

U 12 „Homos“ in der Werbung/Werbung für „Homos“

Absicht

SuS setzen sich kreativ mit Werbung und den eigenen Vorstellungen von lesbischen und schwulen Lebensweisen auseinander.

SuS spielen einen Werbespot vor.

SuS analysieren kritisch eigene und fremde Werbespots.

SuS setzen sich aktiv mit Vorurteilen und Stereotypen auseinander.

Ablauf

Die SuS erhalten den Auftrag, in Kleingruppen einen Werbespot zu entwerfen, der für die Zielgruppe Lesben bzw. Schwule gemacht ist. Dabei bleibt es ihnen frei gestellt, ein neues Produkt zu kreieren oder ein vorhandenes zielgruppenspezifisch zu bewerben.

Der Werbespot wird dann als Sketch aufgeführt.

Über die Aufführung wird im Anschluss diskutiert.

Hinweise

Diese Methode kann Einleitung oder Abschluss einer Unterrichtseinheit sein, wobei dann entweder zu klärende Fragen ermittelt oder die erarbeiteten Inhalte zusammengefasst werden.

Weiterführende Hinweise/Varianten

Alternativ kann auch der folgende Auftrag erteilt werden:

Suche verschiedene Werbung, in denen Lesben und Schwule vorkommen bzw. die sich an Lesben und Schwule richtet, z. B. auf Plakaten, im Fernsehen, im Kino, in Stadtmagazinen.

Stelle fest, welchen Bezug das Werbeprodukt zu lesbischen oder schwulen Lebensweisen hat, wie der Bezug zu Lesben und Schwulen hergestellt wird bzw. wie verdeutlicht wird, dass es sich bei den dargestellten oder agierenden Personen um Lesben oder Schwule handelt.

Inwieweit sind die dargestellten Situationen realistisch, inwieweit werden in ihnen Klischees über Lesben und Schwule verwendet?

Fasse deine Analyse in einem kritischen oder lobenden Leserbrief an die Firma, die mit dieser Werbung wirbt, zusammen.

Erarbeite nun unter Benutzung der ermittelten Erkenntnisse einen Werbespot, der sich an Lesben oder Schwule wendet, und führe diesen als Sketch auf (oder stelle einen Werbefilm her).

Diese Variante setzt voraus, dass die Schülerinnen/Schüler und/oder Lehrerinnen/Lehrer eine große Menge von Illustrierten im Voraus gesammelt haben, die dann von den SuS durchsucht werden. Besonders ergiebig dürften dabei das (vom Sexanzeigenteil durch die Lehrerin/den Lehrer bereinigte) Stadtmagazin *Siegessäule* sein und z. B. der IKEA-Katalog. Leseringexemplare sind kostenfrei zu beziehen. Aus dieser Recherche könnte dann z. B. eine Collage entstehen.

Spezifisch als Zielgruppe angesprochen werden schwule Männer auch von Kampagnen der AIDS- Hilfen und der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung. Sie können als Vergleich herangezogen werden, wobei es wichtig ist zu vermitteln, dass HIV/AIDS keine schwulenspezifische Krankheit ist, sondern sich alle bewusst vor Ansteckung schützen müssen. Hierzu ist wiederum das Stadtmagazin *Siegessäule* geeignet.