

Effektive Werbung für Deutsch & Motivation für Anfänger und Fortgeschrittene

„Autobahn“ - Ein interaktives Stationsspiel mit drei Resultaten:

- Sympathiewerbung für Deutsch
- Sensibilisierung von Schülern für die Fremdsprache(DaF)
- Motivation für Anfänger und Fortgeschrittene

Gemeinsam entwickelt von Marketingexperten, Lehrkräften und Studenten. Schon mehr als 200 erfolgreiche Durchführungen an Schulen in Finnland, Australien, Südafrika, Schottland, Türkei, Estland, Brasilien... Berichte und Artikel in mehreren Fachzeitschriften des Goethe-Instituts.

Übersicht zum Inhalt

1.Fakten zum Spiel /Ziele

2.Feedback

3.Projektbeschreibung

4.Phasen & Kosten

5.Kurzbeschreibung der Stationen



1. Fakten zum Spiel

- ✓ Langfristig (über Jahre) und nachhaltig einsetzbar
- ✓ Sympathiewerbung für Deutsch und Deutschland
- ✓ effektive Sprachwerbung für zukünftige Deutschlerner (keine Vorkenntnisse notwendig)
- ✓ wirksame Motivationspritze für Anfänger
- ✓ hoher Grad an Außenwerbung (gut sichtbar im Schulgebäude)
- ✓ bereits mit über 40.000 Schülern in mehreren Ländern erprobt, ausnahmslos positives Feedback und nachweisbar größere Deutschlerngruppen
- ✓ nachhaltig durch Erlebnischarakter, Fotos und Wiederholungsquiz
- ✓ überschaubarer Personalaufwand, Materialaufwand und Zeitaufwand
- ✓ mobil und in jedem Gebäude jederzeit einsetzbar (nur ein Koffer)
- ✓ zielgruppenorientiert, den Interessen der Jugendlichen und jungen Erwachsenen entsprechend
- ✓ vielfältige Aufgabentypen, Themen und Inhalte
- ✓ sehr visuell, audiovisuell und interaktiv
- ✓ stabiles, langfristig einsetzbares, hauptsächlich industriell gefertigtes Material
- ✓ für Gruppen von 30 bis 100 Schülern, in Kleingruppen a 3-5 Personen
- ✓ Durchführung ca. 2,5 Zeitstunden

Videopräsentation aus Finnland:

<http://youtu.be/4KBav1vXW3Y>

Eine kurze Videodokumentation aus Estland:

<http://www.goethe.de/ins/ee/tal/lhr/ab/deindex.htm>

2. Feedback

Zitate aus Schottland

“This programme could actually save German in Scotland”

Fhiona Fisher, Director of SCILT (Scotland's National Centre for Languages)

“I am still smiling from ear to ear at the success of last week's events! My pupils were still talking about the German Language Adventures on Friday when I saw them and it is something they will remember for a long time! “

Lisa Bayliss, PT Modern Languages at Keith Grammar School

“Senior Management, staff and pupils all thought it ranked amongst some of the most worthwhile events we have run in the school over recent years. The activity has been so carefully designed that it successfully targets so many different areas and we were particularly impressed with how much learning was going on without pupils realising! *Susan Belkacemi, PT Modern Languages at Johnstone High School*

3. Projektbeschreibung „Autobahn“ (Name des Spiels kann geändert werden)

AUTOBAHN ist ein interaktives Stationenspiel, das gleichzeitig von bis zu 100 Schülern in einem Schulgebäude gespielt werden kann. Der Personalaufwand ist gering, benötigt werden nur ein Spielleiter und zwei Helfer. Entwickelt wurde das Spiel, um Schüler kurz vor der Fremdsprachenwahl zu sensibilisieren und um Anfänger zu motivieren. Das Spiel orientiert sich an den Interessen der Zielgruppe (10-18 Jährige), ist spannend und fördert zudem Kreativität und soziale Fähigkeiten. Die Schüler begeben sich auf eine Reise durch 13 verschiedene Städte im deutschsprachigen Raum. Die 13 Städte sind interaktive Stationen, die in kürzester Zeit im Schulgebäude oder in Klassenzimmern aufgebaut werden. Die Reiseroute entscheiden die Schüler selbst. Sie sammeln dabei Punkte und Kilometer, indem sie sich genau überlegen, welche Stadt sie als nächstes (be)suchen und indem sie die damit verbundene Aufgabe lösen. Die Schüler haben eine Sammlung von Hilfsgegenständen dabei, deren Funktion sich ihnen aber erst an der Station erschließt. Detektivisches und logisches Denken fördert die Gruppendynamik und Motivation. An jeder Station stempeln sie den Stadtnamen auf den Lösungsbogen und schreiben die Ergebnisse der Aufgaben daneben. Die Themen und Aufgaben an den 13 Stationen sind vielfältig, sämtliche Sinne müssen eingesetzt werden. Keine Station gleicht der anderen und es wird auch Deutsch gesprochen, sogar ohne sprachliche Vorkenntnisse! Die Schüler können den aktuellen Punktestand der eigenen und der anderen Gruppen jederzeit LIVE an einem Bildschirm verfolgen, das fördert den Spieltrieb und die Gruppendynamik. Eine Durchführung dauert ca. 2,5 Zeitstunden, inklusive einer gemeinsamen und unterhaltsamen Auflösung. Es gewinnt die Gruppe, die die meisten Aufgaben gelöst und die meisten Punkte bekommen hat. Zusätzlich können die Lehrkräfte der Schule im Nachhinein ein interaktives Wiederholungsquiz bequem im Klassenzimmer durchführen.

Themen und Inhalte der Stationen/Aufgaben (alle mit Bezug zum deutschsprachigen Raum): Musik, Fakten und Unwahres, Geschichte, Produkte und Erfindungen, Städte und Sehenswürdigkeiten, Speisen und Zahlen, Kommunikation, Berühmtheiten, Sport, Rätsel, Lehnwörter...

4. Projektphasen & Kosten

Phase1: Erstellung der Materialien und spezifische Anpassung des Spiels an das Land

- Übersetzung der Aufgaben, Lösungen und Spielregeln (mit Hilfe eines Sprachkundigen)
- Herstellung der einzelnen Stationen, des Begleitmaterials, der Verpackungen (durch Anbieter)
- fertig geliefert in einem Koffer (durch Anbieter)

Kosten in Euro (€):

Übersetzungen (ca. 20 Seiten A4):	nur lokal kalkulierbar
Arbeitsleistung für Herstellung der 16 Stationen, inkl Arbeitgeberkosten und Buchhaltung – erfolgt als Rechnung der Produktionsfirma	3900,-
Materialkosten für Herstellung der 16 Stationen	2400,-
Herstellung des Begleitmaterials (Handbuch)	350,-
Transportlösung(Koffer) und Anlieferung (in Europa)	180,-

Gesamtkosten Herstellung, Material, Honorare (in €): 6.830,-

Phase2: Ausbildung eines Spielleiters, oder eines Teams (z.B. Personal des Goethe-Instituts, Studenten, oder Lehrkräfte) und Pilotdurchführung vor Ort

- Dauer: zwei halbe Tage und eine Pilotdurchführung
- der Spielentwickler erläutert und zeigt vor Ort, wie die Stationen aufgebaut werden, wie die Spielstruktur funktioniert, wie der Spielablauf optimiert werden kann
- der Auf- und Abbau wird gemeinsam geprobt

Kosten in Euro (€):

Honorar für dreitägige Ausbildung und Pilotdurchführung: + Unterkunft und Reisekosten	1470,-
--	---------------

Phase3: Landesinterner Einsatz

- Durchführung punktuell oder als Tour mit sehr geringen laufenden Kosten (durch lokalen Spielleiter/ Team)
- Materialersatz im Schadensfall jederzeit bestellbar

Kosten pro Durchführung in Euro (€):

Spielleiter/Team:	nur lokal kalkulierbar
laufende Materialkosten/Preise:	ca. 20-75,- pro Durchführung
Reisekosten:	nur lokal kalkulierbar

Kontakt

Agentur für kreatives Deutsch

Projektdesigner, Spielentwickler

Maria Lahdenranta, Jan Quilitzsch

kreativesdeutsch@gmail.com

5. Liste/Kurzbeschreibung der Stationen

(Anm: nicht ganz aktuell, da ständig weiterentwickelt)

Dinge Ertasten	In einem verschlossenen Beutel in deutschen Farben sind drei berühmte deutsche Erfindungen zu ertasten. Hilfe bietet eine Tabelle, in der dutzende bahnbrechende Erfindungen aus Deutschland visuell dargestellt sind.
Fehlersuche	Hinter einer rotfarbigen Liniengrafik, die das menschliche Auge ablenkt, sind einige Fotoausschnitte versteckt. Die Fotos müssen mit dem Originalbild verglichen werden, es gilt möglichst viele Fehler zu finden. Erst der Einsatz einer speziellen roten Folie macht die Bilder hinter der Liniengrafik sichtbar.
Telefonstation	Mit Hilfe eines vorgegeben Dialogs und einem Funktelefon kommunizieren die Spieler mit einem Muttersprachler, und das ganz ohne sprachliche Vorkenntnisse. Durch aufmerksames Zuhören und mehrmalige Wiederholungen finden die Spieler heraus worum es im Dialog geht und können die Aufgabe lösen.
Walk Of Fame	25 berühmte deutsche Tiere, Wissenschaftler, Erfinder, Politiker, Entertainer... haben ihren eigenen Stern und eine Kurzbiografie auf dem Walk Of Fame, der dem Original aus Los Angeles nachempfunden ist. Die Spieler müssen anhand von Tipps bestimmte Personen auf den bedruckten Bannern identifizieren.
Deutsch-Horoskope	Jeder Schüler findet sein Sternzeichen auf Deutsch und kann dann dazu eine persönliche, positive, deutschbezogene und lustige Zukunftsprognose (Horoskop) lesen.
Wahr oder Gelogen	Bei dieser Station werden interessante und lustige mit unnützen und erfundenen Fakten über die Deutschen, deren Gebräuche, Gesetze, berühmte Sehenswürdigkeiten... vermischt. Was ist wahr und was gelogen?
Musikvideos	Ja, auch die Beatles haben auf Deutsch gesungen. In zwei kleinen Bildschirmen sind Ausschnitte aus Musikvideos und Livekonzerten verschiedener Bands und Künstler aus dem deutschsprachigen Raum zu sehen. Mit dabei sind auch einige internationale Stars, die auf Deutsch singen. Wer kommt nicht aus einem deutschsprachigen Land?
Die Facebook-Chronik	Das auf ein Banner gedruckte Facebookprofil einer fiktiven Person zeigt alle Begegnungs- und Berührungspunkte der Person mit der deutschen Sprache, Kultur und mit Deutschen im Laufe der Jahre. Die Spieler müssen herausfinden, wann die fiktive Person über ein bestimmtes Ereignis (z.B. den Schüleraustausch, oder ein Sommersprachcamp des Goethe-Instituts) berichtet hat.
Minifotos	Unzählige Miniaturfotos mit Bildunterschriften zeigen deutsche Produkte, Persönlichkeiten, kulinarische Spezialitäten... Welches ist das älteste deutsche Auto, mit welchem Auto fährt der Papst, was essen die Deutschen gern aus einer Pappschale...? Nur mit dem bloßen Auge kann man die gestellten Fragen nicht beantworten, aber die mitgeführte Lupe hilft.
Die Parfumprobe	Ein Spezialkoffer mit drei Gläsern, in denen sich Duftproben verschiedener deutscher Parfumerhersteller befinden, erfordert höchste Konzentration und ausgeprägten Geruchssinn. Die Düfte müssen mit einer mitgeführten Duftprobe verglichen werden. Zu welchem Parfum gehört die Probe?
Schatzsuche	In Frankfurt, dem Bankenzentrum Deutschlands, muss man mit Hilfe einer speziellen UV-Taschenlampe eine Geheimschrift entziffern. In der Geheimschrift geht es um eine mathematische Aufgabe, die die Schüler auf Deutsch lösen müssen. So lernt man ganz schnell die Zahlen von eins bis neun.
Die Logowand	Normalerweise stehen sonst immer die großen Stars vor der Sponsorenwand und lassen sich fotografieren, jetzt sind es die Schüler. Und die sind nicht nur von der Vielzahl international bekannter deutscher Firmen überrascht, sondern müssen erst einmal herausfinden welche nicht-deutsche Firma sich in das Banner geschlichen hat.
Fußballfieber	An dieser Station entstehen farbenfrohe Fotos, die nach Spielende gezeigt werden. Die Gruppen müssen verschiedene Originalfotos, aufgenommen in deutschen Stadien und Fanmeilen, nachstellen und können dazu verschiedene bunte Utensilien, Fahnen, Trikots... verwenden.

Entwicklung & Copyright

Agentur für kreatives Deutsch

kreativesdeutsch@gmail.com

+358407169900