

# Rivella – das trinkt die Schweiz!

von Andrea Vaske, Nesodden vgs. (Norwegen)

## Thema des Projektes

Einen Werbefilm erstellen zu einem Produkt aus den D-A-CH Ländern, hier am Beispiel der Schweizer Limonade Rivella / Werbung, Arbeitsleben

## Niveaustufe

A2/B1

## Dauer

Maximal 24 Unterrichtseinheiten à 45 Minuten

## Lernziele

- Die Schüler erwerben Kultur- und Landeskundekenntnisse über die Schweiz
- Die Schüler vergleichen typische, teilweise klischeehafte schweizerische Kultureigenschaften mit den eigenen norwegischen Eigenschaften und lernen, sich kritisch mit Klischees und Stereotypen auseinanderzusetzen.
- Die Schüler erwerben Kenntnisse über das Produkt Rivella, ein in der Schweiz allseits bekanntes und geliebtes Erfrischungsgetränk, das in den Schweizer Medien als „Nationalgetränk“ bezeichnet wird.
- Die Schüler vergleichen ihre Kenntnisse über die Schweizer Kultur mit den existierenden Produkt-Attributen, mit denen Rivella in der Schweiz beworben wird.
- Die Schüler arbeiten Stereotypen über die Schweiz heraus und analysieren deren Effekt für die Werbung.
- Die Schüler analysieren einen Rivella-Werbefilm mit Bezug auf die Zielgruppe und die eingesetzten (sprachlichen) Werbe-Mittel. Die Schüler erweitern ihren Wortschatz, besonders im Bereich „Adjektive“.
- Die Schüler erstellen ein einfaches Manus (schriftlich) und ein Story-Board (schriftlich und zeichnerisch).
- Die Schüler erstellen passende Wortlisten.
- Die Schüler arbeiten an ihrer Aussprache, Sprechtempo und -lautstärke.
- Die Schüler erweitern ihre digitalen Kenntnisse im Bereich „Handyfilme“.

Vaske, A. (2019). Rivella – das trinkt die Schweiz! *Septentrio Educational* 2019(1). <https://doi.org/10.7557/8.5195>



© 2019 The author(s). This is an Open Access publication distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly credited.

- Die Schüler erstellen ein eigenes Bewertungssystem.
- Die Schüler bewerten einander in Gruppen gegenseitig.
- Die Schüler reflektieren über Lerninhalte und ihren eigenen Einsatz während des Projekts.

## Phasen

Phase	Inhalte	Material
<b>Interesse wecken</b>  <b>Vorwissen aktivieren</b>	<p>Landeskunde Schweiz und Kenntnisse über die Firma und das Produkt „Rivella“</p> <p>Einführung: Grundwissen über die Schweiz (Lage, Bevölkerung, Sprachen, typische Produkte, ...) spielerisch</p>	<p>Lehrwerk „Weiter geht’s“, L. 5</p> <p>„Schiffe versenken“ und Kreuzworträtsel</p> <p><a href="https://www.hueber.de/seite/pg_schweiz_sr">https://www.hueber.de/seite/pg_schweiz_sr</a></p>
<b>Sprachlich-inhaltliche Vorarbeit</b>	<p>Verhaltensweisen und kulturelle Gepflogenheiten der Schweizer. Welche davon treffen auch auf Norweger zu?</p> <p>Definition des Begriffs „Stereotyp“. Wozu dienen Stereotype? Und was ist der Unterschied zwischen einem Stereotyp und einem Vorurteil?</p> <p>Was ist Rivella? Sehr kurze Erläuterung des Projekts: Werbefilm über ein Schweizer Produkt produzieren.</p> <p>Rivella: Das Nationalgetränk der Schweiz! Was heißt das eigentlich? (AB3)</p> <p>Gruppenarbeit:</p> <p>Werbefilm-Analyse: Wer trinkt Rivella? Arbeitet die Botschaft an die Zielgruppe heraus!</p> <p>Annäherung an die Werbesprache: Schreibt in die Sprechblasen. Was sagen die Leute wohl?</p> <p>Werbesprache-Analyse: Was steckt hinter diesen Werbeslogans?</p>	<p>AB 1</p> <p>AB 2</p> <p>AB 3</p> <p>AB 4</p> <p>AB 5</p> <p>AB 6</p>

<b>Erläutern der Projektaufgabe und der Arbeitsschritte</b>	Die Schüler bekommen die Aufgabenstellung und Input vom Medien- und Kommunikationslehrer zum Thema „Werbeclip und Stilmittel in der Werbung“	AB 7
	Gemeinsame Entwicklung der Bewertungskriterien für das Endprodukt	AB 8
<b>Arbeit am Projekt</b>	Der Lehrer unterstützt die Schüler mit Planung, Sprache und Technik	
<b>Präsentation</b>	Die Präsentation der Werbefilme erfolgt in der Klasse und in der Marketingabteilung der Firma „Rivella“.	AB 9
<b>Evaluation</b>	Mitschüler und Lehrer evaluieren die Werbeclips. Beide Beurteilungen fließen ein in die Endbewertung.  Selbstevaluation	

### Liste der Quellen und Materialien

#### Lehrbücher

Schulze, A.M. (2013). *Servus!*, Bergen: Fagbokforlaget, 168.  
Schulze, A.M. (2015). *Weiter geht's*, Bergen: Fagbokforlaget, Lektion 5.

#### Landeskunde-Materialien für die Schweiz

Online Schritte: [https://www.hueber.de/seite/pg\\_schweiz\\_sri](https://www.hueber.de/seite/pg_schweiz_sri) (Diverse Aktivitäten rund um Schweizer Landeskunde, z.B. „Schiffe versenken“)

Vereinfachter Text-Auszug aus „*Knigge für die Schweiz*“, der sich an Einwanderer in der Schweiz richtet: <https://www.auswandern-schweiz.net/knigge-fuer-die-schweiz>, vereinfacht und verkürzt von Andrea Vaske

Shafer, N. (2017). Auszüge aus unveröffentlichten Handreichungen zum Workshop: „*So schmeckt die Schweiz*“ (Norwegische Deutschlehrtage in Oslo, 2017)