

UNTERNEHMEN DEUTSCH

EIN PROJEKT DES GOETHE-INSTITUTS ZUR BERUFSORIENTIERUNG

Format: Nationaler und internationaler Ideenwettbewerb für Schulen und deren Partnerunternehmen

Aufgabe der Schüler/innen: Entwicklung einer Geschäftsidee mit zugehöriger Werbeaktion (Simulation)

Laufzeit des Projekts: Term 2: April – Juli 2019

Zielgruppe: Schüler/innen der Klasse 10 mit Deutschkenntnissen ab Niveaustufe A1 (abgeschlossen); Deutschlehrer/innen; deutsche Unternehmen mit Sitz in Neuseeland und neuseeländische Unternehmen mit Geschäftsbeziehungen nach Deutschland

Gewinn: 1. Preis: \$500 – 2. Preis: \$350 – 3. Preis: \$150

Zeitaufwand: Die Lehrkräfte sollten mit ihrer Klasse im Schnitt mindestens eine Unterrichtsstunde pro Woche für das Projekt verwenden. Einige Aufgaben können auch zu Hause und/oder online erledigt werden.

INHALT

Unternehmen Deutsch verknüpft den Fremdsprachenunterricht Deutsch mit dem Thema Wirtschaft. Es ist konzipiert für Schulen, die eine Brücke zur Arbeitswelt schlagen wollen oder ihre Kontakte zu Firmen in der Region ausbauen möchten. Das Projekt kombiniert Aspekte der beruflichen Orientierung mit einem motivierenden Ideenwettbewerb, der die Kreativität und den Erfindergeist der Jugendlichen anspricht. Zentrale Aufgabe der Schüler/innen ist es, für ein selbst gewähltes Unternehmen in der lokalen Umgebung ein innovatives Produkt oder eine innovative Dienstleistung zu entwickeln. Das neue Produkt/die neue Dienstleistung soll eine sinnvolle Erweiterung des Unternehmensangebots darstellen und markttauglich sein. Mit Blick auf potentielle deutschsprachige Kunden kreieren die Schüler für ihre Geschäftsidee eine Werbung (z.B. Videospot) und einen Werbeslogan auf Deutsch. Wesentlicher Bestandteil des Projekts ist der Besuch bei dem ausgewählten Partnerunternehmen. Dieser ermöglicht den Schülern einen realitätsnahen Einblick in die Arbeitswelt und liefert nützliche Informationen für das zu erstellende Firmenportrait wie auch hilfreiche Inputs für die Erfindung des neuen Produkts bzw. der neuen Dienstleistung.

Die überzeugendsten Ergebnisse werden gegen Ende des Jahres von einer Expertenjury im Rahmen einer Prämierungsfeier prämiert.

Die nationalen Gewinner werden dann mit Gewinnern aus Australien, Singapur, Thailand und Malaysia in den internationalen Wettbewerb gehen. Die hier zu gewinnenden Preise werden noch bekannt gegeben.

ZIELE

Das Projekt möchte Jugendliche an die Berufswelt heranzuführen, indem es wechselseitige Kooperationsbeziehungen zwischen Schulen und Unternehmen herstellt. Die Schüler/innen sollen beim Erlernen der deutschen Sprache motiviert und für den Mehrwert von Deutsch für ihre beruflichen Perspektiven sensibilisiert werden. Im Einzelnen will das Projekt:

- den Deutschunterricht konkret und realitätsnah gestalten und damit die Lernmotivation stärken
→ Verbesserung der Deutschkenntnisse
- den Mehrwert von Deutsch für die berufliche Laufbahn aufzeigen
→ Verbesserung der persönlichen Berufschancen und Zukunftsperspektiven
- Jugendliche bei ihrer beruflichen Orientierung und beim Übergang von der Schule in die Ausbildung unterstützen
→ Orientierungshilfe
- Einblicke in die Arbeitswelt und in berufliche, wirtschaftliche und soziale Zusammenhänge vermitteln
→ Analyse des Wirtschaftsraums, Unternehmensbesuch
- einen interdisziplinären und CLIL (Content and Language Integrated Learning) - orientierten Unterricht fördern, der Inhalte aus Betriebswirtschaft und Marketing in den Deutschunterricht integriert
→ mögliche Zusammenarbeit mit dem Wirtschaftslehrer
- Lernpartnerschaften zwischen Schulen und Unternehmen fördern
→ duales Lernen
- das didaktische Angebot von Schulen erhöhen
→ Sichtbarkeit der Schule in der Region
- das gesellschaftliche Image von Unternehmen fördern
→ soziale Verantwortung
- den Aufbau von qualifiziertem Nachwuchs durch die Unternehmen fördern
→ duale Ausbildung
- die Medienkompetenz von Lehrern und Schülern erhöhen
→ Arbeit mit medialen Formaten

HINWEISE ZUR DURCHFÜHRUNG

Für die Bearbeitung der Aufgaben stehen auf der Webseite des Goethe-Instituts Arbeitsmaterialien bereit. Das Projekt wird von der Lehrkraft eigenständig durchgeführt. Das Goethe-Institut Neuseeland steht der Lehrkraft beratend zur Verfügung und betreut den dem Projekt dazugehörigen Moodle-Raum, in welchem die Schülergruppen die Ergebnisse hochladen. Die Erledigung der Arbeitsaufträge ist nicht an feste Termine gebunden. Das Goethe-Institut gibt zur Orientierung dennoch zeitliche Empfehlungen, die sich in der Praxis bewährt haben. Der einzige feste Termin ist der **30. August**. Bis zu diesem Datum müssen alle Arbeiten beim Goethe-Institut Neuseeland eingereicht werden. Das Projekt beinhaltet drei obligatorische Arbeitsaufträge. Die Ergebnisse dieser Aufträge werden durch eine Jury bewertet und entscheiden über die Platzierung der Schülergruppen im Wettbewerb. Für die Erfüllung der Arbeitsaufträge können die Gruppen

unterschiedliche mediale Formate wählen, die selbst erstellt werden müssen (Text, Foto, PPT, Musik, Video, Broschüre, Plakat, ...). Verlinkungen auf externe Quellen sind nicht erwünscht. Materialien, die Urheberrechten unterliegen, dürfen nicht verwendet werden.

PROJEKTABLAUF

PHASE 1: APRIL - MAI UNSER WIRTSCHAFTSRAUM (MODUL 1)

Aufgabe ist es, die Region als Wirtschaftsraum zu erkunden und zu präsentieren. Die Schüler/innen untersuchen dazu in Gruppen ihr lokales Umfeld auf wichtige Wirtschaftszweige und beispielhafte Unternehmen hin und dokumentieren ihre Ergebnisse. Bei ihrer Recherche achten die Schüler/innen auf die Präsenz von deutschen Firmen und neuseeländischen Firmen mit Geschäftsbeziehungen nach Deutschland. Diese Fokussierung dient dazu, mögliche Partnerunternehmen für die Projektpartnerschaft zu identifizieren.

Text: 150-250 Wörter und

Illustration: Foto, Zeichnung, Collage, Poster, Video (max. 3 Min., mp4)

PHASE 2: MAI – JUNI UNSER PARTNERUNTERNEHMEN (MODUL 2)

Aufgabe dieser Phase ist es, ein Portrait eines Partnerunternehmens zu erstellen. Die Gruppen sollten sich dabei nicht alle mit dem gleichen Unternehmen beschäftigen, es sollten gerne mehrere Unternehmen aus einer vom Goethe-Institut Neuseeland zusammengestellten Liste ausgewählt werden. Vor dem Besuch des Partnerunternehmens recherchieren die Gruppen im Internet gezielt über ihr Unternehmen und bereiten einen Katalog mit Fragen vor, die sie ihren Gesprächspartnern während des Besuchs stellen. Schüler/innen mit nur einfachen Deutschkenntnissen können das Interview in der Muttersprache führen. Fortgeschrittenere Schüler/innen sollten das Interview, wenn möglich, auf Deutsch führen, sofern im Unternehmen ein deutschsprachiger Gesprächspartner zur Verfügung steht. Für den Fall, dass kein Besuch des Unternehmens zustande kommt, ist es auch denkbar, ein Telefoninterview bzw. E-Mail-Interview durchzuführen. Alle gesammelten Informationen dienen den Gruppen dazu, ein ihrem Sprachniveau angemessenes Bild von ihrem Unternehmen in deutscher Sprache zu erstellen.

Text: 150-250 Wörter und

Illustration: (Foto, Zeichnung, Collage, Poster, Video (max. 3 Min., mp4)

PHASE 3: JUNI – JULI UNSERE GESCHÄFTSIDEEN (MODUL 3)

Nachdem die Schüler/innen einen Einblick in ein Unternehmen gewinnen konnten, entwickeln sie im letzten Modul eine eigene Geschäftsidee. In ihren Gruppen erfinden sie ein Produkt oder eine Dienstleistung, das/die innovativen Charakter hat und dem Unternehmensprofil und seiner Angebotsstruktur entspricht. Das neue Produkt/die neue Dienstleistung soll realistisch und markttauglich sein, d.h. für das Partnerunternehmen umsetzbar und für dessen potentiellen Kundenkreis



interessant und nützlich. Anschließend widmen sich die Gruppen dem Marketing und der Vermarktung ihrer Idee. Sie finden einen aussagekräftigen Namen für das Produkt/die Dienstleistung und simulieren die Lancierung ihrer Idee mit Hilfe eines selbstgewählten Werbeformats und eines passenden Werbeslogans in deutscher Sprache. Wo möglich, kann eine eventuelle Zusammenarbeit mit der Marketingabteilung oder der Marketingagentur ihres Partnerunternehmens genutzt werden.

Text: 150-250 Wörter und

Illustration: Videospot (max. 3 Min., mp4) oder Radiospot (max. 30 Sek., mp3) oder Broschüre oder Werbeplakat. Auch eine Kombination ist möglich (z.B. Broschüre und Videospot). Zur Veranschaulichung können dem Text, der die Idee vorstellt und erklärt, max. 2 Abbildungen (Foto, Zeichnung) beigefügt werden.

SEPTEMBER/OKTOBER

ERMITTLUNG DER GEWINNER UND PRÄMIERUNGSFEIER

Eine Jury wählt die überzeugendsten Arbeiten des Ideenwettbewerbs aus. Die drei besten Lernpartnerschaften erhalten eine attraktive Erinnerungsplakette zum Verbleib in der Schule sowie Geldpreise. Alle teilnehmenden Schüler/innen erhalten bei Projektende ein persönliches Zertifikat.

Die nationalen Gewinner werden dann mit Gewinnern aus Australien, Singapur, Thailand, Malaysia in den internationalen Wettbewerb gehen. Die hier zu gewinnenden Preise werden noch bekannt gegeben.