

Werbung Museum of Brands Arbeitsbogen

Dieses Arbeitsblatt zum Thema Werbung sollte während des Museumsbesuchs ausgefüllt werden. Da sich die Fragen auf verschiedene Bereiche in der Ausstellung beziehen, musst du vielleicht mehr als eine Runde gehen.

1. Betrachte das Aussehen und die Mode von Frauen in der Werbung zu Beginn des 'Time Tunnels' (1837 bis 1910er Jahre). In welchen Zusammenhang stehen die Frauendarstellungen mit dem Zielmarkt?

2. Die Werbepsychologie hat ihren Anfang in Postern zur Anwerbung von Soldaten im Ersten Weltkrieg. Finde ein solches Beispiel in der Abteilung der 1910er Jahre und erkläre, wie es funktioniert.

3. Betrachte die Exponate aus den 1940er Jahren. Während des Zweiten Weltkriegs versuchte Großbritannien, die britische Identität zu betonen. Inwiefern wird dies in der Werbung der Zeit deutlich? Führe in deiner Antwort mindestens ein Beispiel auf.

4. Wähle in der Abteilung der 1950er Jahre zwei unterschiedliche Anzeigen aus, in welchen Frauen für das Produkt werben. Analysiere die gegensätzlichen Werbeanzeigen in der Tabelle darunter. Beziehe visuelle Elemente, Sprache, Umgebung und Charaktere in deine Überlegungen mit ein.

Name des Produkts	Wie wird für das Produkt geworben?

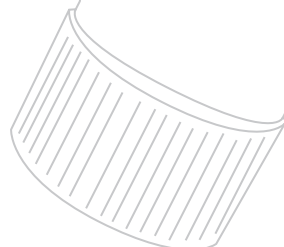
5. Sowohl der 'British Empire Exhibition' als auch dem 'Festival of Britain' wird eine ganze Vitrine gewidmet. Finde jeweils eine Werbeanzeige oder ein Produkt, in welcher/m deiner Meinung nach die britische Identität widerspiegelt wird. Erkläre deine Entscheidung.

Veranstaltung	Objekt	Darstellung der britischen Identität
British Empire Exhibition 1924/25		
Festival of Britain 1951		

6. Einige Produkte gedenken der königlichen Anlässe ihrer Zeit. Zwei von ihnen sind unten aufgelistet. Diskutiere für jede Objektgruppe die Bedeutung und den Reiz dahinter und ihre Zielgruppe. Welches sind die wesentliche Veränderungen im Laufe der Zeit?

a) 1935: Silber Jubiläum von König George V

b) 1981: Hochzeit von König Charles und Lady Diana



7. Wähle die Werbung eines Produkts aus zwei unterschiedlichen Epochen bzw. Jahrzehnten im Time Tunnel aus und vergleiche ihre Werbestrategien. Trage deine Ergebnisse in die Tabelle ein.

	Werbung 1	Werbung 2
Produkt		
Zeitraum		
Zielmarkt		
Werbestrategie		

In wiefern hat sich die Werbestrategie verändert oder weiterentwickelt? Wie macht sich dies bemerkbar?

8. Du näherst dich dem Ende des Museumsbesuchs. Gehe in den Café- Bereich des Museums und schaue dir für zehn Minuten die Werbespots an. Wähle einen Spot aus, der auf Geschlecht, Klasse oder Nationalität Bezug nimmt und fülle danach das Mind-Map aus, indem du Wörter und Ideen zu den Themen notierst.

