

Unterrichtseinheit »Werbung der Bundeswehr«

Thema: Anwerbemethoden der Bundeswehr	Zeit: 135 Minuten	Schwierigkeitsstufe III
---------------------------------------	-------------------	-------------------------

Schlagwörter: Bundeswehr, Militär, Rekrutierung Minderjähriger, Werbung, Adbusting

Autorin: Christine Rohrer, Redaktion: David Hosni

Lernziele

Den Schülerinnen und Schüler werden Werbestrategien der Bundeswehr zur Eigenpräsentation und Anwerbung neuer Soldaten vorgestellt. Gerade gegenüber jungen Menschen betont die Bundeswehr Aspekte wie Teamgeist, Abenteuer, Internationalität und Technik besonders stark, wohingegen Risiken des Militärdienstes weitestgehend ausgeblendet werden. Durch die Methode des Adbusting lernen die Schülerinnen und Schüler sich in Gruppenarbeit mit diesen Werbestrategien kritisch und kreativ auseinanderzusetzen. Die enorme Wirkung einer gezielten Sprach- und Bildauswahl nachzuvollziehen, erhöht die Medienkompetenz und sensibilisiert für den eigenen Sprachgebrauch.

Übersicht der Unterrichtseinheit

Nr.	Phase/ Zeit	Inhalt/Methode	Materialien
1)	Einstieg/ 5min	Thema und Ziele benennen	
2)	Input/ 25min	Präsentation der Fotoserie mit Beispielen zur Bundeswehrwerbung und einem eingebetteten Film, zu Werbemethoden des Militärs bei der Rekrutierung Minderjähriger	Fotoserie »Werbung der Bundeswehr« Folie 1-12, Beamer, Laptop, Lautsprecher, Internet
3)	Bewegungspause/ 10min (optional)	Zeitungstheater: Darbietung von Textstellen in unterschiedlichen Formen, z.B. Liebeserklärung	Zeitungsartikel
4)	Erarbeitung/ 40 bis 60min	Adbusting: Werbematerialien der Bundeswehr (Waffenfirmen) durch größere oder kleinere Veränderungen eine neue Aussage geben.	Arbeitsblatt 1, Werbematerialien Bundeswehr/Waffenfirmen, sonst. Werbematerial und Zeitungen zum Basteln, sonstiges Bastelmaterial wie Marker, etc...
5)	Präsentation/ 30min	Ausstellung und Besprechung der fertigen Adbusts	ggf. Mappe zum Aufbewahren
6)	Ausstieg/ 15 min	Ausblick auf Handlungsoptionen	Fotoserie »Werbung der Bundeswehr« Folie 13-21

Erläuterungen zur Übersicht

1)	Den Schülerinnen und Schüler wird innerhalb der drei Unterrichtsstunden ein kritischer Blick auf die Methoden der Anwerbung Minderjähriger durch die Bundeswehr eröffnet. Ihre eigene Kreativität im Umgang mit diesen Methoden können die Schülerinnen und Schüler durch Verfremdung und Verfälschung von Werbematerialien der Bundeswehr unter Schau stellen.
----	---

2)	Die Fotoserie beginnt mit Beispielen zur Bundeswehrwerbung und stellt die grundsätzliche Problematik des Rekrutierungsdrucks einer Berufsarmee dar. Eingebettet in die Fotoserie finden Sie die Kurzdokumentation »Was hat die Armee aus mir gemacht« (9:37) von <i>The guardian</i> (Untertitelung terre des hommes). Am Fallbeispiel eines britischen Soldaten, der bereits mit 16 Jahren rekrutiert wurde, und eines Werbefachmanns, der für die britische Armee arbeitete, werden Methoden und Folgen der Werbung zur Rekrutierung neuer Soldaten eindrücklich dargestellt. Um die Diskrepanz von Werbesprache und Kriegseinsatz darzustellen, werden auch Bilder und Videos z.B. aus dem Irakkrieg gezeigt.
3)	Diese optionale Bewegungspause dient zur Lockerung nach den zahlreichen Informationen, die die Schülerinnen und Schüler erhalten haben und stimmt zudem auf den nächsten Block der UE ein. Aktuelle Zeitungsausschnitte z.B. zu den Themenfeldern Bundeswehr, kriegerische Auseinandersetzungen, Kinder im Krieg und auf der Flucht werden an alle SuS verteilt. Jede/r merkt sich aus dem erhaltenen Zeitungsschnipsel einen frei wählbaren Satz. Alle bewegen sich im Raum. Die Lehrperson gibt Anleitungen, wie die Sätze vorgetragen werden sollen: Liebeserklärung, Beschwerde, Kaffeeklatsch, Werbung, etc.
4)	Das Arbeitsblatt wird an die SuS verteilt und gemeinsam besprochen, was Adbusting bedeutet. Zur Inspiration und zum besseren Verständnis werden Adbusting-Beispiele aus anderen thematischen Zusammenhängen vorgestellt. Anschließend entwickeln die SuS in Kleingruppen anhand der vorliegenden Materialien eigene Adbusting-Ideen.
5)	Die fertigen Adbusts werden als kleine Ausstellung an der Wand arrangiert und gemeinsam besprochen. Sie können später im Unterricht wiederverwendet werden. Siehe dazu: Weiterführende Ideen zur Unterrichtseinheit.
6)	Die Fotoserie »Werbung der Bundeswehr« zeigt im zweiten Teil ein paar Möglichkeiten auf, wie Schülerinnen und Schüler sich mit diesem Thema aktiv auseinandersetzen können: Aktion Rote Hand durchführen, kontroverse Diskussionen mit Soldaten organisieren, ... Die SuS können natürlich auch in Kleingruppen selbst Ideen sammeln und ausarbeiten.

Weiterführende Ideen zur Unterrichtseinheit:

- Die SuS schreiben einen kleinen Beitrag über die Adbusting-Aktion und veröffentlichen ihn und ihre Ergebnisse z.B. auf dem Blog der Schule oder bei Facebook.
- Präsentation des [Adbust-Filmclips des politischen Satiremagazins „extra 3“/NDR](#), das eine Werbekampagne der Bundeswehr karikiert.
- Die SuS tragen in Kleingruppen zentrale Informationen aus den Publikationen „Risiken und Nebenwirkungen eines Bundeswehreinsatzes im Kriegsgebiet“, „Schattenbericht Kindersoldaten 2013“ und „Friedenserziehung statt Militärwerbung und Rekrutierung“ zusammen und präsentieren ihre Resultate im Anschluss vor der Klasse.
- Prozess und Resultate weiterer Aktionen (vgl. Ausstieg) werden mit Fotos oder Video festhalten und als Ausstellung in der Schule oder im Internet präsentiert.

Arbeitsblatt 1 »Adbusting«

Anleitung »Adbusting«

Was ist Adbusting?

Das Wort Adbusting ist eine Zusammensetzung der beiden englischen Wörter „advertisement“ (Werbung) und „bust“ (zerschlagen). Mit dem aus der Streetart-Szene stammenden Adbusting wird unsere Konsumgesellschaft auf kreative Art und Weise kritisiert. Denn: Werbung ist überall. Von morgens bis abends werden wir dazu angehalten, Geld für Dinge und Dienstleistungen auszugeben, die angeblich unverzichtbar sind. Unternehmen, Konzerne, Organisationen und Politiker präsentieren sich durch gezielte Werbung in besonders vorteilhaftem Licht. Werbung schön und tischt uns nicht selten Lügengeschichten auf. Adbusting ist eine Antwort auf die Manipulationen der Werbeindustrie: Bereits mit kleinen Veränderungen an bestehender Werbung kann sie verfremdet, die Werbebotschaft ins Gegenteil verkehrt oder lächerlich gemacht werden. Dazu braucht es manchmal nur einen Buchstaben, ein Satzzeichen, ein Symbol oder ein Wort - und schon transportiert die Werbung eine andere Aussage.

Vorbereitung und Ablauf

Wählt euch aus Werbematerialien von Waffenfirmen und der Bundeswehr ein Exemplar aus, das euch besonders anspricht. Überlegt im Team, wie die Werbung aufgebaut ist und welche Strategien und Ziele dahinter stecken. Sprecht über eure persönlichen Einstellungen zu den vermittelten Botschaften. Tauscht Ideen aus, wie die Aussage der Werbung verändert werden könnte.

Fotografiert die noch unbearbeitete Werbung, bevor ihr euch ans Werk macht. Achtet darauf, dass sich die von euch vorgenommenen Veränderungen farblich und stilistisch möglichst in die alte Werbung einfügen. Nutzt dazu weitere Materialien: buntes Papier; Buchstaben, Wörter, Sätze oder Fotos, die ihr aus anderen Werbeprospekten ausschneidet; dicke Filzstifte; Klebefolie; ... Haltet euer Ergebnis fotografisch fest.

Beispiele



Quelle: www.ethify.org



Quelle: www.ethify.org