

Werbung auf Deutsch für Gründerideen norwegischer Schüler. Zielpublikum: deutschsprachig.

Von Sabine Rolka, Tertnes vgs. (Norwegen)

Thema des Projektes

Werbespots auf Deutsch für einen deutschsprachigen Markt, von Deutschklassen für norwegische Schülerfirmen produziert, fächerübergreifendes, interkulturelles Lernen, Medienkompetenz, Arbeitsleben.

Niveaustufe

A2/B1

Umfang/Dauer

24 Unterrichtseinheiten à 45 Min.

Das Innovative an diesem Projekt

Die Deutschschüler werden ermutigt, sich auf das Arbeitsleben einzustellen. Sie trainieren ihre sozialen Fertigkeiten in der eigenen Arbeitsgruppe (i.e. ihrer Werbeagentur), indem sie Verantwortung übernehmen, (inter)kulturelles Vorwissen aktivieren und Sach- und Fachwissen teilen und auch neues dazulernen. Dabei entwickeln sie Mitbürgerlichkeit, eine Schlüsselkompetenz im Rahmen der norwegischen Lehrplanreform. Sie interviewen Schülerfirmen. Sie arbeiten fächerübergreifend und verknüpfen Norwegisch, Gesellschafts- und Medienkunde, Deutsch und Entrepreneurskap (Gründertum). Da der Werbespot sich an ein deutschsprachiges Publikum richtet, lernen die Schüler auch, sich nicht nur auf die Wünsche des Auftraggebers (der Schülerfirma), sondern auch auf eine deutschsprachige Kundengruppe einzustellen. Sowohl Auftraggeber als auch Kunde bewerten die Werbespots.

Lernziele

- Kenntnisse über Geschäftspläne und Produktentwicklung erwerben
- Interviewleitfäden entwickeln und Interviews durchführen lernen
- Die Absicht des Auftraggebers verstehen und bei der Erstellung des Werbespots in der Zielsprache umsetzen
- Werbespotbeispiele aus deutschsprachigen Ländern inhaltlich, sprachlich und filmtechnisch analysieren
- Wortschatz aufbauen und ein Manuskript für den eigenen Werbespot schreiben und dann mit deutlicher Aussprache einüben
- Den eigenen Werbespot filmen und redigieren und selbst bewerten, die Rückmeldung von der eigenen Arbeitsgruppe, vom Auftraggeber (der Schülerfirma) sowie dem deutschsprachigen Kunden verstehen

Rolka, S. (2019). Werbung auf Deutsch für Gründerideen norwegischer Schüler. Zielpublikum: deutschsprachig. *Septentrio Educational* 2019(1). <https://doi.org/10.7557/8.5197>



© 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.

Geplantes Produkt

Werbespot für eine deutschsprachige Kundengruppe, der die Intentionen des Auftraggebers umsetzt und dabei die kulturellen und sprachlichen Eigenheiten der Zielkultur berücksichtigt.

Phasen

Phase/Ziel	Inhalte	Material
Interesse generieren, Vorwissen aktivieren	Einführung in das Projekt: Was bedeutet Werbung für euch? Kennt ihr Werbespots aus dem deutschsprachigen Raum? Mehrere Werbespots anschauen, in Gruppen diskutieren, Ergebnisse im Plenum zusammentragen	Aufgabenstellung AB 1 Brainstorming «typische Produkte» in D-A-CH und Norwegen AB 2 Arbeitsblätter zur Analyse von Werbespots Werbespot AB 3 mit Checkliste 1 und Checkliste 2
Sprachlich-inhaltliche Vorarbeit	Reflexionen über Wortschatz, Grammatik, Aussprache, Textsorte; Kulturelles u. pragmatisches Wissen Allgemeines Wissen über Deutschland, die Schweiz u. Österreich	Arbeitsblatt «Zielaufgabe» AB 4 Arbeitsblätter «Stereotype» AB 5, «Reflexionen über die Kulturen» AB 6, «Reflexionen über Klischees» AB 7 Handout über Sprache – Standardsprache oder Dialekt?
Erläutern der Projektaufgabe	Interviewleitfaden für Treffen mit Schülerfirmen entwickeln. Die Geschäftspläne der Jungfirmen zur Vorbereitung lesen. Die Schülerfirmen interviewen. Sich für ein Produkt und ein deutschsprachiges Land entscheiden.	Geschäftspläne austeilern Interviewleitfaden AB 8
Arbeit am Projekt	Im Auftrag der Schülerfirma einen Werbespot auf Deutsch für die Zielgruppe erstellen (Manuskript schreiben, Aussprache üben, filmen, redigieren)	Handout «Fachbegriffe Deutsch-Norwegisch zur Textanalyse», Checkliste für den geplanten Werbespot AB 9 Schlüsselwörter zu einem Geschäftsplan, Beispiel: Produkt 'ArcticCase` AB 10
Präsentation	Den fertigen Werbespot der Deutschklasse vorstellen, dann den Jungfirmen und Muttersprachlern	Beispiel – Manuskript für das Produkt <i>Arctic Case</i> – Warmhaltehülle für ein Handy und Videoclip.
Evaluation	Peer-Evaluation und Fremdevaluation Kreisgespräch über den Lernprozess	Bewertungsraster AB 11 Kreisgespräch AB 12

Liste der Quellen und Materialien

Schulze, A. (2012). *Weiter geht's*. Oslo: Samlaget. (Deutschlehrwerk für die weiterführende Schule/videregående skole). Tysk nivå 2

<https://www.auswandern-schweiz.net/knigge-fuer-die-schweiz>

<https://ndla.no/nb/node/138655> Materialien von ndla (norsk digital læringsarena) zu Tysk 2 (4) Typisch deutsch und (10) Wien, Wien – nur du allein

<https://www.goethe.de/ins/nz/en/kul/sup/lsw.html> Lifeswap – interkulturelle Erfahrungen Neuseeland – Deutschland

<https://www.youtube.com/watch?v=4xJgm6a49Xg> Deutschland in Kürze, Folge 1