

# Werbung: Wie gemacht für den innovativen Deutschunterricht!

Von Andrea Vaske, Nesodden vgs., und Sabine Rolka, Tertnes vgs.

Werbung ist allgegenwärtig, sie ist vor allem aus der digitalen Lebenswirklichkeit der Schüler nicht wegzudenken. Dass viele Jugendliche gern Werbespots konsumieren, hat nicht zuletzt mit dem zugespitzten Storytelling, das ihnen zugrunde liegt, zu tun. Hier werden kurze Plots mit straffer, oft spannender, witziger oder origineller Handlung erzählt, in denen sich die Jugendlichen häufig mit den „Protagonisten“ identifizieren können. Diese Charakteristika in Kombination mit den Besonderheiten der Werbesprache machen das Thema Werbung zu einem idealen Werkzeug für den innovativen DaF-Unterricht.

Mit unseren Unterrichtsvorschlägen wollen wir dazu anregen, dass die Schüler selbst aktiv und kreativ mit der deutschen Sprache umgehen lernen und neue Erfahrungen sammeln, die aus dem Klassenraum ins „echte“ Leben führen und den Spaß an Deutsch fördern.

Dabei wirkt sich positiv aus, dass die Arbeit mit Werbespots in aller Regel auf einen realen, außerschulischen Kontext verweist, in dem die Schüler aufgefordert sind, ihre Deutschkenntnisse handlungs- und aufgabenorientiert, aber auch kreativ einzusetzen. Die Fremdsprache wird auf diese Weise in allererster Linie das Mittel zum Zweck für eine Kommunikation in einem praktischen, lebensweltbezogenen Umfeld. Dabei geht es um nicht weniger, als einer definierten Zielgruppe den Wert eines Produktes deutlich zu machen. Wie das im Detail aussehen kann, ist abhängig von den Ideen der Schüler. Mit Hilfe der folgenden Unterrichtsvorschläge zum Thema „Werbung“ wollen wir die Kreativität der Schüler herausfordern.

Viele Werbespots basieren auf dem Spiel mit Stereotypen und Klischees, die sich auch auf ganze Völker und Volksgruppen beziehen können. Wenn die Schüler diese Stilmittel in ihren Werbespots einsetzen, müssen sie sich zuvor mit den entsprechenden Stereotypen genau auseinandersetzen, um sie dann in origineller Weise für den Spot nutzbar machen zu können. Interkulturelles Lernen, also die Wahrnehmung des Eigenen und des Fremden sowie die kritische Beurteilung von Stereotypen und das Aufdecken von Klischees, ist dafür unumgänglich. Anders gesagt sollen sich die Schüler transkulturelle Kompetenz aneignen, d.h. den reflektierenden Umgang mit Ausdrucksformen aus verschiedenen Kulturen lernen.

Die Arbeit mit Werbespots im Deutschunterricht kann aber noch mehr. Die Schüler lernen in diesen Projekten Strategien zu entwickeln, die auch bei Projektarbeit im zukünftigen Arbeitsleben relevant sind: Sie sollen zuhören, fragen, analysieren, auswählen, recherchieren, korrigieren, Aufgaben verteilen und Beschlüsse fassen.

Abschließend ist es uns wichtig, noch einen weiteren Aspekt hervorzuheben, der gerade im Zusammenhang mit dem Fremdsprachenunterricht oft aus dem Blickfeld gerät: In Projekten wie diesen können wir hervorragend fächerübergreifend arbeiten und Inhalte aus verschiedenen Lehrplänen miteinander verknüpfen, in unseren Beispielen etwa mit den Fächern „Entrepreneurskap“ (Unternehmerisches Denken und Handeln), Medien- und Kommunikation, Norwegisch und Deutsch. Auch dazu hoffen wir, mit unseren Beispielen anzuregen.

Vaske, A. & Rolka, S. (2019). Werbung: Wie gemacht für den innovativen Deutschunterricht! *Septentrio Educational* 2019(1). <https://doi.org/10.7557/8.5194>



© 2019 The author(s). This is an Open Access publication distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly credited.