

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 durch das Museum machen.

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

2. Die Werbepsychologie hat ihren Anfang in den Werbepostern für Soldaten, die im Ersten Weltkrieg benutzt worden. Finde ein solches Beispiel der Werbepsychologie in der Abteilung der 1910er Jahre und erkläre, wie es funktioniert.

3. Betrachte die Ausstellungstücke 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 ein Produkt werben. Analysiere die gegensätzlichen Werbeanzeigen in der Tabelle unten. 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 hier 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 mehreren königlichen Anlässen ihrer Zeit. Zwei von ihnen sind unten aufgelistet. Diskutiere für jede Objektgruppe ihre Bedeutung, den Reiz dahinter und ihre Zielgruppe. Was sind die wesentlichen 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 Jahrzehnten im Time Tunnel aus und vergleiche ihre Werbestrategien. Trage deine Ergebnisse in die Tabelle unten 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 nährst 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 diesen Themen notierst.

