



Thema	Aufbau und Wirkung eines Plakates, formal	
Zeitbedarf	1/2 bis 1 Lektion (je nach Klassengrösse, Einsatz und Diskussionsdauer)	
Fächer	Möglicher Fächerbezug: > Bildnerisches Gestalten > Medien und Informatik > Ethik, Religionen, Gemeinschaft	
Methoden	> Kleingruppendiskussion > Einzelauftrag Bewertung > Wissensvermittlung > Diskussionen im Klassenverband	
Einsatz	> Fachspezifischen Unterricht > Bestandteil von Projekttagen > Altersdurchmisches Lernen	
Material	> Planung	2
	> Zusatzinformationen	3
	> Projektionsvorlage: Plakat Zigarettenwerbung	4
	> Projektionsvorlage: Gestaltungselemente	5
	> Merkblätter: Gestaltungselemente	6–8
	> Arbeitsblatt: Bewertung	9



Einführung

- > Jedes Gestaltungselement eines Informationsträgers ist gleichzeitig auch ein Kommunikationselement. Will man eine Botschaft effizient und wirksam in Gestalt setzen, so ist die Kenntnis über den gezielten Einsatz dieser Gestaltungselemente unabdingbar. In dieser Unterrichtseinheit wird dasselbe Plakat, das bereits inhaltlich unter die Lupe genommen worden ist («befreelance-contest» A), in seine formalen Teile zerlegt. Dadurch werden der Aufbau und die gestalterischen Möglichkeiten aufgezeigt. Dies hilft den Schüler:innen gezielter eigene Plakatideen zu entwickeln und befähigt sie gleichzeitig, eine Werbebotschaft besser zu entschlüsseln: aktive Informationsverarbeitung statt passiver Wahrnehmungskonsum.

Kompetenzen

- > Erkennen des formalen Aufbaus einer gestalteten Botschaft und dessen Elemente
- > Eigene Botschaft gezielter in Gestalt setzen
- > Werbebotschaft differenziert entschlüsseln können
- > Eigene Bewertungs- und Orientierungskompetenz (weniger Fremdbestimmung)
- > Fachliche Kompetenzen nach Lehrplan 21: BG.1.A.1.c, BG.1.A.2.1c, BG.1.A.3.c–d, BG.3.B.1.1c, BG.3.B.1.2c, MI.1.1.g, MI.1.2.f/h, MI.1.3.f, ERG.1.1.d

Vorbereitung

- > Zusatzinformationen studieren
- > Projektionsvorlagen «Zigarettenwerbung» (Seite 4) und «Gestaltungselemente» (Seite 5) farbig ausdrucken (nachgestelltes Plakat mit fiktiver Zigarettenmarke)
- > Klassensatz Merkblätter (Seiten 6–8) sowie Arbeitsblatt (Seite 9) kopieren

Ablauf/Module

Input

Gruppenarbeit

Klassenverband

Zeit	Themen/Aufträge	Methode/Form	Material/Hinweise
2'	Kurze Einführung: Thema, Ablauf, Kompetenzen	Information	
5'	Fragerunde: Welche Gestaltungselemente enthält das Plakat?	Zusammentragen	> S. 4
5'–10'	Aufzeigen und erläutern der Gestaltungselemente	Lehrgespräch	> S. 5
10'–20'	Einzelauftrag: Merkblätter lesen und Plakat bewerten	Orientieren und bewerten	> 6–8
5'–15'	Resultate zusammentragen und Schlussdiskussion	Auswertung	> S. 9



= Optional je nach Zeitbudget



Grundsätzliches

Bewusst wird mit dem gleichen Zigarettenplakat weiter gearbeitet, das auch in der Unterrichtseinheit «befreelance-contest» A thematisiert wurde. In dieser zweiten Unterrichtseinheit werden die formalen Kommunikationselemente untersucht. Weitere Gründe, dieses exemplarische Beispiel zu behandeln:

- > Inhaltlich: Es liegt ein raffiniertes Kommunikationskonzept zu Grunde, das die Jugendlichen anzusprechen vermag.
- > Formal: Auch formal gestalterisch, darf dieses Plakat als beispielhaft betrachtet werden. Die einzelnen Gestaltungselemente sind optimal gewählt und sehr gut aufeinander abgestimmt.
- > Die inhaltlichen wie die rein formalen Elemente konzentrieren sich auf diesem Plakat gemäss dem Motto «weniger ist mehr» auf das Wesentliche. Somit ist die Anforderung, die ein Plakat als Kommunikationsmittel stellt vollumfänglich erfüllt (schnell erfassbar und einprägsam).
- > Aus werbetechnischer Sicht ein gelungenes Beispiel, von dem die Schüler:innen in Bezug auf die Entwicklung einer Kommunikationsidee sowie der Gestaltung einer Botschaft mit Hilfe dieser ersten zwei Unterrichtseinheiten profitieren können.

Fragerunde

Bevor Sie die «Gestaltungselemente» (Seite 5) projizieren, auf der die verschiedenen Gestaltungselemente eingetragen sind, zeigen Sie das Plakat «Smoky – free for ever» (Seite 4). Die Schüler:innen sollen möglichst viele Gestaltungselemente zuerst selbst erkennen.

Aufzeigen der Gestaltungselemente

Projizieren Sie nun die «Gestaltungselemente» auf Seite 5 und ergänzen Sie die noch nicht genannten Elemente. Erläutern Sie anschliessend die Funktion der einzelnen Elemente (siehe Merkblätter Seiten 6–8). Es ist erstaunlich, wie viele Elemente, die mit zur Gestaltung einer Botschaft beitragen, in einem scheinbar so «einfachen» Plakat enthalten sind.

Einzelauftrag



Optional
je nach Zeitbudget

Lassen Sie die «Gestaltungselemente» (Seite 5) projiziert und verteilen Sie die Merkblätter (Seiten 6–8) sowie das Bewertungsblatt (Seite 9). Vor der Bewertung jedes einzelnen Gestaltungselementes, soll zuerst die entsprechende Beschreibung auf dem Merkblatt gelesen werden. Am Ende der Liste mit den Gestaltungskriterien soll auch der Gesamteindruck bewertet werden.

Dieser Einzelauftrag dient der Kompetenzsicherung und gleichzeitig der Lernkontrolle.

Resultate zusammentragen und Schlussdiskussion

Die Schüler:innen sollen durch Handaufhalten mitteilen, wo sich die Gesamtzahl ihrer Punkte auf der Bewertungsskala befindet (sehr schlecht, schlecht, mittelmässig, gut, hervorragend). Fragen anschliessend einzelnen Schüler:innen, weshalb ihre Bewertung entsprechend ausgefallen ist und was ihre Aufmerksamkeit geweckt hat.



SMOKY

free for ever



Art. 10 0Tab/TabV

Nuit gravement à la santé. Rauchen gefährdet die Gesundheit. Fumare mette in pericolo la salute.



Gestaltungselemente





Ob Plakat, Flyer, Media-Screen oder TV-Spot: Jedes Informationsmedium lässt sich in verschiedene Gestaltungselemente zerlegen. Diese Elemente werden in der Werbung bewusst ausgewählt und eingesetzt. Sie sind Träger einer Botschaft, d. h. sie sind nicht «nur» Gestaltungselemente, sondern vermitteln immer auch etwas. Je nachdem, wie diese Gestaltungselemente eingesetzt werden, kann die Botschaft verstärkt werden. Die beschriebenen Gestaltungselemente helfen zudem, ein Plakat oder eine andere bildliche Darstellung zu analysieren und eine eigene Botschaft gestalterisch optimal umzusetzen.

Gestaltungselemente

Format

Die Definition des Formats ist entscheidend für die Gestaltung von Informationsmitteln wie Plakaten, Flyern oder Media-Screens. Es wird durch die Längenmasse (Breite x Höhe) sowie durch die Positionierung (Hoch- oder Querformat) definiert.

In bestimmten Fällen ist das Format durch äussere Umstände vorgegeben, in anderen Fällen wiederum ist man hingegen frei in der Formatwahl. Je nachdem kommt etwas im Hoch- oder aber im Querformat besser zur Geltung. Das merkt ihr selbst, wenn ihr beim Fotografieren entscheidet, wie ihr die Kamera haltet, um ein Motiv optimal «einzufangen». Je nachdem, auf welchen Kommunikationsmitteln oder auf welchen Endgeräten eine Werbung erscheint, wird sie im Hoch- und im Querformat umgesetzt. So ist es auch beim «befreelance-contest» der Fall. Dies ist eine besondere Herausforderung.

Farben

Die Farbe ist eines der wichtigsten Gestaltungsmittel. Sie kommt in den Elementen Schrift, Objekte, Personen, Umgebung sowie Symbolen vor und trägt wesentlich zur Vermittlung einer Botschaft bei. Die Farbgebung hat einen direkten Einfluss auf die Gesamtstimmung einer bildlichen Darstellung. Dabei ist das Zusammenspiel der verschiedenen Farben von Bedeutung.

Schriften

Durch die Wahl einer bestimmten Schrift lässt sich die inhaltliche Aussage des Geschriebenen noch verstärken. Dafür steht eine enorme Auswahl an verschiedenen Schriftstilen zur Verfügung. Die Kunst besteht darin, die Schrift mit dem passenden Charakter zu finden. Sie muss mit den anderen Gestaltungselementen im Einklang stehen und darf diese nicht konkurrenzieren. Vor allem bei Plakaten steht bei der Schriftwahl die Lesbarkeit (Funktionalität) im Vordergrund. Deshalb gilt bei der Schriftwahl die Grundregel: Das Design muss der Kommunikation dienen und nicht umgekehrt.

Perspektive, Blickwinkel

Der Blickwinkel bestimmt die Perspektive. Wird etwas auf Augenhöhe dargestellt, fühlt man sich dem Bild direkter verbunden. Natürlich erhält das gleiche Motiv, von oben (Vogelperspektive) oder von unten (Froschperspektive) aufgenommen, eine andere Aussage. Auch hier wird durch einen bewusst gewählten Blickwinkel eine bestimmte Botschaft gezielt unterstützt.



Kontrast

Die Spannung einer bildlichen Darstellung erhöht sich, wenn mit Kontrasten gearbeitet wird. Am deutlichsten und vielfältigsten wird dieses Gestaltungselement in der Graffiti-Kunst eingesetzt. Doch auch Malerei, Fotografie und Film wirken ohne bewusste Kontrastgestaltung eher langweilig und finden wenig Beachtung. Für die visuelle Darstellung stehen folgende Formen von Kontrasten zur Verfügung:

- **Farbkontraste:** kalt – warm, hell – dunkel, rein (klar) – stumpf (trüb), bunt – eintönig, transparent – deckend
- **Formkontraste:** rund – eckig, stumpf – spitz, weich – hart, schmal – breit, hoch – tief, schwer – leicht
- **Mengenkontraste:** viel – wenig, gross – klein, dicht – locker
- **Bewegungskontraste:** starr – bewegt, langsam – schnell, horizontal – vertikal, kreisförmig – gerade, gegeneinander – auseinander

Bildausschnitt

Nahaufnahmen (Zoom-Ausschnitte) ziehen grundsätzlich die Aufmerksamkeit auf sich. Vor allem, wenn etwas viel größer dargestellt wird, als es in Wirklichkeit ist. Durch Zoomaufnahmen werden die Betrachtenden sozusagen an das Bild herangeholt. Die Totalansicht hingegen rückt alles in die Ferne und gibt eher die Übersicht wieder. Im Filmschaffen ist die Abwechslung zwischen diesen beiden Kameraeinstellungen eine Methode, um Spannung zu erzeugen.

Sprache

Selbstverständlich ist Sprache auch ein Gestaltungsmittel (Sprachgestaltung). Je nachdem, wofür geworben wird oder wen man ansprechen möchte, wird ein entsprechender Sprachstil eingesetzt. Auch der gezielte Einsatz fremdsprachlicher Begriffe oder Aussagen ist ein Mittel, um eine Botschaft zu gestalten.

Bei Plakaten gilt die Regel: Je kürzer der Text, desto eher prägt er sich ein. Oft besteht eine «Headline» oder ein «Slogan» nur aus ein bis zwei Wörtern. Ein guter Text ergänzt das Bild und verstärkt dessen Aussage. Er wiederholt nicht einfach das, was das Bild bereits vermittelt. (kein Legendetext)

Komposition (Raumaufteilung und Positionierung)

Wo steht was und warum? Ein Bild auf dem alles gleichmässig verteilt ist, wirkt eher langweilig. Eine spannende Komposition hingegen besteht aus Kontrasten und einer gezielten Platzierung der einzelnen Bildelemente. Wesentlich ist dabei, wie die einzelnen Bildelemente am Schluss zueinander stehen und welche Wechselwirkung bzw. Aussage sie dadurch erzeugen.



Symbole

Symbole stehen stellvertretend für ein Produkt, eine Firma oder einen Personenkreis. Sie können auch eine Situation oder eine Handlung darstellen. Dazu gehören Logos, Verkehrszeichen und Piktogramme. Es können aber auch Abbildungen von Gegenständen sein, die symbolisch für etwas stehen. Symbole sollen einprägsam sein und haben in der Regel einen hohen Wiedererkennungswert. Sie schaffen Assoziationen zu etwas Bestimmtem.

Objekte

In erster Linie sind die abgebildeten Objekte Produkte, für die geworben wird. Zweitens werden aber auch gezielt Produkte eingesetzt, um eine bestimmte Botschaft oder Aussage zu unterstützen. Diese Produkte haben oft Symbolcharakter. Es kann sich dabei um ein Haus, ein Möbelstück, ein Accessoire, einen Gebrauchs- oder einen Kunstgegenstand usw. handeln.

Personen (Handlungen, Situationen, Szene)

Personen sind selbstverständlich die Hauptträger einer Botschaft. Um das Zielpublikum anzusprechen, werden bestimmte Typen in bestimmten Handlungen oder Situationen gezeigt. Eine Situation kann jedoch auch ohne Personen dargestellt werden. Das Zielpublikum soll sich in der klassischen Werbung von Produkten oder Dienstleistungen mit den dargestellten Personen identifizieren können. Das heißt, es werden Personen dargestellt, mit dem man gerne etwas zu tun haben möchte. Dementsprechend werden die Fotomodelle bzw. Darstellende «gestaltet»: Haar, Make-up, Kleidung, Accessoires, Körperhaltung.

Umgebung, Hintergrund

Die Umgebung und der Hintergrund wirken eher unbewusst auf die Betrachtenden. Auch wenn Personen oder Produkte im Vordergrund stehen und zuerst wahrgenommen werden, tragen Umgebung und Hintergrund wesentlich zur «Untermauerung» einer Botschaft bei.

Technik

Als Technik wird die Umsetzungsmethode bezeichnet. Diese kann fotografisch mit Bild-Text-Kombinationen oder als Illustration (Cartoon, Comic, Zeichnung) erfolgen. Auch hierbei gibt es verschiedenste stilistische Gestaltungsmöglichkeiten. So kann eine Fotografie beispielsweise bewusst realitätsgetreu aufgenommen werden. Mit besonderen Lichteffekten besteht zusätzlich die Möglichkeit, bestimmte Elemente hervorzuheben. Bildbearbeitungsprogramme am Computer bieten zudem nahezu uneingeschränkte Möglichkeiten für die weitere Gestaltung. Bei der Illustration ist es wichtig, den passenden Gestaltungsstil für die entsprechende Botschaft zu finden. Auch Illustrationen können am Computer weiter bearbeitet und gegebenenfalls mit dem Medium Fotografie kombiniert werden.



Bewertung Gestaltungselemente



Um eine Werbung und die dahinter stehende Botschaft bewusst erfassen und analysieren zu können, ist es hilfreich, die einzelnen Gestaltungselemente zu erkennen und ihre Verbindung zueinander zu interpretieren. Welches Element sagt was aus? Gleichzeitig wird dadurch auch die Qualität der Gestaltung sichtbar. Wie bewusst wurde etwas in Szene gesetzt? Mithilfe dieses Fragebogens lässt sich diese Qualität bestimmen. Anhand der Beschreibungen der einzelnen Gestaltungselemente auf den Seiten 6–8 kannst du deine persönliche Bewertung abgeben. (Zutreffendes ankreuzen)

Format	☐	☐	☐	Komposition	☐	☐	☐
Farben	☐	☐	☐	Symbole	☐	☐	☐
Schriften	☐	☐	☐	Objekte	☐	☐	☐
Perspektive, Blickwinkel	☐	☐	☐	Person(en)	☐	☐	☐
Kontraste	☐	☐	☐	Umgebung	☐	☐	☐
Bildausschnitt	☐	☐	☐	Technik	☐	☐	☐
Sprache	☐	☐	☐	Gesamteindruck	☐	☐	☐

Rechne nun aus, wie viele Punkte deine Bewertung erreicht hat: ☹ = minus 3 Punkte

😊 = plus 1 Punkt

☺ = plus 3 Punkte

Meine Bewertung erreicht total _____ Punkte.

Bewertungsskala:

- 42 bis - 10 Punkte > **sehr schlecht**
- 11 bis + 13 Punkte > **schlecht**
- + 14 bis + 22 Punkte > **mittelmässig**

- + 23 bis + 32 Punkte > **gut**
- + 33 bis + 42 Punkte > **hervorragend**