Name: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Datum: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Aufgabe 7: Auswertung

**Bezug zum Lehrplan 21:**

* D.3.A.1.c:Die Schülerinnen und Schüler können nonverbale (z.B. Gestik, Mimik, Körperhaltung) und paraverbale Mittel (z.B. Atmung, Intonation, Sprechfluss) angemessen verwenden.
* D.3.B.1.d »2:Die Schülerinnen und Schüler können mithilfe eines Schemas ihre Arbeitsergebnisse und Gedanken vortragen (z.B. vorgegebene Textbausteine, Ablauf).
* D.3.B.1.g »2:Die Schülerinnen und Schüler können mithilfe von Stichworten und Notizen eine Präsentation strukturieren.

**Lernziele:**

* Werbetexte erfinden und als Laut-sprecherdurchsage vortragen

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **✓** | **nicht erreicht** | **✓** | **erreicht** | **✓** | **übertroffen** |
| **Kriterium 1**  ***Deine Werbedurchsage spricht direkt an, weckt Bedürfnisse und fordert zum Kaufen auf.*** | | | | | |
|  | Nicht angesprochen, indirekt oder allgemein angesprochen. |  | Publikum direkt angesprochen. |  | Genau diejenigen angesprochen, die kaufen sollen. |
|  | Geringe Aufmerksamkeit erregt und wenig Interesse geweckt. |  | Aufmerksamkeit erregt und Interesse geweckt. |  | Grosse Aufmerksamkeit erregt und starkes Interesse geweckt. |
|  | Kein Bedürfnis geweckt, unspezifisches Bedürfnis, allgemein. |  | Bedürfnis geweckt (z.B. Durst). |  | Gewecktes Bedürfnis klar auf das Produkt bezogen. |
| **Kriterium 2**  ***Du setzt deine Stimme ausdrucksvoll ein.*** | | | | | |
|  | Stimmführung und Lautstärke entspricht nicht einer Werbung, monoton, zu leise etc. |  | Stimmführung und Lautstärke wirkungsvoll eingesetzt. |  | Stimmführung und Lautstärke so eingesetzt, dass Produkt im Gedächtnis hängen bleibt. |
|  | Keine, zu lange, zu kurze Pausen, oft an falschen Stellen eingesetzt. |  | Pausen an passenden Stellen eingesetzt. |  | Unterschiedliche Pausen an passenden Stellen variantenreich eingesetzt. |
|  | Betonung ungenau oder eher zufällig eingesetzt, auch an unwichtigen Stellen. |  | Mit Betonung wichtigen Stellen Ausdruck verliehen. |  | Mit variantenreicher Betonung wichtigen Stellen Ausdruck verliehen. |
| **Kriterium 3**  ………………………………………………………………………………………………………………………………………. | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

**Weitere Kriterien**

Du verwendest die Standardsprache klar und deutlich.

Deine Werbedurchsage ist witzig und überraschend.

**Klassenübersicht**

Baden: Aufgabe 7

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Kriterium 1**  Deine Werbedurchsage spricht direkt an, weckt Bedürfnisse und fordert zum Kaufen auf. | | | **Kriterium 2**  Du setzt deine Stimme ausdrucksvoll ein. | | |
| Name | **nicht**  **erreicht** | **erreicht** | **übertroffen** | **nicht**  **erreicht** | **erreicht** | **übertroffen** |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |