



NEUE BERUFE

NEUE BERUFE



A

Social-Media-Manager: Lauras Blog



Mein Leben im sozialen Netz

by: Laura, 15. November 2015, 0 Comments

Heute bin ich zufällig auf der Facebook-Seite eines großen Autoherstellers gelandet und war total überrascht: 18 Millionen Menschen haben diese Seite geliked*. Ich frage mich wirklich, was das für Leute sind. Warum finden sie die Seite eines Autoherstellers cool?

Jetzt weiß ich: Dahinter stecken kluge Köpfe. Von allein kommen viele User nämlich nicht auf solche Seiten. Sie werden dorthin gelenkt. Und zwar von Social-Media-Managern. Im Moment werden sie von vielen Unternehmen gesucht. Sie betreuen die diversen Social-Media-Auftritte eines Unternehmens, zum Beispiel bei Facebook, Twitter oder Youtube, und sorgen dafür, dass viele Menschen auf die Seiten kommen. Und sie liken*. Das scheint zu klappen. Das ist moderne Werbung, und manchmal sieht das gar nicht wie Werbung aus. Sie denken sich zum Beispiel interessante Themen aus, die die User auf die Facebook-Seite holen oder sie auf einen Tweet antworten lassen. Der Gedanke dahinter: Wenn die Besucherzahlen in den Social-Media-Kanälen steigen, dann steigt auch die Bekanntheit der Marke.

Social-Media-Manager wissen, was bestimmte Zielgruppen gut finden und wie man mit ihnen kommuniziert, denn sie sind selbst seit Langem auf Facebook & Co. unterwegs. Und welche Produkte man wann und auf welche Art bewirbt, lernen sie dann im Job. Social-Media-Plattformen sind die Werbekanäle der Zukunft.

Bis zum nächsten Mal eure Laura

liken*: einen Beitrag oder eine Seite auf Facebook mit „Gefällt mir“ markieren.

B

PERSONAL INTERNATIONAL

Für unseren Kunden aus der Automobilbranche mit Sitz in München suchen wir einen

Social-Media-Manager (m/w)

Ihr Aufgabenbereich:

- Sie entwickeln für die sozialen Netzwerke Strategien und Konzepte, die uns dabei helfen, unsere Unternehmensziele zu erreichen.
- Sie suchen und finden die vielen interessanten Geschichten, die es zu unserer Marke gibt, und präsentieren sie in den unterschiedlichen Netzwerken.
- Sie stehen mit den Usern im Dialog und transportieren dabei das positive Image unserer Marke.
- Sie unterstützen den Leiter der Unternehmenskommunikation und stehen ebenfalls in Kontakt mit unterschiedlichen Abteilungen des Unternehmens.

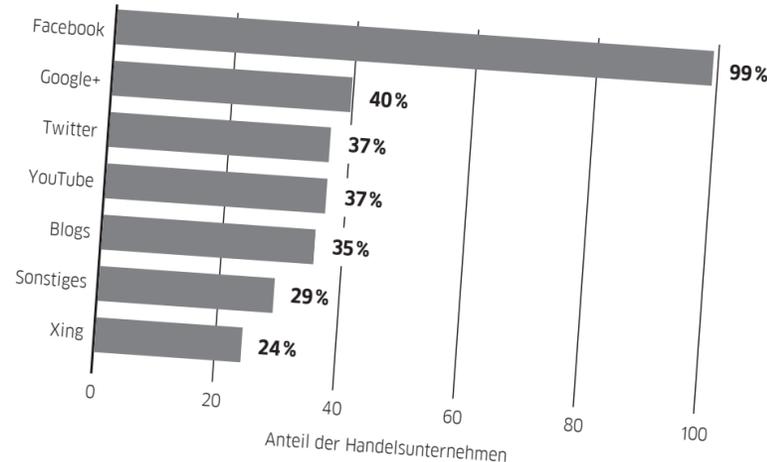
Ihre Qualifikation:

- Sie bringen detailliertes Wissen über die verschiedenen sozialen Netzwerke und deren Communitys mit.
- Sie erkennen gute Themen und können sie für digitale Medien aufbereiten und erzählen.
- Sie beherrschen die deutsche Sprache perfekt, können gute Texte formulieren und haben ein Gefühl für den richtigen Ton im Netz.
- Sie sind immer auf dem neuesten Stand. Sie wissen, was in den sozialen Netzen passiert und worüber man spricht.
- Sie besitzen ausgeprägte kommunikative Fähigkeiten.
- Sie verfügen über ein abgeschlossenes Studium, vorzugsweise in Publizistik oder Medienmanagement.

Haben Sie Interesse an dieser spannenden Aufgabe? Dann senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen per E-Mail an Julia Mann, personal@international.com.

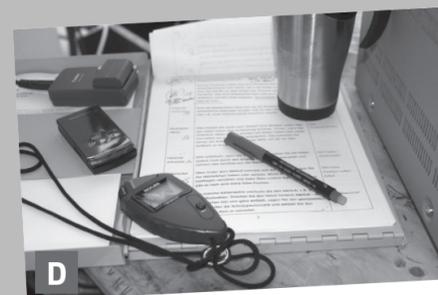
C

Welche Social-Media-Kanäle nutzen Sie?



de.statista.com

Kalenderbild: © picture alliance/Wavebreak Media LTD
Rückseite: © statista.com • slaved/Fotolia



D

Locationscout

Locationscouts suchen Orte, wo man gute Fotos machen oder Filme für Kino, Fernsehen oder Werbung drehen kann, zum Beispiel Wohnungen, Fabriken, leer stehende Häuser oder Parks. Früher haben diese Aufgabe Personen aus dem Filmteam gemacht. Seit einigen Jahren machen es Locationscouts.

Sie lesen zuerst das Drehbuch oder Skript und überlegen sich: Wie sehen die Orte aus? Wie sieht zum Beispiel die Wohnung aus? Ist sie klein oder groß? Ist sie in einem Altbau oder Hochhaus? Hat sie einen Balkon oder einen Holzfußboden? Gibt es einen schönen Ausblick aus dem Fenster? Dann spricht ein Locationscout mit dem Regisseur und fragt, wie er sich die Orte vorstellt.

Hat der Locationscout keine passenden Orte in seiner Sammlung, muss er oder sie neue Orte suchen: mit dem Auto, mit dem Fahrrad oder zu Fuß. Ein Locationscout fragt auch Freunde und Bekannte oder klingelt manchmal einfach an Wohnungstüren. Hat er eine gute Wohnung oder ein gutes Haus gefunden, macht er dort viele Fotos. Die zeigt er dem Regisseur. Gefallen ihm die Fotos, muss der Locationscout mit dem Besitzer des Hauses oder der Wohnung sprechen und mit ihm einen Mietvertrag machen. Darin steht zum Beispiel, wie viele Tage das Film- oder Fototeam dort arbeitet, wie viel sie pro Tag bezahlen und was sie verändern dürfen.

Für Locationscouts gibt es keine spezielle Ausbildung. In Deutschland arbeiten rund 100 Frauen und Männer als Locationscouts. Die meisten sind Quereinsteiger* und haben vorher schon beim Film oder als Fotograf gearbeitet.

Quereinsteiger*: Eine Person hat einen Beruf gelernt oder ein Fach studiert, arbeitet jetzt aber in einem anderen Beruf oder Fach.

E

Was muss ein Locationscout können?

Er muss viel Vorstellungskraft haben. Locationscouts lesen das Drehbuch und müssen sich bildlich vorstellen können, wie der Ort aussieht.

Er muss gut fotografieren können. Gute Fotos sind wichtig. Denn der Regisseur sieht nur die Fotos der möglichen Orte. Dann entscheidet er, ob sie passen.

Er muss gut mit Menschen umgehen können. Locationscouts diskutieren mit den Besitzerinnen oder Besitzern der Wohnungen oder Häuser über den Mietvertrag. Das muss man gut können.

Er sollte viele Leute kennen. Wer viele unterschiedliche Menschen kennt, findet schneller eine gute Location.

Er muss wissen, wo er Informationen findet. Einfach losfahren und suchen führt nicht immer zu einem Ergebnis. Es ist wichtig, vorher mit vielen Menschen zu sprechen und im Internet nach Informationen zu suchen.



**GOETHE
INSTITUT**
Sprache. Kultur. Deutschland.



ARBEITSBLATT zu **NEUE BERUFE**

Text A: Social-Media-Manager: Lauras Blog

A1 Lies den Text einmal schnell. Was ist das Thema? Kreuze an.

1. Laura hat jetzt einen Account bei Facebook.
2. Laura nennt die wichtigsten Probleme in den sozialen Netzwerken.
3. Laura spricht über die Aufgaben und Ziele von Social-Media-Managern.

A2 Lies den Text noch einmal und ordne die Sätze den Textabschnitten zu.

1. Laura erklärt die Aufgaben von Social-Media-Managern.
2. Laura erklärt, dass Social-Media-Manager hinter solchen Aktionen stecken.
3. Laura beschreibt, was Social-Media-Manager können müssen.
4. Laura erklärt, wie Werbung in den Social-Media-Kanälen funktioniert.
5. Laura war überrascht, dass 18 Millionen Menschen die Facebook-Seite eines Autoherstellers geliked haben.

Social-Media-Manager: Lauras Blog

Mein Leben im sozialen Netz

by: Laura, 15. November 2015, 0 Comments

A __ Heute bin ich zufällig auf der Facebook-Seite eines großen Autoherstellers gelandet und war total überrascht: 18 Millionen Menschen haben diese Seite geliked*. Ich frage mich wirklich, was das für Leute sind. Warum finden sie die Seite eines Autoherstellers cool?

B __ Jetzt weiß ich: Dahinter stecken kluge Köpfe. Von allein kommen viele User nämlich nicht auf solche Seiten. Sie werden dorthin gelenkt. Und zwar von Social-Media-Managern. Im Moment werden sie von vielen Unternehmen gesucht.

C __ Sie betreuen die diversen Social-Media-Auftritte eines Unternehmens, zum Beispiel bei Facebook, Twitter oder Youtube, und sorgen dafür, dass viele Menschen auf die Seiten kommen. Und sie liken*. Das scheint zu klappen.

D __ Das ist moderne Werbung, und manchmal sieht das gar nicht wie Werbung aus. Sie denken sich zum Beispiel interessante Themen aus, die die User auf die Facebook-Seite holen oder sie auf einen Tweet antworten lassen. Der Gedanke dahinter: Wenn die Besucherzahlen in den Social-Media-Kanälen steigen, dann steigt auch die Bekanntheit der Marke.

E __ Social-Media-Manager wissen, was bestimmte Zielgruppen gut finden, und wie man mit ihnen kommuniziert, denn sie sind selbst seit Langem auf Facebook & Co unterwegs. Und welche Produkte man wann und auf welche Art bewirbt, lernen sie dann im Job.

Social-Media-Plattformen sind die Werbekanäle der Zukunft.

Bis zum nächsten Mal!

Eure Laura

* liken: einen Beitrag oder eine Seite auf Facebook mit „Gefällt mir“ markieren.

A3 Sucht in den Textabschnitten Wörter und Ausdrücke, die zum Thema „Social Media“ passen. Benutzt die Wörter und Ausdrücke in einem Satz.

auf einer Facebook-Seite landen, liken, ...

A4 Arbeitet in fünf Gruppen. Jede Gruppe schreibt eine bis zwei Fragen zu einem Textabschnitt. Die anderen Gruppen antworten.



ARBEITSBLATT zu **NEUE BERUFE**

Text B: Social-Media-Manager (m/w)

B1a Was denkst du? Was sind die Aufgaben eines Social-Media-Managers? Was muss er/sie können? Kreuze an.

Aufgaben: Ein Social-Media-Manager ...

- ... entwickelt für eine Firma Strategien, wie diese sich in den sozialen Netzwerken präsentiert.
- ... surft nur im Internet.
- ... postet Interessantes über die Firma oder die Marke in den verschiedenen sozialen Netzwerken.
- ... antwortet auf Fragen von Usern in den Communities.
- ... schreibt in seinem privaten Facebook-Profil Interessantes über die Firma.
- ... arbeitet mit unterschiedlichen Abteilungen der Firma zusammen.
- ... analysiert Daten, die die User zum Beispiel auf Facebook hinterlassen.

Qualifikation: Ein Social-Media-Manager ...

- ... weiß viel über soziale Netzwerke.
- ... schreibt gute Texte fürs Internet.
- ... ist viel in den Netzwerken unterwegs und erkennt dort wichtige Trends.
- ... muss programmieren können.
- ... kann gut mit Menschen umgehen.
- ... sollte ein abgeschlossenes Studium haben, z.B. im Bereich Publizistik oder Medienmanagement.
- ... hat ein Gefühl für Themen, die in sozialen Netzwerken interessant sind, und kann gut darüber erzählen.

b Lies die Stellenanzeige „Social-Media-Manager (m/w)“. Welche Aufgaben und Qualifikationen aus a werden dort genannt? Schreib die passende Nummer aus a in die Anzeige.

B2 Such die Ausdrücke in der Stellenanzeige. Was bedeuten sie? Kreuze an.

- | | |
|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. im Dialog stehen mit | <input type="checkbox"/> A mit jemandem regelmäßig sprechen/schreiben
<input type="checkbox"/> B bei Sprechen immer stehen |
| 2. Themen für digitale Medien aufbereiten | <input type="checkbox"/> A über digitale Medien sprechen
<input type="checkbox"/> B ein Thema so darstellen, dass man es gut im Internet versteht |
| 3. etwas perfekt beherrschen | <input type="checkbox"/> A Macht über etwas oder jemanden haben
<input type="checkbox"/> B etwas sehr gut können |
| 4. ein Gefühl für den richtigen Ton haben | <input type="checkbox"/> A sehr musikalisch sein
<input type="checkbox"/> B wissen, wie man sich in einer bestimmten Situation passend ausdrückt |
| 5. auf dem neuesten Stand sein | <input type="checkbox"/> A immer die neuesten Informationen haben
<input type="checkbox"/> B gerne stehen |
| 6. über ein abgeschlossenes Studium verfügen | <input type="checkbox"/> A ein Studium beendet haben
<input type="checkbox"/> B ein Studium nicht beendet haben |



ARBEITSBLATT zu **NEUE BERUFE**

Text D: Locationscout

Text E: Was muss ein Locationscout können?

D1 Wichtige Wörter beim Film: Lies die Definitionen und ergänze das Wort. Das Wörterbuch hilft dir.

1. r _____, -e: Diese Person sagt den Schauspielern, wie sie ihre Rolle spielen sollen. Sie hat die Verantwortung für den Film.
2. (etwas) _____: einen Film mit einer Kamera aufnehmen
3. s _____, -"-er: Textbuch von einem Film. Darin steht, was die Schauspieler machen und sagen sollen.

D2 Lies den Text „Locationscout“ einmal schnell. Welche Beschreibung passt?

A Ein Locationscout hat viele Wohnungen, Fabriken etc. und vermietet sie an das Filmteam. An diesen Orten dürfen sie dann drehen.

B Ein Locationscout sucht Orte, vor allem für Filme. Er macht Fotos von den Orten und spricht mit dem Regisseur. Er diskutiert auch mit den Besitzern der Wohnungen oder Häuser.

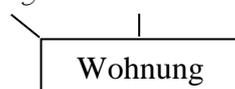
C Ein Locationscout dekoriert und verändert Orte (z.B. Wohnungen, Fabriken, Häuser), damit sie zum Drehbuch passen.

D3 Die Arbeit von einem Locationscout: Wie geht er vor? Lies den Text noch einmal und bring die Aufgaben in die richtige Reihenfolge.

- A ___ Er überlegt: Wie sehen die Orte aus?
- B ___ Wenn er einen guten Ort gefunden hat, macht er Fotos von dem Ort.
- C ___ Er zeigt die Fotos dem Regisseur.
- D ___ Er spricht mit dem Regisseur und fragt, wie er sich die Orte vorstellt.
- H 1 Der Locationscout liest das Drehbuch.
- E ___ Weiß der Locationscout keinen passenden Ort in seiner Sammlung, sucht er einen neuen Ort mit dem Auto, mit dem Fahrrad oder zu Fuß.
- F ___ Er macht einen Mietvertrag mit den Besitzern vom Haus oder der Wohnung.
- G ___ Wenn dem Regisseur die Fotos gefallen, spricht er mit den Besitzern von den Häusern oder Wohnungen.

D4 Suche im zweiten Textabschnitt alle Wörter, die zu einer Wohnung passen. Beschreibe dann kurz deine eigene Wohnung.

klein/groß Altbau



D5 Rollenspiel: Gespräch mit dem Regisseur

Arbeitet zu viert (2 Locationscouts, 2 Regisseure) und lest die Rollenkarten. Spielt das Gespräch und präsentiert euren Ort in der Klasse.

Locationscouts	Regisseure
1. Wählt zusammen mit den Regisseuren einen Film aus. Einigt euch gemeinsam auf eine Szene in dem Film. 2. Überlegt zu zweit, wo man diese Szene drehen könnte. Nennt drei Orte. Wie sehen die Orte genau aus? Macht Notizen und beschreibt die Orte den Regisseuren. 3. Einigt euch mit den Regisseuren auf mindestens einen Ort.	1. Wählt zusammen mit den Locationscouts einen Film aus. Einigt euch gemeinsam auf eine Szene in dem Film. 2. Überlegt zu zweit, wo man diese Szene drehen könnte. Wählt drei Orte. Wie sehen die Orte genau aus? Macht Notizen. 3. Die Locationscouts stellen euch drei Orte vor. Vergleicht mit euren Ideen. Einigt euch mit den Locationscouts auf mindestens einen Ort.

Liebesfilm Ein Mann und eine Frau lernen sich im Urlaub kennen und verlieben sich ineinander. Dann ist der Urlaub zu Ende.	Krimi Die Polizei findet im Fluss einen toten Mann. Ein Detektiv hilft der Polizei bei der Suche nach dem Täter.	Actionfilm Drei FBI-Agenten finden in einem Hochhaus eine Bombe. Sie haben nur zehn Minuten Zeit, dann explodiert sie.
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

E1 Was muss ein Locationscout können? Ergänze die Wörter in der richtigen Form.

diskutieren – Drehbuch – entscheiden – finden – im Internet – Ort – wichtig – Wohnung

A Gute Fotos sind wichtig. Denn der Regisseur sieht nur die Fotos der möglichen Orte. Dann _____ (1) er, ob sie passen.

B Einfach losfahren und suchen, führt nicht immer zu einem Ergebnis. Es ist _____ (2), vorher mit vielen Menschen zu sprechen und _____ (3) nach Informationen zu suchen.

C Locationscouts _____ (4) mit den Besitzerinnen oder Besitzern von den _____ (5) oder Häusern über den Mietvertrag. Das muss man gut können.

D Locationscouts lesen das _____ (6) und müssen sich bildlich vorstellen können, wie der _____ (7) aussieht.

E Wer viele unterschiedliche Menschen kennt, _____ (8) schneller eine gute Location.

E2 Ordne die Eigenschaften den Beschreibungen in a zu.

- 1 __ Er muss viel Vorstellungskraft haben.
- 2 __ Er muss gut fotografieren können.
- 3 __ Er muss gut mit Menschen umgehen können.
- 4 __ Er sollte viele Leute kennen.
- 5 __ Er muss wissen, wo er Informationen findet.

ARBEITSWELTEN IN DEUTSCHLAND

NEUE BERUFE

Lehrerhandreichung



Abkürzungen

- LK:** Lehrkraft
- L:** Lernende
- UE:** Unterrichtseinheit
- AB:** Arbeitsblatt
- PL:** Plenum
- EA:** Einzelarbeit
- PA:** Partnerarbeit
- GA:** Gruppenarbeit



Lehrerhandreichungen zu NEUE BERUFE

Die Texte im Überblick:

- Text A: Social-Media-Manager: Lauras Blog (B1)
Text B: Social-Media-Manager (m/w) (B1-B2)
Text C: Statistik: Welche Social-Media-Kanäle nutzen Sie? (B1)
Text D: Locationscout (A2-B1)
Text E: Was muss ein Locationscout können? (A2-B1)

Einstieg ins Thema: Bild

Niveau:	A2-B2 (kann entsprechend angepasst werden)
Zeit:	ca. 5-10 Minuten
Lernziel:	Die L kennen Berufsfelder, die in Zukunft besonders wichtig sein werden.

1. PL: Die LK nennt das Thema „Neue Berufe“ und fragt die L, in welchen Berufsfeldern wahrscheinlich die meisten neuen Berufe entstehen werden und warum (z. B. Handwerk, Gesundheit und Pflege, Bildung und Soziales, IT, Technik ...). Die LK ergänzt mögliche Gründe (s. Infokasten).

2. PL: die LK zeigt das Blatt und fragt, welches Berufsfeld hier im Mittelpunkt steht. (mögliche Lösungen: Neue Medien, IT, Computer, Telekommunikation). Die L sammeln Aufgaben, für die man Arbeitskräfte in diesem Bereich braucht (mögliche Lösung: Programmieren, Spiele entwickeln, Daten auswerten, ...)

Vertiefung:

Die L beschreiben Berufe, die es 2030 geben könnte. Beispiele unter:
www.fr-online.de/karriere/berufe-zukunft-jobs-2030-berufsbild-technik-arbeiten-jobprofile,1473056,27359154.html

INFO: Neue Berufe

Wichtige globale Trends, durch die neue Berufsfelder entstehen:

- **Demografischer Wandel:** Durch die immer älter werdende Gesellschaft werden neue Berufe im Bereich "Gesundheit und Pflege" entstehen. Zudem müssen Technologien die fehlende Arbeitskraft ausgleichen.
- **Klimawandel:** Berufe in der Zukunft müssen sich intensiv der Gewinnung von Wind-, Wasser- und Solarkraft widmen, um den Energiebedarf der Zukunft zu decken und die Umwelt zu schonen.
- **Einwanderung:** Durch die Migrationsbewegungen von Menschen wird die Gesellschaft vielfältiger. Das Lernen von Sprachen wird damit wichtiger.
- **Digitalisierung:** Das Auswerten großer Datenmengen, die z.B. durch das Internet und mobile Endgeräte gesammelt werden, wird immer komplexer. Daher werden Berufe entstehen, die sich mit dem Umgang mit großen Datenmengen beschäftigen.
- **Sicherheit:** Wichtig werden Berufe, die sich auf die Wahrung der Sicherheit und privater Daten spezialisieren, besonders im Internet.

Tatsächliche neue Ausbildungsberufe 2016:

www.hk24.de/aus_und_weiterbildung/ausbildungsberatung/ausbildungsberufsbilder_und_ansprechpartner/aktion_neue_berufe/1153988

Text A: Social-Media-Manager: Lauras Blog

Text C: Statistik: Welche Social-Media-Kanäle nutzen Sie?

Niveau: B1
Zeit: 1-2 UE
Materialien: Statistik C, Kopien des Arbeitsblatts (Seite 1)
Lernziele: Die L

- können einen längeren Text in Sinnabschnitte teilen und verstehen.
- können Fragen an einen Text stellen und sie beantworten.

Wichtige Wörter und Ausdrücke

r Social-Media-Manager, -s soziale Netz, -e	auf einer (Facebook-/Internet-) Seite landen	überrascht unterwegs sein
r Autohersteller, -r User, -s Unternehmen, -r Social-Media-Auftritt, -e (Internet-)Seite, -n	klappen	kluge Köpfe.
r Tweet, -s	steigen	im Moment
e Besucherzahl, -en	kommunizieren	
r Social-Media-Kanal, -"-e	bewerben	
e Bekanntheit (nur Sg.)		
e Marke, -n		
e Zielgruppe, -n		
e Social-Media-Plattform, -en		
r Werbekanal, -"-e		
r Autohersteller, -r User, -s Unternehmen, -r Social-Media-Auftritt, -e (Internet-)Seite, -n	likern lenken betreuen sorgen für (+ Akk)	zufällig Dahinter stecken

zum Einstieg:

1. PL: Die LK fragt, in welchen sozialen Netzwerken die L unterwegs sind. Nach der Antwort der L erklärt die LK, dass sie über den Beruf „Social-Media-Manager“ sprechen. Die L sammeln Ideen, was ein Social-Media-Manager macht.

2. Die LK zeigt die Statistik C „Welche Social-Media-Kanäle nutzen Sie?“ ohne die linke Spalte (Facebook, Google+ etc.) und erklärt, dass die Grafik darstellt, welche sozialen Netzwerke für Firmen besonders interessant sind und genutzt werden. Die L raten, welche sozialen Netzwerke genannt werden und welche die ersten drei sozialen Netzwerke sind.

INFO: Social-Media & Co.

Die Internetsprache hat auch im Deutschen Einzug gehalten. Die meisten Wörter werden aus dem Englischen übernommen. Aber es gibt auch noch einige deutsche Wörter. Hier einige Beispiele:

Wörter aus dem Englischen		deutsche Wörter
e (Internet-)Seite, -n	r Shitstorm, -s	sich einloggen/ ausloggen
r Account, -s	r Tweet, -s	bloggen
r Chat, -s	r Retweet, -s	etwas googeln
e Community, -s	r User, -	hashtaggen
r Hashtag, -s	r Follower (engl.: tweep)	skypen
s Posting, -s	e Webseite, -n	surfen
		likern
		scrollen
		posten
		twittern
		s Netz, -e
		s Netzwerk, -e
		s Profil, -e
		e Plattform, -en
		s Forum, Foren
		herunterladen
		hochladen
		komentieren
		registrieren
		weiterleiten

zu A1 EA: Die LK verteilt die Arbeitsblätter und die L bearbeiten die Aufgabe.

Lösung: 3

zu A2: PA: Die L lösen die Aufgabe zu zweit.

Lösung: A5, B2, C1, D4, E3

zu A3:

Lösung: auf einer Facebook-Seite landen, liken, r User, r Social-Media-Manager, Facebook, Twitter, youtube, Tweet, e Plattform.

zu A4:

1. GA: Die LK teilt die Klasse in fünf Gruppen 1 bis 5 ein. Jede Gruppe liest einen Abschnitt (Gruppe 1 Abschnitt 1, Gruppe 2 Abschnitt 2 usw.) und denkt sich zwei Fragen aus, die die anderen Gruppen mithilfe des Textabschnittes beantworten können. Die Lösungen zu der Frage notieren die L auf der Rückseite.

mögliche Lösung:

zu A: Wo ist Laura an diesem Tag gelandet? Wie viele Menschen haben diese Facebook-Seite geliked?

zu B: Wer lenkt die User z.B. auf Facebook-Seiten von Unternehmen?

zu C: Was sind die Aufgaben von Social-Media-Managern? Ist ihre Arbeit erfolgreich?

zu D: Wie locken Social-Media-Manager die User in die Sozialen Netzwerke von Unternehmen? Warum investieren Unternehmen in Social-Media-Manager?

zu E: Was müssen Social-Media-Manager wissen? Was lernen sie im Job?

2. GA: Jede Gruppe gibt ihre Fragen an die nächste Gruppe weiter (Gruppe 1 an Gruppe 2, Gruppe 2 an Gruppe 3 usw.). Jede Gruppe liest noch einmal den betreffenden Textabschnitt und beantwortet die Fragen. Sie kontrollieren mit der Rückseite. Das Weitergeben der Fragen wird viermal durchgeführt, bis alle Gruppen alle Textabschnitte gelesen und alle Fragen beantwortet haben.

3. PL: Die Fragen und Lösungen werden in der Klasse besprochen. Die LK fragt die L, welche Aufgaben einfach, welche schwer waren und warum sie sie so empfunden haben.

Zur Vertiefung:

Die L können Text B mit dem entsprechenden Arbeitsblatt bearbeiten.

Links zum Berufsbild Social-Media-Manager:

www.social-media-manager.com/beruf.php

<http://socialmedia-institute.com/das-neue-berufsbild-social-media-manager/>

Text B: Social-Media-Manager (m/w)

Niveau:	B1-B2
Zeit:	ca. 1 UE
Materialien:	Kopien des Textes, Kopien des Arbeitsblatts (Seite 2)
Lernziele:	Die L <ul style="list-style-type: none"> • kennen die Aufgaben und Qualifikation eines Social-Media-Managers. • können eine Stellenanzeige verstehen.

Wichtige Wörter und Ausdrücke

r Kunde, -n	entwickeln	detailliert
e Automobilbranche (nur Sg.)	erreichen	auf dem neuesten
r Social-Media-Manager, -	präsentieren	Stand sein
r Aufgabenbereich, -e	im Dialog stehen mit (+ Dat)	ausgeprägt
s soziale Netzwerk	ein Image transportieren	spannend
s Netzwerk, -e	unterstützen	
s Unternehmensziel, -e	in Kontakt stehen mit (+ Dat)	mit Sitz in (+ Dat)
e Marke, -n	erkennen	ein Gefühl haben für
r User, -	Themen aufbereiten für (+ Akk)	(+Akk)
r Leiter, -	(perfekt) beherrschen	der richtige Ton im
e Unternehmens-	Texte formulieren	Netz
kommunikation (nur Sg.)	besitzen	abgeschlossenes
e Abteilung, -en	verfügen über (+ Akk)	Studium
e Qualifikation, -en	Interesse haben an (+ Dat)	vorzugsweise
e Community, -s		
e Fähigkeit, -en		
e Bewerbungsunterlagen (Pl.)		

zum Einstieg:

Sollten die L noch nicht das Arbeitsblatt zu Text A bearbeitet haben, stellt die LK folgende Fragen:

- Was ist ein Social-Media-Manager?
- Warum braucht man Leute in diesem Bereich?
- Was sollte man als Social-Media-Manager können?

zu B1a: PA: Die LK verteilt das Arbeitsblatt. Die L lösen die Aufgabe zu zweit.

zu B1b: PA/PL: Die LK verteilt die kopierte Stellenanzeige (Text B) und fragt die L nach der Textsorte. Dann lösen die L die Aufgabe und suchen die passende Umschreibung aus a, die zu den Angaben in der Stellenanzeigen passt. Vergleich im PL.

Lösung: Aufgaben (v. oben): 1 – 3 – 4 – 6; Qualifikation (v. oben): 1 – 7 – 2 – 3 – 5 – 6

zu B2:

Lösung: 1A, 2B, 3B, 4B, 5A, 6A

Vertiefung:

Vorstellungsgespräch:

1. GA/PL: Die LK erklärt das Wort „Bewerbungsgespräch“ (siehe auch Kalenderblatt April) und die L denken sich Fragen aus, die ein Unternehmen einem Social-Media-Manager-Bewerber stellen könnte. Im Plenum werden mögliche Antworten gesammelt.

2. GA/PL: Die L spielen in Gruppen oder im Plenum Vorstellungsgespräche.

Text D: Locationscout

Text E: Was muss ein Locationscout können?

Niveau:	A2-B1
Zeit:	ca. 2 UE
Materialien:	Kopien des Textes, Kopien der Arbeitsblätter (Seite 3 und 4)
Lernziele:	Die L <ul style="list-style-type: none"> • können eine Berufsbeschreibung verstehen. • kennen die Aufgaben eines „Locationscouts“. • können eine Wohnung beschreiben.

Wichtige Wörter und Ausdrücke

Text D

r Locationscout, -s	e Sammlung, -en	gefallen
r Ort, -e	r/e Bekannte, -n	bezahlen
e Werbung (hier nur Sg.)	e Wohnungstür, -en	verändern
e Fabrik, -en	r Besitzer, -	
s Drehbuch, -"-er	r Mietvertrag, -"-e	leer stehend
s Skript, -e	e Ausbildung, -en	passend
r Altbau, -ten	r Quereinsteiger, -	
s Hochhaus, -"-er		seit einigen Jahren
r Balkon, -e	(einen Film) drehen	rund (= circa)
r Holzfußboden, -"-	sich etwas überlegen	
r Ausblick, -e	sich etwas vorstellen	
r Regisseur, -e	klingeln	

Text E

r Locationscout, -s	sich etwas bildlich vorstellen	gut mit Menschen
e Vorstellungskraft (nur Sg.)	aussehen	umgehen können
s Drehbuch, -"-er	fotografieren	diskutieren
r Mietvertrag, -"-e	entscheiden	losfahren
	passen	zu einem Ergebnis
		führen

zum Einstieg:

PL: Die LK zeigt Bilder von der alten Zementfabrik in Rüdersdorf und sagt, dass das ein Drehort von einem bekannten Film ist. Die L raten, welcher Film das sein könnte.

<http://blog.opodo.de/drehorte-die-tribute-von-panem-mockingjay-2-berlin/>

zu D1: EA: Die LK verteilt die Arbeitsblätter. Die L lösen die Aufgabe. Sind keine Wörterbücher vorhanden, schreibt die LK die drei Wörter zur Auswahl an die Tafel.

Lösung: 1. Regisseur, 2. drehen, 3. Drehbuch

zu D2: EA/PA: Die LK verteilt den kopierten Text D. Die L lösen die Aufgabe allein und vergleichen zu zweit.

Lösung: B

zu D3:

1. PA: Die L lesen den Text noch einmal und lösen die Aufgabe.

Lösung: H - A - D - E - B - C - G - F

2. PA: Die L beschreiben in ihren eigenen Worten, welche Aufgaben der Locationscout in welcher Reihenfolge macht. Starke Schüler erzählen frei, schwächere nehmen die Aufgabe D3 zu Hilfe.

zu D4: EA: Die L können weitere Wörter zum Thema Wohnung ergänzen. Dann schreiben sie eine kurze Wohnungsbeschreibung.

Lösung: klein/groß, Altbau, Hochhaus, Balkon, Holzfußboden, Ausblick

zu D5: Die L können auch andere Filmgenres als die hier beschriebenen wählen.

zur Vertiefung:

Die L erarbeiten die Aufgaben E1-E2.

zu E1-E2:

Lösung zu E1:

1. entscheidet, 2. wichtig, 3. im Internet, 4. diskutieren, 5. Wohnungen, 6. Drehbuch, 7. Ort, 8. findet

Lösung zu E2: E2, 2A, 3C, 4E, 5B

Mehr Informationen zu interessanten Drehorten unter:

www.filmtourismus.de/die-tribute-von-panem

www.filmtourismus.de