Recycling Plakat

Info für Lehrpersonen

Arbeitsauftrag	Die SuS verfassen auf Grund der erarbeiteten Inhalte einen PR-Text und eine Anzeige, die den Recycling-Willen der Bevölkerung antreiben soll.
Ziel	• Die SuS erleben die Umsetzung einer Öffentlichkeitskampagne am eigenen Leib, sehen die Schwierigkeiten und Auswirkungen einer solchen Aktion.
Material	• Basisinformation «PR» • Bildersammlung «Anzeigenkampagnen Recycling»
Sozialform	GA
Zeit	Ca. 90‘

Weiterführende Ideen:

- Die Klasse soll versuchen, ihre Kommunikationsmassnahmen wirklich umzusetzen. Möglicherweise bietet die Dorfzeitung einen Platz für die PR-Texte oder die Anzeigen.
- Die Klasse kann zu den unterschiedlichen Recycling-Kampagnen eine Diskussion führen und den Nutzen und die Wirkung erörtern.
- Informationen zu einer gelungenen Werbekampagne finden sich unter:
  Kiknet „Werbung“ https://www.kiknet-wander.org/unterrichtsmaterial/werbung-3-zyklus/

Recycling-Aktion

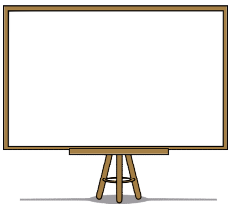
Ihr seid als Gruppe von eurer Gemeinde beauftragt worden, eine Kampagne für mehr Recycling zu entwerfen.

Mehr Leute sollen Recycling betreiben und Wertstoffe (z. B. Altglas) nicht mehr in den Müll schmeissen!

Wie bewegt ihr die Bevölkerung dazu, dieses Ziel umzusetzen und zu erreichen?

Der Gemeinderat hat euch um zwei Produkte gebeten:

- Einen PR-Text
- Ein Plakat



1. Lest die Anleitung für einen guten PR-Text genau durch und entwerft anschliessend gemeinsam euren Text.

2. Gestaltet ein **Plakat**, das die Leute anspricht. Es kann lustig, originell, tiefgründig, schockierend oder spannend sein. Wichtig ist, dass Personen, welche das Plakat sehen, die Message dahinter verstehen.
   Ein guter, einprägsamer **Slogan** kann dabei helfen (Slogan = Leitsatz, Merksatz).
   Bekannte Beispiele für Slogans sind:
   Just do it!, Haribo macht Kinder froh, ich bin doch nicht blöd, usw.

3. Präsentiert eure Kampagne der Klasse. Könnt ihr sie mit den Inhalten überzeugen?

Wie schreibe ich einen guten PR-Text?

Um einen guten PR-Text zu schreiben, der von den Menschen auch gelesen werden soll, gibt es ein paar Grundregeln, die ihr beachten solltet:

1. Überleg dir einen guten Titel, der zum Weiterlesen motiviert!

Eine gute **Schlagzeile** macht den Text erfolgreich. Bemühe dich, einen guten, aussagekräftigen Titel zu wählen. Denn oft entscheidet schon die Überschrift darüber, ob ein Text überhaupt gelesen oder sofort auf die Seite gelegt wird.

Der **Titel** eines PR-Textes kann durch einen **Untertitel** ergänzt werden, der noch etwas mehr erklärt, worum es im Text geht.

2. Stell das Wichtigste an den Anfang!

Bei einem PR-Text gehört **das Wichtigste an den Anfang**! Alle weiteren Informationen folgen entsprechend ihrer Bedeutung. Nicht ganz so wichtige Informationen stehen am Schluss.

3. Schreib einen guten Lead (= Einleitung), der zum Weiterlesen anregt!

Der **Lead** muss aussagekräftig sein und zum Weiterlesen anregen. Zu einem PR-Text gehört ein Lead. In ein bis **maximal drei Sätzen** fasst man das Wesentliche des Textes zusammen. Auch hier gilt eine Regel: Der Lead sollte keine allzu ausführliche Einleitung bilden, sondern möglichst «griffig» sein.
Der Lead soll dem Leser in wenigen Worten mitteilen, worum es im Text geht. Und er soll natürlich spannend genug sein, um ihn oder sie zum Weiterlesen zu verführen.

Übrigens: Um den Hauptgedanken festlegen zu können, muss der Schreiber selbst den Kern der Sache vollständig verstehen. Im Zweifelsfall musst du einfach solange nachrecherchieren, bis du ganz genau weisst, worum es geht.

4. Der Haupttext sollte informativ und prägnant sein

Beginne den **Haupttext** mit einer möglichst **kräftigen Aussage**: einem interessanten Vergleich, einem guten Zitat oder einer überraschenden Schlussfolgerung. Der Einstieg soll die angesprochenen Personen zum Weiterlesen verlocken. Gehe an dieser Stelle noch nicht zu sehr ins Detail. Komplexe Informationen oder mehrzeilige Zitate eignen sich nicht für einen guten Start. Auf jeden Fall solltest du gleich am Anfang zur Sache kommen. Lange Erklärungen interessieren den Leser nicht. Er möchte sofort wissen, worum es geht.

Achte darauf, **möglichst viele W-Fragen** zu beantworten (Wer? Was? Wann? Wo? Wie? Warum?). Hüte dich aber davor, eine zu grosse Menge an Informationen in den Text hineinzupacken. Das könnte den Leser verwirren.