

Wir richten nicht, wir retten

Lehrerinfo



Arbeitsauftrag	<p>Die SuS diskutieren, was der Leitspruch der Rettungskräfte, «Wir richten nicht, wir retten», für eine Bedeutung hat. Was ist mit Rettungseinsätzen, welche durch Personen verursacht werden, die trotz Warnhinweisen sich in leichtsinnig Gefahren bringen.</p> <p>Die SuS schreiben eine Informationskampagne, welche Personen hindern soll, abseits der Skipisten zufahren.</p>
Ziel	<ul style="list-style-type: none">• Die SuS können eine kontroverse Diskussion über einen Leitspruch führen.• Sie erkennen, was für Folgen eine leichtsinnige/unbedachte Aktion von Personen auslösen kann.• Die SuS führen eine Informationskampagne zum Thema «Skipiste verlassen auf eigene Gefahr».
Material	<ul style="list-style-type: none">• Arbeitsblatt• Computer/ Laptop
Sozialform	GA/Plenum/EA
Zeit	90'

Wir richten nicht, wir retten

Arbeitsunterlagen



Ein Leitspruch der Rettungskräfte ist: «**Wir richten nicht, wir retten.**» Diskutiert, was das genau bedeutet, wenn z.B. ein Skifahrer trotz Warnhinweise abseits der Piste verunglückt und eine komplizierte Bergung notwendig ist.



Verfasse eine Informationskampagne zur Warnung, abseits der Skipiste zu fahren, mit Text und Bild. Die Kampagne soll ein klares Zeichen an die Freerider sein und gleichzeitig Aufklärungsarbeit leisten.

Was macht eine gute Informationskampagne aus?

Um eine gute Kampagne zu schreiben, die von den Leuten auch gelesen werden soll, gibt es ein paar Grundregeln, die ihr beachten solltet:

1. Überlege dir einen guten Titel, der zum Weiterlesen motiviert!

Eine gute Schlagzeile macht den Text erfolgreich. Bemühe dich, einen guten, aussagekräftigen Titel zu wählen. Denn oft entscheidet schon die Überschrift darüber, ob ein Text überhaupt gelesen wird.

2. Schreibe einen guten Slogan (= kurze Botschaft), der zum Weiterlesen anregt!

Der Slogan muss aussagekräftig sein und zum Weiterlesen anregen.

Übrigens: Um den Hauptgedanken festlegen zu können, muss der Schreiber selbst den Kern der Sache vollständig verstehen. Im Zweifelsfall musst du einfach so lange recherchieren, bis du ganz genau weisst, um was es geht.

3. Stelle das Wichtigste an den Anfang!

Das Wichtigste steht am Anfang! Alle weiteren Informationen folgen entsprechend ihrer Bedeutung. Nicht ganz so wichtige Informationen stehen am Schluss.

4. Verbinde Text, Slogan und Bilder zu einem Produkt!

Zu einer Kampagne gehören Bilder, welche die Leute auf etwas aufmerksam, bzw. neugierig macht. Sie müssen, aber zu dem Thema passen und sollen nicht verwirren. Die Bilder, der Slogan und der Text müssen zusammenpassen.

4. Wer ist das Zielpublikum?

Achte darauf, möglichst viele W-Fragen zu beantworten (wer? was? wann? wo? wie? warum?). Hüte dich aber davor, eine zu grosse Menge an Informationen in den Text hineinzupacken, dies könnte den Leser verwirren.