



## **Titel: Advertisements: Global challenges**

### **Unterrichtsprojekt des:**

RBZ Wirtschaft . Kiel (Theresa Becker)

**Bildungsgang:** Ausbildungsvorbereitungsjahr - AVSH

**Fachbezüge:** Englisch

**Dauer:** 1 Stunde

### **Inhaltliche Schwerpunkte**

- Werbeanzeigen von verschiedenen Umweltschutzorganisationen zu Themen globaler Herausforderungen beschreiben, analysieren und darüber sprechen

### **Didaktische Überlegungen und Entscheidungen**

- Die Schülerinnen und Schüler (SuS) sollen Werbeanzeigen verschiedener Umweltschutzorganisationen beschreiben und gelenkt analysieren. Die SuS haben in den vorangegangenen Stunden eine detaillierte Bildbeschreibung geübt und sollen diese Fähigkeiten in dieser Stunde anwenden. Die Analyse findet fragengeleitet statt. Da die Hauptintention das Sprechen über Werbeanzeigen ist und nicht eine Kompetenzerweiterung im Bereich der Text- und Medienkompetenz, ist es nicht nötig, dass die SuS beispielsweise das AIDA Prinzip erarbeiten und damit die Analyse detaillierter durchführen. Um erfolgreich über die Werbeanzeigen sprechen zu können, ist die Verwendung von thematischem und funktionalem Wortschatz nötig, weshalb eine untergeordnete Intention die Erweiterung der Kompetenz in der Verwendung dieser sprachlichen Mittel ist.
- Abgesehen von der vorgesehenen sprachlichen Progression ist auch eine thematische Progression in Form der Bewusstmachung von möglichen *global challenges* (*water pollution, factory farming, child labour, air pollution through aviation, global warming, water shortage, E-waste, species extinction*) angestrebt. Die SuS erhalten einzelne Werbeanzeigen und ein Arbeitsblatt auf dem sowohl der Arbeitsauftrag, die zu beachtenden Fragen und ein sprachliches Scaffolding für „*talking about adverts*“ zu finden ist.
- Außerdem können die SuS für jedes Bild eine Hilfekarte verwenden, auf der sie nützliche und je nach Schwierigkeitsgrad auch erklärte Vokabeln finden. Alle SuS erhalten also viel unterstützendes Material, aus dem sie selbstständig auswählen können. Die Differenzierung ist also einerseits nach dem Grad der Hilfen angelegt und andererseits auf der quantitativen Ebene, da schnelle SuS zwei Werbeanzeigen bearbeiten bzw. vorstellen können. Die Schwierigkeit der Stunde liegt bei der Verwendung des noch sehr neuen thematischen Wortschatzes.

...



## Methodische Begründungen und Entscheidungen

Als Einstieg kann beispielweise ein Brainstorming über bekannte *global challenges* erfolgen. Damit erfolgt eine Aktivierung des Wortschatzes und eine inhaltliche Vorentlastung. Zum Zweck einer hohen Schüleraktivierung und als Warm-up für alle SuS besprechen die SuS sich erst mit einem Partner und danach findet eine kurze Sammlung im Plenum statt.

Die Erarbeitung ist kooperativ aufgebaut, um eine hohe kognitive Aktivierung der SuS, einen hohen Sprechanteil aller SuS und eine hohe Verbindlichkeit zu gewährleisten. Zu Beginn der Stunde setzen sich die SuS in Vierergruppen zusammen. Zunächst bekommen jeweils zwei SuS der Vierergruppe vier verschiedene Werbeanzeigen. Sie können sich dann je nach Interesse zwei Anzeigen aussuchen, mit denen sie weiterarbeiten wollen. Mithilfe der oben beschriebenen Materialien und Hilfestellungen fertigen die SuS dann zunächst in Einzelarbeit im Sinne eines stufenweisen Kompetenzaufbaus Notizen an. Bei dem anschließenden Austausch mit ihrem Partner werden diese Notizen verwendet, um möglichst flüssig zu sprechen. Der zuhörende Partner hat den Auftrag, sich Notizen zu dem Gehörten zu machen. Den SuS muss an dieser Stelle bewusst sein, dass sie in der folgenden Partnerarbeitsphase genau diese Werbung dem neuen Partner vorstellen. Dadurch werden die SuS auch während des Zuhörens aktiviert und erhalten die Gelegenheit, in der zweiten Phase über eine weitere Anzeige zu sprechen. Es erfolgt also nach der zweiten Erarbeitung ein Wechsel der Partner innerhalb der Vierergruppe. Da die zwei Paare innerhalb der Vierergruppe zu Beginn verschiedene Anzeigen zur Auswahl bekommen haben, ist sichergestellt, dass bei neuen Partnern keine Doppelung vorkommt. Die SuS stellen nun die Werbung vor, die sie vorher vorgestellt bekommen haben. An dieser Stelle ist ein alternativer Stundenausstieg möglich. Um die Stunde inhaltlich abzurunden, erfolgt eine Nennung von allen besprochenen *global challenges*. Hier zeigt sich auch nochmals der kooperative Aufbau der Stunde, da während der Erarbeitungen jeder Schüler /jede Schülerin zwischen vier und acht Themen kennengelernt haben konnte, je nachdem wie schnell die SuS gearbeitet haben. Auf die Sicherung des eventuell neuen Vokabulars sollte an dieser Stelle geachtet werden.

## Ablauf, Übersicht

Arbeitsschritt	Umsetzung im Unterricht
Erarbeitung (Einzelarbeit)	Betrachtung, Beschreibung und Analyse von zwei Werbeanzeigen anhand von Leitfragen und unter Zuhilfenahme von angebotenen Phrasen
Austausch (Partnerarbeit)	Austausch der jeweils eigenen Ergebnisse mit einer/m Partner*in
Präsentation (Partnerarbeit 2)	Vorstellung der Ergebnisse des/der vorherigen Partner*in gegenüber einer/m anderen Partner*in



**Bildungsgang:** Ausbildungsvorbereitungsjahr - AVSH

**Fach:** Englisch

**Titel:** Advertisements – Global Challenges

Each of you chooses two of the advertisements (adverts).

### **1. Work alone!**

Use the helpful phrases and describe and analyze your first advert with the help of the following questions:

- What can you see? (picture description)
- What are the colors like and what effect does that have on the atmosphere?
- How does the advert attract the viewer's attention (slogan, logo, picture...)?
- How does the advert make you feel?
- Which global challenge is the topic of the advertisement?

When you are done repeat the description for your second advert.

### **2. Work with your first partner!**

Present your results to your partner. Take notes on the presentation(s) of your partner, you will present his/her advert(s) to your next partner.

### **3. Work with your second partner!**

Switch partners. Now, present the adverts of your first partner to your second partner.

#### **Useful phrases: Talking about adverts**

- The advert is aimed at.../ targets...
- The advert is shocking/ memorable/ eye-catching/ striking/ controversial because...
- There is one striking/ main image.
- The picture attracts the reader's attention by...
- The text has a double meaning/ is very clever / is a play on words.
- The colors are very vivid/ bright/ dull/ plain.
- I can/ can't imagine that people will pay attention to...



**Bildungsgang:** Ausbildungsvorbereitungsjahr - AVSH

**Fach:** Englisch

**Titel:** Advertisements – Global Challenges

## **Possible topics**

### **possible headline:**

- global challenges
- global matters
- our changing planet

### **topics of the adverts:**

- pollution
- factory farming /mass husbandry / intensive livestock farming
- child labour
- air pollution through aviation
- global warming
- water shortage /water scarcity
- e-waste /electronic waste (disposal)
- species extinction
- starvation
- poverty
- plastic pollution of the ocean

### **further possible topics:**

- human rights
- insufficient education
- overpopulation
- terrorism
- exploitation (Ausbeutung) □ fair trade
- sexual / economic exploitation
- (mass) migration? / situation of refugees
- access to basic sanitation
- easy spread of pandemics
- ...

**Titel: Advertisements – Global Challenges**

**Advert 1**



**Advert 2**



Titel: Advertisements – Global Challenges

Advert 3



Advert 4

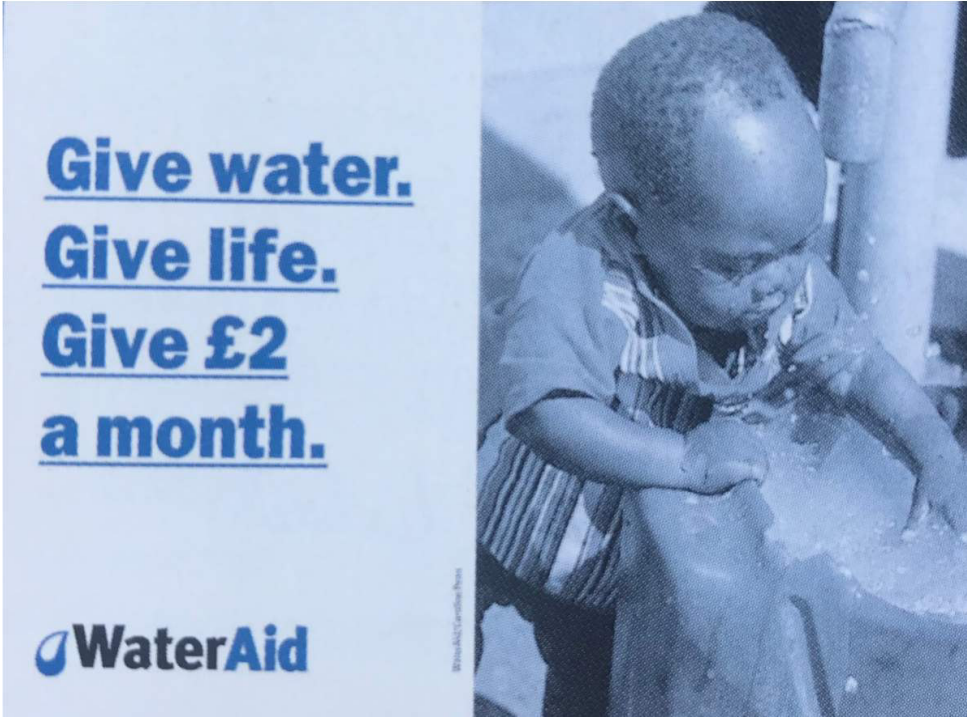


**Titel: Advertisements – Global Challenges**

**Advert 5**



**Advert 6**



**Titel: Advertisements – Global Challenges**

**Advert 7**



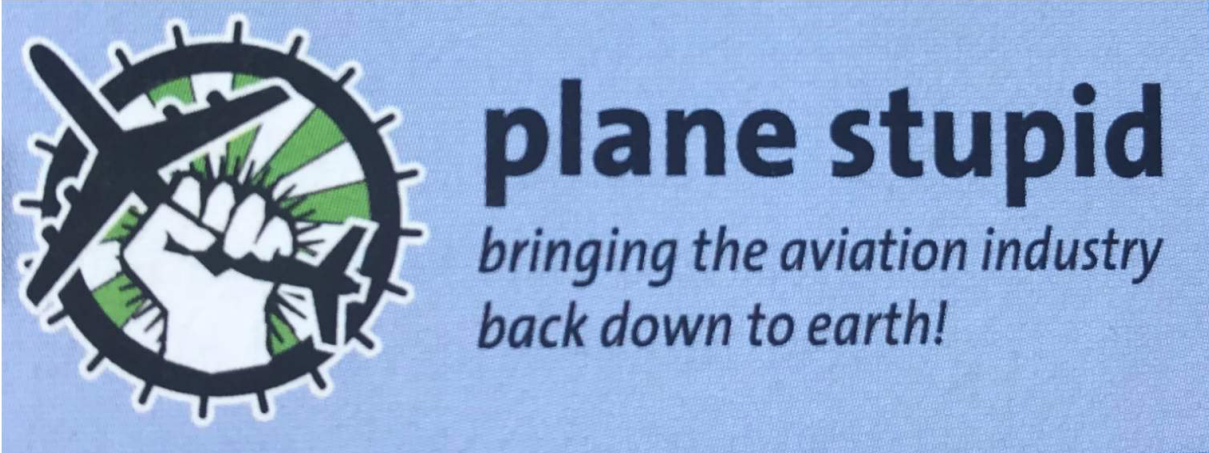
**Advert 8**





Titel: Advertisements – Global Challenges

Advert 9

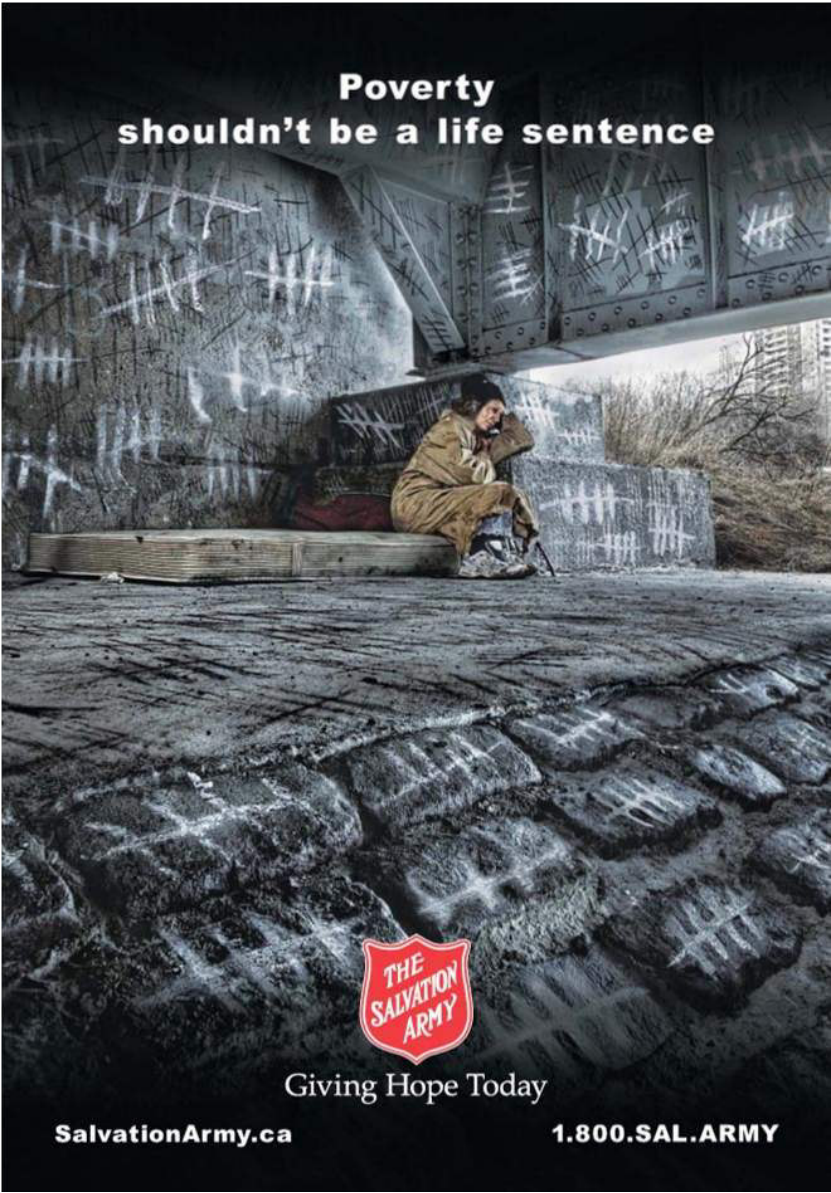


Advert 10



**Titel: Advertisements – Global Challenges**

**Advert 11**



# Titel: Advertisements – Global Challenges

## Language Support

### Language Support for advert 1

tin of paint = can of paint

paint = liquid that you use to color e.g. your walls or paint a painting

to pollute = to make air / water etc. dangerously dirty

pollution

(water) contamination

giant panda

to spill = if you spill a liquid it accidentally flows over the edge of its container

to knock something over / knocked over



### Useful Information:

WWF: World Wildlife fund

The World Wide Fund for Nature is an international non-governmental organization, working in the field of the wilderness preservation, and the reduction of human impact on the environment.



### Language Support for advert 2

cow / bull with horns

meat

beef

fork

stable

consumption

consumerism

factory farming



### Useful Information:

Voiceless is a, non-profit animal protection charity based in Australia, whose work is focused on raising awareness of animals suffering in factory farming.



### Language Support for advert 6

waterpipe

barrel

water shortage

### Useful Information:

WaterAid is an international non-profit organization that was set up in 1981. They focus on clean water, reliable toilets and good hygiene.



## Titel: Advertisements – Global Challenges

### Language Support for advert 3

a pair of jeans  
label  
sewing machine  
working conditions  
garment workers  
garment factory  
clothing  
developing countries  
child labour

#### Useful Information:

UNICEF is the United Nations Children's Fund.  
They work for the survival, protection and development of children worldwide.



### Language Support for advert 4

to lie / the person is lying  
to rest on  
jewelry = bracelet, earrings etc.  
rags = old and dirty clothes  
to donate = to give money  
poverty, starvation

#### Useful Information:

People in Need is a Czech non-profit, non-governmental organization based in Prague, Czech Republic, that focuses on long term development projects, educational programs, and human rights programs.

Cordaid is the Catholic Organization for Development Aid.



### Language Support for advert 5

ice floe  
ice bear  
brown / white fur  
species extinction = Artensterben  
global warming

#### Useful Information:

Greenpeace is a non-governmental environmental organization with offices in over 39 countries.



**GREENPEACE**

## Titel: Advertisements – Global Challenges

### Language Support for advert 7

metric ton = 1000 kg  
E-waste = electronic waste  
cloud  
globe

#### Useful Information:

Attero actively promotes eco-friendly reuse and recycling of electronics.



### Language Support for advert 8

species extinction = Artensterben  
brown bear  
minute hand, hour hand, second hand  
clock

#### Useful Information:

*Bund für Umwelt und Naturschutz* is a German non-governmental organization who want to preserve nature and protect the environment.



Bund für  
Umwelt und  
Naturschutz  
Deutschland



### Language Support for advert 9

to crush  
plain = simple / just  
a pun = a play on words  
aviation  
air pollution= the process of making air dangerously dirty

#### Useful Information:

Plane Stupid is a UK-focused group of environmental protesters whose aim is to see an end to airport expansion for what it sees as "unnecessary and unsustainable (= nicht nachhaltig)" flights.



## Titel: Advertisements – Global Challenges

### Language Support for advert 10

sushi  
chopstick  
plastic  
rice  
pollution= the process of making something dangerously dirty



### Useful Information:

The Surfrider Foundation USA is a non-profit environmental organization that works to protect and preserve the world's oceans, waves and beaches



### Language Support for advert 11

bridge  
paving stone/block  
tally = Zählstrich  
homeless person  
slope = Hang  
bush  
multi-story building  
mattress



### Useful Information:

The Salvation Army is a Protestant Christian church and an international charitable organization.

