

Public Relations: Feldschlößchen und die Dresden Monarchs

Der Auftritt im Internet ist ein bedeutender Teil der Öffentlichkeitsarbeit eines Unternehmens. Am Beispiel der Website der Feldschlößchen Brauerei sollen Intention und Zielgruppe der werbewirksamen Informationen ermittelt und im Anschluss kritisch hinterfragt werden. Im Besonderen wird hier das Sponsoring als Marketinginstrument thematisiert.

Die Unterrichtseinheit versteht sich als Einführung in die Arbeits- und Berufswelt, aber auch als erste Einführung in die Verwendung des Internet. Am Beispiel einer Internetadresse soll in die Benutzung des Browsers und in den Datentransfer in eine Textverarbeitung eingeführt werden.

Die Schüler und Schülerinnen sollten mit einem Textverarbeitungsprogramm wie MS Word und mit einem Dateimanager wie dem Windows Explorer vertraut sein.

Außerdem sollten grundlegende Begriffe wie Browser, Internet, Homepage, URL, Startseite, Bookmark im Vorfeld erklärt worden sein. Nutzen Sie dazu das Glossar, das Sie bei Lehrer-Online unter Medienkompetenz finden.

Verzichten Sie am Anfang auf die Arbeit mit Suchmaschinen - eine einzige Unternehmenshomepage reicht völlig, um sich darin zu verirren!

Die Schüler und Schülerinnen erhalten ein weitgehend selbst erklärendes Aufgabenblatt mit den erforderlichen Links.

Die folgenden Arbeitsschritte können mithilfe der Handreichung von den Schülern und Schülerinnen selbstständig vollzogen werden. Eine exemplarische Vorführung durch die Lehrkraft ist dennoch hilfreich.

Lernziele

Die Schüler und Schülerinnen sollen

- anhand einer komplexen Firmenhomepage das Navigieren lernen.
- Lesezeichen anlegen und überarbeiten.
- Im Browser neue Startseiten definieren.
- Textelemente und Bildelemente in die Textverarbeitung übertragen können.
- Den Internetauftritt des Unternehmens nach seinen Zielsetzungen und Inhalten kritisch hinterfragen.
- Internetauftritt und Sponsoring als Teil von Public Relations und zielgruppenadäquater Werbung erkennen.
- Ziele, Arten und Formen von Sponsoring unterscheiden können.
- Zielsetzungen des Sponsors und des Gesponserten erkennen.

Kurzinformation

| | |
|----------------------------|---|
| Thema | Public Relations: Feldschlößchen und die Dresden Monarchs |
| Autor | Dr. Peter Kührt |
| Fach | Allgemeine Wirtschaftslehre |
| Zielgruppe | 10.- 12. Jahrgangsstufe |
| Zeitraum | 2 – 4 Unterrichtsstunden |
| Medien | Computer, Internet |
| Technische Voraussetzungen | Computer, Internetanschluss, Flash-Player |

Durchführung des Unterrichts

Die Unterrichtseinheit ist als arbeitssame Einzel- oder Partnerarbeit konzipiert, an deren Ende einzelne Schüler, Schülerinnen oder Gruppen ihre Ergebnisse vor der Klasse vorstellen.

Navigieren und Kopieren

Die Schüler und Schülerinnen erhalten zunächst das erste, weitgehend selbst erklärende Aufgabenblatt 1a mit den erforderlichen Links. Hier geht es zunächst um das Navigieren mithilfe des Browsers. Beim folgenden Aufgabenblatt 1b geht es um Fragen des Datentransfers vom Internet ins Textverarbeitungsprogramm.

Recherchieren und Analysieren

Die Aufgabenblätter 2a und 2b intendieren eine inhaltliche Auseinandersetzung und Interpretation, das heißt die Schüler und Schülerinnen recherchieren gezielt und analysieren schließlich.

Während der Präsentation oder danach sollten die Motivation von Unternehmen für Internetauftritte, die inhaltlichen Angebote dieser Websites sowie Formen und Zielsetzungen des Sponsorings gemeinsam diskutiert und kritisch hinterfragt werden.

Plus-Programm

Ein "Plus-Programm" ermöglicht die Stillbeschäftigung medienkompetenter Schüler und Schülerinnen, aber auch eine anspruchsvolle Transferleistung hinsichtlich des erworbenen Wissens.

Die angestrebte Strategieoptimierung zur Gewinnung eines Sponsors für eine Jugend-Eishockeymannschaft kann aber nicht nur als "Plus-Programm", sondern auch als Transferaufgabe für alle Schüler und Schülerinnen in Form von Gruppenarbeit mit anschließender Ergebnispräsentation vor der Klasse Verwendung finden. Dies könnte in der folgenden Unterrichtsstunde geschehen. Der Zeitbedarf würde sich dann auf vier Unterrichtsstunden erhöhen.

Vertiefung

Zur medienpädagogische Vertiefung der Unterrichtseinheit wäre die Verwendung des angebotenen Image-Filmes (lange Ladezeit!), des Anmeldeformulars für Brauereibesichtigungen,

des E-Mail-Formulars für Kontakte, das Herunterladen der Unternehmensgeschichte im PDF-Format, die Navigation auf der Geschichtsseite zum Jahr der Unternehmensgründung, ein Eintrag ins Gästebuch und die Teilnahme am Online-Gewinnspiel denkbar.

<http://www.feldschloessen.de>

<http://www.dresden-monarchs.de>

Informationen zum Autor

Dr. Peter Kührt ist Autor zahlreicher Veröffentlichungen zur Unterrichtsdidaktik und -methodik, Lehrbeauftragter für Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspolitik an der Universität Würzburg und Lehrbeauftragter im Studiengang "Multimedia Didaktik" der Erziehungswissenschaftlichen Fakultät der Universität Erlangen-Nürnberg und seit dem 01.10.2002 mit einer Professurvertretung für Wirtschaft und Informatik an der Pädagogischen Hochschule Schwäbisch Gmünd beauftragt.

Kontakt: kuehrt@lehrer-online.de