

Auftrag C: Erstellt ein Poster für eine Jod-Kampagne!

Entwerft und gestaltet ein Poster für eine geplante Kampagne zur Jodaufklärung. Dieses Poster soll andere darüber aufklären, was Jod ist und warum es wichtig für die Gesundheit ist.

Eine Kampagne zielt darauf ab, die Menschen über ein Thema zu informieren und sie zu einem bestimmten Verhalten zu bewegen. Ihr erstellt eine Kampagne, um Schülerinnen und Schüler eures Alters für die Bedeutung von Jod zu sensibilisieren. Ihr erklärt ihnen, warum Jod wichtig für die Gesundheit ist, und wie sie ihren Jodbedarf im Alltag decken können. Entwerft und gestaltet zusammen mit den euch zugewiesenen Mitschülerinnen und Mitschülern das Poster. Das Poster kann von Hand gezeichnet oder am Computer erstellt werden, zum Beispiel in PowerPoint oder einem Zeichenprogramm.

Schritte:

1. **Zielgruppe:** Richtet die Aufmerksamkeit auf das Publikum, das ihr einfangen wollt.
2. **Planung:** Was ist eure Botschaft, welche Fakten sollten auf dem Poster stehen, und wie könnt ihr eure Botschaft hervorheben, damit sich die Leute an sie erinnern?
 - a. Verfasst eine klare und prägnante Kernbotschaft.
 - b. Skizziert einen Entwurf für das Poster.
3. **Produktion:** Schreibt den Text, den ihr benötigt (stellt sicher, dass alle Fakten genau und korrekt sind). Findet Bilder und Informationen, die ihr benötigt. Vielleicht möchtet ihr einige der Bilder selbst aufnehmen, um sie genau so zu gestalten, wie ihr sie haben wollt.
4. **Design:** Werdet ihr ein Text- und Bildbearbeitungsprogramm verwenden? Oder werdet ihr ein eigenes Design entwerfen - digital oder von Hand? Vielleicht habt ihr über eure Schule Zugang zu einem Programm. Bearbeitungsprogramme haben oft Postervorlagen, die einfach zu verwenden sind.
5. **Optik:** Verwendet auffällige und visuell ansprechende Grafiken, Bilder und Farben, um die Aufmerksamkeit des Publikums zu erregen.
6. **Lesbarkeit:** Achtet darauf, dass der Text auf dem Poster leicht verständlich ist (und auch aus größerer Entfernung gelesen werden kann).
7. **Spannender Inhalt:** Erwägt die Verwendung von einprägsamen Slogans, Schlagwörtern oder Aufzählungspunkten, um die Botschaft effektiv zu vermitteln.
8. **Funktioniert es?** Zeigt euer Poster anderen, ohne vorher etwas zu erklären. Fragt sie:

- a. Gefällt dir/euch das Poster und warum?
 - b. Hast du/habt ihr etwas Neues gelernt, das du/ihr vorher nicht wusstet?
 - c. Was denkst du/denkt ihr, wo sollte das Poster am besten aufgehängt werden?
9. **Anpassung:** Wenn ihr euch die Reaktionen der Leute anseht, habt ihr dann erreicht, was ihr wolltet? Stimmt das Feedback mit eurem Ziel überein? Wenn nicht, ändert das Poster, falls möglich.
10. **Präsentation:** Bereitet eine kurze Präsentation eures Posters vor und stellt es in der Klasse vor.

Beispiele für Ernährungskampagnen:

„**Wenn Salz, dann Jodsalz**“: Jod ist lebenswichtig und für eine gesunde Schilddrüse unverzichtbar. Wer auf jodhaltige Lebensmittel setzt und daheim Jodsalz verwendet, kann sich gut mit Jod versorgen.

<https://www.bzfe.de/ernaehrung/ernaehrungswissen/gesundheit/wenn-salz-dann-jodsalz/>
<https://www.bmel.de/SharedDocs/Pressemitteilungen/DE/2023/109-Jodsalz.html>

„**Aktionswoche Deutschland rettet Lebensmittel! 2023**“: Über die Hälfte aller in Deutschland jährlich anfallenden Lebensmittelabfälle entsteht dem Thünen-Institut zufolge in Privathaushalten. Der zweitgrößte Grund hierfür ist das Kochen zu großer Mengen. Gemeinsam mit Kantinen und Mensen der Gemeinschaftsverpflegung machen wir mit *Zu gut für die Tonne!* Und den Bundesländern dieses Jahr verstärkt auf passende Portionsgrößen aufmerksam.

<https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittelverschwendung/aktionswoche-lebensmittelverschwendung.html>

„**Entdeckt wie´s schmeckt – Die kleine Leckerfibel**“: Essen ist auch Genuss, doch Geschmäcker sind bekanntlich verschieden. Was macht eigentlich Geschmack aus? Woher kommen Gewürze? Eine spannende Reise durch die Welt des Geschmacks!

<https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/Leckerfibel.html>
<https://www.kinderaerzte-im-netz.de/media/5dbeeb4fb49d380e5f6d3faf/source/leckerfibel-pdf..pdf>

„**Green Spoons, mit Essen die Welt verändern**“: Millionen von Menschen, die sich für gutes, sauberes und faires Essen für alle einsetzen. Es wird ein sozial, ökologisch verantwortungsvolles Lebensmittelsystem gefördert, das Mensch, Tier, Umwelt und Klima schützt.

<https://www.slowfood.de/was-wir-tun/projekte-aktionen-und-kampagnen/green-spoons>
<https://greenspoons.slowfood.de/>

„**Ich kann kochen**“: ist die gemeinsame Ernährungsinitiative der Sarah-Wiener-Stiftung und der BARMER. Sie begeistern Kinder für das Kochen und eine ausgewogene Ernährung – mit Hilfe von Deutschlands pädagogischen Fach- und Lehrkräften in Kita und Grundschule. Das gemeinsame Kochen vermittelt

Ernährungswissen und fördert die Gesundheit der Kinder.

<https://jugendhilfeportal.de/artikel/ernaehrungskampagne-fuer-kinder-ich-kann-kochen>

„Weniger Zucker ist süß“ – Aktionswochen der AOK Plus: Bei dieser Kampagne dreht sich alles rund um das Thema Zuckerreduktion. Sie fordert mehr Transparenz über den Zuckergehalt in Nahrungsmitteln.

<https://www.projekt-gesund-leben.de/2017/07/weniger-zucker-ist-suess-aktionswochen-der-aok-plus/>

„IN FORM - Deutschlands Initiative für gesunde Ernährung und mehr Bewegung“:

Die Kampagne verfolgt das Ziel, das Ernährungs- und Bewegungsverhalten in Deutschland nachhaltig zu verbessern. Es geht um die Förderung eines gesunden Lebensstils mit ausgewogener Ernährung und ausreichend Bewegung in allen Lebenswelten.

https://www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/gesunde-ernaehrung/aktionsprogramm-in-form/aktionsprogramm-in-form_node.html

„Iss dich fit“: Die Kampagne soll motivieren, sich gesund zu ernähren. Die Folgen und Auswirkungen von Fehl- und Mangelernährung sind beispielsweise Übergewicht, Diabetes, Bluthochdruck oder Gicht.

<https://www.klick-kaernten.at/199262021/kampagne-fuer-eine-gesunde-ernaehrung/>

„Natürlich. VON DAHEIM“: Die Kampagne soll deutlich und erlebbar machen – hinter jedem Lebensmittel steckt eine „Familie“, jedes Produkt hat seine Geschichte. Es soll vermittelt werden, dass die Verbraucher beim Einkauf gezielt zu Produkten aus dem Land greifen, weil sie damit mehr kaufen als einen Apfel oder ein Stück Fleisch.

<https://mlr.baden-wuerttemberg.de/de/unsere-themen/landwirtschaft/regionale-landwirtschaft/kampagne-natuerlich-von-daheim>



Kofinanziert von der
Europäischen Union



UK Research
and Innovation