

### B5.3 Nespresso im Himmel? Religion in der Werbung

#### Didaktischer Kommentar

*Die Stunde steuert die pbK 2.2.2 (Deutungsfähigkeit) an: Die Schülerinnen und Schüler können religiöse Motive und Elemente in medialen Ausdrucksformen (hier Werbespot) deuten.*

**Zum Inhalt:** Charmant und unterhaltsam kommt sie daher: die Nespresso-Werbung von der Firma Nestlé, besetzt mit Filmgrößen wie George Clooney und John Malkovich. Sie gleicht einem Episodenfilm. Im Netz findet man gleich drei Filme.<sup>1</sup> Die Clips wurden von McCann Paris unter der Regie von Robert Rodriguez produziert. Die kleine Geschichte handelt von dem normal sterblichen Clooney und den Nespresso begehrenden Gott (Malkovich). Gott tritt durchaus menschlich auf, zumindest nicht ganz allmächtig und verführbar. Und so gibt er der Versuchung nach, Clooney, der gerade eine Nespresso-Maschine samt Kaffeetabs gekauft hat, einen Konzertflügel auf den Kopf fallen zu lassen. So groß muss es wohl sein, damit sein Tod gewiss ist und Clooney mit seinem Einkauf über eine große weiße Treppe in den Himmel aufsteigen kann. Clooney wird von Gott an der Himmelspforte empfangen und versucht über sein Fortleben zu verhandeln. Gott aber fordert ihn heraus, die Maschine herauszugeben. Clooney weiß sehr wohl um deren Wert und würde lieber seinen Porsche oder sein Haus am Comer See opfern. Aber Gott lässt ihm keine Wahl und so entscheidet sich Clooney für die Abgabe der Maschine und die Rückkehr auf die Erde, wo er ohne Umschweife erneut den Nespresso-Laden ansteuert.

Der zweite Clip zeigt Clooney eine andere Entscheidung treffen: Clooney behält seine Maschine und geht mit ihr in den Himmel ein.

Im dritten Clip sitzen Clooney und Malkovich Kaffee trinkend auf einem himmlischen Sofa, umgeben von wunderschönen Frauen in der Gestalt von Engeln, die nur das „schöne Begleitpersonal“ spielen. Clooney ist sich nun sicher, dass seine Entscheidung für den Himmel die Richtige war.

**Durchführung:** Die Beschäftigung mit den Werbefilmen ist für eine Doppelstunde ausgelegt.

Zu Beginn sollten die Werbefilme im Plenum angesehen werden und spontane Äußerungen bzw. auch erste Fragen zugelassen werden.

Die Analyse kann in den wie auf dem Arbeitsblatt beschriebenen Arbeitsphasen durchgeführt werden, die in der Summe nicht mehr als 60 Minuten Raum einnehmen sollten. Wichtig ist, sicher zu stellen, dass jede Gruppe, die Möglichkeit hat, sich so häufig wie nötig den Film anzuschauen. Dies ist im Zeitalter der Smart- und iPhones durchaus durchführbar und wenn ein Hotspot erstellt wird für die SuS auch kostenfrei.

Die Lehrperson kann während der drei Gruppenphasen eine beratende Rolle einnehmen, darf sich aber auch ganz zurückhalten.

Zum Abschluss sollten die Ergebnisse der Gruppen im Plenum vorgestellt und vergleichend und ergänzt werden.

---

<sup>1</sup> Video: Nespresso-Werbung mit George Clooney und John Malcovich: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_6VORhi\\_RIO](https://www.youtube.com/watch?v=_6VORhi_RIO), gesehen 09.09.2019.

## **B5.3 Nespresso im Himmel? Religion in der Werbung**

### **Beobachtungsbogen für eine Gruppenarbeit**

#### **Auftrag:**

Untersucht verschiedene Elemente des Werbefilms, indem ihr Leitfragen beantwortet. Ihr arbeitet dabei in drei Phasen.

#### **Phase 1: Einzelarbeit**

1. Leitfrage: Welche religiösen Elemente, Themen bzw. Symbole kannst du entdecken?
2. Leitfrage: Welche Bedeutung haben diese Elemente bzw. Symbole im religiösen Sinne?

#### **Phase 2: Gruppenarbeit (arbeitsteilig)**

##### **Gruppe A: Bildgestaltung**

1. Vergleicht eure Ergebnisse von Aufgabe 1 und 2 aus der Einzelarbeit und ergänzt gegebenenfalls eure Lösungen.
2. Leitfrage: Wie wird diese Bedeutung für die Werbung in Bezug auf die Bildgestaltung ( z.B. Einstellungsgrößen, Kamerabewegung, Beleuchtung und Farbgebung) nutzbar gemacht? Wird dadurch eine bestimmte Atmosphäre geschaffen?

##### **Gruppe B: Tongebung**

1. Vergleicht eure Ergebnisse von Aufgabe 1 und 2 aus der Einzelarbeit und ergänzt gegebenenfalls eure Lösungen.
2. Leitfrage: Wie wird diese Bedeutung für die Werbung in Bezug auf die Tongebung (z. B. Geräusche, Musik, Dialoge, Werbeslogan) nutzbar gemacht?

##### **Gruppe C: Montage**

1. Vergleicht eure Ergebnisse von Aufgabe 1 und 2 aus der Einzelarbeit und ergänzt gegebenenfalls eure Lösungen.
2. Leitfrage: Wie wird diese Bedeutung für die Werbung in Bezug auf die Montage (Schnittfrequenzen, Szenenauswahl, Effekte) nutzbar gemacht ?

#### **Phase 3: Gruppenpuzzle (wenn möglich 3er-Gruppen, A, B und C)**

1. Stellt euch die Ergebnisse aus der letzten Gruppenphase gegenseitig vor. Ergänzt eure Notizen um die jeweilig fehlenden zwei Rubriken (Bildgestaltung, Tongebung und Montage).
2. Beurteilt den Werbespot und bezieht abschließend kritisch Stellung:
  - Ist die Werbung gut gestaltet und in sich stimmig?
  - Passt der Werbespot insgesamt zum Produkt?
  - Ist die Werbung einprägsam?
  - Wie findet ihr die Werbung: Ist es eurer Meinung nach legitim diese religiösen Mittel für die Werbung nutzbar zu machen oder wird hier bereits eine Grenze überschritten?