

TIPPS FÜR DIE DEUTSCHSTUNDE  
MIT DEN JUMA-SEITEN 4–7



## Moment mal!

### ■ Ein ganzes Dorf spielt Theater

#### **Mach mit: Theater im Deutschunterricht**

JUMA berichtet über Theateraufführungen in Heersum. Lassen Sie Ihre Schüler eine Theaterszene oder einen Einakter schreiben und in der Klasse aufführen – natürlich auf Deutsch! Schicken Sie den Text (Dialoge, Regieanweisungen usw.) in Kurzform sowie Fotos der Aufführung an folgende Adresse:

Redaktion JUMA/TIPP  
Stichwort: Theater  
Frankfurter Straße 40  
D-51065 Köln

TIPP veröffentlicht die besten Einsendungen in Auszügen. Einsendeschluss ist der 31.12.2004. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

### ■ Literarische Mutprobe

#### **Vorlesewettbewerb in der Klasse**

Jeweils 2–3 Schüler entscheiden sich gemeinsam für ihren Lieblingsartikel aus dem aktuellen JUMA und wählen einen kurzen Auszug daraus. Sie lesen ihn nacheinander jeweils einmal vor der ganzen Klasse laut vor. Die Klasse wählt den besten Vorleser.

Nach dieser Vorrunde treten die besten Vorleser gegeneinander an (bei vielen Schülern in mehreren Runden) – mit einem oder mehreren JUMA-Texten, die eine Schüler-Jury auswählt. Die Klasse ermittelt nach der Endrunde per Abstimmung den Gesamtsieger des Vorlesewettbewerbs.



Foto: Andreas Hartmann

**Freilicht-Theater in Heersum**

Varianten:

1. Je nach Alter können die Schüler Beurteilungskriterien für gutes Vorlesen festlegen, z.B. Aussprache, Lesetempo, Betonung usw.
2. Die Mitschüler machen jeweils beim zweiten Vorlesen Notizen zum Inhalt des Textes. 2–3 Zuhörer geben ihn anschließend wieder.
3. Autorenlesung: Die Schüler lesen ihre eigenen Texte vor.

## ■ Abc des Kochens

### Speisekarte auf Deutsch

In Kleingruppen schreiben die Schüler die Speisekarte eines Restaurants mit leckeren Vorspeisen, Hauptgerichten, Nachspeisen und Getränken.

*Beispiel für ein Hauptgericht:  
Zander mit Balsamico-Risotto*

Auch die Preise dürfen nicht fehlen. Die fertigen Karten werden bis zur nächsten Stunde für jeden Schüler der Gruppe kopiert. Nacheinander stellt jeder Schüler sie einer anderen Gruppe vor und nimmt Bestellungen an – solange, bis alle Gruppen alle Karten kennen.

## ■ Fremde Augen sehen anders

### Arbeit mit Fotos

Die Schüler bilden Kleingruppen. Jede Gruppe bekommt eine Kopie der Kopiervorlagen 1 und 2 (TIPP-Seiten 7 und 8). Der Lehrer schreibt einige Themen des Imagine-Fotoprojekts (siehe JUMA-Seite 9) an die Tafel:

- Menschen in Deutschland
- Kindheit
- Verkehr
- Schule
- Architektur
- Sport
- Kinder von 0–10
- Natur
- Essen
- Die Deutschen

Gemeinsam überlegen und begründen die Gruppen, zu welchem Thema jedes einzelne Foto auf den beiden TIPP-Kopiervorlagen gehört, geben jedem Foto einen Titel und schreiben zu jedem Foto einen kurzen Text.

Alle Ergebnisse werden im Klassenzimmer aufgehängt, so dass sich die Schüler wie in einer Ausstellung darüber informieren können.



Foto: Dorothea Weinel

### Öffentliche Lesung

Die Titel, Themen und Begleittexte der jungen Fotografen:

Kopiervorlage 1:

1. Foto („Ohne Titel“, von Denis, 16, Russland):  
Menschen in Deutschland (ohne Text)
2. Foto („Stadtrand“, von Pascal, 15, Ruanda): Architektur  
„Mich beeindruckt die Lage des Hauses in der Stille,  
am Rande der Stadt.“
3. Foto („Unschuld“, von Jaqueline, 15, Dominikanische Republik):  
Kindheit  
„Der kleine Junge ist einfach süß, weil er mich mit seinem  
kleinen Schokomund ganz unschuldig anlächelt.“
4. Foto („Bus-Kids“, von Evelyn, 25, Uganda): Verkehr  
„Dies ist ein Schulbus, der die Kinder sicher zur Schule bringt und  
abholt. Ich finde, der Bus verbindet die Kinder, weil sie Zeit haben,  
sich kennen zu lernen.“

Kopiervorlage 2:

5. Foto („Traumhafte Schule“, von Kristin, 17, Deutschland): Schule  
„Schule kann auch Spaß machen.“
6. Foto („Jeder braucht mal eine Pause“, von Anja, 16, Deutschland):  
Sport  
„Am Abend war ich fix und fertig und legte die Beine hoch –  
und das ist alles, was von mir übrig blieb.“
7. Foto („Guter Hoffnung sein“, von Ksenia, 18, Russland):  
Kinder von 0–10  
„Man kann den zukünftigen Eltern das Glück von den Augen  
ablesen, deswegen mag ich dieses Foto besonders.“
8. Foto („Ohne Titel“, von Noelia, 14, Dominikanische Republik):  
Natur  
„Fuß = Leben; Fluss = Wasser; Sonne = Licht – diese drei Dinge  
sind Bestandteile des Lebens.“
9. Foto („Gesundheitstipp“, von Milly, 16, Uganda): Essen  
„Die Vitamine der Früchte helfen uns, gesund und fit zu bleiben.“
10. Foto („Die Deutschen ... manchmal intim“, von Marleen, 18,  
Deutschland): Die Deutschen  
„Gespräch von Freund zu Freundin zwischen Kaffee und Straße.“



Foto: © gitz

Ein Foto zum Thema „Verkehr“

## Mach mit!

Projekt: Die Schüler machen zu eigenen Themen Fotos in ihrer Stadt und erläutern bzw. betexten sie. Der Lehrer schickt die besten Fotos mit Texten an die Redaktion JUMA/TIPP, Stichwort: Fotos, Frankfurter Straße 40, D-51065 Köln. TIPP veröffentlicht eine Auswahl und bedankt sich mit Fotos aus Deutschland dafür. Einsendeschluss ist der 31.12.2004. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

**Aufgaben**

Gebt jedem Foto einen Titel; notiert, zu welchem Thema jedes einzelne Foto passt; schreibt zu jedem Foto einen kurzen Text!



Fotos: © gtz



**Aufgaben**

Gebt jedem Foto einen Titel; notiert, zu welchem Thema jedes einzelne Foto passt; schreibt zu jedem Foto einen kurzen Text!



Fotos: © gtz

# Fremde Augen sehen schärfer

Die Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) über ihr Foto-Projekt „Imagine“

## Foto-Safari durch Deutschland

Was ist typisch deutsch?  
Was springt Kids aus anderen Kontinenten und Kulturkreisen in Deutschland ins Auge?  
Welches Spiegelbild halten sie Gleichaltrigen vor? Und welche Klischees werden sie sprengen?

15 Jugendliche aus acht Ländern nahmen im September 2003 an einer Foto-Safari durch die Bundesrepublik teil. Drei Wochen lang durchquerten die 14- bis 16-jährigen Jungen und Mädchen Deutschland mit einem alten Bücher-Bus. Die Aufschrift: „Imagine Germany!“ (Stell dir Deutschland vor!). Dabei fotografierten sie, was sie in unserem Land für auffällig und nachdenkenswert hielten und sammelten ihre Denkanstöße in einem Foto-Tagebuch. Die Safari-Teilnehmer richteten ihr

Augenmerk auf den Alltag eines Landes, das sie allenfalls vom Hörensagen kannten und zum ersten Mal besuchten – Deutschland.

## Im Duett mit Deutschen

Fotografiert werden durfte alles, was den Jugendlichen unterwegs auffiel oder was sie gerne kreativ ins Licht setzen wollten – in Farbe oder Schwarzweiß. Am Ende trafen sie eine schwierige Wahl. Jeder Teilnehmer musste sich für sechs Aufnahmen entscheiden, die ihm am wichtigsten erschienen – und begründen, warum.

Mit 15 Partnerschülern aus Berlin veranstalteten sie dabei ein Foto-Duett. Die jungen Berliner suchten zur gleichen Zeit nach Themen und Motiven, die ihre ausländischen Gäste ihrer Meinung nach fotografieren würden.



**Stationen der Foto-Safari 2003**

## Vorbereitung in der Heimat

Die Vorbereitung auf die Foto-Tour fand bereits in den Heimatländern statt. Dazu zählen: China, Russland, Israel, Paraguay, die Dominikanische Republik, Uganda, Ruanda und Ägypten. Zu Hause sollten sich die Teilnehmer damit auseinandersetzen, was sie von ihrer Reise erwarten und ihre Assoziationen zu Deutschland dokumentieren. Ihre Erlebnisse und die entstandenen Fotos haben die Jugendlichen abschließend im Berliner Museum für Kommunikation vorgestellt. Die Bilder der Foto-Safari werden außerdem im Internet zur Diskussion gestellt – unter [www.imagine.gtz.de](http://www.imagine.gtz.de).

**Der Foto-Safari-Bus war ein ehemaliger Bücherbus.**



Foto:gtz

■ **Kein Blut für Dracula**

**Kreatives Schreiben nach Vorgabe**

Die Schüler bilden Kleingruppen. Jede Gruppe bekommt eine Kopie der TIPP-Seite 11 (Kopiervorlage) mit Anzeigenmotiven der Blutspendekampagne des Deutschen Roten Kreuzes aus dem Jahr 2003 (siehe Information unten).

Die Schüler betexten das Motiv in der Mitte wie im Beispiel auf der Kopiervorlage links. Lösung: Büroklammern gibt's im Laden. Blut nicht.

Danach fügen sie mittels der rechten Vorlage auf der Kopiervorlage weitere Motive von Konsumgütern mit eigenen Texten hinzu (zeichnen oder Fotos aus Zeitschriften ausschneiden!). Hinweis für den Lehrer: Die rechte Anzeige ohne Motiv und Text bitte mehrmals kopieren!



Ein Anzeigenmotiv der Blutspendekampagne des Deutschen Roten Kreuzes. Motto: „Alles ist käuflich – Blut nicht!“

**I** INFORMATION

**AUTHENTISCHER  
TEXT**

„Alles ist käuflich – Blut nicht!“

Das Deutsche Rote Kreuz (DRK) startete mit Beginn des Jahres 2003 eine neue Blutspendekampagne und gab dazu die folgenden Informationen:

„Unter dem Motto ‚Alles ist käuflich – Blut nicht!‘ machen wir aufmerksam auf die besondere Bedeutung der Blutspende. Wir zeigen, Blut ist ein wertvolles Gut, das durch nichts zu ersetzen ist. Auf einfachen, klar gestalteten Anzeigenmotiven werden Dinge des alltäglichen Lebens abgebildet, Konsumgüter, die ohne Aufwand neu zu beschaffen sind. Diese Beispiele machen deutlich, dass es mit Blut gerade so nicht ist.

Denn: Blut ist keine Ware, Blut kann man eben nicht kaufen.

Um den notwendigen Bedarf an lebensrettenden Blutkonserven sicher zu stellen, sind wir auf viele Millionen freiwillige Blutspender angewiesen – und auf die Mithilfe von Redaktionen und von Anzeigenabteilungen, diese Menschen zum Blutspenden zu motivieren.

Appellieren Sie gemeinsam mit uns an das Verantwortungsgefühl jedes Einzelnen, sich mit einer Blutspende für das Leben seiner Mitmenschen einzusetzen!

Denn nur der Mensch allein ist in der Lage, anderen Menschen durch seine Blutspende zu helfen.“

**Internet:**  
[www.DRK.de](http://www.DRK.de)

**Aufgaben**

Schreibt zu dem Motiv in der Mitte wie im Beispiel links einen Text und gestaltet eigene Anzeigen nach diesem Vorbild. Nehmt dazu die Anzeigen-Vorlage rechts!





**Tinte gibt's  
im Kaufhaus.  
Blut nicht.**



**SPENDE  
BLUT**  
BEIM ROTEN KREUZ

Deutsches Rotes Kreuz


Termine und Infos 0800 11 949 11  
oder [www.DRK.de](http://www.DRK.de)

**SPENDE  
BLUT**  
BEIM ROTEN KREUZ

Deutsches Rotes Kreuz

Termine und Infos 0800 11 949 11  
oder [www.DRK.de](http://www.DRK.de)



**SPENDE  
BLUT**  
BEIM ROTEN KREUZ

Deutsches Rotes Kreuz

Termine und Infos 0800 11 949 11  
oder [www.DRK.de](http://www.DRK.de)

*Vollständig ist nur das linke Motiv der Blutspendekampagne des Deutschen Roten Kreuzes.*