papierschnipseln darzustellen. Die hierbei erprobte Fähigkeit, Assoziationen zu abstrakten Begrifflichkeiten durch die Anordnung von Elementen zu verbildlichen, wird auch in

Benennen Sie die wichtigsten Unterrichtsinhalte, Ergebnisse und Methoden aus den vorangegangenen Stunden, die für die geplante Stunde relevant sind. Geben Sie auch an, welche Aspekte in den Handlungsfeldern Rezeption und Produktion thematisiert und/oder bearbeitet worden sind.

Die Unterrichtsinhalte der gesamten Unterrichtseinheit sollen **nicht** in einer tabellarischen Auflistung wiedergegeben werden.

Fachbegriffe, die den Schülern bekannt und für die Stunde relevant sind, werden genannt.

<sup>2</sup> Zu diesen Aspekten eines wirkungsvollen Plakats gehören: Einprägsamkeit, Originalität, Wirkung auf Distanz, Zielgruppenorientierung und Produktbezug (vgl. Michaelis 2009: 15).

<sup>3</sup> Am Beispiel des Logos der Deutschen Bank.

dieser Unterrichtsstunde gefordert und gefördert. Obwohl bislang ein größerer Fokus auf der Förderung der **Rezeptionskompetenz** lag, haben die Schüler regelmäßig erprobt, ihr Wissen in praktischen Übungsaufgaben anzuwenden. Die Lerngruppe ist es gewohnt, Produktionsaufgaben in begrenzter Zeit experimentell zu bewältigen und die Ergebnisse auf Grundlagen ihrer Vorkenntnisse zu reflektieren. In den Reflektionsphasen fungiert die Lehrerin lediglich als Impulsgeber, da es die Schüler gewohnt sind, die Beiträge durch Meldekettchen recht selbstständig zu steuern.

In der Unterrichtsstunde zum vorliegenden Entwurf sollen die Schüler auf ihre Kenntnisse über die Kompositionsschemata und ihrer jeweiligen Wirkung zurückgreifen und diese gestalterisch auf die Anordnung von Bild- und Textelementen in einem Werbeplakat übertragen.

Im **Anschluss an diese Kunststunde**, wird zunächst der Einsatz von Farbe, ihre emotionale Wirkung und symbolträchtige Funktion als weiteres Gestaltungsmittel beim Werbedesign thematisiert. In einer längeren praktischen Arbeit wenden die Schüler ihre Kenntnisse auf die Gestaltung eines Plakats an.

Angaben zu den geförderten Kompetenzen in den vorangegangenen Stunden können mit einer Angabe der zu fördernden Kompetenz in dieser Stunde ergänzt werden.

Ausblick auf die folgende Unterrichtsstunde

## 2 Sachanalyse

Spätestens seit der industriellen Revolution im 19. Jahrhundert ist Werbung ein wesentlicher Bestandteil unserer Gesellschaft (vgl. Klein 1998: 24). Als multimediales Kommunikationsmittel erreicht uns Werbung sowohl durch die Augen als auch durch die Ohren (z.B. Fernseh- und Radiowerbung). Entziehen können wir uns der allgegenwärtigen Werbeflut kaum, denn selbst beim bloßen Streifen des Blickes eines Werbeplakats gelangen die Informationen gewollt oder ungewollt in unser Gehirn (vgl. Bohrmann 2010: 293). Grund für diese oft unbewusste Wahrnehmung liegt in der bewussten Gestaltung von Werbeplakaten. Ziel eines jeden werbewirksamen Printmediums ist es, in einer Fülle an visuellen Informationen die ungeteilte Aufmerksamkeit des Betrachters zu erlangen, um diesen gleichzeitig zur Kaufhandlung zu bewegen (vgl. Stieber 2011: 12). Die Komposition [*lat. componere: zusammenstellen*], also die bewusste Anordnung der Bild- und Textelemente auf dem Plakat, beeinflusst gezielt die Wahrnehmung des Betrachters (vgl. Hahne 2013: 14). Während ein reißerischer Slogan, ein emotionsgeladenes Bild oder eine markante Typografie als *Eyecatcher* fungieren, um den Blick des potenziellen Konsumenten am Plakat haften zu lassen, kann der Bildaufbau die Blickführung steuern (Tlusty 2011: 30). Um zur optimalen Erfassbarkeit des Werbeplakats beizutragen, sollten die Augen durch die Komposition vom Allgemeinen zur Detailinformation geführt werden

Konzentrieren Sie sich in der Sachanalyse auf die für diese Stunde relevanten inhaltlichen Aspekte. Die Materialien sollten hinsichtlich dieser Ausführungen begründet dargestellt werden. Ihre Ausführungen sollten fachwissenschaftlich fundiert und mit Quellenangaben versehen sein.

(vgl. Stieber 2011: 14). Neben der blickführenden Funktion, kann der Bildaufbau bestimmte „Ausdrucksqualitäten wie Ruhe, Dynamik, Bewegtheit“ (Hahne 2013: 14) auslösen. Diese Wirkungen werden durch richtungsbetonende Linien, Formen und dessen Platzierungen im Bildgefüge erzeugt. Zu den Ordnungsprinzipien<sup>4</sup> zählen unter Anderem Ballung und Streuung, Symmetrie und Asymmetrie als auch Reihung und Rhythmus. Während von der Ballung (Bündelung einzelner Elemente auf der Fläche) eher eine feste, konzentrierte Wirkung ausgeht, erscheint eine Komposition nach dem Prinzip der Streuung (unregelmäßige Verteilung verschiedener Elemente) eher lebendig und chaotisch. Im Gegensatz zur spannungsvollen Asymmetrie, wird eine symmetrische Anordnung als ausgewogen und geordnet empfunden. Das Ordnungsprinzip Reihung (regelmäßige Wiederholung gleicher Elemente) wirkt eher starr, während ein Rhythmus (sequentielle Wiederholung unterschiedlicher Elemente) den Eindruck von Bewegung vermittelt (vgl. Eckhardt 2006). Die Kompositionsschemata können bewusst und manipulierend für die wirkungsvolle Präsentation eines Produktes auf dem Werbeplakat angewandt werden und somit die Erwartungshaltung der Zielgruppe steuern. Grundlegend für die Platzierung der Elemente auf der Grundfläche ist zunächst die Wahl des Formats, das die Gesamterscheinung und Wirkung des Plakats bestimmt. Auf Grund seiner spannungsvollen und dynamischen Wirkung, ist das Hochformat das meist verwendete Format in der Plakatgestaltung (Korthaus 2013: 56). Während das Querformat „liegend und damit schwer, passiv und ruhig“ (ebd.) wirkt, geht vom Quadrat sogar eine spannungslose, neutrale Wirkung aus. Die Strategien der Werbung stützen sich wesentlich auf psychologische Theorien, die aufzeigen, wie Werbung wirkungsvoll gestaltet sein muss, um die Aufmerksamkeit der Zielgruppe zu erhalten (*Attention*<sup>5</sup>) und die Konsumenten vom Produkt zu überzeugen (*Interest/ Desire*), damit sie anschließend zum Kauf angeregt werden (*Action*) (vgl. Stieber 2011: 12). Die Komposition und ihre Wirkung tragen dabei wesentlich zum obersten Ziel von Werbeplakaten bei.

### 3 Vorüberlegungen zur Didaktik und Methodik

125 Zur Verknüpfung der in den [Rahmenrichtlinien](#) beschriebenen Sachbereiche Bildende Kunst und Massenmedien, stellt das Thema „Plakate im Spannungsfeld zwischen

Bezug zu den rechtlichen Vorgaben wird verdeutlicht

---

<sup>4</sup> Die Begriffe Ordnungsprinzip und Kompositionsschema sind in diesem Entwurf als Synonyme verwendet.

<sup>5</sup> Die Begriffe *Attention*, *Interest*, *Desire* und *Action* beziehen sich auf das vierstufige Werbewirkungsmodell, das auf den amerikanischen Werbestrategen Elmo Lewis, 1898, zurückzuführen ist (Tlusty 2011: 29).

Kunstwerk und Massenmedium“ den **ersten inhaltlichen Schwerpunkt für das Zentralabitur 2016 dar** (Nieders. Kultusmin. 2014: 3). Da die Schüler dieses Kurses keine Abiturprüfung

Bezug zu den rechtlichen Vorgaben wird verdeutlicht

im Fach Kunst ablegen werden, ist es nach Absprache mit den Kollegen des Fachbereichs  
130 Kunst an der Herderschule legitim, leicht von den Vorgaben des Curriculums abzuweichen.

Somit sind anhand von aktuellen Werbe- und Veranstaltungsplakaten<sup>6</sup> die kommunikationstheoretischen Grundlagen für das Printmedium Plakat eingeführt worden.

Wie auch in dieser Unterrichtsstunde, lag in den vorherigen Lernphasen stets ein größerer Fokus darauf, die künstlerischen Gestaltungsmittel mit praktischen Gestaltungsübungen zu

135 verknüpfen, anstatt diese lediglich durch formale Bildanalysen zu verinnerlichen (s. 1.2 Lernvoraussetzungen). Wie bereits in der **Sachanalyse** erwähnt, sind die

Bezug zur Sachanalyse wird geschaffen

Kommunikationsmedien, inklusive des Werbeplakats, im Alltag der Jugendlichen allgegenwärtig. Eine Möglichkeit sich vor der Manipulation der visuellen Medien zu

schützen, ist es, die bewusste Gestaltung und dessen Wirkungsmechanismen zu  
140 durchschauen. Aus diesem Grund eignen sich Werbeplakate besonders gut für die

Vermittlung künstlerischer Gestaltungsmittel<sup>7</sup>. Durch den **aktuellen Lebensweltbezug**<sup>8</sup>, können die Heranwachsenden die bewusste Gestaltung des Plakats mit der Funktion von

Werbung in Zusammenhang bringen. Ihr erworbenes Wissen über den wirkungsvollen Einsatz von Bildmitteln ist vom Plakat auf Werke der bildenden Kunst übertragbar. Eine

145 von den Richtlinien geforderte Verzahnung von Kunstwerk und Massenmedium ist somit gegeben. Aktuell können die Schüler ihre Kenntnisse über Gestaltungsgesetze beim Plakat

für das Design von **Flyern und Postern für Abifeten oder private Veranstaltungen** anwenden. Selbst für Präsentationen an der Schule, Hochschule oder **im späteren**

Gegenwartsbezug und Zukunftsbedeutung im Sinne Klafkis wird besonders herausgestellt

**Berufsleben** kann auch in Zukunft auf die Kenntnisse über wirkungsvolle  
150 Darstellungsweisen zurückgegriffen werden.

Neben der kritisch-bewussten Rezeption von Plakaten, sollen die Schüler die Wirkungsweisen der Bildmittel „gestaltend für ihre eigenen Absichten nutzbar machen“

(Nieders. Kultus. 1993: 7). Somit ist auch in den Richtlinien für das Zentralabitur festgelegt, **dass die Schüler die Fertigkeit erwerben sollen „die Gestaltungskomponenten**

155 **Layout, Typografie und Farbe zu realisieren“** (Nieders. Kultus. 2014: 4). Bewusst ist in den vorausgegangenen Unterrichtsstunden der Fokus auf das Layout und bestimmte

Kompositionsschemata gelegt worden, da diese den Blick des Betrachters lenken und

Bezug auf die übergeordnete Kompetenz

<sup>6</sup> Anstatt anhand der Plakate von Toulouse-Lautrec (1891), Pfüller (1982), Müller-Brockmann (1953).

<sup>7</sup> Zu den Gestaltungsmitteln gehören u.a. Form, Komposition, Farbe und Körper-/Raumdarstellung.

<sup>8</sup> Ich beziehe mich im Folgenden auf Klafkis Begriffe der Gegenwartsbedeutung, Zukunftsbedeutung, exemplarischen Bedeutung und der Zugänglichkeit (vgl. Jank und Meyer 2011: 205).

wesentlich zur schnellen Erfassbarkeit des Plakats beitragen (s. Sachanalyse). Gemäß den Rahmenrichtlinien für die gymnasiale Oberstufe im Fach Kunst gilt es, die Kompetenzbereiche Rezeption und Produktion im Kunstunterricht miteinander zu verknüpfen (Nieders. Kultusmin. 1993: 8). Um sich vertiefend mit den wesentlichen Gestaltungsmitteln und Wirkungsmechanismen von Plakaten auseinanderzusetzen, sollten diese nicht nur rezeptiv an Bildbeispielen erkannt werden. Vielmehr sollte der Einsatz der erlernten Gestaltungskomponenten auch in praktischen Übungen erprobt und die Ergebnisse in Hinblick ihrer Wirkung reflektiert werden. In der Unterrichtsstunde zum vorliegenden Entwurf **schulen die Schüler ihre Gestaltungskompetenz**, indem sie ihr Wissen über die Wirkung der Ordnungsprinzipien (Ballung, Streuung, Symmetrie, Asymmetrie und Rhythmus) gezielt für die Komposition von Werbeplakaten einsetzen. Gefordert ist hierbei zunächst die Fähigkeit, einen abstrakten Begriff, wie beispielsweise Ruhe, durch die Anordnung von Bild- und Textelementen gestalterisch zum Ausdruck zu bringen. Neben der bewusst geplanten Gestaltung, soll in praktisch-produktiven Arbeitsphasen auch **Raum für das assoziative, improvisierende und spielerische Handeln** gelassen werden (Nieders. Kultusmin. 1993: 9). Durch experimentelles Vorgehen in dieser Unterrichtsstunde müssen die Schüler gemeinsam Ansätze finden, um die gewünschte Wirkung des Plakats zu realisieren. Teil des Arbeitsprozesses ist es dabei auch, Bildlösungen wieder zu verwerfen, um durch Probierphasen ein Gefühl für bildnerische Zusammenhänge zu entwickeln.

Durch den Einstieg mit einem kompositorisch misslungenen Plakat soll das Vorwissen der Schüler aktiviert werden. Eine zuvor in Erwägung gezogene Präsentation des Arbeitsauftrags, problemorientiert eingebettet in eine fiktive Geschichte, hat sich für das Thema Komposition und Ordnungsprinzipien als weniger zielführend herausgestellt. Auch leistungsschwächere Schüler können in dieser Phase auf ihre Vorkenntnisse zurückgreifen und erklären, dass das Plakat durch eine unklare Komposition schlecht erfassbar und somit für Werbezwecke unbrauchbar ist. **Die Irritation als Einstiegsimpuls eignet sich für diese Lerngruppe gut**, da die Schüler des Kurses Sachverhalte stets kritisch hinterfragen und sich durchaus nicht davor scheuen, Äußerungen der Lehrkraft anzuzweifeln. Dieser kritische Blick sollte als Chance begriffen werden, da er einen Anknüpfungspunkt an den Bildungs- und Erziehungsauftrag der Schule bietet, Schüler dazu zu ermutigen zu „selbstständigem kritischem Urteil“ zu finden (Kultusministerium Konferenz 2004: 7). Trotz des fiktiven Auftrags ist die praktische Aufgabe in einen authentischen Kontext eingebettet, um Realitätsbezug zu schaffen und die Schüler somit zu motivieren. Anstatt eines

Bezug auf die in dieser Stunde übergeordnete Kompetenz und das Stundenlernziel

Bezug auf die in den Rahmenrichtlinien festgelegten Kompetenzen - wird durch das methodische Vorgehen begründet.

Einstiegsimpuls wird fachdidaktisch erläutert und begründet

Veranstaltungsplakats (z.B. Konzerte verschiedener Musikrichtungen), habe ich mich für Produktwerbung entschieden. Es handelt sich bei dem ausgedachten Produkt um einen Eistee mit dem Namen *Teema*, dessen vier verschiedene Geschmacksrichtungen auf Plakaten wirkungsvoll in Szene gebracht werden sollen. Durch das einheitliche Produkt und das dazugehörige Bild der Flasche bieten die Plakatergebnisse in Hinblick ihrer kompositorischen Lösung die nötige Vergleichbarkeit. Da der Fokus der praktischen Übung auf der Anwendung der Ordnungsprinzipien liegt, sollen die Schüler mit wenigen Elementen Lösungswege finden und somit auch Kreativität in Grenzen erleben. Das collageartige Verfahren, bei dem „kombiniert und umgestaltet wird“ ist nach Michael Tschakert „kreativitätsfördernd“ (2012: 10) und eignet sich besonders gut für diese Lerngruppe, die mit offenen kreativen praktischen Aufgaben eher überfordert ist. Bewusst habe ich mich bei dem fiktiven Szenetrink für einen Eistee entschieden, da Teesorten oft mit belebenden bzw. beruhigenden Wirkungen in Verbindung gebracht werden. Hier ist eine Korrelation zu den Ordnungsprinzipien zu erkennen, die zuvor als eher dynamisch bzw. eher statisch eingeordnet worden sind. Zunächst ist es Aufgabe der Schüler, die Wirkungen der Teesorten *Konzentration*, *Ruhe*, *Inspiration* und *Energie*, bei denen es sich ja um abstrakte Begriffe handelt, einem Kompositionsschema zuzuordnen. Den ursprünglichen Begriff *Harmonie*, habe ich bewusst mit dem Wort *Ruhe* ausgetauscht, um eine Verwirrung durch das Kompositionsschema Goldener Schnitt zu umgehen (s. Lernvoraussetzungen). Der Begriff *Inspiration* erfordert eine erhöhte Abstraktionsleistung und wird daher bewusst einer kreativ starken Gruppe zugeteilt. In der Erarbeitungsphase wird es gegebenenfalls nötig sein den Schülern Denkanstöße zu geben. Eine weitere Schwierigkeit besteht darin, das Ordnungsprinzip mit den vorhandenen Elementen auf dem Plakat zu realisieren. Anschließend können die Schüler im Plenum ihre Gestaltungsentscheidung begründen und im Austausch mit den Mitschülern darüber diskutieren, ob es gelungen ist, durch die Anordnung, die gewünschte Wirkung zu erzielen, um das Produkt optimal zu präsentieren. Während die gestalterische Transferleistung in der Erarbeitungsphase im Anforderungsbereich zwei anzusiedeln ist, ist das Anforderungsniveau in der wichtigen abschließenden Reflektionsphase erhöht. Entgegen der Präsentation der Plakatergebnisse, habe ich mich für eine gemeinsame Reflektion der Arbeiten entschieden, da so alle Schüler im Plenum aktiviert werden und aus ihrem Expertenteam heraustreten, um andere Lösungen zu beurteilen. Außerdem gilt es zu bedenken und zu reflektieren, dass die Wahrnehmungen der Schüler variieren können. Da es sich um eine Anwendungsstunde handelt, stellt die Vertiefung bereits die Reflektion der

Didaktische Begründung für das ausgesuchte Material

Das methodische Vorgehen wird fachdidaktisch begründet und fachwissenschaftlich gestützt.

Didaktische Begründung des gewählten Materials; es fehlt der Verweis auf die Exemplarität des Unterrichtsgegenstandes

Schwierigkeiten werden antizipiert

Methodische Entscheidungen werden begründet dargestellt



Arbeiten dar. Als **didaktische Reserve** kann daher in die längerfristige praktische Arbeit eingeleitet werden.

Didaktische Reserve wird geplant

Die **Gruppeneinteilung** ist bewusst vom Lehrer im Voraus geplant worden, um einen Ausgleich jener Schüler zu schaffen, die ihre Stärken im kreativ-produktiven Bereich

Entscheidungen der Sozialformen werden begründet dargestellt

230 haben und solcher, die gerne ihre Ergebnisse präsentieren. Im Schutze der Kleingruppen äußern sich auch jene Schüler zu den Lösungswegen, die sich beim Austausch im Plenum eher zurückhalten.

## 4 Lernziele

235

### 4.1 Vorrangig geförderte Kompetenzen:

Die Schülerinnen und Schüler schulen ihre Gestaltungskompetenz, indem sie ihr Wissen über die Wirkung der Ordnungsprinzipien (Ballung, Streuung, Symmetrie, Asymmetrie und Rhythmus) gezielt für die Komposition von Werbeplakaten einsetzen.

Inhalts- und prozessbezogene Kompetenzen greifen ineinander, können aber separat aufgeführt werden.

240

### 4.2 Stundenlernziel:

Die Schülerinnen und Schüler wenden ihre Kenntnisse über verschiedene Kompositionsschemata auf die Gestaltung eines Werbeplakats für ein Szenetränk an und reflektieren ihre Wirkung.

Das Stundenlernziel sollte inhaltlich präzise benannt werden. Hier wäre eine Fokussierung auf das wichtigere Lernziel konkreter gewesen.

245

### 4.3 Teillernziele: Die Schülerinnen und Schüler ...

- (1) erklären auf Basis ihrer Vorkenntnisse, warum es sich bei dem Impuls gebenden Plakat um ein kompositorisch misslungenes Plakat handelt (AFB II).
- 250 (2) erproben unter Anwendung bestimmter Ordnungsprinzipien, die abstrakten Begriffe *Konzentration*, *Ruhe*, *Inspiration* und *Energie* auf einem Werbeplakat darzustellen, indem sie Bild- und Textelemente auf einem Werbeplakat anordnen (AFB II-III).
- 255 (3) beurteilen die gewählten Kompositionsschemata ihrer Plakatentwürfe im Hinblick auf ihre Wirkung (AFB III).

Lernziele sollen den angestrebten Lerngewinn beschreiben. Die Angaben können sowohl inhalts- als auch prozessbezogene Kompetenzen enthalten, die operationalisiert auf verschiedenen Niveaus angelegt sein müssen (AFB I-III)

Hausaufgabe zur Stunde: Es gab keine Hausaufgabe zu dieser Stunde.

Lehreraktivität/ Unterrichtsphasen	Erwartete Schüleraktivität/ Sozialform/Medien
<p><b>Begrüßung</b></p> <p><b><u>Einstieg und Einstimmung</u></b> L. präsentiert den Begriff <i>Teema</i> auf PPP und erklärt, dass es sich bei <i>Teema</i> um ein neues Szenetränk handelt, das Studenten entwickelt und getestet haben. „Nun soll das Getränk vermarktet werden und dazu habe ich einen ersten Plakatentwurf gestaltet.“ L. präsentiert einen (misslungenen) Plakatentwurf als irritierenden Impuls.</p> <p><b>HI:</b> <i>Begründet, ob dieser Entwurf gelungen ist.</i></p> <p><b>Überleitung:</b> <i>Sie scheinen Experten auf dem Gebiet Plakatgestaltung zu sein. Teema gibt es noch in vier weiteren Geschmacksrichtungen.</i> L. präsentiert zunächst die Sorten (Ruhe, Energie, Konzentration und Inspiration) und anschließend die Aufgabenstellung auf PPP.</p> <p>L. fordert S. dazu auf, die Aufgabenstellung laut vorzulesen.</p> <p><b>LF:</b> <i>Nennen Sie bitte ein Beispiel.</i></p> <p><b>LF:</b> <i>Welche Fragestellung müssen Sie sich für die Unterrichtsstunde und die Aufgabe stellen?</i></p>	<p><i>SLG</i> <i>PPP/Tafel</i></p> <p><b>EA:</b> <i>Das Plakat ist nicht gelungen/ Es gibt keinen Blickfang/ Man kann die Informationen nicht gut erfassen, weil man nicht weiß, wo man zuerst hingucken soll./ Es sind verschiedene Schriftarten miteinander kombiniert./ Man kann keine Zugehörigkeit der einzelnen Bildelemente erkennen./ Es gibt keine klare Komposition.</i></p> <p><b>ES:</b> Die S. reagieren nicht auf den Impuls.</p> <p>S. lesen und reagieren auf die Aufgabenstellung. <b>EA:</b> <i>Man müsste sich zunächst überlegen, wie man die Begriffe durch Formen oder durch die Komposition darstellen kann.</i> <b>EA:</b> <i>Man könnte z.B. den Begriff Ruhe mit einer symmetrischen Komposition darstellen. (*Individuelle Beispiele)</i></p> <p><b>EA:</b> <i>Mit welchen Ordnungsprinzipien kann die Wirkung der Geschmackssorte</i></p>

Zweispaltiger Aufbau mit den wichtigsten Impulsen und erwarteten Schülerantworten. Horizontaler Aufbau von Aktion und Reaktion zur besseren Lesbarkeit erforderlich.

Benennung der Phasen:  
Einstieg mit Irritation

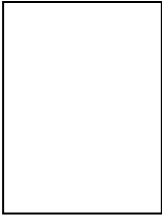

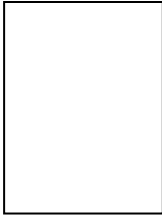
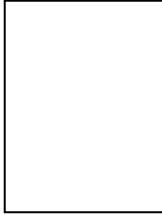
Erwartete Schwierigkeiten und Hilfsimpulse zeigen eine vorausschauende Planung

<p>L. übernimmt den Wortlaut der S. und schreibt die Stundenfrage an die Tafel.</p>	<p>auf dem Plakat dargestellt werden?</p>
<p><b>1. Teillernziel erreicht</b></p>	
<p><b>Erarbeitung</b></p> <p><u>Überleitung/Aufgabenstellung</u>  <i>Mit dieser Fragestellung befassen Sie sich nun in kreativen Kleingruppen.</i></p> <p>(Die Schüler sitzen bereits in ihren Gruppen zusammen.)</p> <p>L. verteilt die Aufgabenblätter und bittet die S. darum die Aufgabenstellung zu lesen.  Im Anschluss werden Fragen zur Materialauswahl geklärt.</p> <p><b>HI:</b> L. stellt Scheren und Klebstifte zur Verfügung.  <b>HI:</b> L. gibt Denkanstöße. Z.B. „die Gedanken sind frei“ „Kreativität“  <b>HI:</b> Die Gruppen, die frühzeitig fertig sind, bearbeiten die Zusatzaufgabe.</p> <p>L. bittet die S. darum die Plakate geordnet an die Tafel zu hängen.</p>	<p><i>GA/SSG Klebstifte/ AB/ Scheren/</i></p> <p><b>ES:</b> S. haben keine Schere und keinen Klebstift dabei.  <b>ES:</b> Die Gruppe mit der Sorte Inspiration, weiß nicht, wie sie beginnen soll.  <b>ES:</b> Einige Gruppen sind schneller fertig als andere.</p> <p>S. hängen die Plakate an die Tafel.</p>
<p><b>2. Teillernziel erreicht</b></p>	
<p><u>Überleitung:</u> <i>Die Gestaltungsteams sind zu einem Ergebnis gekommen.</i></p> <p><b>LF:</b> Welches Ordnungsprinzip liegt welchem Plakat zugrunde?</p> <p><b>LF:</b> Begründen Sie, ob die Wirkung durch die Wahl der Ordnungsschemata erzielt wird. Nennen Sie gegebenenfalls Alternativen.</p> <p><b>LF:</b> Erklären Sie, wie der Einsatz von Ordnungsprinzipien für die Plakatgestaltung nutzbar gemacht werden kann.</p>	<p><i>SSG/SLG Tafel/ Magnete</i></p> <p><b>EA:</b> *individuelle Antworten</p> <p><b>EA:</b> *individuelle Antworten</p> <p><b>EA:</b> Bei Werbung geht es um die schnelle Erfassbarkeit/ Die Komposition trägt ja zum Gesamteindruck bei/ Durch die Komposition kann die Eigenschaft des Produktes sichtbar gemacht werden/ etc.</p>
<p><b>3. Teillernziel erreicht</b>  <b>Geplantes Stundenende</b></p>	

Kennzeichnung der Phasenübergänge und des Lernfortschritts durch Markierung der erreichten Teillernziele

Hier fehlt der weitere Verlauf der didaktischen Reserve!!

*Mit welchen Ordnungsprinzipien kann die Wirkung der Geschmackssorte auf dem Plakat dargestellt werden?*

<i>Konzentration</i>	<i>Energie</i>	<i>Ruhe</i>	<i>Inspiration</i>
			
Ballung	Streuung, Rhythmus, Asymmetrie	Reihung Symmetrie	Streuung

- ↳ Zeigt den Stundenverlauf und macht ihn nachvollziehbar
- ↳ Strukturiert den Lerninhalt
- ↳ sichert Wissen und Erkenntnisse sprachlich kompakt und bildhaft
- ↳ hält evtl. Kriterien für die praktische Gestaltung bereit


### 6.2 PPP – Einstiegsimpuls

Biologisch angebaut in den Teeplantagen Sri Lankas. Frisch aufgebrüht in den Kreativlaboren junger Studenten. Erfrischend abgekühlt in deinen Händen. Teema Eistee erhältst du in vier verschiedenen Sorten.

CLAS  
SIC

TEEMA

Aufgebrüht - Abgekühlt - Abgefahren



### 6.3 Exemplarisches Arbeitsblatt

275

Kunst 11 gA

**Wirkungsvolle Werbeplakate**

02.02.2022

- Anwendung von Kompositionsschemata auf die Gestaltung eines Werbeplakats-

#### **Layoutgestaltung für ein Werbeplakat des Szenetränks TEEMA.**

280

TEEMA ist ein frisch aufgebühter und erfrischend abgekühlter Eistee. Um das Szenetränk einer jugendlichen gesundheitsbewussten Zielgruppe schmackhaft zu machen, sollen junge Leute auch an der Vermarktung des Produktes beteiligt werden.

Sie sind mit der optimalen Präsentation der verschiedenen Geschmackssorten auf Werbeplakaten beauftragt.

**Aufgabe ist es, das Produkt und die Geschmackssorten mit ihrer jeweiligen Wirkung**

**Energie, Ruhe, Konzentration und Inspiration**

285

**auf dem Plakat in Szene zu setzen.**

TEAM ENERGIE

290

(a) Besprechen Sie in ihrer kreativen Kleingruppe, was Sie mit dem Begriff Energie verbinden. Notieren Sie sich 2-3 Adjektive, die den Begriff Energie beschreiben. \_\_\_\_\_

295

(b) Entscheiden Sie sich auf Grundlage ihrer Überlegungen für ein Kompositionsschema, das die Eigenschaft der Geschmackssorte am treffendsten widerspiegelt. Notieren Sie sich das Ordnungsprinzip. \_\_\_\_\_

300

(c) Entscheiden Sie sich bewusst für ein Format. Ordnen Sie die Elemente auf dem DinA4 Blatt so an, dass die Komposition die Wirkung der Geschmackssorte ihres Eistees widerspiegelt. (Probieren Sie einige Varianten aus). Nachdem Sie sich gemeinsam für eine wirkungsvolle Variante entschieden haben, kleben Sie die Elemente auf.

305

(d) Bereiten Sie sich darauf vor, ihre Gestaltungsentscheidungen zu begründen.

**Zusatzaufgabe:** Gestalten Sie mit dem übrigen Material ein Plakat, das sich deutlich vom Erstentwurf unterscheidet.

310

**Materialauswahl:** Erlaubt ist es, all das vorliegende Material für die optimale Präsentation ihrer Geschmackssorte zu nutzen. Für die Auswahl und Anordnung entscheiden Sie sich gemeinsam in der Gruppe. Nicht erlaubt ist es, durch bspw. Zeichnungen das Material zu ergänzen.

**Material** (Die Schüler erhalten folgende Bild- und Textelemente in verschiedenen Größen.)

**Bildmaterial**

315



325

335

**Der Produktname und die Geschmackssorte**

340

TEEMA  
Grün  
Ruhe

**Der Slogan**

345

Aufgebrüht – Abgekühlt – Abgefahren

**Die Produktinformationen**

350 Biologisch angebaut in den Teeplantagen Sri Lankas.  
Frisch aufgebrüht in den Kreativlaboren junger Studenten.  
Erfrischend abgekühlt in deinen Händen.  
Teema Eistee erhältst du in vier verschiedenen Sorten.

## 7. Literaturverzeichnis

- Bohrmann, Thomas (2010): „Werbung“. In: *Handbuch der Medienethik*. Ed. Christian Schicha und  
355 Carsten Brosda. Wiesbaden: Springer Verlag für Sozialwissenschaften. (293-303).
- Eckhardt, Peter (2006): „Kunstunterricht- Bildnerische Mittel“, unter:  
<http://www.unterricht.kunstbrowser.de/bildnerischemittel/komposition/kompositionbildaufbau/index.html> (29.11.2014)
- Hahne, Robert (2006): *Wege zur Kunst. Begriffe und Methoden für den Umgang mit Bildern*.  
360 Braunschweig: Schroedel.
- Institut für Schulqualität und Bildungsforschung (Hrsg.): „Grundlagen der Komposition“, unter:  
<http://www.kunst-rs-bayern.de/userfiles/grundlagenkomposition.pdf> (29.11.2014).
- Jank, Werner und Hilbert Meyer (2011): *Didaktische Modelle*. 5. Auflage. Berlin: Cornelsen.
- Korthaus (2013): *Grundkurs Grafik und Gestaltung für Ausbildung und Praxis*. Bonn: Galileo Press.
- 365 Kultusministerkonferenz (Hrsg.) (2004): *Bildungsstandards der Kultusministerkonferenz Erläuterungen zur Konzeption und Entwicklung*. Darmstadt: Satz und Verlags GmbH.
- Michaelis, Margot (2009): *Werkstatt Kunst. Werbung und Image*. Braunschweig: Schroedel Verlag.
- Niedersächsisches Kultusministerium (Hrsg.) (1993): *Rahmenrichtlinien für das Gymnasium - gymnasiale Oberstufe*. Kunst. Hannover.
- 370 Niedersächsisches Kultusministerium (Hrsg.) (2014): Abitur 2016. Thematische Schwerpunkte für das Fach Kunst, unter: <http://www.nibis.de/nibis.php?menid=6075>
- Stieber, Renate (2011): *Arbeitskreis der Kunsterziehung. Werbung*. <http://www.kunst-rs-bayern.de/userfiles/arbeitshefte/AH-Werbung2011.pdf>
- Tlusty, Volker (2011): *Hilfen zum Zentralabitur, Nr.25: Plakate im Spannungsfeld zwischen Kunstwerk und Massenmedium*, unter: <http://www.niedersachsen-bdk.de/exklusiv/ReaderPlakat.pdf>  
375
- Tschakert (2012): *Kunstdidaktik- Prüfungswissen. Theorie und Praxis*. Augsburg: Brigg Pädagogik Verlag.