

## AB 1: Projekt «Werbung auf Deutsch» - Aufgabenstellung:

In diesem fächerübergreifenden Projekt sollst du dich mit der norwegischen Arbeitswelt bekannt machen, Du sollst lernen, wie Schülerfirmen in Unternehmerklassen (Entreprenørskap) Geschäftspläne für Produkte erstellen. Dazu musst du diese Geschäftspläne lesen und die Schülerfirmen auf Norwegisch interviewen. Dann sollst für ihre Produkte auf Deutsch einen Werbespot drehen und deiner Deutschklasse, der Schülerfirma und Muttersprachlern vorstellen und die Rückmeldungen verstehen. Du lernst recherchieren, Begriffe wie Kultur, Stereotypen und Klischee definieren und erweiterst deine interkulturellen Kenntnisse und Fertigkeiten.

Das Projekt besteht aus mehreren Phasen:

1. Bildet Gruppen («Werbeagentur»). Wählt einen Gruppenleiter. Diskutiert: Was ist eigentlich Werbung? Was bedeutet Werbung für euch? Was ist in euren Augen gelungene Werbung? Ordnet typische Produkte Norwegen und deutschsprachigen Ländern zu (Arbeitsblatt AB 2).
2. Schaut euch mehrere Werbespots aus dem deutschsprachigen Raum an und tragt eure Beobachtungen in das Arbeitsblatt AB 3 ein. Benutzt die Checklisten 1 und 2 dabei.
3. Bereitet euch in euren Gruppen auf euren Auftrag «Werbespot auf Deutsch für eine deutschsprachige Kundengruppe» vor. Was braucht ihr an Wortschatz, Grammatik, kulturellem Vorwissen? Arbeitet dabei mit den Arbeitsblättern AB 4, AB 5, AB 6 und AB 7. Benutzt das Handout zur Sprache, das Lehrwerk *Weiter geht's*, Kap. 2 und 5 und die angegebenen Internetquellen.
4. Nehmt Kontakt zu den Schülerfirmen in den Unternehmerklassen (Entreprenørskap) an der eigenen Schule oder an einer anderen Schule auf. Lasst euch die Geschäftspläne per E-Mail zuschicken und vereinbart einen Termin für ein Interview. In der Zwischenzeit bereitet ihr den Leitfaden für das Interview vor. (AB 8)
5. Nach Erhalt der Geschäftspläne, lest ihr diese durch und macht ein zweisprachiges Vokabular mit den Schlüsselwörtern dazu. Dann besucht ihr die Unternehmerklassen (Entreprenørskap) und interviewt die verschiedenen Schülerfirmen. Notiert die Antworten oder nehmt die Gespräche gegebenenfalls auf. Achtet dabei auf die Erlaubnis. Im Anschluss entscheidet ihr euch für *ein* Produkt. (Beispiel 'Schlüsselwortliste' für den Geschäftsplan 'Arctic Case') und ein deutschsprachiges Land als Kundengruppe.

6. Der nächste Schritt ist, in eurer Gruppe («Werbeagentur») die Rollenverteilung, das Setting und das Plot für euren Werbespot zu diskutieren. Im Idealfall zeichnet ihr auch ein Storyboard. Dann schreibt ihr das Manuskript und übt die Aussprache und Intonation. Zuletzt filmt und redigiert ihr euren Handyfilm. Ihr könnt zur Unterstützung dieses Arbeitsprozesses die zweisprachige Übersicht «Fachbegriffe Deutsch-Norwegisch zur Textanalyse» benutzen und die Checkliste für den geplanten Werbespot. (Ein Beispiel für ein Manuskript für «Arctic Case – Warmhaltehülle für ein Handy» liegt an.)
7. Ihr präsentiert euren Werbespot in der Deutschklasse, eurem Auftraggeber (der Schülerfirma, deren Produkt ihr vermarktet) und Muttersprachlern (z.B. einem muttersprachlichen Lehrer, einem muttersprachlichen DAAD-Assistenten). (AB 11)
8. Evaluation. Im Kreisgespräch diskutiert ihr eure Lernerfahrungen und die Rückmeldungen von den Mitschülern, den Schülerfirmen und den potentiellen Kunden (Muttersprachlern). (AB 11 und AB 12)

## AB 2: Werbung auf Deutsch - Produkte zuordnen

**Bildet Gruppen («Werbeagenturen»).** Wählt einen Leiter/eine Leiterin.

**Diskutiert:** Aus welchen Ländern kommen ursprünglich die folgenden Produkte?

Soletti, Rivella, Braunkäse, Manner, BMW, Gruyezer, Pizz Grandiosa, Adidas Sportschuhe, UHU, Tesafilm, Red Bull, Milka, Kvikklunch, Ovomaltine, Nutella, Raketeneis, Swatch, Mozartkugeln, Toblerone, Skyr, Maarud Chips, die Bahnhofsuhr, Troika, Haribo

**Tragt sie in das Raster ein.**

Deutschland	Österreich	Die Schweiz	Norwegen

**Kennt ihr weitere Produkte? Notiert sie.**

**Vergleicht eure Ergebnisse im Plenum.**

© Sabine Rolka

AB 2: Werbung auf Deutsch - Produkte zuordnen, zu 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.

### AB 3: Werbung auf Deutsch analysieren

Ihr seht euch drei verschiedene Werbespots an, einen aus Österreich, einen aus der Schweiz, einen aus Deutschland.

Ihr benutzt die Checklisten 1 und 2. **Notiert** eure Beobachtungen:

**Diskutiert:** Gibt es Gemeinsamkeiten? Worin bestehen die Unterschiede zwischen den Werbespots?

**Die Werbespots:**

<p>Werbespot für Mozartkugeln; Österreich</p> <p>Hintergrundinformation zu den Mozartkugeln</p>	<p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=EpQgJRuQvqU">https://www.youtube.com/watch?v=EpQgJRuQvqU</a></p> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=MoRsAPSrqI8">https://www.youtube.com/watch?v=MoRsAPSrqI8</a></p>
<p>Werbespot für Ovomaltine; Schweiz</p> <p>Hintergrundinformation zu Ovomaltine</p>	<p><a href="https://www.bing.com/videos/search?q=ovomaltine&amp;qpv=ovomaltine&amp;view=detail&amp;mid=3EE19FC3E42EE718917C3EE19FC3E42EE718917C&amp;&amp;FORM=VDRVRV">https://www.bing.com/videos/search?q=ovomaltine&amp;qpv=ovomaltine&amp;view=detail&amp;mid=3EE19FC3E42EE718917C3EE19FC3E42EE718917C&amp;&amp;FORM=VDRVRV</a></p> <p><a href="https://www.ovomaltine.ch/ueber-ovomaltine">https://www.ovomaltine.ch/ueber-ovomaltine</a></p>
<p>Werbespot für Haribo</p> <p>Hintergrundinformation zu Haribo</p>	<p><a href="https://www.bing.com/videos/search?q=haribo+macht+kinder+froh&amp;ru=%2fsearch%3fq%3dharibo%2bmacht%2bkinder%2bfroh%26qs%3dHS%26pq%3dharibo%26sk%3dHS1%26sc%3d8-6%26cvid%3d6A833392347645899545773F4D336C3F%26FORM%3dQBRE%26sp%3d2&amp;mmscn=vwrc&amp;view=detail&amp;mid=5F0E5605B76B8239286B5F0E5605B76B8239286B&amp;rvsmid=C3B4FEC7A5C9BA908D67C3B4FEC7A5C9BA908D67&amp;FORM=VDQVAP">https://www.bing.com/videos/search?q=haribo+macht+kinder+froh&amp;ru=%2fsearch%3fq%3dharibo%2bmacht%2bkinder%2bfroh%26qs%3dHS%26pq%3dharibo%26sk%3dHS1%26sc%3d8-6%26cvid%3d6A833392347645899545773F4D336C3F%26FORM%3dQBRE%26sp%3d2&amp;mmscn=vwrc&amp;view=detail&amp;mid=5F0E5605B76B8239286B5F0E5605B76B8239286B&amp;rvsmid=C3B4FEC7A5C9BA908D67C3B4FEC7A5C9BA908D67&amp;FORM=VDQVAP</a></p> <p><a href="https://de.wikipedia.org/wiki/Haribo">https://de.wikipedia.org/wiki/Haribo</a></p>

© Sabine Rolka

AB 3: Werbung auf Deutsch analysieren, zu 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.

**CHECKLISTE 1 – Analyse Werbespot**

*Mozartkugeln:*

Produkt- name	Rollen (Wer?)	Setting (Wo und wann?)	Handlung (Was?)	Filmtechnische Mittel (Ton, Licht, Farben, Kame-rawinkel, Text, Produktlogo)	Dauer/ Länge des Werbe- spots

**CHECKLISTE 1 – Analyse Werbespot**

*Haribo:*

Produkt- name	Rollen (Wer?)	Setting (Wo und wann?)	Handlung (Was?)	Filmtechnisch e Mittel (Ton, Licht, Farben, Kame- rawinkel, Text, Produktlogo)	Dauer/ Länge des Werbespot s

**CHECKLISTE 2 zu Arbeitsblatt 3 - Werbung auf Deutsch**

*Werbespot Ovomaltine:*

*Seht den Werbespot (wenn nötig, mehrere Male).*

*Lest die Fragen durch und schreibt eure Antworten in Stichworten auf:*

Wer ist der Absender der Werbung?
In welchem Medium wird die Werbung benutzt?
An welche Zielgruppe richtet sich die Werbung? (Alter, Geschlecht, Beruf, Interessen)
Welche Informationen gibt die Werbung über das Produkt (Preis, Inhalt, Konstruktion, Wirkung, Gebrauch, Wartung, Qualität, positive und negative Seiten usw.)?
Brauchen wir diese Informationen? Vermisst ihr irgendwelche Informationen? Welche?
Wie ist die Sprache? Einfach und leicht verständlich oder viele Fremd-wörter und Fachbegriffe? WERden viele englische Wörter verwendet? Eventuell welche? Sind die Sätze kurz oder lang?

Gibt es Plus- oder/und Minus-Wörter? Wiederholungen? Klischees? Metaphern?

Kommen im Werbespot bekannte Persönlichkeiten (Promis) vor?

Appelliert der Werbespot an eure Träume? Ist er humoristisch?

Was ist typisch für diesen Werbespot verglichen mit anderen Werbespots? Glaubt ihr, dass die Reklame bei der Kundengruppe ankommt?

Passen die Wirkungsmittel zum Zweck?

Findet ihr, dass es ein guter Werbespot ist?

## AB 4: Werbung auf Deutsch - Reflexionsaufgabe

**Vorbereitende Reflexionen über die Zielaufgabe Werbespot -**

**Diskutiert in Gruppen folgende Fragen. Notiert Stichworte dazu:**

Was für Wortschatz und Grammatik brauchen wir?

Welche Herausforderungen in Bezug auf Aussprache müssen wir meistern?

Welche Textsorte müssen wir benutzen können?

Welche Formen der Höflichkeit müssen wir in der Zielsprache beherrschen?

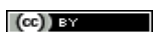
Welche Redemittel müssen wir anwenden können?

Welches kulturelles und pragmatisches Wissen sollten wir haben?

Wortschatz	
Grammatik	
Aussprache	
Textsortenwissen	
Redemittel	
Formen der Höflichkeit	
Kulturelles und pragmatisches Wissen	

© Sabine Rolka

AB 4: Werbung auf Deutsch - Reflexionsaufgabe, zu 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.



## AB 5: Werbung auf Deutsch - Reflexionsaufgabe

### Reflexionen über Stereotypen

An Hand von Kapitel 2 und 5 im Lehrwerk *Weiter geht's* sollt ihr allgemeine und kulturelle Kenntnisse über die deutschsprachigen Länder erwerben. Verteilt die Länder in der Gruppe (Österreich – Schweiz – Deutschland):

Name des Landes:	
Ist das Land klein oder groß?	
Wo liegt es? Wie ist die Landschaft?	
Wie ist die Infrastruktur?	
Gibt es Besonderheiten in der Alltagskultur?	
Spielt Sport eine wichtige Rolle? Welcher Sport?	
Ist Dialekt wichtig?	
Welche typischen Produkte kommen aus diesem Land?	
Woher kennt ihr diese Produkte?	
Welche Adjektive werden in Kapitel 3 und 5 in den Texten verwendet, um Geografie, Bevölkerung, Sprache(n), Gewohnheiten und den Alltag zu beschreiben?	

**Versucht gemeinsam, in wenigen Sätzen das Wort 'Stereotypen' zu definieren:**

© Sabine Rolka

AB 5: Werbung auf Deutsch - Reflexionsaufgabe, zu 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.

## AB 6: Werbung auf Deutsch

### Reflexionen über die Kulturen.

Ein Kulturknigge ist laut [www.duden.de](http://www.duden.de) «eine Sammlung von Verhaltensregeln für den täglichen Gebrauch» siehe auch «Über den Umgang mit Menschen» des deutschen Schriftstellers A. Freiherr von Knigge (1752 – 1796).

### Verteilt die Internetquellen an die Gruppenmitglieder und studiert sie.

Mit Hilfe der Quellen sollt ihr kulturelle Gemeinsamkeiten und Unterschiede in einer Tabelle festhalten:

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

<https://ndla.no/nb/node/138655> (Typisch deutsch (4), Wien, Wien - nur du allein (10)

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

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

### HINWEIS: Nutzt auch eventuelle Kontakte zu Muttersprachlern. Interviewt sie.

	Norwegen	Deutschland	Österreich	Die Schweiz
Duzen/siezen?				
Wie begrüßt man sich?				
Essen kommentieren? Ja? Nein? Wie?				
Themen für Smalltalk am Arbeitsplatz				
Krankschreiben – wann?				
Party – Was mitbringen?				
Privat besuchen? Ja? Nein?				
Aperitifkultur? Ja? Nein?				
Kaffeekultur? Ja?				
Hundekot – wohin?				
Regeln für Kinder, Arbeit, Familie? Welche?				

© Sabine Rolka

AB 6: Werbung auf Deutsch, zu 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.

## AB 7: Werbung für Deutsch - Klischees

**Reflexionen zu Klischees:**

**Definiert zuerst in der Gruppe, was ein Klischee ist.**

**Sammelt dann in der Tabelle je ein Klischee zu verschiedenen Themenbereichen.**

Themenbereich:	Norwegen	Österreich	Die Schweiz	Deutschland
Essen				
Trinken				
Freizeit				
Sport				
Ferien				
Umweltbewusstsein				
Arbeitsplatz				
Europa				
Positive Eigenschaften				
Negative Eigenschaften				

©Sabine Rolka

AB 7: Werbung für Deutsch - Klischees, zu 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.

**Standardsprache oder Dialekt? Diskutiert. Sollte der Werbespot Dialekt enthalten? Vor- und Nachteile:**

Deutsch	Schwyzerdütsch	Österreichisch
Guten Tag! Hallo!	Grüssli! Grüezi!	Grüß Gott! Griaß di! Griaß eich! Servus!
Auf Wiedersehen! Tschüss!	Uf Widerluege!	Auf Wiederschaun! Baba!
Der Junge	Der Bueb	Der Bub
Das Kind	Das Chind	Das Kind
Ich habe	I ha	I hoab
Das Fahrrad	Das Velo	Das Radl
Guten Appetit!	En guete!	Mahlzeit!
Das Haus	Das Huus	Das Haus
Das WC	Das Hüsli	Der Abort
1 - 10	Eis, zwöö, drüü, vier, füüf, sücks, sibe, acht, nüün, zää	Oans, zwoa, droa, vier, fünf, sechs, sieben, oacht, neun, zehn
Danke schön!	Merci vielmals!	Vergelt's Gott!
Montag	Mäntig	Montag
Dienstag	Züschtig	Ertag/Dienstag
Mittwoch	Mittwuch	Mittwoch
Donnerstag	Dunnschtig	Donnerstag
Freitag	Friitig	Freitag
Samstag	Samschtig	Samstag
Sonntag	Sunntig	Sonntag

**Quellen:**

Schulze, A.M. (2012). *Weiter geht's*. Oslo: Samlaget. S. 87.

Siehe auch:

<http://www.ostarrichi.org/>

[http://www.fim.uni-linz.ac.at/Woerterbuch\\_oesterr\\_deut\\_englisch.htm#e](http://www.fim.uni-linz.ac.at/Woerterbuch_oesterr_deut_englisch.htm#e)

## AB 8: Werbung auf Deutsch

### **Interviewleitfaden:**

**Hier findet ihr ein Beispiel für einen Interviewleitfaden.**

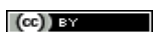
**Der Leitfaden ist auf Deutsch. Ihr fragt aber auf Norwegisch.**

**Lest die Geschäftspläne durch, bevor ihr die Schülerfirmen trefft.**

<b>Name des Produkts</b>	
Vor- und Nachnamen der Schüler*innen, die die Geschäftsidee entwickelt haben	
Beschreibung des Produkts – Welche Funktion hat es? – Wozu soll es dienen?	
Der Preis – wie habt ihr den Preis errechnet?	
Wie seid ihr auf die Geschäftsidee gekommen (durch soziale Medien, Filme, Fernsehen, Gespräche etc.)	
Wer ist die Zielgruppe für euer Produkt? (Alter, Geschlecht, Eigenschaften der Käufer?)	
Wie wollt ihr für das Produkt werben? In welchen Medien? Habt ihr für das Produkt eventuell schon geworben? Wie?	
Habt ihr Beispiele von dieser Werbung? (z.B. Werbefilm, Sprachgebrauch, Schriftgröße, Schrifttyp, Bildwahl, interkulturelle und intertextuelle Anspielungen?)	
Gibt es andere wichtige Informationen über euer Produkt?	
Copyright	

©Sabine Rolka

AB 8: Werbung auf Deutsch, zu 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.

## AB 9: Werbung auf Deutsch - Checkliste für den geplanten Werbespot

<b>Der Name des Produkts:</b>	
Das Motto, unter dem das Produkt lanciert wird:	
Die Zielgruppe(n) des Produkts:	
Der Name des Herstellers:	
<b>Das Layout:</b>	
Die Überschrift	
Die Bildwahl	
Der Text	
Das Logo	
<b>Die Auswahl der Bilder:</b>	
Fotos/Gemälde/Zeichnungen/Animation/Videos	
Die Motive	
Der Ausschnitt	
Die Komposition	
Die Perspektive	
Die Lichteffekte	
Die Farbwahl	
<b>Die Funktion der Bilder:</b>	
Appellieren sie an die Gefühle des Zuschauers?	
Richten sie sich an die Vernunft des Zuschauers?	
<b>Die Funktion des Textes:</b>	
Was sagt die Überschrift/das Motto über das Produkt aus?	

©Sabine Rolka

AB 9: Werbung auf Deutsch - Checkliste für den geplanten Werbespot, zu 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.

Welche Funktion hat die Überschrift/das Motto Im Verhältnis zum Text und zum Video?	
Wer sind die Protagonisten im Video?	
Wo befinden wir uns im Video?	
Wann spielt die Filmsequenz?	
Welche Appellformen (Logos, Ethos, Pathos) werden benutzt?	
Welche Wirkung hat die Argumentation?	
Welche sprachlichen Mittel werden benutzt und welche Wirkung haben sie?	
Wie funktioniert das Zusammenspiel zwischen Bild und Text?	
Wird das Prinzip AIDA befolgt (attention, interest, desire, action)?	
<b>Filmtechnische Mittel:</b>	
Die Einstellungsgröße einer Person/eines Objekts	
Die Einstellungslänge	
<b>Kamerastellungen:</b>	
Das Panorama (Landschaft ist zu sehen)	
Die Totale (die ganze Person ist zu sehen)	
Die Halbtotale (die Person in der Mitte des Bildes)	
Halbnah (2/3 der Person zu sehen bis zum Knie)	
Die amerikanische Einstellung (von der Hüfte abwärts)	
Die Großaufnahme (das gefilmte Objekt im Zentrum)	
Die Detailaufnahme (ein Ausschnitt in Nahaufnahme)	

<b>Die Kameraperspektive:</b>	
Die Zentralperspektive	
Die Vogelperspektive	
Die Froschperspektive	
<b>Die Position der Kamera:</b>	
Die Standkamera	
Der Kameraschwenk (das Panorama)	
Die Kamerafahrt (travelling)	
Die Handkamera	
<b>Der Schnitt/die Montage:</b>	
Die Filmzeit, die Abfolge, der Rhythmus	
<b>Blenden/Übergänge:</b>	
Weich/hart	
<b>Die Plastizität des Bildes (Vordergrund – Mittelgrund – Hintergrund):</b>	
Die Tiefenschärfe – nah und fern	
Die Bildkomposition – offen oder geschlossen	
<b>Der Ton:</b>	
Originalton, Musik, Geräusche, Tonquelle im Bild (on) oder nicht im Bild (off)	
<b>Das Licht:</b>	
Tageslicht, künstliches Licht, Schatten, hell	



## AB 10: Werbung auf Deutsch – Beispiel Arctic Case


**Den Geschäftsplan durchlesen. Dabei eine Liste mit den norwegischen Schlüsselwörtern erstellen und deutsche Entsprechungen finden. (Siehe Handout 'forretningsplan Arctic Case')**

**Arctic Case:**

Kulde	Die Kälte
Lade seg ut	Sich entladen (entlädt sich, entlud sich, hat sich entladen)
Ved lave temperaturer	Bei niedrigen Temperaturen
Skru seg av	Sich ausschalten
Batteriet	Die Batterie
Om vinteren	Im Winter
Når det er kaldt ute	Wenn es draußen kalt ist,..
Aktiviteter på fjellet og i byen	Aktivitäten im Gebirge und in der Stadt
Dekslet holder varmt	Die Hülle hält warm.
Flipdeksel	Eine Fliphülle
En kjemisk varmekilde	Eine chemische Wärmequelle
Den varer i 4 timer.	Sie (die Wärmequelle) hält vier Stunden warm.
En varmepute	Ein Wärmekissen.
'refill-packs'	Die Nachfüllpackungen
Fylle opp på nytt	Nachfüllen/wieder aufladen (ä/u/a)
Strikk	Der Strick,-e
72,5 % av de spurte opplever at mobilen slår seg av	72, 5 Prozent der Befragten erleben, dass das Handy sich ausschaltet.
Drive med utendørsaktiviteter	Aktivitäten im Freien betreiben (ie – ie)
Bruke iphone i kalde omgivelser	Ein Iphone in kalter Umgebung benutzen
52% av de som svarte på markedsundersøkelsen ville kjøpt et deksel.	52 Prozent der Befragten würden eine Hülle kaufen.
Lukke opp/slå opp	Aufmachen/aufschlagen (ä/u/a)
Lukke igjen	Zumachen/zuschlagen (ä/u/a)
Bære på noe/ ha noe med seg	Etwas dabei haben/mitbringen (brachte – hat mitgebracht)
Det er kaldt.	Es ist kalt.

©Sabine Rolka

AB 10: Werbung auf Deutsch – Beispiel Arctic Case, zu 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.

## AB 11: Werbung auf Deutsch - Evaluation

### Eigen- und Fremdevaluation (durch Mitschüler, Auftraggeber, Muttersprachler)

Gesamtnote:	Over middels (im oberen Bereich)	Middels (im mittleren Bereich)	Under middels (im unteren Bereich)
Aussprache – verständlich und deutlich?			
Trifft der Werbespot die Zielgruppe(n)?			
Überzeugt der Werbespot?			
Wurde die Ausgabenstellung respektiert?  - Auf Deutsch? - Kulturelle Unterschiede und Ähnlichkeiten berücksichtigt?			

©Sabine Rolka

AB 11: Werbung auf Deutsch - Evaluation, zu 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.

## AB 12: Werbung auf Deutsch - Kreisgespräch

### Checkliste für das Kreisgespräch über das Projekt:

Was habt ihr gelernt?	Im unteren Bereich (1-2)	Im mittleren Bereich (3-4)	Im oberen Bereich (5-6)
Über das Produkt und den Geschäftsplan			
Über Kulturwissen im Vergleich			
Über Reklamesprache			
Über Aussprache			
Über Grammatik			
Über filmtechnische Mittel			
Über Musik/Ton			
Über Kreativität			
Über den sozialen Lernprozess			
Über Innovation			

©Sabine Rolka

AB 12: Werbung auf Deutsch - Kreisgespräch, zu 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.

## **AB 13: Ein Beispiel – Manuskript für das Produkt Arctic Case – Warmhaltehülle für ein Handy**

*Zwei junge Leute verirren sich bei niedrigen Temperaturen.*

Gerhard: «Wo sind wir jetzt? Ich habe Hunger. Mir ist kalt. Meine Finger sterben ab und mein Handy funktioniert nicht. Was mache ich jetzt?»

Seine Freundin: «Wenn es draußen kalt ist, entlädt sich die Batterie. Mit *Arctic Case* mit Wärmepolster passiert dir das nicht!»

© Caspar Urø, Stefan Stenbakk Erichsen & Christine Øien, Tertnes vgs.

AB 13: Ein Beispiel – Manuskript für das Produkt Arctic Case – Warmhaltehülle für ein Handy, zu 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.