

Die Challenges



Die Spielvarianten 1

Die Punkte-Challenge

Sammle mindestens 15 Punkte.

Challenge Nr.						Anzahl der Challenges:
Punkte						Gesamtpunkte:

Die Team-Challenge

Bildet Vierergruppen und löst gemeinsam die Challenges einer Farbe eurer Wahl.

Namen der Gruppenmitglieder	
Farbe	

Challenge 3 aus 16

Bearbeite bis zum mindestens drei Challenges.

Challenge			
------------------	--	--	--

Colour-Challenge

Löse eine Challenge jeder Farbe.

Challenge			
------------------	--	--	--

Produziere einen Nonsens-Werbejingle mit Audacity.



Um diese Challenge zu meistern, brauchst du einen Laptop oder PC und mindestens einen typisch sinnentleerten Einfall für einen Werbeslogan. Beispiele aus der Realität sind etwa der Saturn-Slogan „Geil ist geil“, der den alten Werbespruch „Geiz ist geil“ ersetzt hat, oder: „Nur wo Nutella draufsteht, ist auch Nutella drin.“

Du wirst in einem Audiotbearbeitungsprogramm eine Musikdatei schneiden und mit Effekten bearbeiten. Ziel ist es, einen Radio-Werbejingle zu produzieren. Der Spaß soll dabei im Vordergrund stehen. Es darf also ein absurder und lustiger Jingle werden. Technisch soll jedoch sauber gearbeitet werden.

Aufgaben

- 1 Falls du kein Audio-Bearbeitungsprogramm auf deinem Laptop oder PC installiert hast, lade das Programm Audacity herunter und installiere es:
www.audacityteam.org/download/windows
www.audacityteam.org/download/mac
- 2 Öffne eine Musikdatei in Audacity und nimm dazu deinen Werbespruch in einer zweiten Spur auf.
- 3 Bearbeite nun beide Spuren so, dass dein Werbespruch gut zu verstehen ist und sich die Länge sowie das Ende des Jingles stimmig anhört.
- 4 Exportiere nun die Sounddatei als MP3 und sende sie deiner Lehrkraft zu oder präsentiere sie in der Klasse gemeinsam mit allen anderen, die diese Challenge gemeistert haben.

Audacity Tutorials Playlist (YouTube)

bit.ly/3I2Cbz

Recherchiere Werbespots auf YouTube und erkläre Grundbegriffe der Werbung.



Aufgaben

- 1 Finde auf YouTube möglichst bekannte Werbespots, mit denen du deinen Mitschüler*innen folgende Schlüsselbegriffe der musikalischen Gestaltung von Werbung gut erklären kannst:

Audiologo/Kennmotiv: Akustisches Markenzeichen; Vertonung des Produktnamens als prägnantes musikalisches Erkennungssignal (instrumental und/oder vokal) mit hohem Wiedererkennungswert

Hintergrundmusik: Musik als Klangkulisse zur Untermalung von Stimmungen, als „Klangteppich“ im Hintergrund, um Atmosphäre zu schaffen und Emotionen zu vermitteln

Jingle: Vertonung der zentralen Produktaussage als prägnantes und kurzes Motiv; Werbebotschaft als einprägsamer musikalischer Slogan

Werbeliad/Corporate Song: Song des Werbespots zum Transport der Werbebotschaft und zum gezielten Vermitteln von Emotionen; auch als Neuvertextung bekannter Melodien

Werbeslogan: prägnanter und einprägsamer Werbespruch mit zentraler Werbeaussage

- 2 Stelle deinen Mitschüler*innen in einer kurzen Präsentation vor, was mit den Begriffen Kennmotiv, Hintergrundmusik, Jingle, Werbeliad und Werbeslogan gemeint ist. Veranschauliche dies am Beispiel der von dir gewählten Werbespots.