

# Info für Lehrpersonen

## **SPEED** POSTER-CUP

EIN PLAKAT-WETTBEWERB FÜR SCHULKLASSEN DER OBERSTUFE,  
GYMNASIEN UND BERUFSSCHULEN SOWIE FÜR WEITERE INTERESSIERTE  
UND JUGENDLICHE.

### Übersicht



#### Aufgabe und Ziel

Gefragt sind Plakate, die das Thema Risikoverhalten aufgreifen und typische Geschlechterrollen hinterfragen. Die Plakate können mittels Fotografie, Illustration oder auch nur rein typografisch als Text gestaltet werden. Gewünscht ist eine auf das Wesentliche reduzierte und treffende Botschaft.



#### Zeitbedarf

8 bis 10 Lektionen  
ca. 1 bis 1,5 Std. Vorbereitungsaufwand



#### Lernziele

- Reflexionskompetenz zum Thema Risikoverhalten vertiefen
- Geschlechterrolle in Bezug auf Auto und Tempo überdenken
- Entwickeln von Gestaltungskompetenz in der Erarbeitung und Umsetzung einer Botschaft bzw. einer Kommunikationsidee
- Sozialkompetenz im teamorientierten Lernprozess fördern



#### Methoden

- Kleingruppen Teamarbeit mit punktuellen Einzelaufgaben
- Diskussions- und Reflexionsmomente als Lernzielsicherung
- Lernschritte gliedern bzw. Vorgehen strukturiert erkennbar machen



#### Ablauf

1. Einführung durch vorbereitete Powerpoint-Präsentation (Folien-Kommentartext beachten) sowie Thema und Lernziele transparent machen
2. Teams bilden und Arbeitsdossiers abgeben
3. Arbeitsdossier erläutern
4. Plakate entwickeln (Konzept, Entwurf, Realisation) nach Arbeitsdossier
5. Präsentation der Resultate im Klassenverband und geleitete Diskussion primär über die bearbeiteten Themen und die Erkenntnisse als Lernzielsicherung (Resultate sekundär, Wertungen im Klassenverband eher vermeiden)
6. Selbstbewertung der Arbeit (Selbstbewertungsformular ab März 2012 als PDF-Download)
7. Einreichung der Wettbewerbsbeiträge bis am **15. 6. 2012** gemäss den Seiten 18 und 23 des Arbeitsdossiers.



### Material

- › Powerpoint-Präsentation für die Einführung\*
- › Arbeitsdossier für Teams\* (pro Team ein Dossier kopieren bzw. ausdrucken)
- › Seiten 11 und 14 des Dossier für jede Schülerin und jeden Schüler kopieren (Einzelarbeit)
- › Papier, Farbe, Gestaltungswerkzeuge (Pinsel, Stifte usw.)
- › Digitaler Fotoapparat mit guter Auflösung (evtl. privat durch die Schülerteams)

\* Als Download auf der Website [www.ist-rasen-maennlich.ch](http://www.ist-rasen-maennlich.ch), Rubrik Wettbewerbe



### Anmerkungen

Der Wettbewerb soll Jugendliche anregen, über ihr eigenes Risikoverhalten nachzudenken. Dabei soll ein Bezug zum Strassenverkehr (Rasen) hergestellt werden können, sowie die Auseinandersetzung mit der Geschlechterrolle nachvollziehbar sein. Was betrifft Frauen, was Männer speziell? Welche Geschlechterbilder werden in der Werbung sowie in der PC-Game-, Musik- und Filmbranche vermittelt?

Den besten Arbeiten winken attraktive Preise sowie die Plakatierung an öffentlichen Stellen in der Deutschschweiz.

### Ideen gesucht

Es werden primär Ideen von guten Text- und Bildkombinationen gesucht. Die Entwürfe können von Hand erarbeitet werden, als Illustrationen, Collagen oder als Bild-Text-Gestaltungen am Computer. Nicht alle Schulen verfügen über die notwendige Software, um eine Idee gestalterisch am Computer zu realisieren. Dazu fehlt oft auch das entsprechende Know-How. Deshalb darf eine gute Idee nicht an der technischen Umsetzbarkeit scheitern. So beurteilt die Jury mehr die Idee als die Umsetzung.

### Umsetzung in Schulklassen mit dem Arbeitsdossier

Die Plakat-Ideen werden von kleinen Teams à zwei bis max. 5 Schülerinnen und Schülern erarbeitet. Erfahrungsgemäss arbeiten kleine Teams effizienter. So sind alle Teammitglieder aufgefordert, sich aktiv an der Entwicklung zu beteiligen. Das Arbeitsdossier hilft ihnen, selbstständig die Ideen inhaltlich und formal in Text und Bild so aufzubereiten, dass sie gezielt und effizient vorgehen können. Dieses Dossier besteht als separates PDF-Download auf [www.ist-rasen-maennlich.ch](http://www.ist-rasen-maennlich.ch), Rubrik «Wettbewerbe».

Im Arbeitsdossier ist das Vorgehen für die Erarbeitung und die Umsetzung der Plakate genau beschrieben. Es entspricht in seinen Arbeitsschritten dem Vorgehen einer professionellen Kommunikationsgestaltung. Vom Auftragsbriefing über die Konzeptphase, die Entwicklung einer Text- und Bildidee, dem Layouten bis zum Organisieren und Realisieren der Fotoproduktion. Mit dieser Arbeitsweise werden die Teams befähigt, ihre Ideen zu kanalisieren, sie in eine wirkungsvolle Form zu bringen und sich auf das Wesentliche zu konzentrieren. Alleine die Einhaltung dieser Vorgehensweise ist fast schon Garantie für gute Plakatideen. Es braucht allerdings etwas Durchhaltewillen und unterstützende Motivation der Lehrperson: Es ist ein rechtes Stück Arbeit und darf auch als solches wahrgenommen werden. Hinter einer wirkungsvoll aufgearbeiteten und gestalteten Botschaft steckt viel mehr als zunächst angenommen. Diese Erkenntnis gehört zum Lernprozess.

**Anmerkungen (Fortsetzung)****Sinn und Nutzen des Wettbewerbs – Learning by doing**

Das Erarbeiten von gestalteten Botschaften ist ein Mittel zur Lernzielsicherung sowie zur Förderung der Nachhaltigkeit: Die Jugendlichen beschäftigen sich intensiver mit den gegebenen Themen und entwickeln Botschaften oft für Gleichaltrige. So findet eine aktive Auseinandersetzung dort statt, wo sie ihre Wirkung haben soll. Mehr als sich Jugendliche etwas sagen lassen wollen, möchten sie sich selbst ausdrücken und ihre Meinung kundtun. Die Meinung eines Gleichaltrigen findet in diesem Alter mehr Beachtung als wohlwollende Tipps von Erwachsenen. Bei diesem Poster-Cup werden Jugendliche selbst zu BotschafterInnen.

Mit der Erfahrung wie Kommunikation gestaltet bzw. wie Werbung gemacht wird, lernen die Schülerinnen und Schüler ihren Blick zu schärfen, um Werbung besser zu dechiffrieren. Dies ist ein Zusatznutzen des Poster-Cup und ein wesentlicher Präventionsfaktor, da die kommerziell ausgerichtete Werbewirtschaft als Bedürfnismanipulatorin, Kulturvermittlerin und Geschmackserzieherin in der kulturellen Bildung von Jugendlichen einen grossen Platz einnimmt und mit ihren Konsumaufforderungen durchaus den Boden für Risikoverhalten vorbereitet. Vor allem in der Werbung für statussteigernde Produkte wie z.B. Autos werden besonders bei männlichen Jugendlichen Bedürfnisdefizite vor Augen geführt die, gepaart mit Identifikationsanreizen, vermitteln, dass durch den Besitz bestimmter Produkte Anerkennung gewonnen werden kann, Bedürfnis gestillt oder ein bestimmtes Image und die Zugehörigkeit zu einer auserwählten Gruppe erreicht werden kann. Diese Aspekte werden oft im Zusammenhang mit dem Thema «Risikobereitschaft gleich Männlichkeit» vermittelt.

**Nebeneffekt**

Als Nebeneffekt lernen die Schülerinnen und Schüler einen grossen Teil der Berufe kennen, die bei der Gestaltung von Kommunikation beteiligt sind (Konzepterin, Grafik-Designerin, Texter, Fotografin, Location-Manager, Stylistin usw.)

**«Thematischer Boden»**

Die Erarbeitung wie die gestalterische Umsetzung einer präventiven Botschaft stellen thematisch einige Anforderungen an die Schülerinnen und Schüler. Deshalb ist es empfehlenswert, die eine oder andere Unterrichtseinheit aus dem SPEED-Lehrmittel (siehe <http://speed-lehrmittel.ch>) zu behandeln. Diese schaffen das nötige Verständnis für verschiedene Zusammenhänge zum Thema Risikobereitschaft und Rasen. Je mehr Ihre Schülerinnen und Schüler zum Thema in Erfahrung bringen konnten, desto fundierter und differenzierter wird ihre Kommunikationsidee bzw. ihre Botschaft ausfallen.



### Anmerkungen (Fortsetzung)

#### **Herausforderung**

Jugendliche neigen in der Entwicklung von Ideen oft zum Dramatisieren in dem die Problematik auf möglichst emotionalisierende Art und Weise dargestellt wird: Grab- und Sargszene, trauernde Angehörige von Unfallopfern, Halbtote auf der Strasse liegend oder blutverschmiert mit dem Kopf an der Frontscheibe klebend. Selbst von den meisten Raserpräventionskampagnen war man bis anhin gewohnt, dass die Problematik bzw. die Auswirkungen von Risikoverhalten im Vordergrund standen und durch schon oft gesehene, schockierende Bilder dargestellt wurden.

**Lösungs- und nutzenorientierte Botschaften wirken nachhaltiger als problembe-  
tonte Darstellungen.** Ein Problem ist relativ schnell erkannt – und jetzt? Diese Frage gilt es zu beantworten. So können beispielsweise Aspekte wie Risikoerlebnisse ohne Selbst- und Fremdgefährdung oder Vorteile des raserfreien und risikoarmen Verhaltens bei der Entwicklung von Plakatideen thematisiert werden.

Dies bedeutet jedoch eine wesentlich grössere Herausforderung als das Aufzeigen von Problemsituationen. Motivieren Sie Ihre Schülerinnen und Schüler auch zu versuchen, lösungs- und nutzenorientierte Ideen zu entwickeln.

Herzlichen Dank für Ihre wertvolle Arbeit und für Ihre Unterstützung unserer Präventionsaktivitäten!

### Netzwerk Schulische Bubenarbeit

Netzwerk Schulische Bubenarbeit NWSB  
Urs Urech  
Zentralstrasse 156  
8003 Zürich  
044 825 62 92  
u.urech@nwsb.ch

Projektleiter SPEED und  
Mitglied der Geschäftsleitung NWSB:  
Urs Urech

Entwicklung der Unterlagen  
und methodisches Konzept:  
Fausto Tisato  
www.tisato-sulzer.com