

In der Klasse 8c wurden im Deutschunterricht Werbungen sprachlich und inhaltlich analysiert und auf die AIDA-Formel hin überprüft. Anschließend wurde in Form von Gruppenarbeit entweder Werbung für faire Produkte kreiert oder Werbung von unfairen Produkten mit kritischen Bemerkungen ergänzt und so ad absurdum geführt.



