

3) **Welcher Text wird gesprochen bzw. eingeblendet?**

„Wir sind verschieden...“ – „einzigartig...“ – „individuell ...“ – „Wir haben unsere Träume“ – „unsere Zukunft“ – „Doch eines verbindet uns“ – „Milch – echt cool“.

4) **Ist der Werbespot mit Musik unterlegt?**

Ja. Stilmix: Jazzfunk.

5) **Welche Informationen enthält der Werbespot?**

Ein sich stetig entwickelnder Sound ist zu hören. Auf schwarzem Grund erscheinen in bunten Lettern die Worte: „Wir sind verschieden ...“.

Auf weißem Hintergrund entwickelt sich ein animierter Split-Screen, bei dem Aufnahmen von Jugendlichen in Berufskleidung ins Bild fliegen und sich teilweise überlagern. Es handelt sich um Jungen und Mädchen im Alter von etwa 13–16 Jahren. Jeder von ihnen trägt die Kleidung einer anderen Berufsgruppe: eine Gartenschürze oder den Anzug eines Anwalts, den weißen Kittel eines Arztes, die lockeren „Klamotten“ eines Musikers, ein Fußballtrikot... Zwischendurch erscheinen die Sätze: „Wir haben unsere Träume“ – „unsere Zukunft“.

Als der Sound seinen Höhepunkt erreicht hat, klingt er aus über den geschriebenen Worten: „Doch eines verbindet uns.“ Ein Kleinkind erscheint und trinkt aus einem Milchglas. Dezent im unteren Eck wird der Claim eingeblendet: Milch – echt cool.

6) **Werden Nachteile des Produktes genannt?**

Nein.

7) **Wie gefällt dir der Spot?**

8) **Würdest du das Produkt kaufen? Warum?**

Warum nicht?

Das Musikvideo

Das Musikvideo ist ein Beispiel dafür, dass es durchaus Spaß machen kann, sich mit dem Thema „Milch“ zu befassen. Der vorliegende Song wurde mit Schülerinnen einer fünften Klasse eingespielt. Da liegt die Idee nahe, dass sich auch ältere Schülerinnen und Schüler an einem Song oder vielleicht sogar an einem Musikvideo versuchen. Mit dieser Idee lässt sich der Projektunterricht fächerübergreifend auch auf das Fach Musik ausdehnen.

Vorgabe ist dabei, einen Song zu produzieren, der Milchtrinken als etwas Positives herausstellt. Dabei ist es spannend herauszufinden, ob sich die Musik älterer Schülerinnen und Schüler textlich und stilistisch von der Musik der Elfjährigen unterscheidet. Das Musikstück oder Video kann am Ende einer Projektphase der Schulöffentlichkeit vorgeführt werden.

Gefördert durch das Land

NRW.



Ministerium für
Umwelt und Naturschutz,
Landwirtschaft
und Verbraucherschutz
des Landes
Nordrhein-Westfalen



Realisiert von

com,ma & film zeit
WERBEBERATUNG

www.filmzeit.info



Landesvereinigung der
Milchwirtschaft NRW e. V.

www.milch-nrw.de

Schulmilch



echt Cool

An die Lehrerinnen und Lehrer

Keine Frage: Das Thema „Milch“ ist keines, das Schülerinnen und Schüler der Sekundarstufe I von vornherein fesseln würde. Aber von solchen Themen gibt es ohnehin nur wenige. Weil Milch aber einen hohen Stellenwert für eine gesunde Ernährung hat, spricht vieles für eine Behandlung des Themas in den Klassen 5 bis 10.

Für die Klassen 5 und 6 liegt Unterrichtsmaterial vor, das Anfang 2005 unter dem Titel „Milch – echt cool“ an alle weiterführenden Schulen in NRW verschickt wurde. Auf der beiliegenden DVD berichten Kinderreporter aus einem Milchviehbetrieb, aus einer Molke- und aus einem Milchlabor. Die etwa vier Minuten langen Filme ermöglichen einen altersgerechten Einstieg in eine Unterrichtseinheit zum Thema Milch. In der Broschüre gibt es Hintergrundinformationen und Arbeitsblätter.

Für den Einsatz in den Klassen 7 bis 10 gibt es jetzt eine Neufassung dieser DVD mit

- zusätzlichen Informationsfilmen für ältere Schülerinnen und Schüler
- Werbespots und
- einem Schulmilch-Song, der aus einem Milch-Song-Wettbewerb als Siegerbeitrag ausgewählt und als professionelles Musikvideo produziert wurde.

Parallel entstand der Ordner „Projekt Milch Sek I“ der Landesvereinigung der Milchwirtschaft NRW mit einer beiliegenden CD-ROM, eine umfangreiche Vernetzung interaktiver und fächerübergreifender Projektmodule für die Sekundarstufe I. Beides, der Projektordner und die Filme, kann für den Unterricht in der Sekundarstufe I in Kombination eingesetzt werden und ermöglicht eine spannende Aufbereitung des Themas „Milch“.

Die Infofilme für die Klassen 7 – 10

Kim liebt Kühe und ihr Skateboard über alles. Das heißt: Bis ihr Matthias begegnet. Auf der Skaterbahn haben sie sich kennen gelernt – und in dem Milchviehbetrieb, da, wo Kim arbeitet, kommen sie sich näher. *filmzeit*-Regisseurin Bernadette Hauke hat rund um das Thema „Milch“ eine bezaubernde Lovestory in zwei Teilen geschrieben. Und so ist dann eine Molkerei die Kulisse für die Fortsetzung dieser Lovestory: Matthias teilt die Begeisterung seiner Freundin für Milch und hat einen Job in der Molkerei angenommen.

Die Filmszenen auf dem Bauernhof und in der Molkerei vermitteln Wissenswertes über Kühe und die Milchentstehung, über die Milchverarbeitung und über die Zusammensetzung von Milch. Die beiden Filme enthalten also neben der Lovestory jede Menge Informationen. Mit einer Länge von jeweils rund 4 1/2 Minuten ermöglichen sie einen altersgemäßen Einstieg in eine Unterrichtseinheit. Das ist jugendgerecht, findet auch das Land NRW, das das Projekt im Rahmen der Schulmilchförderung finanziert.

Über das umfangreiche Material im Projektordner erschließt sich die Bedeutung von Milch für eine gesunde Ernährung.

Die Werbespots

Im Projektordner werden vielfältige Möglichkeiten für einen fächerübergreifenden Unterricht zum Thema „Milch“ beschrieben. Ein Aspekt ist dabei die Werbung. Im Rahmen der Kampagne „Schulmilch – echt cool“ sind zwei Werbespots speziell für die Zielgruppe der Jugendlichen entstanden, die mit dem Fragebogen zur Untersuchung eines Werbespots (Projektordner Kapitel 5, S. 46) analysiert werden können.

Spot I „Outfit“

- 1) Wofür wird geworben?**
Milch.
- 2) Wer wirbt?**
Drei Mädchen und weitere Jugendliche.
- 3) Welcher Text wird gesprochen bzw. eingeblendet?**
Milch – echt cool.



Warum Pausenmilch nicht »uncool« ist
Modeschäft »Magie Drehort für Informationsspot



Mammbüh, lecker! Zur Erfrischung während der Drehpause gibt es für alle Beteiligten Milch zu trinken. Im Auftrag der Landesregierung NRW...

Heimische Milch erobert den Film

Everwinkl (BvL) „Arbeitsplatz“ gibt die Berliner Regisseurin Bernadette Hauke letzte Anweisung: „Kameraleute!“ Der Staatschauspieler Kim Wübbeli und Matthias Freyer ist gefaselt, rennt herum und erwachen den Eindruck, als hätten sie in ihrem Leben nie etwas anderes getan. Die beiden spielen ein Liebespaar, und er steigt für andere als vielleicht erwartet, nicht seine Berufsmarkensammlung, sondern dem Weg von der Kuh bis zur fertigen Milch. Das geschieht im Auftrag der Landesregierung, unterstützt von der bäuerlichen Marketinggesellschaft CMA und...



Milchmädchenrechnung

Werbespots sollen nordrhein-westfälische Schüler überzeugen, Kuisoft zu trinken. Die Landesregierung der Milchmädchenrechnung für die Filmreihe Molkerei-Guide als Werbemaßnahme, zwei Milchspots für Schüler der 7. bis 10. Klasse. Die beiden Spots sind am 20. August im End der Jahre im Nordrhein-Westfalen unter dem Titel »Magie Drehort für Informationsspot« im Auftrag der Landesregierung, unterstützt von der bäuerlichen Marketinggesellschaft CMA und...

Liebesgeschichte rund um die Milch

Manmbüh, lecker! Zur Erfrischung während der Drehpause gibt es für alle Beteiligten Milch zu trinken. Im Auftrag der Landesregierung NRW... Die beiden spielen ein Liebespaar, und er steigt für andere als vielleicht erwartet, nicht seine Berufsmarkensammlung, sondern dem Weg von der Kuh bis zur fertigen Milch. Das geschieht im Auftrag der Landesregierung, unterstützt von der bäuerlichen Marketinggesellschaft CMA und...

- 4) Ist der Werbespot mit Musik unterlegt?**
Ja, aber keine Beziehungsmusik. Der Musikstil (flott, spritzig) passt zum Event (Mädchen brezeln sich auf).
- 5) Welche Informationen enthält der Werbespot?**
Es ist immer wieder das gleiche Drama. Drei Mädchen suchen in einer Boutique nach einem neuen Outfit. Das Wichtigste ist: Es muss dazu passen. Aber wozu? Wir wissen es nicht. Aber es wird deutlich, dass es den drei jungen Damen sehr wichtig ist – vielleicht sogar ein bisschen zu wichtig.

Und dann sehen wir sie auf dem voll besetzten Flur ihrer Schule zwischen zwei Unterrichtsstunden, der Pulk ihrer Mitschüler teilt sich vor ihnen und diese bilden eine Gasse. Wir erblicken sie in ihren ausgesuchten Outfits. Sie schreiten zufrieden in ihren komplett weißen, komplett braunen, komplett roten „Klamotten“ den Gang entlang, ihrer Wirkung bewusst. Und in ihren Händen halten sie passend zu ihrem Outfit eine weiße Milch, einen braunen...

Kakao und eine rote Erdbeermilch. Sie nehmen gleichzeitig unter den bewundernden Blicken einen Schluck, als der Claim erscheint: Milch – echt cool.

- 6) Werden Nachteile des Produktes genannt?**
Nein.
- 7) Wie gefällt dir der Spot?**
- 8) Würdest du das Produkt kaufen? Warum? Warum nicht?**

Spot II „Wir sind verschieden“

- 1) Wofür wird geworben?**
Milch.
- 2) Wer wirbt?**
Jugendliche in unterschiedlicher Berufskleidung und ein Kleinkind

