

Aus O mach Ö

Aktuelles zu Themen, die in JUMA und TIPP standen

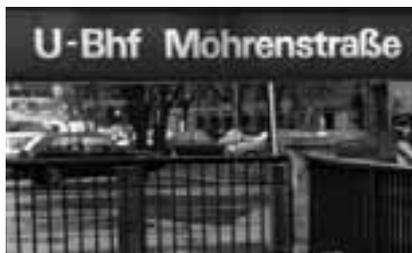


Foto: Martin Kroll

In Berlin machten Scherzbolde den U-Bahnhof Möhrenstraße zum U-Bahnhof Möhrenstraße

■ Die Gegenwart der Vergangenheit

JUMA 3/2003, Seiten 34–36
TIPP 3/2003, Seiten 24–29

„In Berlin machen schwarze deutsche Jugendliche eine eigene Zeitung. (...) Ihr Ziel: zum Nachdenken anregen und vielleicht sogar Veränderungen herbeiführen – zum Beispiel die Umbenennung des U-Bahnhofs Möhrenstraße.“

Dieses Ziel haben sie 2003 zumindest für kurze Zeit erreicht: „Autonome Häschen“ haben „im Auftrag des Berliner Gemüsehandels“ die Möhrenstraße in Berlin Mitte in „Möhrenstraße“ umbenannt.

Sie sprühten im U-Bahnhof Möhrenstraße auf allen Schildern einen Umlaut auf das O, so dass aus der Möhrenstraße die „Möhrenstraße“ wurde. Gleichzeitig riefen sie in einem Flugblatt „zur aktiven Beteiligung für eine offizielle Umbenennung“ auf.

Mach mit!

Welche Wörter verändern Ihre Schüler durch Umlaute, Streichung und/oder Hinzufügung von Buchstaben o.ä., so dass sie einen neuen Sinn ergeben?

Schicken Sie die Vorschläge Ihrer Schüler an die

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

Einsendeschluss ist der 31.12.2004.



Das Heft zum Film „Good Bye, Lenin!“ der Bundeszentrale für politische Bildung

■ Preis für „Good Bye, Lenin!“

JUMA 3/2003, Seiten 44–45

Die Bundeszentrale für politische Bildung hat ein Heft zur preisgekrönten Ostalgie-Komödie „Good Bye, Lenin!“ herausgegeben. Thema ist die Vereinigung der Bundesrepublik mit der Deutschen Demokratischen Republik 1990. Das Filmheft bietet umfangreiche Materialien für den Deutschunterricht.

Bestelladresse:

Bundeszentrale für politische Bildung
Postfach 1369
D-53003 Bonn
www.bpb.de

■ Zwei Sprachen, zwei Chancen

JUMA 4/2003, Seiten 20–23
TIPP 4/2003, Seiten 8–13

Bis 2005 touren neun junge Französisinnen und Franzosen mit so genannten „France Mobiles“ quer durch Deutschland und bringen damit deutschen Schülern Frankreich näher. Sie wollen u.a. die Neugier auf das Nachbarland wecken.

Auf Anfrage von Eltern, Schulleitern, Lehrern oder Schülern steuern sie interessierte Schulen an. Dort gestalten sie mit den Schülern zusammen „erlebnisreiche Begegnungen“. Die von der französischen Botschaft und der Robert Bosch Stiftung initiierte Aktion führt jeden Monat zu 11 000 bis 15 000 deutsch-französischen Begegnungen.

Vorbild waren „DeutschMobile“, die zum europäischen Jahr der Fremdsprachen 2001 französische Klassen besucht hatten. Dort, wo sie Halt machten, stieg die Anzahl der französischen Schüler, die sich für das Erlernen der deutschen Sprache entschieden, um bis zu 135 Prozent.