



Modul A – Einstieg: Tourismusentwicklung und Nachhaltigkeit

Baustein 3: Analyse von Werbeplakaten

Lernfeld	3
Lernziel	Die Schüler*innen sollen... sich mit dem Image der Touristen in den Destinationen auseinandersetzen, sich bewusst werden, dass Reisende und Bereiste mit unterschiedlichen Motivationen am Tourismus teilnehmen, wissen, dass Tourismus nur Zukunft hat, wenn er sich um die Befriedigung der Bedürfnisse beider Gruppen bemüht.
Dauer	30 min
Methode	Plakatanalyse
Arbeitsmaterial	Werbeplakate von Urlaubsangeboten
Durchführung	<p>Werbeplakate von Urlaubsangeboten werden im Klassenraum vorne aufgestellt/-gehängt und von Schüler*innen bezüglich ihrer Botschaft interpretiert. Die Fragen werden nacheinander an die Klasse gestellt, im Plenum diskutiert und die Antworten in Stichpunkten an der Tafel festgehalten.</p> <p>Mögliche Diskussionsfragen/Fragestellungen:</p> <ul style="list-style-type: none">• Wie wird die Destination dargestellt?• Inwiefern werden die Bedürfnisse der Reisenden aufgegriffen?• Welche Rolle spielen die Bedürfnisse der Bereisten?• Warum reist man in die Ferne?• Warum möchte man in der Ferne bereist werden?
Lösungsvorschläge	Anhand der beiden Fragen „Warum reist man in die Ferne?“ und „Warum möchte man in der Ferne bereist werden?“ sollen sich die Schüler*innen mit den Motivationen und Bedürfnissen der Reisenden und Bereisten auseinandersetzen. Während es bei den Reisenden vorwiegend typische Freizeit-Motive sind, dominieren bei Bereisten i. d. R. ökonomische Anreize. Am Beispiel des befremdlichen Verhaltens der Touristen kann auch erklärt werden, dass „Tourismus“ den Begriff „Fremdenverkehr“ abgelöst hat.
Hinweise	Schüler*innen sollen Werbeplakate von Urlaubsangeboten in Reisebüros, bei Reiseveranstaltern etc. besorgen und mitbringen