Inhalt

- vollständige Unterrichtseinheit zum Thema „Musik und Werbung“
- Schritt für Schritt erklärt in über zehn Video-Tutorials
- mehr als 40 Seiten Arbeitsmaterial
- für Klassen 7–10

Vorwort

Fahrpläne

Zeichenerklärung

Video-Tutorials

Baustein 1
„Das klingt nach Pizza“ –
Wie Musik Produkte prägt

Baustein 2
Grundbegriffe der Werbemusik

Baustein 3
Vom Jingle zum Audiologo –
Wandel der Werbemusik

Baustein 4
KI in der Werbung:
Werbesongs mit KI-Tolls entwickeln

Baustein 5
Wie wirkt Werbemusik eigentlich?

Baustein 6
Geht ins Ohr, bleibt im Kopf –
Radiowerbespots gestalten

Anhang

Übersicht Bausteine

Baustein 1	**„Das klingt nach Pizza“** Wie Musik Produkte prägt	Klasse 7–10	Zeit 1–2 Std
Baustein 2	**Formen der Werbemusik** Analyse und Einordnung	Klasse 7–10	Zeit 1–2 Std
Baustein 3	**Vom Jingle zum Audio-Logo**	Klasse 7–10	Zeit 4–5 Std
Baustein 4	**KI in der Werbung**	Klasse 9–10	Zeit ca. 4 Std
Baustein 5	**Explainity-Projekt** Wie wirkt Werbemusik eigentlich?	Klasse 7–10	Zeit 4–6 Std
Baustein 6	**Radio – geht ins Ohr, bleibt im Kopf** Einen Radiowerbespot entwickeln	Klasse 9–10	Zeit 4–5 Std

Begleit-material

Baustein 1

Klasse 7–10

Zeit 1–2 Std

Ziel

Am Ende der Einheit sollen die Schüler*innen

- Musik intuitiv passenden Produktgruppen zuordnen und ihre Wahl begründen können.
- erkennen, dass Musik Emotionen, Bilder und Produktassoziationen weckt.
- unterschiedliche Werbesongs und -sparten kennenlernen.
- erste Erfahrungen im digitalen Argumentieren (z. B. mit Mentimeter oder TaskCards) sammeln.

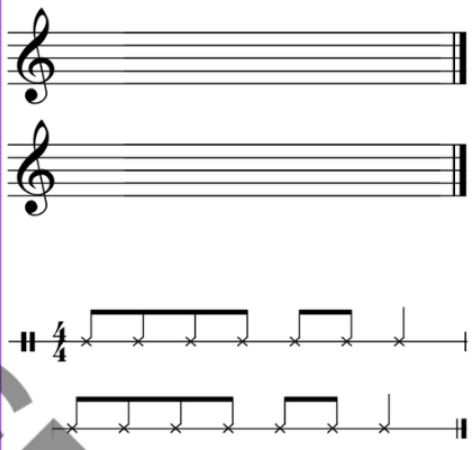
Aufbau

1. **Einstieg:** Hören unterschiedlicher Musikbeispiele, welche die Schüler*innen intuitiv Produktgruppen zuordnen
2. **Begründung:** Die Schüler*innen begründen ihre Zuordnung und halten diese mündlich oder schriftlich fest.
3. **Präsentation & Diskussion:** Ergebnisse der Zuordnung werden sichtbar gemacht und Unterschiede und Gemeinsamkeiten besprochen.
4. **Sicherung:** Zentrale Erkenntnisse werden im Plenum gesammelt und Wirkungsmechanismen von Werbemusik herausgestellt.

Live-Abstimmung (z. B. mit Mentimeter)	**Gruppenarbeit** (ggf. mit TaskCard)
HB01-10	Links zu Originalsongs auf M1, ggf. HB01-10
M1	M1
1 Abspielgerät (Tablet/PC) mit Verstärkung zum Hören im Plenum + 1 Tablet je Schüler*in	1-2 Tablet-PCs je Gruppe + Kopfhörer mit 5fach Audio-Splittern
Lehrer-Account bei → www.mentimeter.com, Mentimeter-Set mit 10 Multiple-Choice- Folien + 1 Word Cloud, QR-Code oder Zugangslink für Abstimmung	TaskCard-Account der Lehrkraft mit vorbereiteter Vorlage

LUGERT VERLAG
BEGEISTERUNG FÜR MUSIK

Wandel der Werbemusik entdecken

Arbeitsschritt	Euer Jingle/Audiologo
❹ **Jingle** Sprecht den Werbespruch rhythmisch und achtet auf eine eindeutige Betonung. Notiert die Rhythmen im Anschluss. Je Silbe sollte ein Ton notiert werden. **Audiologo** Gestaltet den Rhythmus eures Audiologos. Sprecht z.B. auf „da“. Notiert den Rhythmus in Notenschrift. Bsp: „Tudum“ (Netflix)	Bsp. 
❺ Komponiert zum Rhythmus die Melodie. Verwendet das Piano in GarageBand oder eine Notationsapp. Nutzt nur die weißen Tasten des Klaviers und beginnt/endet auf c, e oder g.	Bsp.
❻ Erprobt verschiedene Klangfarben, indem ihr verschiedene Instrumente erprobt. Tipp Je nach Produkt bieten auch elektronische Instrumente wie Synthesizer eine große Klangpalette.	Wählt das Klaviersymbol, um den Sound zu verändern.

Hilfestellung:

Tutorial: Smartpiano in GarageBand öffnen

→ bit.ly/ipad-werbung-25-??

Tutorial: Notenbezeichnungen in GarageBand anzeigen

→ bit.ly/ipad-werbung-25-??

❹ Spielt eure Jingles bzw. Audiologos der Klasse vor – wenn es geht live!

LUGERT VERLAG
BEGEISTERUNG FÜR MUSIK

Werbesongs mit KI-Tools entwickeln

Baustein 4

Klasse 9–10

M

4.1 Werbelieder und Corporate Songs – Emotionen durch Musik in der Werbung

Ein Werbelied (auch Corporate Song genannt) ist ein zentrales Element vieler Werbespots. Es bringt die Werbebotschaft nicht nur als Text, sondern auch musikalisch rüber – oft mit einer eingängigen Melodie oder einem bekannten Song, der umgetextet wird. Ziel ist es, Emotionen zu wecken, das Produkt positiv aufzuladen und die Marke wiedererkennbar zu machen.

Klassiker aus den 90er Jahren

In den 1990ern waren Werbelieder besonders emotional oder witzig, oft mit einem hohen Ohrwurm-Faktor:

Merci – „Merci, dass es dich gibt“

Dieser Spot nutzt eine sanfte Melodie, die Dankbarkeit vermittelt:

„Merci, dass es dich gibt“

Die Musik und der Text verbinden die Pralinen mit einem warmen, persönlichen Gefühl – ideal als Geschenk, um „Danke“ zu sagen.

Meica Bratmaxe

Auch hier bleibt der Slogan hängen:

„Wenn wir Bratmaxe grilln‘, fängt die Stimmung an…“

Der Werbesong klingt locker und sorgt für eine fröhliche Stimmung rund ums Grillen.

Moderne Werbesongs (ab 2020)

Heutige Werbesongs setzen oft auf bekannte Hits mit neuem Text. Sie wirken trendiger, cooler – und werden gezielt auf Plattformen wie YouTube, TikTok oder Instagram eingesetzt.

Obi (2025) – Baumarkt wird Popkultur

Mit Queen’s „Don’t stop me now“ als Vorlage wird der Song umgedichtet zu: „Nichts hält uns auf!“ und vermittelt Power, Motivation und „Lust aufs Anpacken“.

Lieferando (2023)

Mit Stars wie Christina Aguilera oder Katy Perry wird ein Remix der Frage

„Hör ich da Lieferando?“ zum Ohrwurm: „Hör ich da Lieferando, Don’t be lazy!“

Die Spots sind bunt, schnell geschnitten – sie verbinden Essen mit Lifestyle und Starpower.

Links:

Merci – „Merci, dass es dich gibt“

→ bit.ly/ipad-werbung-25-38

Meica Bratmaxe

→ bit.ly/ipad-werbung-25-44

Lieferando

→ bit.ly/ipad-werbung-25-38

Obi

→ bit.ly/ipad-werbung-25-88

LUGERT VERLAG BEGEISTERUNG FÜR MUSIK