



UNTERNEHMEN DEUTSCH

EINE BRÜCKE ZWISCHEN WIRTSCHAFT
UND DEUTSCHUNTERRICHT

UNTERRICHTSMODULE UND DIDAKTISIERUNG



**GOETHE
INSTITUT**

Sprache. Kultur. Deutschland.

IMPRESSUM

© Goethe-Institut Paris 2014

Verantwortlich: Catharina Clemens

Redaktion: Eva Korb

Inhalte:

Catharina Clemens

Eva Korb

Stefanie Settele

Angelika Theis

Lektorat: Monika Kopyczinski, DAS LEKTORAT

Gestaltung: Matthias Schilling, d-signbureau

Produktion: Kristian Krach, Raum III

Druck: Kastner & Callwey Medien GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.
Das Werk und alle seine Teile sind urheberrechtlich geschützt.
Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen
bedarf der vorherigen Zustimmung des Goethe-Instituts.

Aus Gründen der Übersichtlichkeit und zur besseren Lesbarkeit
wird teilweise auf die Nennung der weiblichen Form verzichtet.
Gleichwohl beziehen sich die Angaben auf beide Geschlechter.

CATHARINA CLEMENS

EVA KORB

STEFANIE SETTELE

ANGELIKA THEIS

UNTERNEHMEN DEUTSCH

**EINE BRÜCKE ZWISCHEN WIRTSCHAFT
UND DEUTSCHUNTERRICHT**

UNTERRICHTSMODULE UND DIDAKTISIERUNG

DAS PROJEKT

UNTERNEHMEN DEUTSCH SCHLÄGT EINE BRÜCKE ZWISCHEN DEM THEMA WIRTSCHAFT UND DEM DEUTSCHUNTERRICHT UND VERDEUTLICHT DEN STELLENWERT DER DEUTSCHEN SPRACHE AUF DEM INTERNATIONALEN ARBEITSMARKT. ES BIETET DIE CHANCE, ERSTE EINBLICKE IN DIE ARBEITSWELT ZU ERHALTEN UND UNTERSTÜTZT SCHÜLERINNEN UND SCHÜLER DER OBERSTUFE IN DER PHASE DER ERSTEN BERUFLICHEN ORIENTIERUNG.

Aufgabe der Lernenden ist es, Firmenporträts von deutschen Unternehmen zu erstellen und ein passendes Produkt für diese Firmen zu entwickeln. In Projektgruppen recherchieren sie auf deutschsprachigen Websites im Internet und schreiben E-Mails an echte oder fiktive Ansprechpartner in Firmen. Sie sammeln und strukturieren Informationen und erstellen Präsentationen. Im Anschluss stellen sie „ihr“ Unternehmen in der Klasse vor.

In einem zweiten Schritt entwickeln sie in einer Art Simulationsspiel für dieses Unternehmen ein neues Produkt und entwerfen dafür eine Werbekampagne.

Die Schülerinnen und Schüler

- erfahren Wissenswertes über den Wirtschaftsstandort Deutschland.
- lernen, im Internet auf Deutsch zu recherchieren.
- lernen, das Gelernte kreativ umzusetzen.
- lernen, frei zu präsentieren – auf Deutsch.
- lernen, eine Bewerbung auf Deutsch zu verfassen.

Das Projekt richtet sich in erster Linie an deutschlernende Schülerinnen und Schüler weltweit, die bald ins Studien- und Berufsleben eintreten. Sie sollten über Deutschkenntnisse mindestens auf A2/B1-Niveau, besser jedoch B1-Niveau verfügen, da sie in der Lage sein sollten, auf deutschen Internetseiten zu recherchieren.

Entstanden ist „Unternehmen Deutsch“ zunächst im Rahmen der Initiative PASCH (Schulen: Partner der Zukunft) in Frankreich und Belgien; in Italien wurde gleichzeitig eine eigene Variante des Projekts entwickelt. Aufgrund der Resonanz wurde das Angebot schon bald auf Schulen außerhalb des PASCH-Netzwerks erweitert. Inzwischen ist „Unternehmen Deutsch“ Teil der Kampagne „Mit Deutsch in den Beruf“, die das Goethe-Institut in Südwesteuropa 2012 ins Leben gerufen hat.

Um Ideen und Inhalte von „Unternehmen Deutsch“ auch Schulen in anderen Ländern zugänglich zu machen, hat das Goethe-Institut Paris nun Unterrichtsmaterialien entwickelt, die Lehrkräften weltweit eine selbstständige Durchführung der Projektarbeit im Rahmen ihres Deutschunterrichts ermöglichen.

Folgende Unternehmen in Deutschland unterstützen „Unternehmen Deutsch“

Bayer Schering Pharma AG | Bertelsmann SE & Co. KGaA
EADS Deutschland GmbH | Ernst Klett AG | Faber-Castell AG
Haribo GmbH & Co. KG | Miele & Cie. KG | Robert Bosch GmbH
Volkswagen AG

Weitere Partner

Deutsch-Französische Industrie- und Handelskammer
Deutsch-Italienische Handelskammer



- Power tools
- Thermotechnology
- Elektrische Geräte
- Bosch Communication Center
- Security Systems

DIE MATERIALIEN

Mit der vorliegenden Publikation stehen die Arbeitsmaterialien zu „Unternehmen Deutsch“ ab sofort allen interessierten Lehrkräften weltweit zum eigenständigen Einsatz im Unterricht zur Verfügung.

Die Arbeitsmaterialien gliedern sich in sechs Module, die sich jeweils mit einer größeren Themeneinheit beschäftigen. Diese Module sind in sich nochmals in Kapitel gegliedert, die aus verschiedenen Arbeitsblättern und Lösungsblättern bestehen. Am Anfang eines jeden Moduls findet man eine Übersicht mit den jeweiligen Lernzielen sowie Kurzbeschreibungen der Aufgaben, Angaben der Fertigkeiten und Arbeitsformen sowie des ungefähr einzurechnenden Zeitaufwands. Fertigkeiten sind nur angegeben, wenn sie in einer Aufgabe gezielt geübt werden. Beispielsweise wird bei einem Lückentext die Fertigkeit „Schreiben“ nicht explizit angegeben, wohl aber bei dem Verfassen eines Kurztextes.

Der in der Übersicht angegebene Zeitaufwand ist nur als ungefähre Orientierung zu verstehen. Je nach Rahmenbedingungen kann ein Kapitel mehr oder weniger Zeit in Anspruch nehmen.

Zu jedem Modul gehört außerdem eine Lehrerhandreichung mit Erklärungen zu den einzelnen Kapiteln und Arbeitsblättern sowie zur Projektarbeit. Hier findet man methodisch-didaktische Hinweise für den Einsatz der Arbeitsblätter im Unterricht und gegebenenfalls notwendigen Vorbereitungen. Alle Materialien finden sich auch als druckfertige Dateien auf der beiliegenden CD-ROM.

Aufbau und Inhalt der Module und Kapitel sowie die methodisch-didaktischen Erläuterungen der Lehrerhandreichung folgen dem Ziel eines abwechslungsreichen und handlungsorientierten Unterrichts. Verschiedene Arbeitsformen wechseln einander ab, alle Fertigkeiten werden berücksichtigt.

Die sechs Module sind jeweils einem größeren Themenblock gewidmet:

Modul 1 - Wirtschaftsstandort Deutschland

Landeskundliche Informationen rund um Deutschland als Exportnation und zur deutschen Wirtschaftsgeschichte

Modul 2 - Die Arbeitswelt

Einführung in Aufbau und Struktur von Betrieben, Ausbildungssystem und Berufsprofile

Modul 3 - Porträt eines Unternehmens

Projektarbeit 1

Recherche, Erstellung und Präsentation eines Firmenporträts

Modul 4 - Werbung

Stationenlernen rund um das Thema Werbung

Modul 5 - Ein neues Produkt

Projektarbeit 2

Entwicklung eines Produktangebots für eine Firma

Modul 6 - Ein Praktikum in Deutschland

Bewerbungstraining und interkulturelle Vorbereitung für ein Praktikum in einem deutschen Unternehmen

Projektarbeit

Modul 3 und Modul 5 nehmen eine Sonderstellung ein, da es sich hier jeweils um Projektarbeit handelt. In Modul 3 geht es um die Firmenpräsentation, Modul 5 dreht sich um die Produktentwicklung.

Jedes Modul schließt mit einem Kapitel „Was weiß ich?“, in dem Inhalte und Wortschatz überprüft werden können. Prinzipiell können alle Module sowohl vollständig und in der vorgegebenen Reihenfolge als auch einzeln und voneinander unabhängig eingesetzt werden.

Ergänzung

Die beiliegende CD-ROM enthält alle Module sowie einige Zusatzmaterialien (Werbespots, Werbeplakate). Alle Arbeitsblätter sind als einzelne PDF-Dateien verfügbar.

Wir wünschen viel Freude und Erfolg
mit „Unternehmen Deutsch“!

Catharina Clemens und Eva Korb

Paris, im Januar 2014

In Frankreich und Italien bietet das Goethe-Institut „Unternehmen Deutsch“ seit Jahren als Schulprojekt an.

Frankreich

In Frankreich wird „Unternehmen Deutsch“ als Blended-Learning-Projekt durchgeführt. Dies ermöglicht den Schülergruppen, ihre Präsentationen als Wikis in Moodle-Arbeitsräumen zu entwickeln und zugleich wichtige Dokumente und Bilder allen zugänglich zu machen.

Der Schwerpunkt liegt auf der direkten Kooperation des Goethe-Instituts Paris mit Partnerunternehmen in Deutschland, die auf dem Weltmarkt präsent sind. Die Lernenden recherchieren in Arbeitsgruppen zu diesen Unternehmen. Während der Recherchephase können sich die Projektgruppen unmittelbar an „ihr“ Unternehmen wenden, um aus erster Hand Informationen über die Firma zu bekommen. Zudem besteht für Schülerinnen und Schüler aus Frankreich die Möglichkeit, sich für ein Mini-Praktikum in einem Unternehmen in Deutschland zu bewerben. Dieses Praktikum wird durch ein Stipendium des Goethe-Instituts Paris unterstützt.

Mehr Informationen zum Projekt „Unternehmen Deutsch“ in Frankreich finden Sie unter:

www.goethe.de/franckreich

www.goethe.de/unternehmendeutsch

Italien

In Italien wird „Unternehmen Deutsch“ im Format eines Ideenwettbewerbs durchgeführt. Schulklassen ermitteln ein deutsches oder italienisches Unternehmen in ihrer Region, das Wirtschaftsbeziehungen zu Deutschland unterhält.

Nach einem gemeinsamen Firmenbesuch präsentiert die Klasse das Partnerunternehmen auf dem Blog und entwickelt für dieses eine innovative Produkt- oder Dienstleistungsidee. Dabei spielen sowohl Kreativität als auch Markttauglichkeit eine wichtige Rolle. Anschließend bewerben die Schüler ihre Idee mit einem Werbeformat ihrer Wahl. Eine Jury ermittelt die besten Ergebnisse, die Gewinnerklassen werden im Rahmen einer Schulfeier prämiert. In Einzelfällen stellt das Unternehmen einen Prototyp der Produktidee her, was für die Schüler ein außergewöhnliches Erfolgserlebnis darstellt.

Mehr Informationen zum Projekt „Unternehmen Deutsch“ in Italien finden Sie auf der Website:

www.goethe.de/italien/deutschundberuf



INHALT

2	IMPRESSUM
4	DAS PROJEKT
6	DIE MATERIALIEN
8	INHALT
172	BILDNACHWEISE
175	CD-ROM

■ MODUL 1

WIRTSCHAFTSSTANDORT DEUTSCHLAND

13	ÜBERSICHT
15	DEUTSCHE PRODUKTE
15	AB 1.1 Wer produziert was?
16	AB 1.2 Typisch deutsch?
17	AB 1.2 Typisch deutsch? – Lösung
18	AB 1.3 Exportschlager
19	AB 1.3 Exportschlager – Lösung
20	SCHWERPUNKTREGIONEN
20	AB 1.4 Firmenstandorte
21	AB 1.4 Firmenstandorte – Lösung
22	AB 1.5 Entwicklung von Wirtschaftszentren
23	AB 1.5 Entwicklung von Wirtschaftszentren – Lösung
24	MADE IN GERMANY
24	AB 1.6 Vom Makel zum Markenzeichen
25	AB 1.7 Erfindungen und Erfinder
29	AB 1.8 Wie heißen diese Erfindungen?
30	AB 1.8 Wie heißen diese Erfindungen? – Lösung
31	BERÜHMTE UNTERNEHMERINNEN
31	AB 1.9 Wer ist wer?
32	AB 1.9 Wer ist wer? – Lösung
33	AB 1.10 Biografien
39	AB 1.10 Biografien – Lösung
42	WAS WEISS ICH?
42	AB 1.11 Quiz
43	AB 1.11 Quiz – Lösung
44	AB 1.12 Meine Wörter
45	W 1 Wortschatz
46	LEHRERHANDREICHUNG

■ MODUL 2

DIE ARBEITSWELT

53	ÜBERSICHT
54	IN DER FIRMA
54	AB 2.1 Die Abteilungen im Unternehmen
55	AB 2.2 Die Aufgaben der Abteilungen
56	AB 2.2 Die Aufgaben der Abteilungen – Lösung
57	BERUFE UND BERUFSBILDER
57	AB 2.3 Ausbildung und Studium
59	AB 2.3 Ausbildung und Studium – Lösung
60	AB 2.4 Mein Wunschberuf
62	AB 2.5 Was bin ich?
64	WAS WEISS ICH?
64	AB 2.6 Quiz
65	AB 2.6 Quiz – Lösung
66	AB 2.7 Meine Wörter
67	W 2 Wortschatz
68	LEHRERHANDREICHUNG

PROJEKTARBEIT 1

■ MODUL 3

PORTRÄT EINES UNTERNEHMENS

73	ÜBERSICHT
74	DIE RECHERCHE
74	AB 3.1 Rund um den Computer
75	AB 3.1 Rund um den Computer – Lösung
76	AB 3.2 Fragen an das Unternehmen
80	AB 3.3 Formulierung der Ergebnisse
82	AB 3.4 Eine E-Mail an das Unternehmen
84	AB 3.4 Eine E-Mail an das Unternehmen – Lösung
85	DIE PRÄSENTATION
85	AB 3.5 Regeln für einen guten Vortrag
87	AB 3.5 Regeln für einen guten Vortrag – Lösung
88	AB 3.6 Checkliste
89	AB 3.7 Redemittel
90	AB 3.8 Auswertung
92	WAS WEISS ICH?
92	AB 3.9 Quiz
93	AB 3.9 Quiz – Lösung
94	AB 3.10 Meine Wörter
95	W 3 Wortschatz
96	LEHRERHANDREICHUNG

■ MODUL 4 WERBUNG

103 ÜBERSICHT

104 WERBUNG AN STATIONEN

- 104 AB 4.1 Ein typischer Werbespot
- 105 AB 4.1 Ein typischer Werbespot – Lösung
- 106 AB 4.2 Gute Werbung, schlechte Werbung
- 108 AB 4.2 Gute Werbung, schlechte Werbung – Lösung
- 110 AB 4.3 Werbung einmal anders
- 112 AB 4.3 Werbung einmal anders – Lösung
- 113 AB 4.4 Werbefilm

114 WAS WEISS ICH?

- 114 AB 4.5 Quiz
- 115 AB 4.5 Quiz – Lösung
- 116 AB 4.6 Meine Wörter
- 117 W 4 Wortschatz

118 LEHRERHANDREICHUNG

PROJEKTARBEIT 2

■ MODUL 5 EIN NEUES PRODUKT

123 ÜBERSICHT

124 DIE IDEE

- 124 AB 5.1 Produkt und Dienstleistung
- 125 AB 5.1 Produkt und Dienstleistung – Lösung
- 126 AB 5.2 Eine tolle Erfindung!
- 128 AB 5.3 Eine Innovation für den Markt
- 129 AB 5.4 Beschreibung des Produktes

130 DIE PRÄSENTATION

- 130 AB 5.5 Ein Werbeslogan für das neue Produkt
- 131 AB 5.6 Dreh eines Werbespots
- 132 AB 5.7 Auswertung

134 WAS WEISS ICH?

- 134 AB 5.8 Quiz
- 135 AB 5.8 Quiz – Lösung
- 136 AB 5.9 Meine Wörter
- 137 W 5 Wortschatz

138 LEHRERHANDREICHUNG

■ MODUL 6 EIN PRAKTIKUM IN DEUTSCHLAND

143 ÜBERSICHT

145 DIE BEWERBUNG

- 145 AB 6.1 Der Lebenslauf (1)
- 147 AB 6.1 Der Lebenslauf (1) – Lösung
- 148 AB 6.2 Der Lebenslauf (2)
- 149 AB 6.2 Der Lebenslauf (2) – Lösung
- 150 AB 6.3 Das Anschreiben (1)
- 151 AB 6.3 Das Anschreiben (1) – Lösung
- 152 AB 6.4 Das Anschreiben (2)
- 154 AB 6.4 Das Anschreiben (2) – Lösung
- 155 AB 6.5 Das Anschreiben (3)

156 ANDERE LÄNDER, ANDERE SITTEN

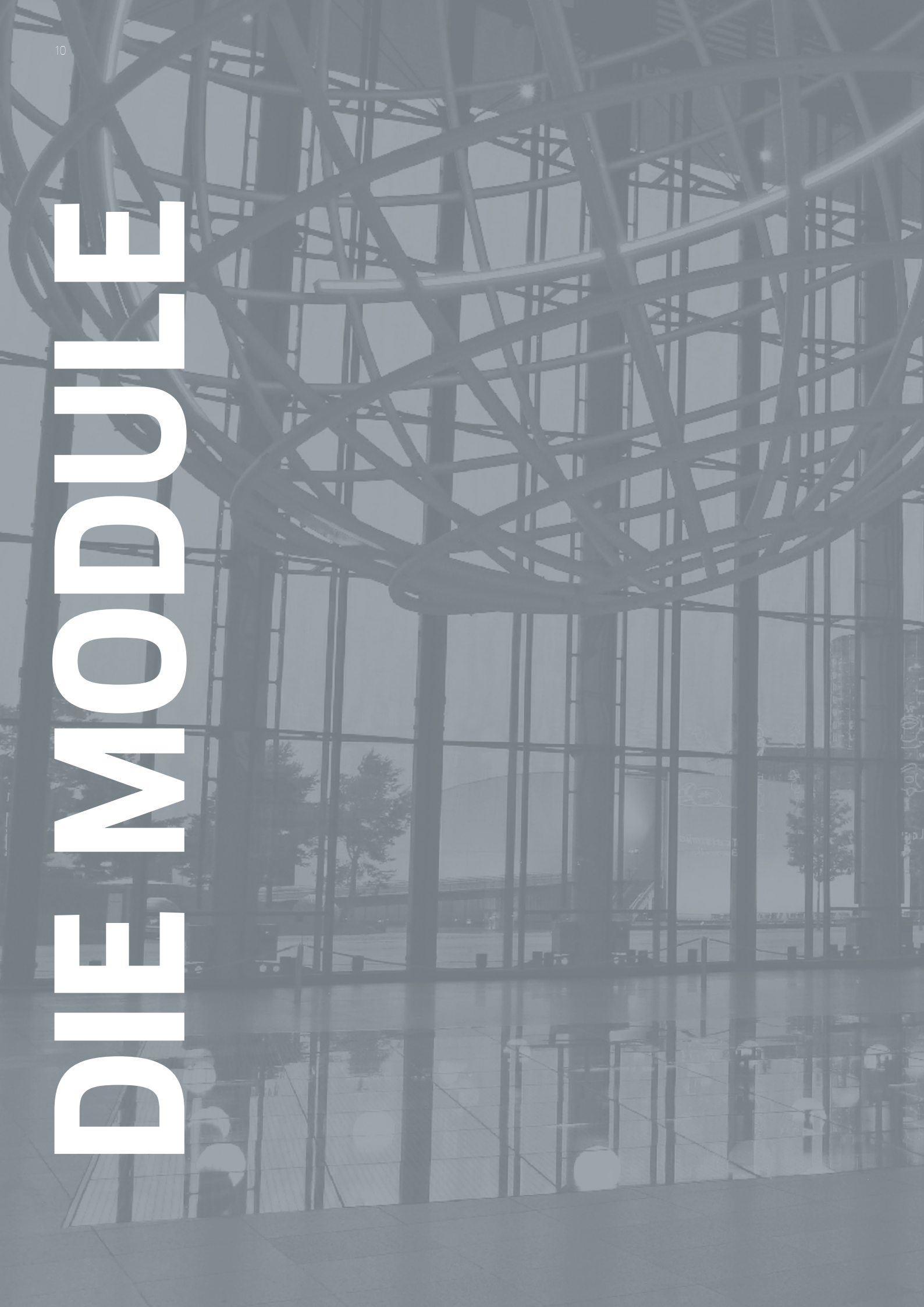
- 156 AB 6.6 Deutschland und die Deutschen
- 157 AB 6.7 Sichtwechsel
- 158 AB 6.7 Sichtwechsel – Lösung
- 159 AB 6.8 Stereotype
- 160 AB 6.9 Kulturelle Werte

162 WAS WEISS ICH?

- 162 AB 6.10 Quiz
- 163 AB 6.10 Quiz – Lösung
- 164 AB 6.11 Meine Wörter
- 165 W 6 Wortschatz

166 LEHRERHANDREICHUNG

DIE MODULE





Materialien

- Computer
- CD-ROM



Arbeitsformen

- Einzelarbeit
- Partnerarbeit
- Gruppenarbeit
- Plenum



Fertigkeiten

- Lesen
- Sprechen
- Schreiben
- Hören



MODUL 1

WIRTSCHAFTSSTANDORT DEUTSCHLAND

ÜBERSICHT

Die Schülerinnen und Schüler

- erhalten einen Überblick über Strukturen, Topografie und Zusammenhänge der deutschen Wirtschaft.
- lernen, Produkte und Unternehmen einzelnen Branchen zuzuordnen.
- lernen verschiedene deutsche Erfindungen kennen und können sie beschreiben.
- lernen Persönlichkeiten der deutschen Wirtschaftsgeschichte kennen.

Kapitel	Arbeitsblatt	Inhalt / Aufgabe	Zeit	Fertigkeiten	Arbeitsform
DEUTSCHE PRODUKTE	AB 1.1 Wer produziert was?	Vorwissen aktivieren	0,5 UE		
	AB 1.2 Typisch deutsch?	Bekannte Produkte einem Land zuordnen			
	AB 1.3 Exportschlager	Hauptexportbranchen herausfinden			
SCHWERPUNKT-REGIONEN	AB 1.4 Firmenstandorte	Unternehmensstandorte einzeichnen	0,5 UE		
	AB 1.5 Entwicklung von Wirtschaftszentren	Karteninterpretation und Lesetext			
MADE IN GERMANY	AB 1.6 Vom Makel zum Markenzeichen	Lesen und mündliche Wiedergabe von Texten zum historischen Hintergrund des Begriffs „Made in Germany“	1 UE		
	AB 1.7 Erfindungen und Erfinder	Landeskundliche Informationen und Sprechübung zum Thema			
	AB 1.8 Wie heißen diese Erfindungen?	Wissenssicherung			
BERÜHMTE UNTERNEHMERINNEN	AB 1.9 Wer ist wer?	Landeskundliches Zuordnungsspiel	1-2 UE		
	AB 1.10 Biografien	Textbausteine zusammenfügen und präsentieren			
WAS WEISS ICH?	AB 1.11 Quiz	Spielerischer Abschluss des Moduls	20 Minuten		
	AB 1.12 Meine Wörter	Wortschatzarbeit			
	W 1 Wortschatz				
Gesamtdauer	ca. 4-5 Unterrichtseinheiten				

Erklärung:

Eine Unterrichtseinheit entspricht etwa 45 Minuten. Alle angegebenen Zeiten sind ungefähre Angaben, die je nach Land, Gruppenstärke, Sprachniveau und Vorwissen variieren können. Manche Aufgaben können auch zu Hause erarbeitet werden. Je nachdem, ob alle Arbeitsblätter eingesetzt werden, verlängert oder reduziert sich die angegebene Unterrichtszeit. Fertigkeiten werden nur angegeben, wenn sie in der Übung gezielt trainiert werden.



DEUTSCHE PRODUKTE TYPISCH DEUTSCH?

Nicht alle Produkte, die man für typisch deutsch hält, stammen aus einem deutschen Unternehmen.
Woher stammen die Beispiele in der Tabelle? Aus Deutschland oder aus einem anderen Land?

Schreibt eure Vermutung in die Kästchen.

DEUTSCHE PRODUKTE TYPISCH DEUTSCH? – LÖSUNG

Nicht alle Produkte, die man für typisch deutsch hält, stammen aus einem deutschen Unternehmen. Woher stammen die Beispiele in der Tabelle? Aus Deutschland oder aus einem anderen Land?

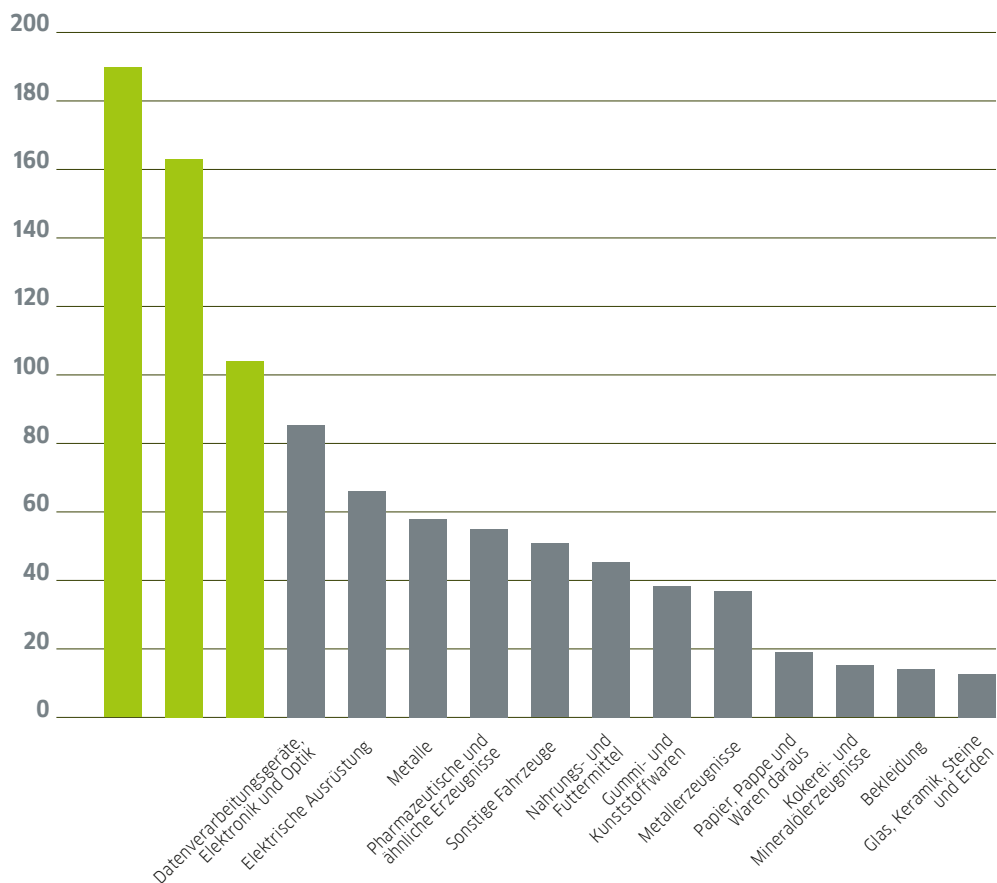
Schreibt eure Vermutung in die Kästchen.

	<p>Audi ist ein deutsches Unternehmen in Ingolstadt und gehört heute zur Volkswagengruppe (Wolfsburg). Gründer des Unternehmens war August Horch. „Horch!“ heißt so viel wie „Hör zu!“ – auf Lateinisch „Audi“.</p>
	<p>Kinderschokolade gehört zum italienischen Unternehmen Ferrero. Allerdings wurde sie in der deutschen Niederlassung von Ferrero in Frankfurt am Main entwickelt.</p>
	<p>Heinz-Tomatenketchup kommt aus den USA. Der Gründer des Unternehmens, Henry John Heinz, war deutscher Herkunft. Ein Drittel der US-Amerikaner hat deutsche Vorfahren, wie man an den deutschen Nachnamen erkennen kann.</p>
	<p>Adidas ist ein deutsches Unternehmen. Die Brüder Adolf und Rudolf Dassler stellten beide mit großem Erfolg Sportschuhe her – zuerst gemeinsam, später in getrennten Unternehmen. Adi Dassler nannte seine Firma „Adidas“, sein Bruder nannte sein Unternehmen „Puma“.</p>
	<p>Nivea gehört zu Beiersdorf in Hamburg und ist eine deutsche Marke. Nivea-Creme gibt es schon seit über hundert Jahren; der Name bedeutet „die Schneeweiße“.</p>
	<p>Maggi wird von Nestlé hergestellt und kommt aus der Schweiz. Es wurde im 19. Jahrhundert von dem Schweizer Julius Maggi entwickelt. Der typische Geschmack entsteht durch das Gartenkraut Liebstöckl, das man heute auch Maggi-Kraut nennt.</p>

DEUTSCHE PRODUKTE EXPORTSCHLAGER

Deutschland wird oft eine Exportnation genannt. Eine Zeitlang galt Deutschland sogar als „Exportweltmeister“, bevor es darin von China überholt wurde. Doch nach wie vor ist die deutsche Wirtschaft sehr am Export orientiert.

Was denkt ihr: Welche Produkte aus Deutschland sind besonders beliebt im Ausland und werden am meisten exportiert? Ihr kennt bereits wichtige Branchen. Welche sind die drei führenden Exportbranchen der deutschen Wirtschaft?



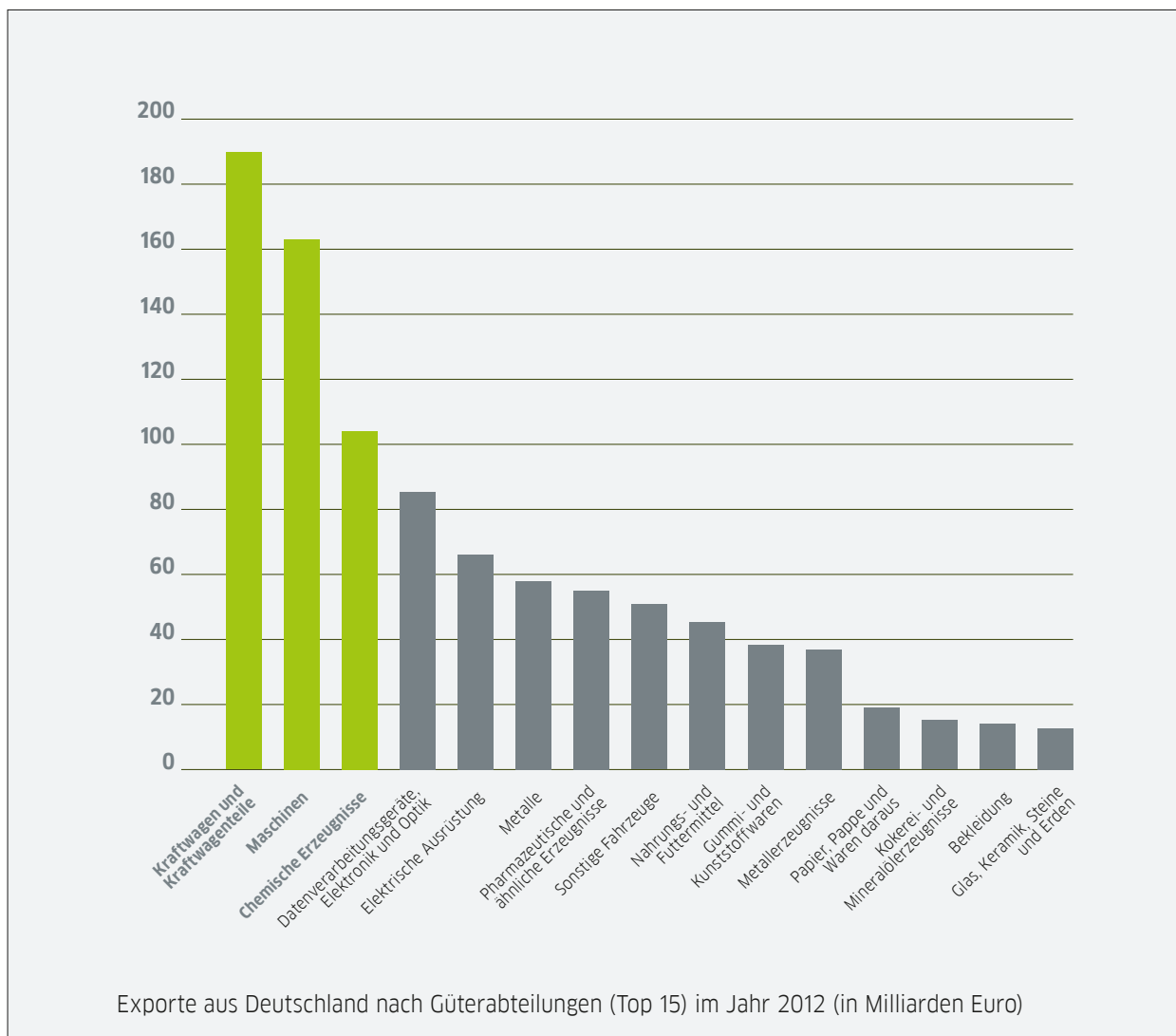
Exporte aus Deutschland nach Güterabteilungen (Top 15) im Jahr 2012 (in Milliarden Euro)

Quelle: Statistisches Bundesamt

DEUTSCHE PRODUKTE EXPORTSCHLAGER – LÖSUNG

Deutschland wird oft eine Exportnation genannt. Eine Zeitlang galt Deutschland sogar als „Exportweltmeister“, bevor es darin von China überholt wurde. Doch nach wie vor ist die deutsche Wirtschaft sehr am Export orientiert.

Was denkt ihr: Welche Produkte aus Deutschland sind besonders beliebt im Ausland und werden am meisten exportiert? Ihr kennt bereits wichtige Branchen. Welche sind die drei führenden Exportbranchen der deutschen Wirtschaft?








Quelle: Statistisches Bundesamt

SCHWERPUNKTREGIONEN FIRMENSTANDORTE

In der Tabelle findet ihr die Logos und die Firmensitze einiger Unternehmen.

Zeichnet die Unternehmen in die Deutschlandkarte ein.

Unternehmen Firmensitze
 Leverkusen
BERTELSMANN Gütersloh
 BOSCH <small>Technik fürs Leben</small> Stuttgart
EADS München
 Stein bei Nürnberg
HARIBO Bonn
 Stuttgart
Miele Gütersloh
 Wolfsburg



SCHWERPUNKTREGIONEN FIRMENSTANDORTE – LÖSUNG

In der Tabelle findet ihr die Logos und die Firmensitze einiger Unternehmen.

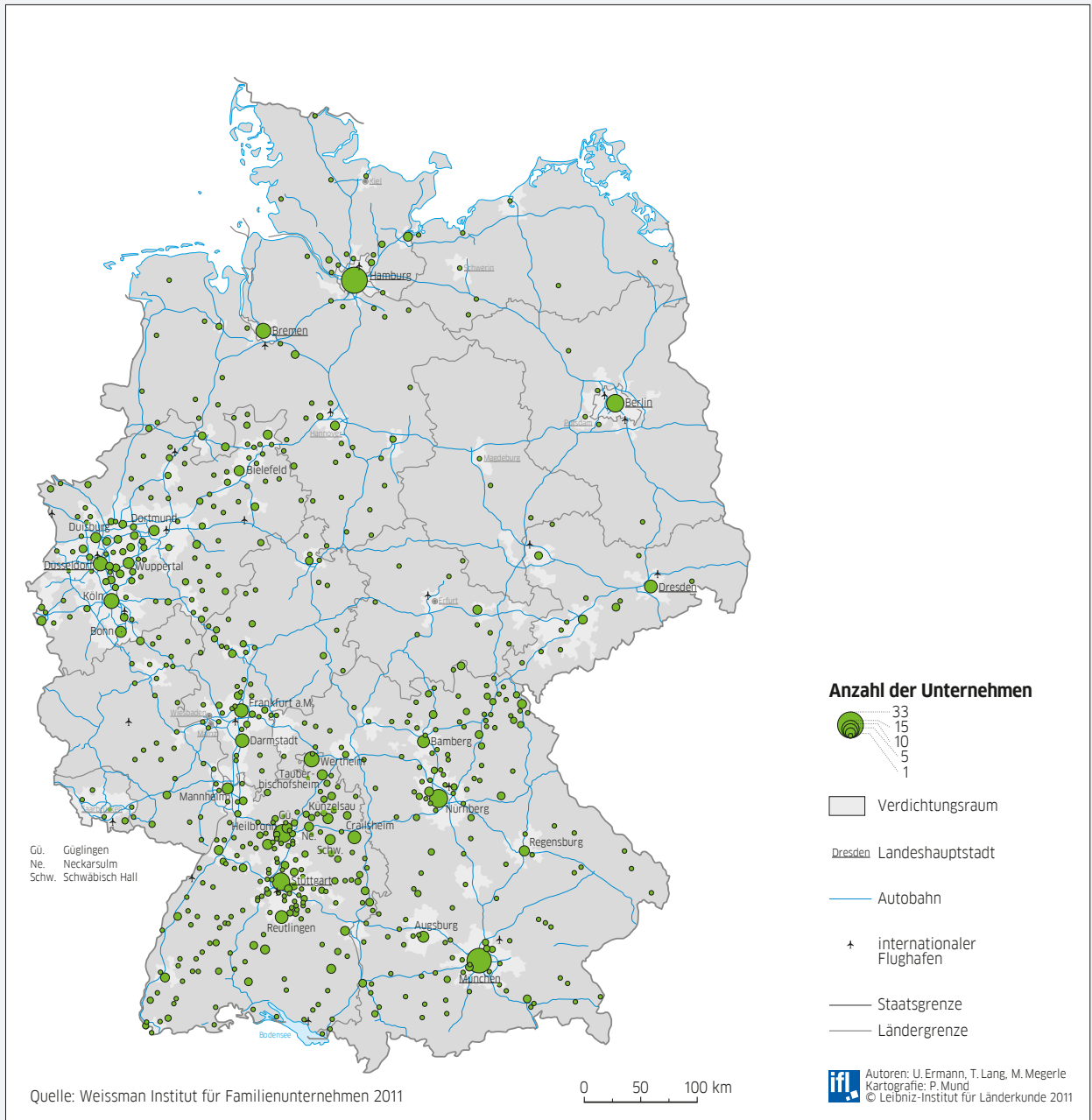
Zeichnet die Unternehmen in die Deutschlandkarte ein.



SCHWERPUNKTREGIONEN ENTWICKLUNG VON WIRTSCHAFTSZENTREN

Auf der Karte seht ihr, wie sich die Unternehmen in Deutschland regional verteilen.

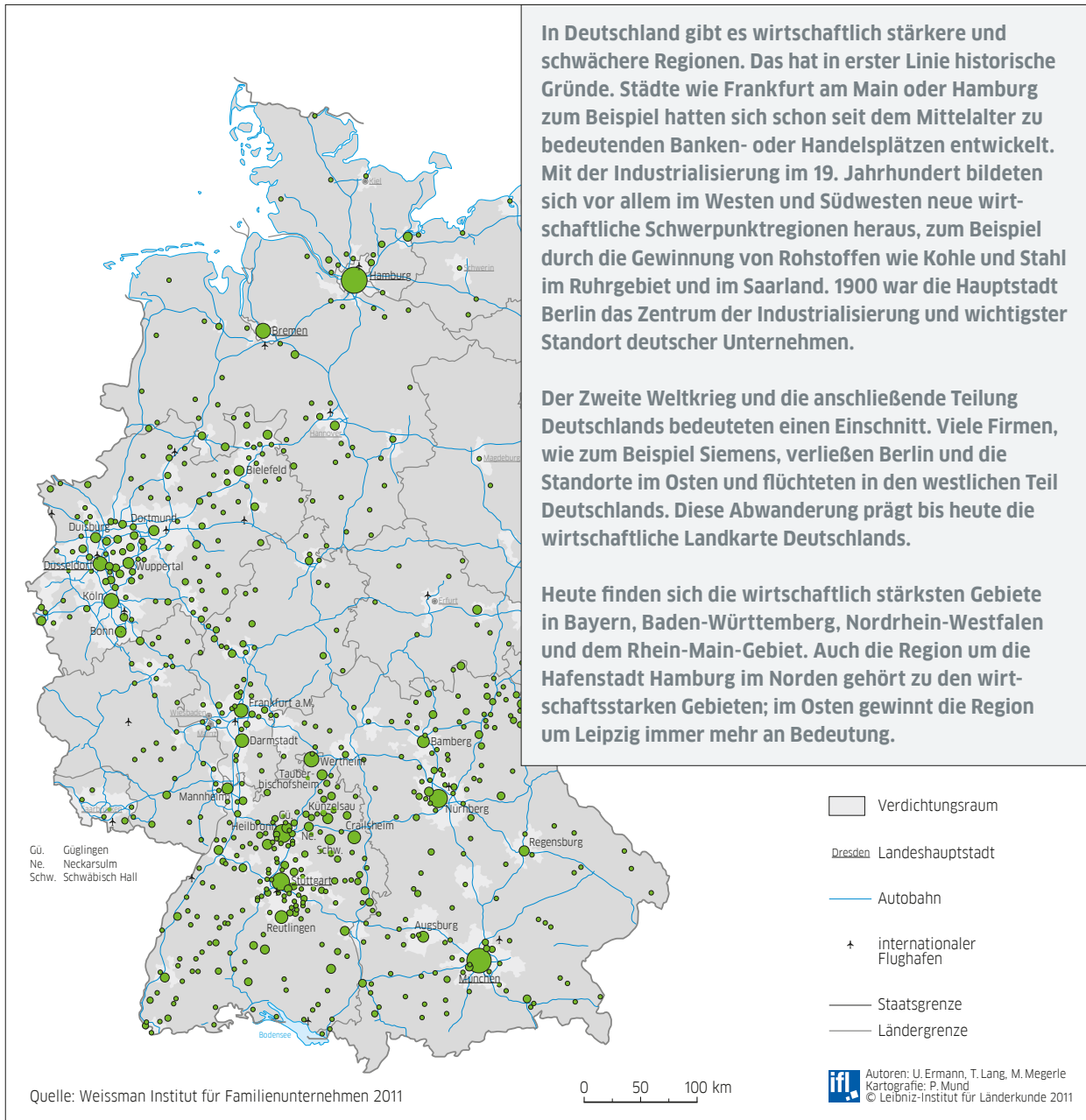
**Wo befinden sich viele Unternehmen?
 Wo eher wenige?
 Habt ihr eine Idee, woran das liegt?**



SCHWERPUNKTREGIONEN ENTWICKLUNG VON WIRTSCHAFTSZENTREN – LÖSUNG

Auf der Karte seht ihr, wie sich die Unternehmen in Deutschland regional verteilen.

- Wo befinden sich viele Unternehmen?**
- Wo eher wenige?**
- Habt ihr eine Idee, woran das liegt?**



MADE IN GERMANY VOM MAKEL ZUM MARKENZEICHEN

Arbeitet mit einem Partner oder einer Partnerin zusammen. Jeder liest einen der Texte.
Anschließend berichtet ihr euch gegenseitig, was in euren Texten steht.

1. TEIL

Das Zeichen „Made in Germany“ war nicht immer ein Zeichen für Qualität. „Made in Germany“ wurde Ende des 19. Jahrhunderts das erste Mal im Ausland benutzt: in England. Warum? Die Engländer hatten Angst vor billiger Importware, zum Beispiel aus Deutschland. England war im 19. Jahrhundert die wichtigste Industrienation. Das Land war sehr produktiv. Zahlreiche technische Neuheiten kamen aus England. Viele Produkte wurden jedoch kopiert. Auf dem internationalen Markt gab es viele Duplikate der englischen Produkte, auch aus Deutschland. Deutsche Produkte galten jedoch als „billig und schlecht“. Sie waren für die Engländer aber trotzdem eine starke Konkurrenz. Die deutschen Produkte konnte man nicht sofort von den englischen unterscheiden. Da mussten sich die Engländer etwas einfallen lassen.



2. TEIL

Die Engländer hatten eine Idee. Sie mussten sich vor den billigen und schlechten Kopien aus Deutschland schützen. Also kennzeichneten sie die Ware aus Deutschland mit dem Etikett „Made in Germany“. Jetzt konnte jeder sofort sehen, ob es ein englisches Originalprodukt war oder eine deutsche Kopie. Aber die Qualität der deutschen Produkte blieb nicht schlecht, sie wurde mit der Zeit immer besser. Deutschland produzierte immer mehr eigene Waren. In wenigen Jahren wurde Deutschland zu einer der wichtigsten Industrienationen. Das Etikett „Made in Germany“ bekam eine neue Bedeutung, es stand nicht länger für schlechte Qualität. Im Gegenteil, es wurde eine Garantie für eine besonders hohe Qualität und eine gute Verarbeitung. Um 1900 war „Made in Germany“ kein Makel mehr, sondern wurde zum Markenzeichen. Seitdem ist „Made in Germany“ ein weltbekanntes Symbol für Qualität und noch heute ein beliebtes Marketing-Instrument.



MADE IN GERMANY ERFINDUNGEN UND ERFINDER



Der Airbag – 1951 meldet der Münchener Erfinder Walter Linderer den Airbag beim Deutschen Patentamt an. Bei einem Unfall öffnet sich der Airbag innerhalb von ca. 20 Millisekunden. Er schützt die Insassen von Kraftfahrzeugen oder Flugzeugen vor schweren Verletzungen und gehört mittlerweile zum Standard eines jeden Autos.



Der Zeppelin – Graf Ferdinand von Zeppelin ist Ingenieur und Offizier. Er widmet sein ganzes Leben der Konstruktion von Luftschiffen, die man später „Zeppeline“ nennt. 1898 erhält er für den Zeppelin das Patent. Der Zeppelin ist ein Luftfahrzeug, das von einem mit Gas gefüllten Körper getragen und mit einem Propeller angetrieben wird. Der erste Zeppelin fliegt 1900 über den Bodensee.



Das Automobil – Im Jahr 1886 macht Karl Benz die Menschheit mit einem „motorbetriebenen Dreirad“ mobil. Das ist der Vorläufer des heutigen Autos. Aber die Deutschen sind von der neuen Erfindung zunächst wenig begeistert: Zu laut, zu schnell, zu gefährlich, lautet das allgemeine Urteil. Heute sieht das etwas anders aus.



Der Buchdruck – Johannes Gutenberg aus Mainz erfindet 1450 die erste Druckerpresse mit beweglichen Lettern. Diese Erfindung revolutioniert die Gesellschaft. Sie schafft die Voraussetzung dafür, dass Wissen und Neuigkeiten, Literatur und Poesie verbreitet werden können und nicht mehr ein Privileg für eine kleine Gruppe, sondern für die gesamte Gesellschaft zugänglich sind.

MADE IN GERMANY ERFINDUNGEN UND ERFINDER



Die Pille – Der Pharmakonzern Schering sorgt 1961 für eine Sensation. Er entwickelt eine Pille, die imstande ist, eine Schwangerschaft zu verhindern. Diese sogenannte „Anti-Baby-Pille“ wird ein wichtiges Instrument der Frauenbewegung und ein Meilenstein für die Emanzipation der Frau. Von nun an können Frauen selbst bestimmen, ob sie ein Kind bekommen oder nicht.



Der Dübel – Hauptsache, es hält! 1958 entwickelt Artur Fischer den Dübel. Die eingedrehte Schraube spreizt ihn auf und die „Dübel-schwänzchen“ verankern den Dübel fest in der Wand. So kann man jedes Regal problemlos an einer Wand fixieren.



Das MP3-Format – Wissenschaftlern des deutschen Fraunhofer-Instituts gelingt es 1987 erstmals, Audiodateien in das MP3-Format umzuwandeln. Mithilfe des MP3-Formats lässt sich eine komplette Musiksammlung bequem mit in den Urlaub nehmen. Weil alle Frequenzen, die das menschliche Ohr nicht wahrnehmen kann, entfernt werden, ist das MP3-Format nur ein Zwölftel so groß wie die Originaldatei.



Die Straßenbahn – In der Ortschaft Groß-Lichterfelde (Berlin) setzt Werner von Siemens 1881 die weltgrößte elektrische Straßenbahn in Betrieb. Eine Fahrt auf der über einen Kilometer langen Strecke kostet damals mehr als einen durchschnittlichen Stundenlohn. Eine Zeitlang ist die Straßenbahn nur unter dem Namen „die Elektrische“ bekannt.

MADE IN GERMANY ERFINDUNGEN UND ERFINDER



Der Computerchip – Jürgen Dethloff und Helmut Göttrup erfinden die Chipkarte im Jahr 1969 und melden sie 1977 zum Patent an. Die Chipkarte speichert Daten in einem Mikroprozessor. Unser Alltag ist ohne Chipkarten unvorstellbar geworden. Es gibt Telefonkarten, Kreditkarten, Krankenkassenkarten und viele andere mehr.



Die Kontaktlinse – Die ersten Kontaktlinsen werden 1887 von Adolf Eugen Fick entwickelt. Die ersten Linsen probiert er an Tieren aus. Sie sind sehr dick und schwer. Erst später stellt er sie auch für Menschen her. Heute sind sie extrem dünn und sehr leicht. Man spürt sie kaum noch.



Der Hubschrauber – Der deutsche Ingenieur Heinrich Focke beginnt mit seiner Arbeit am Hubschrauber in den 1930ern. Er baut 1932 das maßstabgetreue Modell eines Hubschraubers. Vier Jahre vergehen, bis er 1936 seinen ersten steuerbaren Hubschrauber in Berlin vorstellen kann. Das Besondere an einem Hubschrauber: Er kann im Gegensatz zum Flugzeug senkrecht starten und landen.



Der Computer – Konrad Zuse baut 1941 den ersten vollautomatischen und programmierbaren Computer der Welt. Das erste Gerät ist so groß wie ein ganzes Zimmer. Seitdem sind die Modelle immer kleiner geworden. Das „mechanische Gehirn“, wie Zuse es nennt, nimmt uns viele Aufgaben ab. Ein Leben ohne Computer ist heute kaum noch vorstellbar.

MADE IN GERMANY ERFINDUNGEN UND ERFINDER



Das Telefon – Alexander Graham Bell ist allgemein als der Erfinder des Telefons bekannt. Es ist jedoch Philip Reis, ein junger Physiklehrer aus Deutschland, der 1860 das erste funktionierende Gerät unter dem Namen „Das Phone“ entwickelt. Leider ist Reis' Telefon nicht praktisch genug, um zu einem geschäftlichen Erfolg zu werden. Es kann zwar Geräusche senden, Worte sind jedoch schwierig zu verstehen.



Die Zahnpasta – Bahnbrecher für die Zahnhygiene ist Ottomar von Mayenburg. Er führt 1907 Experimente mit Zahnpulver, Mundspülung und ätherischen Ölen durch. Was dabei entsteht ist eine Zahnpasta namens „Chlorodont“. Mit ein bisschen Pfefferminze für den guten Geschmack füllt er die Pasta direkt in flexible Metalltuben. Und seitdem heißt es: „Morgens, abends, nach dem Essen, Zähneputzen nicht vergessen!“



Die Röntgenstrahlen – Die Röntgenstrahlen werden 1895 von Wilhelm Konrad von Röntgen entdeckt. Röntgen ist ein deutscher Physiker, der diese neue Form von Strahlen für das Fotografieren von Gegenständen hinter lichtdurchlässigen Flächen verwendet. Er fotografiert sogar sein eigenes Skelett. Röntgenstrahlen werden seitdem weltweit in der Medizin eingesetzt.

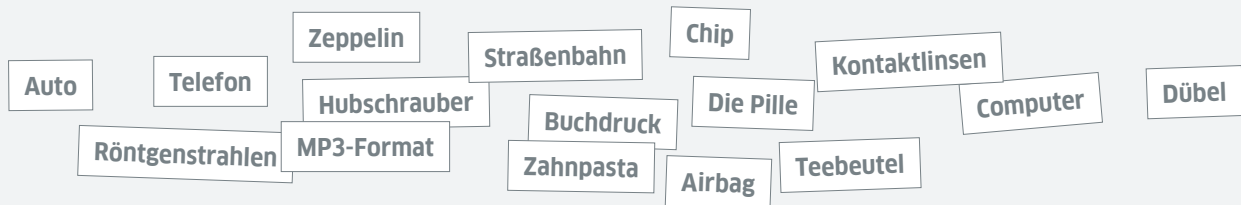


Der Teebeutel – Der Tee schmeckt eklig und nach Klebstoff. Der junge Ingenieur Adolf Rambold möchte diesen schlechten Nachgeschmack beseitigen. Seit 1926 überzeugt das Zweikammersystem auch empfindlichste Teetrinker. Der praktische Beutel macht Furore: 220 Milliarden Stück pro Jahr werden heute weltweit gekauft.

MADE IN GERMANY

WIE HEISSEN DIESE ERFINDUNGEN?

Ordne die Erfindungen in den Kästchen den richtigen Fragen zu.



1. Was öffnet sich bei einem Unfall innerhalb von ca. 20 Millisekunden?	
2. Ein anderes Wort für Luftschiff?	
3. Was fanden die Deutschen zuerst „zu laut, zu schnell und zu gefährlich“?	
4. Womit konnte man Geschriebenes in einer hohen Auflage herstellen?	
5. Was ist in einer Bankkarte?	
6. Womit kann man auch ohne Brille gut sehen?	
7. Was kann senkrecht starten und landen?	
8. Womit passt deine ganze Musiksammlung in ein mobiles Gerät?	
9. Was fährt auf Schienen?	
10. Womit konnte man zunächst nur Geräusche übertragen?	
11. Was schmeckt manchmal nach Pfefferminz?	
12. Womit kann man zum Beispiel einen Armbruch sehen?	
13. Womit kann man ein Regal an der Wand befestigen?	
14. Welche praktische Erfindung erleichtert die Zubereitung eines beliebten Getränks?	
15. Eine Frau, die kein Kind möchte, nimmt ...?	
16. I000I0I000IIII?	

BERÜHMTE UNTERNEHMERINNEN WER IST WER?

Nicht alle bedeutenden Unternehmen wurden von Männern geführt. Auch Frauen haben Unternehmensgeschichte geschrieben.

In der Tabelle findet ihr Hinweise zu berühmten deutschen Unternehmerinnen. Ordnet die Karten mit den fehlenden Informationen an die richtige Stelle.

<p>Name</p> <p>Anna Maria Sacher</p>				<p>Beschreibung der Person</p> <p>Grande Dame der Hotellerie aus Wien</p>
	<p>Lebensdaten</p> <p>1943</p>			<p>Die deutsche Mode-Queen</p>
		<p>Porträtfoto</p> 		<p>Die Königin des Spielzeugs</p>
	<p>1883 - 1968</p>			<p>Die Puppenmutter der Nation</p>
<p>Melitta Bentz</p>				<p>Die praktische Hausfrau</p>
			<p>Produkt</p> 	<p>Die Pionierin: Mode zum Selbermachen</p>

BERÜHMTE UNTERNEHMERINNEN WER IST WER? – LÖSUNG

Nicht alle bedeutenden Unternehmen wurden von Männern geführt. Auch Frauen haben Unternehmensgeschichte geschrieben.

In der Tabelle findet ihr Hinweise zu berühmten deutschen Unternehmerinnen. Ordnet die Karten mit den fehlenden Informationen an die richtige Stelle.

 <p>Anna Maria Sacher</p>	1859 – 1930			Grande Dame der Hotellerie aus Wien
Jil Sander	1943			Die deutsche Mode-Queen
Margarethe Steiff	1847 – 1909			Die Königin des Spielzeugs
Käthe Kruse	1883 – 1968			Die Puppenmutter der Nation
Melitta Bentz	1873 – 1950			Die praktische Hausfrau
Aenne Burda	1909 – 2005			Die Pionierin: Mode zum Selbermachen

BERÜHMTE UNTERNEHMERINNEN BIOGRAFIEN

AENNE BURDA

Aenne Burda wurde 1909 in Offenburg geboren.



Nach dem Besuch einer Handelsschule absolvierte sie eine kaufmännische Lehre im Offenburger Elektrizitätswerk. Hier lernte sie auch ihren Mann kennen, Dr. Franz Burda. Sie heirateten 1931 und bekamen drei Söhne: Franz, Frieder und Hubert.

1949 übernahm sie den verschuldeten Modeverlag Elfi-Moden mit 48 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Ihre erste Zeitschrift bei Elfi-Moden hieß „Favorit“. Diese Zeitschrift wurde ab 1950 in „Burda Moden“ umbenannt. Die besondere Geschäftsidee von „Burda Moden“ waren die Schnittmusterbögen.

Normalerweise konnten sich die Frauen die teuren Kleider aus den Modezeitschriften nicht leisten. Jetzt aber konnten sie sich diese Kleider mithilfe der Schnittmusterbögen preiswert selbst nähen.

Ungefähr ein Jahrzehnt später, 1961, war „Burda Moden“ mit einer Auflage von 1,2 Millionen die größte Modezeitschrift der Welt.

Die Aenne-Burda-Stiftung fördert seit 1991 Kunst, Kultur, Umwelt- und Denkmalschutz sowie die Altenpflege. Aenne Burda erhielt zahlreiche Auszeichnungen. Eine davon ist das Bundesverdienstkreuz.

1994 im Alter von 85 Jahren übergab Aenne Burda ihren Verlag an ihre drei Söhne. Hubert Burda leitet bis heute den Verlag.

2005, im Alter von 96 Jahren, starb Aenne Burda. Die Zeitschrift „Burda Moden“ erscheint heute in 89 Ländern und wird in 16 Sprachen übersetzt.

Zur Erinnerung an das unternehmerische und soziale Engagement seiner Mutter stiftete Hubert Burda 2006 den Aenne Burda Award. Dieser Preis wird jedes Jahr an „erfolgreiche junge Frauen in den Medien“ verliehen.

BERÜHMTE UNTERNEHMERINNEN BIOGRAFIEN

MELITTA BENTZ

Melitta Bentz wurde 1873 in Dresden geboren.



Als sie schon Hausfrau und Mutter war, störte es sie, dass beim Kaffeekochen immer so viel Kaffeesatz in der Tasse blieb. Sie fragte sich, wie man dieses Problem lösen könnte.

Sie nahm ein Löschblatt aus dem Schulheft ihres Sohnes und legte es auf den Boden eines Topfes. Vorher hatte sie den Boden mit Nägeln durchlöchert. Auf diese Weise kam nur der reine Kaffee aus dem Topfboden: Der Kaffeefilter war geboren.

Freunde und Familie waren begeistert von ihrer Idee. Deshalb entschloss sich Melitta Bentz, ihre Erfindung zu vermarkten. 1908 ließ sie ihre Erfindung patentieren und gründete mit ihrer Familie ein eigenes Unternehmen.

Schon im Jahr 1911 erhielt die Firma für ihren Filter die goldene und silberne Medaille der Internationalen Hygieneausstellung.

Im Ersten Weltkrieg stand die Produktion still. Nach dem Krieg jedoch wuchs das Unternehmen schnell wieder.

Ende der Zwanzigerjahre zog das Unternehmen von Dresden nach Minden in Ostwestfalen. Die Nachfrage nach den Kaffeefiltern war mittlerweile so groß, dass die 80 Arbeiterinnen und Arbeiter in zwei Produktionsschichten arbeiten mussten.

Im Alter von 77 Jahren starb Melitta Bentz. Heute ist die Melitta Unternehmensgruppe Bentz KG eine internationale Gruppe mit 3.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und wird von Melittas Enkeln Thomas und Stephan geführt.

BERÜHMTE UNTERNEHMERINNEN BIOGRAFIEN

KÄTHE KRUSE

Käthe Kruse wurde 1883 in Breslau geboren. Nach der Mittleren Reife wurde sie zunächst Schauspielerin.

Mit 19 Jahren lernte sie den Bildhauer und Bühnenbildner Max Kruse kennen und bekam mit ihm sieben Kinder. Käthe und Max heirateten erst 1909. Da hatten sie bereits drei Kinder.

Weil ihr die Puppen, die man kaufen konnte, nicht gefielen, bastelte sie für ihre Kinder die Puppen selbst. 1910 wurden die Puppen von Käthe Kruse in einem Berliner Warenhaus zum ersten Mal ausgestellt.

Käthe Kruse begann nun, Puppen zu entwerfen, die ihren eigenen Kindern ähnlich sahen. Die Natürlichkeit ihrer Puppen machte sie bald bekannt und berühmt.

In einer eigenen Werkstatt wurden die Puppen in Handarbeit hergestellt. Ab 1934 wurden hier auch Schaufensterpuppen produziert. Ein Höhepunkt ihrer Karriere war die Weltausstellung in Paris im Jahr 1937.

Im Zweiten Weltkrieg verlor sie ihren Mann und zwei Söhne. Mit ihren überlebenden Kindern zog sie nach dem Krieg nach Westdeutschland, wo sie ihren Betrieb wieder aufbaute.

Nach ihrem Tod 1968 führte ihre Tochter das Geschäft weiter. Die Firma existiert bis heute. Noch immer werden die Puppen von Hand angefertigt.

BERÜHMTE UNTERNEHMERINNEN BIOGRAFIEN

ANNA MARIA SACHER

Anna Maria Sacher wurde 1859 in Wien geboren.

1880 heiratete Anna den Hotelbesitzer Eduard Sacher. Sein Vater, der Wiener Gastronom und Hotelier Franz Sacher, war der Erfinder der weltberühmten Sachertorte. Das Besondere dieser Torte war ihr Überzug aus Aprikosenkonfitüre und Schokoladenguss.

Als Eduard Sacher 1892 starb, übernahm seine Frau Anna die Leitung des Hotels. Dank seiner Eleganz und Exklusivität wurde das Hotel zu einer berühmten Adresse, wo sich bedeutende Persönlichkeiten aus aller Welt trafen.

Die Sachertorte wurde zum Markenzeichen des Hotels und erhielt zahlreiche Preise. Wie schon ihr Mann wurde auch Anna Sacher Hoflieferantin des Kaiserhauses.

Anna Sacher liebte Zigarren und kleine französische Bulldoggen, die sogenannten „Sacher Bullys“, die sie selbst züchtete.

Sie starb 1930 in Wien. Das Hotel Sacher existiert noch heute. Die Sachertorte ist zu einem Klassiker unter den Torten geworden.

BERÜHMTE UNTERNEHMERINNEN BIOGRAFIEN

JIL SANDER

Jil Sander wurde 1943 in Wesselburen in Norddeutschland geboren.

Sie studierte Textilingenieurwesen in Krefeld und Los Angeles. Nach ihrem Studium arbeitete sie als Moderedakteurin für verschiedene Frauenzeitschriften in Hamburg. Mit nur 24 Jahren eröffnete sie dort eine Modeboutique und gründete 1968 die Jil Sander GmbH.

Als sie 1975 ihre erste eigene Kollektion in Paris vorstellte, „floppte“ ihr schlichter und puristischer Stil. Denn in dieser Zeit war eine besonders farbenfrohe Mode gefragt.

Doch schon ein Jahr später gelang ihr mit dem sogenannten „Zwiebel-Look“ der internationale Durchbruch. Der Look bestand aus vielen miteinander kombinierbaren Einzelstücken aus hochwertigen Materialien. Kurz darauf begann sie auch, ihre eigene Parfüm-Reihe zu kreieren.

1989 führte sie ihr Unternehmen als eines der ersten Modeunternehmen an die Frankfurter Börse.

Weil Jil Sander expandieren wollte, verkaufte sie 1999 ihr Unternehmen an die Prada Gruppe, die es später wieder weiterverkaufte.

Nach einigen Jahren kehrte Jil Sander 2009 in die Modewelt zurück und entwarf eine Mode-Kollektion für Damen und Herren für die japanische Bekleidungskette UNIQLO.

Seit 2012 arbeitet Jil Sander wieder als Kreativ-Direktorin in ihrem 1968 gegründeten Unternehmen.

BERÜHMTE UNTERNEHMERINNEN BIOGRAFIEN

MARGARETE STEIFF

Margarete Steiff wurde 1847 im süddeutschen Giengen an der Brenz geboren.

✂ Im Alter von eineinhalb Jahren bekam sie die schwere Krankheit „Kinderlähmung“. Ihr Leben lang musste sie im Rollstuhl sitzen.

Nach der Schule setzte sie gegen den Willen der Eltern ihren Wunsch durch, die Nähschule zu besuchen. Aufgrund ihrer Lähmung hatte sie zunächst Schwierigkeiten, wurde aber dennoch eine gute Schneiderin.

Ihr Vater baute das Wohnhaus um und richtete dort für Margarete und ihre Schwester eine Schneiderei ein. Die beiden Frauen hatten bald viel Arbeit. Als Erste in ihrem Ort kauften sie eine eigene Nähmaschine. Bald stellten sie die ersten Näherinnen ein.

1879 entdeckte Margarete Steiff in einer Modezeitschrift das Schnittmuster eines Nadelkissens in der Form eines Elefanten. Für einen Markt fertigte sie zwei Säcke davon an.

Das „Elefäntle“ war ein voller Erfolg. Nun wurden auch andere Tiere entworfen und die Produktion der Firma stieg.

1892 erschien der erste Steiff-Katalog mit Elefanten, Hunden, Katzen und Pferden. Margaretes Motto: Für Kinder ist nur das Beste gut genug.

Zehn Jahre später wurde erstmals ein Bär genäht. Dieser erste Spielzeug-Bär hatte aber zunächst noch keinen Erfolg. Doch dann sah ein Amerikaner den Bären auf der Leipziger Spielwarenmesse und war begeistert. Er kaufte 3.000 Exemplare auf einmal. Damit begann der Siegeszug des Teddybären.

Schon wenige Jahre später beschäftigte die Firma 400 Mitarbeiter in der Fabrik und 1.800 Heimarbeiter. Zusammen produzierten sie ungefähr 1.700.000 Spielzeugartikel.

1909 starb Margarete Steiff im Alter von 61 Jahren an den Folgen einer Lungenentzündung. Ihre Spielwaren unter dem Markennamen „Steiff“ wurden weltberühmt und sind bis heute aufgrund ihrer Qualität sehr beliebt. Das Markenzeichen der Steiff-Tiere ist der gelbe Knopf im Ohr.

BERÜHMTE UNTERNEHMERINNEN BIOGRAFIEN – LÖSUNG

AENNE BURDA



Aenne Burda wurde 1909 in Offenburg geboren. Nach dem Besuch einer Handelsschule absolvierte sie eine kaufmännische Lehre im Offenburger Elektrizitätswerk. Hier lernte sie auch ihren Mann kennen, Dr. Franz Burda. Sie heirateten

1931 und bekamen drei Söhne: Franz, Frieder und Hubert.

1949 übernahm sie den verschuldeten Modeverlag Elfi-Moden mit 48 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Ihre erste Zeitschrift bei Elfi-Moden hieß „Favorit“. Diese Zeitschrift wurde ab 1950 in „Burda Moden“ umbenannt. Die besondere Geschäftsidee von „Burda Moden“ waren die Schnittmusterbögen. Normalerweise konnten sich die Frauen die teuren Kleider aus den Modezeitschriften nicht leisten. Jetzt aber konnten sie sich diese Kleider mithilfe der Schnittmusterbögen preiswert selbst nähen. Ungefähr ein Jahrzehnt später, 1961, war „Burda Moden“ mit einer Auflage von 1,2 Millionen die größte Modezeitschrift der Welt.



Die Aenne-Burda-Stiftung fördert seit 1991 Kunst, Kultur, Umwelt- und Denkmalschutz sowie die Altenpflege. Aenne Burda erhielt zahlreiche Auszeichnungen. Eine davon ist das Bundesverdienstkreuz.

1994 im Alter von 85 Jahren

übergab Aenne Burda ihren Verlag an ihre drei Söhne. Hubert Burda leitet bis heute den Verlag. 2005, im Alter von 96 Jahren, starb Aenne Burda. Die Zeitschrift „Burda Moden“ erscheint heute in 89 Ländern und wird in 16 Sprachen übersetzt. Zur Erinnerung an das unternehmerische und soziale Engagement seiner Mutter stiftete Hubert Burda 2006 den Aenne Burda Award. Dieser Preis wird jedes Jahr an „erfolgreiche junge Frauen in den Medien“ verliehen.

MELITTA BENTZ



Melitta Bentz wurde 1873 in Dresden geboren. Als sie schon Hausfrau und Mutter war, störte es sie, dass beim Kaffeekochen immer so viel Kaffeesatz in der Tasse blieb. Sie fragte sich, wie man dieses Problem lösen könnte. Sie nahm ein Löschblatt aus dem

Schulheft ihres Sohnes und legte es auf den Boden eines Topfes. Vorher hatte sie den Boden mit Nägeln durchlöchert. Auf diese Weise kam nur der reine Kaffee aus dem Topfboden: Der Kaffeefilter war geboren.

Freunde und Familie waren begeistert von ihrer Idee. Deshalb entschloss sich Melitta Bentz, ihre Erfindung zu vermarkten. 1908 ließ sie ihre Erfindung patentieren und gründete mit ihrer Familie ein eigenes Unternehmen. Schon im Jahr 1911 erhielt die Firma für ihren Filter die goldene und silberne Medaille der Internationalen Hygieneausstellung.



Im Ersten Weltkrieg stand die Produktion still. Nach dem Krieg jedoch wuchs das Unternehmen schnell wieder. Ende der Zwanzigerjahre zog das Unternehmen von Dresden nach Minden in Ostwestfalen.

Die Nachfrage nach den Kaffeefiltern war mittlerweile so groß, dass die 80 Arbeiterinnen und Arbeiter in zwei Produktionsschichten arbeiten mussten.

Im Alter von 77 Jahren starb Melitta Bentz. Heute ist die Melitta Unternehmensgruppe Bentz KG eine internationale Gruppe mit 3.300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und wird von Melittas Enkeln Thomas und Stephan geführt.

BERÜHMTE UNTERNEHMERINNEN BIOGRAFIEN – LÖSUNG

KÄTHE KRUSE



Käthe Kruse wurde 1883 in Breslau geboren. Nach der Mittleren Reife wurde sie zunächst Schauspielerin. Mit 19 Jahren lernte sie den Bildhauer und Bühnenbildner Max Kruse kennen und bekam mit ihm sieben Kinder. Käthe

und Max heirateten erst 1909. Da hatten sie bereits drei Kinder.

Weil ihr die Puppen, die man kaufen konnte, nicht gefielen, bastelte sie für ihre Kinder die Puppen selbst. 1910 wurden die Puppen von Käthe Kruse in einem Berliner Warenhaus zum ersten Mal ausgestellt. Käthe Kruse begann nun, Puppen zu entwerfen, die ihren eigenen Kindern ähnlich sahen. Die Natürlichkeit ihrer Puppen machte sie bald bekannt und berühmt.



In einer eigenen Werkstatt wurden die Puppen in Handarbeit hergestellt. Ab 1934 wurden hier auch Schau- fensterpuppen produziert. Ein Höhepunkt ihrer Karriere war die Weltausstellung in Paris im Jahr 1937.

Im Zweiten Weltkrieg verlor sie ihren Mann und zwei Söhne. Mit ihren überlebenden Kindern zog sie nach dem Krieg nach Westdeutschland, wo sie ihren Betrieb wieder aufbaute. Nach ihrem Tod 1968 führte ihre Tochter das Geschäft weiter. Die Firma existiert bis heute. Noch immer werden die Puppen von Hand angefertigt.

ANNA MARIA SACHER



Anna Maria Sacher wurde 1859 in Wien geboren. 1880 heiratete Anna den Hotelbesitzer Eduard Sacher. Sein Vater, der Wiener Gastronom und Hotelier Franz Sacher, war der Erfinder der weltberühmten Sachertorte.

Das Besondere dieser Torte war ihr Überzug aus Aprikosenkonfitüre und Schokoladenguss.

Als Eduard Sacher 1892 starb, übernahm seine Frau Anna die Leitung des Hotels. Dank seiner Eleganz und Exklusivität wurde das Hotel zu einer berühmten Adresse, wo sich bedeutende Persönlichkeiten aus aller Welt trafen. Die Sachertorte wurde zum Markenzeichen des Hotels und erhielt zahlreiche Preise. Wie schon ihr Mann wurde auch Anna Sacher Hoflieferantin des Kaiserhauses.



Anna Sacher liebte Zigarren und kleine französische Bulldoggen, die sogenannten „Sacher Bullys“, die sie selbst züchtete. Sie starb 1930 in Wien. Das Hotel Sacher existiert noch heute. Die Sachertorte ist zu einem Klassiker unter den Torten geworden.

BERÜHMTE UNTERNEHMERINNEN BIOGRAFIEN – LÖSUNG

JIL SANDER



Jil Sander wurde 1943 in Wesselburen in Norddeutschland geboren. Sie studierte Textilingenieurwesen in Krefeld und Los Angeles. Nach ihrem Studium arbeitete sie als Moderedakteurin für verschiedene Frauenzeitschriften

in Hamburg. Mit nur 24 Jahren eröffnete sie dort eine Modeboutique und gründete 1968 die Jil Sander GmbH.

Als sie 1975 ihre erste eigene Kollektion in Paris vorstellte, „floppte“ ihr schlichter und puristischer Stil. Denn in dieser Zeit war eine besonders farbenfrohe Mode gefragt. Doch schon ein Jahr später gelang ihr mit dem sogenannten „Zwiebel-Look“ der internationale Durchbruch. Der Look bestand aus vielen miteinander kombinierbaren Einzelstücken aus hochwertigen Materialien. Kurz darauf begann sie auch, ihre eigene Parfüm-Reihe zu kreieren.



1989 führte sie ihr Unternehmen als eines der ersten Modeunternehmen an die Frankfurter Börse. Weil Jil Sander expandieren wollte, verkaufte sie 1999 ihr Unternehmen an die Prada Gruppe, die es später wieder weiterverkaufte. Nach einigen

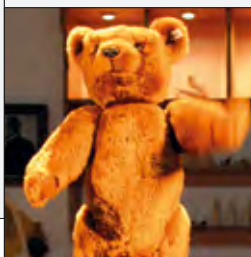
Jahren kehrte Jil Sander 2009 in die Modewelt zurück und entwarf eine Mode-Kollektion für Damen und Herren für die japanische Bekleidungs-Kette UNIQLO. Seit 2012 arbeitet Jil Sander wieder als Kreativ-Direktorin in ihrem 1968 gegründeten Unternehmen.

MARGARETE STEIFF



Margarete Steiff wurde 1847 im süddeutschen Giengen an der Brenz geboren. Im Alter von eineinhalb Jahren bekam sie die schwere Krankheit „Kinderlähmung“. Ihr Leben lang musste sie im Rollstuhl sitzen.

Nach der Schule setzte sie gegen den Willen der Eltern ihren Wunsch durch, die Nähschule zu besuchen. Aufgrund ihrer Lähmung hatte sie zunächst Schwierigkeiten, wurde aber dennoch eine gute Schneiderin. Ihr Vater baute das Wohnhaus um und richtete dort für Margarete und ihre Schwester eine Schneiderei ein. Die beiden Frauen hatten bald viel Arbeit. Als Erste in ihrem Ort kauften sie eine eigene Nähmaschine. Bald stellten sie die ersten Näherinnen ein. 1879 entdeckte Margarete Steiff in einer Modezeitschrift das Schnittmuster eines Nadelkissens in der Form eines Elefanten. Für einen Markt fertigte sie zwei Säcke davon an. Das „Elefäntle“ war ein voller Erfolg. Nun wurden auch andere Tiere entworfen und die Produktion der Firma stieg. 1892 erschien der erste Steiff-Katalog mit Elefanten, Hunden, Katzen und Pferden. Margaretes Motto: Für Kinder ist nur das Beste gut genug.



Zehn Jahre später wurde erstmals ein Bär genäht. Dieser erste Spielzeug-Bär hatte aber zunächst noch keinen Erfolg. Doch dann sah ein Amerikaner den Bären auf der Leipziger Spielwarenmesse und war begeistert. Er kaufte

3.000 Exemplare auf einmal. Damit begann der Siegeszug des Teddybären.

Schon wenige Jahre später beschäftigte die Firma 400 Mitarbeiter in der Fabrik und 1.800 Heimarbeiter. Zusammen produzierten sie ungefähr 1.700.000 Spielzeugartikel. 1909 starb Margarete Steiff im Alter von 61 Jahren an den Folgen einer Lungenentzündung. Ihre Spielwaren unter dem Markennamen „Steiff“ wurden weltberühmt und sind bis heute aufgrund ihrer Qualität sehr beliebt. Das Markenzeichen der Steiff-Tiere ist der gelbe Knopf im Ohr.



WAS WEISS ICH? QUIZ

1. In welcher Branche wird Aspirin produziert?

- a) Lebensmittelbranche
- b) Automobilbranche
- c) Pharmabranche

2. Wo hat Bosch seinen Firmensitz?

- a) Stuttgart
- b) Bonn
- c) Hamburg

3. Welche deutsche Exportware steht auf Platz 3?

- a) Chemische Erzeugnisse
- b) Maschinenbauprodukte
- c) Elektrische Geräte

4. Nestlé ist ein Unternehmen aus ...

- a) Italien
- b) Österreich
- c) der Schweiz

5. Aus welchem Land kommt Heinz-Ketchup?

- a) Deutschland
- b) USA
- c) Schweiz

WAS WEISS ICH? QUIZ – LÖSUNG

1. In welcher Branche wird Aspirin produziert?

- a) Lebensmittelbranche
- b) Automobilbranche
- c) **Pharmabranche**

2. Wo hat Bosch seinen Firmensitz?

- a) **Stuttgart**
- b) Bonn
- c) Hamburg

3. Welche deutsche Exportware steht auf Platz 3?

- a) **Chemische Erzeugnisse**
- b) Maschinenbauprodukte
- c) Elektrische Geräte

4. Nestlé ist ein Unternehmen aus ...

- a) Italien
- b) Österreich
- c) **der Schweiz**

5. Aus welchem Land kommt Heinz-Ketchup?

- a) Deutschland
- b) **USA**
- c) Schweiz

WAS WEISS ICH? MEINE WÖRTER

Wähle aus der Vokabelliste fünf Wörter, die du besonders wichtig findest und notiere sie in der linken Spalte. Schreibe die passende Definition in die rechte Spalte.

WAS WEISS ICH? WORTSCHATZ

der /die Angestellte/ -n	die Konkurrenz	anfertigen
der Auftrag/ Aufträge	die Leitung/ -en	(jemanden) beschäftigen
die Ausbildung/ -en	die Marke/ -n	bestellen
der Betrieb/ -e	das Markenzeichen/ -	entwickeln
die Börse/ -n	die Messe/ -n	gründen
die Branche/ -n	die Niederlassung/ -en	handeln mit
der Erfinder/ -	das Patent/ -e	etwas patentieren lassen/
die Erfinderin/ -nen	das Produkt/ -e	etwas zum Patent anmelden
die Erfindung/ -en	die Schwerpunktregion/ -en	produzieren/ herstellen
die Firma/ -en	der Stundenlohn/ -löhne	übernehmen
der Firmensitz/ -e	das Unternehmen/ -	sich verschulden
der Firmenstandort/ -e	die Ware/ -n	
das Gerät/ -e	die Werkstatt/ -stätten	
der Geschäftsführer/ -		
die Geschäftsführerin/ -nen		
der Handel/ -		
der Handwerker/ -		
die Handwerkerin/ -nen		
die Industrie/ -n		
der Industriezweig/ -e		

LEHRERHANDREICHUNG

DEUTSCHE PRODUKTE

Einstieg ins Thema: Marken und Unternehmen wie Haribo oder Volkswagen sind in vielen Ländern der Welt bekannt. Die Schülerinnen und Schüler erkennen, dass sie bereits einiges zum Thema wissen.

Material: Tafel und bunte Kreide/Stifte, rote und grüne Karten für Schülerpaare, Beamer für Lösungen

Arbeitsblätter:

- AB 1.1 Wer produziert was?
- AB 1.2 Typisch deutsch?
- AB 1.3 Exportschlager



AB 1.1 Wer produziert was?

Die Schülerinnen und Schüler bringen deutsche Produkte mit, die sie aus ihrem Alltag kennen, zum Beispiel eine Schachtel Aspirin oder eine Tüte Haribo. Es kann auch ein Bild oder eine Werbeanzeige sein. Jeder zeigt sein Produkt und stellt es kurz vor. Die Lehrkraft sammelt die Produktnamen bunt gemischt an der Tafel.

Die Schülerinnen und Schüler überlegen gemeinsam, welche der Produkte an der Tafel zur selben Branche gehören. Ihre Ergebnisse tragen sie in AB 1.1 ein.



AB 1.2 Typisch deutsch?

Beamern Sie das AB 1.2 an die Wand. Teilen Sie pro Schülerpaar eine grüne (deutsch) und eine rote Karte (nicht deutsch) aus. Die Paare einigen sich auf die Antwort(en). Mithilfe der Karten geben die Lernenden ihr Meinungsbild ab: Wer glaubt, dass es sich um eine deutsche Marke handelt, hält die grüne Karte hoch. Wer glaubt, dass die Marke aus einem anderen Land kommt, nimmt die rote Karte. Anschließend Auflösung mit dem Lösungsblatt.



AB 1.3 Exportschlager

Lassen Sie die Schülerinnen und Schüler zunächst spekulieren, bis die drei wichtigsten Branchen (Automobil, Maschinenbau, Chemie) benannt sind.

Tipp: Mit Bewegung – um die Klasse zu aktivieren, können Sie diesen drei Branchen verschiedene Ecken im Klassenzimmer zuordnen. Fordern Sie die Schülerinnen und Schüler auf, sich in die Ecke der Branche zu stellen, die ihrer Meinung nach die meisten Güter exportiert. Anschließend zeigen Sie die Lösung und besprechen Sie weiterführende Fragen: Welches sind die wichtigsten Exportgüter im eigenen Land? Zu welchen Branchen gehören sie?

SCHWERPUNKTREGIONEN

In dieser Aufgabe erfahren die Schülerinnen und Schüler, wo sich die wirtschaftlichen Zentren in Deutschland befinden. Dabei wird auch ihr geografisches Grundwissen über Deutschland aktiviert.

Material: Landkarte von Deutschland, Beamer

Arbeitsblätter:

AB 1.4 Firmenstandorte

AB 1.5 Entwicklung von Wirtschaftszentren

AB 1.4 Firmenstandorte

Die Schülerinnen und Schüler zeichnen in Partnerarbeit die Standorte der Unternehmen in die Landkarte auf AB 1.4 ein.



Tipp: Zur Unterstützung eine Deutschlandkarte mit Bundesländern einsetzen.
Die Ergebnisse werden im Plenum besprochen und die Standorte (Lösungsblatt zu AB 1.4) gezeigt.

AB 1.5 Entwicklung von Wirtschaftszentren

Mit dem Beamer AB 1.5 an die Wand projizieren. In dieser Aufgabe sollen die Schülerinnen und Schüler erkennen, dass sich aktuell ein großer Teil der Unternehmen im Westen und Südwesten des Landes befindet, in sogenannten „Schwerpunktregionen“. Gemeinsam überlegen und diskutieren sie, wieso das so ist. Als Erklärung den Text im Lösungsblatt dazu lesen lassen.
Die Lernenden erfahren hier, wie die wirtschaftliche Topografie Deutschlands historisch entstanden ist. Am Ende kann im Plenum die wirtschaftliche Topografie des eigenen Landes verglichen werden.



MADE IN GERMANY

Die Schülerinnen und Schüler befassen sich mit der Entwicklung von Innovationen und Erfindungen aus Deutschland.

Material: Wörterbücher

Arbeitsblätter:

AB 1.6 Vom Makel zum Markenzeichen

AB 1.7 Erfindungen und Erfinder

AB 1.8 Wie heißen diese Erfindungen?

Vorbereitung:

AB 1.6 Pro Schülerpaar 1x kopieren und in der Mitte durchschneiden.

AB 1.7 Mehrfach kopieren (am besten als Farbkopie). Die Bilder mit den dazugehörigen Beschreibungen ausschneiden, sodass ein Abschnitt immer jeweils ein Bild und den dazu passenden Text enthält.

AB 1.8 Für alle Schülerinnen und Schüler kopieren.



AB 1.6 Vom Makel zum Markenzeichen

Als Einstieg „Made in Germany“ an die Tafel schreiben und fragen, was die Schülerinnen und Schüler mit diesem Begriff verbinden.



Die Schülerinnen und Schüler arbeiten zu zweit. Pro Paar erhält ein Schüler Teil 1, der andere Teil 2 des Textes. Zunächst liest jeder Schüler still seinen Textteil. Dabei dürfen Wörterbücher benutzt werden. Danach erzählen sich immer zwei Schüler gegenseitig den Inhalt ihrer Texte. Der Partner darf Fragen stellen, wenn er etwas nicht verstanden hat. Teil 1 beginnt.

Im Anschluss können Sie die Schülerinnen und Schüler auf weitere Herkunftsländer aufmerksam machen: Made in China, Made in Taiwan, Made in France und so weiter – was verbinden die Lernenden spontan damit? Gibt es auch hier Entwicklungen? Welche Bedeutung hat die Herkunft eines Produktes im Zeitalter der Globalisierung? Regen Sie eine Diskussion an.



AB 1.7 Erfindungen und Erfinder

Die Schülerinnen und Schüler bilden neue Paare und setzen sich Rücken an Rücken zusammen.



Jeder Schüler erhält eine Karte mit einer Erfindung und der dazu passenden Erklärung.

Achten Sie darauf, dass nie ein Schülerpaar die gleiche Erfindung bekommt.
Achtung: Die Schüler dürfen sich ihre Karten nicht zeigen!

Abwechselnd erklärt einer dem anderen, was er auf seinem Bild sieht, ohne die Erfindung beim Namen zu nennen und ohne die Beschreibung abzulesen. Beispiel: „Es ist sehr groß, es fliegt in der Luft, es sieht aus wie eine Zigarre“. Der andere Schüler muss raten, um welche Erfindung es sich handelt (Zeppelin). Je nach Lernstärke und verfügbarer Zeit können die Schülerinnen und Schüler auch mehrere Karten bekommen.

Eine Diskussion anregen: Kennt ihr noch andere Erfindungen oder Erfinder? Welche Beispiele kennt ihr aus eurem Land? Oder aus anderen Ländern? Welche Erfindung haltet ihr für die wichtigste? Warum?



AB 1.8 Wie heißen diese Erfindungen?

Die Schülerinnen und Schüler sichern in Einzelarbeit ihr Wissen aus der vorhergehenden Aufgabe, indem sie den Fragen die korrekten Erfindungen zuordnen. Diese Übung eignet sich auch als Hausaufgabe.

BERÜHMTE UNTERNEHMERINNEN

Nicht immer waren es Männer, die eine innovative Idee hatten und erfolgreich ein eigenes Unternehmen aufbauten. Auch Frauen haben Unternehmensgeschichte geschrieben. In diesem Kapitel werden daher einige der bedeutendsten Unternehmerinnen aus Deutschland und Österreich vorgestellt.

Material: Wörterbücher

Arbeitsblätter:

AB 1.9 Wer ist wer?

AB 1.10 Biografien

Vorbereitung:

AB 1.9 Pro Gruppe 1x kopieren. Lösungsblatt zu AB 1.9 1x pro Gruppe kopieren.

Die einzelnen Kästchen des Lösungsblattes auseinanderschneiden und mischen.

AB 1.10 In ausreichender Zahl kopieren, sodass zu jeder Person eine Arbeitsgruppe entsteht.

AB 1.9 Wer ist wer?

Bilden Sie Arbeitsgruppen. Jede Gruppe bekommt das AB 1.9.

Hier geht es darum, die Lücken zu den biografischen Informationen verschiedener Unternehmerinnen aus Deutschland und Österreich zu schließen. Aufgabe der Schülerinnen und Schüler ist es, die Daten oder Bilder so zusammenzufügen, dass die gesuchten Persönlichkeiten sichtbar werden.



Sie zerschneiden für jede Arbeitsgruppe das Lösungsblatt zu AB 1.9 und legen die einzelnen Teile gut gemischt auf den Gruppentisch. Die Gruppen versuchen nun, die Karten richtig auf das Raster zu legen.

Die Ergebnisse werden im Plenum besprochen: Die Schülerinnen und Schüler stellen ihre Lösungen vor. Danach können Sie das Lösungsblatt noch einmal für alle an die Wand projizieren. Nach Bearbeitung von AB 1.10 die Ergebnisse von 1.9 überprüfen und korrigieren.

Diese Aufgabe ist ein Ratespiel. Es geht also nicht darum, alles zu wissen. Die meisten Schüler werden die gesuchten Persönlichkeiten noch nicht kennen. Mithilfe einiger Indizien können sie jedoch einiges erraten und kombinieren (zum Beispiel Puppenmutter – Bild einer Mutter, Alter der Personen etc). Möglicherweise hat jemand auch schon einmal von Steiff-Tieren gehört oder kennt das Mode-Label Jil Sander.

Alternativ können die Schülerinnen und Schüler auch zuerst AB 1.10 bearbeiten und anschließend AB 1.9.

AB 1.10 Biografien

Die Gruppen werden neu gemischt. Jede Gruppe beschäftigt sich in der folgenden Aufgabe näher mit einer Unternehmerin.



Sie zerschneiden für jede Gruppe das Kurzporträt (AB 1.10) einer Unternehmerin und legen die Textteile gut gemischt auf den Gruppentisch. Die Schülerinnen und Schüler lesen die Abschnitte und versuchen gemeinsam, die Textteile in der richtigen Reihenfolge zusammenzulegen. Dabei dürfen sie ein Wörterbuch benutzen. Wenn eine Gruppe glaubt, fertig zu sein, erhält sie den zusammenhängenden Text (Lösungsblatt zu AB 1.10). Die Gruppe prüft selbst ihr Ergebnis. Mit ihrem neuen Wissen können die Schülerinnen und Schüler anschließend ihre Ergebnisse zu AB 1.9 noch einmal überprüfen und korrigieren.

Regen Sie zu einer kurzen Diskussion an: Kennt ihr andere Frauen, die erfolgreiche Unternehmerinnen sind oder waren? Auch aus anderen Ländern? In Deutschland werden heute rund 30% der Unternehmen von Frauen gegründet.

WAS WEISS ICH?

Spielerische Wissensüberprüfung und Wiederholung von Basisvokabular am Ende eines jeden Moduls.

Material: Wörterbücher

Arbeitsblätter:

AB 1.11 Quiz

AB 1.12 Meine Wörter

W 1 Wortschatz



AB 1.11 Quiz

Die Schülerinnen und Schüler beantworten eine Auswahl von Quizfragen. Dies kann mündlich auf Zuruf oder schriftlich als Ankreuztest erfolgen.



AB 1.12 Meine Wörter

Jeder Schüler wählt fünf Wörter, die er sich gern merken möchte, und schreibt Definitionen dazu in die leeren Karten von AB 1.12. Die wichtigsten Wörter des Moduls stehen in der Liste W 1.

W 1 Wortschatz

Jedem Modul ist eine Liste mit dem wichtigsten Vokabular beigelegt. Es handelt sich um eine Auswahl von Wörtern, die für das Thema des Moduls allgemein von Bedeutung sind.















MODUL 2

DIE ARBEITSWELT

ÜBERSICHT

Die Schülerinnen und Schüler

- lernen, wie ein Unternehmen aufgebaut ist und welche Abteilungen welche Aufgaben haben.
- erhalten Informationen über das Ausbildungssystem in Deutschland und lernen unterschiedliche Berufsprofile und Ausbildungswege kennen.
- lernen Internetseiten zum Themenfeld Ausbildung, Studium und Beruf in Deutschland kennen, die sie für ihre berufliche Orientierung nutzen können.

Kapitel	Arbeitsblatt	Inhalt / Aufgabe	Zeit	Fertigkeiten	Arbeitsform
IN DER FIRMA	AB 2.1 Die Abteilungen im Unternehmen	Definition „Abteilung“	1 UE		
	AB 2.2 Die Aufgaben der Abteilungen	Aufgaben den richtigen Abteilungen zuordnen			
BERUFE UND BERUFSBILDER	AB 2.3 Ausbildung und Studium	Informationen zum Ausbildungssystem in Deutschland	3 UE		
	AB 2.4 Mein Wunschberuf	Recherchieren und Sammeln von Informationen zu Berufen und Ausbildungswegen, Beschreibung eines Berufsprofils		 	
	AB 2.5 Was bin ich?	Sprachliche Anwendung der zuvor recherchierten Informationen (Berufe beschreiben und raten)			
WAS WEISS ICH?	AB 2.6 Quiz	Spielerischer Abschluss des Moduls	20 Minuten		
	AB 2.7 Meine Wörter	Wortschatzarbeit			
	W 2 Wortschatz				
Gesamtdauer	ca. 4 Unterrichtseinheiten				

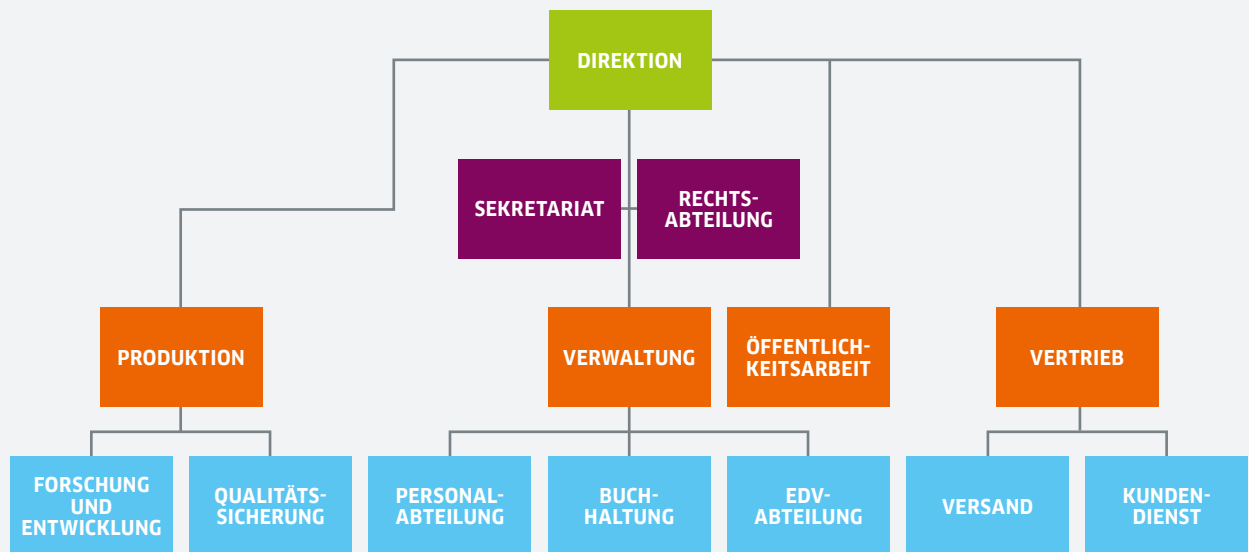
Erklärung:

Eine Unterrichtseinheit entspricht etwa 45 Minuten. Alle angegebenen Zeiten sind ungefähre Angaben, die je nach Land, Gruppenstärke, Sprachniveau und Vorwissen variieren können. Manche Aufgaben können auch zu Hause erarbeitet werden. Je nachdem, ob alle Arbeitsblätter eingesetzt werden, verlängert oder reduziert sich die angegebene Unterrichtszeit. Fertigkeiten werden nur angegeben, wenn sie in der Übung gezielt trainiert werden.

IN DER FIRMA DIE ABTEILUNGEN IM UNTERNEHMEN

Hier seht ihr ein Beispiel, wie eine Firma aufgebaut sein kann.

Kennt ihr noch andere Abteilungen?



Was ist eine Abteilung? Findet eine Definition für diesen Begriff.

IN DER FIRMA DIE AUFGABEN DER ABTEILUNGEN

Ordnet die Definitionen den passenden Abteilungen zu.



1. In dieser Abteilung werden die fertigen Produkte eines Unternehmens verkauft. Sie hat Kontakt zu anderen Unternehmen, die ihre Produkte kaufen oder weiterverkaufen möchten.	
2. In dieser Abteilung werden neue Produkte entwickelt. Außerdem forschen viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an neuen Produkten oder schauen nach, wie man Produkte noch verbessern kann.	
3. In dieser Abteilung werden die Produkte eines Unternehmens hergestellt. Viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten im Schichtdienst.	
4. Diese Abteilung kümmert sich um die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in einem Unternehmen. Unter „Karriere“ findet man auf der Homepage die Jobs, die diese Firma anbietet.	
5. Diese Abteilung kümmert sich um die Wünsche der Kundinnen und Kunden.	
6. Diese Abteilung verschickt die Produkte an die Kundinnen und Kunden.	
7. Diese Abteilung ist für die Computer und das Netzwerk verantwortlich.	
8. Diese Abteilung leitet ein Unternehmen. Sie trifft Entscheidungen und hat „das letzte Wort“. Der Chef/die Chefin heißt häufig auch „Direktor/Direktorin“.	
9. Diese Abteilung unterstützt die Direktion. Viele wichtige Mitarbeiter in einem Unternehmen haben einen Kollegen, der ihnen hilft.	
10. Diese Abteilung kümmert sich um das Bild eines Unternehmens in der Öffentlichkeit. Sie schreibt Berichte und Pressemitteilungen, zum Beispiel für Zeitungen.	
11. Diese Abteilung kümmert sich um die Rechnungen und zahlt das Gehalt an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.	
12. Diese Abteilung ist für die Qualität der Produkte verantwortlich.	
13. Diese Abteilung kümmert sich um juristische Fragen.	
14. Diese Abteilung ist die Administration eines Unternehmens. Dazu gehören zum Beispiel Buchhaltung und Personalabteilung.	

IN DER FIRMA DIE AUFGABEN DER ABTEILUNGEN – LÖSUNG

Ordnet die Definitionen den passenden Abteilungen zu.



1. In dieser Abteilung werden die fertigen Produkte eines Unternehmens verkauft. Sie hat Kontakt zu anderen Unternehmen, die ihre Produkte kaufen oder weiterverkaufen möchten.	Vertrieb
2. In dieser Abteilung werden neue Produkte entwickelt. Außerdem forschen viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an neuen Produkten oder schauen nach, wie man Produkte noch verbessern kann.	Forschung/Entwicklung
3. In dieser Abteilung werden die Produkte eines Unternehmens hergestellt. Viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten im Schichtdienst.	Produktion
4. Diese Abteilung kümmert sich um die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in einem Unternehmen. Unter „Karriere“ findet man auf der Homepage die Jobs, die diese Firma anbietet.	Personalabteilung
5. Diese Abteilung kümmert sich um die Wünsche der Kundinnen und Kunden.	Kundendienst
6. Diese Abteilung verschickt die Produkte an die Kundinnen und Kunden.	Versand
7. Diese Abteilung ist für die Computer und das Netzwerk verantwortlich.	EDV-Abteilung
8. Diese Abteilung leitet ein Unternehmen. Sie trifft Entscheidungen und hat „das letzte Wort“. Der Chef/die Chefin heißt häufig auch „Direktor/Direktorin“.	Direktion
9. Diese Abteilung unterstützt die Direktion. Viele wichtige Mitarbeiter in einem Unternehmen haben einen Kollegen, der ihnen hilft.	Sekretariat
10. Diese Abteilung kümmert sich um das Bild eines Unternehmens in der Öffentlichkeit. Sie schreibt Berichte und Pressemitteilungen, zum Beispiel für Zeitungen.	Öffentlichkeitsarbeit
11. Diese Abteilung kümmert sich um die Rechnungen und zahlt das Gehalt an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.	Buchhaltung
12. Diese Abteilung ist für die Qualität der Produkte verantwortlich.	Qualitätssicherung
13. Diese Abteilung kümmert sich um juristische Fragen.	Rechtsabteilung
14. Diese Abteilung ist die Administration eines Unternehmens. Dazu gehören zum Beispiel Buchhaltung und Personalabteilung.	Verwaltung

BERUFE UND BERUFSBILDER AUSBILDUNG UND STUDIUM

1. Lies den Text. Was versteht man unter dem dualen System?
Wie funktioniert es? Erläutere kurz mit eigenen Worten das deutsche Ausbildungssystem.

DIE BETRIEBLICHE AUSBILDUNG IN DEUTSCHLAND

In Deutschland gibt es ungefähr 350 staatlich anerkannte Ausbildungsberufe: vom Änderungsschneider bis zum Zweiradmechaniker. 60 % eines Schulabgänger-Jahrgangs entscheiden sich für eine praktische Berufsausbildung. Wer in Deutschland eine praktische Berufsausbildung absolviert, lernt einerseits in einem Betrieb und andererseits in der Berufsschule. Das hat den Vorteil, dass die Ausbildung sehr praktisch orientiert ist.

Beispiel: Ausbildung zum Bankkaufmann

Der Auszubildende – der „Azubi“ – arbeitet drei Jahre in einer Bank. Dabei lernt er die verschiedenen Abteilungen kennen. Mithilfe der Kollegen und Ausbildungsleiter lernt er, wie eine Bank arbeitet. Zusätzlich besucht er die Berufsschule. Dort lernt er die theoretischen und fachlichen Grundlagen des Berufs. Der Unterricht in der Berufsschule findet an ein bis zwei Tagen pro Woche statt oder konzentriert als Blockunterricht von mehreren Wochen.

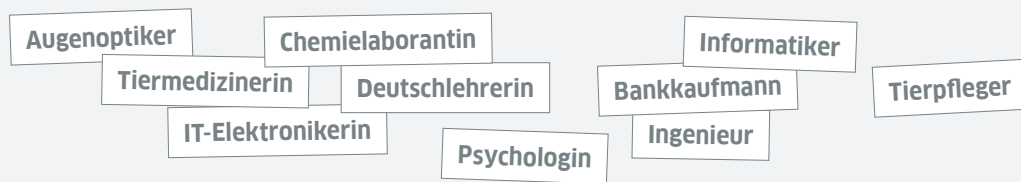
Diese Kombination aus Praxis und Theorie nennt man das „duale System“. Je nach Beruf dauert die gesamte Ausbildung zwischen zwei und dreieinhalb Jahren. Am Ende der Ausbildung gibt es eine praktische und eine schriftliche Abschlussprüfung.

Das duale System gibt es auch in der Schweiz, in Österreich und in den Niederlanden.

BERUFE UND BERUFSBILDER AUSBILDUNG UND STUDIUM

2. Trage die Berufe aus den Kästchen in die richtige Spalte der Tabelle ein.

Um einen Beruf auszuüben, braucht man die nötige Qualifikation. Für manche Berufe braucht man eine betriebliche Ausbildung, für andere Berufe braucht man ein Studium an einer Universität oder an einer Fachhochschule. Manche entscheiden sich auch, nach dem erfolgreichen Abschluss ihrer Ausbildung zusätzlich noch ein Studium zu absolvieren. Für welche Form man sich entscheidet, hängt davon ab, welchen Beruf man später ausüben möchte.



Ausbildungsberufe	Akademische Berufe

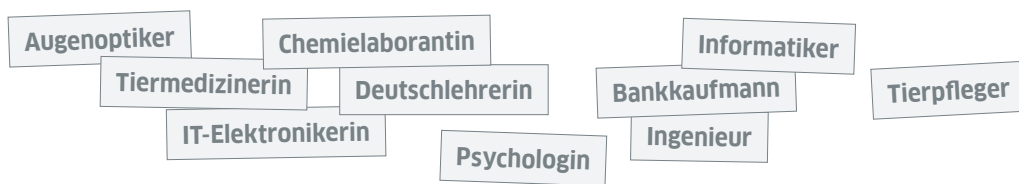
3. Wie funktioniert die Berufsausbildung in eurem Land?

Welche Unterschiede gibt es im Vergleich zu Deutschland? Diskutiert in der Klasse!

BERUFE UND BERUFSBILDER AUSBILDUNG UND STUDIUM – LÖSUNG

2. Trage die Berufe aus den Kästchen in die richtige Spalte der Tabelle ein.

Um einen Beruf auszuüben, braucht man die nötige Qualifikation. Für manche Berufe braucht man eine betriebliche Ausbildung, für andere Berufe braucht man ein Studium an einer Universität oder an einer Fachhochschule. Manche entscheiden sich auch, nach dem erfolgreichen Abschluss ihrer Ausbildung zusätzlich noch ein Studium zu absolvieren. Für welche Form man sich entscheidet, hängt davon ab, welchen Beruf man später ausüben möchte.



Ausbildungsberufe	Akademische Berufe
Augenoptiker	Deutschlehrerin
Chemielaborantin	Informatiker
IT-Elektronikerin	Psychologin
Bankkaufmann	Tiermedizinerin
Tierpfleger	Ingenieur

BERUFE UND BERUFSBILDER MEIN WUNSCHBERUF

Auf der Seite www.berufenet.arbeitsagentur.de findet man Texte, Bilder und kurze Filme zu verschiedenen Ausbildungsberufen in Deutschland und zu akademischen Berufen.

1. Recherchiert zu einem Beruf eurer Wahl und sammelt Informationen.

Diese Fragen helfen euch dabei:

- Welche Ausbildung muss man machen oder welches Fach muss man studieren?
- Wie lange dauert die Ausbildung/ das Studium?
- Welchen Beruf kann man damit später ausüben?
- Wo kann man später arbeiten?
- Was sind typische Aufgaben in diesem Beruf?
- Welche Fähigkeiten/Stärken sind besonders hilfreich?
- Wie viel verdient man?
- Dieser Beruf ist (nicht) interessant, weil...

2. Sucht auf der Seite www.berufe.tv/BA nach einem kurzen Film zu eurem Wunschberuf.

Seht den Film ein erstes Mal. Notiert die Informationen, die ihr versteht.

Welche Personen kommen zu Wort? Was sagen sie über ihren Beruf?

Welche Orte und Betriebe sieht man?

Vergleicht eure Notizen und besprecht sie.

Seht den Film dann ein zweites Mal und überprüft eure Notizen.

BERUFE UND BERUFSBILDER WAS BIN ICH?

An welche Berufe erinnert ihr euch? Tragt sie in die Kästen ein.

Bankkaufmann/ Bankkauffrau		







WAS WEISS ICH? QUIZ

1. Welche Abteilung zahlt das Gehalt?

- a) Kundendienst
- b) Buchhaltung
- c) Versand

2. Was machen Schulabgänger in Deutschland nach der Schule, wenn sie einen praktischen Beruf erlernen möchten?

- a) Praktikum
- b) Studium
- c) betriebliche Ausbildung

3. Wie heißt die Schule, die man als Auszubildender in Deutschland besucht?

- a) Grundschule
- b) Berufsschule
- c) Fachschule

4. Für welchen Beruf braucht man kein Studium?

- a) Tierpfleger
- b) Tiermediziner
- c) Ingenieur

WAS WEISS ICH? QUIZ – LÖSUNG

1. Welche Abteilung zahlt das Gehalt?

- a) Kundendienst
- b) **Buchhaltung**
- c) Versand

2. Was machen Schulabgänger in Deutschland nach der Schule, wenn sie einen praktischen Beruf erlernen möchten?

- a) Praktikum
- b) Studium
- c) **betriebliche Ausbildung**

3. Wie heißt die Schule, die man als Auszubildender in Deutschland besucht?

- a) Grundschule
- b) **Berufsschule**
- c) Fachschule

4. Für welchen Beruf braucht man kein Studium?

- a) **Tierpfleger**
- b) Tiermediziner
- c) Ingenieur

WAS WEISS ICH? MEINE WÖRTER

Wähle aus der Vokabelliste fünf Wörter, die du besonders wichtig findest und notiere sie in der linken Spalte.
Schreibe die passende Definition in die rechte Spalte.

WAS WEISS ICH? WORTSCHATZ

die Abteilung/-en	der Mitarbeiter/-	etwas anbieten
die Abschlussprüfung/-en	die Mitarbeiterin/-nen	etwas empfangen
der Ausbildungsberuf/-e	das Netzwerk/-e	etwas entwickeln
der Ausbildungsleiter/-	die Öffentlichkeit/-en	forschen
die Ausbildungsleiterin/-nen	die Öffentlichkeitsarbeit/-	sich kümmern um
der Bericht/-e	die Personalabteilung/-en	etwas leiten
die Berufsschule/-n	die Pressemitteilung/-en	etwas liefern
der Blockunterricht/-	die Produktion/-en	etwas sammeln
die Buchhaltung/-	die Qualifikation/-en	jemanden/etwas unterstützen
die Dienstleistung/-en	die Qualität/-en	etwas verbessern
die Direktion/-en	die Qualitätssicherung/-en	etwas verdienen
die EDV-Abteilung/-en	die Rechnung/-en	etwas zusammensetzen
das Fach/Fächer	das Recht/-e	
die Fachhochschule/-n	die Rechtsabteilung/-en	
die Forschung/-en	der Schichtdienst/-e	
das Gehalt/Gehälter	der Schulabgänger/-	
der Jurist/-en	die Schulabgängerin/-nen	
die Juristin/-nen	das Sekretariat/-e	
der Kunde/-n	der Versand/-	
die Kundin/-nen	der Vertrieb/-e	
der Kundendienst/-e	die Verwaltung/-en	
	die Werbung/-en	

LEHRERHANDREICHUNG

IN DER FIRMA

Die Schülerinnen und Schüler lernen verschiedene Abteilungen eines Unternehmens und deren Aufgabenbereiche kennen.

Material: Beamer, Wörterbücher

Arbeitsblätter:

AB 2.1 Die Abteilungen im Unternehmen

AB 2.2 Die Aufgaben der Abteilungen



AB 2.1 Die Abteilungen im Unternehmen

Den Begriff „Abteilung“ kennen die Schülerinnen und Schüler vermutlich noch nicht, können jedoch mit Unterstützung der Lehrkraft von selbst auf die Bedeutung kommen.



Welche Tätigkeiten, welche Aufgaben gibt es in einem Unternehmen? Zeigen Sie eines der Produkte aus Modul 1 und fragen Sie: „Wer hat alles mitgeholfen, dass dieses Produkt entstanden ist? Wer hat das Gummibärchen hergestellt? Wer hat die Farben der Verpackung ausgesucht?“ Die Schülerinnen und Schüler werden vermutlich bald erkennen, dass unterschiedliche Abteilungen daran beteiligt sind.

Projizieren Sie dann zur Unterstützung das Schaubild aus AB 2.1 an die Wand. Die Schülerinnen und Schüler studieren die Namen der verschiedenen Abteilungen eines fiktiven Unternehmens. Bei dem Schaubild handelt es sich nicht um die Abteilungen einer realen Firma, sondern es zeigt nur, wie eine Firma aufgebaut sein kann.

Je nach Firmenprofil kann es mehr oder weniger und auch andere Abteilungen geben. Anschließend lösen sie gemeinsam Aufgabe 1 und einigen sich auf eine Definition für den Begriff „Abteilung“. Beispiel: Eine Abteilung ist Teil eines Unternehmens. Jedes Unternehmen hat verschiedene Abteilungen. Jede Abteilung hat eine andere Aufgabe. Die Personalabteilung beispielsweise kümmert sich um die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.



AB 2.2 Die Aufgaben der Abteilungen

Bilden Sie Arbeitsgruppen. Jede Gruppe erhält AB 2.2 mit den Definitionen wichtiger Abteilungen einer Firma. Die Gruppen haben zwanzig Minuten Zeit, um die Definitionen zu lesen und diese den passenden Abteilungen zuzuordnen. Bei unbekanntem Wörtern hilft das Wörterbuch. Wichtig ist, dass die Schülerinnen und Schüler in ihren Teams über die Begriffe sprechen und alle am Ende wissen, was sie bedeuten.

Zur Wiederholung und Wissenssicherung die Definitionen aus AB 2.2 auseinanderschneiden. Jeder zieht eine Begriffsdefinition und liest sie im Plenum laut vor. Die anderen raten, welche Abteilung gemeint ist.

BERUFE UND BERUFSBILDER

In diesem Kapitel beschäftigen sich die Schülerinnen und Schüler mit verschiedenen Berufsbildern. Sie lernen verschiedene Ausbildungsmöglichkeiten kennen und erhalten einen Einblick in das duale Ausbildungssystem in Deutschland. Sie üben Recherche und selektives Lesen auf einer deutschen Internetseite. Ferner reflektieren sie die Unterschiede der Ausbildungswege in Deutschland und in ihrer Heimat.

Material: Wörterbücher, Computerplätze und Internetzugänge,
Lautsprecher oder Kopfhörer an den Computerplätzen, Beamer

Arbeitsblätter:

AB 2.3 Ausbildung und Studium

AB 2.4 Mein Wunschberuf

AB 2.5 Was bin ich?

AB 2.3 Ausbildung und Studium

Einstieg ins Thema: „Wer von euch weiß schon, was er nach der Schule machen möchte?“

Sammeln Sie Beispiele für Berufe oder Studienfächer an der Tafel. Wie heißen die Begriffe auf Deutsch?



In Aufgabe 1 setzen sich die Schülerinnen und Schüler mit dem deutschen Modell der betrieblichen Ausbildung auseinander. Die betriebliche Ausbildung, das sogenannte „duale System“, ist ein typisches Merkmal der deutschen Arbeitswelt und des Ausbildungswesens. Charakteristisch ist die Doppelung von praktischer und theoretischer Ausbildung, von Betrieb und Schule als Ausbildungsstätten.

Die Schülerinnen und Schüler lesen den Text des AB 2.3 und erläutern anschließend mit eigenen Worten, wie die Berufsausbildung in Deutschland funktioniert.

In Aufgabe 2 überlegen die Schülerinnen und Schüler, welche Berufe eine praktische und welche eine akademische Qualifikation erfordern. Anschließend Vergleich der Ergebnisse im Plenum.



An dieser Stelle sollte darauf hingewiesen werden, dass es im Deutschen für jeden Beruf im Allgemeinen auch eine weibliche Form gibt: Apotheker/Apothekerin, Bankkaufmann/Bankkauffrau etc.

Lassen Sie die Schülerinnen und Schüler zu den Beispielberufen in der Tabelle jeweils die weibliche und männliche Form formulieren!

In Aufgabe 3 vergleichen die Schülerinnen und Schüler das deutsche Ausbildungssystem mit dem ihres Heimatlandes und diskutieren: Wo gibt es Unterschiede, wo Gemeinsamkeiten? Was sind ihrer Meinung nach Vorteile, was Nachteile des jeweiligen Systems?



Tipp: Lehrkräfte finden weitere Informationen zum Thema „Ausbildung und duales System“, zum Beispiel auf der Internetseite www.ausbildung.net und auf der Internetseite des Goethe-Instituts www.goethe.de unter der Rubrik „Wissen/Wissenschaft und Bildung“.

AB 2.4 Mein Wunschberuf

Die Schülerinnen und Schüler informieren sich im Internet über einen Beruf ihrer Wahl und beschreiben ihn.

Vorbereitung:

Computer, Internetverbindung, Beamer und Lautsprecher, Wörterbücher bereitstellen.

Tipp: Die Bundesagentur für Arbeit bietet auf ihrer Website viele wichtige Informationen für junge Leute, die sich beruflich orientieren möchten: www.berufenet.arbeitsagentur.de
Hier kann man gezielt nach Informationen zu einem konkreten Beruf suchen: Wie lange dauert die Ausbildung? Welche Voraussetzungen braucht man für diesen Beruf? In welchen Branchen wird dieser Beruf gesucht?



Die Schülerinnen und Schüler arbeiten in Gruppen am Computer. Zunächst machen sie sich mit der Seite www.berufenet.arbeitsagentur.de vertraut und sichten die verschiedenen Berufe und Ausbildungsmöglichkeiten. Dann entscheiden sie sich für einen Beruf, über den sie sich genauer informieren möchten. Hierfür können sich die Gruppen auch neu zusammensetzen. Mithilfe der Fragen (Aufgabe 1) auf dem AB suchen die Gruppen gezielt Informationen und machen sich Notizen. Es sollen noch keine Filme angeschaut werden.



Aufgabe 2 eignet sich besonders für sprachlich stärkere Gruppen. Auf der Seite www.berufenet.arbeitsagentur.de findet man zu den meisten Berufen auch Links zu Videoclips von etwa fünf bis zehn Minuten, in denen jeweils ein Ausbildungsberuf oder eine Berufsgruppe vorgestellt wird. Diese kurzen Informationsfilme thematisieren Aufgaben, Einsatzbereiche, Voraussetzungen und viele andere Fragen rund um einen Ausbildungsberuf und lassen auch Auszubildende in ihren Betrieben zu Wort kommen. Ebenso kann man Info-Filme zu akademischen Berufen sowie zu Berufen für Menschen mit Behinderung ansehen. Man kann die Filme auch direkt über die Seite www.berufe.tv suchen.

Sowohl bei der Internetrecherche als auch beim Ansehen der Filme geht es nicht um vollständiges Verstehen, sondern darum, wichtige Informationen herauszufinden. Die Schülerinnen und Schüler sollten daher unbedingt darauf hingewiesen werden, dass sie keineswegs alles Wort für Wort verstehen müssen. Sie sollten ausreichend Zeit haben, um den Film auch ein zweites Mal ansehen zu können.



Abschließend verfasst jeder Schüler (Aufgabe 3) in Einzelarbeit ein schriftliches Kurzporträt seines Wunschberufes. Diese Aufgabe eignet sich auch als Hausaufgabe.

**AB 2.5 Was bin ich?**

Spielerischer Abschluss des Kapitels „Berufe und Berufsbilder“.

Schreiben Sie in jede leere Wortkarte des AB 2.5 einen Beruf, der den Lernenden bekannt sein sollte. Alternativ können sie auch jeden Schüler selbst einen Beruf auf einen Zettel schreiben lassen. Die Zettel werden gefaltet und gemischt. Ein Schüler zieht einen Zettel, darf aber nicht verraten, welchen Beruf er gezogen hat. Die anderen stellen dem Schüler Fragen, auf die man nur mit ja oder Nein antworten kann.

Beispiel: „Arbeitest du im Büro? Arbeitest du mit den Händen? Arbeitest du in der Lebensmittelbranche? Muss man dafür studieren?“ Beim ersten „Nein“ darf der nächste Schüler eine Frage stellen. Nach zehn Mal „Nein“ wird der Beruf verraten und gewechselt.

Alternativ kann ein Schüler den Beruf pantomimisch vorspielen; die anderen raten, welcher Beruf gemeint ist.

WAS WEISS ICH?

Spielerische Wissensüberprüfung und Wiederholung von Basisvokabular am Ende eines jeden Moduls.

Material: Wörterbücher

Arbeitsblätter:

AB 2.6 Quiz

AB 2.7 Meine Wörter

W 2 Wortschatz

AB 2.6 Quiz

Die Schülerinnen und Schüler beantworten eine Auswahl von Quizfragen. Dies kann mündlich auf Zuruf oder schriftlich als Ankreuztest erfolgen.



AB 2.7 Meine Wörter

Jeder Schüler wählt fünf Wörter aus der Vokabelliste, die er für besonders merkwürdig hält, und schreibt die Definitionen in die leeren Karten von AB 2.7. Die wichtigsten Wörter des Moduls stehen in der Liste W 2.

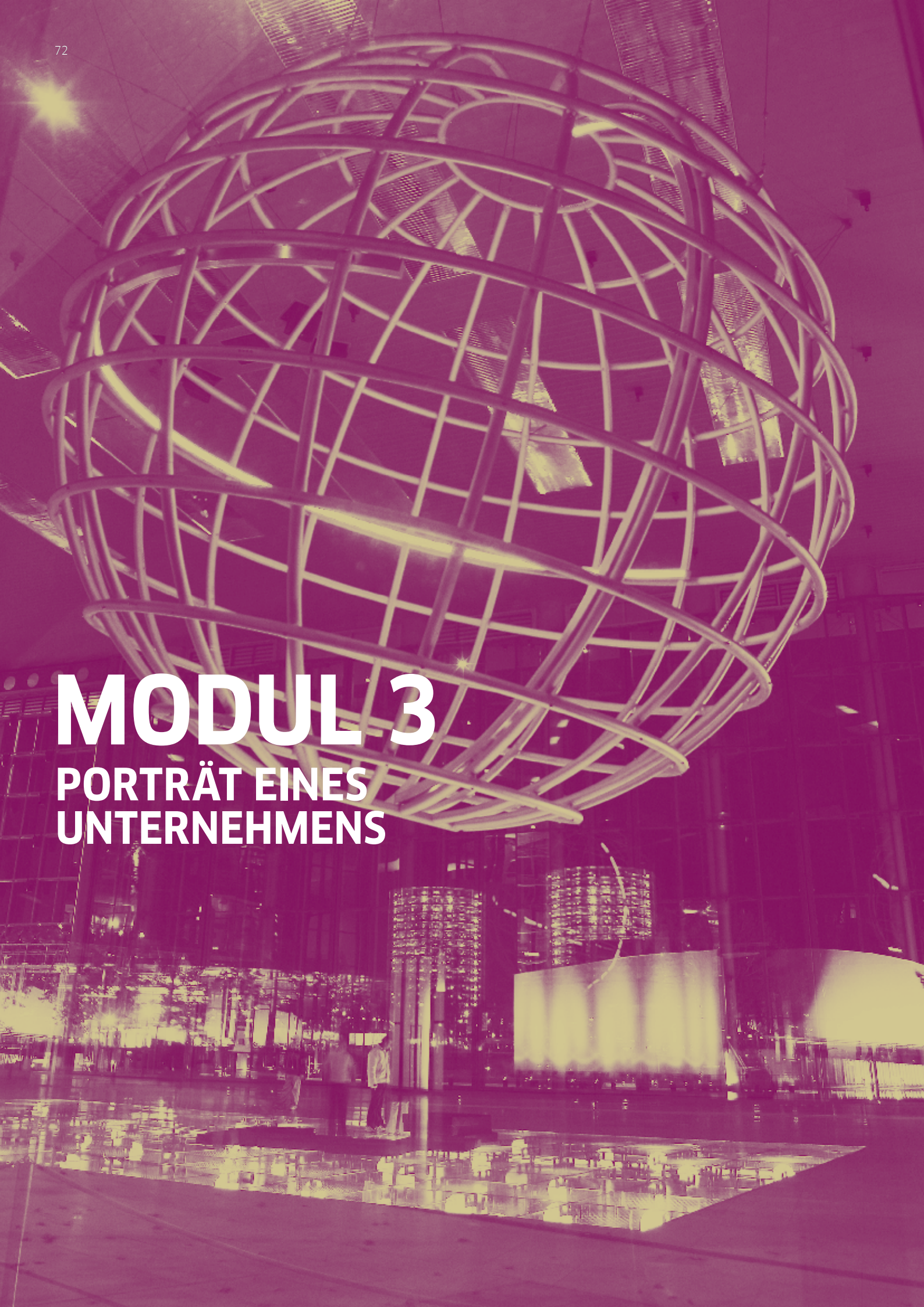


W 2 Wortschatz

Jedem Modul ist eine Liste mit dem wichtigsten Vokabular beigelegt. Es handelt sich um eine Auswahl von Wörtern, die für das Thema des Moduls allgemein von Bedeutung sind.

MODUL 3

PORTRÄT EINES UNTERNEHMENS



ÜBERSICHT

Die Schülerinnen und Schüler

- lernen, selbstständig auf deutschen Internetseiten zu recherchieren und die Informationen zu strukturieren.
- lernen wichtige Regeln für den formellen E-Mail-Verkehr.
- erarbeiten selbst wichtige Regeln für Präsentation/Vortrag und lernen, die eigenen sowie die Präsentationen anderer zu beurteilen.

Kapitel	Arbeitsblatt	Inhalt / Aufgabe	Zeit	Fertigkeiten	Arbeitsform
DIE RECHERCHE	AB 3.1 Rund um den Computer		2–3 UE		
	AB 3.2 Fragen an das Unternehmen	Beginn der Recherche für das Firmenporträt			
	AB 3.3 Formulierung der Ergebnisse	Überprüfung der Rechercheergebnisse und Vorbereitung der Präsentation			
	AB 3.4 Eine E-Mail an das Unternehmen	Schreiben einer formellen E-Mail			
DIE PRÄSENTATION	AB 3.5 Regeln für einen guten Vortrag	Selbstständiges Erkennen und Zusammenstellen von Präsentationsregeln	2–3 UE		
	AB 3.6 Checkliste	Überprüfung und Ergänzung der Regeln			
	AB 3.7 Redemittel	Sprachbausteine für die Präsentation			
	AB 3.8 Auswertung	Aktives Zuhören/Zuschauen und Bewerten der Präsentationen		 	
WAS WEISS ICH?	AB 3.9 Quiz	Spielerischer Abschluss des Moduls	20 Minuten		
	AB 3.10 Meine Wörter	Wortschatzarbeit			
	W 3 Wortschatz				
Gesamtdauer	ca. 5–6 Unterrichtseinheiten				

Bitte beachten: Parallel zu den ausgewiesenen Unterrichtseinheiten muss hinreichend Zeit für die Projektarbeit in Arbeitsgruppen einkalkuliert werden!

Erklärung:

Eine Unterrichtseinheit entspricht etwa 45 Minuten. Alle angegebenen Zeiten sind ungefähre Angaben, die je nach Land, Gruppenstärke, Sprachniveau und Vorwissen variieren können. Manche Aufgaben können auch zu Hause erarbeitet werden. Je nachdem, ob alle Arbeitsblätter eingesetzt werden, verlängert oder reduziert sich die angegebene Unterrichtszeit. Fertigkeiten werden nur angegeben, wenn sie in der Übung gezielt trainiert werden.

DIE RECHERCHE RUND UM DEN COMPUTER

1. Verbindet die Satzanfänge mit den Satzenden. Was passt zusammen?

Mit einem Rechner/Computer kann ich ...

... öffnet sich eine neue Seite.

Mit einer Suchmaschine kann ich ...

... Dateien erstellen.

Wenn ich auf einen Link klicke, ...

... nennt man Homepage.

Die erste Seite einer Website ...

... muss ich eine Internetadresse eingeben.

Um eine Website zu öffnen, ...

... nach Informationen im Internet suchen.

2. Ergänzt die passenden Wörter.

Änderungen

Maustaste

einfügen

Fenster

gelöscht

Datei

in digitaler Form

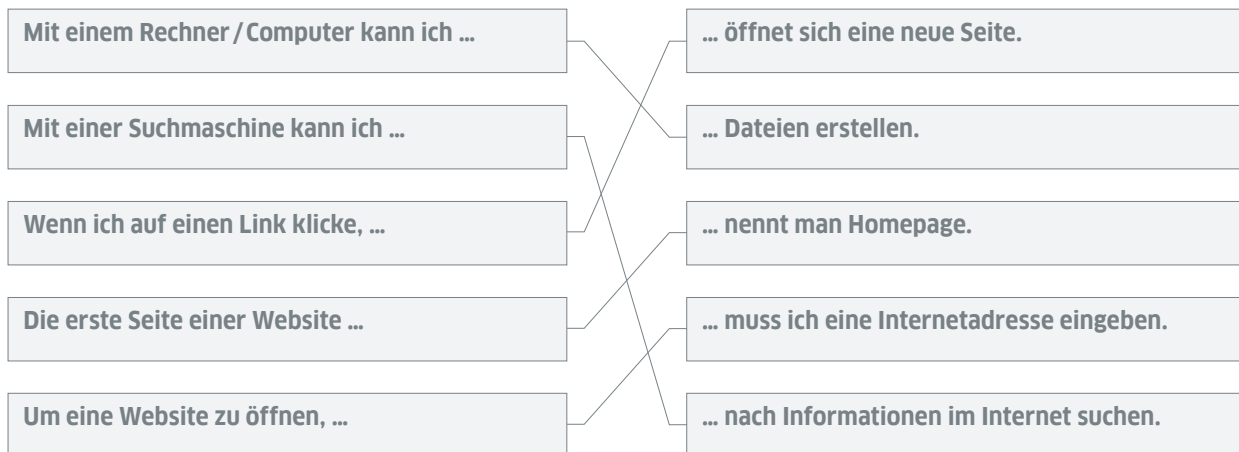
bearbeiten

speichern

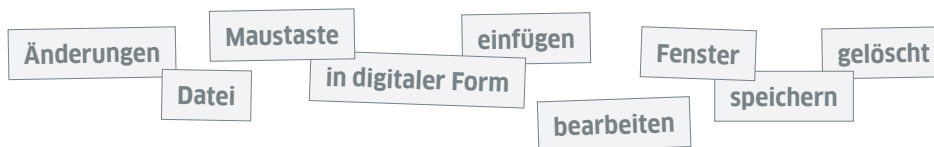
Heute gibt es viele Dokumente nicht mehr auf Papier, sondern _____. Das hat viele Vorteile, auch für die Umwelt. Aber wie funktioniert das? Wie öffnet man eine _____? Ganz einfach: Man klickt mit der linken _____ auf einen Link. Sofort öffnet sich ein _____ mit der Datei. Eine Word-Datei kann man jetzt _____. Man kann etwas schreiben oder auch Bilder _____. Achtung: Man muss die Datei _____! Wenn ihr eure _____ nicht speichert, dann wird eure ganze Arbeit _____.

DIE RECHERCHE RUND UM DEN COMPUTER – LÖSUNG

1. Verbindet die Satzanfänge mit den Satzenden. Was passt zusammen?



2. Ergänzt die passenden Wörter.



Heute gibt es viele Dokumente nicht mehr auf Papier, sondern **in digitaler Form**. Das hat viele Vorteile, auch für die Umwelt. Aber wie funktioniert das? Wie öffnet man eine **Datei**? Ganz einfach: Man klickt mit der linken **Maustaste** auf einen Link. Sofort öffnet sich ein **Fenster** mit der Datei. Eine Word-Datei kann man jetzt **bearbeiten**. Man kann etwas schreiben oder auch Bilder **einfügen**. Achtung: Man muss die Datei **speichern**! Wenn ihr eure **Änderungen** nicht speichert, dann wird eure ganze Arbeit **gelöscht**.

DIE RECHERCHE FRAGEN AN DAS UNTERNEHMEN

Arbeitet in Projektgruppen zu einem deutschen Unternehmen. Eure Aufgabe ist es, ein Porträt dieses Unternehmens zu erstellen. Am Ende der Projektarbeit 1 sollt ihr das Unternehmen präsentieren.

1. **Sucht im Internet die Website des Unternehmens.**
2. **Recherchiert dort alle Informationen zu dem Unternehmen, die ihr wichtig findet. Die Fragen auf dem Arbeitsblatt helfen euch dabei.**
3. **Sammelt und notiert eure Ergebnisse.**

ALLGEMEINE INFORMATIONEN: DATEN UND FAKTEN

Wann wurde das Unternehmen gegründet?

Wo hat die Firma ihren (Haupt-)Sitz? Wo gibt es Niederlassungen?

Was stellt die Firma her? Für welche Produkte ist die Firma bekannt?

Zu welcher Branche gehört das Unternehmen?

Wem gehört das Unternehmen?

Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat das Unternehmen?

Wie viel Umsatz macht das Unternehmen pro Jahr?

Gibt es Tochterfirmen? Wenn ja, welche und wo?

Wo befinden sich die Produktionsorte des Unternehmens?

Wie bekannt ist die Firma in eurem Land? Fragt in eurer Familie und in eurem Freundeskreis nach.

Wer ist die Zielgruppe des Unternehmens (wer soll die Produkte des Unternehmens kaufen)?

Engagiert sich das Unternehmen in anderen Bereichen (z. B.: Soziales, Umweltschutz oder Kunst)?

DIE RECHERCHE FRAGEN AN DAS UNTERNEHMEN

AUSBILDUNG UND BERUF

Welche Berufe kann man in dem Unternehmen ausüben?

Welche praktischen Ausbildungen kann man hier machen?

Kann man hier ein Praktikum machen?

Welche Stellen müssen aktuell neu besetzt werden?

Welche Jobs sind wohl in Zukunft besonders gefragt?

Tipp: Informationen dazu findet ihr zum Beispiel in der Rubrik „Karriere“ auf der Homepage des Unternehmens.

DIE RECHERCHE FRAGEN AN DAS UNTERNEHMEN

4. Ihr habt viele Informationen über das Unternehmen gesammelt und viel Neues erfahren.
Welchen Eindruck habt ihr von der Firma?

UNSER EINDRUCK VOM UNTERNEHMEN

Was gefällt euch an dem Unternehmen besonders gut?

Was gefällt euch vielleicht nicht so gut?

Welche Informationen fandet ihr besonders interessant?

Welche Produkte/Dienstleistungen haben euch besonders gut gefallen?

Habt ihr ein Angebot vermisst?

Könntet ihr euch vorstellen, bei dieser Firma zu arbeiten? Warum ja? Warum nein?

5. Sammelt drei Adjektive, die die Firma beschreiben, und diskutiert in eurer Gruppe darüber.
Seid ihr alle mit der Beschreibung einverstanden?

UNSER FAZIT

1.

2.

3.



DIE RECHERCHE FORMULIERUNG DER ERGEBNISSE

A. ALLGEMEINE INFORMATIONEN ÜBER DAS UNTERNEHMEN GEBEN

Beispiel: Bosch ist ein internationales Unternehmen.

... ist eine kleine / große / mittelständische Firma.

... ist im Bereich Pharma / Maschinenbau / Mode / Tourismus / _____ tätig.

... gehört zum / zur _____ Konzern / Gruppe.

... bietet _____ an.

... produziert _____.

... stellt _____ her.

... entwickelt / baut / konstruiert / erforscht _____.

... verkauft / handelt mit / vertreibt _____.

... ist spezialisiert auf / ist Spezialist für _____.

... ist (einer der größten) Anbieter / Hersteller von _____.

B. DIE FIRMENSTRUKTUR

Die Firma / Das Unternehmen

... ist eine Tochterfirma von / ist eine Niederlassung von _____ (Name des Mutterkonzerns).

... ist ein Unternehmen, das zu _____ (Name des Mutterkonzerns) gehört.

... gehört zu einem Konzern, der in _____ (Ort) seinen Sitz hat.

... gehört zur _____ -Gruppe.

... besteht aus den Abteilungen: _____.

... ist aufgeteilt in die Bereiche / Abteilungen _____.

DIE RECHERCHE FORMULIERUNG DER ERGEBNISSE

C. STANDORT DES UNTERNEHMENS

Die Firma/Das Unternehmen

... hat ihren Hauptsitz/hat seinen Hauptsitz in _____ (Stadt/Region/Land).

... hat Standorte/Niederlassungen/Filialen in _____.

... ist weltweit/international noch in _____ und _____ tätig.

... hat viele weitere Standorte, zum Beispiel in _____ und _____.

Das Mutterunternehmen/Der Mutterkonzern steht in _____.

D. LEITUNG DES UNTERNEHMENS

Die Firma/Das Unternehmen

... wird von _____ geleitet.

... Die Geschäftsleitung ist _____.

... _____ führt das Unternehmen seit _____.

E. ZAHLEN UND FAKTEN

Die Firma/Das Unternehmen

... beschäftigt ungefähr / fast / über / mehr als / etwas weniger als _____ Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

... macht einen jährlichen Umsatz von _____.

Jährlich werden circa _____ weltweit/in _____ produziert.

Die Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter / Der Umsatz beträgt/liegt bei _____.

F. INFORMATIONEN ZUR UNTERNEHMENSGESCHICHTE

Die Firma/Das Unternehmen

... wurde _____ gegründet.

... hat eine _____-jährige Geschichte.

... stellt seit _____ Jahren _____ her.

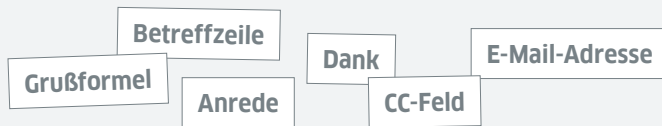
... handelt seit _____ mit _____.

... hat sich seit _____ auf _____ spezialisiert.

... besteht/existiert seit _____.

DIE RECHERCHE EINE E-MAIL AN DAS UNTERNEHMEN

1. Schreibt die Begriffe in die richtigen Kästchen.



E-Mail-Maske	
info@miele.de	<input type="text"/>
meine_lehrerin@schule.com	<input type="text"/>
Unternehmen Deutsch	<input type="text"/>

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir sind Schüler der Schule _____

aus _____.

Im Deutschunterricht machen wir das Projekt „Unternehmen Deutsch“.
Unsere Arbeitsgruppe soll eine Präsentation zur Firma MIELE erstellen.
Wir möchten Ihnen eine Frage/mehrere Fragen stellen.

((Frage/n)) _____

Könnten Sie uns auch Informationen oder Werbematerial für unsere Präsentation schicken?

Vielen Dank für ihre Unterstützung!

Mit freundlichen Grüßen

((Namen))

DIE RECHERCHE EINE E-MAIL AN DAS UNTERNEHMEN

2. Überlegt euch eine bis drei Fragen, die ihr der Firma stellen wollt.

Zum Beispiel Fragen, auf die ihr bei eurer Internetrecherche keine Antworten finden konntet.

3. Formuliert selbst eine E-Mail an das Unternehmen. Stellt darin eure Fragen.

Achtet darauf, dass die E-Mail alle notwendigen Elemente enthält!

Anrede
Text
Wer sind wir?
Warum schreiben wir?
Unsere Fragen zum Unternehmen
1.
2.
3.
Unsere Bitte
Adresse der Schule
Dank
Grußformel
Name(n)

DIE RECHERCHE EINE E-MAIL AN DAS UNTERNEHMEN – LÖSUNG

1. Schreibt die Begriffe in die richtigen Kästchen.



E-Mail-Maske

info@miele.de	E-Mail-Adresse
meine_lehrerin@schule.com	CC-Feld
Unternehmen Deutsch	Betreffzeile

Sehr geehrte Damen und Herren, Anrede

wir sind Schüler der Schule _____

aus _____.

Im Deutschunterricht machen wir das Projekt „Unternehmen Deutsch“.
Unsere Arbeitsgruppe soll eine Präsentation zur Firma MIELE erstellen.
Wir möchten Ihnen eine Frage/mehrere Fragen stellen.

((Frage/n)) _____

Könnten Sie uns auch Informationen oder Werbematerial für unsere Präsentation schicken?

Vielen Dank für ihre Unterstützung! Dank

Mit freundlichen Grüßen Grußformel

((Namen)) _____

DIE PRÄSENTATION REGELN FÜR EINEN GUTEN VORTRAG

Im Berufsleben muss man manchmal einen Vortrag halten. Zum Beispiel, wenn man ein neues Projekt oder eine neue Idee vorstellt. In Firmen werden Vorträge meist mit einer PowerPoint-Präsentation kombiniert. Damit die Zuhörerinnen und Zuhörer dem Vortrag mit Interesse folgen, sollte man verschiedene Regeln beachten.

1. Was muss man beim Präsentieren beachten? Welche Fehler sollte man vermeiden?

Überlegt zu zweit und sammelt eure Ideen.

2. Lest die Sätze und kreuzt an: Welche Aussagen sind richtig, welche falsch?

	richtig	falsch
1. Beim Sprechen kreuzt der Vortragende die Arme vor der Brust.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Der Vortragende sucht Blickkontakt zum Publikum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Der Vortragende steht mit dem Rücken zu den Zuhörern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Der Vortragende spricht laut, deutlich und nicht zu schnell.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Der Vortragende liest den Text Wort für Wort ab.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Zu komplizierte Formulierungen ermüden die Zuhörer.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Beispiele und Fragen machen den Vortrag lebendig.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Je mehr Folien man zeigt, desto besser.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Der Text auf den Folien sollte so detailliert wie möglich sein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Jede Folie sollte ein anderes Layout haben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

DIE PRÄSENTATION REGELN FÜR EINEN GUTEN VORTRAG

5

3. Formuliert selbst fünf goldene Regeln, die eurer Meinung nach besonders wichtig sind für eine gute Präsentation.

1.
2.
3.
4.
5.

DIE PRÄSENTATION

REGELN FÜR EINEN GUTEN VORTRAG – LÖSUNG

Im Berufsleben muss man manchmal einen Vortrag halten. Zum Beispiel, wenn man ein neues Projekt oder eine neue Idee vorstellt. In Firmen werden Vorträge meist mit einer PowerPoint-Präsentation kombiniert. Damit die Zuhörerinnen und Zuhörer dem Vortrag mit Interesse folgen, sollte man verschiedene Regeln beachten.

2. Lest die Sätze und kreuzt an: Welche Aussagen sind richtig, welche falsch?

	richtig	falsch
1. Beim Sprechen kreuzt der Vortragende die Arme vor der Brust.		X
2. Der Vortragende sucht Blickkontakt zum Publikum.	X	
3. Der Vortragende steht mit dem Rücken zu den Zuhörern.		X
4. Der Vortragende spricht laut, deutlich und nicht zu schnell.	X	
5. Der Vortragende liest den Text Wort für Wort ab.		X
6. Zu komplizierte Formulierungen ermüden die Zuhörer.	X	
7. Beispiele und Fragen machen den Vortrag lebendig.	X	
8. Je mehr Folien man zeigt, desto besser.		X
9. Der Text auf den Folien sollte so detailliert wie möglich sein.		X
10. Jede Folie sollte ein anderes Layout haben.		X

DIE PRÄSENTATION CHECKLISTE

Vortrag

Lies deine Präsentation nicht ab, sondern sprich frei.

Sprache

Sprich laut und deutlich. Nutze ein Vokabular, das alle verstehen. Erkläre komplizierte Wörter.

Publikum

Schaue deine Mitschülerinnen und Mitschüler an, während du sprichst. Das macht deine Präsentation interessant.

Spannung

Sorge für Abwechslung. Mach deinen Vortrag lebendig, in dem du konkrete Beispiele gibst und sie erklärst.

Interaktion

Keine Angst vor kurzen Pausen! Vielleicht hat jemand eine Frage. Du kannst dir auch selbst ein bis zwei Fragen ausdenken und sie deinen Mitschülern stellen.

Anfang und Ende

Überlege dir, wie du beginnen möchtest. Ein guter Anfang weckt das Interesse der Zuhörerinnen und Zuhörer. Zum Beispiel kannst du eine Frage formulieren, die du am Ende des Vortrags beantwortest. Am Ende des Vortrags kann man auch die Eingangsfrage beantworten oder ein Fazit formulieren. Man kann aber auch eine Frage an das Publikum stellen und auf diese Weise eine Diskussion eröffnen.

Technik

Prüfe rechtzeitig vorher, ob die notwendigen Geräte bereit sind und funktionieren.

Visualisierung

Weniger ist mehr! Schreibe nicht jeden Satz deines Vortrags in deine Präsentation.

Und denk daran: Die Folien sollen deinen Vortrag illustrieren und ergänzen, aber nicht ersetzen.

- maximal 5 Punkte pro Folie
- maximal 5 Worte pro Punkt
- maximal 15 Folien insgesamt

Schrift

Nutze eine große Schriftgröße (min. 28 pt.) und eine klare Schrift (z. B. Arial oder Verdana).

Farbe

Nutze klare Farben und einen großen Farbkontrast für Schrift und Hintergrund (z. B. Schwarz auf Weiß).

Wichtigkeit

Für wichtige Punkte kannst du die Schrift vergrößern oder fett machen.

Kontinuität

Nutze einen einfachen Hintergrund und immer die gleiche Schrift und Überschrift (Größe, Farbe, Schrift).

Bilder

Zeige Bilder und Grafiken, aber nicht zu viele. Dein mündlicher Vortrag ist wichtiger.

Effekte

Vermeide überflüssige Effekte beim Folienwechsel. Das lenkt nur die Aufmerksamkeit des Publikums ab.

Quellen

Du musst die Quellen deiner Recherche angeben. Das ist sehr wichtig, um das Copyright nicht zu verletzen.

Tipp: Übung macht den Meister! Probiere deinen Vortrag mindestens einmal vorher aus. Das hilft gegen Nervosität. Stoppe dabei die Zeit, damit du weißt, wie lange die Präsentation dauert. Um ganz sicher zu sein, kannst du dir auch die ersten drei Sätze deines Vortrags vorher genau überlegen.

DIE PRÄSENTATION

REDEMittel

Einleitung

- Das Thema meines Vortrags/Referats/meiner Präsentation ist ...
- Ich spreche heute zum Thema ... /über ...
- Ich möchte heute über ... sprechen.

Über die Struktur sprechen

- Ich möchte über die vier /fünf/ ... wesentlichen Punkte sprechen, und zwar ...
- Zuerst möchte ich über ... sprechen und dann etwas zum Thema ... sagen.
- Im dritten Teil geht es dann um ...
- Und zum Schluss möchte ich noch auf ... eingehen.
- Mein Vortrag gliedert sich in drei Teile. Zuerst möchte ich ..., dann werde ich ... und zum Schluss ...

Übergänge

- Nun spreche ich über ...
- Ich komme jetzt zum zweiten/nächsten Teil: ...

Auf Folien hinweisen

- Ich habe einige Folien zum Thema vorbereitet.
- Auf dieser Folie sehen Sie/seht ihr ...
- Auf dieser Folie ist zusammengefasst ...
- Wie man hier sehen kann, ist/sind ...

Schluss

- Ich komme jetzt zum Schluss.
- Zusammenfassend möchte ich sagen, ...
- Abschließend möchte ich noch erwähnen, ...
- Ich hoffe, Sie haben/ihr habt einen Überblick über ... erhalten.
- Das waren die wichtigsten Informationen über ...
- Vielen Dank für Ihre/eure Aufmerksamkeit.
- Wenn Sie noch Fragen haben/ihr noch Fragen habt, beantworte ich sie gern.

Kommentare der Zuhörerinnen und Zuhörer

- Ich fand deinen Vortrag ..., weil ...
- Die Präsentation hat mir gut/nicht so gut gefallen, weil ...
- Ich fand gut/besonders gut/nicht so gut, dass du ...
- Besonders interessant fand ich ...
- ... wusste ich noch nicht.
- Über ... würde ich jetzt gern noch mehr wissen.
- Mir ist aufgefallen, dass du ...
- Hier hättest du noch ... sagen/zeigen können.
- Den Punkt ... hättest du weglassen/noch hinzufügen können.
- Ich habe nicht verstanden, warum ...
- Es wäre vielleicht besser gewesen, wenn du ...
- Von ... hättest du noch mehr erzählen können/nicht so viel erzählen sollen.
- Beim nächsten Mal solltest du ... etwas mehr/etwas weniger ...





WAS WEISS ICH? QUIZ

1. Wenn man auf einen Link klickt, öffnet sich

- a) ein Fenster
- b) eine Tür
- c) ein Schloss

2. Ein anderes Wort für Dienstleistung ist

- a) Dienstmädchen
- b) Niederlassung
- c) Service

3. Ein Tochterunternehmen ist

- a) ein Teil eines Mutterkonzerns
- b) ein Unternehmen nur für Töchter
- c) ein besonders kleines Unternehmen

4. Was darf man bei einer formellen Mail auf keinen Fall vergessen?

- a) Anhang
- b) Betreff
- c) Blumen

5. Wie viele Folien sollte eine Präsentation maximal haben?

- a) 5
- b) 50
- c) 15

WAS WEISS ICH? QUIZ – LÖSUNG

1. Wenn man auf einen Link klickt, öffnet sich

- a) ein Fenster
- b) eine Tür
- c) ein Schloss

2. Ein anderes Wort für Dienstleistung ist

- a) Dienstmädchen
- b) Niederlassung
- c) Service

3. Ein Tochterunternehmen ist

- a) ein Teil eines Mutterkonzerns
- b) ein Unternehmen nur für Töchter
- c) ein besonders kleines Unternehmen

4. Was darf man bei einer formellen Mail auf keinen Fall vergessen?

- a) Anhang
- b) Betreff
- c) Blumen

5. Wie viele Folien sollte eine Präsentation maximal haben?

- a) 5
- b) 50
- c) 15

WAS WEISS ICH? MEINE WÖRTER

Wähle aus der Vokabelliste fünf Wörter, die du besonders wichtig findest und notiere sie in der linken Spalte.
Schreibe die passende Definition in die rechte Spalte.

WAS WEISS ICH? WORTSCHATZ

die Alternative/-n	der Produktionsort/-e	etwas befördern
der Anbieter/-	die Produktionsstätte/-n	etwas besetzen
das Angebot/-e	die Region/-en	einfügen
der Bereich/-e	der Rechner/-e	sich engagieren
das Dokument/-e	die Stelle/-n	etwas gründen
der Eindruck/Eindrücke	die Struktur/-en	etwas konstruieren
die Geschäftsleitung/-en	die Suchmaschine/-n	löschen
der Geschäftsleiter/-	die Tochterfirma/-en	speichern
die Geschäftsleiterin/-nen	der Umsatz/Umsätze	sich spezialisieren auf/
der Hersteller/-	der Umweltschutz	spezialisiert sein auf
die Homepage/-s	der Vorschlag/Vorschläge	Spezialist/Spezialistin sein für
der (Mutter-)Konzern/-e	die Website/-s	tätig sein
der Link/-s	die Zielgruppe/-n	etwas verarbeiten
die Maus/Mäuse	die Zweigstelle/-n	
der (Maus-)Klick/-s		digital
die (Maus-)Taste/-n		mittelständisch
das Praktikum/Praktika		quantitativ

LEHRERHANDREICHUNG

PROJEKTARBEIT TEIL 1

Mit Modul 3 beginnt die Projektarbeit, die im Modul 5 weitergeführt wird.

Teil 1 der Projektarbeit ist die Erstellung eines Firmenporträts. Die Schülerinnen und Schüler finden sich in Arbeitsgruppen zusammen, die über einen längeren Zeitraum gemeinsam arbeiten und sich mit einem Unternehmen intensiver auseinandersetzen. Sie recherchieren selbstständig Informationen zu „ihrer“ Firma im Internet und erarbeiten gemeinsam eine Präsentation für die Klasse.

Abschluss der Projektarbeit von Teil 1 ist die Präsentation aller Gruppen und die Auswertung im Plenum. Teil 2 der Projektarbeit erfolgt in Modul 5 mit der Entwicklung eines Produktes für die Firma.

Auswahl der Unternehmen

Treffen Sie eine Auswahl, zu welchen Unternehmen die Schülerinnen und Schüler arbeiten sollen.

Beispiele für bekannte deutsche Unternehmen finden Sie in Modul 1, AB 1.4.

Die Anzahl der Unternehmen, zu denen Arbeitsgruppen gebildet werden, richtet sich nach der Größe der Klasse, denn eine Gruppe sollte aus nicht mehr als drei bis fünf Schülerinnen und Schülern bestehen.

Bildung der Arbeitsgruppen

Ob die Arbeitsgruppen sich „ihr“ Unternehmen selbst wählen oder ob dies vorgegeben wird, entscheidet die Lehrkraft.

- a) Die Schülerinnen und Schüler wählen selbst, mit welchem Unternehmen sie sich näher beschäftigen wollen und finden sich nach Interesse zusammen. Dies ist sicher besonders motivierend, birgt aber die Gefahr, dass bestimmte Unternehmen zu viele, andere zu wenige oder gar keine Interessenten finden.
- b) Die Gruppen werden zugeteilt. Dies gewährleistet, dass alle Arbeitsgruppen zu einer anderen Firma arbeiten und eine möglichst große Auswahl an Porträts erstellt wird.

Methoden zur Zuteilung der Gruppen:

- Durchzählen lassen
- Lose ziehen
- Ein Foto zusammensetzen: Die Schülerinnen und Schüler ziehen Schnipsel eines Bildes (zum Beispiel Firmenlogo). In einem Klassenspaziergang versuchen sie, die passenden Puzzlestücke zu finden und finden sich auf diese Weise in Gruppen zusammen.

Tipp: Es empfiehlt sich, dass die Schülerinnen und Schüler zumindest einen Teil der Projektarbeit außerhalb des Unterrichts durchführen (Recherche, Vorbereitung der Präsentation). Auf diese Weise üben sie auch, selbstständige Arbeitsabläufe im Team zu organisieren. Lassen Sie den Schülerinnen und Schülern genügend Zeit (mindestens eine Woche), um die Recherche sorgfältig durchführen zu können und die Präsentation vorzubereiten.

Nennen Sie den Gruppen rechtzeitig ihren Termin für die Präsentation, damit sie sich darauf einstellen können. Die Vorbereitung kann von den Schülerinnen und Schülern in ihrer Freizeit organisiert werden.

DIE RECHERCHE

Die Schülerinnen und Schüler lernen die Website „ihres“ Unternehmens kennen und finden heraus, welche Rubriken für ihre Recherche wichtig sind. Sie strukturieren ihre Recherche, formulieren die Ergebnisse und verfassen eine formelle E-Mail an die Firma.

Material: Jeweils ein Computer mit Internetanschluss pro Team

Arbeitsblätter:

- AB 3.1 Rund um den Computer
 - AB 3.2 Fragen an das Unternehmen
 - AB 3.3 Formulierung der Ergebnisse
 - AB 3.4 Eine E-Mail an das Unternehmen
-

Vorbereitung:

Prüfen, ob Computer und Internetanschlüsse funktionieren.

AB 3.1 Rund um den Computer

Einführung von wichtigem Vokabular für die Internetrecherche. Die Schülerinnen und Schüler lösen paarweise die Aufgaben. Anschließend werden die Lösungen im Plenum verglichen und korrigiert.



AB 3.2 Fragen an das Unternehmen

Die Übung sollte in der Stunde begonnen, aber dann selbstständig außerhalb des Unterrichts von den Projektgruppen weiterbearbeitet werden. Der Zeitraum kann variieren, je nachdem, wie viel Zeit insgesamt für die Projektarbeit zur Verfügung steht. Die Schülerinnen und Schüler sollen sich zunächst mit der Internetpräsenz eines Unternehmens vertraut machen, bevor sie mit der Beantwortung der Fragen auf dem Arbeitsblatt beginnen. Es geht dabei um eine erste Orientierung und noch nicht um Inhalte. Zeigen Sie im Plenum die Website eines deutschen Unternehmens, über das keine der Projektgruppen arbeitet.



- Wie ist die Homepage strukturiert?
- Welche Rubriken gibt es hier?
- Wo findet man die Adresse des Unternehmens? Wo findet man die Telefonnummern der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter?
- Wo findet man Informationen über offene Stellen oder Ausbildungsmöglichkeiten?

Danach haben die Schülerinnen und Schüler Zeit, sich auf der Website „ihres“ Unternehmens mithilfe der Fragen des AB 3.2 zu orientieren und sich in ihren Gruppen zu besprechen.

Helfen Sie reihum bei der Übersetzung wichtiger Menüpunkte. Machen Sie deutlich, dass nicht alle Informationen der Website verstanden werden müssen!

Nach der ersten Orientierung sammeln Sie wichtige Begriffe der Website an der Tafel und lassen sie von den Schülern erklären (zum Beispiel „Karriere“): Welche Informationen findet man hier? Gemeinsam wird geschaut, welche Rubriken für die Recherche besonders wichtig sein könnten. Diese werden an der Tafel notiert.

Wenn noch Zeit bleibt, bearbeiten die Schülerinnen und Schüler die ersten Leitfragen des AB 3.2 gemeinsam in ihrem Team.

Die Beantwortung des Fragebogens wird danach als Recherchearbeit selbstständig in den Arbeitsgruppen weitergeführt. Dies kann, je nach den Bedingungen im Land, ganz oder teilweise auch außerhalb der Unterrichtszeit geschehen.



AB 3.3 Formulierung der Ergebnisse

Das AB 3.3 enthält viele Redemittel, die den Gruppen bei der Vorbereitung ihrer Präsentation helfen. Es ersetzt nicht die Beantwortung der Fragen des AB 3.2.



Jeder schreibt aus den Bausteinen einen eigenen Text. Dazu wählt jeder Schüler aus jedem Block (A - F) die Kombinationen, die ihm am besten gefallen. Der Text sollte aber insgesamt nicht zu lang sein. Im Anschluss diktieren sich immer zwei Schüler gegenseitig ihren Text und korrigieren anschließend das Ergebnis.



AB 3.4 Eine E-Mail an das Unternehmen

In der Arbeitswelt sind E-Mails schon lange das Kommunikationsmittel Nr. 1. Dabei sollte man jedoch einige Regeln beachten. Diese Aufgabe macht die Schülerinnen und Schüler mit den wichtigsten Regeln einer formellen E-Mail vertraut: Man beginnt mit einer Anrede und endet mit einem Gruß. Ein Datum ist nicht nötig. Wörter aus der Umgangssprache (zum Beispiel „Hallo“ oder „Tschüss“) oder Abkürzungen wie in einer SMS gehören nicht in eine formelle E-Mail.

Die Schülerinnen und Schüler lösen zunächst Aufgabe 1. Dabei sollen sie sich wichtige Wendungen und Schreibweisen einprägen. Besprechen Sie im Plenum, was beim Verfassen einer formellen E-Mail beachtet werden sollte, zum Beispiel die Art der Anrede, die Grußformel und die Angabe eines Betreffs.

Anschließend besprechen die Schülerinnen und Schüler in ihrer Arbeitsgruppe, welche Fragen oder Bitten sie an ihr Unternehmen schreiben wollen.

Mithilfe der Vorlage schreiben sie eine neue E-Mail an „ihre“ Firma und formulieren darin ihre Fragen. Zur Korrektur können die E-Mails an die Lehrkraft geschickt werden. Sammeln Sie die wichtigsten Fehler und besprechen Sie sie im Plenum.

Tipp: Wenn Kontakte oder Kooperationen mit realen Unternehmen bestehen (siehe „Die Materialien“), können die Schülerinnen und Schüler ihre E-Mail auch an einen Ansprechpartner in der betreffenden Firma schicken und erhalten dann vielleicht sogar Informationen aus erster Hand. Dies geht jedoch nur, wenn es mit einer Firma abgesprochen ist!

DIE PRÄSENTATION

Die folgenden Aufgaben dienen der Vorbereitung für die Präsentation der Firmenporträts vor der Klasse.

Material: Beamer für die Auswertung

Arbeitsblätter:

AB 3.5 Regeln für einen guten Vortrag

AB 3.6 Checkliste

AB 3.7 Redemittel

AB 3.8 Auswertung

Vorbereitung:

Prüfen, ob die nötige Technik bereit und funktionsfähig ist.

AB 3.5 Regeln für einen guten Vortrag

Die Schülerinnen und Schüler lösen in Partnerarbeit die Aufgaben des AB 3.5 und erarbeiten auf diese Weise selbst, was eine gute und schlechte Präsentation ausmacht. Vergleich im Plenum.

AB 3.6 Checkliste

Anschließend können die Schülerinnen und Schüler mithilfe der Checkliste noch einmal überprüfen, was bei einer Präsentation zu beachten ist.

AB 3.7 Redemittel

Die Redemittel helfen bei der Vorbereitung des mündlichen Vortrags, wie auch bei der Auswertung der Präsentationen. Dadurch erhalten die Projektgruppen wichtige Impulse für ihre Abschlusspräsentationen.

Tipp: Wenn die Zeit es erlaubt, kann das Präsentieren vorab geübt werden. Zum Beispiel, indem die Schüler sich selbst oder einen Mitschüler vorstellen. Ideal wäre es, diese Präsentationen zu filmen und zu analysieren. Dabei ist darauf hinzuweisen, dass die Schülerinnen und Schüler dies als Chance zum Üben erkennen und keine Perfektion erwarten.





AB 3.8 Auswertung

Die Präsentation der Firmenporträts ist der erste Höhepunkt der Projektarbeit. Die Projektgruppen stellen „ihre“ Unternehmen vor. Während jede Gruppe ihre erarbeitete Präsentation vorträgt, bewerten die anderen die Vortragsweise. Gleichzeitig sollen sie sich auch Fragen zum Vortrag überlegen.

Die Schülerinnen und Schüler sollen bei den Präsentationen aufmerksam zuhören und diese nach den Kriterien auf dem Arbeitsblatt bewerten.

Nach jeder Präsentation einer Gruppe wird zunächst eine kleine Diskussionsrunde geführt, in der jeder Schüler eine Frage stellen kann, auf die die Präsentierenden so gut es geht zu antworten versuchen. Anschließend können die Lernenden in einer kleinen Feedbackrunde ihre Bemerkungen aus dem Bewertungsbogen zu den Präsentationen äußern. Die Bewertung darf gegebenenfalls auch in der Muttersprache geschehen.

Tipp: PowerPoint ist nicht alles, es gibt noch andere Medien und andere Präsentationsarten. Da PowerPoint-Präsentationen heute jedoch in vielen Firmen zum Arbeitsalltag gehören, kann es durchaus hilfreich sein, wenn die Schülerinnen und Schüler dies hier üben können.

Im zweiten Teil der Projektarbeit, bei der Vorstellung der Produkte, haben sie die Gelegenheit, weitere Präsentationsformen auszuprobieren.

Eine Auswahl von Präsentationsmöglichkeiten jenseits von PowerPoint:

- Plakat oder Collage
- Blog
- Lernstationen
- Rollenspiel
- Reportage
- Interview mit Experten/Expertengruppe
- Pressekonferenz
- Podiumsdiskussion oder Talkshow
- Informationsstand
- Werbespot
- Comic
- Fotostory
- Kommentierter Bildband

WAS WEISS ICH?

Spielerische Wissensüberprüfung und Wiederholung von Basisvokabular am Ende eines jeden Moduls.

Material: Wörterbücher

Arbeitsblätter:

AB 3.9 Quiz

AB 3.10 Meine Wörter

W 3 Wortschatz

AB 3.9 Quiz

Die Schülerinnen und Schüler beantworten eine Auswahl von Quizfragen. Dies kann mündlich auf Zuruf oder schriftlich als Ankreuztest erfolgen.



AB 3.10 Meine Wörter

Jeder Schüler wählt fünf Wörter aus der Vokabelliste, die er für besonders merkwürdig hält, und schreibt die Definitionen in die leeren Karten von AB 3.10. Die wichtigsten Wörter des Moduls stehen in der Liste W 3.



W 3 Wortschatz

Jedem Modul ist eine Liste mit dem wichtigsten Vokabular beigelegt. Es handelt sich um eine Auswahl von Wörtern, die für das Thema des Moduls allgemein von Bedeutung sind.

OP II
"Werbung"
Werbung:
kt + Werbe
10
h Pause

MODUL 4









WERBUNG



ÜBERSICHT

Die Schülerinnen und Schüler

- lernen Fachvokabular zum Thema Werbung.
- erkennen und nutzen Werbung als Quelle für landeskundliche und interkulturelle Informationen zu Deutschland.
- analysieren Werbung und deren Stilmittel zur Vorbereitung für ihre Produktpräsentation und reflektieren Möglichkeiten und Grenzen.

Kapitel	Arbeitsblatt	Inhalt / Aufgabe	Zeit	Fertigkeiten	Arbeitsform
WERBUNG AN STATIONEN	AB 4.1 Ein typischer Werbespot	Gehörte Sätze in die richtige Reihenfolge bringen	15 Minuten		
	AB 4.2 Gute Werbung, schlechte Werbung	Reflexion über Klischees in der Werbung	15 Minuten		
	AB 4.3 Werbung einmal anders	Analyse von Printwerbung, Reflexion über Vorteile und Grenzen der Werbung	15 Minuten		
	AB 4.4 Werbefilm	Analyse einer Werbekampagne	15 Minuten	 	
WAS WEISS ICH?	AB 4.5 Quiz	Spielerischer Abschluss des Moduls	20 Minuten		
	AB 4.6 Meine Wörter	Wortschatzarbeit			
	W 4 Wortschatz				
Gesamtdauer	ca. 2 Unterrichtseinheiten				

Erklärung:

Eine Unterrichtseinheit entspricht etwa 45 Minuten. Alle angegebenen Zeiten sind ungefähre Angaben, die je nach Land, Gruppenstärke, Sprachniveau und Vorwissen variieren können. Manche Aufgaben können auch zu Hause erarbeitet werden. Je nachdem, ob alle Arbeitsblätter eingesetzt werden, verlängert oder reduziert sich die angegebene Unterrichtszeit. Fertigkeiten werden nur angegeben, wenn sie in der Übung gezielt trainiert werden.

TEAM-NAME:

WERBUNG AN STATIONEN

STATION 1: EIN TYPISCHER WERBESPOT

Seht einen Werbespot für Aspirin und achtet auf die Dialoge.

- 1. Lest jetzt die Sätze in der Tabelle. Es sind Sätze aus dem Film.
In welcher Reihenfolge werden sie gesagt? Nummeriert die Sätze in der richtigen Reihenfolge.
Dann seht den Film ein zweites Mal. Vergleicht und korrigiert euer Ergebnis.**

Reihen- folge	Text
	Aspirin Plus C stoppt nicht nur die Schmerzen einer Erkältung ...
	Nur bis das Fieber weg ist.
	Er ist mein bester Freund.
	Wissen, dass es wirkt.
	... sondern es senkt auch das Fieber ...
	Ist nur für ein paar Tage.
	Er bleibt nur bis das Fieber wieder weg ist.
	Ja, was soll ich denn machen?
	Dann gib ihm Aspirin Plus C.
	... und hat das Plus an Vitamin C.
	Hier.
	Die sprudelnde Kraft von Aspirin Plus C.

- 2. Wie wird die Frau, wie wird der Mann dargestellt? Versucht, die Personen zu charakterisieren:**

Frau, zum Beispiel:	Mann, zum Beispiel:

- 3. Findet ihr die Werbung realistisch? Ist das Verhalten der Figuren „typisch Frau“ und „typisch Mann“?
Diskutiert in eurer Gruppe.**

WERBUNG AN STATIONEN

STATION 1: EIN TYPISCHER WERBESPOT – LÖSUNG

Seht einen Werbespot für Aspirin und achtet auf die Dialoge.

- 1. Lest jetzt die Sätze in der Tabelle. Es sind Sätze aus dem Film.
In welcher Reihenfolge werden sie gesagt? Nummeriert die Sätze in der richtigen Reihenfolge.
Dann seht den Film ein zweites Mal. Vergleicht und korrigiert euer Ergebnis.**

Reihen- folge	Text
7	Aspirin Plus C stoppt nicht nur die Schmerzen einer Erkältung ...
10	Nur bis das Fieber weg ist.
3	Er ist mein bester Freund.
12	Wissen, dass es wirkt.
8	... sondern es senkt auch das Fieber ...
1	Ist nur für ein paar Tage.
4	Er bleibt nur bis das Fieber wieder weg ist.
2	Ja, was soll ich denn machen?
5	Dann gib ihm Aspirin Plus C.
9	... und hat das Plus an Vitamin C.
6	Hier.
11	Die sprudelnde Kraft von Aspirin Plus C.

- 2. Wie wird die Frau, wie wird der Mann dargestellt? Versucht, die Personen zu charakterisieren:**

Frau, zum Beispiel:	Mann, zum Beispiel:
• gibt gerne Ratschläge	• ist zu Hause faul und bequem
• ist distanziert	• guckt gerne Fußball
• will alles schön sauber haben	• lässt seine Freunde nicht im Stich
• mag keine Überraschungen	• ist laut und brüllt gern beim Fußball
• ist genervt vom Besuch	• isst Chips

TEAM-NAME:

WERBUNG AN STATIONEN

STATION 2: GUTE WERBUNG, SCHLECHTE WERBUNG

1. Vor euch liegen einige Werbeanzeigen aus deutschen Zeitschriften.
Schaut euch jede Anzeige genau an und füllt die Tabelle mit Informationen zu den Anzeigen.

Für welches Produkt wird geworben?	Wie heißt der Slogan?	Wer soll das Produkt kaufen (Zielgruppe)?	Woran kann man erkennen, wer die Zielgruppe ist? (Farbe, Text, Personen auf dem Bild)
FROSCH	Bio-Qualität zum Wohlfühlen – seit 1986.	Menschen, die auf die Umwelt achten (umweltbewusst)	Grün „Bio“ Tier (Frosch) Natur Lavendel etc.

2. Welche der Anzeigen gefällt euch am besten? Warum?

TEAM-NAME:

WERBUNG AN STATIONEN

STATION 2: GUTE WERBUNG, SCHLECHTE WERBUNG

3. In Deutschland ist Zigarettenwerbung im Fernsehen verboten.

Für welche anderen Produkte könnte Werbung verboten sein? Aus welchen Gründen? Wie ist das in eurem Land?

4. Findet ihr es in Ordnung, dass der Werbung Grenzen gesetzt werden?

Sammelt Argumente dafür (Pro) und dagegen (Contra) und notiert sie hier:

Pro	Contra

WERBUNG AN STATIONEN

STATION 2: GUTE WERBUNG, SCHLECHTE WERBUNG – LÖSUNG

1. Vor euch liegen einige Werbeanzeigen aus deutschen Zeitschriften.

Schaut euch jede Anzeige genau an und füllt die Tabelle mit Informationen zu den Anzeigen.

Für welches Produkt wird geworben?	Wie heißt der Slogan?	Wer soll das Produkt kaufen (Zielgruppe)?	Woran kann man erkennen, wer die Zielgruppe ist? (Farbe, Text, Personen auf dem Bild)
FROSCH	Bio-Qualität zum Wohlfühlen – seit 1986.	Menschen, die auf die Umwelt achten (umweltbewusst)	Grün „Bio“ Tier (Frosch) Natur Lavendel etc.
VW	Das Auto.	Gebildete, weltoffene, dynamische Menschen	Deutsch / Englisch Technische Infos Wortspiel: „as sun as possible“ / „Father and Sun“ Cabriolet symbolisiert Lebensqualität
Faber-Castell	–	Menschen, die auf Qualität achten (qualitätsbewusst) Nostalgiker	Farbe Elfenbein Wappen / Graf Klassisch (handschriftlicher Brief) Goldfeder Handmade in Germany
Miele	Immer besser.	Qualitätsbewusste Mütter und Väter	Kind und Spielzeug Moderne Küche Praktisches für den Alltag „Testsieger“ steht für Qualität



TEAM-NAME:

WERBUNG AN STATIONEN

STATION 3: WERBUNG EINMAL ANDERS

1. Ordnet folgende Begriffe den passenden Werbeplakaten zu.

Religion

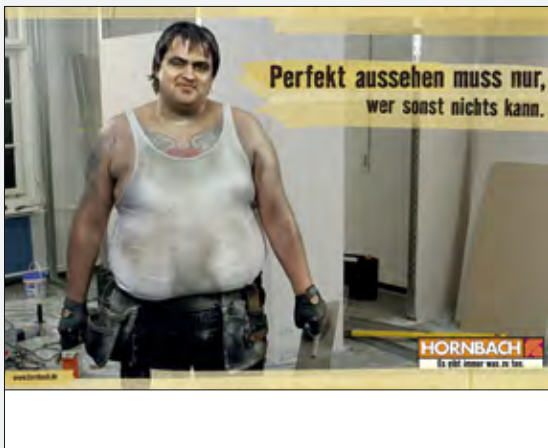
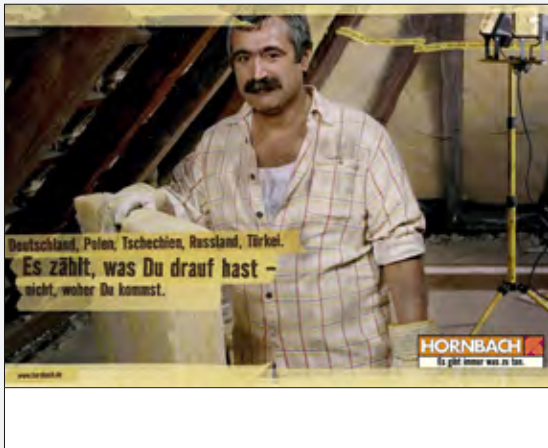
Behinderung

Aussehen/Schönheit

Alter

Sexuelle Orientierung

Herkunft/Nationalität



TEAM-NAME:

WERBUNG AN STATIONEN

STATION 3: WERBUNG EINMAL ANDERS

2. Wofür wird hier Werbung gemacht?

a) Sozialer Dienst c) Baumarkt
b) Krankenkasse d) Kirche

3. Was soll mit dieser Werbekampagne erreicht werden?

a) Die Firma setzt sich für Minderheiten ein und kämpft gegen Diskriminierung und Vorurteile.
b) Die Firma möchte provozieren und Aufmerksamkeit erregen, um den Verkauf zu steigern.
c) Die Firma möchte zeigen, dass sie nicht oberflächlich arbeitet, sondern Wert legt auf Qualität und Kompetenz.


4. Wie findet ihr diese Werbekampagne? Begründet eure Ansicht.

WERBUNG AN STATIONEN


STATION 3: WERBUNG EINMAL ANDERS – LÖSUNG

1. Ordnet folgende Begriffe den passenden Werbeplakaten zu.


Religion
Behinderung
Aussehen/Schönheit
Alter
Sexuelle Orientierung
Herkunft/Nationalität




Alter




Behinderung




Herkunft/Nationalität



Religion



Aussehen/Schönheit



Sexuelle Orientierung

2. Wofür wird hier Werbung gemacht?

- a) Sozialer Dienst c) Baumarkt
 b) Krankenkasse d) Kirche

3. Was soll mit dieser Werbekampagne erreicht werden?

Hier gibt es keine eindeutige Lösung: Alle drei Lösungen sind möglich!



WAS WEISS ICH? QUIZ

1. Werbung spielt mit

- a) Würfeln
- b) Bällen
- c) Sprache

2. In Werbeanzeigen sind die Personen meistens

- a) jung
- b) dick
- c) arm

3. Welches ist kein typisches Merkmal für einen Werbeslogan?

- a) Wortspiel
- b) Reim
- c) Fremdwörter

4. In vielen Ländern ist es verboten, Werbung zu machen für

- a) Zigaretten
- b) Babynahrung
- c) Haarshampoo

5. Was passt nicht in die Reihe?

- a) Werbung
- b) Werbespot
- c) Verben

WAS WEISS ICH? QUIZ – LÖSUNG

1. Werbung spielt mit

- a) Würfeln
- b) Bällen
- c) **Sprache**

2. In Werbeanzeigen sind die Personen meistens

- a) **jung**
- b) dick
- c) arm

3. Welches ist kein typisches Merkmal für einen Werbeslogan?

- a) Wortspiel
- b) Reim
- c) **Fremdwörter**

4. In vielen Ländern ist es verboten, Werbung zu machen für

- a) **Zigaretten**
- b) Babynahrung
- c) Haarshampoo

5. Was passt nicht in die Reihe?

- a) Werbung
- b) Werbespot
- c) **Verben**

WAS WEISS ICH? MEINE WÖRTER

Wähle aus der Vokabelliste fünf Wörter, die du besonders wichtig findest und notiere sie in der linken Spalte.
Schreibe die passende Definition in die rechte Spalte.

WAS WEISS ICH? WORTSCHATZ

die Anzeige/-n

das Argument/-e

der Einsatz/Einsätze

das Klischee/-s

die Kompetenz/-en

die Meinung/-en

die Minderheit/-en

das Print-Medium/

die Print-Medien

die Qualität/-en

die Rolle/-n

das Tabu/-s

die Übertreibung/-en

der Umweltschutz/-

die Werbung/-

die Werbeanzeige/-n

die Werbekampagne/-n

das Werbeplakat/-e

der Werbeslogan/-s

der Werbespot/-s

die Zielgruppe/-n

jemanden charakterisieren

qualitätsbewusst

synchron

tabu sein

umweltbewusst

den Verkauf steigern

LEHRERHANDREICHUNG

WERBUNG AN STATIONEN

Die Schülerinnen und Schüler arbeiten in Gruppen an verschiedenen Stationen und bearbeiten in einem bestimmten Zeitraum unterschiedliche Fragestellungen und Aufgaben zum Thema „Werbung“. Nach Ablauf der Zeit wechseln alle Gruppen zur nächsten Station – so lange, bis alle Gruppen einmal an jeder Station waren. Diese Methode wirkt aktivierend und fördert das selbstständige Lernen der Schülerinnen und Schüler.

Material: Computer mit Lautsprechern oder Kopfhörern, Beamer, Wörterbücher, Papier und Schreibmaterial, Glocke oder Triangel oder Pfeife

Arbeitsblätter:

- AB 4.1 Station 1: Ein typischer Werbespot
- AB 4.2 Station 2: Gute Werbung, schlechte Werbung
- AB 4.3 Station 3: Werbung einmal anders
- AB 4.4 Station 4: Werbefilm

Tipp: Zwei aufeinanderfolgende Unterrichtsstunden reservieren. Bei Zeitmangel kann eine Auswahl getroffen werden; die Übungen können auch isoliert genutzt werden.

Vorbereitung:

Vier Stationen in Form von Gruppentischen vorbereiten, die nicht zu eng beieinander stehen. Versehen Sie die Stationen mit entsprechenden Nummern (Station 1 – Station 4). Die Arbeitsblätter werden auf den Gruppentischen verteilt. Es gibt ausreichend Schreibmaterial und Papier an jeder Station.

Für Station 3 gibt es ein Wörterbuch. Die Computer sind eingeschaltet (Station 1 und 4: je ein Computer mit Internetzugang, Lautsprechern oder Kopfhörern).

Die Schülerinnen und Schüler finden sich in vier gleich starken Teams zusammen. Diese Teams brauchen keinesfalls mit den Projektgruppen identisch zu sein!

Die Teams postieren sich vor jeweils einer Station. Erläutern Sie kurz den Ablauf: Die Teams bearbeiten an ihrer Station die dazugehörigen Aufgaben. Für jede Station stehen 15 Minuten zur Verfügung. Danach wechseln alle Gruppen zur nächsten Station. Der Wechsel wird durch die Lehrkraft eingeleitet, beispielsweise mit Glocke, Trillerpfeife, Triangel, kurzes Einspielen von Musik oder dergleichen. Die Reihenfolge der Stationen ist prinzipiell beliebig, da jede Station auch isoliert funktioniert. Zur besseren Orientierung kann man sich in der Klasse jedoch auf eine Richtung einigen, sodass die Schülerinnen und Schüler nach dem Zeichen schnell und unproblematisch von Station zu Station wechseln können.

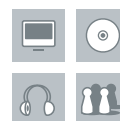
Die Arbeitsblätter sind so gestaltet, dass sie sich von selbst erklären und die Lernenden sofort beginnen können. Die Aufgaben können nicht immer komplett geschafft werden. Bei einer Zeitvorgabe von 15 Minuten pro Station ist es unwahrscheinlich, dass die Schülerinnen und Schüler an allen Stationen alle Aufgaben schaffen. Das können Sie den Schülern vor der Übung bereits mitteilen. Wichtig ist, dass am Ende noch etwas Zeit zum gemeinsamen Ergebnisvergleich im Plenum eingeplant wird. Bei Zeitmangel kann dies auch noch in der folgenden Stunde geschehen.

Station 1

AB 4.1 Ein typischer Werbespot

Den Werbespot finden Sie auf der beigefügten CD-ROM.

Die Schülerinnen und Schüler schulen ihr Hörverständnis und diskutieren über die Nutzung männlicher und weiblicher Stereotypen in der Werbung.



Station 2

AB 4.2 Gute Werbung, schlechte Werbung

Die Werbeanzeigen finden Sie zum Ausdrucken im DIN-A4-Format auf der CD-ROM. Dort gibt es auch noch den entsprechenden Werbespot zur Miele-Werbung.

Hier werden verschiedene Printwerbungen nach unterschiedlichen Aspekten analysiert. Die Schülerinnen und Schüler notieren in Stichworten, was in den Anzeigen zu sehen ist: Welches Produkt beworben wird, welche Firma/Marke, wer die Zielgruppe ist, wie der Slogan lautet und wie die Anzeige gestaltet ist (Farben, Objekte etc.). Dabei reflektieren sie, was ihrer Ansicht nach gute Werbung ausmacht. Anschließend reflektieren sie über mögliche Grenzen der Werbung. Welche Produkte oder Themen sind (vielleicht) tabu? Ist das überall so? Aus welchen Gründen? Es kommt weder auf Vollständigkeit noch auf Korrektheit der Vermutungen an, sondern darauf, die Schülerinnen und Schüler für interkulturelle Unterschiede am Beispiel der Werbung zu sensibilisieren. Dies ist gerade in der internationalen Arbeits- und Geschäftswelt eine wesentliche Voraussetzung.



Station 3

AB 4.3 Werbung einmal anders

Die Werbeanzeigen finden Sie im DIN-A4-Format auf der CD-ROM.

Analyse einer Werbekampagne: Die Schülerinnen und Schüler beschäftigen sich mit der Werbekampagne des Baumarktes Hornbach. In einer Plakatserie präsentiert Hornbach Menschen, die in irgendeiner Weise nicht der gesellschaftlichen Norm in Deutschland entsprechen (zum Beispiel andere Religion, Ausländer, Behinderung). Sie entsprechen auch nicht dem typischen Ideal (jung, schön, ohne Mängel), das man üblicherweise in der Werbung zeigt.



Station 4

AB 4.4 Werbefilm

Suchen Sie für diese Aufgabe im Internet einen beliebigen kurzen Werbespot in deutscher Sprache aus. Auf www.youtube.de finden Sie eine Vielzahl deutscher Werbefilme zu unterschiedlichen Produkten und Marken. Besonders gut eignen sich Werbespots, in denen mehrere Personen zu Wort kommen.

Die Schülerinnen und Schüler schauen sich einen Werbespot zunächst ohne Ton an. Sie überlegen: „Worum geht es hier wohl? Was könnten die Personen sagen?“ Aufgabe der Schülerinnen und Schüler ist es, einen passenden Dialog für den Werbespot zu erfinden.

Hier kommt es nicht so sehr auf Korrektheit, sondern auf Kreativität an. Die Dialoge müssen nicht mit den echten Dialogen übereinstimmen!

Wenn die Zeit nicht reicht: Da diese Aufgabe den Lernenden erfahrungsgemäß Spaß macht, kann man ihnen auch in der nächsten Stunde noch Zeit geben, ihre Version zu vervollständigen und zu üben. Dann alle Teams vortragen lassen.



WAS WEISS ICH?

Spielerische Wissensüberprüfung und Wiederholung von Basisvokabular am Ende eines jeden Moduls.

Material: Wörterbücher

Arbeitsblätter:

AB 4.5 Quiz

AB 4.6 Meine Wörter

W 4 Wortschatz



AB 4.5 Quiz

Die Schülerinnen und Schüler beantworten eine Auswahl von Quizfragen. Dies kann mündlich auf Zuruf oder schriftlich als Ankreuztest erfolgen.



AB 4.6 Meine Wörter

Jeder Schüler wählt fünf Wörter aus der Vokabelliste, die er für besonders merkwürdig hält, und schreibt die Definitionen in die leeren Karten von AB 4.6. Die wichtigsten Wörter des Moduls stehen in der Liste W 4.

W 4 Wortschatz

Jedem Modul ist eine Liste mit dem wichtigsten Vokabular beigelegt. Es handelt sich um eine Auswahl von Wörtern, die für das Thema des Moduls allgemein von Bedeutung sind.



MODUL 5

EIN NEUES PRODUKT



ÜBERSICHT

Die Schülerinnen und Schüler

- setzen sich intensiv mit den Firmenangeboten auseinander.
- wenden die Rechercheergebnisse an, setzen das Gelernte um und stellen das Ergebnis in einem Kurzfilm dar.
- üben die aktive Rezeption und kritische Auswertung von Präsentationen.

Kapitel	Arbeitsblatt	Inhalt/Aufgabe	Zeit	Fertigkeiten	Arbeitsform
DIE IDEE	AB 5.1 Produkt und Dienstleistung	Definition der Begriffe	2 UE		
	AB 5.2 Eine tolle Erfindung!	Lesetext und Fragen; Vorbereitung der Produktentwicklung			
	AB 5.3 Eine Innovation für den Markt	Einstieg in Produktentwicklung; Entwicklung einer Produktidee			
	AB 5.4 Beschreibung des Produktes	Fortführung der Produktentwicklung, Stichworte zur Definition			
DIE PRÄSENTATION	AB 5.5 Ein Werbeslogan für das neue Produkt	Kreatives Wörterverbinden zur Entwicklung eines Werbeslogans	2 UE		
	AB 5.6 Dreh eines Werbespots	Erstellung eines Mini-Films zur Präsentation des Produktes		 	
	AB 5.7 Auswertung	Evaluation und Diskussion der Produktideen und der Präsentationen		 	
WAS WEISS ICH?	AB 5.8 Quiz	Spielerischer Abschluss des Moduls	20 Minuten		
	AB 5.9 Meine Wörter	Wortschatzarbeit			
	W 5 Wortschatz				
Gesamtdauer	mind. 4 Unterrichtseinheiten + zusätzliche Zeit für die Erstellung der Werbespots				

Erklärung:

Eine Unterrichtseinheit entspricht etwa 45 Minuten. Alle angegebenen Zeiten sind ungefähre Angaben, die je nach Land, Gruppenstärke, Sprachniveau und Vorwissen variieren können. Manche Aufgaben können auch zu Hause erarbeitet werden. Je nachdem, ob alle Arbeitsblätter eingesetzt werden, verlängert oder reduziert sich die angegebene Unterrichtszeit. Fertigkeiten werden nur angegeben, wenn sie in der Übung gezielt trainiert werden.

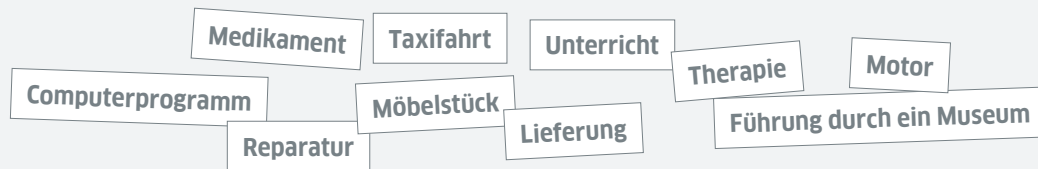
DIE IDEE PRODUKT UND DIENSTLEISTUNG

1. Was ist ein Produkt, was ist eine Dienstleistung? Ordnet die Definitionen dem richtigen Begriff zu.

... nennt man auch „Service“	... ist ein materielles Gut	... kann man lagern
... nennt man auch „Ware“	... ist immateriell	... kann man transportieren

Ein Produkt _____ _____ _____ _____	Eine Dienstleistung _____ _____ _____ _____
---	---

2. Produkt oder Dienstleistung? Ordnet die folgenden Begriffe zu und notiert weitere Beispiele.



Produkt	Dienstleistung

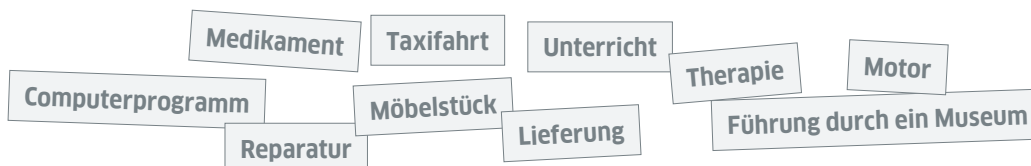
DIE IDEE PRODUKT UND DIENSTLEISTUNG – LÖSUNG

1. Was ist ein Produkt, was ist eine Dienstleistung? Ordnet die Definitionen dem richtigen Begriff zu.

... nennt man auch „Service“	... ist ein materielles Gut	... kann man lagern
... nennt man auch „Ware“	... ist immateriell	... kann man transportieren

Ein Produkt	Eine Dienstleistung
... ist ein materielles Gut.	... ist immateriell.
... kann man lagern.	... nennt man auch „Service“.
... kann man transportieren.	
... nennt man auch „Ware“.	

2. Produkt oder Dienstleistung? Ordnet die folgenden Begriffe zu und notiert weitere Beispiele.



Produkt	Dienstleistung
Computerprogramm	Reparatur
Möbelstück	Lieferung
Motor	Unterricht
Medikament	Taxifahrt
	Führung durch ein Museum
	Therapie

DIE IDEE EINE TOLLE ERFINDUNG!

1. Lest den Text. Bearbeitet anschließend die Fragen 2-8.

BEHEIZTE TÜRGRIFFE

„Geht es euch im Winter auch so? Ich habe immer so kalte Finger! Aber Handschuhe an den Händen finde ich sehr unpraktisch. Jedes Mal, wenn ich etwas essen, telefonieren oder bezahlen möchte, muss ich sie wieder ausziehen. Deshalb habe ich mir ein tolles neues Produkt ausgedacht: Beheizte Türgriffe! In jedem Türgriff befinden sich kleine Kabel, die mit der Zentralheizung der Geschäfte, Schulen oder Wohnhäuser verbunden sind. Durch diese Kabel fließt Wärme. Die Wärme beheizt auch die Türgriffe. Jedes Mal, wenn mir beim Spaziergehen kalt wird, muss ich nur einen Türgriff anfassen und schon ist mir wieder warm! Außerdem ist es so ein angenehmes Gefühl, in Gebäude einzutreten und der erste Eindruck ist der von warmen Händen. Ich finde diese Erfindung toll! Ich verstehe gar nicht, warum das nicht schon längst jemand konstruiert hat – versteht ihr das?“

2. Wie funktioniert die Erfindung?

3. Welche Vorteile hat diese Erfindung?

4. Welche Nachteile könnte sie eurer Meinung nach haben?

DIE IDEE EINE TOLLE ERFINDUNG!

**5. Welche Produkte fehlen euch im Alltag? Was würdet ihr gern entwickeln oder erfinden?
Sammelt eure Ideen.**

**6. Ordnet diese Produkte den deutschen Firmen zu, die ihr kennt.
Welches Unternehmen könnte eure Produktideen am besten realisieren?**

**7. Welches der Produkte ist für euch das interessanteste? Entscheidet euch in der Gruppe für eines davon!
Dieses Produkt interessiert uns am meisten:**

--

8. Hier dürft ihr eine erste Skizze anfertigen. Wie soll das Produkt aussehen?

--

DIE IDEE EINE INNOVATION FÜR DEN MARKT

NAME DES UNTERNEHMENS:

1. Welche Produkte stellt „euer“ Unternehmen her oder welche Dienstleistungen bietet es an? Nennt Beispiele!

2. Welche Produkte / welche Dienstleistungen vermisst ihr im Angebot eurer Firma?

**3. Stellt euch vor, ihr seid die neue Leitung des Unternehmens. Was würdet ihr am Angebot ändern?
Sammelt eure Ideen und schlagt dem Unternehmen neue Produkte oder neue Dienstleistungen vor.**

4. Besprecht eure Ideen in der Gruppe. Welche davon könnte man wirklich verkaufen?

5. Entscheidet euch für eine Idee, die ihr in eurer Projektgruppe realisieren wollt.

--

DIE IDEE BESCHREIBUNG DES PRODUKTES

Ihr habt euch für eine Produktidee entschieden, die ihr präsentieren wollt. Jetzt sollt ihr das Produkt genau definieren.

Beantwortet dazu die folgenden Fragen.

Wie soll das Produkt heißen? Denkt euch einen interessanten Namen aus!

Welche Funktion hat es?

Wie sieht das Produkt aus? (Form, Farbe, Größe)

Wie fühlt es sich an? Wie riecht es?

Wer ist die Zielgruppe des Produktes?

Wer soll das Produkt kaufen? Für wen ist die Dienstleistung gedacht?

Wo bekommt man das Produkt?

Wie viel soll es kosten?

Ist das Produkt auch für andere Länder interessant?

Was ist das Besondere/das Neue an diesem Produkt?

DIE PRÄSENTATION DREH EINES WERBESPOTS

1. Um Werbung für euer Produkt zu machen, wollt ihr auch einen kurzen Werbespot drehen. Welche Aufgaben gibt es dabei? Wer soll die Aufgaben übernehmen? Notiert, was zu tun ist und verteilt die Aufgaben in eurer Gruppe.

Wichtige Funktionen sind zum Beispiel: Dialoge schreiben, Requisite, Kamera, Regie. Und natürlich braucht man auch jemanden, der den Spot spielt. Ihr könnt auch mehrere Funktionen übernehmen.

Name	Funktion(en)

2. Beschreibt in ein bis maximal drei Sätzen den Inhalt eures Werbespots: Was passiert? Wo spielt das Ganze? Welche Personen treten auf? Notiert die Dialoge für die Personen, die etwas sagen. Vergesst nicht, euren Werbeslogan einzubauen!

DIE PRÄSENTATION AUSWERTUNG

Notiert in der Tabelle die Informationen zu den Präsentationen. Schaut und hört aufmerksam zu.

Notiert am Ende der Präsentation einen kurzen Kommentar.

Wenn euch eine Präsentation besonders gut gefällt, könnt ihr ein (*), zwei (**) oder sogar drei Sternchen (***) geben.

Spot	Unternehmen	Produktidee	Sternchen	Mein Kommentar
1				
2				
3				
4				
5				
6				





WAS WEISS ICH? QUIZ

1. Eine Dienstleistung

- a) kann man kaufen
- b) kann man lagern
- c) kann man transportieren

2. Was ist eine Dienstleistung?

- a) ein Smartphone
- b) ein Notebook
- c) die Reparatur eines Computers

3. Leute, für die man ein neues Produkt entwickelt, nennt man

- a) die Produktgruppe
- b) die Zielgruppe
- c) die Arbeitsgruppe

4. Ein neues Produkt sollte

- a) zum Angebot des Unternehmens passen
- b) möglichst teuer sein
- c) unpraktisch sein

5. Um einen Werbespot zu drehen, braucht man

- a) einen Fernseher
- b) ein Radio
- c) einen Werbeslogan

WAS WEISS ICH? QUIZ – LÖSUNG

1. Eine Dienstleistung

- a) kann man kaufen
- b) kann man lagern
- c) kann man transportieren

2. Was ist eine Dienstleistung?

- a) ein Smartphone
- b) ein Notebook
- c) die Reparatur eines Computers

3. Leute, für die man ein neues Produkt entwickelt, nennt man

- a) die Produktgruppe
- b) die Zielgruppe
- c) die Arbeitsgruppe

4. Ein neues Produkt sollte

- a) zum Angebot des Unternehmens passen
- b) möglichst teuer sein
- c) unpraktisch sein

5. Um einen Werbespot zu drehen, braucht man

- a) einen Fernseher
- b) ein Radio
- c) einen Werbeslogan

WAS WEISS ICH? MEINE WÖRTER

Wähle aus der Vokabelliste fünf Wörter, die du besonders wichtig findest und notiere sie in der linken Spalte. Schreibe die passende Definition in die rechte Spalte.

WAS WEISS ICH? WORTSCHATZ

das Angebot/-e

anbieten

immateriell

die Dienstleistung/-en

entwickeln

materiell

das Kabel/-

beheizen

die Requisite/-n

konstruieren

der Türgriff/-e

realisieren

die Wärme/-

die Zentralheizungv-en

die Zielgruppe/-n

LEHRERHANDREICHUNG

PROJEKTARBEIT TEIL 2

Modul 5 bildet den zweiten Teil der Projektarbeit. Die Entwicklung eines neuen Produktes ist nach der Präsentation eines Unternehmens (Modul 3) die zweite Kernaufgabe der Projektarbeit von „Unternehmen Deutsch“.

Die Schülerinnen und Schüler arbeiten erneut, wie schon in Modul 3, über einen längeren Zeitraum selbstständig in ihren Projektgruppen. Dies kann sowohl im Rahmen der Unterrichtsstunden als auch zusätzlich außerhalb des Unterrichts erfolgen.

DIE IDEE

Die Schülerinnen und Schüler setzen sich mit dem Angebot des von ihnen gewählten Unternehmens auseinander. In Gruppenarbeit entwickeln sie eine Idee für ein neues Produkt, das zum Angebot „ihrer“ Firma passt. Je nachdem, um welches Unternehmen es sich handelt, können sie anstelle eines Produktes auch eine neue Dienstleistung entwickeln.

Die Produktentwicklung kann entweder spielerisch oder nach realistischen Kriterien erfolgen:

Die Schülerinnen und Schüler entwickeln ein originelles Fantasie-Produkt: Bei dieser Variante geht es um die kreative Anwendung der Kenntnisse und die sprachliche Präsentation, weniger um das Produkt selbst.

Die Gruppen können sich aber auch ernsthaft an einer realisierbaren Innovation versuchen. In diesem Fall sollten Sie als Lehrkraft darauf achten, dass sich die Ideen der Schülerinnen und Schüler an realen Gegebenheiten orientieren. Die Gruppen sollen eine kreative, aber realisierbare Innovation entwickeln.

Tipp: Falls eine Kooperation mit einem Unternehmen besteht: In der Regel erwarten die Firmen eine ernsthafte und realistische Auseinandersetzung mit ihrem Angebot. In diesem Fall sollte die Produktidee mit den Ansprechpartnern in den Firmen abgesprochen werden.

Material: Beamer

Arbeitsblätter:

- AB 5.1 Produkt und Dienstleistung
 - AB 5.2 Eine tolle Erfindung
 - AB 5.3 Eine Innovation für den Markt
 - AB 5.4 Beschreibung des Produktes
-

AB 5.1 Produkt und Dienstleistung

AB 5.1 dient als Vorentlastung, um die Begriffe „Produkt“ und „Dienstleistung“ zu definieren und passende Beispiele dafür zu finden. Die Schülerinnen und Schüler können die Aufgaben zu zweit bearbeiten. Anschließend im Plenum überprüfen.



AB 5.2 Eine tolle Erfindung!

Anschließend finden sich die Schülerinnen und Schüler wieder in ihren Arbeitsgruppen aus Modul 3 zusammen und bearbeiten gemeinsam AB 5.2. Die Aufgaben eignen sich als spielerischer Einstieg in die Produktentwicklung. Im Vordergrund steht bei dieser Aufgabe die Kreativität und weniger die reale Markttauglichkeit eines Produktes.



AB 5.3 Eine Innovation für den Markt

In AB 5.3 geht es um eine ernsthafte Auseinandersetzung mit dem Produktangebot des Unternehmens. Die Schülerinnen und Schüler sollen realistische Vorschläge erarbeiten, die zu ihrem gewählten Unternehmen passen, und die auf dem Markt Chancen hätten.



AB 5.4 Beschreibung des Produktes

Nachdem die Idee für ein Produkt oder eine neue Dienstleistung feststeht, bearbeiten die Schülerinnen und Schüler AB 5.4. Es soll sie dazu veranlassen, sich intensiv mit ihrer Idee zu beschäftigen. Je detaillierter die Lernenden ihr Produkt kennen, umso besser können sie es später präsentieren.



DIE PRÄSENTATION

Die Projektgruppen entwickeln zu ihrem Produkt eine passende Werbung. Bei dieser Aufgabe geht es darum, die Ergebnisse aus dem vorigen Kapitel vor der Klasse zu präsentieren und zugleich die deutsche Sprache kreativ anzuwenden.

Aufgabe der Arbeitsgruppen ist es, ihre Produktpräsentation vorzubereiten. Prinzipiell gibt es eine Vielfalt von Präsentationsmöglichkeiten. Eine Auswahl von Präsentationsformen finden Sie in der Lehrerhandreichung zu Modul 3 (Die Präsentation).

Eine Möglichkeit, das Produkt auf informative und unterhaltsame Weise zu präsentieren, ist der Dreh eines passenden Werbespots. Dabei kann auch der bereits gefundene Slogan zum Einsatz kommen. Die Gruppen arbeiten möglichst selbstständig an ihren Spots. Wichtig ist, dass jeder im Team eine Funktion hat. Die Zeit für die Vorbereitung und Präsentation der Werbespots ist individuell festzulegen.

Material: Digitalkamera oder Smartphone für den Werbespot, Beamer, Lautsprecher
Wenn eine professionelle Filmkamera verwendet wird, sollte ein Techniker zur Verfügung stehen, der beim Schnitt des Materials helfen kann.

Arbeitsblätter:

AB 5.5 Ein Werbeslogan für das neue Produkt

AB 5.6 Dreh eines Werbespots



AB 5.5 Ein Werbeslogan für das neue Produkt

Die Schülerinnen und Schüler erfinden zunächst einen passenden Werbeslogan für ihr Produkt. Aus Modul 4 haben sie bereits Vorwissen zum Thema „Werbesprache“.



AB 5.6 Dreh eines Werbespots

Zur Präsentation ihres Produktes drehen die Schülerinnen und Schüler einen kurzen Werbefilm, in dem sie auch den Slogan aus AB 5.5 einsetzen.



Hierfür ist ausreichend Zeit einzukalkulieren. Die Vorbereitung kann in der Unterrichtszeit erfolgen. Für die Fertigstellung des Spots empfiehlt es sich, dass sich die Projektgruppen, wenn möglich, auch außerhalb des Unterrichts treffen. In jedem Fall sollten Sie einen verbindlichen Termin festlegen, zu dem alle Spots fertiggestellt sein müssen.

Bei der Gestaltung der Spots müssen die Urheberrechtsbestimmungen beachtet werden. Hinweise dazu finden Sie hier: www.pasch-net.de/urheberrecht.



AB 5.7 Auswertung

Die Schülerinnen und Schüler bewerten die Produktideen und die Werbespots: Welche Produktidee ist die beste? Welcher Werbespot ist besonders originell?



Tipp: Erhöhen Sie die Aufmerksamkeit für das Projekt und die Arbeit der Schülerinnen und Schüler! Laden Sie alle Deutschklassen der Schule zum Zuschauen in die reguläre Deutschstunde oder in eine Extrastunde ein. Stellen Sie die besten Werbespots zusammen mit einer Beschreibung des Projektes auf die Website Ihrer Schule.

Mit der Präsentation der Produkte oder der passenden Werbespots für die Produkte endet die zweite Phase der Projektarbeit.

WAS WEISS ICH?

Spielerische Wissensüberprüfung und Wiederholung von Basisvokabular am Ende eines jeden Moduls.

Material: Wörterbücher

Arbeitsblätter:

AB 5.8 Quiz

AB 5.9 Meine Wörter

W 5 Wortschatz

AB 5.8 Quiz

Die Schülerinnen und Schüler beantworten eine Auswahl von Quizfragen. Dies kann mündlich auf Zuruf oder schriftlich als Ankreuztest erfolgen.



AB 5.9 Meine Wörter

Jeder Schüler wählt fünf Wörter aus der Vokabelliste, die er für besonders merkwürdig hält, und schreibt die Definitionen in die leeren Karten von AB 5.8. Die wichtigsten Wörter des Moduls stehen in der Liste W 5.



W 5 Wortschatz

Jedem Modul ist eine Liste mit dem wichtigsten Vokabular beigelegt. Es handelt sich um eine Auswahl von Wörtern, die für das Thema des Moduls allgemein von Bedeutung sind.

MODUL 6

EIN PRAKTIKUM
IN DEUTSCHLAND

MICRO
ELECTRONIC



ÜBERSICHT

Die Schülerinnen und Schüler

- lernen, was in Deutschland zu einer vollständigen Bewerbung gehört.
- lernen den Aufbau eines Lebenslaufs und die Bausteine eines Bewerbungsschreibens kennen.
- erkennen Besonderheiten der „Bewerbungssprache“ und lernen, ein eigenes Bewerbungsschreiben zu verfassen.
- überprüfen ihr Bild von Deutschland und den Deutschen und werden für interkulturelle Zusammenhänge sensibilisiert.

Kapitel	Arbeitsblatt	Inhalt / Aufgabe	Zeit	Fertigkeiten	Arbeitsform
DIE BEWERBUNG	AB 6.1 Der Lebenslauf (1)	Lückentext, Aufbau eines deutschen Lebenslaufs kennenlernen	3-4 UE		
	AB 6.2 Der Lebenslauf (2)	Fehler in einem Lebenslauf-Beispiel finden, Verfassen eines eigenen Lebenslaufs nach deutschen Regeln als Hausaufgabe, selbstständige Fehlerkorrektur			
	AB 6.3 Das Anschreiben (1)	Kennenlernen der Textsorte „Bewerbungsschreiben“			
	AB 6.4 Das Anschreiben (2)	Formulieren von Sätzen für ein Bewerbungsschreiben		 	
	AB 6.5 Das Anschreiben (3)	Inhaltliche und formale Struktur eines Bewerbungsschreibens, Verfassen eines eigenen deutschen Anschreibens			
ANDERE LÄNDER, ANDERE SITTEN	AB 6.6 Deutschland und die Deutschen	Austausch von Erfahrungen und Erwartungen zum Aufenthalt in Deutschland	2 UE		
	AB 6.7 Sichtwechsel	Interkulturelle Missverständnisse erkennen			
	AB 6.8 Stereotype	Auseinandersetzung mit Stereotypen			
	AB 6.9 Kulturelle Werte	Werte und Regeln erkennen und mit eigenen Normen vergleichen			
WAS WEISS ICH?	AB 6.10 Quiz	Spielerischer Abschluss des Moduls	20 Minuten		
	AB 6.11 Meine Wörter	Wortschatzarbeit			
	W 6 Wortschatz				
Gesamtdauer	ca. 5-6 Unterrichtseinheiten				

Erklärung:

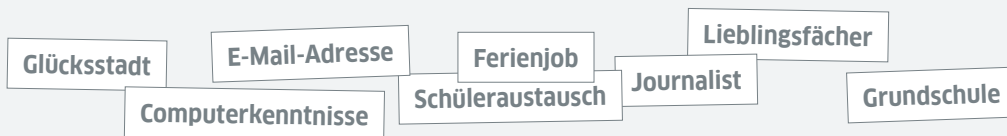
Eine Unterrichtseinheit entspricht etwa 45 Minuten. Alle angegebenen Zeiten sind ungefähre Angaben, die je nach Land, Gruppenstärke, Sprachniveau und Vorwissen variieren können. Manche Aufgaben können auch zu Hause erarbeitet werden. Je nachdem, ob alle Arbeitsblätter eingesetzt werden, verlängert oder reduziert sich die angegebene Unterrichtszeit. Fertigkeiten werden nur angegeben, wenn sie in der Übung gezielt trainiert werden.




DIE BEWERBUNG DER LEBENSLAUF (1)

Du möchtest Dich für ein Schülerpraktikum in Deutschland bewerben. Wie eine vollständige Bewerbung aussehen sollte, kann von Land zu Land unterschiedlich sein. Eine Bewerbung für ein Schülerpraktikum in Deutschland sollte folgende Teile haben: Lebenslauf, Bewerbungsschreiben, letztes Zeugnis. Ein Foto kann man, muss man aber nicht beifügen.

Hier findest du ein Beispiel für einen Schüler-Lebenslauf. Der Lebenslauf (auch: Curriculum Vitae) ist eine Übersicht deiner wichtigsten Daten. Dieser Lebenslauf hat jedoch einige Lücken. Ergänze die fehlenden Wörter.



LEBENSLAUF	
PERSÖNLICHE DATEN	
Name:	Jakob Müller
Anschrift:	Deichstraße 1, 34278 _____
Telefon:	(03 89) 67 43 82
Handy:	(01 73) 89 43 21 40
_____:	jamueller@gtx.com
Geburtsdatum:	02.01.1998
Geburtsort:	Hannover
BILDUNGSWEG	
09/2004 - 06/2008:	_____, Glücksstadt
seit 09/2008:	Matthias-Claudius-Realschule, Glücksstadt
Abschluss:	voraussichtlich 06/2014 (Abitur)
_____:	Deutsch, Kunst
PRAKTISCHE ERFAHRUNGEN	
08/2012:	_____ im Büro der Firma Lange, Elektroinstallation, Glücksstadt
09/2012:	2 Wochen _____ mit unserer Partnerschule in Ipswich, England
KENNTNISSE	
Englisch:	B1-Niveau
Spanisch:	A2-Niveau
_____:	Word, PowerPoint
INTERESSEN UND HOBBYS	
allgemein:	Reiten, Hockey spielen
seit 01/2012:	Mitglied der Schülerzeitungs-AG
Berufswunsch:	_____
Glücksstadt, 25.09.2013	
 Jakob Müller	

DIE BEWERBUNG DER LEBENSLAUF (1)

Aufbau eines Lebenslaufs.

1. ÜBERSCHRIFT

Schreibe das Wort „LEBENSLAUF“ als Überschrift.

2. PERSÖNLICHE DATEN

Name, Adresse, Telefon-Nummer, Handy-Nummer, E-Mail-Adresse
(Vorsicht: bitte keine „Spaß-Adressen“ angeben!), Geburtsdatum, Geburtsort.
Nicht: Eltern, Geschwister. Diese Angabe ist heute nicht mehr üblich.

3. FOTO

Achte darauf, dass es ein Porträtfoto ist und eine gute Qualität hat. Kein Urlaubsfoto nehmen!

4. BILDUNGSWEG

Hier schreibst du, welche Schulen du besucht hast und welchen Abschluss du gemacht hast oder voraussichtlich machen wirst. Deine Lieblingsfächer kannst du entweder hier angeben oder auch bei Punkt 7 (Interessen).

Es gibt zwei Varianten, die beide in Deutschland möglich sind:

- Absteigend chronologisch: Du beginnst mit der letzten Station, zum Beispiel deinem Abitur und endest mit der Einschulung. Dies ist die international übliche Variante.
- Aufsteigend chronologisch: Du beginnst mit deiner Einschulung und endest mit deiner aktuellen Situation. Dies ist die traditionelle Variante. Bei der Zeitangabe genügen Monat und Jahr, zum Beispiel: 09/2012.

5. PRAKTISCHE ERFAHRUNGEN

Hier kannst du zum Beispiel ein Praktikum angeben, das du schon gemacht hast oder welchen Ferienjob du hattest. Schreib auch dazu, welche Aufgaben du dabei hattest. Auch einen Auslandsaufenthalt, zum Beispiel während eines Schüleraustauschs, kannst du hier erwähnen (nicht: Urlaub). Wenn du noch keine praktischen Erfahrungen hast, lässt du diesen Teil einfach weg.

6. KENNTNISSE

Hier schreibst du beispielsweise, welche Fremdsprachen du gelernt hast. Am besten schreibst du auch dazu, welches Niveau du erreicht hast. Zum Beispiel: Deutsch (Niveau B1). Wenn du die Niveaustufe nicht genau weißt, kannst du auch schreiben: sehr gut, gut oder Grundkenntnisse. Hier solltest du realistisch sein. Wenn du dir nicht sicher bist, frag deinen Lehrer oder deine Lehrerin. Auch Computerkenntnisse kannst du hier angeben.

7. INTERESSEN UND HOBBYS

Hast du ein interessantes Hobby? Oder engagierst du dich außerhalb des Unterrichts für etwas? Vielleicht warst du schon einmal Klassensprecher? Dann kannst du es hier schreiben. Hobbys wie „Shoppen“ oder „Fernsehen“ gehören jedoch nicht hierher. Du kannst an dieser Stelle auch deinen Berufswunsch angeben.

8. ORT, DATUM, NAME / UNTERSCHRIFT

Bei einer Online-Bewerbung brauchst du keine Unterschrift.

Diskutiert in der Klasse. Wie sieht ein Lebenslauf in eurem Land aus? Welche Unterschiede gibt es? Findet ihr Lebensläufe mit oder ohne Foto besser? Begründet eure Ansicht.

DIE BEWERBUNG DER LEBENSLAUF (1) – LÖSUNG

Du möchtest Dich für ein Schülerpraktikum in Deutschland bewerben. Wie eine vollständige Bewerbung aussehen sollte, kann von Land zu Land unterschiedlich sein. Eine Bewerbung für ein Schülerpraktikum in Deutschland sollte folgende Teile haben: Lebenslauf, Bewerbungsschreiben, letztes Zeugnis. Ein Foto kann man, muss man aber nicht beifügen.

Hier findest du ein Beispiel für einen Schüler-Lebenslauf. Der Lebenslauf (auch: Curriculum Vitae) ist eine Übersicht deiner wichtigsten Daten. Dieser Lebenslauf hat jedoch einige Lücken. Ergänze die fehlenden Wörter.



LEBENSLAUF	
PERSÖNLICHE DATEN	
Name:	Jakob Müller
Anschrift:	Deichstraße 1, 34278 Glücksstadt
Telefon:	(03 89) 67 43 82
Handy:	(01 73) 89 43 21 40
E-Mail-Adresse:	jamueller@gtx.com
Geburtsdatum:	02.01.1998
Geburtsort:	Hannover
	
BILDUNGSWEG	
09/2004 – 06/2008:	Grundschule , Glücksstadt
seit 09/2008:	Matthias-Claudius-Realschule, Glücksstadt
Abschluss:	voraussichtlich 06/2014 (Abitur)
Lieblingsfächer:	Deutsch, Kunst
PRAKTISCHE ERFAHRUNGEN	
08/2012:	Ferienjob im Büro der Firma Lange, Elektroinstallation, Glücksstadt
09/2012:	2 Wochen Schüleraustausch mit unserer Partnerschule in Ipswich, England
KENNTNISSE	
Englisch:	B1-Niveau
Spanisch:	A2-Niveau
Computerkenntnisse:	Word, PowerPoint
INTERESSEN UND HOBBYS	
allgemein:	Reiten, Hockey spielen
seit 01/2012:	Mitglied der Schülerzeitungs-AG
Berufswunsch:	Journalist
Glücksstadt, 25.09.2013	
 Jakob Müller	

DIE BEWERBUNG DER LEBENSLAUF (2)


1. In diesem Lebenslauf stecken einige Fehler. Versucht, mithilfe der Informationen von AB 6.1, die Fehler zu finden und markiert sie im Text.

<p>PERSÖNLICHE DATEN</p> <p>Name: Lena Groß</p> <p>Anschrift: Berliner Str. 70, 33378 Rheda-Wiedenbrück</p> <p>Telefon: (052 42) 67 43 82</p> <p>Handy: (01 79) 118 48 66</p> <p>E-Mail-Adresse: mickeymouse@intern.com</p> <p>Geburtsdatum: 29.05.1996</p> <p>Geburtsort: Bielefeld</p> <p>Eltern: Peter Groß, Ingenieur Sabine Groß, geborene Schmidt, Lehrerin</p>		
<p>BILDUNGSWEG</p> <p>09/2002 - 06/2006: Grundschule Rheda-Wiedenbrück</p> <p>seit September 2006: Matthias-Claudius-Realschule, Glücksstadt Goethe-Gymnasium, Bielefeld</p> <p>Abschluss: voraussichtlich Juni 2014 (Abitur)</p>		
<p>PRAKTISCHE ERFAHRUNGEN</p> <p>04/2013: Schülerpraktikum bei der Bayer Schering Pharma AG in Bergkamen (2 Wochen)</p>		
<p>KENNTNISSE</p> <p>Fremdsprachen: Englisch (gut), Französisch (Grundkenntnisse)</p> <p>Computerkenntnisse: Word</p>		
<p>INTERESSEN UND HOBBYS</p> <p>Lieblingsfächer: Deutsch und Mathematik</p> <p>Hobby: Shoppen, ins Kino gehen</p>		
<p>Rheda-Wiedenbrück, 10.12.2013</p> <p><i>Lena Groß</i></p> <p>Lena Groß</p>		

2. Schreib deinen eigenen Lebenslauf.

DIE BEWERBUNG DER LEBENSLAUF (2) – LÖSUNG

1. In diesem Lebenslauf stecken einige Fehler. Versucht, mithilfe der Informationen von AB 6.1, die Fehler zu finden und markiert sie im Text.

Überschrift „LEBENSLAUF“ fehlt.		
PERSÖNLICHE DATEN		
Name:	Lena Groß	Das Foto eignet sich nicht für eine Bewerbung (diagonale Aufnahme, kein Porträt, wirkt zu privat).
Anschrift:	Berliner Str. 70, 33378 Rheda-Wiedenbrück	
Telefon:	(052 42) 67 43 82	mickeymouse@... ist keine angemessene E-Mail-Adresse in einer seriösen Bewerbung.
Handy:	(0179) 118 48 66	
E-Mail-Adresse:	mickeymouse@intern.com	Es ist heute nicht mehr üblich, Namen und Beruf der Eltern anzugeben.
Geburtsdatum:	29.05.1996	
Geburtsort:	Bielefeld	
Eltern:	Peter Groß, Ingenieur Sabine Groß, geborene Schmidt, Lehrerin	
BILDUNGSWEG		
09/2002 – 06/2006:	Grundschule Rheda-Wiedenbrück	Keine einheitlichen Datumsangaben („09“, „September“)
seit September 2006:	Matthias-Claudius-Realschule, Glücksstadt Goethe-Gymnasium, Bielefeld	
Abschluss:	voraussichtlich Juni 2014 (Abitur)	
PRAKTISCHE ERFAHRUNGEN		
04/2013:	Schülerpraktikum bei der Bayer Schering Ph (2 Wochen)	Bei der Angabe des Praktikums fehlt der Hinweis auf die Aufgaben, die man dort hatte.
KENNTNISSE		
Fremdsprachen:	Englisch (gut), Französisch (Grundkenntnisse)	
Computerkenntnisse:	Word	
INTERESSEN UND HOBBYS		
Lieblingsfächer:	Deutsch und Mathematik	Shoppen und Kino sind keine geeigneten Hobby-Angaben in einer Bewerbung.
Hobby:	Shoppen, ins Kino gehen	
Rheda-Wiedenbrück, 10.12.2013		
		
Lena Groß		

DIE BEWERBUNG DAS ANSCHREIBEN (1)

Im Anschreiben (auch: Bewerbungsschreiben) erklärst du, wofür du dich bewirbst, warum und welche Voraussetzungen du mitbringst.

- 1. Lies das Bewerbungsschreiben. Findest du die verschiedenen Textelemente aus der Tabelle im Text wieder? Schreibe die passenden Nummern an die richtige Stelle im Text.**

1	Absender	5	Ansprechpartner	9	Name	13	Grußformel
2	Ort und Datum	6	Verfügbarkeit	10	abschließender Satz	14	Kenntnisse/Erfahrungen
3	Unterschrift	7	Warum diese Firma?	11	Motivation	15	Anrede
4	Betreff	8	Firmenadresse	12	meine aktuelle Situation	16	Zukunftspläne

	<p>Marie Kaminski · Schillerstr. 56 · 12345 Dresden</p> <p>Faber-Castell AG Herrn Lauterbach Nürnberger Str. 2 90546 Stein</p> <p style="text-align: right;">Dresden, 03.04.2013</p> <p>Bewerbung als Praktikantin im Vertrieb in der Zeit vom 01. - 31.08.2013</p> <p>Sehr geehrter Herr Lauterbach,</p> <p>durch Ihre Webseite habe ich erfahren, dass man bei Ihnen ein Schülerpraktikum absolvieren kann. Dafür interessiere ich mich sehr. Zurzeit besuche ich die 10. Klasse des Bert-Brecht-Gymnasiums Dresden mit Schwerpunkt Wirtschaft.</p> <p>Ich habe bereits ein Schülerpraktikum von zwei Wochen im Hotel Elbblick in Dresden absolviert. Dort war ich an der Rezeption tätig. Der Kontakt mit den Gästen aus aller Welt war sehr interessant. Außerdem konnte ich meine Sprachkenntnisse in Englisch und Spanisch verbessern. Letztes Jahr habe ich auch an einem Spanischkurs für Schüler in Sevilla teilgenommen. Gern möchte ich nun auch praktische Erfahrungen im Bereich Vertrieb sammeln.</p> <p>Ich möchte später Betriebswirtschaft studieren und im internationalen Handel tätig sein. Aus diesem Grund bewerbe ich mich bei Faber-Castell, da es ein großes, weltweit bekanntes Unternehmen ist. Unsere Ferien beginnen am 1. August. Ab diesem Termin könnte ich Ihnen für einen Zeitraum von drei Wochen zur Verfügung stehen.</p> <p>Über eine positive Antwort freue ich mich sehr.</p> <p>Mit freundlichen Grüßen <i>Marie Kaminski</i> Marie Kaminski</p>
--	--

- 2. Vergleiche mit deinem Nachbarn. Besprecht eure Ergebnisse und korrigiert euch gegenseitig.**

DIE BEWERBUNG DAS ANSCHREIBEN (1) – LÖSUNG

Im Anschreiben (auch: Bewerbungsschreiben) erklärst du, wofür du dich bewirbst, warum und welche Voraussetzungen du mitbringst.

1. Lies das Bewerbungsschreiben. Findest du die verschiedenen Textelemente aus der Tabelle im Text wieder? Schreibe die passenden Nummern an die richtige Stelle im Text.

1	Absender	5	Ansprechpartner	9	Name	13	Grußformel
2	Ort und Datum	6	Verfügbarkeit	10	abschließender Satz	14	Kenntnisse/Erfahrungen
3	Unterschrift	7	Warum diese Firma?	11	Motivation	15	Anrede
4	Betreff	8	Firmenadresse	12	meine aktuelle Situation	16	Zukunftspläne

1	Marie Kaminski • Schillerstr. 56 • 12345 Dresden
8 5	Faber-Castell AG Herrn Lauterbach Nürnberger Str. 2 90546 Stein
2	Dresden, 03.04.2013
4	Bewerbung als Praktikantin im Vertrieb in der Zeit vom 01. - 31.08.2013
15	Sehr geehrter Herr Lauterbach,
12	durch Ihre Website habe ich erfahren, dass man bei Ihnen ein Schülerpraktikum absolvieren kann. Dafür interessiere ich mich sehr. Zurzeit besuche ich die 10. Klasse des Bert-Brecht-Gymnasiums Dresden mit Schwerpunkt Wirtschaft.
14	Ich habe bereits ein Schülerpraktikum von zwei Wochen im Hotel Elbblick in Dresden absolviert. Dort war ich an der Rezeption tätig. Der Kontakt mit den Gästen aus aller Welt war sehr interessant. Außerdem konnte ich meine Sprachkenntnisse in Englisch und Spanisch verbessern. Letztes Jahr habe ich auch an einem Spanischkurs für Schüler in Sevilla teilgenommen.
11	Gern möchte ich nun auch praktische Erfahrungen im Bereich Vertrieb sammeln.
11, 16 7 6	Ich möchte später Betriebswirtschaft studieren und im internationalen Handel tätig sein. Aus diesem Grund bewerbe ich mich bei Faber-Castell, da es ein großes, weltweit bekanntes Unternehmen ist. Unsere Ferien beginnen am 1. August. Ab diesem Termin könnte ich Ihnen für einen Zeitraum von drei Wochen zur Verfügung stehen.
10	Über eine positive Antwort freue ich mich sehr.
13 3 9	Mit freundlichen Grüßen  Marie Kaminski

DIE BEWERBUNG DAS ANSCHREIBEN (2)

1. Formuliert ganze Sätze:

Ich wurde 1994 in Hamburg geboren.

1994 - Hamburg

2000 - 2008 Gymnasium

2008 - Abitur - Note „1,8“

Juli - August 2008 - Praktikum in einer Werbeagentur

Erfahrungen mit Photoshop

gute Englisch- und Französischkenntnisse

Cambridge Certificate mit der Note „gut“

später Beruf: Webdesigner

2. Formuliert mündlich Sätze aus diesen Stichworten:

- München - 1996
- 2002 - 2008 Realschule
- 2008 - Mittlere Reife - Note „gut“
- Juni 2007 - Praktikum bei Siemens
- Erfahrung in der IT-Abteilung
- gute Computerkenntnisse
- IT-Führerschein mit der Note „1,4“
- später Beruf IT-Administrator

DIE BEWERBUNG DAS ANSCHREIBEN (2)

3. Hier ist ein Bewerbungsschreiben durcheinandergeraten. Bringt es zu zweit in die richtige Reihenfolge. Es gibt dafür mehrere Möglichkeiten.

Maximilian Hansen



Ich bin mir sicher, dass ich hier meine guten Computerkenntnisse und meine Teamfähigkeit sehr gut einsetzen kann.

Außerdem betreue ich seit zwei Jahren die Kindermannschaft unseres Fußballclubs, dem 1. FC Eimsbüttel, und arbeite aktiv bei der Gestaltung unserer Homepage mit.

Über eine Einladung zu einem persönlichen Gespräch freue ich mich sehr.

Mit freundlichen Grüßen

Unsere Schule bietet uns in diesem Herbst die Möglichkeit, vom 5. bis 25. September ein Praktikum zu absolvieren.

Sehr geehrter Herr Schmidt,

Gern stehe ich Ihnen in dieser Zeit zur Verfügung.

Da ich nach meinem Abschluss gern eine Ausbildung als Bürokaufmann absolvieren möchte, interessiert mich Ihre Stelle sehr.

Seit einem Jahr besuche ich regelmäßig die Computer-AG an meiner Schule.

Zurzeit besuche ich die 9. Klasse der Stadtteilschule in Hamburg-Eimsbüttel.

gern bewerbe ich mich auf Ihre Anzeige für eine Praktikumsstelle in Ihrer Buchhaltung.

DIE BEWERBUNG DAS ANSCHREIBEN (2) – LÖSUNG

- 3. Hier ist ein Bewerbungsschreiben durcheinandergeraten. Bringt es zu zweit in die richtige Reihenfolge. Es gibt dafür mehrere Möglichkeiten.**

Sehr geehrter Herr Schmidt,

gern bewerbe ich mich auf Ihre Anzeige für eine Praktikumsstelle in Ihrer Buchhaltung.

Zurzeit besuche ich die 9. Klasse der Stadtteilschule in Hamburg-Eimsbüttel. Da ich nach meinem Abschluss gern eine Ausbildung als Bürokaufmann absolvieren möchte, interessiert mich Ihre Stelle sehr.

Ich bin mir sicher, dass ich hier meine guten Computerkenntnisse und meine Teamfähigkeit sehr gut einsetzen kann. Seit einem Jahr besuche ich regelmäßig die Computer-AG an meiner Schule. Außerdem betreue ich seit zwei Jahren die Kindermannschaft unseres Fußballclubs, dem 1. FC Eimsbüttel, und arbeite aktiv bei der Gestaltung unserer Homepage mit.

Unsere Schule bietet uns in diesem Herbst die Möglichkeit vom 5. bis 25. September ein Praktikum zu absolvieren. Gern stehe ich Ihnen in dieser Zeit zur Verfügung.

Über eine Einladung zu einem persönlichen Gespräch freue ich mich sehr.

Mit freundlichen Grüßen

Maximilian Hansen

DIE BEWERBUNG DAS ANSCHREIBEN (3)

Verfasse ein eigenes Bewerbungsschreiben für ein Praktikum bei dem Unternehmen deiner Projektgruppe. Das Schema unten und die Erklärungen dazu helfen dir dabei. Achte darauf, dass alle wichtigen Textteile in deiner Bewerbung vorkommen.

1. ABSENDER

Dein Name, deine Adresse

2. ADRESSAT

Hier schreibst du die vollständige Adresse der Firma, bei der du dich bewirbst. Wenn möglich, schreib auch den Ansprechpartner dazu. Du kannst auf der Website nachschauen, wer das ist, oder in einer E-Mail vorher nachfragen.

3. ORT UND DATUM

Berlin, 5. November 2013
oder Berlin, 05.11.2013

4. BETREFF

Der Betreff steht zwischen Datum und Anrede und ist so etwas wie eine Überschrift. Wie bei einer E-Mail ist der Betreff sehr wichtig, denn er zeigt dem Leser/der Leserin auf den ersten Blick, worum es in dem Schreiben geht. Der Betreff sollte kurz sein, aber die wichtigsten Informationen enthalten. Das Wort „Betreff“ schreibt man jedoch nicht mehr dazu.

5. ANREDE

Wenn du keinen Ansprechpartner weißt, schreibst du: Sehr geehrte Damen und Herren, ...
Mit Ansprechpartner: Sehr geehrter Herr Müller (oder Frau Müller), ...
Nach dem Komma folgt eine Leerzeile, dann geht es kleingeschrieben weiter.

6. TEXT

Hier begründest du, warum du dich für die Stelle interessierst und beschreibst deine Motivation. Zugleich möchtest du den Adressaten davon überzeugen, dass gerade du dafür geeignet bist. Die Informationen aus deinem Lebenslauf helfen dir dabei. Folgende Punkte sollten enthalten sein:

- Einleitender Satz: Hier kannst du erwähnen, woher du von dem Praktikumsplatz weißt.
Beispiel: Auf Ihrer Website habe ich erfahren, dass Sie in den Sommerferien Praktikanten einstellen.
- Meine aktuelle Situation
- Motivation: Warum interessiere ich mich für diese Aufgabe?
- Erfahrung, Kenntnisse: Warum bin ich geeignet?
- Welche Zukunftspläne habe ich?
- Warum interessiert mich diese Firma?
- Wann bin ich verfügbar?
- Abschließender Satz, zum Beispiel: Ich freue mich auf Ihre Antwort. Oder: Für Ihr Interesse an meiner Bewerbung bedanke ich mich und freue mich auf ein persönliches Gespräch.

7. GRUSSFORMEL

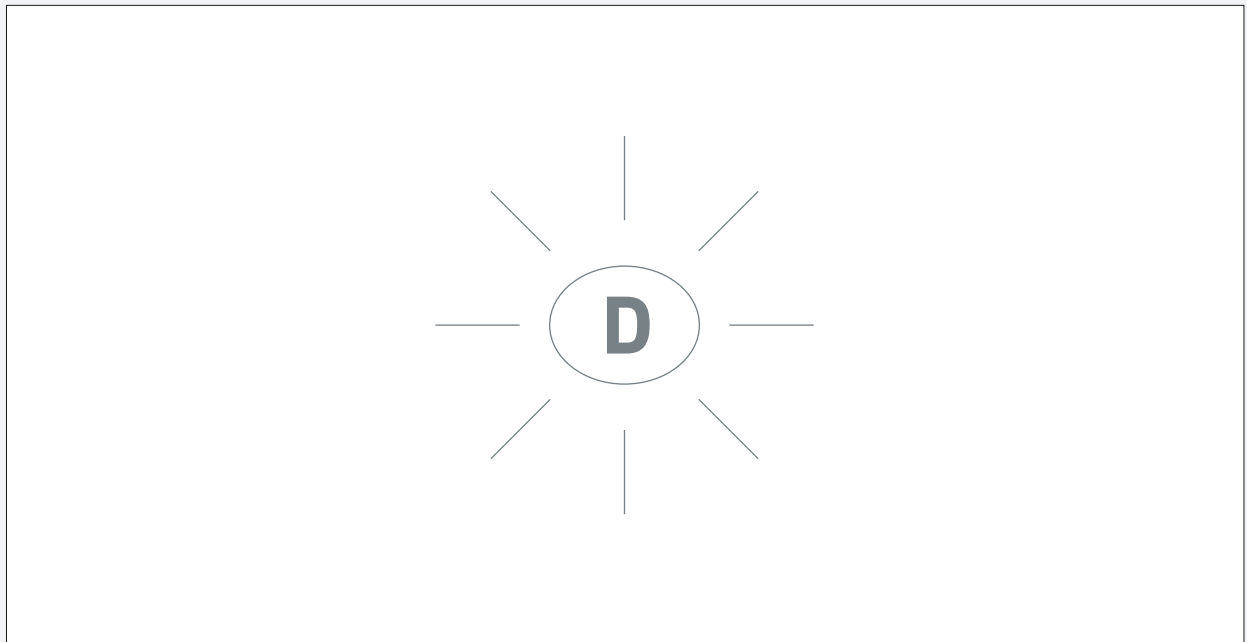
Die Standardformulierung ist „Mit freundlichen Grüßen“.

8. (UNTERSCHRIFT) NAME

In der Online-Bewerbung genügt der Name ohne Unterschrift. Noch besser ist aber eine gescannte Unterschrift.

ANDERE LÄNDER, ANDERE SITTEN DEUTSCHLAND UND DIE DEUTSCHEN

1. Was fällt euch spontan zu Deutschland und den Deutschen ein? Sammelt Stichworte.



2. Eure Bewerbung für ein Schülerpraktikum war erfolgreich. Jetzt bereitet ihr euch auf euren Aufenthalt in Deutschland vor. Vielleicht habt ihr schon Deutschland-Erfahrungen gemacht, vielleicht fahrt ihr zum ersten Mal nach Deutschland.

Bildet zwei Gruppen:

A - Ich war schon einmal in Deutschland.

B - Ich möchte bald nach Deutschland fahren.

Gruppe A

Tauscht euch aus über eure Erfahrungen, die ihr in Deutschland und im Kontakt mit Deutschen gemacht habt.

Sammelt Antworten zu den Fragen und notiert auf Karten eure Ergebnisse.

- Was hat mir in Deutschland gefallen?
- Was hat mir nicht gefallen?
- Was hat mich überrascht?

Gruppe B

Tauscht euch darüber aus, was ihr von eurem Aufenthalt in Deutschland erwartet.

Sammelt Antworten zu den Fragen und notiert auf Karten eure Ergebnisse.

- Welche Vorstellungen habt ihr von Land und Leuten?
- Worauf freut ihr euch?
- Wovor habt ihr Angst?

3. Präsentiert im Plenum eure Ergebnisse.

ANDERE LÄNDER, ANDERE SITTEN SICHTWECHSEL

In einem anderen Land wird man manchmal mit Verhaltensweisen und Reaktionen konfrontiert, die man von zu Hause so nicht kennt. Wenn man sich darauf einstellt, kann man jedoch viele Missverständnisse vermeiden.

Diskutiert in der Gruppe die beschriebene Situation.

- Was bedeutet sie eurer Meinung nach?
- Was kann man daraus lernen?
- Stellt die Situation euren Mitschülern vor und erläutere sie.
- Könnt ihr euch noch andere Situationen vorstellen, in denen es zu Missverständnissen kommen kann?

Die deutsche Gastfamilie sagt zu ihrem russischen Gast: „Fühl dich bei uns wie zu Hause! Das Essen ist im Kühlschrank, nimm dir jederzeit, was du möchtest.“ Die Russin ist enttäuscht, denn sie fühlt sich nicht als Gast behandelt.

Eine Studentin aus Brasilien: „Die Deutschen sind so kalt und distanziert – sie geben sich zur Begrüßung nur die Hand.“

Eine türkische Familie zieht in eine neue Wohnung ein. Sie backen einen Kuchen und warten, dass ihre Nachbarn sie besuchen und im Haus willkommen heißen. Die deutschen Nachbarn warten jedoch, dass die neuen Mieter kommen und sich vorstellen.

Ein französischer Austauschschüler beklagt sich nach einigen Tagen bei seiner deutschen Gastfamilie, dass er dort kein richtiges Abendessen bekommt, sondern nur Brot, Käse und Wurst.

Ein chinesischer Student ist entsetzt, als sich beim Essen neben am Tisch eine Deutsche die Nase putzt. Die Deutsche ist entsetzt, weil der Chinese hörbar die Suppe schlürft.

Ein Student aus Hamburg wartet im Café auf seinen griechischen Kommilitonen. Der kommt zwanzig Minuten zu spät. Der junge Deutsche ist wütend: „Warum hast du nicht angerufen?!“

ANDERE LÄNDER, ANDERE SITTEN SICHTWECHSEL – LÖSUNG

In einem anderen Land wird man manchmal mit Verhaltensweisen und Reaktionen konfrontiert, die man von zu Hause so nicht kennt. Wenn man sich darauf einstellt, kann man jedoch viele Missverständnisse vermeiden.

Diskutiert in der Gruppe die beschriebene Situation.

- Was bedeutet sie eurer Meinung nach?
- Was kann man daraus lernen?
- Stellt die Situation euren Mitschülern vor und erläutert sie.
- Könnt ihr euch noch andere Situationen vorstellen, in denen es zu Missverständnissen kommen kann?

Die deutsche Gastfamilie sagt zu ihrem russischen Gast: „Fühl dich bei uns wie zu Hause! Das Essen ist im Kühlschrank, nimm dir jederzeit, was du möchtest.“ Die Russin ist enttäuscht, denn sie fühlt sich nicht als Gast behandelt.

In Deutschland schätzen viele Menschen eine gewisse Selbstständigkeit des Besuches. Vor allem, wenn jemand für einen längeren Zeitraum zu Besuch ist. Das ist keine Nicht-Achtung, sondern ein Zeichen von Vertrauen und Nähe.

Eine Studentin aus Brasilien: „Die Deutschen sind so kalt und distanziert – sie geben sich zur Begrüßung nur die Hand.“

In der Tat ist es in Deutschland üblich, sich zur Begrüßung die Hand zu geben – Männer wie Frauen. Manchmal bleibt es sogar beim informellen „Hallo“. Nur unter guten Freunden und Familienmitgliedern umarmt man sich.

Eine türkische Familie zieht in eine neue Wohnung ein. Sie backen einen Kuchen und warten, dass ihre Nachbarn sie besuchen und im Haus willkommen heißen. Die deutschen Nachbarn warten jedoch, dass die neuen Mieter kommen und sich vorstellen.

Im Allgemeinen stellen sich in Deutschland neue Mieter im Haus ihren Nachbarn vor. Freunden oder guten Bekannten, die umgezogen sind, bringt man manchmal noch Salz und Brot – traditionelle Gastgeschenke für neue Bewohner.

Ein französischer Austauschschüler beklagt sich nach einigen Tagen bei seiner deutschen Gastfamilie, dass er dort kein richtiges Abendessen bekommt, sondern nur Brot, Käse und Wurst.

Traditionell gibt es in vielen deutschen Familien mittags warmes Essen, abends dagegen nur ein kaltes Essen. Man sagt deshalb auch „Abendbrot“. Inzwischen gibt es aber, aufgrund der zunehmenden Berufstätigkeit von Frauen, auch immer mehr Haushalte, in denen die warme Mahlzeit erst am Abend eingenommen wird.

Ein chinesischer Student ist entsetzt, als sich beim Essen neben am Tisch eine Deutsche die Nase putzt. Die Deutsche ist entsetzt, weil der Chinese hörbar die Suppe schlürft.

Wie in den meisten europäischen Ländern sind auch in Deutschland Geräusche beim Essen absolut tabu. Dagegen findet niemand etwas dabei, wenn sich jemand die Nase putzt, solange er ein Taschentuch benutzt und nicht „trompetet“.

Ein Student aus Hamburg wartet im Café auf seinen griechischen Kommilitonen. Der kommt zwanzig Minuten zu spät. Der junge Deutsche ist wütend: „Warum hast du nicht angerufen?!“

Pünktlichkeit gilt in Deutschland als Zeichen von Respekt. Bei Verspätungen wird erwartet, dass man sich entschuldigt. Bei einer Verspätung von mehr als 15 Minuten sollte man kurz anrufen und Bescheid sagen.

ANDERE LÄNDER, ANDERE SITTEN STEREOTYPE

Diskutiert die folgenden Aussagen über Deutsche.

- Glaubt ihr, dass sie stimmen?
- Womit, glaubt ihr, könntet ihr Schwierigkeiten bekommen?

Bei einem Arbeitsessen machen Deutsche wenig Smalltalk, sie reden gleich über das Berufliche.

Deutsche sind ordentlich und fleißig.

Deutsche interessieren sich für die Sache, nicht für die Personen.

Deutsche sind zuverlässig. Sie halten sich an Vereinbarungen und erwarten das auch von anderen.

Prinzipiell wird in Deutschland erwartet, dass Frauen und Männer gleich behandelt werden.

Deutsche haben keinen Sinn für Humor.

Deutsche wirken oft kühl und distanziert.

Deutsche legen Wert auf Pünktlichkeit.

Deutsche machen für alles einen Zeitplan. Sie mögen keine Spontaneität.

Beruf und Privates wird in Deutschland meist getrennt.

Deutsche sind ziemlich direkt, auch in ihrer Kritik.

Deutsche schätzen Regeln und Strukturen.

ANDERE LÄNDER, ANDERE SITTEN KULTURELLE WERTE

- 1. Was meint ihr: Wie wichtig sind folgende Werte eurer Meinung nach**
- in Deutschland?
 - in eurem Land?

**Markiert einen Wert zwischen 1 (unwichtig) und 10 (wichtig).
Fallen euch noch mehr Werte ein? Ergänzt sie in der Tabelle.**

Werte	in Deutschland	in meinem Land
Pünktlichkeit	1 _____ 10	1 _____ 10
Selbstständigkeit	1 _____ 10	1 _____ 10
Kreativität	1 _____ 10	1 _____ 10
Gastfreundschaft	1 _____ 10	1 _____ 10
Distanz	1 _____ 10	1 _____ 10
Emotionalität	1 _____ 10	1 _____ 10
Humor	1 _____ 10	1 _____ 10
Zuverlässigkeit	1 _____ 10	1 _____ 10
Spontaneität	1 _____ 10	1 _____ 10
Höflichkeit	1 _____ 10	1 _____ 10
Ehrlichkeit	1 _____ 10	1 _____ 10
Hierarchie	1 _____ 10	1 _____ 10
Sachlichkeit	1 _____ 10	1 _____ 10
Toleranz	1 _____ 10	1 _____ 10
	1 _____ 10	1 _____ 10
	1 _____ 10	1 _____ 10

2. Mein Kulturbeutel

Überlege dir fünf Dinge, die du in deinen persönlichen Kulturbeutel packen möchtest. Es können materielle Dinge sein, es können aber auch immaterielle Dinge sein, zum Beispiel Werte oder Regeln, die du immer mitnehmen möchtest, weil sie dir besonders wichtig sind.





WAS WEISS ICH? QUIZ

1. Das gehört nicht in einen Lebenslauf

- a) Schulabschluss
- b) Beruf des Vaters
- c) Geburtsort

2. Die Standard-Anrede in einem Anschreiben heißt

- a) Sehr geehrte Kolleginnen und Kollegen
- b) Liebe Damen und Herren
- c) Sehr geehrte Damen und Herren

3. In einem Anschreiben steht der Betreff

- a) zwischen Datum und Anrede
- b) zwischen Adressat und Datum
- c) über dem Absender

4. Was gehört nicht in ein Anschreiben?

- a) Berufswunsch
- b) Motivation
- c) Ärztliches Gutachten

5. Was gilt nicht als „typisch deutsch“?

- a) Ordnung
- b) Spontaneität
- c) Pünktlichkeit

WAS WEISS ICH? QUIZ – LÖSUNG

1. Das gehört nicht in einen Lebenslauf

- a) Schulabschluss
- b) **Beruf des Vaters**
- c) Geburtsort

2. Die Standard-Anrede in einem Anschreiben heißt

- a) Sehr geehrte Kolleginnen und Kollegen
- b) Liebe Damen und Herren
- c) **Sehr geehrte Damen und Herren**

3. In einem Anschreiben steht der Betreff

- a) **zwischen Datum und Anrede**
- b) zwischen Adressat und Datum
- c) über dem Absender

4. Was gehört nicht in ein Anschreiben?

- a) Berufswunsch
- b) Motivation
- c) **Ärztliches Gutachten**

5. Was gilt nicht als „typisch deutsch“?

- a) Ordnung
- b) **Spontaneität**
- c) Pünktlichkeit

WAS WEISS ICH? MEINE WÖRTER

Wähle aus der Vokabelliste fünf Wörter, die du besonders wichtig findest und notiere sie in der linken Spalte.
Schreibe die passende Definition in die rechte Spalte.

WAS WEISS ICH? WORTSCHATZ

der Auslandsaufenthalt/-e	etwas absolvieren	absteigend
die Bewerbung/-en	sich eignen für etwas/	aufsteigend
der Bildungsweg/-e	geeignet sein für etwas	
die Erfahrung/-en	sich engagieren	
der Ferienjob/-s	etwas gestalten	
die (Grund-)Kenntnis/-se	über etwas verfügen	
das Layout/-s	zur Verfügung stehen	
der Lebenslauf/-läufe		
das Missverständnis/-se		
die Niveaustufe/-n		
das Praktikum/Praktika		
die Pünktlichkeit/-		
der Schüleraustausch/-e		
der Schwerpunkt/-e		
die Selbstständigkeit/-		
die Vereinbarung/-en		
die Verfügbarkeit/-en		
das Zeugnis/-se		
der Zukunftsplan/-pläne		

LEHRERHANDREICHUNG

In Zeiten der Globalisierung wird es immer selbstverständlicher, sich auf dem internationalen Arbeitsmarkt umzutun. Das Stichwort heißt „Mobilität“. Dieses Modul richtet sich insbesondere an Schülerinnen und Schüler, die ein Praktikum in Deutschland machen möchten. Es kann aber auch für Lernende nützlich sein, die sich für ein Praktikum bei einer deutschen Firma in ihrem Land interessieren. Ebenso eignet es sich für Schülerinnen und Schüler, die einmal in Deutschland studieren möchten.

DIE BEWERBUNG

Eine Bewerbung zu schreiben ist schon in der Muttersprache eine Herausforderung, zumal Schüler in der Regel noch keine oder kaum Erfahrung mit der Arbeitswelt haben. Bewerbungen folgen eigenen Regeln und diese Regeln können sich von Land zu Land durchaus unterscheiden. Worauf kommt es in Deutschland an? Was muss ich beachten? Die Schülerinnen und Schüler lernen hier die wichtigsten Unterschiede kennen, machen sich mit wichtigem deutschen Bewerbungsvokabular vertraut und üben das Schreiben einer Bewerbung. Auf die gewonnenen Erkenntnisse können sie später zurückgreifen.

Material: Beamer, Wörterbücher

Arbeitsblätter:

- AB 6.1 Der Lebenslauf (1)
- AB 6.2 Der Lebenslauf (2)
- AB 6.3 Das Anschreiben (1)
- AB 6.4 Das Anschreiben (2)
- AB 6.5 Das Anschreiben (3)



AB 6.1 Der Lebenslauf (1)

Was gehört zu einer vollständigen (schriftlichen) Bewerbung in deinem Land? Was gehört in Deutschland in eine Bewerbung? Die Schülerinnen und Schüler äußern Vermutungen.



Die Schülerinnen und Schüler lösen Aufgabe 1 allein oder in Partnerarbeit. Sie ergänzen die fehlenden Wörter im Text. Das Ergebnis wird im Plenum besprochen. Dazu die Lösung mit dem Beamer an die Wand projizieren. Anschließend zeigen Sie das Schaubild zum Aufbau eines Lebenslaufes an der Wand.

Erläutern Sie die einzelnen Bausteine mithilfe der Erklärungen dazu. Lassen Sie die Schülerinnen und Schüler die Bausteine im Text markieren.

Regen Sie eine kurze Diskussion an: Soll man ein Foto beilegen oder nicht? Was spricht dafür, was dagegen? Die Diskussion kann in der Muttersprache erfolgen.

AB 6.2 Der Lebenslauf (2)

Wiederholen Sie die Regeln für das Verfassen eines Lebenslaufes und beantworten sie eventuelle Fragen. Anschließend bearbeiten die Schülerinnen und Schüler zu zweit Aufgabe 1. Hier handelt es sich um einen Lebenslauf, in dem einige der Regeln nicht beachtet wurden. Mithilfe der zuvor besprochenen Regeln versuchen die Schülerinnen und Schüler, in dem Lebenslauf-Beispiel die Fehler zu finden. In Aufgabe 2 verfasst jeder Schüler einen eigenen Lebenslauf nach den deutschen Regeln. Diese Aufgabe eignet sich als Hausaufgabe. In der nächsten Stunde – oder alternativ als nächste Hausaufgabe – liest jeder Schüler den Lebenslauf eines Mitschülers und markiert eventuelle Fehler oder Unklarheiten. Anschließend Besprechung im Plenum.



AB 6.3 Das Anschreiben (1)

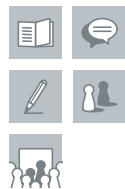
Die Schülerinnen und Schüler lösen die Aufgabe jeder für sich. Sie lernen, dass es sich bei einem Bewerbungsschreiben um eine eigene Textsorte handelt. Anschließend vergleichen sie ihre Ergebnisse mit ihrem Partner. In dieser Aufgabe werden die Schülerinnen und Schüler auf Struktur und Inhalte von Bewerbungsschreiben aufmerksam gemacht. Dies wird im Folgenden vertieft.



AB 6.4 Das Anschreiben (2)

Die Aufgaben dienen als Hinführung zum Verfassen eines eigenen Bewerbungsschreibens. Die Schülerinnen und Schüler üben, Sätze im Stil eines Bewerbungsschreibens zu formulieren. Zugleich lernen sie, die Inhalte zu ordnen.

Aufgabe 1 kann zu zweit gelöst werden. Die Ergebnisse im Plenum vergleichen und korrekte Beispielsätze an die Tafel schreiben. Anschließend Aufgabe 2 mündlich im Plenum bearbeiten.



Tipp: Aufgabe 2 eignet sich auch, um ein einfaches Vorstellungsgespräch als Rollenspiel zu simulieren.

Für Aufgabe 3 empfiehlt es sich, die Textbausteine vorher auseinanderzuschneiden und jeweils paarweise zu verteilen. Die Schülerinnen und Schüler können die Textteile jedoch auch einfach in der richtigen Reihenfolge nummerieren. Anschließend Ergebnisvergleich im Plenum.

AB 6.5 Das Anschreiben (3)

Projizieren Sie das Schaubild zum Aufbau eines Bewerbungsschreibens an die Wand, besprechen Sie die Erläuterungen dazu und klären Sie Fragen. Als Hausaufgabe verfasst jeder Schüler ein eigenes Bewerbungsschreiben. Es empfiehlt sich, als Adressaten das jeweilige Unternehmen aus der Projektgruppe zu nehmen.



Vorstellungsgespräche: Bei ausreichend Zeit lassen Sie immer zwei Schüler ihre Lebensläufe und Anschreiben austauschen. Dann führen sie paarweise im Dialog Vorstellungsgespräche.
Beispiel:

Schüler 1: „Warum interessieren Sie sich für diese Firma?“

Schülerin 2: „Ich möchte später einmal Chemikerin werden.“ und so weiter.

Tipp: Die Website www.azubiyo.de richtet sich an Schülerinnen und Schüler, Auszubildende und Studierende. Sie enthält viele Hinweise, Tipps und Beispiele für Bewerbungen in Deutschland.

ANDERE LÄNDER, ANDERE SITTEN

Einen berufsbezogenen Aufenthalt in Deutschland sollte man nicht nur im Hinblick auf Sprache und auf Fachliches, sondern auch im Hinblick auf kulturelle Eigenarten vorbereiten. Oft sind es alltägliche Kleinigkeiten, die vielleicht vom dem abweichen, was man von zu Hause gewohnt ist, und die einen in manchmal komische, manchmal schwierige Situationen bringen können.

In diesem Kapitel soll es nicht darum gehen, Verhaltensregeln zu bewerten, sondern darum, zu erkennen, dass in jedem Land eigene kulturelle Codes gelten, die man zwar nicht übernehmen muss, aber die man kennen sollte, um sich besser zu verstehen und um Missverständnisse zu vermeiden.

Material: Moderatorenkärtchen, Musik (CD-Player oder PC), 1 Kulturbeutel

Arbeitsblätter:

- AB 6.6 Deutschland und die Deutschen
- AB 6.7 Sichtwechsel
- AB 6.8 Stereotype
- AB 6.9 Kulturelle Werte



AB 6.6 Deutschland und die Deutschen

Aufgabe 1 dient als Einstieg: Sammeln Sie an der Tafel, was den Schülerinnen und Schülern spontan zu Deutschland einfällt.

Anschließend bilden Sie zwei Gruppen: diejenigen mit Deutschland-Erfahrung und diejenigen, die ihren ersten Aufenthalt in Deutschland noch vor sich haben.

Beide Gruppen tauschen sich aus und sammeln Ergebnisse zu den jeweiligen Fragen.

Die Ergebnisse auf Kärtchen notieren und gut sichtbar aufhängen. Sie werden dann von den Gruppen vorgestellt und im Plenum diskutiert.

Tipp: Alternativ kann der Erfahrungs- und Erwartungsaustausch auch als „Kugellager“ durchgeführt werden. Die Schülerinnen und Schüler bilden einen Innenkreis (Erfahrungen) und einen Außenkreis (Erwartungen), jeweils zwei Schüler stehen einander zugewandt. Dann setzen sich beide Kreise in umgekehrter Richtung in Bewegung, bis ein Ende signalisiert wird (zum Beispiel, indem man Musik laufen lässt und plötzlich stoppt). Die neu entstandenen Vis-à-vis-Paare tauschen sich über ihre Erwartungen und Erfahrungen aus. Anschließend bewegen sich die Kreise weiter bis zum nächsten Stopp und so fort.

Bei ausreichender Zeit lassen Sie die Schülerinnen und Schüler in Gruppen Deutschland-Collagen als Plakate entwerfen, in die Erfahrungen und Erwartungen, Klischees und Stereotype, Wünsche und Vorstellungen aufgenommen werden können.

AB 6.7 Sichtwechsel

Die Aufgabe regt die Schülerinnen und Schüler dazu an, sich mit unterschiedlichen Perspektiven einer Situation zu beschäftigen. Es geht nicht um eine Beurteilung des Verhaltens, vielmehr soll deutlich werden, dass Verhaltensweisen von Land zu Land variieren können, weil ihnen verschiedene Wertvorstellungen vorausgehen. Die Schülerinnen und Schüler diskutieren in Arbeitsgruppen jeweils eine der Situationen. Anschließend spielen sie den anderen die Situation als Dialog vor.

Alternativ können sie auch ein „Standbild“ gestalten. In diesem Fall positionieren sich die Schülerinnen und Schüler als Figurengruppe so, dass deutlich wird, was sie darstellen wollen. Dabei bleiben sie unbeweglich wie ein Standbild. Die anderen Schülerinnen und Schüler versuchen zu erraten, um welche Situation es sich handelt. Danach kurze Diskussion im Plenum. Erklären Sie mithilfe des Lösungsblattes, was es mit den jeweiligen Verhaltensweisen auf sich hat.



AB 6.8 Stereotype

Die Schülerinnen und Schüler besprechen wieder in Arbeitsgruppen von etwa fünf Personen die verschiedenen Aussagen über „typisch deutsche“ Verhaltensweisen, Werte und Regeln. Stimmen sie mit ihren Erfahrungen überein?

Machen Sie deutlich, dass diese Aussagen nicht pauschal und vollständig auf alle Deutschen zutreffen. Es handelt sich hier eher um Verhaltensmöglichkeiten und Denkmuster, denen man erfahrungsgemäß in Deutschland in der Regel häufiger begegnet als in vielen anderen Ländern. Dennoch gibt es in Deutschland durchaus unterschiedliche Sicht-, Denk- und Verhaltensweisen zwischen Nord und Süd, Ost und West, Stadt und Land und so weiter.



AB 6.9 Kulturelle Werte

Hier geht es darum, von konkreten Verhaltensmustern zu abstrahieren und die dahinterstehenden Wertvorstellungen zu erkennen. Die Schülerinnen und Schüler sollten begreifen, dass den Aussagen – respektive dem Denken und den Verhaltensweisen – bestimmte Regeln und Werte zugrunde liegen. Indem sie versuchen, diese und weitere Werte für Deutschland und ebenso für ihr eigenes Land einzuschätzen, lernen sie, bestimmte Situationen besser zu verstehen.

Aufgabe 1: Kopieren Sie die Tabelle für jede Gruppe auf DIN A3. Hängen Sie die Ergebnisse in der Klasse auf. Jede Gruppe präsentiert und erläutert ihre Ergebnisse.



Tipp: Um deutlich zu machen, wie individuell unterschiedlich die Wahrnehmung sein kann, machen Sie ein Experiment. Legen Sie ein Zentimetermaß oder einen Zollstock auf die Erde. Die Schülerinnen und Schüler stehen sich in zwei Reihen gegenüber mit etwa zwei bis drei Metern Abstand. Reihe 2 geht auf Reihe 1 zu, jeder Schüler auf den ihm gegenüber stehenden, und begrüßt ihn. Achten Sie darauf, wie weit die Schüler aufeinander zugehen und an welchem Punkt sie stehen bleiben. Messen Sie nach. Sie werden feststellen, dass die persönliche „Bannmeile“ jedes Menschen unterschiedlich groß ist. In manchen Ländern kommt man sich ziemlich nahe und berührt den anderen sogar beim Sprechen; in Deutschland hält man im Allgemeinen eher etwas mehr Distanz.

Aufgabe 2: „Mein Kulturbeutel“ bildet den Abschluss dieses Moduls. Erklären Sie zunächst das Wortspiel: Ein Kulturbeutel ist im Deutschen eigentlich ein Behälter für Waschutensilien auf Reisen.

Die Schülerinnen und Schüler setzen sich in einen Kreis. Jeder Schüler packt seinen „Kulturbeutel“ und erklärt, welche fünf Dinge er „einpackt“ – was ihm persönlich an materiellen oder immateriellen kulturellen Dingen wichtig ist. Es können auch Dinge sein, die er aus Deutschland oder aus einem anderen Land kennt.

WAS WEISS ICH?

Spielerische Wissensüberprüfung und Wiederholung von Basisvokabular am Ende eines jeden Moduls.

Material: Wörterbücher

Arbeitsblätter:

AB 6.10 Quiz

AB 6.11 Meine Wörter

W 6 Wortschatz



AB 6.10 Quiz

Die Schülerinnen und Schüler beantworten eine Auswahl von Quizfragen. Dies kann mündlich auf Zuruf oder schriftlich als Ankreuztest erfolgen.



AB 6.11 Meine Wörter

Jeder Schüler wählt fünf Wörter aus der Vokabelliste, die er für besonders merkwürdig hält, und schreibt die Definitionen in die leeren Karten von AB 6.11. Die wichtigsten Wörter des Moduls stehen in der Liste W 6.

W 6 Wortschatz

Jedem Modul ist eine Liste mit dem wichtigsten Vokabular beigelegt. Es handelt sich um eine Auswahl von Wörtern, die für das Thema des Moduls allgemein von Bedeutung sind.



BILD- UND QUELLENNACHWEISE

Titel	Dietmar Wäsche
3	Getty Images
5	Goethe-Institut Paris, Foto: Eva Korb
7	Autostadt GmbH, Autostadt in Wolfsburg, Foto: Mark Henderson
10/11	siehe 7

Modul 1

12	Colourbox.de, Foto: mekcar
14	Colourbox.de
16/17	Audi, CC BY-SA Kinderschokolade, CC BY-SA, Foto: A. Kniesel Adidas, CC BY-SA Heinz, CC BY-SA, Foto: Gordon Joly Nivea, CC BY-SA, Foto: Justus Blümer Maggi, CC BY-SA, Foto: Rainer Zenz
18/19	Quelle: Statistisches Bundesamt
20/21	Bayer Schering Pharma AG, Bertelsmann SE & Co. KGaA, EADS Deutschland GmbH, Miele & Cie. KG, Volkswagen AG, Robert Bosch GmbH, Faber-Castell AG, Ernst Klett AG, Haribo GmbH & Co. KG
22/23	Leibniz-Institut für Länderkunde 2011
24	Colourbox.de
25	Zeppelin: public domain http://commons.wikimedia.org/wiki/File:LZ126_arriving_at_Lakehurst,_NJ.jpg
25-28	Colourbox.de
31/32	Burda Porträt, Hubert Burda Media Burda Schnittmuster, Colourbox.de Jil Sander Porträt DPA Jil Sander Laufsteg, Colourbox.de Kruse Porträt, Puppenmuseum Tenneberg Kruse Puppe, Puppenmuseum Tenneberg http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Melitta_Bentz.jpg Melitta Filter CC-BY-SA-3.0-migrated, Foto: Elke Wetzig Sacher, Foto: Madame d'Ora, Sachertorte CC-BY-SA-3.0-migrated Foto: David Monniaux Steiff, http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Steiffmargarete.jpg Steiff Teddy, CC-BY-SA-3.0-migrated Foto: Matthias Kabel
39-41	siehe 31/32
51	Colourbox.de

Modul 2

52	Michele Banzato
63	Goethe-Institut, Foto: Marc Weigert

Modul 3

72	Autostadt GmbH, Autostadt in Wolfsburg, Foto: Emanuel Raab
79	Getty Images
91	Colourbox.de

Modul 4

102	Michele Banzato
109	Bertelsmann SE & Co. KGaA, Foto: Kai Uwe Oesterhelweg
110/112	Hornbach-Baumarkt-AG, Foto: Wolfgang Stahr
121	Colourbox.de

Modul 5

122	Michele Banzato
133	Colourbox.de

Modul 6

142	Miele & Cie. KG
144	Colourbox.de, Foto: Phovoir
145/147	privat
148/149	Colourbox.de
161	Michele Banzato
171	Getty Images
174	Michele Banzato

CD-ROM

Aufdruck siehe Titel

Medien auf CD-ROM


Werbespot Bayer Pharma AG
Miele & Cie. KG

Plakate Frosch Erda! Rex GmbH
VW Volkswagen AG
Faber-Castell AG
Miele, Miele & Cie. KG
Hornbach, Hornbach-Baumarkt-AG, Foto: Wolfgang Stahr

Logodesign

„Unternehmen Deutsch“ HDMH visual concept
„Mit Deutsch in den Beruf“ BESIGN GRAPHICS LDA

Fragen der Urheberschaft und der Bildrechte sind durch das
Goethe-Institut nach bestem Wissen geklärt.



„ELTERN WIRD IMMER KLARER, WIE WICHTIG DEUTSCH ALS QUALIFIKATION FÜR DEN BERUFLICHEN WERDEGANG IHRER KINDER IST. OFT HÖRE ICH VON IHNEN, DASS GERADE DIE DEUTSCHE SPRACHE DER SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG SEI.“

Anna Maria Curci, Deutschlehrerin an der
berufsbildenden Schule Arangio Ruiz, Rom



Goethe-Institut Paris

17, avenue d'Iéna

75116 Paris

Frankreich

www.goethe.de/frankreich

