

## **Thema: Kaufen – Frauen und Männer!**

(ab 7. Klasse)

Material: Zeitschriften, Schere, Papier, Klebstoff

Geschlechterrollenstereotype lassen sich recht unkompliziert am Thema Frauen und Männer in der Werbung erarbeiten. Die in der Werbung vermittelten Frauen- und Männerbilder beeinflussen in hohem Maße unbewusst unsere Vorstellungen. Eine differenzierte Analyse kann diese Stereotype deutlich werden lassen und ermöglicht es, die „geheime Absicht“ der Werbestrategie leichter zu durchschauen.

Die Schülerinnen und Schüler sollen aus Zeitschriften, die sie selbst mitgebracht haben, Werbeanzeigen, in denen Frauen oder Männer abgebildet sind, ausschneiden und jeweils eine Anzeige auf ein Blatt Papier kleben – so, dass noch Platz für eine Beschriftung bleibt. Die Hauptperson in der Werbung soll dann mit einem kurzen Profil beschrieben werden.

### **Beschreibungsmerkmale, erkennbar oder vermutet (Profil):**

- Größe der Person (Portrait, zur Hälfte, ganze Person)
- Alter
- Aussehen (gepflegt, müde, geschminkt ....)
- Ausdruck (Worauf wird unsere Aufmerksamkeit gerichtet?)
- Kleidung
- Familienstand
- Beruf
- Welchen Bezug hat die Frau / der Mann zu dem Produkt, für das geworben wird?
- Was ist für den Werbezweck besonders wichtig an der Person?
- Wer soll als Käuferin bzw. als Käufer angesprochen werden?

In einem Auswertungsgespräch können die Werbeanzeigen auf Gemeinsamkeiten hinsichtlich der jeweiligen Frauen und Männerbilder verglichen werden, so dass verschiedene Typen beschreibbar werden wie z. B. Typ Hausfrau, Karrierefrau oder Geschäftsmann, Handwerker.

Mit Hilfe der Profile lassen sich zusammenfassend typische Eigenschaften benennen, und den Stereotypen kann somit ein Name gegeben werden.