

Dialekt und Werbung

Schulart(en)	Mittelschule, Realschule, Gymnasium
Jahrgangsstufe(n)	7-10
Fach/Fächer/fachübergr.	Deutsch, Wirtschaft/Recht, Kunst
Thema	Verwendung dialektaler Ausdrücke in der Werbung in vorwiegend emblematischer Funktion
Zeitraumen	Flexibel: 1 – 8 Stunden (je nach Auswahl der Aufgaben)
Benötigtes Material	Arbeitsblätter, Fragebogen, evtl. weiteres Material für das Produkt

Kompetenzerwartungen

Kompetenzerwartung:

Die Schülerinnen und Schüler ...

- analysieren eine Limo-Werbung und erkennen die Funktion von dialektalen Ausdrücken in der Werbung,
- unterscheiden Merkmale und Leistungen von Dialekt als Sprachvarietät im Vergleich zur Standardsprache und vertiefen so ihr Sprachwissen und ihr Sprachbewusstsein (z. B. LehrplanPLUS GY 8) / unterscheiden Sprachvarietäten und beschreiben deren Eigenschaften, um über variable Sprachregister zu verfügen und zu reflektieren (z. B. LehrplanPLUS MS 9) / beurteilen Wert, soziokulturelle Aufgabe und Verwendungsmöglichkeiten ausgewählter unterschiedlicher Sprachvarietäten, um sich über eigenes und fremdes Sprachhandeln bewusst zu werden und es ggf. zu überdenken (z. B. LehrplanPLUS RS 10),
- erkennen, dass der Dialekt in der Werbung häufig in emblematischer Funktion verwendet wird,
- führen eigenständig Interviews durch und leisten eigenständige Recherchen,
- beurteilen Rechercheergebnisse kriteriengeleitet,
- gestalten kriteriengeleitet und kreativ ein eigenes Produkt.

Aufgabe

Analyse eines Werbeplakats

1. Folgende Werbung stammt von der Homepage der schwäbischen Sprudelfirma SilberBrunnen in der Nähe von Reutlingen am Fuße der Schwäbischen Alb.

Untersucht das Plakat. Folgende Fragen und Anregungen können helfen:

- a) Welches Produkt wird beworben?
- b) Untersucht alle Bildelemente (Farbgebung, Anordnung...).
- c) Wie ist das Plakat sprachlich gestaltet?
Schaut euch z.B. die Nomen an.
Gibt es Wörter/Ausdrücke, die ihr nicht versteht?
Weicht etwas von eurem Sprachgebrauch ab?
- d) Diskutiert die Wirkung des Plakats: Welche Eigenschaften soll eine potentielle Kundin, ein potentieller Kunde mit dem Produkt verbinden, spricht euch die bildliche und sprachliche Gestaltung der Werbung an?



Verwendung des Dialekts im Alltag und im regionalen Marketing

2. Vorbereitung der folgenden Rechercheaufgabe im Unterrichtsgespräch.
 - a) Für Dialektsprecherinnen und -sprecher: Erklärt eurer Klasse drei Dialektwörter, die Nicht-Dialektsprecherinnen und -sprecher eurer Meinung nach nicht verstehen.
 - b) Für Nicht-Dialektsprecherinnen und -sprecher: Welcher Dialekt wird in eurer Region gesprochen, über welche Dialektwörter stolpert ihr im Alltag, welche verwendet ihr selbst, welche versteht ihr nicht?

3. Rechercheaufgabe – Dauer je Gruppe: ca. 90 Minuten: Klasse in zwei Gruppen teilen:
 - a) Gruppe A: Führt Interviews – persönlich, per Telefon oder Videokonferenz – in eurem Heimatort (oder in der Familie, im Verein) durch: Findet heraus, in welchen Situationen die Interviewten Dialekt sprechen, in welchen eher Umgangs- bzw. Standardsprache. Sammelt Dialektbegriffe. Der Fragebogen kann euch beim Interview unterstützen.

Wertet eure Interviews für eure spätere Präsentation im Unterricht aus: Gebt Auskunft über die Anzahl, das Alter, die Herkunft, den Beruf der Befragten (siehe Fragebogen), über die Antworten und die verwendeten Dialektwörter.

 - b) Gruppe B: Recherchiert in eurem Heimatort oder in eurer Heimatregion, ob und wie eure Stadt oder Region mit Dialektausdrücken für sich wirbt. Hierzu könnt ihr auf die offizielle Homepage eurer Stadt oder Region gehen oder direkt ins Bürgerbüro oder die Tourismusinformation. Haltet eure Rechercheergebnisse in Fotodokumenten oder Notizen fest.

Wertet eure Rechercheergebnisse für eure spätere Präsentation im Unterricht aus: Gebt Auskunft über die Anzahl und Art der Werbung, über die Verwendung des Dialekts, über eure Quellen und Gesprächspartnerinnen und -partner.



Für Aufgabe 3, Gruppe A: Fragebogen:

Allgemeine Informationen:

In welchem Jahr wurden Sie geboren? _____

Wo sind Sie aufgewachsen? Bitte markieren: Großstadt Mittel-/Kleinstadt Dorf

Was machen Sie beruflich bzw. haben Sie beruflich gemacht? _____

In welchen Situationen oder mit welchen Menschen sprechen Sie Dialekt?

In welchen Situationen oder mit welchen Menschen sprechen Sie Umgangs- oder Standardsprache?

Welche Wörter oder Formulierungen sehen Sie als typisch für Ihren Dialekt an? – Zum Beispiel beim Schimpfen oder Fluchen, bei der Begrüßung oder beim Abschied, beim Trösten oder Aufmuntern, beim Einkaufen oder im Restaurant, beim Essen in der Familie... Antworten bitte in die Tabelle eintragen.

Dialektbegriff	Verwendungssituation des Dialektbegriffs	Begriff in der Standardsprache



4. Präsentation der Rechercheergebnisse im Unterricht.

5. Produktionsorientierte Aufgabe – Diskussion und Gestaltung in Kleingruppen:

Unsere gewonnenen Erkenntnisse wollen wir nun in ein Produkt umsetzen, das wir eventuell auch vermarkten bzw. für unsere Schule oder Klasse nutzen können. Dazu brauchen wir zunächst passende Dialektausdrücke:

a) Wählt aus den Rechercheergebnissen der Gruppe A und auf der Basis der Reflexion aus der vorangegangenen Unterrichtsphase Dialektausdrücke aus, die ihr als besonders passend anseht

- für eure Klasse (oder Kleingruppe),
- für eure Schule oder
- für eure Stadt/Region.

b) Gestaltet nun ein eigenes Produkt mit Dialektausdruck: Beispielsweise

- eine Alltagsmaske,
- ein T-Shirt oder Hoody oder
- ein Federmäppchen.

Überlegt euch die grafisch-künstlerische Gestaltung (evtl. Zusammenarbeit mit Kunst) und eine mögliche Vermarktung (evtl. Zusammenarbeit mit Wirtschaft/Recht).

Hinweise zum Unterricht

Aufgabe 1

Die Schülerinnen und Schüler erkennen, dass eine Limo von SilberBrunnen in einer typischen Mineralwasserflasche beworben wird.

Bildelemente: Auf der linken Bildseite sind zwei fröhliche Comicfiguren (Äffle und Pferdle) mit der handwerklichen Herstellung von Fruchtsaft beschäftigt (einfache Zitronenpresse, Orangen und Zitronen als Obst), Ambiente ist altmodisch rustikal (Holztisch, Obstkiste). Die Figuren erinnern an typische Kinderbuch- oder Trickfilmfiguren. Auf der rechten Bildseite drei Limoflaschen mit Bewegungsstrichen. Auch die Farbgebung ist rustikal, kindlich (bunt, Hintergrund erinnert an Packpapier/Karton).

Beschriftung: „Neu in der Glasflasch!“ „Jetzt gib’t ebbes gscheits!“ und die Bezeichnung für die Limo, die sich ebenfalls auf den Flaschen befindet: „Fruchtfläschle“. Die Schrift wirkt etwas ungenau, kindlich, es werden ausschließlich Großbuchstaben verwendet, die unterschiedliche Größen aufweisen, so ist der Anfangsbuchstabe z.T. kleiner als der Folgebuchstabe.

Sprachliche Gestaltung: Schwäbische Dialektausdrücke („ebbes gscheits“, mit e-Tilgung), z.T. im schwäbischen Diminutiv („Fruchtfläschle“ auf Plakat und Flasche), mit Apokope („Glasflasch“).

Wirkung: Einfach, ehrlich, kindgerecht, steht für Tradition, Handwerklichkeit, Bodenständigkeit. SilberBrunnen gehört zum Romina Mineralbrunnen-Unternehmen und will regionale Verbundenheit, Heimatverbundenheit, traditionelle Handwerksleistung, Authentizität, Ursprünglichkeit, Natürlichkeit, Regionalität der Produkte suggerieren; positive Konnotation des Regionalen und durch den Dialektausdruck wird die Regionalität auf das Produkt übertragen, spielt auf die Konstruktion regionaler Identitäten an. Gleichzeitig wird durch die Comicfiguren auf Kinder als Zielgruppe abgezielt, so wird z.B. durch den Ausruf bzw. die Ankündigung „Jetzt gib’t ebbes gscheits!“ auf die Güte und Qualität des Produkts verwiesen, mit dem man den eigenen Kindern etwas Gutes tue. Durch den Hinweis auf die neue Glasflasche sowie durch die Hintergrundfarbe wird zudem eine umwelt- und klimabewusste Zielgruppe unter den Eltern angesprochen.

Ergänzende Hinweise für die Lehrkraft:

SilberBrunnen bewirbt einen Großteil seiner Produkte mit schwäbischen Dialektausdrücken und den Comicfiguren Äffle und Pferdle als Sympathieträger. So finden sich auf der Homepage auch Sprüche der beiden zum Herunterladen: „Zum Nonderlada: Sprüche, Spots & mehr!“ Um das Identifikationspotential der Marke sowie die Kundenbindung zu erhöhen, werden die Kunden auch aufgefordert, neue Sprüche einzusenden.

Aufgabe 4

Bei der Präsentation im Unterricht ist es evtl. geboten, den zuhörenden Gruppen jeweils einen Beobachtungs-/Hörauftrag zu geben (z.B. Was hat euch überrascht, habt ihr neue Erkenntnisse gewonnen?).

Die Schülerinnen und Schüler präsentieren ihre Rechercheergebnisse und erkennen, dass die dialektalen Ausdrücke im regionalen Marketing nur noch wenig mit dem Basisdialekt zu tun haben und im Wesentlichen emblematische Funktion haben. Eine Beherrschung des tiefen Dialekts ist hierfür überhaupt nicht nötig, man bedient sich nur versatzstückartig des Dialekts, greift auf tatsächliche oder vermeintlich typische Dialektausdrücke zurück, um über die Sprache Bezüge zur Region, regionalen Kultur und zu positiv besetzten Begriffen wie Heimat, Tradition, Ursprünglichkeit, Bodenständigkeit herzustellen.

Aufgabe 5

Optionale, aber motivationsfördernde Aufgabe, insbesondere wenn das Produkt auch tatsächlich innerhalb der Schule etc. vertrieben wird. Es empfiehlt sich eine Klärung vorab, welcher Rahmen gewählt wird (Kleingruppe, Klasse, Schule etc.). Zudem bietet sich eine Zusammenarbeit mit der Kunstlehrkraft wegen der grafisch-künstlerischen Gestaltung und mit der Wirtschaft-/Recht-Lehrkraft an, falls das Produkt (z.B. schulintern) vermarktet werden soll.

Ein Beispiel (gefunden auf: <http://www.schwabenland.de/Alltagsmaske-2-er-Paeckle-Mauldaeschle>)

