



UNTERNEHMEN DEUTSCH



ENTERPRISE GERMAN
IN THE UNITED KINGDOM

STRUKTUR





Module

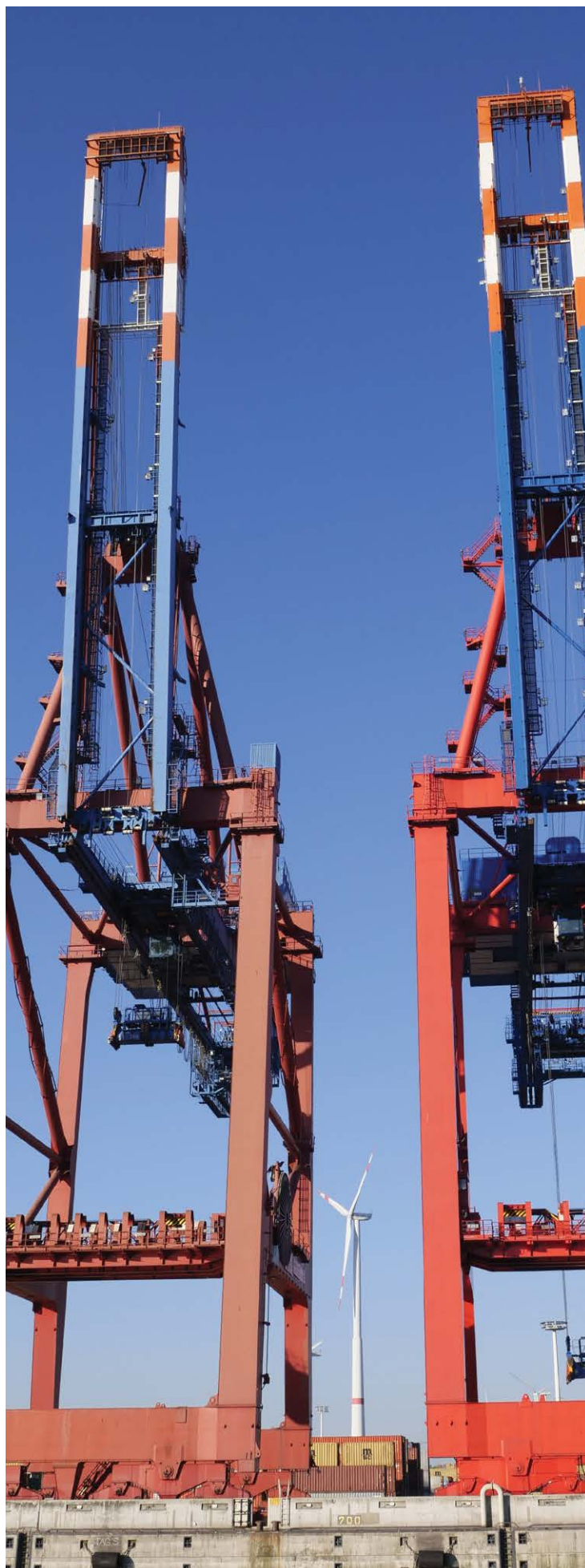
- A2** **MODUL 1** UNSER WIRTSCHAFTSRAUM
- A2** **MODUL 2** UNSER PARTNERUNTERNEHMEN
- A2** **MODUL 3** UNSERE GESCHÄFTSIDE

Arbeitsformen

-  Einzelarbeit
-  Partnerarbeit
-  Gruppenarbeit
-  Plenum

Fertigkeiten

-  Lesen
-  Sprechen
-  Schreiben
-  Hören



Die Schüler*innen/Studierenden

- erfinden ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung
- lernen Fachvokabular zum Thema Werbung
- analysieren Werbeanzeigen und erkennen deren Nutzen für die Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen
- kreieren einen eigenen Werbeslogan und produzieren selbst eine Werbung



Arbeitsblatt	Inhalt/Aufgabe	Zeit	Fertigkeiten	Arbeitsform	Material
AB 3.1. Ideenfindung	Eine Produktidee bzw. Dienstleistungs-idee entwickeln	2,0 UE			Arbeitsblatt, jeweils ein Computer mit Internetanschluss pro Gruppe, Wörterbuch

Tipps

In dieser Aufgabe steht sowohl die Kreativität als auch die reale Markttauglichkeit eines Produktes im Vordergrund. Die Lernenden sollen realistische Vorschläge erarbeiten, die zu ihrem gewählten Unternehmen passen, und die auf dem Markt Chancen hätten. Je nach Zeit können Sie auch zusätzlich mit den Werbefilmen des Goethe-Instituts arbeiten. Für die Abstimmung, welches Produkt am meisten überzeugt, können die Lehrenden ein online Umfrage-Tool nutzen, z.B. *tweedback*

Goethe-Institut Werbefilm
<https://www.goethe.de/prj/stg/de/flm/wer.html>

tweedback
<https://tweedback.de/>




AB 3.2. Die Welt der Werbung	Über Werbung reflektieren; Fachbegriffe kennenlernen	1,0 UE			Arbeitsblatt, jeweils ein Computer mit Internetanschluss pro Gruppe, Wörterbuch, evtl. Werbefilme.
-------------------------------------	--	--------	--	--	--



Tipps

Hier werden unterschiedliche Printwerbung nach verschiedenen Aspekten analysiert. Die Lernenden notieren in Stichworten, was in den Anzeigen zu sehen ist: Welches Produkt/welche Dienstleistung 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 können Sie über mögliche Grenzen der Werbung diskutieren: 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 Lernenden für interkulturelle Unterschiede am Beispiel der Werbung zu sensibilisieren. Dies ist gerade in der internationalen Arbeits- und Geschäftswelt eine wesentliche Voraussetzung. Je nach Zeit können Sie auch zusätzlich mit den Werbefilmen des Goethe-Instituts arbeiten.

AB 3.3. Wie macht man Werbung?	Werbeanzeigen analysieren	1,5 UE			Arbeitsblatt, jeweils ein Computer mit Internetanschluss pro Gruppe, Wörterbuch
---------------------------------------	---------------------------	--------	--	--	---

Tipps

Links zu Spots: **Lidl UK** www.youtube.com/watch?v=T6h_PzKS2Rc  **Ritter Sport** <https://www.youtube.com/watch?v=-jLwPtJg7r8>  **BVG** <https://www.youtube.com/watch?v=86UPjA3vAMM> 

Weitere Spots: **VW** <https://www.youtube.com/watch?v=q4qQGIT1Bqw>  **Aldi** <https://www.youtube.com/watch?v=llzuK4LPr7M> 

Gerne können Sie auch andere Werbespots diskutieren oder Lieblingswerbungen vorstellen lassen.

AB 3.4. Wir erfinden einen Werbeslogan	Experimentieren mit der Sprache: einen Namen und Werbespruch erfinden	1,5 UE	 		Arbeitsblatt, jeweils ein Computer mit Internetanschluss pro Gruppe, Wörterbuch
Tipps	Nachdem die Idee für ein Produkt oder eine neue Dienstleistung feststeht, beschäftigen sich die Gruppen intensiv mit ihrer Idee und erfinden einen Werbespruch. Je detaillierter die Lernenden ihr Produkt kennen, umso besser können sie es später präsentieren. Bei Aufgabe 3.4.a. können die Lernenden recherchieren, was die Produktnamen bedeuten und wie sie entstanden sind; Bei den erfolgreichen Produktnamen kann den Lernenden durch Fragen geholfen werden: Wie klingt der Name? Wie lang ist der Name? Welche Emotionen hat man, wenn man diesen Namen hört? etc.				
AB 3.5. Wir produzieren unsere Werbung	Die Gruppen entscheiden sich für eine Vermarktung ihrer Idee und halten diese in einem von ihnen gewählten Format fest.	4,0 UE	 		Arbeitsblatt, evtl. jeweils ein Computer mit Internetanschluss pro Gruppe, Wörterbuch
AB 3.6. Was weiß ich? Quiz	Abschluss des Moduls	10 Minuten			Arbeitsblatt
Tipps	Die Lernenden beantworten eine Auswahl von Quizfragen. Dies kann mündlich auf Zuruf oder schriftlich als Ankreuztest erfolgen.				
AB 3.7. Was weiß ich? Meine Wörter	Wortschatzarbeit	10 Minuten	 		Arbeitsblatt
Tipps	Die Lernenden wählen fünf Wörter, die sie sich gern merken möchten, und schreiben Definitionendazu in die leeren Karten. Die wichtigsten Wörter des Moduls stehen in der Liste W3. <i>Optional:</i> Die Lernenden schreiben einen kurzen Dialog mit den neu gelernten Wörtern. Sie sollen versuchen, alle Wörter zu verwenden.				
W3 Was weiß ich? Wortschatz	Wortschatzarbeit	15 Minuten			Arbeitsblatt, evtl. jeweils ein Computer mit Internetanschluss pro Gruppe, Wörterbuch
Tipps	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.				

GESAMTDAUER ca. 5-6 Unterrichtsstunden (zuzüglich Rechercheaufgaben)

ANMERKUNG

Eine Unterrichtseinheit (UE) entspricht etwa 45 Minuten. Alle angegebenen Zeiten sind ungefähre Angaben, die je nach Gruppenstärke, Sprachniveau und Vorwissen variieren können. Es empfiehlt sich, bestimmte Aufgaben zu Hause erledigen zu lassen (z.B. Eigenrecherche). Fertigkeiten werden nur angegeben, wenn sie in der Übung gezielt trainiert werden.

3.1. IDEENFINDUNG

a. Bevor ihr euch ein eignes Produkt überlegt, schaut euch dieses Bild an und ergänzt die Informationen.



die Funktion / das Angebot

bequeme Schuhe für einen aktiven Lifestyle

das Produkt

die Zielgruppe

der Preis

b. Jetzt sind Kreativität und Teamgeist gefragt. Entwickelt ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung für euer Partnerunternehmen. Die Bewertungskriterien der Jury sind Sprache, Kreativität und Innovativität. Bildet Gruppen und diskutiert zusammen:

- Welches Produkt oder welche Dienstleistung ist innovativ und für das Unternehmen interessant?
- Für wen ist das Produkt/die Dienstleistung? Für Kinder, junge oder ältere Leute, Familien, Menschen im Privatleben oder im Beruf? (Zielgruppe?)
- Ist die Idee realistisch?
- Warum kaufen die Kund*innen euer Produkt/eure Dienstleistung?
- Welche Funktion hat das Produkt? Was bietet die Dienstleistung an?
- Wie viel kostet das Produkt/die Dienstleistung?

Tragt alle Informationen über euer Produkt oder eure Dienstleistung hier ein:

die Idee	die Funktion / das Angebot	Der Preis
	Unsere Idee überzeugt, weil ...	
die Zielgruppe		

3.1. IDEENFINDUNG

c. Sprecht im Kurs: Was ist euer Produkt oder eure Dienstleistung? Ist es überzeugend? Warum?

Beispiel

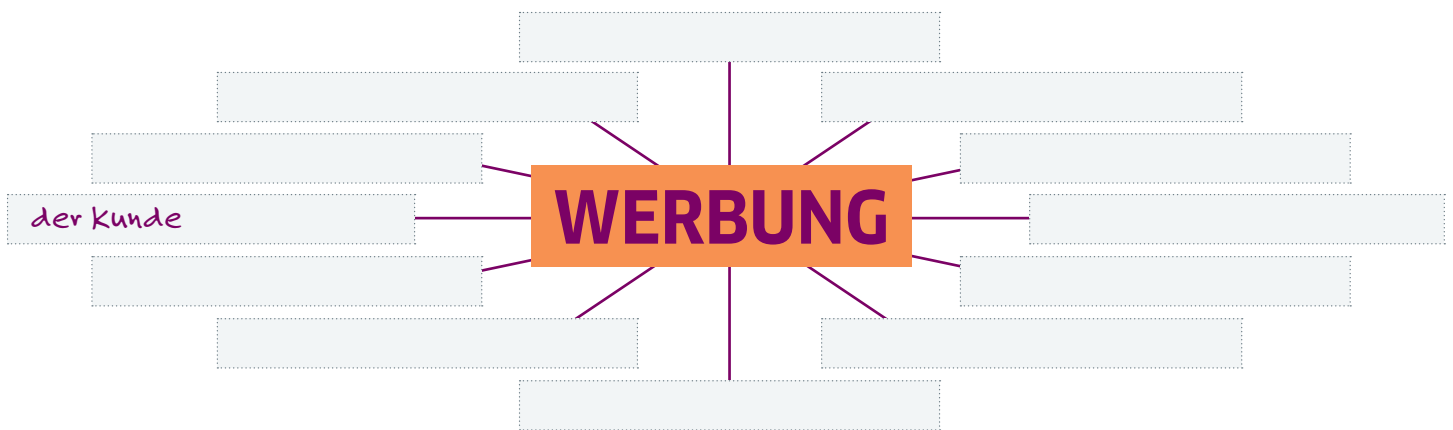
Ich finde unsere Idee / unser Produkt überzeugend, weil sie/es innovativ ist.

Ich finde, unser Produkt ist überzeugend, weil es innovativ ist.

d. Welche Produktidee gefällt euch am besten? Wählt einen Gewinner!

3.2. DIE WELT DER WERBUNG

a. Welche Wörter sind wichtig, wenn man über Werbung spricht? Notiert die Wörter in der Mindmap. Wer findet in 2 Minuten die meisten Wörter?



b. Schaut euch das Werbeplakat an. Um welches Produkt geht es? Wofür ist die Werbung? Wie findet ihr die Werbung? Sprecht zu zweit. Die Redemittel in der Box helfen euch.



Kunde: Volkswagen AG
Agentur: DDB Tribal Berlin, Germany

Wortschatzhilfe

SATZANFÄNGE

Ich finde die Werbung gut, weil ...

Die Werbung gefällt mir (nicht), weil ...

Diese Werbung mag ich (nicht), weil ...

ADJEKTIVE

witzig langweilig verständlich

unverständlich kreativ lustig

interessant aktuell bizarr

3.2. DIE WELT DER WERBUNG

C. Verbindet die englischen Wörter mit den richtigen deutschen Wörtern. Habt ihr in eurer Diskussion weitere Aspekte gefunden?

advertising strategy	das Kaufverhalten
advertising slogan	die Vermarktung
advertising spot	die Marktanalyse
price	der Werbeslogan
product name / service name	der Kunde / die Kundin
buying behaviour	der Werbespot
target group	die Werbestrategie
market analysis	der Preis
client	die Zielgruppe
marketing	der Produktname / der Name der Dienstleistung

Anmerkung
Die Wörter werden bei Memory vorgelesen, d.h. die Lernenden können ein Gefühl für die Aussprache entwickeln.

BONUS

d. Welche Wörter habt ihr euch gemerkt? Testet euer Wissen mit einem Memory Spiel.

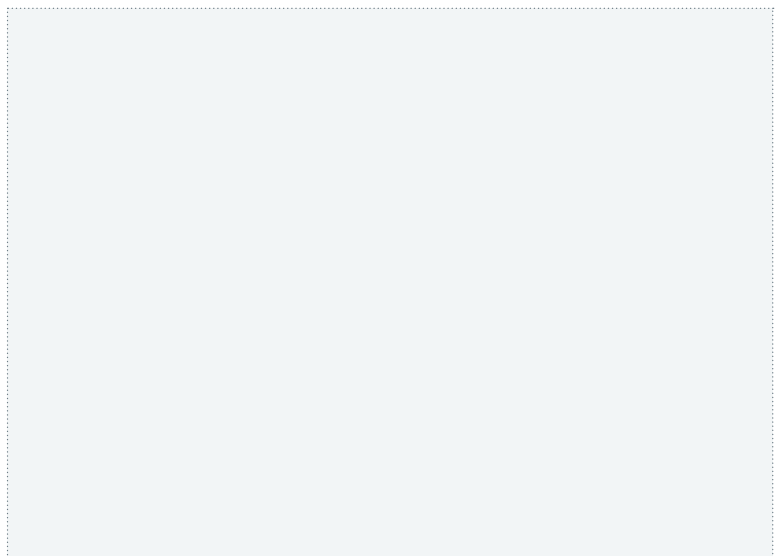


<https://learningapps.org/watch?v=pcohbm50c23>

target group				

BONUS

e. Schreibt Sätze über das Bild in Aufgabe 3.1.b. und benutzt die Wörter aus Aufgabe 3.2.b.



3.3. WIE MACHT MAN WERBUNG?

Seht euch die Werbespots aus a. und b. an. Zwei sind für den britischen Markt und eine für den deutschen Markt.

a. Produktwerbung



Spot 1



https://www.youtube.com/watch?v=T6h_PzKS2Rc

Wie ist der Name der Produkte?

Wie lautet der Werbeslogan?

Welche Tricks verwendet dieser Werbespot?



Spot 2



<https://www.youtube.com/watch?v=-jLwPtJg7r8>

Wie ist der Name des Produkts?

Wie lautet der Werbeslogan?

Welche Tricks verwendet dieser Werbespot?

Hilfekasten

Musik? Wortspiele? Gute Laune? Kurze und einfache Sprache? Witzige Sprache?
Schöne Bilder? Bunte Farben? Direkte Ansprache? Gute Schauspieler*innen?
Interessante/lustige Geschichte? Macht neugierig? Weckt Emotionen?

3.3. WIE MACHT MAN WERBUNG?

b. Dienstleistungswerbung

Ergänzt die Sätze.

Der Werbespot wirbt für ...

Das Unternehmen heißt ...

Die Zielgruppen sind ...



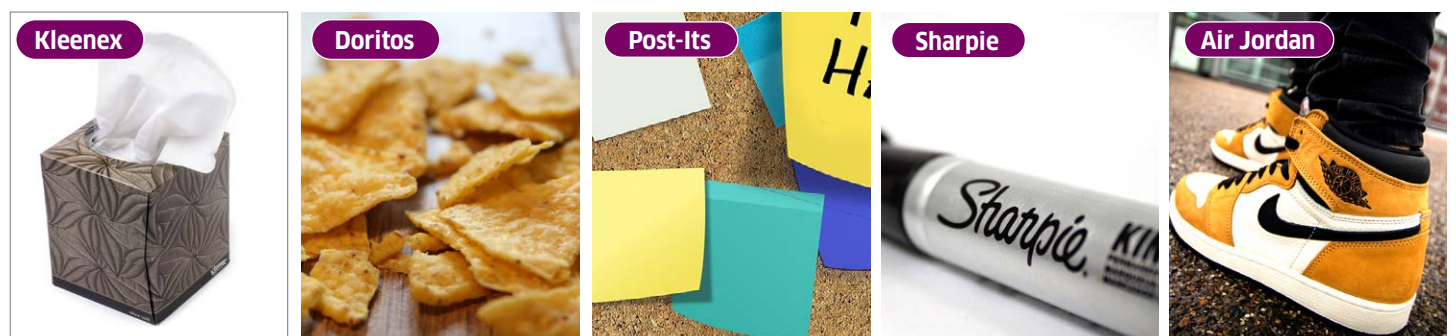
<https://www.youtube.com/watch?v=86UPjA3uAMM&t=2s>

Der Werbeslogan lautet ...

c. Sprecht zu zweit. Findet ihr die Werbung der BVG erfolgreich? Warum? Warum nicht?

3.4. WIR ERFINDEN EINEN WERBESLOGAN

a. Kennt ihr diese Produkte? Sind diese Produktnamen „echte“ Wörter? Warum sind diese Produktnamen erfolgreich?



b. Sucht für euer Produkt oder eure Dienstleistung einen Namen. Diskutiert in eurer Gruppe und wählt den besten Namen aus.

Der Name für unser Produkt oder unsere Dienstleistung lautet:

Achtung!

Überlegt genau:

- Ist der Name leicht auszusprechen?
- Bleibt er in Erinnerung?
- Ist der Produktname leicht zu verstehen?
- Weckt das Produkt positive Assoziationen?

3.4. WIR ERFINDEN EINEN WERBESLOGAN

C. Habt ihr diese Slogans schon gehört? Wie findet ihr sie? Was ist für einen guten Slogan wichtig? Sprecht zu zweit, dann tauscht eure Ideen aus.



Haribo macht Kinder froh und Erwachsene ebenso.



Quadratisch. Praktisch. Gut.



Das Auto.



Just do it.

d. Findet jetzt einen Werbeslogan. Beginnt mit einzelnen Wörtern. Welche Nomen, Adjektive oder Verben assoziiert ihr mit eurem Produkt? Sammelt in der Gruppe eure Ideen.

e. Experimentiert mit euren Wörtern aus Aufgabe d.. Spielt mit ihrer Bedeutung, ihrer Struktur, ihrem Rhythmus, ihrem Klang. Probiert verschiedene Varianten aus. Wie ist der Effekt? Welche Idee gefällt euch am besten?

Unser Werbeslogan ist:

3.5. WIR PRODUZIEREN UNSERE WERBUNG

a. Ihr seid fast am Ziel! Es fehlt nur noch die Werbung für eure Idee.
Diskutiert in der Gruppe: Welches Werbeformat wählt ihr? Warum? Kreuzt an.

<input type="checkbox"/> VIDEOSPOT?	<input type="checkbox"/> RADIOSPOT?	<input type="checkbox"/> ANZEIGE?	<input type="checkbox"/> WERBEPLAKAT?
--	--	--	--

b. Wie realisiert ihr eure Werbung? Was sind eure Talente? Was braucht ihr? Wer macht was?
Organisiert die Aufgaben in der Gruppe.

c. Präsentiert eure Geschäftsidee. Ihr könnt:

- ▷ *einen kurzen Videospot (max. 1 min, mp4) drehen*
- ▷ *einen Radiospot (max. 30 Sek., mp3) aufnehmen*
- ▷ *ein Werbeplakat entwerfen oder*
- ▷ *eine PowerPoint-Präsentation erstellen*

3.6. WAS WEIß ICH? - QUIZ

a. Ein Unternehmen (...) sein Produkt durch Werbung.

vermarktet produziert entwickelt

b. Im Fernsehen sehen wir ...

Werbeplakate Zielgruppen Werbespots

c. Ein/eine Werbespezialist*in entwickelt ...

Produkte Werbestrategien Visitenkarten

d. In Werbeslogans findet man oft ...

Bilder Musik Wortspiele

e. In der Werbung sieht man oft ...

bekannte Menschen, z.B. Models, Schauspieler Menschen wie du und ich beides

3.7. WAS WEIß ICH? MEINE WÖRTER

a. Welche fünf Wörter aus Modul 3 findest du wichtig? Schreibe sie in die linke Spalte.
Schreibe dann für jedes Wort einen Satz in die rechte Spalte.
Kontrolliere mit der Wortschatzliste. Findest du deine Lieblingswörter dort wieder?

1		
2		
3		
4		
5		

SUBSTANTIVE

die Aktion/-en	das Layout/-s	der Videospot/-s
die Ansprache/-n	die Leute (Pl.)	die Welt/-en
die Anzeige/-n	der Markt/Märkte	die Werbung/-en
die Assoziation/-en	die Marktanalyse/-n	die Werbeanzeige/-n
die Bedeutung/-en	der Mensch/-en	das Werbeformat/-e
das Bedürfnis/-se	das Plakat/-e	die Werbekampagne/-n
die Broschüre/-n	das Privatleben (Sing.)	das Werbeplakat/-e
der Dialog/-e	die Produktwerbung/-en	der Werbeslogan/-s
das Drehbuch/Drehbücher	der Rhythmus/Rhythmen	der Werbespot/-s
der Effekt/-e	der Radiospot/-s	die Werbestrategie/-n
die Entwicklung/-en	der Schauspieler/-	das Wortspiel/-e
die Erinnerung/-en	das Sortiment/-e	die Zeitschrift/-en
die Funktion/-en	die Struktur/-en	das Ziel/-e
das Kaufverhalten (Sing.)	die Szene/-n	die Zielgruppe/-n
der Klang/Klänge	der Teamgeist (Sing.)	
die Kreativität (Sing.)	die Variante/-n	
die Laune/-n	die Vermarktung/en	

VERBEN

<i>etwas</i> assoziieren (mit + D)	<i>etwas</i> vermarkten
<i>etwas</i> ausprobieren	<i>etwas</i> verwenden
<i>etwas</i> aussprechen	<i>jemandem</i> etwas versprechen
sich entscheiden (für + A)	<i>jemanden/etwas</i> wecken
experimentieren (mit + D)	werben (für + A)
fehlen	<i>etwas</i> zeichnen
<i>etwas</i> fotografieren	
<i>etwas</i> inszenieren	
<i>etwas</i> kaufen	
kosten	
<i>etwas</i> kreieren	
jemanden überzeugen (von + D)	

ADJEKTIVE

aktuell
ansprechend
kreativ
kundenorientiert
unverständlich/verständlich
verwirrend
witzig

3.1.c.

advertising strategy die Werbestrategie

advertising slogan der Werbeslogan

advertising spot der Werbespot

price der Preis

product name /
service name der Produktname /
der Name der Dienstleistung

buying behaviour das Kaufverhalten

target group die Zielgruppe

marketing die Vermarktung

market analysis die Marktanalyse

client der Kunde / die Kundin

3.6.

a. vermarktet

b. Werbespots

c. Werbestrategien

d. Wortspiele

e. beides