

# 34. Werbung für die Menschenrechte

Erzählen wir allen von den Menschenrechten!



Menschenrechte  
allgemein



Medien und Internet

<b>Themen</b>	Menschenrechte allgemein, lässt sich an alle Themen anpassen, Medien und Internet
<b>Komplexität</b>	Stufe 3
<b>Alter</b>	10–13 Jahre
<b>Zeit</b>	120–180 Minuten
<b>Gruppengröße</b>	4–24 Kinder
<b>Art der Aktivität</b>	Geschichten erzählen, Zeichnen, Schreiben
<b>Überblick</b>	Kinder entwickeln einen Fernsehwerbespot für die Kinderrechte
<b>Ziele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entwicklung des kritischen Denkens über Werbung und Medien</li> <li>• Einübung kreativer und kommunikativer Fertigkeiten</li> <li>• Entwicklung von Ideen zur Stärkung der Kinderrechte</li> <li>• Vermittlung eines tieferen Verständnisses der Menschenrechte</li> </ul>
<b>Vorbereitung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Besorgen Sie, wenn möglich, eine Videoausrüstung zur Aufzeichnung der Werbespots.</li> </ul>
<b>Materialien</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Papier und Künstlerbedarf</li> </ul>

## Anleitung

1. Bilden Sie Dreier- oder Vierergruppen. Verkünden Sie, dass die Gruppe den Auftrag bekommen hat, Werbung für die Kinderrechte zu machen. Sie sollen einen ein- bis dreiminütigen Fernsehwerbespot drehen, der den Zuschauenden ein bestimmtes Recht nahe bringt.
2. Bitten Sie die Kinder, einige Fernsehwerbespots zu beschreiben, die ihnen aufgefallen sind. Tragen Sie in einem Brainstorming zusammen, was einen Spot zu guter Werbung macht (z. B. clevere Slogans, Soundeffekte, Musik, Humor, seriöse Botschaft).
3. Sprechen Sie über die Zielgruppe für Ihren Werbespot. Wendet er sich an Kinder, Eltern, Lehrerinnen und Lehrer, die allgemeine Öffentlichkeit oder an alle? Überlegen Sie, wie man den Werbespot für die ausgewählte Zielgruppe attraktiv machen kann.
4. Jede Gruppe soll sich für ein Recht entscheiden, für das sie werben, und für eine Zielgruppe, die sie ansprechen will. Sie sollten ein Recht auswählen, das die Leute ihrer Meinung nach unbedingt kennen sollten, und eine Zielgruppe, die es unbedingt kennen sollte. Ein Kind aus jeder Gruppe berichtet, für welches Recht und für welche Zielgruppe sie sich entschieden haben.
5. Anschließend sollen die Gruppen eine Werbeidee dafür entwickeln. Sie sollen sich viele verschiedene Möglichkeiten ausdenken, wie sie das Recht darstellen könnten (z. B. eine Geschichte spielen, ein Lied singen, einen Cartoon zeichnen). Erinnern Sie daran, dass es ein Video fürs Fernsehen werden soll und daher fürs Auge interessant sein und Action enthalten muss, nicht nur „Gerede“. Die Idee sollte nicht zu kompliziert sein, sodass man sie in weniger als drei Minuten darstellen kann.
6. Gehen Sie von einer Gruppe zur anderen, um ihre Fortschritte zu beobachten. Hat eine Gruppe ihren Werbespot konzipiert, kann sie ihm einen Titel geben und dann mit den Proben beginnen.
7. Haben alle Gruppen ihre Werbespots konzipiert, kommen sie im Plenum zusammen, um ihre Ideen zu präsentieren und zu hören, was die anderen dazu sagen. Jede Gruppe erläutert ihr Recht, ihre



Zielgruppe und ihre Ideen dazu. Wenn sie fertig sind, können sie den Spot schon mal aufführen. Ermuntern Sie nach jeder Beschreibung oder Vorführung zu konstruktiven Vorschlägen und Kritik, z. B. mit den folgenden Fragen:

- a. Wird diese Idee bei der Zielgruppe Erfolg haben?
  - b. Kommt der Grundgedanke des Rechts deutlich rüber?
  - c. Was gefällt euch an diesen Ideen?
  - d. Habt ihr Verbesserungsvorschläge?
8. Geben Sie den Gruppen Zeit, ihre Werbespots zu überarbeiten und zu proben.
  9. Die Gruppen präsentieren einander ihre Werbespots und Vorhaben.

### Nachbereitung und Auswertung

1. Stellen Sie zur Nachbereitung Fragen wie z. B.:
  - a. War an dieser Aktivität etwas besonders schwierig? Hat etwas besonders viel Spaß gemacht?
  - b. Habt ihr etwas darüber gelernt, wie Werbespots gemacht werden?
  - c. War es schwer, mehr in Bildern als in Worten zu denken?
  - d. War es schwer, sich zu überlegen, wie man eine bestimmte Zielgruppe erreicht?
  - e. Ist Werbung immer positiv? Warum oder warum nicht?
  - f. Was habt ihr aus den Handlungsentwürfen der anderen Gruppen gelernt?
  - g. Ist Fernsehen durch diese Aktivität für euch anders geworden?
2. Stellen Sie den Bezug zu den Menschenrechten her, z. B. durch folgende Fragen:
  - a. Warum hat eure Gruppe gerade dieses Recht ausgewählt?
  - b. Warum habt ihr euch gerade für diese Zielgruppe entschieden?
  - c. Was meint ihr, wie die Reaktion auf euren Werbespot sein wird?
  - d. Ist ein Fernsehwerbespot eine gute Möglichkeit, um den Leuten etwas über die Menschenrechte zu vermitteln? Warum oder warum nicht?
  - e. Spricht euer Werbespot außer dem Recht, das ihr zum Thema gemacht habt, noch andere Rechte an?
  - f. Kann ein Recht überhaupt allein stehen oder hängt es immer mit anderen Rechten zusammen?
  - g. Fällt euch ein Recht ein, für das man nur schwer Werbung machen kann oder das schwierig darzustellen ist?
  - h. Ist eine von euren Figuren klischeehaft? Wenn ja, hat das eine negative Wirkung? Warum oder warum nicht?
  - i. Warum ist es wichtig, dass die Leute ihre Rechte kennen?
  - j. Wer sollte etwas über Kinderrechte lernen?

### Vorschläge zur Weiterarbeit

- Erläutern Sie, dass in vielen Werbekampagnen Werbespots mit Anzeigen in Printmedien wie z. B. Zeitschriften oder Zeitungen oder als Poster an Kiosken, auf Bussen und an anderen öffentlichen Plätzen kombiniert werden. Bitten Sie die Kinder zunächst, Printmedien durchzuschauen oder sich in ihrem Wohnviertel umzusehen und Anzeigen zu suchen, die ihnen gefallen. Diskutieren Sie dann darüber, was diese so attraktiv macht. Anschließend sollen die Kinder eine zweidimensionale grafische Anzeige für ein Recht entwickeln. Wenn die entsprechende Technik zur Verfügung steht, könnten diese Anzeigen auch am Computer gestaltet werden. Stellen Sie die Anzeigen im Kinderzentrum oder in der Schule aus.
- Geben Sie den Hinweis, dass für viele Werbekampagnen eine berühmte Persönlichkeit engagiert wird, die sich für den jeweiligen Zweck einsetzt. Vielleicht kennen die Kinder Beispiele dafür? Wen würden sie für ihre Anzeige einspannen wollen? Warum würde sich diese Person für ihr Recht und ihre Zielgruppe eignen?



- Überlegen Sie mit den Kindern, wie es wäre, ein längeres Menschenrechtsvideo zu drehen, in dem eine Geschichte erzählt wird.
  - Wodurch würde sich das von einem Werbespot unterscheiden?
  - Welche Aspekte der Geschichte wären wichtig (z. B. eine gute Erzählung; praktische Überlegungen wie zum Beispiel Kosten; eine Menschenrechtsbotschaft)?
  - Was wäre wichtig für das Video (z. B. dass man andere Darsteller/innen braucht als die Kinder in der Gruppe, jede Menge Requisiten und Kostüme, gefährliche Szenen)?

### Ideen zum Handeln

- Produzieren Sie Videos von diesen Werbespots, wenn es irgendwie machbar ist! Selbst ein schlechtes Video kann gut genug sein, um daraus zu lernen.
- Ist die Produktion eines Videos nicht möglich, könnten Sie die Geschichten so aufführen, als würden sie gefilmt. Mehrere dieser Spots könnten eine lebendige Unterrichtsstunde über Menschenrechte für andere Kinder oder Eltern abgeben.
- Ermuntern Sie die Kinder zur Kritik von Werbespots, die sie im Fernsehen sehen.
  - Warum kommen die im Fernsehen?
  - Wer wird als Zielgruppe angepeilt?
  - Welche Botschaft soll vermittelt werden?
  - Wie sollen die Zuschauenden darauf reagieren?

### Tipps für die Moderation

- Dies ist eine komplexe Aktivität, die den Kindern möglicherweise Dinge abverlangt, die sie noch nie gemacht haben (z. B. das Schreiben von Dialogen oder Songs oder die Entwicklung eines Storyboards). Moderierende müssen die Fortschritte der Kinder sorgsam beobachten und ihnen helfen, in der Spur zu bleiben.
- Manche Gruppen werden schneller vorankommen als andere. Hat eine Gruppe eine Aufgabe bewältigt, dann geben Sie ihr einzeln Anleitungen für den nächsten Schritt. Geben Sie ihnen genügend Zeit zum Üben und Korrigieren nach dem Feedback.
- Ermuntern Sie die Kinder bei dieser Aktivität zum kritischen Nachdenken über Werbung und deren Sinn und Zweck.
- Nutzen Sie die Aktivität, um konstruktive Kritik einzuüben und sie akzeptieren zu lernen.

### Abwandlungen

Diese Aktivität setzt die Kenntnis der Menschenrechte im Allgemeinen und der KRK im Besonderen voraus. Sie könnten mit einem Brainstorming über Menschenrechte beginnen, um festzustellen, wie viel die Kinder über Menschenrechte wissen. Wenn sie mehr Hintergrundwissen brauchen, um von der Aktivität zu profitieren, dann nehmen Sie sich zur Einführung erst mal eine andere Aktivität vor, z. B. „Brettspiele“, S. 71. Um die Kinder mit der KRK vertraut zu machen, könnten Sie außerdem jedem Kind einen Artikel der KRK zum Illustrieren geben. Bitten Sie die Kinder anschließend, ihren Artikel vorzulesen und ihre Illustration zu erläutern.

