Format des GKL	Vortrag (ggf. mediengestützt) im Rahmen einer komplexen fachspezifischen Aufgabenstellung und Metareflexion ggf. mit fachpraktischen Anteilen
Themenfeld	Q1 UV IV: „Bewusstsein für das Unbewusste?“: Musik in Werbung und Gesellschaft
Didaktische Fokussierung	Vergleich der Funktionalisierung von Soundlogos und ihrer Wirkungsabsichten
Kompetenzbezug	Die Schülerinnen und Schüler **Rezeption** • bewerten Wahrnehmungssteuerung durch Musik in Bezug auf ökonomische Zusammenhänge unter Berücksichtigung von Musikkonsum, Musikdistribution und Urheberrecht, • diskutieren Musik und musikbezogene Gestaltungen hinsichtlich ihrer funktionalen Integration in außermusikalische Kontexte auf Grundlage ästhetischer Kommunikation, • erörtern Musik und musikbezogene Gestaltungen im Hinblick auf die Rolle von Musik als Wirtschaftsfaktor und ihr Identifikations-, Manipulations- und Vermarktungspotenzial **Produktion** • entwickeln Kriterien für Gestaltungen im Hinblick auf Musik als Wirtschaftsfaktor in einem funktionalen Kontext
Mögliche Arbeitsschwerpunkte im Kontext des UVs	Wahrnehmung und Analyse der Rolle von Musik in der Steuerung von Emotionen und Verhalten, insbesondere in Werbung, öffentlichen Räumen und politischen Kampagnen; Untersuchung der Funktion von Musik in der Vermarktung (z. B. durch Werbesongs, Lizenzierung und Merchandising) sowie ihrer Bedeutung im Markenmanagement; Diskussion der Rolle von Musik zur Stärkung von Gemeinschaft, Identifikation und Abgrenzung, (z. B. in politischen Bewegungen oder sozialen Gruppen); Untersuchung von Musikstücken, die gesellschaftliche oder politische Botschaften transportieren, und Diskussion ihrer Wirkung auf Identifikation, Manipulation und Abgrenzung; Entwicklung und Präsentation kreativer Gestaltungen (z. B. eigene Werbesongs, musikalische Konzepte für öffentliche Räume oder politische Kampagnen) unter Berücksichtigung ästhetischer und funktionaler Kriterien.
Aufgabenstellung	Ihnen liegt das ikonische Soundlogo von Intel vor – ein kurzes, aber weltweit bekanntes Klangmotiv, das mit insgesamt nur fünf Tönen eine starke Markenerkennung erzeugt. Ziel ist es, sich im Rahmen eines Vortrages mit dem Soundlogo auseinanderzusetzen und auf dieser Grundlage ein Gestaltungskonzept zu entwickeln, das das vorliegende Soundlogo gezielt in einen anderen Verwendungszusammenhang überführt. 1. Hören Sie das Soundlogo mehrfach. Beschreiben Sie Ihren Höreindruck und gehen Sie dabei auf Stimmung, Wirkung und Assoziationen ein. Reflektieren Sie

	außerdem, ob Wiedererkennen bzw. Vorwissen Ihren Höreindruck beeinflussen könnte. 2. Analysieren Sie auf Grundlage Ihrer Wahrnehmung aus Aufgabe 1 die musikalischen Merkmale und die Funktion des Soundlogos im Kontext von Werbung und Markenkommunikation und ordnen Sie das Soundlogo in den Kontext der Wahrnehmungssteuerung ein. 3. Entwickeln Sie ausgehend vom Intel-Soundlogo Kriterien für ein angepasstes Soundlogo zu einem fiktiven Kinderprodukt (z. B. Zahnpasta, Lern-App, Spielzeugmarke), das Ihnen bzw. Ihrer Gruppe zugewiesen wurde. 4. Komponieren Sie auf Grundlage der entwickelten Kriterien ein Soundlogo für das zugewiesene Kinderprodukt. Folgende Aspekte sollten in diesem Zusammenhang auch Berücksichtigung finden: • Einsatz von Kriterien für das Soundlogo (z. B. hinsichtlich Klangfarbe, Tonhöhe, Form, Melodieführung, Tempo, Instrumentierung), • Reflexion der Wirkung und funktionalen Zielsetzung
Organisatorischer Rahmen	- Bearbeitungszeit: 2-3 Stunden oder / und als Vor- und Nacharbeit außerhalb des Unterrichts - Arbeitsform: (Einzel-) oder Gruppenarbeit (mediengestützt, z. B. mit Ton- und Klangbeispielen, Visualisierung) - Dauer: ca. 10 Minuten inkl. Reflexionsgespräch
Reflexionsgespräch (mögliche Reflexionsaspekte)	- Struktur und Phasierung des Vortrags, - Reflexion der Besonderheit des Soundlogos in Bezug auf die Aufgabenstellung und der Chancen und Herausforderungen im Rahmen der konkreten Umsetzung, - qualitative und quantitative Bewertung der Gestaltungskriterien, - kriterienorientierte Erläuterung des Zusammenhangs von Funktion und Wirkung musikalischer Beeinflussung
Bewertungskriterien	- differenzierte Einordnung in Werbung, Wirtschaft und gesellschaftliche Wirkung, - Qualität der Erläuterung der Zusammenhänge zwischen Gestaltungsidee, Umsetzung und Bezug zum Originalmaterial, - Inhalt und Differenziertheit der mündlichen Erläuterung (insbesondere im Hinblick auf ästhetische Kommunikation), - erkennbare Bezüge zum Original, sinnvolle Bearbeitung des Ausgangsmaterials, - Qualität der Metareflexion des Prüflings
Dokumentationsoption	- Visuelle Dokumentation und Audio-Datei (Präsentation und Reflexionsgespräch)

Materialien:

1. Original-Soundlogo von Intel (Audio-Logo; Quelle: YouTube, https://www.youtube.com/watch?v=SRoKEJX-nHs; Abruf: 21.01.2026)
2. Unterrichtsnotizen zur Funktionalisierung von Musik in Werbung
3. Notationsprogramm und geeignetes Instrumentarium zur Erstellung des Kinder-Soundlogos