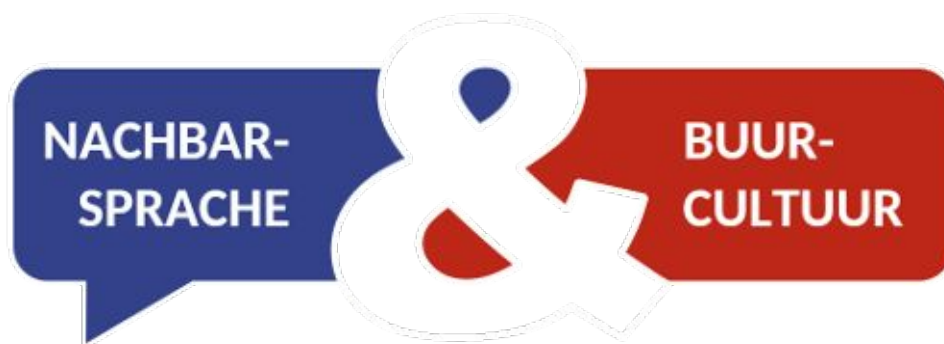




Sprachforschung im Urban Space

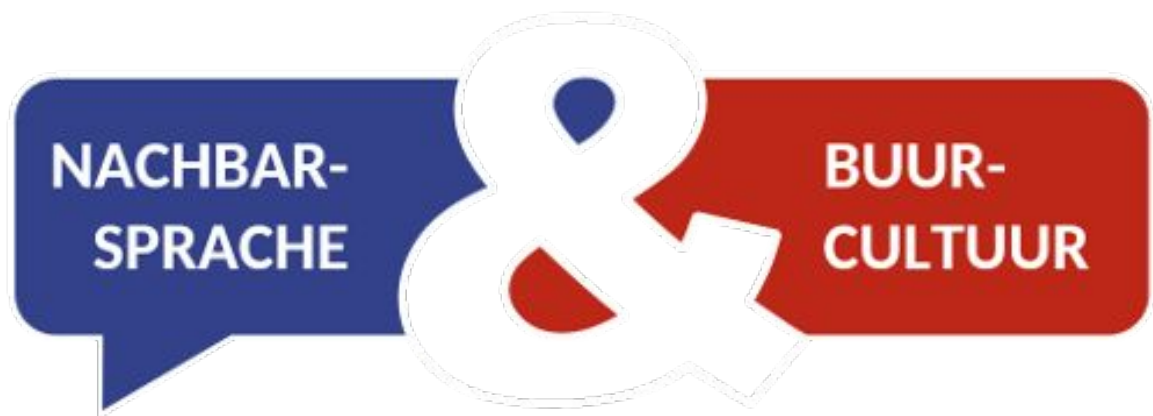
Diese Materialsammlung kann für eine Projektwoche zum Thema *Rezeptive Mehrsprachigkeit* verwendet werden. Ziel der Projektwoche ist es, mithilfe verschiedener Aufgaben Entschlüsselungsstrategien zu sammeln, die das Verstehen des Niederländischen und anderer Fremdsprachen erleichtern. In der Mitte der Woche sollte eine Exkursion in eine niederländische Stadt erfolgen. Die Zielgruppe sind deutsche Schüler*innen. Thematisch drehen sich alle Aufgaben um den *Urban Space*.

Einzelne Aufgaben können natürlich auch für Austausch oder für den normalen Niederländisch-Unterricht verwendet werden. Teilweise sind Niederländisch-Kenntnisse erforderlich, die meisten Aufgaben eignen sich aber vor allem für Schüler*innen, die noch nie Niederländisch gelernt haben.

Julia Hufnagl & Celine Hornesch

Inhaltsangabe:

1	Entschlüsselungsstrategien	Mit dem Arbeitsblatt können Strategien während der ganzen Woche gesammelt werden
2	Jip en Janneke	Entschlüsselung einfacher niederländischer Texte
3	Sprachenportrait	Aktivität zur Darstellung der Sprachen in einer Schule
4	Bingo	Spiel mit niederländischen Wörtern zum Thema <i>Urban Space</i>
5	Ausspracheübersicht	Arbeitsblatt zur niederländischen Aussprache (inkl. Tonaufnahmen)
6	Sprachspaziergang	Als Hausaufgabe sollen Fotos auf dem Nachhauseweg gemacht werden
7	Gruppeneinteilung	Spiel zur Gruppeneinteilung für folgende Aufgaben
8	Farb- bzw. Schriftwirkung	Gruppenarbeit: Arbeitsblätter zur Farb- bzw. Schriftwirkung; danach Analyse der Bilder, die beim Sprachspaziergang gemacht wurden
9	Werbung bzw. Namensgebung und Fototour	Gruppenarbeit zu Werbung im öffentlichen Raum bzw. zur Namensgebung von Geschäften und Vorbereitung auf die Exkursion (Fototour)
10	Lied: De wereld redden	Lücken in einem Songtext füllen



Entschlüsselungsstrategien (Niederländisch)

Dieses Dokument enthält ein Arbeitsblatt zur Sammlung von Entschlüsselungsstrategien, das während eines Workshops zu rezeptiver Mehrsprachigkeit eingesetzt werden kann. Die Idee ist, nach verschiedenen Aufgaben jeweils Entschlüsselungsstrategien zu sammeln, die verwendet wurden. Die Schüler*innen werden sich der Strategien bewusst, die sie bei der Entschlüsselung einer Fremdsprache im Allgemeinen und insbesondere bei der Entschlüsselung des Niederländischen einsetzen können. Das Dokument enthält außerdem einen Lösungsvorschlag.

Julia Hufnagl & Celine Hornesch

Entschlüsselungsstrategien

Hier kannst du während der kompletten Projektwoche Strategien festhalten, die wir im Workshop besprechen oder die dir selbst einfallen (z. B. unterwegs bei der Exkursion). Es sind Strategien zur Entschlüsselung des Niederländischen oder auch anderer Fremdsprachen gemeint.

Wie könnt ihr Wörter, Sätze oder Texte im Niederländischen verstehen, ohne Niederländisch zu beherrschen?

Hier ist Platz für eigene Gedanken und Notizen.



Strategien speziell für das Niederländische

Allgemeine Strategien

Mögliche Lösungen - Entschlüsselungsstrategien

Allgemein

- ✓ Herleitung aus anderen Sprachen
- ✓ Herleitung aus dem Kontext
- ✓ Durch Wortpartner, die im Zusammenhang mit dem Wort stehen (und häufig zusammen mit dem Wort auftreten)
- ✓ Anhand von Bildern
- ✓ Hinweise aus Haupt-/Zwischenüberschriften
- ✓ Grafische Signale wie Nummerierungen
- ✓ Grafische Signale wie Hervorhebungen, Betonungen von Informationen
- ✓ Signalwörter weisen auf Sinnzusammenhang hin
- ✓ Position im Satz
- ✓ Groß-/Kleinschreibung
- ✓ Inhaltliche Signale
- ✓ Wortart

Speziell für das Niederländische

- ✓ Zusammengesetztes Wort
- ✓ Vorsilben
- ✓ Nachsilben
- ✓ Ausspracheregeln
- ✓ Dialekt (*Rheinländisch*)
- ✓ Germanisches Sandwich (*voetbal – football – Fußball*)
- ✓ Ähnlichkeit (*jaar / Jahr*)



Jip en Janneke

Dieses Dokument enthält Material für eine Einheit zur rezeptiven Mehrsprachigkeit auf Grundlage der niederländischen Kinderbuchfiguren *Jip en Janneke*. Es ist für Schüler*innen mit wenigen oder keinen Fremdsprachenkenntnissen des Niederländischen geeignet.

Zunächst kann eine Einleitung im Plenum mit dem folgenden Bild erfolgen. Hierbei ist es wichtig, dass die Schüler*innen ihre Arbeitsblätter noch nicht bekommen haben, weil sie die Antworten der Fragen davon sonst ablesen könnten. Danach kann mit den Arbeitsblättern fortgefahren werden. Diese enthalten Fragen zu Textausschnitten aus dem Buch, welche eine Reflexion der Strategien zur Entschlüsselung einer Fremdsprache anregen.

Außerdem enthält dieses Dokument Lösungsvorschläge zu den Aufgaben.

Schaut euch das Bild an. Es ist das Titelbild eines Buches.

Worum könnte es in dem Buch gehen?

Was sagt das Bild über das Buch aus?

Für welche Zielgruppe ist das Buch gedacht?



Jip en Janneke



1. Im Buch geht es um Jip und Janneke. Wer oder was könnte das sein?

2. Hier seht ihr einen Textausschnitt aus einem Buch über **Jip en Janneke**. Beantwortet dazu die folgenden Fragen.

Een buis op straat

Er zijn mannen op straat. Ze zijn aan het werk. Ze leggen een groot ding neer.

Een gek groot ding. En dan gaan ze weer weg.

‘Kijk!’ roept Janneke. ‘Het is een buis.’

‘Een stuk buis!’ zegt Jip. ‘Wat groot!’ Ik kan er best in.’¹

- a) Für das Textverständnis kann es dir zunächst helfen, verschiedene Wortarten zu identifizieren. Markieren alle **Substantive/Nomen rot**, alle **Verben grün** und alle **Adjektive blau**. Vergleiche dann mit deinem Partner und begründe, warum du denkst, dass es sich um diese Wortarten handelt.
- b) Welche Wörter erinnern dich an Wörter, die du aus dem Deutschen, dem Englischen oder aus anderen Sprachen kennst? Schreibe jeweils das niederländische Wort, ein ähnliches Wort in einer anderen Sprache und eine mögliche deutsche Übersetzung auf.

Niederländisches Wort	Ähnliches Wort aus anderer Sprache	Mögliche deutsche Übersetzung

¹ Schmidt, A. M. G. & Westendorp F. (2013) *Jip en Janneke spelen buiten*. Amsterdam: Em. Querido's Uitgeverij

Niederländisches Wort	Ähnliches Wort aus anderer Sprache	Mögliche deutsche Übersetzung

- c) Wovon könnte der ganze Text handeln? Was passierte bisher und wie könnte es weitergehen? Schreibe erst selbst Stichpunkte auf und unterhalte dich dann in Gruppen von zwei bis drei Personen mit deinen Mitschülern.

- d) Hier seht ihr, wie der Text weiter geht. An manchen Stellen stehen drei Wörter zur Auswahl. Welches ist das richtige?

En Jip kruipt in de buis. En Janneke DING / AAN /
 KRIIPT ook in de buis. Aan de andere kant. Want
 je kan er aan twee ROEPEN / KANTEN / BUIS in.



‘Als het nou regent,’ ZEGT / JANNEKE / OP Jip. ‘dan zitten we droog.’

‘Maar DAAR / EEN / HET regent niet,’ zegt Janneke.

‘Nee, het regent niet. Dat is GROOT / JAMMER / ZIJN.

,Maar het is een huisje,’ zegt Jip. ,We KUNNEN / ZIJN / LEGGEN erin wonen’.²

² Schmidt, A. M. G. & Westendorp F. (2013) *Jip en Janneke spelen buiten*. Amsterdam: Em. Querido's Uitgeverij

- e) Markiere Wörter, die du nicht verstehst. Schreibe sie in die Tabelle und überlege, welche Informationen du über sie hast und was die Wörter möglicherweise bedeuten könnten – denke dabei auch an Aufgabe a) und b).

Wort	Informationen	Mögliche Bedeutung

3. Im Niederländischen gibt es die Aussage *Jip en Janneke-taal gebruiken*. Was könnte diese Aussage bedeuten?

Lösungsvorschlag - Jip en Janneke

1. Im Buch geht es um Jip und Janneke. Wer oder was könnte das sein?

Kindernamen, Eltern der Kinder, Namen der Haustiere, Namen der Kuscheltiere oder Kombination daraus



2. Hier seht ihr einen Textausschnitt aus dem Buch von **Jip en Janneke**. Beantwortet dazu die folgenden Fragen.

Een buis op straat

Er **zijn** **mannen** op straat. **Ze** **zijn** aan het **werk**. **Ze** **leggen** een **groot** **ding** neer.

Een **gek** **groot** **ding**. En dan **gaan** **ze** weer **weg**.

'**Kijk!**' **roept** **Janneke**. 'Het **is** een **buis**.'

'Een **stuk** **buis!**' **zegt** **Jip**. 'Wat **groot!**' **Ik** **kan** er best in.'³

- a) Für das Textverständnis kann es dir zunächst helfen, verschiedene Wortarten zu identifizieren. Markieren alle **Substantive/Nomen rot**, alle **Verben grün** und alle **Adjektive blau**. Vergleiche dann mit deinem Partner und begründe, warum du denkst, dass es sich um diese Wortarten handelt.
- b) Welche Wörter erinnern dich an Wörter, die du aus dem Deutschen, dem Englischen oder aus anderen Sprachen kennst? Schreibe jeweils das niederländische Wort, ein ähnliches Wort in einer anderen Sprache und eine mögliche deutsche Übersetzung auf.

Niederländisches Wort	Ähnliches Wort aus anderer Sprache	Mögliche deutsche Übersetzung
zijn	Deutsch: sein	sein
mannen	Deutsch: Mann Englisch: man	Männer

³ Schmidt, A. M. G. & Westendorp F. (2013) *Jip en Janneke spelen buiten*. Amsterdam: Em. Querido's Uitgeverij

straat	Deutsch: Straße Englisch: street	Straße
werk	Englisch: work	Arbeit
Ze	Deutsch: sie	sie (Personalpronomen 3. Person Plural)
leggen	Deutsch: legen	Legen
groot	Deutsch: groß	groß

c) Was denkst du wovon der ganze Text handeln könnte? Was passierte bisher und wie könnte es weitergehen? Schreibe erst selbst Stichpunkte auf und unterhalte dich dann in Gruppen von zwei bis drei Personen mit deinen Mitschülern.

- Jip en Janneke, die draußen spielen
- Männer, die draußen arbeiten
- Jip en Janneke könnten auf der Suche nach einem Versteck sein
- „Ding“ ist ein großes Rohr (bzw. ein Stück davon), das die Männer hinlegen
- Jip sagt, er passt in das Rohr → er könnte als nächstes hineinklettern
- Die Männer könnten das Rohr wieder abholen
- Jip und Janneke könnten mit anderen Verstecken spielen und gefunden werden

d) Hier seht ihr, wie der Text weiter geht. An manchen Stellen stehen drei Wörter zur Auswahl. Welches ist das richtige?

En Jip **kruipt** in de **buis**. En Janneke ~~DING~~/~~AAN~~/
KRIJPT ook in de buis. Aan de andere **kant**. Want je
kan er aan twee ~~ROEPEN~~/~~KANTEN~~/~~BUIS~~-in.
'Als het nou **regent**,' ZEGT /~~JANNEKE~~/~~OP~~ Jip. 'dan
zitten we droog.'
'Maar ~~DAAR~~/~~EEN~~/~~HET~~ regent **niet**,' zegt Janneke.
'Nee, het regent niet. Dat is ~~GROOT~~/~~JAMMER~~/~~ZIJN~~.
,Maar het is een **huisje**,' zegt Jip. ,We ~~KUNNEN~~/~~ZIJN~~/~~LEGGEN~~ erin wonen'.⁴



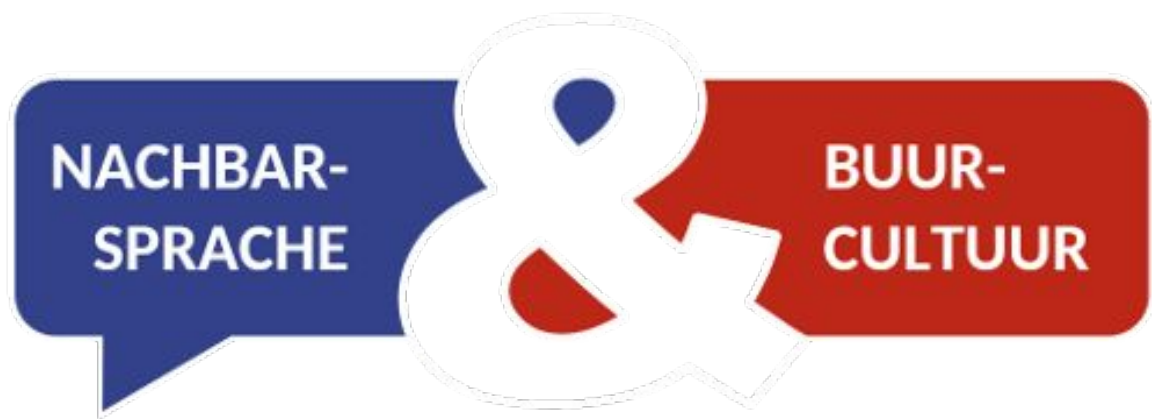
⁴ Schmidt, A. M. G. & Westendorp F. (2013) *Jip en Janneke spelen buiten*. Amsterdam: Em. Querido's Uitgeverij

- e) Markiere Wörter, die du nicht verstehst. Schreibe sie in die Tabelle und überlege, welche Informationen du über sie erschließen kannst und was sie möglicherweise bedeuten könnten .

Wort	Informationen	Mögliche Bedeutung
kruipt	Wortart: Verb (Konjugation ähnlich zum Deutschen) Ähnlichkeit: „kriecht“ → „kriechen“ Kontext: Was kann man mit einem Rohr machen?	kriecht
buis	Wortart: Substantiv Kontext: In was kann man kriechen? Was könnten Bauarbeiter hinlegen? Es hat zwei <i>kanten</i> Bild	Rohr
kant	Wortart: Substantiv Ähnlichkeit: Kante (Beispiel: ein Tisch hat auch zwei Kanten) Kontext: <i>buis</i> hat zwei <i>kanten</i> und man kann an zwei <i>kanten</i> hineinkriechen	Seite
regent	Wortart: Verb (Wortstellung im Satz, <i>het regent</i>), ähnliche Konjugation zum Deutschen Ähnlichkeit: „regnet“ (in Schreibweise, <i>g</i> wird allerdings anders ausgesprochen!)	regnet
huisje	Wortart: Substantiv (davor steht Artikel, Wortstellung im Satz) Ähnlichkeit: „house“, „Haus“ Dialekt: <i>-je</i> ist Verniedlichung / Verkleinerung Kontext: Worin kann man wohnen?	Häuschen

3. Im Niederländischen gibt es die Aussage *Jip en Janneke-taal gebruiken*. Was könnte diese Aussage bedeuten?

Jip und Janneke sind Kinder → Man verwendet oft einfache Sprache, um mit Kindern zu sprechen. Auch im Buch wird einfache Sprache verwendet, da es ein Kinderbuch ist. Jip und Janneke selbst sprechen ebenfalls einfach, da sie noch Kinder sind.



Sprachenportrait der Sprachen in unserer Schule

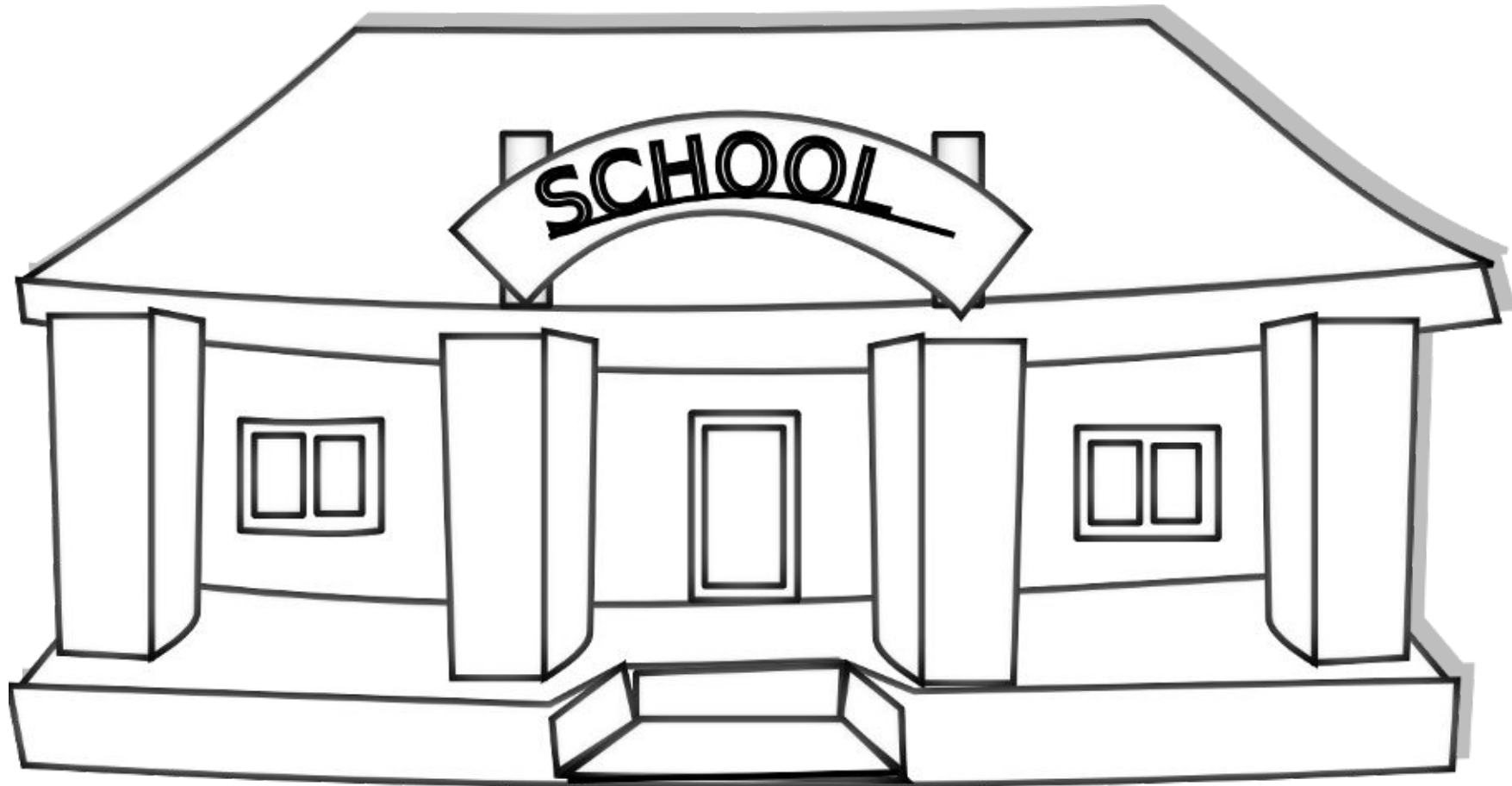
Dieses Dokument enthält eine Vorlage zur Erstellung eines Sprachenportraits. Es kann in Einzelarbeit oder in kleinen Gruppen von bis zu vier Personen bearbeitet werden. Die Schüler*innen sollen auf die Suche danach gehen, welche Sprachen in ihrer Schule gesprochen werden und welche Sprachen in ihrer Schule wiederzufinden sind.

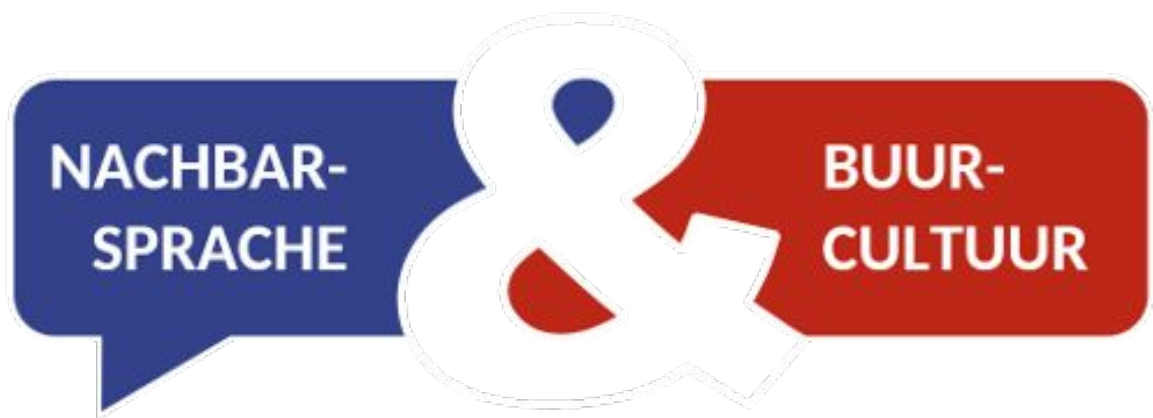
Die Schüler*innen sollen die Sprachen in ihrer Schule farblich in dem Schulumriss einzeichnen. Es soll bewusst keine Einleitung erfolgen und es wird kein Beispiel im Voraus gezeigt, damit die Schüler*innen nicht dadurch beeinflusst werden. Außerdem werden die Schüler*innen darauf hingewiesen, dass es um ihre eigene Einschätzungen und Gefühle geht und nicht um Korrektheit. Um die Sprachen zuzuordnen, sollen sie eine Legende erstellen.

Fragen, die bei der Besprechung gestellt werden können:

- Welche Sprachen sind in der Schule hörbar, sichtbar? Welche nicht?
- Welche Sprachen verbindet ihr mit welchem Ort in der Schule?
- Welche Sprachen werden in der Schule zugelassen und gefördert, welche nicht zugelassen?
- Habt ihr bestimmte Farben bewusst für Sprachen gewählt?
- Habt ihr bestimmte Sprachen bewusst an bestimmten Orten eingezeichnet?

Sprachenportrait – Sprachen in unserer Schule





Bingospiel zum Thema *Urban Space*

Dieses Dokument enthält Material für ein Bingospiel zum Thema *Urban Space*. Damit kann spielerisch die rezeptive Mehrsprachigkeit der Schüler*innen geschult werden. Nach dem Spiel bietet sich eine Reflexion über Entschlüsselungsstrategien an.

Dauer: ca. 15 Minuten

Julia Hufnagl & Celine Hornesch

Bingo zum Thema *urban space* - Spielanleitung

- Alle Schüler*innen bekommen eine Bingokarte von der Lehrperson.
- Es gibt unterschiedliche Bingokarten, die jeweils andere niederländische Bingowörter enthalten. Deswegen ist es wichtig, dass mehrere Versionen der Bingokarten ausgedruckt und verteilt werden.
- Außerdem ist es wichtig, dass die Bingokarten willkürlich unter den Schüler*innen verteilt werden, sodass idealerweise nicht zwei Nachbarn die gleiche Bingokarte bekommen.
- Die Lehrperson kann die folgenden Bilder entweder auf Papier oder über einen Beamer zeigen. Zu diesem Bild spricht die Lehrperson jeweils das niederländische Wort aus. Falls die Lehrperson kein Niederländisch spricht, können die Wörter auch von einem Niederländer / von einer Niederländerin ausgesprochen und aufgenommen werden.
- Die Schüler*innen schauen, ob das ausgesprochene Wort auf ihrer Bingokarte steht. Wenn dies der Fall ist, dürfen sie es ankreuzen.
- Die Wörter der Bingokarten enthalten sowohl lange als kurze Vokale, damit die Schüler*innen mit diesem Unterschied in Kontakt kommen und den Unterschied in der Aussprache feststellen können. Sie lernen, dass kurz geschriebene Vokale wie z. B. *a* manchmal auch lang ausgesprochen werden können.
- Der erste Schüler / die erste Schülerin, der / die vier Wörter in einer Reihe (waagrecht, senkrecht oder diagonal) gefunden hat, ruft ‚Bingo‘ und bekommt, wenn alle Wörter richtig angekreuzt sind, gegebenenfalls einen kleinen Preis. (Dazu muss die Lehrperson oder eine Assistenz die vorgelesenen Wörter vorher oder während des Sprechens in der richtigen Reihenfolge notieren)
- Wenn ein Schüler ein falsches ‚Bingo‘ hat, hat dies keine negativen Konsequenzen, sodass die Schüler*innen keine Angst haben müssen, Fehler zu machen. Ziel dieses Bingos ist es, auf eine spielerische Art und Weise mit niederländischen Wörtern in Kontakt zu kommen und sich die Aussprache der Wörter zu merken.
- Hinweis: Die Fotos sind nun nach der Reihenfolge der Wörter auf den Spielkarten. Damit alle Schüler*innen die gleichen Chancen auf einen Gewinn haben, müssen sie gemischt werden.

Spielkarte *Urban Space*

1

huis	boom	kat	bloem
zon	regen	auto	bos
trein	bus	jas	voetbal
hond	sleutel	bord	tak

2

stoep	fles	jas	flat
muur	gras	markt	trein
plant	vliegtuig	kat	jongen
appel	auto	zee	wolk

3

boom	gat	maan	toren
stad	klok	zon	meisje
raam	gras	jongen	vlag
park	lamp	appel	dak

4

bloem	bus	water	hond
klok	stad	zee	maan
stoep	weg	vliegtuig	bos
flat	bord	tak	kerk

5

weg	huis	plant	muur
tak	wolk	lamp	sleutel
voetbal	gat	vlag	raam
markt	park	maan	toren

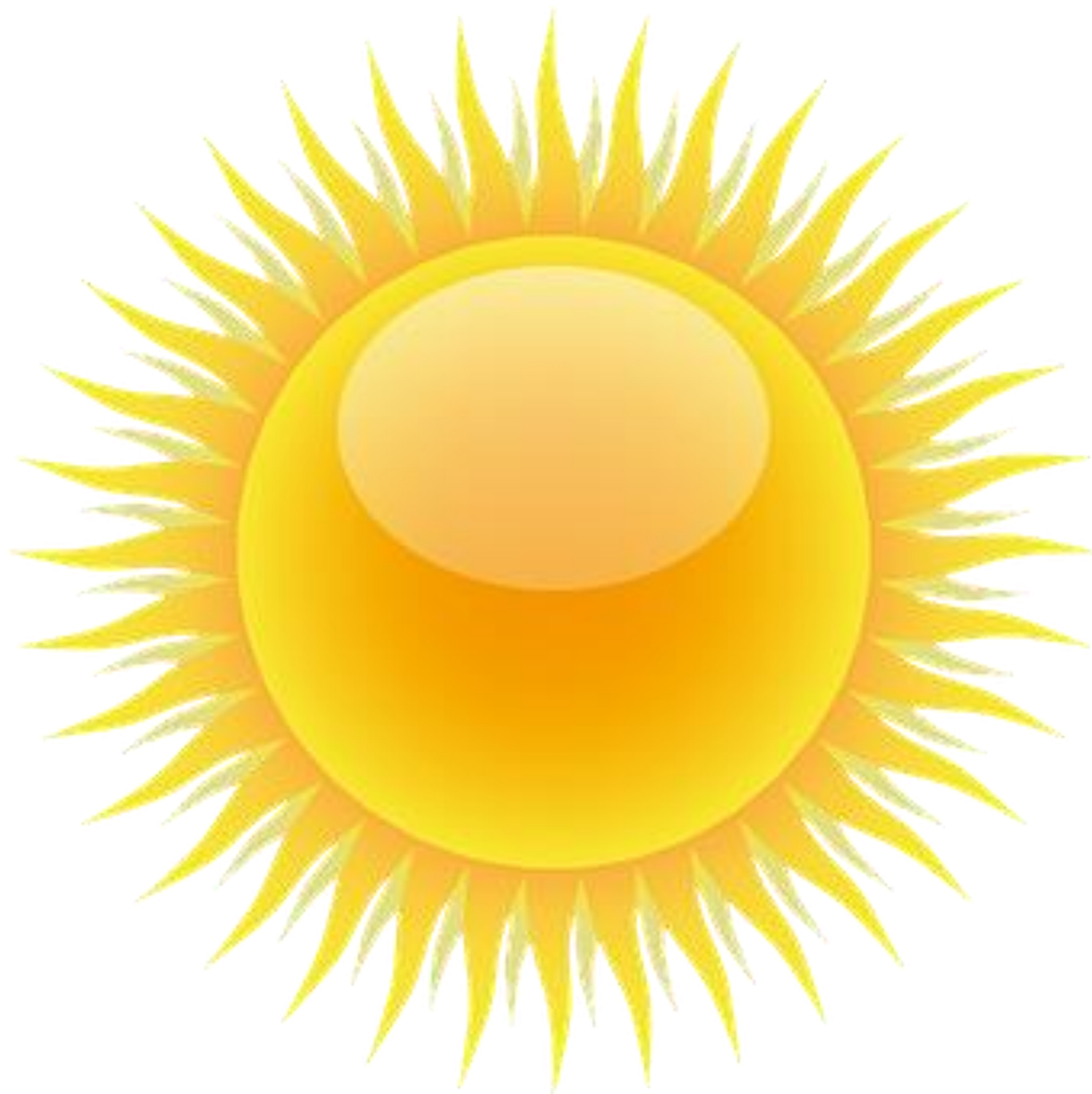
Bilder Bingo *Urban Space*





















































































Niederländische Ausspracheübersicht

Dieses Dokument enthält ein Arbeitsblatt zur niederländischen Aussprache. Die Sätze der Dialoge sind von Niederländer*innen gesprochen und können abgespielt werden. Das ausgefüllte Arbeitsblatt kann als Übersicht dienen, auf die immer wieder zurückgegriffen werden kann.

Audiodateien mit den Dialogen finden sich auf der Webseite von *Nachbarsprache & buurcultuur*. Es wird empfohlen, ein Beispiel zusammen mit den Schüler*innen zu machen.

Julia Hufnagl & Celine Hornesch

Niederländische Aussprache

Es gibt einige Gemeinsamkeiten zwischen der niederländischen und deutschen Sprache, aber auch Unterschiede. Wenn ihr ein paar Ausspracheregeln kennt, werdet ihr niederländische Wörter viel leichter entschlüsseln können.

Gleich hört ihr einige Sätze auf Niederländisch. Achtet auf die Aussprache der markierten Laute. Versucht anschließend, herauszufinden, wie man diese Laute auf Deutsch schreiben würde und überlegt euch außerdem deutsche Beispielwörter mit dem Laut.

Dialog 1: Im Café

Lotte: Hoe is het met jouw broer?

deutsche Aussprache oe: deutsches Beispielwort: _____

Iris: Heel goed! Zijn vrouw heeft afgelopen week een kind gekregen.

deutsche Aussprache i: deutsches Beispielwort: _____

Dialog 2: Beim Bäcker

Klant: Ik zou graag een brood kopen, alstublieft.

deutsche Aussprache aa: deutsches Beispielwort: _____

Verkoopster: Wilt u een bruin of een wit brood?

deutsche Aussprache u: deutsches Beispielwort: _____

Dialog 3: Touristeninformation

Lotte: Hoe veel euro kost een kaartje voor de Efteling?

deutsche Aussprache eu deutsches Beispielwort: _____

Medewerker: Een kaartje voor de Efteling kost ongeveer 40 euro.

deutsche Aussprache o: deutsches Beispielwort: : _____

Dialog 4: **In der Stadt**

Iris: Vind jij het ook koud vandaag?

deutsche Aussprache ou deutsches Beispielwort: : _____

Lotte: Ja, je hebt gelijk. Het is bijna alsof het winter is.

deutsche Aussprache ij: deutsches Beispielwort: : _____

Dialog 5: **Im Restaurant**

Iris: Serveren jullie typisch Italiaans eten?

deutsche Aussprache y: deutsches Beispielwort: : _____

Serveerster: Ja, we hebben bijvoorbeeld pizza met ham en ui.

deutsche Aussprache ui: deutsches Beispielwort: : _____

Iris: Dan neem ik graag die pizza.

Serveerster: Wilt u buiten op het terras eten?

Dialog 6: **Zugdurchsagen**

NS-medewerkster: De trein uit Utrecht van 10 uur heeft vandaag 5 minuten vertraging.

deutsche Aussprache:
ei:
uu:
a: deutsche Beispielwörter: _____

Dialog 7: **Im Einkaufsladen**

Iris: Ik ben op zoek naar een sjal.

deutsche Aussprache sj: deutsches Beispielwort: : _____

Verkoopster: We hebben net nieuwe groene sjaals gekregen.

deutsche Aussprache g: deutsches Beispielwort: : _____



Sprachspaziergang

Dieses Dokument enthält eine Aufgabe zum Thema *linguistic landscaping*, mit der Schüler*innen angeleitet auf die Suche nach Sprachspuren in ihrer Umgebung gehen und diese fotografieren sollen. Diese Aufgabe kann zum Beispiel als Hausaufgabe gegeben werden, aber Schüler*innen können auch nach Sprachspuren in ihrer Schule suchen.

Die Lehrpersonen können die Anweisung geben, dass die gemachten Fotos z. B. per E-Mail an sie geschickt werden sollen. Die Fotos können nachher im Unterricht oder mittels der in der Materialsammlung zu findenden Aufgaben zu *Werbung und Farbe* oder *Namensgebung und Schriftwirkung* analysiert werden.

Sprachspaziergang

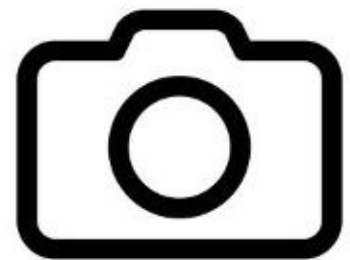
Macht auf dem Rückweg nach Hause oder heute Abend einen Sprachspaziergang. Die Aufgabe ist, dass ihr Sprache im Alltag entdeckt. Das könnten sprachliche Gegebenheiten sein, die euch normalerweise, wenn ihr zur Schule geht, gar nicht auffallen. Denkt dabei an Straßennamen, Verkehrsschilder, Graffiti, Namen von Geschäften, Werbung, Plakate, Gespräche auf der Straße und in Geschäften usw.

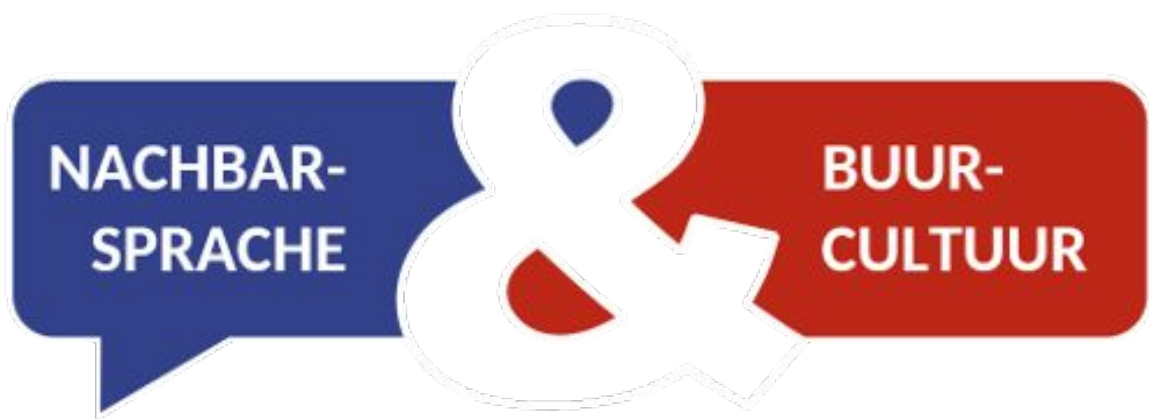
Bei dem Sprachspaziergang könnt ihr euch an den folgenden Fragen orientieren:

- Welche Sprachen finde ich in meiner Gegend?
- Was wird alles geschrieben?
- Wo finde ich überall Sprachen?

Fotografiert alles, was ihr spannend oder auffällig findet.

Macht insgesamt mindestens **4 Fotos**.





Spiel zur Gruppeneinteilung

Dieses Spiel kann zur Gruppenbildung bei Austauschen oder im Unterricht eingesetzt werden. Die Schüler*innen bekommen kleine Zettel, auf denen auf Deutsch und auf Niederländisch steht, wie sie ihre Mimik verändern müssen (z. B. zwinkern, die Stirn runzeln). Sie sollen im Klassenraum umhergehen und diejenigen finden, die ihre Mimik auf die gleiche Weise wie sie verändern.

Auf dem Blatt ist jede Veränderung der Mimik zweimal vorhanden. Je nach Gruppengröße kann diese Anzahl der Aufgaben verändert werden. Mit dieser Vorlage können dementsprechend acht Schüler*innen in vier Gruppen eingeteilt werden (bzw. 16 Schüler*innen in vier Gruppen, wenn es zweimal ausgedruckt wird).

Knipper met je rechteroog.

Zwinker mit deinem rechten Auge. Alle anderen aus deiner Gruppe tun dies auch. So wirst du deine Gruppenmitglieder erkennen.

Knipper met je linkeroog.

Zwinker mit deinem linken Auge. Alle anderen aus deiner Gruppe tun dies auch. So wirst du deine Gruppenmitglieder erkennen.

Trek rimpels in je voorhoofd.

Runzel die Stirn. Alle anderen aus deiner Gruppe tun dies auch. So wirst du deine Gruppenmitglieder erkennen.

Steek je tong uit de mond.

Strecke die Zunge raus. Alle anderen aus deiner Gruppe tun dies auch. So wirst du deine Gruppenmitglieder erkennen.

Knipper met je rechteroog.

Zwinker mit deinem rechten Auge. Alle anderen aus deiner Gruppe tun dies auch. So wirst du deine Gruppenmitglieder erkennen.

Knipper met je linkeroog.

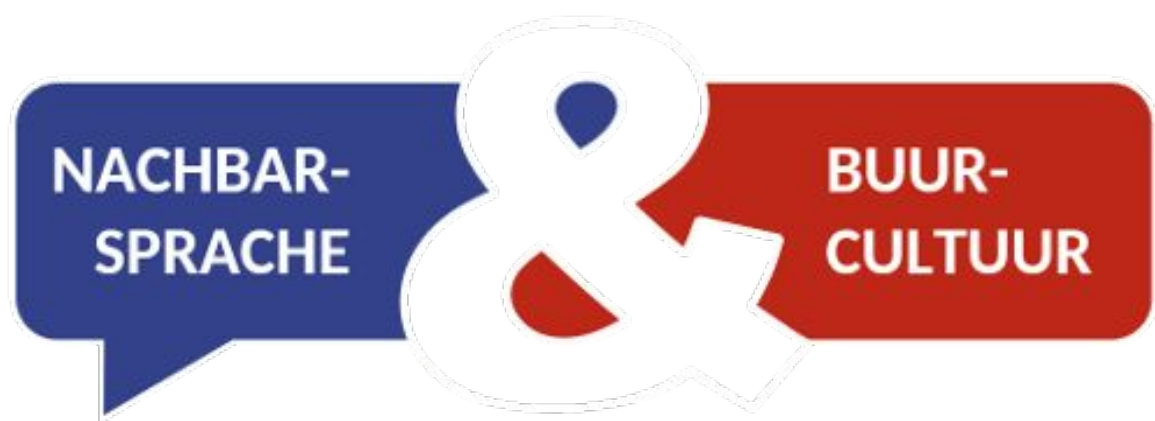
Zwinker mit deinem linken Auge. Alle anderen aus deiner Gruppe tun dies auch. So wirst du deine Gruppenmitglieder erkennen.

Trek rimpels in je voorhoofd.

Runzel die Stirn. Alle anderen aus deiner Gruppe tun dies auch. So wirst du deine Gruppenmitglieder erkennen.

Steek je tong uit de mond.

Strecke die Zunge raus. Alle anderen aus deiner Gruppe tun dies auch. So wirst du deine Gruppenmitglieder erkennen.



Farbwirkung untersuchen

Dieses Material enthält Aufgaben zur Nachbereitung des Sprachspaziergangs. Ein Fokus liegt dabei auf der Wirkung von Farben. Außerdem werden Entschlüsselungsstrategien erlernt. Am Ende der Aufgaben befinden sich Fotos, die verwendet werden können, falls kein Sprachspaziergang gemacht wurde.

Hinweis zur Gruppeneinteilung:

Die gleichen Gruppen sollten jeweils entweder
Schriftwirkung und Namensgebung
oder
Farbwirkung und Werbung
behandeln.

Julia Hufnagl & Celine Hornesch

I. Streetart

1. Hier seht ihr Streetart aus den Niederlanden. Die Wörter zeigen euch eine Möglichkeit, wie niederländische Wörter gebildet werden können.

a) Worauf weist der Pfeil hin? Wo könnte dieses Graffiti stehen?



b) Aus welchen Teilen besteht das Wort *lijstenmakerij*?

c) Was könnten die einzelnen Teile bedeuten? Was könnte das ganze Wort bedeuten?

Teile des Wortes:

_____ + _____ = _____

Bedeutung:

+

 =

- d) Aus welchen Teilen besteht das Wort *kadowinkel*?
e) Was könnten die einzelnen Teile bedeuten? Was könnte das ganze Wort bedeuten?

Teile des Wortes:

_____ + _____ = _____

Bedeutung:

+

=

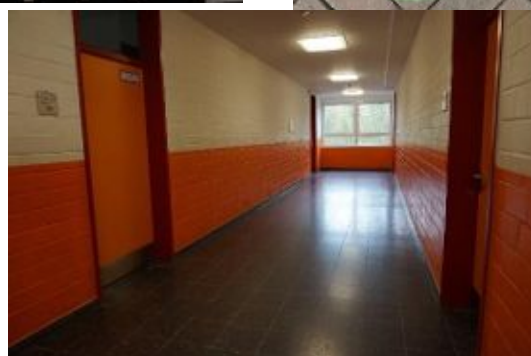
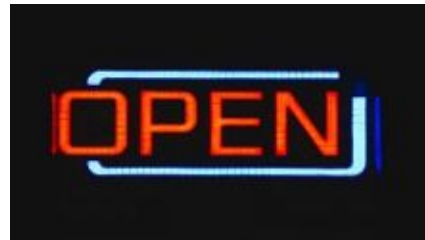
II. Fotoanalyse

1. Im Folgenden sollt ihr euch auf die Fotos, die ihr bei eurem Sprachspaziergang gestern gemacht habt, beziehen. Auf der nächsten Seite findet ihr außerdem zusätzliches Fotomaterial, das ihr verwenden könnt.

Werden bestimmte Farben häufig in Kombination verwendet?

2. Sammelt die Wirkungen von Farben oder Farbkombinationen!

Farbe(n)			
Wirkung			
Farbe(n)			
Wirkung			
Farbe(n)			
Wirkung			



Lösungsvorschlag

I. Streetart

1. Hier seht ihr Streetart aus den Niederlanden. Die Wörter zeigen euch eine Möglichkeit, wie niederländische Wörter gebildet werden können.

a) Worauf weist der Pfeil hin? Wo könnte dieses Graffiti stehen?

Pfeil weist auf einen Eingang hin → Graffiti ist gleichzeitig Werbung für einen Geschenkladen



b) Aus welchen Teilen besteht das Wort *lijstenmakerij*?

c) Was könnten die einzelnen Teile bedeuten? Was könnte das ganze Wort bedeuten?

lijsten	+	makerij	=	lijstenmakerij
Rahmen	+	“Macherei”	=	Geschäft, in dem man Bilderrahmen kaufen kann

d) Aus welchen Teilen besteht das Wort *kadowinkel*?

e) Was könnten die einzelnen Teile bedeuten? Was könnte das ganze Wort bedeuten?

kado	+	winkel	=	kadowinkel
Geschenk	+	Geschäft / Laden	=	Geschenkladen

II. Fotoanalyse

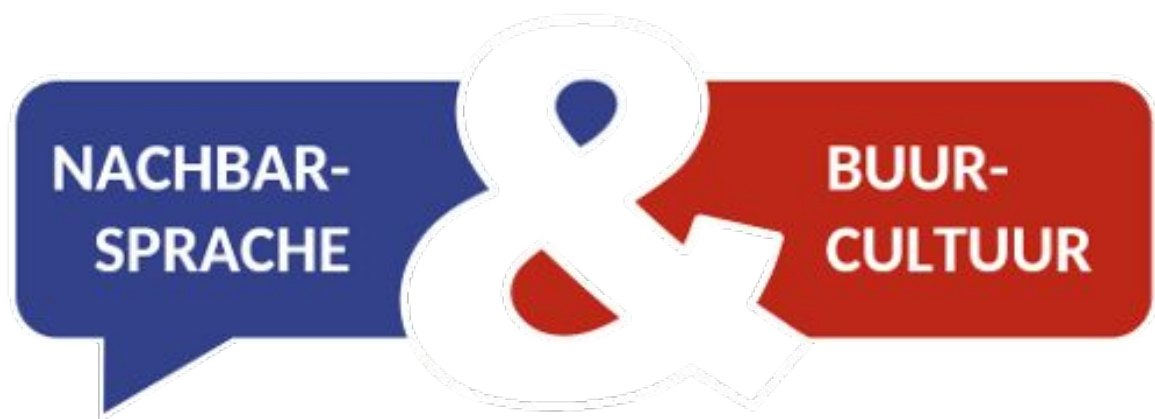
1. Im Folgenden sollt ihr euch auf die Fotos, die ihr bei eurem Sprachspaziergang gestern gemacht habt, beziehen. Auf der nächsten Seite findet ihr außerdem zusätzliches Fotomaterial, das ihr verwenden könnt.

Werden bestimmte Farben häufig in Kombination verwendet?

2. Sammelt die Wirkungen von Farben oder Farbkombinationen!

Farbe(n)	rot	grün	schwarz
Wirkung	Blut, Verletzungen, Sonnenuntergang, Glut im Lagerfeuer (Symbol für Wärme)	Hoffnung, Unruhe, Natur, Lebendigkeit, Frische, Erholung, Gesundheit	negativ, provokativ; Nacht, Tod, Trauer, Stärke, Bosheit, Brutalität, Sachlichkeit, Souveränität
Farbe(n)	braun	blau	gelb + blau
Wirkung	Gemütlichkeit, Natur, Behaglichkeit, Wärme	Kälte, Passivität, Erfrischung, Wasser, Himmel, Meer, Unendlichkeit, Ruhe	Kontrast: warm – kalt aktiv – passiv
Farbe(n)	rot + gelb	grün + braun	rot + orange
Wirkung	Signalwirkung, Gefahr, Feuer	ökologisch, ruhig, langsam, natürlich, nachhaltig; Baum, Wald	Wärme, Feuer, Aktivität, Geselligkeit

➔ eine Farbe kann unterschiedliche oder sogar widersprüchliche Wirkungen erzielen



Werbung untersuchen

Vorbereitung und Fototour

Dieses Material enthält Aufgaben zur Vorbereitung auf eine Fototour, bei der die Schüler*innen Fotos von Werbung im öffentlichen Raum machen und die Sprache auf den Fotos analysieren sollen.

Hinweis zur Gruppeneinteilung:

Die gleichen Gruppen sollten jeweils entweder
Schriftwirkung und Namensgebung
 oder
Farbwirkung und Werbung
 behandeln.

Hinweise zur Differenzierung:

- I. Aufgaben I.2 und I.3 erfordern eine intensive Betreuung und / oder Vorwissen zur Werbeanalyse und zur niederländischen Sprache.
- II. Aufgabe II ist für Schüler*innen geeignet, die noch kein Niederländisch beherrschen
- III. Falls die Zielgruppe bereits wenige Vorkenntnisse hat, kann Aufgabe II weggelassen und sofort mit Aufgabe III eingestiegen werden.

Empfehlung:

Kein Vorwissen und jüngere Lerngruppe	Aufgabe I kürzen, Aufgabe II und III vollständig machen
Vorwissen und ältere Lerngruppe	Aufgabe I und III vollständig machen, Aufgabe II weglassen

Julia Hufnagl & Celine Hornesch

I. Werbung untersuchen

1. Sammelt Werbeslogans (auf Deutsch), die ihr kennt. (circa 3-4 Slogans)

2. Hier sind einige sprachliche Mittel gegeben, die gerne in der Werbung verwendet werden. Sie werden jeweils durch ein Beispiel erklärt. Ordnet die Werbeslogans aus Aufgabe 1 sowie die gegebenen Slogans aus den Sprechblasen zu! Fallen euch weitere sprachliche Mittel ein?

"ENTDECKE DIE NEUE
PFLANZLICHKEIT"
(RAMA)

"WER WIRD DENN GLEICH IN DIE
LUFT GEHEN?" (HB)

"GUTEN
FREUNDEN GIBT
MAN EIN
KÜSSCHEN"
(FERRERO)

"ICH WILL EIN
RIND VON DIR!"
(LIEFERANDO)

	Alliteration	Anapher
Erklärung	Zwei oder mehr aufeinander folgende Wörter mit demselben Anfangsbuchstaben	Wiederholung eines Wortes oder einer Wortgruppe am Anfang eines Satzes
Beispiele	"Geiz ist geil" (MediaMarkt)	"Noch intuitiver. Noch intelligenter. Noch mehr du." (Apple watchOS)

	Neologismus	Reim	Rhetorische Frage
Erklärung	Wort-Neuschöpfung	Ein oder mehrere Wörter reimen sich	Eine Frage, auf die keine Antwort erwartet wird
Beispiele	“Nogger dir einen!” (Langnese Nogger)	“Drei – zwei – eins – meins” (eBay)	“Wohnst du noch oder lebst du schon?” (Ikea)
	Steigerung	Wortspiele	Metaphern
Erklärung	Verwendung von Komparativen oder Superlativen	Spiel mit der Doppeldeutigkeit von Wörtern oder mit Schreibweisen	Wort wird nicht im eigentlichen Sinn gebraucht
Beispiele	“Gut, besser, Paulaner”	“Einfach riesig, der Kleine” (Peugeot)	“Red Bull verleiht Flügel!”
Eigene Ideen			
Erklärung			
Beispiele			

3. Ordnet nun diese Werbeslogans aus den Niederlanden in die Tabellen aus Aufgabe 2 ein. Es ist nicht schlimm, wenn ihr die Sätze nicht vollständig versteht.



4. Was sind die Ziele von Werbung?

5. Oft verwenden Unternehmen absichtlich bestimmte Farben. Die Wahrnehmung von Farben ist aber individuell verschieden und sehr personenabhängig. Was sagt für euch **lila** über die Marke Milka und **rot** über die Marke Ferrari aus? Denkt erst in Einzelarbeit darüber nach und tauscht euch dann in der Gruppe aus.

lila: _____

rot: _____

II. Reclameborden

1. Hier seht ihr die Unterüberschriften eines Berichts. Wenn ihr diese Unterüberschriften lest, was denkt ihr dann, was in den einzelnen Absätzen steht? Überlegt erst in Einzelarbeit und sprecht danach in der Gruppe über eure Antworten.

Kunst und Bäume statt Werbung an Berliner Strafen

In diesem Absatz könnte stehen:

Berlin verdient Millionen mit Auflenwerbung

In diesem Absatz könnte stehen:

2. Nun seht ihr zwei Bilder zum Thema des Berichts. Was sagen sie über den Inhalt des Artikels aus? Überlegt wieder erst in Einzelarbeit und sprecht danach in der Gruppe über eure Antworten.



3. Was könnte das Thema des Berichts sein?

4. Hier seht ihr den ersten Abschnitt des Originaltextes, allerdings wurden einige Wörter durch niederländische Wörter ersetzt. Versuche, den Text trotzdem zu verstehen. Welche Wörter versteht ihr? Markiert diese Wörter. Sie helfen euch, andere Wörter zu verstehen.

Die E-Zigaretten-Werbung an der Ausfallstraße, die Limonaden-Kampagne an der Bushaltestelle of die Baumarkt-Reklame an der Hausfassade – all das hoort zum Stadtbild in deutschen Städten. In der Hauptstadt soll daarmee jetzt Schluss sein! Tenminste, wenn es nach dem Zin der Initiatief "Berlin werbefrei" geht. Per Petition will sie dafür zorgen, dass Produktwerbung aus dem öffentlichen Raum grotendeels verschwindet.

Quelle: <https://www.stern.de/wirtschaft/werbung-an-oeffentlichen-plaetzen--initiative-will-verbot-fuer-berlin-7826098.html> [adaptiert]

5. Was könnte Reclameborden (die Überschrift dieser Aufgabe) heißen?

6. Wie seid ihr vorgegangen, um den Inhalt des Textes bei den Aufgaben 1 bis 5 zu erschließen? Formuliert allgemeine Strategien.

III. Werbung in der Stadt

1. Hier seht ihr die Hauptüberschrift und ein Bild eines niederländischen Berichts.

a. Wenn ihr die Überschrift lest, was denkt ihr dann, wovon der Bericht handelt?

‘We zijn heus niet tegen reclame in de stad, maar dit gaat echt te ver’

b. Was sagt das Bild über den Inhalt des Artikels aus?



Quelle: <https://www.ad.nl/den-haag/we-zijn-heus-niet-tegen-reclame-in-de-stad-maar-dit-gaat-echt-te-ver~a15aae07b/>

2. Hier seht ihr einen Abschnitt des Originaltextes. Versucht, ihn grob zu verstehen. Welche Wörter versteht ihr? Markiert diese Wörter. Sie helfen euch, andere Wörter zu verstehen.

„Ze passen niet in de historische binnenstad”, verzucht Philipse. „De reclamezuilen worden voor het merendeel geplaatst in de historische binnenstad.” Ze benadrukt: „We zijn werkelijk niet tegen reclame, maar dit gaat echt te ver.” De reclamezuilen zijn te groot, stelt Philipse. En ook gevaarlijk. „Op sommige plekken belemmeren ze het zicht in het verkeer. En ze geven te veel licht af.”

Quelle: <https://www.ad.nl/den-haag/we-zijn-heus-niet-tegen-reclame-in-de-stad-maar-dit-gaat-echt-te-ver~a15aae07b/> [aangepast]

3. Vergleicht nun die markierten Wörter innerhalb der Gruppe. Füllt die Tabelle aus und überlegt, was sie bedeuten könnten.

Wort	Mögliche Bedeutung

Lösungsvorschlag

I. Werbung untersuchen

1. Sammelt Werbeslogans (auf Deutsch), die ihr kennt. (circa 3-4 Slogans)

Zum Beispiel: Haribo macht Kinder froh, Vorsprung durch Technik, Geiz ist geil, Ich liebe es, Jeden Tag ein bisschen besser, Nichts ist unmöglich, Das Auto, Kleidung clever kaufen, Das Frühstückchen, Morgens halb zehn in Deutschland; Liebe ist, wenn es Landleibe ist; Weil Sie es sich wert sind; Alles Müller, oder was?, Wünsche werden Wüstenrot, Heute schon geschweppt?; Viele, viele bunte Smarties, Wenns um Geld geht Sparkasse

2. Hier sind einige sprachliche Mittel gegeben, die gerne in der Werbung verwendet werden. Sie werden jeweils durch ein Beispiel erklärt. Ordnet die Werbeslogans aus Aufgabe 1 sowie die gegebenen Slogans aus den Sprechblasen zu! Fallen euch weitere sprachliche Mittel ein?

"ENTDECKE DIE
NEUE
PFLANZLICHKEIT"
(RAMA)

"WER WIRD
DENN GLEICH
IN DIE LUFT
GEHEN?" (HB)

"GUTEN
FREUNDEN GIBT
MAN EIN
KÜSSCHEN"
(FERRERO)

"ICH WILL EIN
RIND VON DIR!"
(LIEFERANDO)

	Alliteration		Anapher
Erklärung	Zwei oder mehr aufeinander folgende Wörter mit demselben Anfangsbuchstaben		Wiederholung eines Wortes oder einer Wortgruppe am Anfang eines Satzes
Beispiele	"Geiz ist geil" (MediaMarkt)		"Noch intuitiver. Noch intelligenter. Noch mehr du." (Apple watchOS)
	Neologismus	Reim	Rhetorische Frage
Erklärung	Wort-Neuschöpfung	Ein oder mehrere Wörter reimen sich	Eine Frage, auf die keine Antwort erwartet wird
Beispiele	"Nogger dir einen!" (Langnese Nogger)	"Drei – zwei – eins – meins" (eBay)	"Wohnst du noch oder lebst du schon?" (Ikea)

	Steigerung	Wortspiele	Metaphern
Erklärung	Verwendung von Komparativen oder Superlativen	Spiel mit der Doppeldeutigkeit von Wörtern oder mit Schreibweisen	Wort wird nicht im eigentlichen Sinn gebraucht
Beispiele	"Gut, besser, Paulaner"	"Einfach riesig, der Kleine" (Peugeot)	"Red Bull verleiht Flügel!"
Eigene Ideen	Antithese	Dreiklang	Übertreibungen
Erklärung	Gegenüberstellung von Gegensätzen	Drei Wörter, die zusammen gut klingen	Etwas wird übertrieben dargestellt
Beispiele	"Einfach riesig, der Kleine" (Peugeot)	"Quadratisch, praktisch, gut" (Ritter Sport)	"Bum-bum-bastisch" (Nestlé Schöller)

3. Ordnet nun diese Werbeslogans aus den Niederlanden zu. Ihr müsst die Sätze dazu nicht komplett verstehen.

"EEN STUKJE PARADIJS OP AARDE" (BOUNTY)

"DE NORMAALSTE ZAAK VAN DE WERELD" (HEMA)

"RIJDEN IS BEGRIJPEN" (PEUGEOT)

"HEERLIJK, HELDER, HEINEKEN" (HEINEKEN)

"BUY IT. SELL IT. LOVE IT." (eBay)

"RUIMTE¹ VOOR IDEEËN" (IKEA)
1: "Ruimte" bedeutet Raum

"IEDERE AVOND KOPEN KOPEN KOOPAVOND" (MEDIAMARKT)

"IK EN IKEA" (IKEA)

"IT'S NOT A CAR, IT'S A VOLKSWAGEN"

"DAT BEN JE, DAT DRINK JE" (KOORDAAT)

"RED BULL GEEFT JE VLEUGELS" (RED BULL)

4. Was sind die Ziele von Werbung?

Aufmerksamkeit wecken, Interesse erzeugen, Kaufwunsch fördern und Kaufhandlung bewirken (Attention, Interest, Desire, Action)

Im NL wird eine Marke manchmal mit anderen Marken verglichen und herausgestellt, wieso ein Produkt besser ist als ein anderes (→ überzeugen)

5. Oft verwenden Unternehmen absichtlich bestimmte Farben. Die Wahrnehmung von Farben ist aber individuell verschieden und sehr subjektiv. Was sagt für euch **lila** über die Marke Milka und **rot** über die Marke Ferrari aus? Tauscht euch in der Gruppe aus.

Farben sagen immer etwas über den Charakter des betrachteten Gegenstandes aus und können die (Kauf-)Laune beeinflussen. Lila ist meistens eher herzlich, gemütlich; rot eher hart und blutig, kann aber auch Liebe und Leidenschaft symbolisieren

II. Reclameborden

1. Hier seht ihr die Unterüberschriften eines Berichts. Wenn ihr diese Unterüberschriften lest, was denkt ihr dann, was in den einzelnen Absätzen steht? Überlegt erst in Einzelarbeit und sprecht danach in der Gruppe über eure Antworten.

Kunst und Bäume statt Werbung an Berliner Strafen

Kunst und Bäume sollen Werbung an Straßen ersetzen / Werbung an Berliner Straßen ist störend / lenkt Autofahrer ab / Initiative setzt sich für Kunst und Bäume an Berliner Straßen ein / Werbung wird durch Kunst und Bäume ersetzt und deshalb sinken Umsatzzahlen

- ➔ Es ist nicht klar, ob Werbung ersetzt wird, wurde oder werden soll
- ➔ Man erfährt nicht, ob Artikel sich positiv oder negativ darüber äußert

Berlin verdient Millionen mit Außenwerbung

Stadt Berlin verdient Millionen / Berliner Unternehmen verdienen Millionen / Stadt vermietet die Werbeträger / In Berlin wird besonders viel mit Außenwerbung verdient

2. Nun seht ihr zwei Bilder zum Thema des Berichts. Was sagen sie über den Inhalt des Artikels aus? Überlegt wieder erst in Einzelarbeit und sprecht danach in der Gruppe über eure Antworten.



Es geht um (digitale) Werbesäulen, die Aufmerksamkeit erregen und teilweise die Sicht erschweren

3. Was könnte das Thema des Berichts sein?

Initiative will Verbot für Werbung an öffentlichen Plätzen in Berlin

4. Hier seht ihr den ersten Abschnitt des Originaltextes, allerdings wurden einige Wörter durch niederländische Wörter ersetzt. Versuche, den Text trotzdem zu verstehen. Welche Wörter versteht ihr? Markiert diese Wörter. Sie helfen euch, andere Wörter zu verstehen.

Die E-Zigaretten-Werbung an der Ausfallstraße, die Limonaden-Kampagne an der Bushaltestelle oder die Baumarkt-Reklame an der Hausfassade – all das gehört zum **Stadt** in deutschen Städten. In der Hauptstadt soll daarmee jetzt **Schluss** sein! Tenminste, wenn es **nach** dem Zin der Initiatief "Berlin werbefrei" **geht**. Per **Petition** will sie dafür sorgen, dass Produktwerbung aus dem öffentlichen Raum grotendeels **verschwindet**.

Quelle: <https://www.stern.de/wirtschaft/werbung-an-oeffentlichen-plaetzen-initiative-will-verbot-fuer-berlin-7826098.html> [adaptiert]

5. Was könnte Reclameborden (die Überschrift dieser Aufgabe) heißen?

Reclametafel / Werbetafel / Aushängeschild

6. Wie seid ihr vorgegangen, um den Inhalt des Textes bei den Aufgaben 1 bis 5 zu erschließen? Formuliert allgemeine Strategien

Man muss nicht jedes Wort kennen, um einen Text zu verstehen, unbekannte Wörter können auch einfach ignoriert werden

Man kann Wissen aus Textüberschriften und Graphiken nutzen, um etwas über den Textinhalt zu erfahren

III. Werbung in der Stadt

1. Hier seht ihr die Hauptüberschrift und ein Bild eines niederländischen Berichts.

‘We zijn heus niet tegen reclame in de stad, maar dit gaat echt te ver’

- a. Wenn ihr die Überschrift lest, was denkt ihr dann, wovon der Bericht handelt?

Die Werbung in der Stadt wird immer mehr / geht zu weit / Die Bewohner ärgern sich darüber / Grundsätzlich ist Werbung in der Stadt kein Problem, aber nur in Maßen

- b. Was sagt das Bild über den Inhalt des Artikels aus?



<https://www.ad.nl/den-haag/we-zijn-heus-niet-tegen-reclame-in-de-stad-maar-dit-gaat-echt-te-ver~a15aae07b/>

Die Bewohner könnten Aussage aus Hauptüberschrift gesagt haben / Bewohner der Stadt lehnen sich gegen die Säule und zeigen so ihren Protest

2. Hier seht ihr einen Abschnitt des Originaltextes. Versucht, ihn grob zu verstehen. Welche Wörter versteht ihr? Markiert diese Wörter. Sie helfen euch, andere Wörter zu verstehen.

„Ze passen niet in de historische binnenstad“, verzucht Philipse. „De reclamezuilen worden voor het merendeel geplaatst in de historische binnenstad.“ Ze benadrukt: „We zijn werkelijk niet tegen reclame, maar dit gaat echt te ver.“ De reclamezuilen zijn te groot, stelt Philipse. En ook gevaarlijk. „Op sommige plekken belemmeren ze het zicht in het verkeer. En ze geven te veel licht af.“

Quelle: <https://www.ad.nl/den-haag/we-zijn-heus-niet-tegen-reclame-in-de-stad-maar-dit-gaat-echt-te-ver~a15aae07b/> [adaptiert]

3. Vergleicht nun die Wörter innerhalb der Gruppe. Füllt die Tabelle aus und überlegt, was sie bedeuten könnten.

Wort	Mögliche Bedeutung
passen	passen
historische	historische
binnenstad	Innenstadt
verzuchten	seufzen
reclamezuilen	Werbesäulen
voor het merendeel	zum größten Teil
plaatsen	aufstellen
groot	groß
stellen	sagen, behaupten
gevaarlijk	gefährlich
belemmeren	behindern
afgeven	Verbreiten / abgeben

Foto-Tour: Auf nach Venlo!

Aufgabe: Geht zusammen in die Stadt und fotografiert alles, was euch dort auffällt! Denkt zum Beispiel an Verkehrsschilder, Streetart, bunte Schriftzüge und auffällige Werbeplakate.

Wichtige Hinweise bevor ihr loslegt:

- Die Fotos könnt ihr morgen jeweils sofort auf Lingscape hochladen (Internetverbindung nötig) **oder** nachträglich hochladen. **Wenn ihr sie nachträglich hochladet, müsst ihr euch allerdings merken, wo ihr sie genau gemacht habt.** (Dazu habt ihr Karten bekommen)
- **Ladet euch die App Lingscape deshalb am Tag davor herunter**
Passwort für Gruppenbereich: _____
- Auf den Karten, die ihr bekommen habt, sollt ihr euren **Weg einzeichnen**. Überlegt euch jetzt bereits eine grobe Route. Dafür könnt ihr das Internet nutzen. Die Fragen unten helfen euch ebenfalls dabei. Morgen zeichnet ihr dann ein, wie ihr wirklich gegangen seid.
Tipp: Eventuell lohnt sich in ein Besuch des VVV (der Touristeninformation), um eine genauere Karte und weitere Informationen über die Stadt zu bekommen
- Schaut euch außerdem als Inspiration online an, welche Bilder bei Lingscape hochgeladen werden. <http://lingscape.uni.lu/>
Ihr könnt entweder am PC auf alle hochgeladenen Bilder zugreifen oder wenn ihr aus dem Projektbereich in eurer App austretet.

Gruppenmitglieder:

Was wisst ihr bereits über die Stadt? Was sind eure Erwartungen an sie?

Nutzt die Zeit jetzt, um im Internet bereits mehr über Venlo zu erfahren.

Was fällt euch bei der Internetrecherche besonders auf? Was findet ihr interessant?

Wo wollt ihr auf jeden Fall hingehen?

Worauf wollt ihr während der Exkursion besonders achten? Schaut euch die Aufgabenstellung für morgen bereits an („Wenn ihr zurück seid“) und überlegt, was ihr fotografieren könntet, um die Fragen zu beantworten.

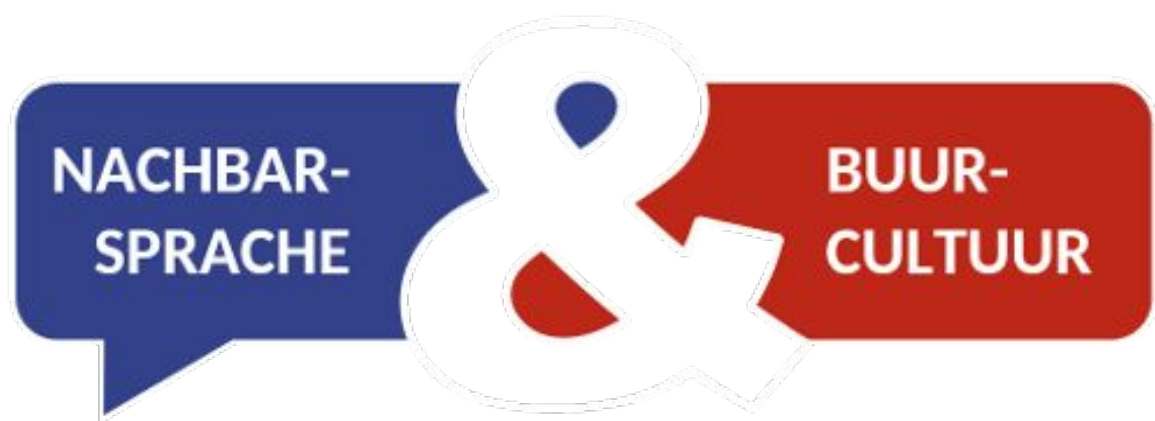


Wenn ihr zurück seid:

Welche **Werbung** findet ihr besonders interessant und warum? Welche **Farben** findet ihr besonders interessant und warum? Sucht nun gemeinsam die auffälligsten Fotos (mindestens 3) der Gruppe aus und bereitet ein Plakat vor. Darauf sollte folgendes stehen:

- Wo das Foto genommen wurde;
- Was so auffällig an diesem Foto ist;
- Wie die Farben auf dem Foto wirken;
- Warum ihr dieses Foto ausgewählt habt;
- Versucht, die Bedeutung der Werbung zu erschließen.
- Welche Rolle spielt die Farbe bei der Entschlüsselung von Wörtern? Hilft euch eine bestimmte Farbverwendung, die Bedeutung eines Satzes oder eines Symbols zu erschließen?
- Was fällt euch insgesamt auf, nachdem die Analyse der einzelnen Fotos abgeschlossen ist?
- Könnt ihr Unterschiede zu Deutschland in der Werbung feststellen?
- Was fiel euch insgesamt am Stadtbild auf?

Zum Schluss: Haben sich eure vorher genannten Erwartungen bestätigt? Warum?



Schriftwirkung untersuchen

Dieses Material enthält Aufgaben zur Nachbereitung des Sprachspaziergangs. Ein Fokus liegt dabei auf der Wirkung der Schrift. Außerdem werden Entschlüsselungsstrategien erlernt. Am Ende der Aufgaben befinden sich Fotos, die verwendet werden können, falls kein Sprachspaziergang gemacht wurde.

Hinweis zum Einteilen der Gruppen:

Die gleichen Gruppen sollten jeweils entweder
Schriftwirkung und Namensgebung
oder
Farbwirkung und Werbung
behandeln.

Julia Hufnagl & Celine Hornesch

I. Schriftwirkung untersuchen

Es gibt verschiedene Schriftarten, die man beim Schreiben einer Postkarte oder für ein offizielles Dokument verwenden könnte. Beispiele sind Times New Roman oder *Comic Sans MS*. Die eine Schriftart eignet sich für die eine Gelegenheit besser als die andere. Je nachdem kann man sich für eine Schriftart entscheiden.



1. Vergleicht die beiden Cafés. Welches findet ihr einladender? Welche Schriftart eignet sich hier besser? Warum?

2. Dieses Schild ist ein Straßenschild aus dem Iran.



- a. Was könnte es bedeuten?

- b. Was hilft euch bei der Erschließung der Bedeutung?

3. Hier seht ihr ein Straßenschild aus den Niederlanden.



- a) Aus welchen Teilen besteht das Wort *Fietspad*?
- b) Was könnten die einzelnen Teile bedeuten? Was könnte das ganze Wort bedeuten?

Teile des Wortes:

_____ + _____ = _____

Bedeutung:

+ =

II. Fotoanalyse

Im Folgenden sollt ihr euch auf die Fotos, die ihr bei eurem Sprachspaziergang gestern gemacht habt, beziehen. Auf der nächsten Seite findet ihr außerdem zusätzliches Fotomaterial, das ihr verwenden könnt.

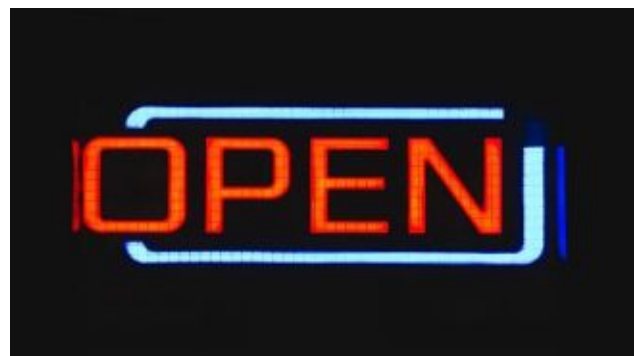
Versucht, Kategorien für die Schriftarten zu finden. Überlegt euch dann in der Tabelle, wie die Schriftarten einer Kategorie auf euch wirken und wo sie in der Stadt verwendet werden könnten.

Schriftart			
Wirkung			
Verwendungssituationen			

Schriftart			
Wirkung			
Verwendungssituationen			

Tipp: Habt ihr schon mal vom Unterschied zwischen serifenloser und serifenbetonter Schrift gehört?

Mit Serifen





Lösungsvorschlag

I. Schriftwirkung untersuchen

Es gibt verschiedene Schriftarten, die man beim Schreiben einer Postkarte oder einer Hausarbeit verwenden könnte. Beispiele sind Times New Roman oder Comic Sans MS. Die eine Schriftart eignet sich vielleicht für die eine Gelegenheit besser als die andere. Je nachdem kann man sich für eine Schriftart entscheiden.



1. Vergleicht die beiden Cafés. Welches findet ihr einladender? Welche Schriftart eignet sich besser für ein Café? Warum?

Schriftarten sagen immer etwas über den Charakter des betrachteten Gegenstandes aus.

2. Dieses Schild ist ein Straßenschild aus dem Iran. Was könnte es bedeuten? Was hilft euch bei der Erschließung der Bedeutung?



Es ist ein Stoppschild → Die Form und Farbe sind gleich zu den Stoppschildern aus den meisten anderen Ländern

3. Hier seht ihr ein Straßenschild aus den Niederlanden.



- a) Aus welchen Teilen besteht das Wort *Fietspad*?
- b) Was könnten die einzelnen Teile bedeuten? Was könnte das ganze Wort bedeuten?

Teile des Wortes: **Fiets** + **Pad** = **Fietspad**

Bedeutung:

Fahrrad

Pfad / Weg

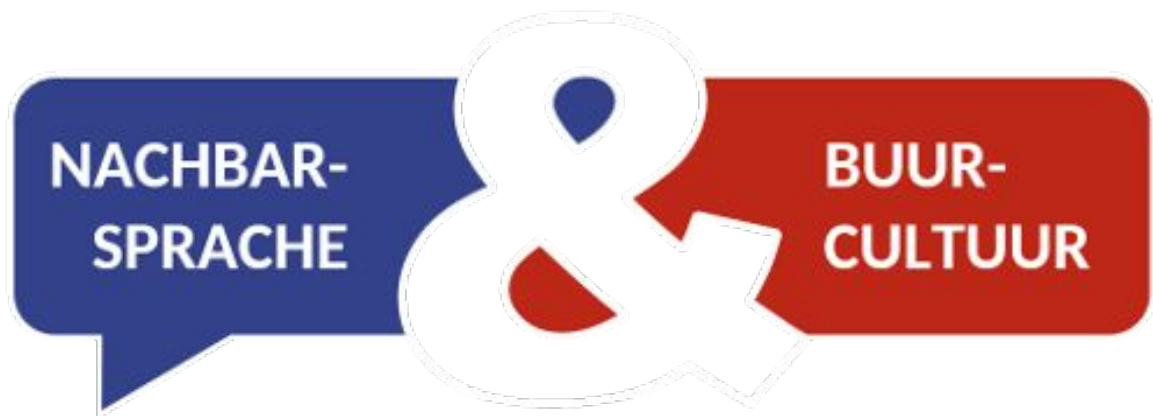
Fahrradweg

II. Fotoanalyse

Im Folgenden sollt ihr euch auf die Fotos, die ihr bei eurem Sprachspaziergang gestern gemacht habt, beziehen. Auf der nächsten Seite findet ihr außerdem zusätzliches Fotomaterial, das ihr verwenden könnt.

Versucht, Kategorien für die Schriftarten zu finden. Überlegt euch dann in der Tabelle, wie die Schriftarten einer Kategorie auf euch wirken und wo sie in der Stadt verwendet werden könnten.

Schriftart	Serifenbetonte Schriften	Serifenlose Schriften	Schreibschrift
Wirkung	Klar, konstruktiv, linienbetont	Moderner, Verbindung mit Technik; kühl, nüchtern, modern, elegant, sichlich, ruhig	Vornehm, persönlich, dynamisch, elegant, feierlich, verspielt
Verwendungs- situationen	Gebrauchs- anweisungen, Verpackungen, Preisschilder, technische Berichte	Formblätter, Handzettel, sachbezogene / technische Prospekte, Kataloge	Verspielte Cafés, persönliche (Glück- wunsch-)Karten
Schriftart	Fette Schriften	Kursive Schriften	Gemischte Schriften
Wirkung	dominant, auffällig, laut, dramatisch, aufmerksamkeit- erregend	Dynamisch, schnell veränderbar, signalisieren Bewegung	Flexibel, vielseitig, modern, hip
Verwendungs- situationen	Wichtige Informationen; Geschäfte, die Aufmerksamkeit erregen wollen; wichtige Verkehrsschilder oder Hinweise für Verkehrsteil- nehmer	Dank, Zusatz- informationen	Start-Ups, moderne Geschäfte



Namensgebung untersuchen

Vorbereitung und Fototour

Dieses Material enthält Aufgaben zur Vorbereitung auf eine Fototour, bei der die Schüler*innen Fotos von Namen von Geschäften machen und die Sprache auf den Fotos analysieren sollen.

Hinweis zur Gruppeneinteilung:

Die gleichen Gruppen sollten jeweils entweder
Schriftwirkung und Namensgebung
oder
Farbwirkung und Werbung
behandeln.

Hinweise zur Differenzierung:

- I. Als Einführungsaufgabe für verschiedene Lernniveaus geeignet
- II. Für Schülerinnen und Schüler geeignet, die noch kein Niederländisch sprechen
- III. Kann aufbauend auf Aufgabe II. gemacht werden. Falls Zielgruppe bereits wenige Vorkenntnisse hat, kann Aufgabe II. weggelassen und sofort mit III. eingestiegen werden. Für III.3. wird gutes Vorwissen benötigt.

II. und III. sind ähnlich gestaltet, es wird also empfohlen, sich für nur eine der beiden zu entscheiden.

Julia Hufnagl & Celine Hornesch

I. Quiz – Wofür stehen diese Namen?

1. Lidl

- a. **L**udwig **I**gener **D**iskont **L**udwigsburg
- b. Lidl ist der Spitzname der Frau des Gründers Dieter Schwarz
- c. Lidl ist ein deutscher Nachname, der den Gründern geeigneter zu sein schien als ihr eigener Nachname (Schwarz)

2. HEMA

- a. **H**ollandsche **E**enheidsprijzen **M**aatschappij **A**msterdam
- b. **H**eel **E**envoudig **M**aar **A**part
- c. **H**ebbedingen **M**agazijn



3. C&A

- a. Die Vornamen der niederländischen Schwestern Caja und Anneke
- b. Die Vornamen der deutschen Brüder Clemens und August
- c. Die Nachnamen der dänischen Freunde Carstensen und Akselsen

4. S. Oliver

- a. Der Inhaber der ersten Boutique hieß Simon Oliver und unterschrieb immer mit "s. Oliver"
- b. Oliver Bauer nannte seine Boutique "so Oliver", was später zu "s. Oliver" abgekürzt wurde
- c. Bernd Freier wurde von dem Roman "Oliver Twist" zum Namen "Sir Oliver" inspiriert, der später zu "s. Oliver" abgekürzt wurde

5. Wofür steht diese Abkürzung, die überall in den Niederlanden zu sehen ist?

- a. Albert Heijn
- b. Ahold Delhaize
- c. Owen Heijn



6. Etos

- a. **E**vi **T**eeuwen & **O**wen **S**chaap
- b. Abkürzung für **E**toscopie
- c. **E**endracht, **T**oewijding, **O**verleg en **S**amenwerking.

Quelle:
<https://denationalefranchisegids.nl/franchisenieuws/ah-franchisers-beginnen-eigen-bezorgdienst/>

I. Namen van Kapperszaken

1. Hier seht ihr die Haupt- und Unterüberschriften eines Berichts. Überlegt euch erst in Einzelarbeit, was jeweils im Absatz nach der Überschrift stehen könnte und sprecht danach in der Gruppe über eure Antworten.

a. Wenn ihr die folgende Überschrift lest, was denkt ihr dann, wovon der Bericht handelt?

Verharendes Haar-a-kiri

b. Wenn ihr diese Unterüberschriften lest, was denkt ihr dann, was in den einzelnen Absätzen steht?

"Heidis Frisierstübchen" oder "Haar-ley"?

In diesem Absatz könnte stehen:

"Sehr cool"

In diesem Absatz könnte stehen:

Haarmonie schlägt Haargenau

In diesem Absatz könnte stehen:

2. Hier seht ihr den ersten Abschnitt des Originaltextes, allerdings wurden einige Wörter durch Fantasiewörter ersetzt. Versuche, den Text trotzdem zu verstehen. Welche Wörter helfen dir, den Text zu verstehen? Markiere diese Wörter.

Es ist ein schmaler Grat, auf dem die Hussölens von Friseursalons mitunter wandeln. Bei der Namensfindung greifen sie fohuch zu doppeldeutigen Begriffen oder gewagten Neukreationen. Im schlimmsten Fall landen sie dabei direkt in der Wortspielhöhle. War es wirklich eine so gute Idee, den Salon "Vorhair Nachhair" zu nennen? Oder "Kammbäck"?

Doch ganz egal wie higinie die Wortspiele auch sein mögen - in jedem Fall erregen die schrägen Räuchafisch Aufmerksamkeit. Und erreichen so schon mal ein wichtiges Ziel für die Betreiber.

"Bei Friseuren sind Wortspiel-Namen besonders teralaut", hat Mark Leiblein beobachtet. Er berät mit seiner Agentur Namestorm Unternehmen bei der Wahl passender Namen. Man sehe Wortspiele oft bei kreativen Berufen, etwa an Tattoo-Läden oder Bars.

Egal ob "Hairtie", "SchEHREnsache" oder "Scheitelkeiten" - die Germanistin Nina Janich findet das "sehr cheivöbein". Janich leitet die Jury zum "Unwort des Jahres" und erforscht an der TU Darmstadt Alltagssprache. Richumise gehe es darum, originell zu sein, sagt sie. Der scheimache Name Friseur klinge für manche eben schon etwas altbacken.

Quelle: <https://www.spiegel.de/panorama/gesellschaft/friseure-haar-straeubende-wortspiele-mit-hair-kamm-schnitt-cut-a-1243421.html>

3. Beispiele von kreativen niederländischen *Kapperszaken* sind:

BrainWash

HIPHAAR

HOOFDzaak



Was könnten diese Namen jeweils bedeuten?

BrainWash:

HIPHAAR:

HOOFDzaak:

4. Was könnte **Kapperszaken** heißen?

5. Wie seid ihr vorgegangen, um den Inhalt des Textes bei den Aufgaben 1 bis 4 zu erschließen? Formuliert allgemeine Strategien.

II. Einen Firmennamen erfinden

1. Hier seht ihr die Haupt- und Unterüberschriften eines niederländischen Berichts. Überlegt euch erst in Einzelarbeit, was jeweils im Absatz nach der Überschrift stehen könnte und sprecht danach in der Gruppe über eure Antworten.

- a. Wenn ihr die folgende Überschrift lest, was denkt ihr dann, wovon der Bericht handelt?

Bedenk een bedrijfsnaam in 6 stappen

- b. Wenn ihr diese Unterüberschriften lest, was denkt ihr dann, was in den einzelnen Absätzen steht?

Schakel partner, (ex-)collega's, vrienden en familie in

In diesem Absatz könnte stehen:

Houd rekening met regels

In diesem Absatz könnte stehen:

Beschikbaarheid checken

In diesem Absatz könnte stehen:

2. Hier seht ihr den ersten Abschnitt des Originaltextes. Versucht, ihn grob zu verstehen. Welche Wörter versteht ihr? Markiert diese Wörter. Sie helfen euch, andere Wörter zu verstehen.

Een mooie bedrijfsnaam bedenken voor jouw bedrijf doe je meestal niet in een uurtje of twee. De meeste ondernemers zullen hier best even over moeten nadenken. Logisch, want met een goede handelsnaam kun je je onderscheiden van je concurrenten. Veel ondernemers zien de naam als een soort kers op de taart. Iets wat je bedenkt als je helemaal klaar bent voor de start van je bedrijf. Dan ben je eigenlijk te laat. Het verzinnen van de perfecte naam kan namelijk wel even duren. Wil jij een écht ijzersterke start maken? Bekijk dan de checklists, tests en tips.

Quelle: <https://www.ikgastarten.nl/bedrijf-starten/bedrijfsnaam/bedenk-een-bedrijfsnaam-6-stappen> [adaptiert]

3. Welche Erklärungen gehören zu welchen Beschreibungen? Überlegt erst in Einzel-, dann in Partnerarbeit.

Kort maar krachtig.	Een saaie naam is een slechte naam.
Lang houdbaar.	Een bedrijfsnaam is niet de plek om grappig te zijn, niet iedereen zal je humor waarderen.
Een duidelijk doel.	Op het eerste gezicht heeft een goede bedrijfsnaam niet altijd een duidelijke link met het bedrijf. Als de klant doordenkt, worden ze aangenaam verrast. Denk maar aan Amazon, 's werelds grootste boekenwinkel.
Enthousiast.	Je hebt vaak maar een paar letters nodig om indruk te maken.
Niet te grappig.	Je naam moet de tand des tijds kunnen doorstaan.
Simple.	Precies wat de concurrent niet doet.
Relevant maar onverwachts.	Je bedrijfsnaam moet spreken voor je bedrijf.
Concurrerend.	Je bent geen speech aan het schrijven.

Quelle: <https://www.ikgastarten.nl/bedrijf-starten/bedrijfsnaam/bedenk-een-bedrijfsnaam-6-stappen> [adaptiert]

Lösungsvorschlag

I. Quiz – Wofür stehen diese Namen?

1. Lidl

- a. Ludwig Igener Diskont Ludwigsburg
- b. Lidl ist der Spitzname der Frau des Gründers Dieter Schwarz
- c. Lidl ist ein deutscher Nachname, der den Gründern geeigneter zu sein schien als ihr eigener Nachname (Schwarz)

2. HEMA

- a. Hollandsche Eenheidsprijzen Maatschappij Amsterdam
- b. Heel Eenvoudig Maar Apart
- c. Hebbedingen Magazijn



3. C&A

- a. Die Vornamen der niederländischen Schwestern Caja und Anneke
- b. Die Vornamen der deutschen Brüder Clemens und August
- c. Die Nachnamen der dänischen Freunde Carstensen und Akselsen

4. S. Oliver

- a. Der Inhaber der ersten Boutique hieß Simon Oliver und unterschrieb immer mit "s. Oliver"
- b. Oliver Bauer nannte seine Boutique "so Oliver", was später zu "s. Oliver" abgekürzt wurde
- c. Bernd Freier wurde von dem Roman "Oliver Twist" zum Namen "Sir Oliver" inspiriert, der später zu "s. Oliver" abgekürzt wurde

5. Wofür steht diese Abkürzung, die überall in den Niederlanden zu sehen ist?

- a. Albert Heijn
- b. Ahold Delhaize
- c. Owen Heijn

6. Etos

- a. Evi Teeuwen & Owen Schaap
- b. Abkürzung für Etoscopie
- c. Eendracht, Toewijding, Overleg en Samenwerking.



II. Namen van Kapperszaken

1. Hier seht ihr die Haupt- und Unterüberschriften eines Berichts. Überlegt euch erst in Einzelarbeit, was jeweils im Absatz nach der Überschrift stehen könnte und sprecht danach in der Gruppe über eure Antworten.

Verhairendes Haar-a-kiri

Hauptüberschrift; der Artikel hat etwas mit Haaren zu tun; „verhairend“ könnte heißen, dass man sich „in eine haarige Angelegenheit verstrickt“ oder dass man auf einem schmalen Grat wandelt; „Haar-a-kiri“ erinnert an „Krimi“; es könnte um Wortspiele gehen

"Heidis Frisierstübchen" oder "Haar-ley"?

Namen von Friseursalons, die verschiedene Menschen ansprechen sollen („Frisierstübchen“ hört sich eher verspielt an, „Haar-ley“ hingegen könnte auf Harley Davidson anspielen); Namen von Friseursalons könnten thematisiert werden; Kreativität bei der Namensfindung; Kriterien, nach denen über Namen entschieden wird

"Sehr cool"

Junge Leute können vor allem durch Anglizismen angesprochen werden; „coolness“ könnte wichtig sein, um Kunden anzusprechen; es könnten auch Leute befragt werden, die antworten, sie fänden Namen „sehr cool“

Haarmonie schlägt Haargenau

Laden namens „Haarmonie“ könnte mehr Kunden anziehen als „Haargenau“; „Haarmonie“ könnte häufiger vorkommen als „Haargenau“; Genauigkeit könnte nicht so wichtig sein in der Friseurbranche

2. Hier seht ihr den ersten Abschnitt des Originaltextes, allerdings wurden einige Wörter durch Fantasiewörter ersetzt. Versuche, den Text trotzdem zu verstehen. Welche Wörter helfen dir, den Text zu verstehen? Markiere diese Wörter.

Es ist ein **schmaler Grat**, auf dem die Hussölens von **Friseursalons** mitunter wandeln. Bei der **Namensfindung** greifen sie fohuch zu **doppeldeutigen** Begriffen oder gewagten Neukreationen. Im schlimmsten Fall landen sie dabei direkt in der Wortspielhölle. War es wirklich eine so gute Idee, den Salon "Vorhair Nachhair" zu nennen? Oder "Kammbäck"?

Doch ganz egal wie higinie die **Wortspiele** auch sein mögen - in jedem Fall **erregen** die schrägen Räuchafisch **Aufmerksamkeit**. Und erreichen so schon mal ein **wichtiges Ziel** für die Betreiber.

"Bei Friseuren sind Wortspiel-Namen besonders teralaut", hat Mark Leiblein beobachtet. Er berät mit seiner Agentur Namestorm Unternehmen bei der Wahl passender Namen. Man sehe Wortspiele oft bei **kreativen Berufen**, etwa an Tattoo-Läden oder Bars.

Egal ob "Hairtie", "SchEHREnsache" oder "Scheitelkeiten" - die Germanistin Nina Janich findet das "sehr cheivöbein". Janich leitet die Jury zum "Unwort des Jahres" und erforscht an der TU Darmstadt Alltagssprache. Richumise gehe es darum, **originell** zu sein, sagt sie. Der scheimache Name Friseur klinge für manche eben schon etwas altbacken.

Quelle: <https://www.spiegel.de/panorama/gesellschaft/friseure-haar-straeubende-wortspiele-mit-hair-kamm-schnitt-cut-a-1243421.html> [adaptiert]

3. Beispiele von kreativen niederländischen Kapperszaken sind:

BrainWash

HIPHAAR

HOOFDzaak

Versucht anhand der Entschlüsselungsstrategien, die ihr bis jetzt erworben habt, herauszufinden, was die Bedeutungen der Namen von ‚Kapperszaken‘ sein könnten.

BrainWash:

Anspielung auf Haare waschen und auf neues Gefühl, das man hat, nachdem man beim Friseur war

HIPHAAR:

Jugendsprache; jüngere/hippe Leute sollen angesprochen werden; besondere / besonders modische Haarschnitte

HOOFDzaak:

Hoofd: Kopf; zaak: doppeldeutig – Geschäft / Sache → Kopfsache / Kopfgeschäft



4. Was könnte Kapperszaken heißen?

Friseursalons

5. Versucht, die Strategien, die ihr in den Aufgaben 1 bis 4 angewandt habt, um den Inhalt des Textes zu erschließen, allgemein zu formulieren.

Man muss nicht jedes Wort kennen, um einen Text zu verstehen, unbekannte Wörter können auch einfach ignoriert werden

Man kann Wissen aus Textüberschriften und Graphiken nutzen, um etwas über den Textinhalt zu erfahren

III. Einen Firmennamen erfinden

1. Hier seht ihr die Haupt- und Unterüberschriften eines niederländischen Berichts. Überlegt euch erst in Einzelarbeit, was jeweils im Absatz nach der Überschrift stehen könnte und sprecht danach in der Gruppe über eure Antworten.
 - a. Wenn ihr die folgende Überschrift lest, was denkt ihr dann, wovon der Bericht handelt?

Bedenk een bedrijfsnaam in 6 stappen

Es sind 6 Schritte notwendig, um sich einen Namen für ein Geschäft zu überlegen

- b. Wenn ihr diese Unterüberschriften lest, was denkt ihr dann, was in den einzelnen Absätzen steht?

Schakel partner, (ex-)collega's, vrienden en familie in

Viele verschiedene Leute aus dem Umfeld um Rat fragen, in die Namensfindung miteinbeziehen; im Umkreis offen darüber reden und kreative Ideen von Partnern, (ehemaligen) Kollegen, Freunden und Familie nutzen; Leute fragen, was sie mit bestimmten Namen assoziieren und ob sie Wortspiele überhaupt verstehen

Houd rekening met regels

Regeln befolgen, die Namensgebung beschränken könnten (z. B. Regeln für die Handelsregistereintragung); irreführende Namen sind verboten (z. B. „Postbüro“ für ein Geschäft, in dem man keine Post verschicken kann)

Beschikbaarheid checken

Gibt es schon ein Unternehmen mit dem gleichen Namen?; Copyright beachten (z. B. darf man sein Geschäft nicht einfach ‚MediaMarkt‘ nennen); Nachdem man einen Namen hat, bei Google nachschauen, ob es ihn schon gibt

1. Hier seht ihr den ersten Abschnitt des Originaltextes. Versucht, ihn grob zu verstehen. Welche Wörter versteht ihr? Markiert diese Wörter. Sie helfen euch, andere Wörter zu verstehen.

Een mooie bedrijfsnaam bedenken voor jouw bedrijf doe je meestal niet in een uurtje of twee. De meeste ondernemers zullen hier best even over moeten nadenken. Logisch, want met een goede handelsnaam kun je je onderscheiden van je concurrenten. Veel ondernemers zien de naam als een soort kers op de taart. Iets wat je bedenkt als je helemaal klaar bent voor de start van je bedrijf. Dan ben je eigenlijk te laat. Het verzinnen van de perfecte naam kan namelijk wel even duren. Wil jij een écht ijzersterke start maken? Bekijk dan de checklists, tests en tips.

Quelle: <https://www.ikgastarten.nl/bedrijf-starten/bedrijfsnaam/bedenk-een-bedrijfsnaam-6-stappen> [adaptiert]

2. Welche Erklärungen gehören zu welchen Beschreibungen? Überlegt erst in Einzel-, dann in Partnerarbeit.

Kort maar krachtig.	Een saaie naam is een slechte naam.
Lang houdbaar.	Een bedrijfsnaam is niet de plek om grappig te zijn, niet iedereen zal je humor waarderen.
Een duidelijk doel.	Op het eerste gezicht heeft een goede bedrijfsnaam niet altijd een duidelijke link met het bedrijf. Als de klant doordenkt, worden ze aangenaam verrast. Denk maar aan Amazon, 's werelds grootste boekenwinkel.
Enthousiast.	Je hebt vaak maar een paar letters nodig om indruk te maken.
Niet te grappig.	Je naam moet de tand des tijds kunnen doorstaan.
Simple.	Precies wat de concurrent niet doet.
Relevant maar onverwachts.	Je bedrijfsnaam moet spreken voor je bedrijf.
Concurrerend.	Je bent geen speech aan het schrijven.

Quelle: <https://www.ikgastarten.nl/bedrijf-starten/bedrijfsnaam/bedenk-een-bedrijfsnaam-6-stappen>

Foto-Tour: Auf in die Stadt!

Aufgabe: Geht zusammen in die Stadt und fotografiert alles, was euch dort auffällt! Denkt zum Beispiel an Verkehrsschilder, die Namen von Geschäften und Gebäuden oder an Streetart.

Wichtige Hinweise bevor ihr loslegt:

- Die Fotos könnt ihr morgen jeweils sofort auf Lingscape hochladen (Internetverbindung nötig) **oder** nachträglich hochladen. **Wenn ihr sie nachträglich hochladet, müsst ihr euch allerdings merken, wo ihr sie genau gemacht habt.** (Dazu habt ihr Karten bekommen)
- **Ladet euch die App Lingscape deshalb am Tag davor herunter**
Passwort für Gruppenbereich: _____
- Auf den Karten, die ihr bekommen habt, sollt ihr euren **Weg einzeichnen**. Überlegt euch jetzt bereits eine grobe Route. Dafür könnt ihr das Internet nutzen. Die Fragen unten helfen euch ebenfalls dabei. Morgen zeichnet ihr dann ein, wie ihr wirklich gegangen seid.
Tipp: Eventuell lohnt sich in ein Besuch des VVV (der Touristeninformation), um eine genauere Karte und weitere Informationen über die Stadt zu bekommen
- Schaut euch außerdem als Inspiration online an, welche Bilder bei Lingscape hochgeladen werden. <http://lingscape.uni.lu/>
Ihr könnt entweder am PC auf alle hochgeladenen Bilder zugreifen oder wenn ihr aus dem Projektbereich in eurer App austretet.

Gruppenmitglieder:

Was wisst ihr bereits über die Stadt? Was sind eure Erwartungen an sie?

Nutzt die Zeit jetzt, um im Internet bereits mehr über die Stadt zu erfahren.

Was fällt euch bei der Internetrecherche besonders auf? Was findet ihr interessant?

Wo wollt ihr auf jeden Fall hingehen?

Worauf wollt ihr während der Exkursion besonders achten? Schaut euch die Aufgabenstellung für morgen bereits an („Wenn ihr zurück seid“) und überlegt, was ihr fotografieren könntet, um die Fragen zu beantworten.

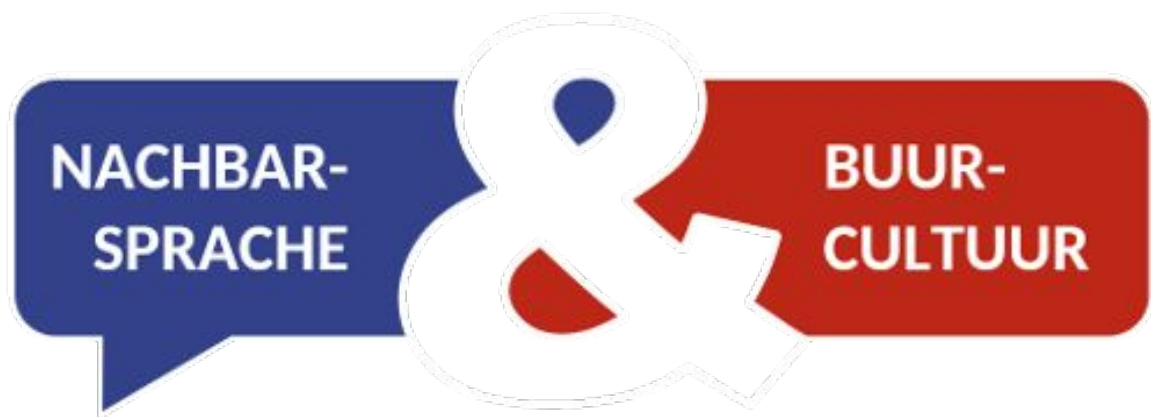


Wenn ihr zurück seid:

Welche **Namen von Geschäften** findet ihr besonders interessant und warum? Welche **Schriften** findet ihr besonders interessant und warum? Sucht nun gemeinsam die auffälligsten Fotos (mindestens 3) der Gruppe aus und bereitet eine Stellwand vor. Mit dieser Stellwand stellt ihr eure Ergebnisse vor. Orientiert euch dafür an folgenden Fragen:

- Wo das Foto genommen wurde;
- Was so auffällig an diesem Foto ist;
- Wie die Schriftart auf dem Foto wirkt;
- Warum ihr dieses Foto ausgewählt habt;
- Versucht, die Bedeutung der Namen unbekannter Geschäfte zu erschließen.
- Welche Rolle spielt die Schrift bei der Entschlüsselung von Wörtern? Hilft euch eine bestimmte Schriftverwendung, die Bedeutung zu erschließen?
- Was fällt euch insgesamt auf, nachdem die Analyse der einzelnen Fotos abgeschlossen ist?
- Könnt ihr Unterschiede zu Deutschland in der Schriftverwendung feststellen? Sehen die Geschäfte anders aus?
- Was fiel euch insgesamt am Stadtbild auf?

Zum Schluss: Haben sich eure vorher genannten Erwartungen bestätigt? Warum?



Lückentext zum Lied „De wereld reddden“

Dieses Lied kann bei Austauschen oder im Unterricht eingesetzt werden und ist vor allem für eine Gruppe deutscher Schüler*innen geeignet. Das Lied „De wereld reddden“ von Xande de Buissonjé wird zweimal hintereinander abgespielt und die Schüler*innen versuchen in dieser Zeit, die Lücken zu füllen. Danach können Strategien zur Entschlüsselung gesammelt werden.

Julia Hufnagl & Celine Hornesch

Xander de Buisonjé - De wereld redden

Ik was nog graag bij jou gebleven
Maar ik heb veel te veel te doen
Dus die tijd kan ik niet geven
Ik ben onmisbaar in de _____
De situatie wordt onderschat
En waarschijnlijk hangt ons leven er vanaf
Ik weet je baalt er van
En ik zou bij je willen _____
Maar ik kom bij je terug zo gauw ik kan

Eerst moet ik nog de _____ redden
Daarna kom ik bij jou
Nog honderdachtenveertig mails checken
Wie weet wat daar dan nog gebeurt
En er gebeurt zoveel
Eerst moet ik nog de wereld redden
Meteen daarna kom ik terug bij _____

Ik ben nog wat vergeten
Dus begin maar vast met eten
En dan schuif _____ wel wat later aan
Je vraagt hoezo, hoe dan, waarom
Maar dat soort vragen vind ik dom
Want je lijkt niet te beseffen wat ik doen moet
Dit is wat ik doe en details doen er niet toe
Van al je vragen wordt ik vreselijk _____

Eerst moet ik nog de _____ redden
Daarna kom ik naar jou
Nog honderdachtenveertig mails checken
Wie weet wat daar dan nog gebeurt
En er gebeurt zoveel
Eerst moet ik nog de wereld redden
Meteen daarna kom ik terug bij _____

De tijd is vijand nummer _____
Ik kan niet wachten
Dat ziet toch iedereen meteen
Ik moet nu verder
Anders is dit echt het eind van ons bestaan
Omdat we met de ruggen tegen muren staan

Eerst moet ik nog de _____ redden
Daarna kom ik naar jou
Nog honderdachtenveertig mails checken
Wie weet wat daar dan nog gebeurt
En er gebeurt zoveel
Eerst moet ik nog de wereld redden
Daarna kom ik naar _____
Nog 148.713 mails checken
Wie weet wat er dan nog gebeurt
En er gebeurt zoveel
Eerst moet ik nog de _____ redden
Meteen daarna kom ik terug bij _____

Quelle: <https://www.songteksten.nl/songteksten/362603/xander-de-buisonje/de-wereld-redden.htm>

Lösung

Xander de Buisonjé - De wereld redden

Ik was nog graag bij jou gebleven Maar ik heb veel te veel te doen Dus die tijd kan ik niet geven Ik ben onmisbaar in de stad De situatie wordt onderschat En waarschijnlijk hangt ons leven er vanaf Ik weet je baalt er van En ik zou bij je willen blijven Maar ik kom bij je terug zo gauw ik kan Eerst moet ik nog de wereld redden Daarna kom ik bij jou Nog honderdachtenveertig mails checken Wie weet wat daar dan nog gebeurt En er gebeurt zoveel Eerst moet ik nog de wereld redden Meteen daarna kom ik terug bij jou Ik ben nog wat vergeten Dus begin maar vast met eten En dan schuif ik wel wat later aan Je vraagt hoezo, hoe dan, waarom Maar dat soort vragen vind ik dom Want je lijkt niet te beseffen wat ik doen moet Dit is wat ik doe en details doen er niet toe Van al je vragen wordt ik vreselijk moe	Eerst moet ik nog de wereld redden Daarna kom ik naar jou Nog honderdachtenveertig mails checken Wie weet wat daar dan nog gebeurt En er gebeurt zoveel Eerst moet ik nog de wereld redden Meteen daarna kom ik terug bij jou De tijd is vijand nummer één Ik kan niet wachten Dat ziet toch iedereen meteen Ik moet nu verder Anders is dit echt het eind van ons bestaan Omdat we met de ruggen tegen muren staan Eerst moet ik nog de wereld redden Daarna kom ik naar jou Nog honderdachtenveertig mails checken Wie weet wat daar dan nog gebeurt En er gebeurt zoveel Eerst moet ik nog de wereld redden Daarna kom ik naar jou Nog 148.713 mails checken Wie weet wat er dan nog gebeurt En er gebeurt zoveel Eerst moet ik nog de wereld redden Meteen daarna kom ik terug bij jou
---	--

Quelle: <https://www.songteksten.nl/songteksten/362603/xander-de-buisonje/de-wereld-redden.htm>