





























**UNTERNEHMEN
DEUTSCH
LEHRERHANDREICHUNG
MODUL 3
UNSERE PRODUKTIDEE**

**GOETHE
INSTITUT**

Sprache. Kultur. Deutschland.

ÜBERSICHT

Kapitel	Arbeitsblatt	Inhalt / Aufgabe	Zeit	Fertigkeiten	Arbeitsform
DIE IDEE	AB 3.1 Ein eigenes Produkt entwickeln	Entwicklung einer Produkt-/Dienstleistungsidee	1 UE		
DIE WELT DER WERBUNG	AB 3.2 Einstieg	Begriffe aus der Werbebranche kennenlernen	20 Minuten		 
	AB 3.3 Printwerbung im Vergleich	Analyse von Printwerbung	30 Minuten		
	AB 3.4 Einen Werbeslogan kreieren	Ideen für einen eigenen Werbeslogan entwickeln	1 UE		  
	AB 3.5 Einen Werbespot produzieren	Werbespot für das neue Produkt produzieren	4 UE		
	AB 3.6 Präsentation der Werbespots - Auswertung	Auswertung von Werbespots und Feedback an die Gruppen	1 UE	 	  
WAS WEISS ICH?	AB 3.7 Quiz Modul 1	Spielerischer Abschluss des Moduls	20 Minuten		
	AB 3.8 Meine Wörter	Wortschatzarbeit	30 Minuten		 
EVALUATION MODUL 3	AB 3.9 Eine 1-2-3 machen	Abschließende Überlegungen zum Lerninhalt	20 Minuten		 
Gesamtdauer	10 Unterrichtseinheiten				

ÜBERSICHT

Die Schüler*innen

- lernen, die Produktpalette eines Unternehmens zu beschreiben und zu charakterisieren.
- lernen, sich mit Produktinnovation innerhalb eines Unternehmens auseinanderzusetzen.
- erlernen wichtige Marketingbegriffe.
- analysieren Werbungen und lernen dadurch die wichtigsten Fokuspunkte für die Produktion von Werbespots kennen.
- lernen die Wichtigkeit von Werbeslogans kennen.
- lernen, dass Kreativität eine wichtige Eigenschaft bei der Produktion von Werbespots ist.

Erklärung:

Eine Unterrichtseinheit (UE) 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.

PROJEKTARBEIT TEIL 2

Die Entwicklung eines neuen Produkts ist nach der Präsentation eines Unternehmens (Modul 2) die zweite Kernaufgabe der Projektarbeit von „Unternehmen Deutsch“. Die Schüler*innen arbeiten, wie schon in Modul 2, über einen längeren Zeitraum selbständig in ihren Projektgruppen. Dies kann sowohl im Rahmen der Unterrichtsstunden als auch zusätzlich außerhalb des Unterrichts erfolgen.

DIE IDEE

Die Schüler*innen setzen sich mit dem Angebot des von ihnen ausgewählten Unternehmens auseinander und analysieren die Produktpalette des Unternehmens. In Gruppenarbeit entwickeln sie eine Idee für ein neues Produkt/eine neue Dienstleistung, das zum Angebot „ihres“ Unternehmens passt. Wie die einzelnen Gruppen zusammengestellt werden, entscheiden Sie als Lehrkraft.

Als Lehrkraft sollten Sie darauf achten, dass sich die Ideen der Schüler*innen an realen Gegebenheiten orientieren. Die Gruppen sollten also eine kreative, aber realisierbare Innovation entwickeln. Falls eine Kooperation mit einem Unternehmen besteht, erwartet das Unternehmen sicherlich auch eine ernsthafte und realistische Auseinandersetzung mit ihrem Angebot. In diesem Fall kann die Produktidee mit den Ansprechpartner*innen im Unternehmen abgesprochen werden.

Arbeitsblätter:

AB 3.1 Ein eigenes Produkt entwickeln

AB 3.1

Die Schüler*innen analysieren die Produktpalette „ihres“ Unternehmens und machen ein Brainstorming über realisierbare Innovationen und entscheiden sich für eine Idee, mit der sie weiterarbeiten möchten. Im Vordergrund steht bei dieser Aufgabe die Kreativität der Gruppen.



DIE WELT DER WERBUNG

Die Schüler*innen lernen wichtige Vokabeln zum Thema „Werbung“ kennen. Im Anschluss üben sie die Analyse von Werbungen und erlernen dadurch wichtige Fokuspunkte, bevor sie einen eigenen Werbeslogan sowie einen Werbespot für ihr Produkt/ihre Dienstleistung entwickeln. Sie präsentieren anschließend die Werbespots in der Klasse, wobei der beste Werbespot von der Klasse gewählt wird.

Arbeitsblätter:

- AB 3.2 Einstieg
- AB 3.3 Printwerbung im Vergleich
- AB 3.4 Einen Werbeslogan kreieren
- AB 3.5 Einen Werbespot produzieren
- AB 3.6 Präsentation der Werbespots – Auswertung

AB 3.2

Aufgabe 1 und 2: Wortschatzübung und anschließende Sprechübung, bei der die Schüler*innen ihre mündlichen Fähigkeiten trainieren. Fordern Sie die Schüler*innen dazu auf, ausschließlich Deutsch zu sprechen.



AB 3.3

Mithilfe der Vorlage analysieren die Schüler*innen drei Printwerbungen, bevor sie auf AB 3.4 und AB 3.5 einen eigenen Werbeslogan und Werbespot kreieren. Sie sammeln im Anschluss die Einträge der Gruppen an der Tafel und machen mit den Schüler*innen zusammen eine Liste mit wichtigen Fokuspunkten, die sie für die Ausarbeitung ihrer eigenen Werbematerialien verwenden können.



1. Produktwerbung

- a) Für welches Produkt wird geworben?
Anzeige 1: Die Frühjahrs-/Sommerkollektion von ECCO
Anzeige 2: Ritter Sport Schokolade
- b) Wie lauten die Werbeslogans?
Anzeige 1: Forår med skandinavisk lethed.
Anzeige 2: „Quadratisch. Praktisch. Gut.“
- c) Welche Wortspiele gibt es?
Anzeige 1: -
Anzeige 2: Bekannte Redewendung: „Liebe auf den ersten Blick“ (hier: Knick, beim Öffnen einer Ritter Sport Schokolade muss man die Schokolade knicken/durchbrechen. Liebe zum Produkt entsteht.)
- d) Was verspricht die Werbung der Kundin/dem Kunden?
Anzeige 1: Leichte und bequeme Frühjahrschuhe
Anzeige 2: Leckere Schokolade/Liebe zum Produkt

2. Dienstleistungswerbung

- a) Für welche Dienstleistung wird geworben?
Für eine bequemere Flugreise.
- b) Gibt es einen Werbeslogan? Gibt es Wortspiele/Reime?
Werbeslogan: Im Taxi: eingeeckelt. Im Airport: Lounge entdeckt. Im Flieger: ausgestreckt.
Reime: eingeeckelt – entdeckt – ausgestreckt
Wiederholungen eines Wortes am Satzanfang oder in unmittelbarer Nachbarschaft (Fachbegriff: Epanalepse):
Im Taxi – Im Airport – Im Flieger
- c) Wer ist die Zielgruppe? Woran erkennst du das?
Vielflieger/Geschäftsleute, die Bequemlichkeit wünschen.
Erkennbar am Text: Im Airport Lounge entdeckt. [...] Auf Knopfdruck flach. Die Sitze der neuen Business Class.
- d) Welche Mitteilung wird hier der Kundin/dem Kunden gemacht?
Sie können jetzt noch bequemer mit der Business Class reisen und sogar lang ausgestreckt schlafen.

Aufgabe 3: Die Schüler*innen begründen mündlich die Wahl ihrer bevorzugten Werbung und trainieren somit noch einmal ihre mündlichen Fähigkeiten und lernen nützliche Redemittel kennen.

AB 3.4

Die Schüler*innen erfinden einen passenden Werbeslogan für ihr Produkt. Alle Slogans werden an der Tafel gesammelt und besprochen. Die Klassenbesprechung kann dazu führen, dass einige Gruppen ihren Slogan anpassen.



AB 3.5

Aufgabe 1: Zur Einstimmung auf das Kreieren eines eigenen Werbespots, können sich die Gruppen ein paar Beispiele ansehen. Und einfach nur gute Laune machen z.B. diese Spots, die Sie zwischendurch einmal der Klasse zeigen können:

- BVG (Berliner Verkehrsbetriebe) „Is mir egal“
<https://www.youtube.com/watch?v=YEYim54pJ00>
- Berliner Morgenpost „Das ist Berlin“
https://www.youtube.com/watch?v=ORroLqHB_XM

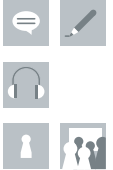


Zur Präsentation ihres Produktes oder ihrer Dienstleistung drehen die einzelnen Gruppen einen kurzen Werbefilm, in dem sie auch ihren Slogan einsetzen. Bei dieser Aufgabe geht es darum, die eigenen Ideen für ein Produkt/eine Dienstleistung filmisch umzusetzen und zugleich die deutsche Sprache kreativ anzuwenden. Hierfür ist ausreichend Zeit einzukalkulieren. Die Vorbereitung der Werbespots kann in der Unterrichtszeit erfolgen. Für die Fertigstellung des Spots empfiehlt es sich, dass sich die Projektgruppen auch außerhalb des Unterrichts treffen.

Aufgabe 2: Bei der Gestaltung der Werbespots müssen die Urheberrechtsbestimmungen beachtet werden. Hinweise dazu findet man hier: www.pasch-net.de/urheberrecht

AB 3.6

Aufgabe 1 und 2: Bei der Abstimmung, welches Produkt/welcher Werbespot ins Rennen gehen soll, gibt es folgende Kriterien.



Kriterien für das Produkt/die Dienstleistung:

- Originalität Produkt-/Dienstleistungsidee
- Innovation: Wie innovativ ist das Produkt?
- Relevanz: Wie nützlich ist das Produkt/die Dienstleistung?
- Realitätsbezug: Wie realisierbar ist diese Idee?

Kriterien für den Spot:

- Kreativität
- Originalität
- Wie überzeugend ist der Spot?
- Bleibt der Spot im Gedächtnis?
- Bleibt das Produkt/die Dienstleistung im Gedächtnis?

Der Werbespot als solcher wird ebenfalls bewertet, d. h. das Produkt steht bei der Bewertung im Vordergrund. Die Qualität des Spots ist aber ebenfalls sehr wichtig.

Die Schüler*innen bewerten die Produktideen und die Werbespots und geben mündliches Feedback. Welche Produktidee ist die beste? Welcher Werbespot ist besonders originell?

Aufgabe 3: Können sich die Schüler*innen für einen Spot und damit für ein Produkt/eine Dienstleistung leicht entscheiden? Oder gibt es ähnlich gute Vorschläge und die Wahl des besten Spots fällt einfach schwer? Welche Pluspunkte oder Negativpunkte gibt es hier? Ist z. B. der Spot gut, das Produkt überzeugt aber nicht, könnten Sie überlegen, die Idee des Spots mit einem anderen Produkt umzusetzen. Ist das Produkt gut, der Spot überzeugt jedoch nicht, könnten sie gemeinsam überlegen, was man beim Dreh des Spots noch verbessern könnte. Ziehen Sie alle Schüler*innen in diese Überlegungen mit ein. Der Spot „gehört“ der ganzen Klasse.

Aufgabe 4: Evtl. möchten die Schüler den Werbespot noch perfektionieren? Planen Sie auch dafür Zeit ein.

Mit der Wahl des besten Werbespots für eine Produkte/eine Dienstleistung endet die zweite Phase der Projektarbeit.

Tipp: Stellen Sie die besten Werbespots zusammen mit einer Beschreibung des Projektes auf die Webseite/Facebook-Seite Ihrer Schule.

EVALUATION MODUL 3

Eine 3-2-1 machen

AB 3.9

Lassen Sie die Schüler*innen aus der Erinnerung wiederholen, welche Themen es in diesem Modul gab, und schreiben Sie die Themen noch einmal an die Tafel.



Sie könnten die Schüler*innen evtl. mit folgenden Fragen anregen:

- Wie hat dir dieses Kapitel grundsätzlich gefallen?
- Was war neu für dich?
- Was hast du gelernt?
- Welche Aufgabe war für dich besonders interessant oder spannend? Was nimmst du daraus mit?
- Welche Themen/welches Thema fandst du am interessantesten/spannendsten? Warum?
- Mit welchem Thema würdest du dich zukünftig gerne noch weiter beschäftigen?

Im Anschluss machen die Schüler*innen ihre 3-2-1.

LÖSUNGEN

MODUL 3

DIE WELT DER WERBUNG EINSTIEG

Was ist wichtig, wenn ein Unternehmen für seine Produkte und Dienstleistungen Werbung macht?



1. Ordnet die dänischen Wörter den deutschen Übersetzungen zu.

1	H	reklameindslag
2	D	markedsføringsstrategi
3	B	markedsanalyse
4	F	reklameslogan
5	E	målgruppe
6	I	pris
7	G	markedsføring
8	A	købsadfærd
9	C	kunde

A	das Kaufverhalten
B	die Marktanalyse
C	der Kunde
D	die Werbestrategie
E	die Zielgruppe
F	der Werbeslogan
G	die Vermarktung
H	der Werbespot
I	der Preis

WAS WEISS ICH? QUIZ

1. Ein Unternehmen _____ sein Produkt durch Werbung.

- a) **vermarktet**
- b) produziert
- c) entwickelt



2. Im Kino und Fernsehen sehen wir

- a) Werbeplakate
- b) Zielgruppen
- c) **Werbespots**

3. In Werbeslogans findet man oft

- a) Bilder
- b) Musik
- c) **Wortspiele**

4. Wie nennt man die Personengruppe, die durch die Werbung angesprochen werden soll?

- a) Zuschauergruppe
- b) **Zielgruppe**
- c) Werbegruppe

5. Wie heißt die Person, die ein Produkt kauft?

- a) **der Kunde/die Kundin**
- b) der Dienstleister/die Dienstleisterin
- c) der Lieferant/die Lieferantin

6. Ein Synonym für Vermarktung ist

- a) **Marketing**
- b) Brainstorming
- c) Produktentwicklung

WAS WEISS ICH? QUIZ

7. Das Kaufverhalten beschreibt, wie

- a) die Kunden sich beim Einkaufen verhalten
- b) die Kunden sich zu Innovationen verhalten
- c) die Kunden sich beim Fernsehen verhalten

8. Wenn ein Unternehmen seine Zielgruppe erreichen möchte, braucht es eine

- a) Kaufstrategie
- b) Lesestrategie
- c) Marketingstrategie

9. Ein neues Produkt sollte

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

10. Um einen Werbespot zu vervollständigen, braucht man

- a) einen Reim
- b) einen Fernseher
- c) einen Werbeslogan

11. Ein Wortspiel ist ein Spiel mit Worten, dessen Effekt nicht

- a) witzig ist
- b) provozierend ist
- c) in Erinnerung bleibt

12. Ein Werbespezialist entwickelt

- a) Produkte
- b) Werbestrategien
- c) Visitenkarten