

UNTERNEHMEN DEUTSCH

EIN KREATIVES SCHULPROJEKT ZUR BERUFSORIENTIERUNG

Format: Nationaler Ideenwettbewerb für Schulen und deren Partnerunternehmen

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

Laufzeit des Projekts: Term 2: April – Juli 2022 & Term 3 : Juli – Oktober 2022

Zielgruppe: Schüler*innen der Klasse 9 und 10 mit Deutschkenntnissen ab Niveaustufe A1 (abgeschlossen); Deutschlehrer*innen; deutschsprachige Unternehmen mit Sitz in Australien und australische Unternehmen mit Geschäftsbeziehungen in deutschsprachige Länder

Zeitaufwand: Die Lehrkräfte sollten mit ihrer Klasse im Schnitt mindestens eine Unterrichtsstunde pro Woche für das Projekt verwenden. Viele 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 in drei Modulen 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. Wesentlicher Bestandteil des Projekts ist ebenfalls der Besuch des gewählten Partnerunternehmens bzw. ein Interview mit diesem. Dies ermöglicht den Schüler*innen 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.

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
→ social responsibility
- den Aufbau von qualifiziertem Nachwuchs durch die Unternehmen fördern
→ duale Ausbildung
- die Medienkompetenz von Lehrkräften und Schüler*innen erhöhen → Arbeit mit medialen Formaten

HINWEISE ZUR DURCHFÜHRUNG

Das Projekt besteht aus drei Modulen und beinhaltet drei obligatorische Arbeitsaufträge. 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 Australien steht der Lehrkraft beratend zur Verfügung und betreut den dem Projekt dazugehörigen Moodle-Raum auf der Lernplattform des Goethe-Instituts, in welchem die Schülergruppen die Ergebnisse der Module 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 **17. Oktober 2022**. Bis zu diesem Datum müssen alle Ideen beim Goethe-Institut Australien eingereicht werden. 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, ...). Materialien, die Urheberrechten unterliegen, dürfen nicht verwendet werden.

PROJEKTABLAUF

PHASE 1: 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 australischen 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: UNSER PARTNERUNTERNEHMEN (MODUL 2)

Aufgabe dieser Phase ist es, ein Portrait eines Partnerunternehmens zu erstellen. Die Gruppen innerhalb einer Klasse können sich dabei mit dem gleichen Unternehmen beschäftigen oder aber verschiedene Unternehmen aus einer vom Goethe-Institut Australien zusammengestellten Liste auswählen. Vor dem Besuch des jeweiligen Partnerunternehmens recherchieren die Gruppen im Internet gezielt über ihr Unternehmen und bereiten Fragen vor, die sie ihren Gesprächspartnern während des Besuchs stellen. Schüler*innen mit nur einfachen Deutschkenntnissen können das Interview in der Muttersprache führen. Fortgeschrittene Schüler*innen sollten das Interview, wenn möglich, auf Deutsch führen, sofern im Unternehmen ein*e deutschsprachige*r Gesprächspartner*in zur Verfügung steht. Für den Fall, dass kein Besuch des Unternehmens zustande kommt, ist es auch denkbar, ein Telefon-, E-Mail- oder Skyp-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: UNSERE GESCHÄFTSIDE (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.

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, Abbildungen (Foto, Zeichnung) beigefügt werden.

EINSENDESCHLUSS 17. Oktober 2022

ERMITTLUNG DER GEWINNER

Anhand der Kriterien **Kreativität, Innovativität, allgemeine Anstrengung und Sprache** wählt eine Expertenjury die überzeugendsten Arbeiten des Ideenwettbewerbs aus. Die drei überzeugendsten Ideen erhalten Urkunden sowie Preise. Alle teilnehmenden Schüler*innen erhalten bei Projektende ein persönliches Zertifikat.