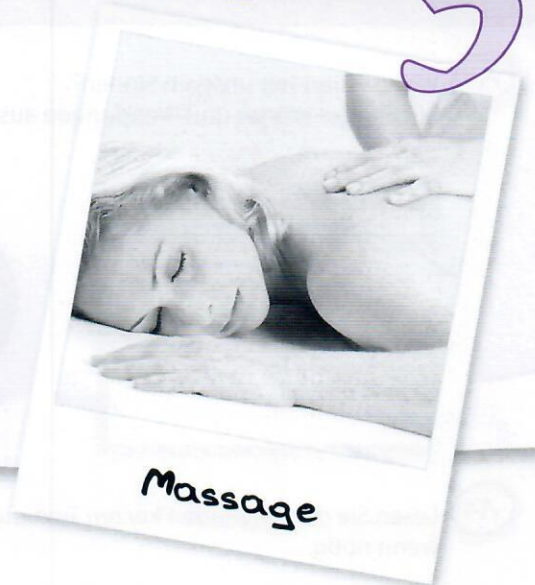


Das Reich der Sinne



Das Reich der Sinne

Teil A:

A1 Die fünf Sinne

- a) Erstellen Sie in Gruppen- oder Partnerarbeit eine Reihenfolge der fünf Sinne *Hören, Riechen, Schmecken, Tasten, Sehen* nach Wichtigkeit. Begründen Sie Ihre Entscheidung.

1.

2.

3.

4.

5.

- b) Welche Sinne werden Ihrer Meinung nach in der heutigen Zeit zu viel oder zu wenig genutzt? Führen Sie Beispiele an.

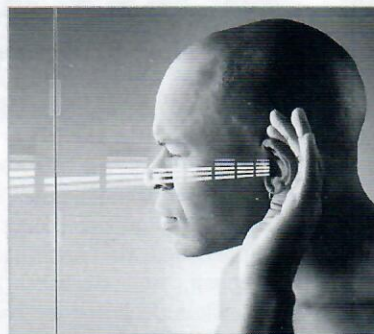


A2 Vergleichen Sie Ihre Meinung mit den Ergebnissen einer Studie.

Der Angriff auf die Sinne

Der moderne Mensch erlebt einen Angriff auf seine Sinne: Während einige Sinne gereizt und überfordert werden, verkümmern andere – mit negativen Folgen für Gesundheit und Wohlbefinden.

Seh- und Gehörsinn werden in unserer multimedialen Gesellschaft mit Reizen überflutet, unterdessen veröden beispielsweise der Tast-, Geruchs- und Geschmackssinn. Zu diesem Schluss kamen Wissenschaftler in einer kürzlich veröffentlichten Studie der Universität Oxford. „Die moderne Gesellschaft spricht unsere Sinne bedenklich unausgewogen an. Besonders der sehr emotionale Tastsinn verwaorlost“, heißt es in dem Bericht. Berührung sei



nicht nur wichtig für unser emotionales Wohlergehen, sondern auch für die sensorische, kognitive, neurologische und physische Entwicklung des Menschen. Nie zuvor hätten sich Menschen so selten berührt wie heute. Ebenso greift der Hunger nach Licht um sich. In der Studie wird

festgestellt, dass der moderne Mensch 90 Prozent seiner Zeit in geschlossenen Räumen verbringt. Leute von heute arbeiten oft unter höhlenartigen Bedingungen. Das mag zwar für die Sicht auf den Computerbildschirm gut sein, unsere Psyche und unser emotionales Wohlbefinden leiden jedoch darunter. Derartige Arbeitsbedingungen können zu Depressionen führen, unter denen immer mehr Menschen der nördlichen Breitengrade leiden.

In einer Welt mit berührungshungrigen Kindern, arbeitsbedingten Krankheiten und einem Lebensstil ohne Bezug zur Natur brauchen wir als Gegengift eine komplexe Betrachtungsweise unserer Sinne.

A3 Was passiert mit unseren Sinnen? Suchen Sie Wörter und Wendungen aus dem Text.

... einen Angriff erleben

.....

.....



.....

.....

.....

A4 Lesen Sie den folgenden kurzen Text und ergänzen Sie die Endungen der Artikel, Adjektive und Partizipien, wenn nötig.

In ein..... kürzlich veröffentlicht..... Studie der Universität Oxford kommt man zu dem Schluss, dass d..... für den Menschen so wichtig..... Sinne un- ausgewogen beansprucht würden. Besonders d..... sehr emotional..... Tastsinn verwahrlose.

Berührung sei nicht nur wichtig für unser..... emo- tional..... Wohlergehen, sondern auch für d..... sensorisch....., kognitiv....., neurologisch..... und physisch..... Entwicklung des Menschen.

Zusatzübungen zur Wiederholung der Adjektivdeklinaton ⇒ Teil C Seite 147

A5 Lesen Sie die folgenden Beschreibungen unserer Sinne.

■ Unsere fünf Sinne



Gerüche nehmen wir eigentlich nur noch dann wahr, wenn

etwas extrem schlecht oder auffallend gut riecht. Dabei sind unsere Millionen Riechzellen, die sich alle 30 Tage erneuern, überaus empfindlich. Der Riechsinn ist der ursprünglichste und unmittelbarste Sinn. Die Riechzellen senden ihre Informationen direkt an den Teil des Gehirns (Hypothalamus), in dem auch die Gefühle und Instinkte zu Hause sind und in dem der Schlüssel zum Langzeitgedächtnis liegen soll.

Gerüche können Emotionen auslösen und uns in die Vergangenheit katapultieren. Sie rufen mitunter stärkere Erinnerungen wach als Fotografien.

Der Geruch des feuchten warmen Regenwaldes an Australiens Ostküste, des Hamburger Hafens, orientalischer Gewürze in Marrakesch – Gerüche schaffen Bilder und wirken auf unser zentrales Nervensystem, sie verursachen Stimmungen.



Wir können nur vier Geschmacksrichtungen auseinanderhalten: süß, salzig, sau-

er und bitter. Mehrere Tausend winzige Geschmacksknospen, Papillen genannt, befinden sich auf unserer Zunge. Der Geschmack geht dif- fizilere Wege als der Geruch. Die Geschmacksbotschaft wird gefil- tert, bevor sie ans Hirn weiterge- leitet wird. Die Geschmacksemp- findung ändert sich, je nachdem, ob etwas warm oder kalt ist.

Doch vieles, was wir zum Bei- spiel beim Essen über die vier Ge- schmacksrichtungen hinaus wahr- nehmen und als Geschmack be- zeichnen, sind Gerüche. Halten Sie sich einfach mal die Nase zu, schließen Sie die Augen und es- sen Sie ein Stück Apfel und Mö- re. Sie können sie nicht mehr aus- einanderhalten. Der Feinschme- cker genießt also in Wirklichkeit mit der Nase.



Der Tastsinn be- schränkt sich nicht, wie man vielleicht annehmen könnte,

auf unsere Hände und Fingerspit- zen. Die gesamte Hautoberfläche, also der gesamte Körper, fühlt mit.

Die Haut ist unser größtes Sin- nesorgan und gilt als Multitalent. Sie verfügt nicht nur über Tast- sinn, sondern auch über Tempe- ratur- und Schmerzsin. Berüh- rung ist lebensnotwendig. Babys, die oft gestreichelt werden, wach- sen schneller, sind aktiver, auf- merksamer und emotional sta- biler.



Ohne Geräusche keine Stille. In Wirklichkeit kennen wir keine absolute

Stille. Sogar wenn wir uns in einen schallgedämpften Raum zurück- ziehen, hören wir noch immer et- was: das Rauschen unseres Blutes.

Das Ohr ist wählerisch und subjektiv. Wir können uns auf be- stimmte Töne und Gespräche konzentrieren und andere Ge- räusche in den Hintergrund stel- len. Wir lieben harmonische Klän- ge. Anhaltender Lärm schädigt uns. Oft wissen wir nicht, was uns krank macht. Was uns ⇒

verückt macht, wissen wir: das nervtötende Tropfen eines Wasserhahns, das Schnarchen des Partners, das Quietschen von Kreide an der Tafel.



Der Sehsinn ist das am meisten genutzte Sinnesorgan, auf das wir im Alltag am wenigsten verzichten möchten. Über ein Drittel des Gehirns beschäftigt sich mit visu-

eller Datenverarbeitung. Auf unsere Netzhaut trifft eine Vielzahl von Eindrücken. Die Netzhaut filtert heraus, was ans Gehirn gesendet wird. Dort wird auch noch einmal kräftig selektiert. Das Sehen läuft zum großen Teil im Gehirn ab und ist ein komplexer biologischer Vorgang.

Wir nehmen immer nur Ausschnitte von dem wahr, was sich vor unserem Gesichtsfeld tum-

115 melt. Und ist das, was wir sehen, wirklich so, wie wir es sehen? Das Auge lässt sich leicht in die Irre führen: Dasselbe Grau erscheint vor dunklem Hintergrund heller als vor hellem. Gleichlange Balken erscheinen in der sogenannten Müller-Lyer-Täuschung unterschiedlich lang. Es gibt Dutzende solcher Beispiele. Wir vertrauen 120 oft auf das, was wir sehen, aber der 125 Himmel ist nun einmal nicht blau.

A6 Textarbeit

a) Suchen Sie aus dem Text Wörter, die zu den Sinnen: *Riechen, Schmecken, Tasten, Hören, Sehen* passen/gehören.

Riechen	Schmecken	Tasten	Hören	Sehen
Gerüche schlecht riechen gut riechen				

b) Wählen Sie das richtige Wort. Es gibt jeweils nur eine richtige Lösung.

■ **Unsere Sinne**

Wir haben die Fähigkeit, unsere Sinne bewusst wahrzunehmen, (1). Doch (2) unsere Sinne nehmen wir die Umwelt in uns auf. Die meisten Menschen verfügen über Millionen Riechzellen, (3) sich jeden Monat erneuern. Sie senden ihre Informationen direkt ins Gehirn. Dort (4) Erinnerungen sind in der Lage, uns emotional stark zu (5). Gerüche wirken direkt (6) unser zentrales Nervensystem. Auf unserer Zunge befinden sich mehrere Tausend winzige Geschmacksknospen. (7) die Geschmacksbotschaft von den Geschmacksknospen gefiltert worden ist, wird sie ans

Hirn weitergeleitet. Abhängig (8), ob etwas warm oder kalt ist, ändert sich die Geschmacksempfindung. Der Tastsinn (9) sich nicht auf unsere Hände und Fingerspitzen. Die gesamte Hautoberfläche verfügt neben (10) Tastsinn auch über Temperatur- und Schmerzsinne. (11) Ohr ist wählbar und subjektiv. Wir können bestimmte Geräusche in den Hintergrund (12). Ein Wasserhahn, der die ganze Zeit tropft, kann uns verückt machen. Über ein Drittel des Gehirns (13) sich mit visueller Datenverarbeitung. Unsere Netzhaut, (14) eine Menge Eindrücke treffen, filtert heraus, was ans Gehirn gesendet wird.

- | | |
|----------------------|---------------------|
| 1. a) vergessen | 8. a) davon |
| b) vermisst | b) dadurch |
| c) verloren | c) darüber |
| 2. a) über | 9. a) verengt |
| b) mit | b) beschränkt |
| c) von | c) befindet |
| 3. a) deren | 10. a) den |
| b) die | b) dem |
| c) dessen | c) der |
| 4. a) hervor-rufende | 11. a) Unsere |
| b) hervor-gerufene | b) Unseres |
| c) hervor-gerufenen | c) Unser |
| 5. a) bewegen | 12. a) stellen |
| b) fühlen | b) setzen |
| c) bewogen | c) hängen |
| 6. a) in | 13. a) beschäf-tigt |
| b) im | b) arbeitet |
| c) auf | c) bemüht |
| 7. a) Bevor | 14. a) wo |
| b) Während | b) auf die |
| c) Nachdem | c) auf der |

A7 Synästhesie

a) Lesen Sie den folgenden Text und ergänzen Sie die fehlenden Verben.

bleiben ◊ vermuten ◊ können ◊ empfinden ◊ nehmen ◊ liegen ◊ erinnern ◊ sprechen ◊ untersuchen ◊ sehen ◊ denken ◊ ausgehen ◊ schätzen ◊ hören ◊ bezeichnen ◊ geben

■ Wenn Töne leuchten

Dieses Phänomen kennt jeder: Ein Duft *liegt* in der Luft, der uns sofort an Situationen aus der Kindheit (1). Für einige Menschen (2) es jedoch nicht bei einer solch alltäglichen Kombination von Sinneseindrücken: Sie (3) Bilder hören, Buchstaben fühlen oder Töne sehen. Diese Fähigkeit (4) die Fachwelt als „Synästhesie“.

Besonders verbreitet ist das „farbige Hören“: Die Betroffenen (5) Geräusche, Wörter und Zahlen und (6) gleichzeitig Farben dazu. So

..... (7) eine Synästhetikerin etwa beim Buchstaben „o“ an ein helles Grau, das bei lauter Aussprache blau wird. Ein anderer sieht ganze Farbgemälde vor sich, sobald er Klaviermusik hört. Und eine dritte Betroffene (8) das Lachen ihres Mannes als goldglänzendes Braun, knusprig wie ein Toast mit Butter. Die Wissenschaft (9) das Phänomen ernst. Bislang (10) es jedoch wenig gesicherte Erkenntnisse über sein Entstehen. Der britische Neurologe Simon Baron (11), dass im Gehirn der Betroffenen eine

ungewöhnliche Verdrahtung existiert. Andere Studien (12) davon (12), dass ein bestimmtes Sehorgan von Synästhetikern während des Hörens aktiviert wird. Einiges (13) dafür, dass Synästhesie genetische Ursachen hat. Von 26 Betroffenen, die an der Universität Cambridge (14) wurden, hatte die Mehrzahl nahe Verwandte, die gleichfalls synästhetisch begabt waren. Fachleute (15), dass sich bei jedem 2 000. Menschen die Sinne überschneiden. Über achtzig Prozent davon sind weiblich.

b) Beschreiben Sie das Phänomen der Synästhesie mit eigenen Worten.

c) Was passt zusammen?

Bilden Sie *synästhetische Ausdrücke*. Man kann verschiedene Adjektive mit verschiedenen Nomen kombinieren.

Bei der Verschmelzung mehrerer Sinneseindrücke kann eine Stimme *weich* (Tastsinn), *warm* (Wärmeempfindung), *scharf* (Geschmack) oder *dunkel* (Sehen) sein. Auch eine menschliche Emotion/eine menschliche Tätigkeit kann durch ein Adjektiv der Sinne näher bestimmt werden (z. B. *ein warmes Gefühl*).

- | | |
|----------|--------------|
| bitter | Enttäuschung |
| süß | Stimme |
| hell | Kälte |
| dunkel | Rache |
| warm | Lachen |
| kalt | Farben |
| frostig | Duft |
| klirrend | Herz |
| weich | Beziehung |
| hart | Töne |

A8 Wortschatz

a) Zu welchen Körperteilen/Sinnesorganen passen die Verben?

horchen ◊ riechen ◊ erblicken ◊ streicheln ◊ schmausen ◊ duften ◊ hinhören ◊ zugreifen ◊ klirren ◊ abschmecken ◊ schnuppern ◊ zwinkern ◊ quietschen ◊ berühren ◊ schnüffeln ◊ kratzen ◊ schlemmen ◊ klingen ◊ antatschen ◊ latschen ◊ rattern ◊ kosten ◊ festhalten ◊ hinunterwürgen ◊ glotzen ◊ ertasten ◊ betrachten ◊ anfassen ◊ munden ◊ stinken ◊ beobachten ◊ grapschen ◊ blinzeln ◊ schlürfen ◊ verstehen ◊ erspähen ◊ klappern

Nase	Augen	Hände	Ohren	Zunge/Mund/ Gaumen

b) Redewendungen rund ums Ohr

Ordnen Sie die Redewendungen den entsprechenden Erklärungen zu.

- (1) es faustdick hinter den Ohren haben
- (2) ein offenes Ohr für jemanden haben
- (3) jemandem mit etwas in den Ohren liegen
- (4) die Ohren spitzen
- (5) jemanden übers Ohr hauen
- (6) sich etwas hinter die Ohren schreiben
- (7) auf einem Ohr taub sein
- (8) viel um die Ohren haben

- (a) Verständnis und Interesse für die Wünsche eines anderen haben
- (b) immer wieder um dasselbe bitten
- (c) jemanden betrügen
- (d) viele verschiedene Dinge zu tun haben
- (e) sehr aufmerksam zuhören
- (f) schlau und raffiniert sein
- (g) von einer bestimmten Sache nichts wissen wollen
- (h) die Lehre aus einer schlechten Erfahrung ziehen

c) Redewendungen rund um die Nase

Ordnen Sie die Redewendungen den entsprechenden Erklärungen zu.

- (1) sich an die eigene Nase fassen
- (2) auf die Nase fallen
- (3) jemanden an der Nase herumführen
- (4) jemandem etwas aus der Nase ziehen
- (5) jemandem etwas unter die Nase reiben
- (6) von etwas/von jemandem die Nase gestrichen voll haben (umg.)
- (7) jemandem etwas vor der Nase wegschnappen
- (8) seine Nase in fremde Angelegenheiten stecken

- (a) jemanden so lange fragen, bis er es sagt
- (b) keine Lust mehr haben, jemanden zu sehen oder etwas zu tun
- (c) etwas, was ein anderer auch gern hätte, schnell vor ihm kaufen oder wegnehmen
- (d) einen Misserfolg haben
- (e) jemanden mit Absicht täuschen
- (f) sich in etwas einmischen, das einen eigentlich nichts angeht
- (g) sein eigenes Verhalten überprüfen
- (h) jemanden auf unangenehme Art auf seine Fehler aufmerksam machen

d) Wählen Sie aus b) und c) vier Redewendungen aus, die Ihnen besonders gut gefallen.

Beschreiben Sie diese näher und erläutern Sie die Bedeutung der Redewendungen mit einem Beispiel.

A9

Schriftliche Stellungnahme

Wählen Sie ein Thema aus und schreiben Sie einen Text von ca. 200 Wörtern. Nehmen Sie sich dafür ca. 60 Minuten Zeit.

T H E M A A

„Wir können unsere Sinne ständig im täglichen Leben trainieren, wie unsere Muskeln beim Sport. Durch Hören, Sehen, Riechen, Schmecken, Tasten. Wir werden eine zusätzliche Gabe entdecken und uns dabei ertappen, wie wir sanft über das Holz eines Möbelstückes fahren oder den Straßenasphalt riechen.“

(Roder Schmid, Vorsitzender des Aromastoffherstellers Dracogo)

Ist es Ihrer Meinung nach sinnvoll, die fünf Sinne zu schulen?

Wenn ja, beschreiben Sie, was man zum Training der Sinne tun kann, und geben Sie einige Beispiele. Wenn nein, begründen Sie Ihre Ablehnung.

T H E M A B

Neben Bildern oder Musik sollen seit einiger Zeit auch Düfte den Kunden zum Kaufen anregen. Firmen, die das sogenannte Duftmarketing anbieten, stellen Duftsäulen in Geschäften auf und lassen den Kunden beispielsweise einen leichten Zitronenduft um die Nase wehen – gerade noch über der Wahrnehmungsschwelle. Andere Duftspezialisten arbeiten mit Geruchskompositionen, die knapp unter der Wahrnehmungsgrenze liegen, ihre Wirkung aber nicht verfehlen sollen. Beispielsweise werden so Düfte über die Klimaanlage verströmt, die das Handeln des Menschen in seinem Unterbewusstsein beeinflussen sollen.

Haben Ihrer Meinung nach solche Manipulationen Erfolg? Begründen Sie Ihre Meinung.

Wie reagieren Sie selbst auf Wohlgerüche in Kaufhäusern, in Restaurants oder im Büro?

Riechen und Schmecken

Teil A

A10 Interviewen Sie zwei Gesprächspartnerinnen/Gesprächspartner. Vergleichen Sie dann in einem zusammenfassenden mündlichen Bericht die Antworten.

	Name	Name
An welche Gerüche/Düfte aus Ihrer Kindheit erinnern Sie sich gern und warum?		
Welche Gerüche/Düfte mögen Sie jetzt besonders?		
Welche Speisen duften für Sie besonders intensiv und warum?		
Welche Feiern oder Feste sind in Ihrem Heimatland mit typischen Speisen und Gewürzen verbunden?		

A11 Gewürze
Lesen Sie die folgenden Texte.

A
Der Duft von Weihnachten
Jedes Jahr zu Weihnachten wabern wieder Duftwolken durch die Wohnungen und über die Weihnachtsmärkte. Die wunderbaren Aromen stammen zum großen Teil von Gewürzen wie Vanille, Anis, Zimt, Ingwer, Kardamom und Nelken. „Diese Zutaten wirken auf unsere seelische Befindlichkeit“, sagt der Sprecher der Apothekenkammer in Essen. Die meisten Gewürze stammen übrigens nicht aus Deutschland, sondern aus Indien, dem Nahen Osten und dem Mittelmeerraum. Wenn wir Weihnachten als Fest der Freude erleben, dann liegt das nicht allein an den Geschenken. Traditionelle Leckereien wie Zimtsterne, Anisplätzchen und Weihnachtsschokolade tragen viel zur Festtagsstimmung bei. Gewürze in Süßwaren unterstützen das Wohlbefinden auf zweierlei Art und Weise. Zum einen haben sie direkten Einfluss auf den Serotoninspiegel und verbessern so unsere Laune. Zum anderen lösen Gewürze durch ätherische Öle über Geruchsrezeptoren positive Gefühle und Emotionen aus.

B
Gewürze mit Nebenwirkungen
Gewürze riechen nicht nur gut, sie können auch vor Infektionen schützen, den Kreislauf auf Trab bringen und sogar Schmerzen lindern. Das ist schon seit dem Altertum bekannt. Aber wer denkt, dass er durch den Verzehr von Plätzchen neben der positiven Wirkung auf die Stimmung eine direkte medizinische Wirkung erzielen kann, der irrt sich, denn die verwendete Menge von Gewürzen in Süßwaren ist vergleichsweise gering. Um die Gesundheit direkt zu beeinflussen, muss man eine hohe Dosis und Konzentration der Gewürze zu sich nehmen. Den bekannten Weihnachtsgewürzen wie Vanille, Anis, Zimt, Ingwer, Kardamom und Nelken wird neben den sinnlichen Gaumenfreuden auch eine appetitanregende Wirkung zugeschrieben. Ingwer soll außerdem bei Reisekrankheiten helfen und Zimt ist als Heilmittel bei Magen-Darm-Krankheiten bekannt.

C
Monopole im Gewürzhandel
Durch die vielseitige Verwendbarkeit der Gewürze als Konservierungsmittel, Würzmittel und Grundlage für Arzneimittel war der Gewürzhandel früher ein einträgliches Geschäft. Vor allem arabische Staaten, italienische Stadtstaaten und die Kolonialmächte verteidigten ihre Monopolstellung sogar mit Waffengewalt. Die Erschließung des Seeweges von Indien nach Europa im 15. Jahrhundert stellt den Beginn der Expansion der Gewürze in Europa dar. Die teuersten Gewürze sind heute Safran, Vanille und Kardamom.

D
Begehrte Luxuswaren
 Gewürze waren ein exotisches Luxusgut, für das man im mittelalterlichen Deutschland horrenden Preise bezahlte. Gewürze waren damals Statussymbole, Zeichen des Wohlstandes. Wer es sich leisten konnte, konsumierte Gewürze in rauen Mengen. Reichtum dokumentierte sich damals auch über den Verzehr von Gewürzen. Nach heutigen Maßstäben war der Gewürzeinsatz früher geradezu exzessiv. Nicht zuletzt, weil sich der Geruch ungenießbarer, teils auch schon verdorbener Speisen durch würzige Aromen übertünchen ließ. Gewürze dienten aber auch der Konservierung, ein Grund für die Erfindung der Curry-Gewürzmischungen in Indien. In Deutschland waren bzw. sind dagegen die wenigsten Gewürze heimisch. Zu den typischen deutschen Gewürzen zählen zum Beispiel Kümmel und Majoran. So ist es kaum verwunderlich, dass Gewürze in Mitteleuropa seit jeher eine wichtige Importware sind.

E
Haltbarkeit von Gewürzen
 Gewürze sind in der Regel zwar lange, aber nicht unbegrenzt haltbar. Gemahlene Gewürze verlieren ihr Aroma schneller als ungemahlene Gewürze. Man sollte bei der Aufbewahrung darauf achten, dass die Gewürze gut verschlossen sind, damit sie nicht andere Gerüche aufnehmen. Auch zu viel Licht wirkt sich negativ auf das Aroma aus. Gewürze wie Ingwer, Kardamom, Muskatnuss, Pfefferkörner und Zimtstangen kann man im Ganzen kaufen und bei Bedarf stückweise zerkleinern und reiben, im Originalzustand halten sich diese Gewürze mindestens zwei Jahre ohne Aromaverlust. Anis, Dillsamen, Korianderkörner und Nelken können sogar noch länger (ca. vier Jahre) aufbewahrt werden. Gemahlene Gewürze beinhalten weniger ätherische Öle, die für den Geschmack und Geruch wichtig sind, deshalb sind sie nicht annähernd so lange verwendbar wie unzerkleinerte Gewürze.



A12 Textarbeit

a) Fassen Sie die Informationen der Texte unter den folgenden Gesichtspunkten zusammen.

1. Wie beeinflussen Gewürze die Gesundheit und das Wohlbefinden?

2. Welche Gründe gab es früher für die Verwendung von Gewürzen? Welche gibt es heute?

3. Warum waren Gewürze eine wichtige Importware?

4. Welche Verwendungsweise und welcher Umgang mit Gewürzen wird empfohlen?

b) Welche Gewürze werden in den Texten genannt?

c) Stellen Sie typische Gewürze vor, die in der Küche Ihres Heimatlandes verwendet werden.

d) Welche Gewürze mögen/verwenden Sie, welche nicht?



e) Finden Sie zu den unterstrichenen Wörtern Synonyme. Versuchen Sie es zuerst ohne die Hilfe im Kästchen.

großen ◊ Stimmung ◊ vermindern ◊ ziehen ◊ schon immer ◊ normal ◊ verdecken ◊ gutes ◊ in Schwung ◊ hohe

1. Duftwolken wabern durch die Wohnungen.
2. Gewürze verbessern unsere Laune.
3. Sie können den Kreislauf auf Trab bringen.
4. Gewürze können Schmerzen lindern.
5. Man bezahlte früher horrende Preise.
6. Reiche konsumierten Gewürze in rauen Mengen.
7. Der Geruch ließ sich übertünchen.
8. Es ist kaum verwunderlich, dass
9. Gewürze sind seit jeher eine Importware.
10. Der Handel war ein einträgliches Geschäft.

f) Bilden Sie Komposita. Manchmal gibt es mehrere Möglichkeiten.



- | | |
|----------------------|-----------------|
| (1) Gewürz- | (a) -wolke |
| (2) Festtags- | (b) -plätzchen |
| (3) Geruchs- | (c) -rezeptoren |
| (4) Weihnachts- | (d) -freude |
| (5) Süß- | (e) -krankheit |
| (6) Zimt- | (f) -körner |
| (7) Anis- | (g) -stimmung |
| (8) Gaumen- | (h) -stoffe |
| (9) Duft- | (i) -sterne |
| (10) Reise- | (j) -nuss |
| (11) Konservierungs- | (k) -markt |
| (12) Pfeffer- | (l) -waren |
| (13) Muskat- | (m) -nelke |

g) Bilden Sie aus den vorgegebenen Wörtern Sätze. Achten Sie u. a. auf die fehlenden Präpositionen.

1. wunderbar, Aromen – Weihnachtszeit – groß, Teil – Gewürze wie Vanille, Anis und Zimt – stammen
.....
2. diese Zutaten – unser, seelisch, Befindlichkeit – wirken
.....
3. sie – direkt, Einfluss – Serotoninspiegel – haben – und – unser, Laune – verbessern
.....
4. bekannt, Weihnachtsgewürze – appetitanregend, Wirkung – auch – zuschreiben – werden
.....
5. Zimt – Heilmittel – Magen-Darm-Krankheiten – bekannt sein
.....
6. früher – Gewürze – auch – Konservierung – dienen
.....
7. Erschließung, Seeweg – Indien → Europa – 15. Jahrhundert – Beginn, Gewürzhandel – Europa – darstellen
.....
8. teuerst-, Gewürze – heute – Safran, Vanille, Kardamom – zählen
.....

Essen

Teil A :

A13 Fragen Sie Ihre Nachbarin/Ihren Nachbarn und berichten Sie anschließend, was Sie von ihr/ihm erfahren haben.

1. Was sind typische Gerichte für Ihr Heimatland?
2. Was essen Sie persönlich am liebsten und was überhaupt nicht?
3. Ernähren Sie sich gesundheitsbewusst? Wenn ja, wie?
4. Was essen Kinder in Ihrem Heimatland in der Schule? Steht für die Kinder mittags Schulessen zur Verfügung?

A14 Esssitten

a) Beschreiben Sie die Karikatur von Volker Kriegel.



Es gehörte zu unseren Aufgaben, jeden Abend nach Dienstschluss für das Küchenpersonal die Eigenheiten der Gäste zu demonstrieren.

b) Berichten Sie.

- ◇ Was kennzeichnet in Ihrem Heimatland gute Tischmanieren?
- ◇ Geben Sie einem ausländischen Freund Tipps zum Umgang mit dem Personal in einem Restaurant (Trinkgeld, Anreden usw.). Welche Fehler sollte man vermeiden?
- ◇ Welche Restaurants in Ihrer Heimatstadt würden Sie einem Besucher empfehlen?

A15 Überfütterte Kinder

a) Sie lesen in einer Zeitung die folgende Information.

Übergewichtige Kinder

Gut 3,5 Millionen Jungen und Mädchen in Deutschland leiden an Übergewicht. Laut einer Studie der Universität Jena schadet Übergewicht bei Kindern nicht nur dem Selbstbewusstsein, sondern es schlägt sich auch auf deren Gesundheit nieder. Die Wissenschaftler konnten bei drei Viertel der untersuchten übergewichtigen Kinder Folge-

erkrankungen wie Bluthochdruck, Diabetes und andere Stoffwechselstörungen diagnostizieren.

Besonders alarmierend ist, dass die meisten betroffenen Kinder, abgesehen von ihrem zu hohem Gewicht, als gesund gelten und Stoffwechselprobleme bei Vorsorgeuntersuchungen durch Kinderärzte in der Regel nicht erkannt werden.



b) Stellungnahme

Nehmen Sie zum Thema *Übergewichtige Kinder* mündlich oder schriftlich Stellung.

Geben Sie die Informationen aus der Zeitungsmeldung wieder und gehen Sie auf Ursachen für Übergewicht bei Kindern und Jugendlichen ein. Unterbreiten Sie Vorschläge, wie sich Kinder und Jugendliche gesund ernähren können. Beschreiben Sie auch die Situation in Ihrem Heimatland.

Arbeitsweise:

1. Erarbeiten Sie zuerst in Gruppen oder alleine eine Gliederung.
2. Stellen Sie die Gliederung vor.
3. Formulieren Sie Ihren Aufsatz als Hausaufgabe nach Ihren Stichpunkten. (Wahlweise: Halten Sie anhand der Gliederung und der Stichpunkte Ihren Vortrag.)
4. Vergleichen Sie Ihren Gliederungsvorschlag mit dem Vorschlag auf der nächsten Seite.

Gliederungsvorschlag zum Thema: *Übergewichtige Kinder in Deutschland*

Einleitung	<p><i>Thema klären/abgrenzen, Begriffe definieren</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ◊ Was heißt Übergewicht? (medizinisch/in der Gesellschaft) ◊ Welchen Unterschied gibt es zwischen <i>kräftig/dick/übergewichtig/vollschlank</i>? ◊ Schönheitsideal der Gesellschaft <p><i>Gliederung erläutern/begründen</i></p>
Hauptteil	<p><i>Situation beschreiben</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ◊ in Deutschland: Jedes dritte Kind im Alter zwischen ... ist <i>übergewichtig</i>. <p><i>Entwicklung: früher – heute betrachten</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ◊ in Deutschland: Anzahl der dicken Kinder hat zugenommen. <p><i>Ursachen/Gründe nennen/gewichten</i></p> <p>grundsätzliche Frage: Genetische Veranlagung oder falsche Ernährung?</p> <p>Beschränkung auf falsche Ernährung</p> <ul style="list-style-type: none"> ◊ Situation in den Familien: unregelmäßiges, gestörtes Essverhalten <ul style="list-style-type: none"> ◊ arbeitende Eltern, kaum gemeinsame Mahlzeiten ◊ keine Zeit für gemeinsames Kochen ◊ Geld als Pausenbrot → Kauf von Süßigkeiten ◊ Fernsehen/vor dem Computer sitzen als Freizeitbeschäftigung, früher: mehr körperliche Aktivitäten, z. B. draußen spielen ◊ Rolle der Werbung für Süßigkeiten und Fast Food ◊ Fast Food als Trend/Fast-Food-Restaurants als soziale Kontaktstellen <p><i>Folgen für die Betroffenen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ◊ gestörtes Essverhalten: keine normalen Mengen, keine regelmäßigen Esszeiten/Essen nicht selbst machen/keine Kenntnisse über die Nahrungsmittel ◊ psychische Probleme: Essen aus Frust, Diäten → keine dauerhaften Erfolge beim Abnehmen → undurchbrechbarer Kreislauf → Depressionen, Minderwertigkeitskomplexe ◊ soziale Probleme mit anderen Jugendlichen/beim Finden von Lehrstellen ◊ gesundheitliche Probleme: Zunahme an Diabetes (Zuckerkrankheit) bei Kindern <p><i>Lösungsvorschläge unterbreiten</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ◊ Änderung des Essverhaltens: mehr Zeit für Essen und Kochen in der Familie, Schulung der Eltern, Training der Kinder durch Ernährungsberater ◊ mehr Bewegung ◊ Medikamente
Schluss	<p><i>Schlussfolgerungen ziehen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ◊ Änderungen des Essverhaltens realistisch? <p><i>Ausblicke geben</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ◊ Anzahl der Übergewichtigen wird ...



► Man kann Gedanken auch mithilfe einer Mindmap (Gedankenkarte) sammeln und strukturieren. Hinweise dazu siehe Erkundungen B2, Kapitel 3.

⋮ Gesunde Ernährung

Teil A :

A16 Was fällt Ihnen zum Thema *Gesunde Ernährung* ein?

a) Sammeln Sie Ideen.

.....

.....

ausreichend Obst und Gemüse essen



gesunde Ernährung

.....

.....

.....

.....

b) Wie würden Sie Ihre eigene Ernährung beschreiben? Berichten Sie.

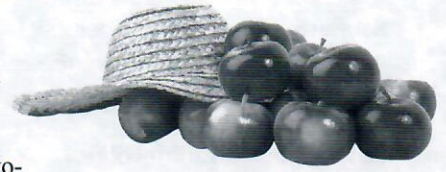
A17 Obst und Gemüse

a) Ergänzen Sie in dem folgenden Bericht die fehlenden Präpositionen.

■ Obst und Gemüse statt Fett!

Die Zusammensetzung der Nährstoffe, die wir uns nehmen, ist Mitte der Sechzigerjahre fast gleich geblieben“, sagt Professor Müller. Die Kohlenhydrate, die man aufnimmt, Nudeln, Brot und Reis etwa, entsprechen ziemlich genau dem heutigen Energieverbrauch, doch werde nach wie vor viel zu Fetthaltiges gegessen. „..... Durchschnitt der Bevölkerung werden 40 Prozent der benötigten Energie als Fett verzehrt. Das ist zu viel, es sollten nur 20 Prozent sein.“ Der Energielieferant Fett wird Deutschland besonders den Verzehr tierischen Produkten wie Fleisch,

Wurst, Milch und Käse bereitgestellt. Die Ernährungswissenschaftler stellen dieser fettorientierten Ernährung schon Langem eine Ernährung dem Motto „Five a day“ entgegen. Fünf Portionen Obst oder Gemüse Tag wäre eine ideale Ernährung, sagt Müller. Ein 80 Gramm schwerer Apfel ist Beispiel eine Portion. Doch das „Five a day“, das natürlich Fleisch und Wurst Maßen, Nudeln oder Reis kombiniert werden kann, bleibt Deutschland Illusion: Wir essen nur eineinhalb Portionen Obst und Gemüse



Tag. seinen Untersuchungen Schulkindern Kiel hat Müller festgestellt, dass besonders sozial schwach gestellten Familien Übergewicht und falsche Ernährung vorkommen. Der Verbrauch Colagetränken, Salzgebäck und Fast Food sei dort eindeutig höher, die Auswahl Lebensmitteln deutlich eingeschränkt. Hinzu komme ein größerer Fernsehkonsum, meist gleichbedeutend weniger Bewegung.

b) Suchen Sie in Gruppen für die ABC-Liste Obst- und Gemüsesorten. Sie brauchen nicht zu jedem Buchstaben ein Wort zu finden. Vergleichen Sie dann Ihre Liste mit anderen Gruppen.

A	Apfel,	G	M	S
B	H	N	T
C	I	O	U
D	J	P	V
E	K	Q	W
F	L	R	Z

c) Wie oft essen Sie Obst und Gemüse? Welche Sorten mögen Sie besonders, welche weniger? Berichten Sie.

A18 Bioprodukte

a) Nennen Sie die Ihrer Meinung nach wichtigsten Pluspunkte von Bioprodukten mithilfe der vorgegebenen Stichworte und stellen Sie eine persönliche Prioritätenliste auf. Diskutieren Sie danach in der Gruppe auch eventuelle Nachteile von Bioprodukten.

ökologisch kontrollierter Anbau

keine Pestizide

artgerechte Haltung der Tiere

keine Behandlung mit Antibiotika und Wachstumshormonen

keine gentechnische Veränderung

kein Kunstdünger

Zertifizierung und regelmäßige Kontrollen

hoher Qualitätsstandard und Qualitätskontrollen

b) Fragen Sie zwei Gesprächspartnerinnen/Gesprächspartner, welche der genannten Gründe beim eventuellen Kauf von Bioprodukten auf sie am meisten zutreffen. Kreuzen Sie diese an und lassen Sie sich die Gründe von Ihren Gesprächspartnerinnen/Gesprächspartnern näher erläutern.

Kaufen Sie Bioprodukte oder würden Sie Bioprodukte eventuell kaufen,

Name

Name

... weil Biolebensmittel ohne Chemikalien und Zusatzstoffe hergestellt sind?

... weil sie Sie an frühere Zeiten erinnern, als es noch wirklich geschmackvolles Obst und Gemüse gab?

... um damit Krankheiten vorzubeugen?

... weil Biolebensmittel viel besser schmecken?

... um damit unsere Erde für künftige Generationen zu erhalten?

... weil Sie tierlieb sind?

... weil Sie Biobauern unterstützen wollen?

Weitere Gründe?

A19 Was spricht für eine bestimmte Ernährungsweise, was dagegen? Finden Sie einzeln oder in Gruppen positive und/oder negative Argumente.



Ernährung

Fast Food

positiv: *spart Zeit*,

negativ:

selbst angebautes Obst und Gemüse

positiv:

negativ:

Fertigprodukte aus dem Supermarkt

positiv:

negativ:

Obst und Gemüse aus dem Treibhaus

positiv:

negativ:

Kantinenessen

positiv:

negativ:

Obst aus fernen Ländern

positiv:

negativ:

selbst gekochtes Essen

positiv:

negativ:

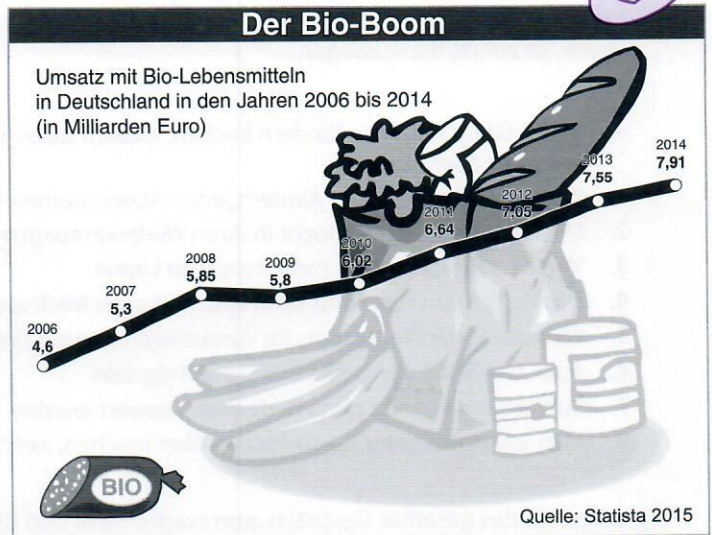
A20 Schriftlicher Ausdruck

Äußern Sie sich zum Thema *Ökologische Lebensmittel*.

Schreiben Sie,

- ◊ welche Informationen Sie der Grafik entnehmen
- ◊ was Sie mit dem Wort *Bio* verbinden (z. B. artgerechte Tierhaltung)
- ◊ in welchem Umfang und wo man in Ihrem Heimatland Bioprodukte erwerben kann
- ◊ wie Sie selbst die zukünftige Entwicklung in diesem Bereich einschätzen.

Schreiben Sie ungefähr 200 Wörter und nehmen Sie sich dafür 60 Minuten Zeit.



Ernährung und ihre Folgen

Teil A:

A21 Welchen Einfluss hat die Nahrung auf den Menschen?

- a) Berichten Sie. Welchen Einfluss hat die Ernährung auf den Menschen? Sammeln Sie einzeln oder in Gruppen Gedanken, Argumente und Beispiele.
- b) Sie hören jetzt ein Gespräch zum Thema *Gesunde Ernährung*. Hören Sie zunächst Teil 1 und Teil 2 je einmal. Beantworten Sie die folgenden Fragen in Stichworten. Lesen Sie zuerst die Fragen.

Teil 1

- ◊ Ergebnis der von Frau Perla veröffentlichten Studie: *Zunahme von übergewichtigen Kindern*
1. a) Der Prozentsatz der übergewichtigen Jungen zwischen 10 und 13 Jahren betrug 1985: *11,5 Prozent*
 beträgt heute:
 - b) Der Prozentsatz der übergewichtigen Mädchen zwischen 10 und 13 Jahren betrug 1985:
 beträgt heute: *33 Prozent*
 2. Welche Folgen des Übergewichts nennt Frau Perla?
 3. Welche Ursachen werden für diese Entwicklung angeführt?
 4. Bei welchen Lebensmitteln sollten die Eltern aufpassen?

Teil 2

5. Worauf kann die Ernährung Einfluss haben?
6. Wie wurde dieser Einfluss bewiesen?
7. Welche Eigenschaft wurde durch den vitaminreichen Nahrungszusatz abgeschwächt?
8. Was versteht man unter Zusatzstoffen in der Nahrung?
9. Was ergab der Versuch mit den Zwillingenbrüdern?
10. Aus welchem Grund kaufen Leute Fertignahrungsmittel oder Fast Food?

c) Hören Sie Teil 3. Entscheiden Sie während des Hörens oder danach, welche Aussagen richtig oder falsch sind. Lesen Sie zuerst die Aussagen.

	richtig	falsch
◇ Wenn Eltern mit ihren Kindern kochen, fördern sie einen bewussten Umgang mit den Lebensmitteln.	X	<input type="checkbox"/>
1. Eltern müssen mit ihren Kindern jeden Abend gemeinsam essen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Die Werbeindustrie versucht in ihren Werbekampagnen, Kinder als Kunden zu gewinnen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Von Kartoffelchips bekommt man gute Laune.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Das Verbot von Fast Food kann eine wirksame Maßnahme gegen Übergewicht sein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 80 Prozent der Werbespots im Vorabendprogramm sind für Kinder.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Auch bei Getränken sollte man vorsichtig sein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Süßigkeiten können ohne Bedenken verzehrt werden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Man sollte sich mehr Gedanken darüber machen, welche Lebensmittel man einkauft.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

d) Hören Sie das gesamte Gespräch zum zweiten Mal und überprüfen Sie Ihre Antworten.

e) Vergleichen Sie die Aussagen des Textes über den Einfluss der Ernährung mit Ihren Ergebnissen aus Übungsteil a).

A22 Textarbeit zum Hörtext

a) Bilden Sie aus den vorgegebenen Wörtern Sätze. Achten Sie auf fehlende Präpositionen.

◇ Prozentsatz – Mädchen – Übergewicht – 33 Prozent – liegen
Der Prozentsatz der Mädchen mit Übergewicht liegt bei 33 Prozent.

1. Hauptursache – Übergewicht – Kinder – mangeln, Bewegung – liegt

.....

2. Kinder – Fernseher – stundenlang – sitzen

.....

3. viel, Eltern – Kinder – Auto – Schule – fahren

.....

4. Fertignahrungsmittel – Supermarkt – heutig-, Ernährungsweise – wichtig, Rolle – spielen

.....

5. einig, Kinder – deutlich, Übergewicht – sogar – Diabetes – leiden

.....

6. Eltern – Kauf – Süßigkeiten – auch – Zuckergehalt – achten – sollen

.....

b) Ergänzen Sie die fehlenden Nomen.

Untersuchungen ◇ Ernährung ◇ Hungergefühl ◇ Versuch ◇ Nahrungszusatz ◇ Vergleichsgruppe ◇ Auswirkungen ◇ Beweis ◇ Scheinmedikament

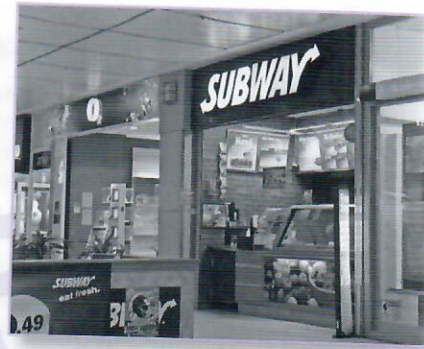


Es gibt neue wissenschaftliche *Untersuchungen*, in denen bewiesen wurde, dass falsche (1) auch unmittelbare (2) auf das Verhalten haben kann. In einem (3) haben britische Wissenschaftler einer Gruppe Jugendlicher täglich einen Cocktail aus Vitaminen, Spurenelementen und essenziellen Fettsäuren verabreicht. Die andere Gruppe erhielt ein (4). Nach neun Monaten war die Gruppe mit dem vitaminreichen (5) deutlich weniger aggressiv als die (6). Das ist ein deutlicher (7) dafür, dass Nahrung viel mehr bewirkt, als nur das (8) zu stillen.

c) Ergänzen Sie die fehlenden Verben in der richtigen Form.

erschweren ◊ werben ◊ sein ◊ ablösen ◊ sitzen ◊ handeln ◊ entziehen ◊ erzeugen ◊ nehmen ◊ fördern

Es *ist* für Jugendliche und Erwachsene nicht leicht, sich dem Fast-Food-Trend zu (1). Denn kaum jemand (2) seine eigene Nahrung selbst. Fertigprodukte haben die mühsame Feldarbeit und das stundenlange Kochen (3). Auch die milliardenschweren Reklamekampagnen der Lebensmittelindustrie (4) den Verzicht auf Hamburger oder Snacks. Bei den privaten Fernsehsendern wird in jedem dritten Werbespot für Lebensmittel (5). In der Vorabendzeit, wenn die Kinder und Jugendlichen vor den Fernsehapparaten (6), (7) 80 Prozent der Werbespots von Fast Food, Snacks und Süßigkeiten. Eltern sollten sich wieder Zeit (8), mit ihren Kindern gemeinsam zu kochen. Das (9) einen bewussten Umgang mit den Lebensmitteln.



A23 Gegensätze: Adversativangaben

a) Lesen Sie die folgenden Beispielsätze.

Adversativangaben

- ◊ Während eine Schülergruppe einen Cocktail aus Vitaminen und Spurenelementen bekam, erhielt die andere Gruppe ein Scheinmedikament. → Subjunktion
- ◊ Eine Schülergruppe bekam einen Cocktail aus Vitaminen und Spurenelementen, wohingegen/wogegen die andere Gruppe ein Scheinmedikament erhielt. → Subjunktion (Die Subjunktionen *wohingegen/wogegen* sind nur im Nachsatz möglich.)
- ◊ Eine Schülergruppe bekam einen Cocktail aus Vitaminen und Spurenelementen, dagegen/demgegenüber erhielt die andere Gruppe ein Scheinmedikament. → Konjunkionaladverbien

b) Bilden Sie Adversativsätze. Nutzen Sie zwei unterschiedliche Möglichkeiten.

- ◊ einige Eltern achten auf gesunde Ernährung – andere essen am liebsten Fast Food
 - a) *Während einige Eltern auf gesunde Ernährung achten, essen andere am liebsten Fast Food.*
 - b) *Einige Eltern achten auf gesunde Ernährung, wohingegen andere am liebsten Fast Food essen.*
- 1. mit Fertigprodukten ist das Essen in ein paar Minuten auf dem Tisch – selbst gemachtes Essen kostet Mühe und Zeit
 - a)
 - b)
- 2. eine Versuchsgruppe war nach dem Experiment ruhig und ausgeglichen – bei den anderen Kindern war eine erhöhte Aggressivität festzustellen
 - a)
 - b)
- 3. in einer x-beliebigen Limonadenflasche stecken 36 Würfel Zucker – Mineralwasser ist zuckerfrei
 - a)
 - b)
- 4. einige Supermärkte setzen verstärkt auf Bioprodukte – andere bieten nur preiswerte Nahrungsmittel an
 - a)
 - b)

Zusatzübungen zu Adversativangaben ⇨ Teil C Seite 151

Werbung für Lebensmittel

Teil A :

A24 Lesen Sie den Text und wählen Sie die richtigen Wörter, die in den Satz passen.

Die Tricks der Lebensmittelwerbung

Ein Marketingexperte der Universität Hohenheim fordert jetzt ein Medientraining für Familien, um die Tricks der Lebensmittelwerbung im Fernsehen besser durchschauen (b) zu können. Nach einer Analyse von 400 Werbespots für Lebensmittel kommt der Wissenschaftler Dr. Eckhard Benner zu (1), dass die Lebensmittelbranche sehr erfolgreich darin ist, Produkte in familiäre Erlebniswelten zu packen und Eigenschaften zu suggerieren, die diese Produkte gar nicht besitzen.

Gerade Eltern und Kinder seien das Ziel für diese Art der infiltrierenden Werbung. Wenn sich das Kind im Laden vor dem Süßigkeitenregal an den letzten TV-Spot (2), ist das für das werbetreibende Unternehmen schon die halbe Miete. „Aber eben nur die halbe, denn Käufer sind häufig die Eltern“, so Dr. Eckhard Benner. Die Werbung fahre daher immer zweigleisig und würde auch die Erwachsenen ansprechen, wobei sich die Kreativabteilungen als äußerst raffiniert erweisen. Eine der erfolgreichsten Methoden sei es, Eltern und Kinder im TV-Spot gemeinsam in einer familiären Alltagssituation zu zeigen, in der Kind und Eltern sich fröhlich anstrahlen, nachdem das Kind eine Süßigkeit bekommen hat. Das Produkt werde dadurch sowohl für das Kind als auch für die Eltern als wichtiger (3) einer glücklichen Eltern-Kind-Beziehung dargestellt.

Die zweite, ebenso erfolgreiche Methode ist die Präsentation eines „gesun-

den“ Produkts. So werden stark zuckerhaltige Süßigkeiten als „fettfrei“ bezeichnet und im TV-Spot von jungen und gesunden Menschen, am liebsten von Sportlern, angepriesen. „Das soll natürlich die (4) der Eltern beeinflussen und deren Hemmschwelle zum Kauf senken“, so Dr. Benner. „Die Eltern sollen denken, was der deutschen Nationalmannschaft gut tut, kann meinem Kind ja wohl nicht schaden.“ (5) werden diese Effekte noch durch einen weiteren Griff in die Trickkiste, das sogenannte „Responsible Marketing“. „Dabei wird der Kauf des Produktes mit einem sozialen Mehrwert verbunden, etwa mit der Bereitstellung von Schulheften für Entwicklungsländer“, erläutert der Hohenheimer Marketingexperte. Das alles (6) dem Ziel, dem Produkt eine positive Bedeutung beizumessen.

„Familien müssen die Möglichkeit haben, hinter die blendende Fassade der Werbung zu schauen“, fordert Dr. Benner. Er verweist dabei auf die guten Erfahrungen, die die Verbraucherzentralen in Baden-Württemberg mit (7) Trainingsangeboten für Grundschüler gemacht haben. Die Stuttgarter Verbraucherzentrale arbeitete mit Beispielen, bei denen sich die Schüler mit speziellen Werbebotschaften (8) mussten. Das schärft die Wahrnehmung der zukünftigen Kundenschaft. Es sei aber auch wichtig, solche Angebote den Eltern zu unterbreiten, denn genau diese hat die Werbeindustrie im (9).

- ◇ a) sehen
- ◇ b) durchschauen
- ◇ c) kennen
- 1. a) dem Schluss
- b) der Folge
- c) der Sache
- 2. a) träumt
- b) erinnert
- c) sieht
- 3. a) Ergebnis
- b) Grundlage
- c) Bestandteil
- 4. a) Wahrnehmung
- b) Erfahrung
- c) Widerspruch
- 5. a) Gelöscht
- b) Geschwächt
- c) Verstärkt
- 6. a) führt
- b) dient
- c) kommt
- 7. a) entsprechenden
- b) unpassenden
- c) ausgeschriebenen
- 8. a) lernen
- b) kämpfen
- c) auseinandersetzen
- 9. a) Ausblick
- b) Blickfeld
- c) Interesse

A25 Fassen Sie den Text zusammen und gehen Sie dabei auf die folgenden Fragen ein.

- ◇ Wie versucht die Werbung, die Produkte darzustellen?
- ◇ An wen richtet sich die Werbung?
- ◇ Was empfiehlt der Autor?

A26 Welches Adjektiv passt? Ordnen Sie zu. Achten Sie auch auf die Adjektivendungen.

glücklich ◇ raffiniert ◇ zuckerhaltig ◇ familiär ◇ gesund ◇ positiv ◇ wichtig ◇ jung ◇ sozial

Werbetreibende Unternehmen

- ◇ packen ihre Produkte in Erlebniswelten.
- ◇ stellen Produkte als Bestandteil einer Eltern-Kind-Beziehung dar.
- ◇ bezeichnen Süßigkeiten als fettfrei.

- ◇ nutzen Methoden.
- ◇ werben für ihre Produkte mit und Menschen.
- ◇ verbinden den Kauf eines Produkts mit einem Mehrwert.
- ◇ wollen der Produktbotschaft eine Bedeutung beimessen.

A27 Besondere Attribute

a) Bilden Sie Attribute wie im Beispiel.

► Eine der erfolgreichsten Werbemethoden ist es, das Produkt als gesund zu präsentieren.
 ↓ ↓
 Platzhalter für: Attribut und Nomen im Genitiv Plural
eine (die) Methode

- | | |
|------------------------------|---------------------------------------|
| ◇ meistgesehen, Film | <i>einer der meistgesehenen Filme</i> |
| 1. bestgekleidet, Männer | |
| 2. beliebtest-, Schauspieler | |
| 3. meistgelesen, Bücher | |
| 4. bestaussehend, Frauen | |
| 5. schnellst-, Autos | |
| 6. aufwendig, Werbespots | |

b) Die richtige Beschreibung ist alles!

Bilden Sie zusammengesetzte Adjektive. Welches Nomen passt?

Stock ◇ Felsen ◇ Knall (2 x) ◇ Stein ◇ Bild ◇ Zucker ◇ Pech ◇ Spindel ◇ Feder ◇ Nagel ◇ Spott ◇ Tod

- | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| ◇ ein (-gelb) Auto | <i>ein knallgelbes Auto</i> | |
| 1. eine (-süß) Limonade | | 7. ein (-dunkel) Raum |
| 2. eine (-fest) Überzeugung | | 8. ein (-reich) Onkel |
| 3. eine (-hart) Verhandlung | | 9. (-schwarz) Haare |
| 4. ein (-dürr) Model | | 10. (-neu) Schuhe |
| 5. ein (-schön) Kleid | | 11. eine (-leicht) Decke |
| 6. (-billig) Produkte | | 12. ein (-sicher) Tipp |

Zusatzübungen zu besonderen Attributen ⇨ Teil C Seite 150

A28 Interview

Stellen Sie zwei Gesprächspartnerinnen/Gesprächspartnern die folgenden Fragen zum Thema *Werbung*. Vergleichen Sie dann die Aussagen in einem kleinen Vortrag und legen Sie Ihre eigene Auffassung dazu dar.

	Name	Name
Was ist für Sie positiv bzw. negativ an Fernseh- oder Kinowerbung?	<div style="border: 1px solid black; height: 40px;"></div>	<div style="border: 1px solid black; height: 40px;"></div>
Fällt Ihnen ein Werbespot ein, den Sie besonders gut oder schlecht finden? Wenn ja, beschreiben Sie ihn.	<div style="border: 1px solid black; height: 40px;"></div>	<div style="border: 1px solid black; height: 40px;"></div>
Sollte man Werbung im Fernsehen oder im Kino für Kinder verbieten oder nicht verbieten? Warum?	<div style="border: 1px solid black; height: 40px;"></div>	<div style="border: 1px solid black; height: 40px;"></div>
Was halten Sie von der Werbung für wohltätige Zwecke?	<div style="border: 1px solid black; height: 40px;"></div>	<div style="border: 1px solid black; height: 40px;"></div>
Gibt es in Ihrem Heimatland bekannte Werbesprüche? Wenn ja, welcher gefällt Ihnen am besten?	<div style="border: 1px solid black; height: 40px;"></div>	<div style="border: 1px solid black; height: 40px;"></div>

A29 Werbesprüche
Lesen Sie den folgenden Text.

■ „Komm rein und finde wieder raus“

Nach einer Untersuchung an der Universität Dortmund steht jetzt fest: Anglizismen in der Werbung sind deutschen Konsumenten nicht nur oft unverständlich, sondern sie lassen die Konsumenten auch kalt. Den Ergebnissen zufolge sollten Marketingprofis häufiger auf ihre gute alte Muttersprache zurückgreifen, statt das Publikum mit englischen Slogans zu bombardieren.

Die Dortmunder testeten zehn Werbesprüche, indem sie wie bei einem Lügendetektor den Hautwiderstand von 24 Probanden beim Abspielen von Werbeslogans maßen. Deutlich stärkere Gefühlsreaktionen beobachteten sie bei den deutschen Slogans. Dazu zählten „Wir sind da“, „Ganz schön clever“, „Wenn's um Geld geht“, „Geiz ist geil“ sowie „Wohnst du noch oder lebst du schon?“. Die beiden letzten Sprüche lösten die stärksten Reaktionen aus. Englische Werbetexte dagegen perlen an den Teilnehmern meist ab. Getes-

30 tet wurden u. a. „Come in and find out“ (Douglas) und „Have a break, have a KIT KAT“ (Nestlé).



Der Hauptgrund für die ausbleibende Wirkung sind schlichte Verständnisprobleme: Eine aktuelle Studie der Beratungsfirma Endmark zeigt, dass weniger als die Hälfte der Deutschen englische Werbesprüche richtig übersetzen kann. Das Ergebnis verblüffte selbst eingefleischte Sprachpuristen: So scheiterten 85 Prozent der Befragten am kurzen Slogan „Be inspired“

45 (Siemens mobile). Ebenso verheerend fiel der Test bei anderen Sprüchen aus. So übersetzten viele Teilnehmer den Slogan „Come in and find out“ (Douglas) mit „Komm rein und finde wieder heraus“ und „Drive alive“ (Mitsubishi) mit „Fahre lebend“ (statt „lebendiges Fahren“) – das hatten die Unternehmen nun wirklich nicht gemeint! Selbst den McDonald's-Klassiker „Every time a good time“ konnten nur 59 Prozent der Befragten korrekt übersetzen.

60 Die Teilnehmer der Untersuchung waren alle zwischen 14 und 59 Jahre alt – eine Zielgruppe, die in der Werbung als die kaufkräftigste und somit spannendste gilt. 65 Konzerne wie McDonald's oder Douglas haben schon reagiert. Sie schwenken um und benutzen in der Werbung wieder deutsche Slogans. Auf „Every time a good time“ folgt nun „Ich liebe es“, aus „Come in and find out“ wurde „Douglas macht das Leben schöner“.

A30 Textarbeit

a) Hier stehen sieben Aussagen zum Text. Welche sind richtig, welche falsch? Kreuzen Sie an.

	richtig	falsch
1. Englische Werbesprüche rauschen an vielen deutschen Konsumenten vorbei.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Vielen Deutschen mangelt es an guten Englischkenntnissen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Wissenschaftler untersuchten, wie viele Anglizismen in deutschen Werbesprüchen zu finden sind.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Die Versuchspersonen reagierten emotional am stärksten auf Werbeslogans wie „Geiz ist geil“.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Die Teilnehmer der Untersuchung gehören zur kaufkräftigsten Zielgruppe.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Einen Werbespruch der Kette Douglas übersetzten viele Konsumenten fehlerhaft.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Unternehmen werden in Zukunft mehr Slogans einsetzen, die sowohl deutsche als auch englische Begriffe enthalten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

b) Ergänzen Sie die fehlenden Informationen.

Eine Untersuchung der Universität Dortmund hat(1), dass deutsche Konsumenten englischsprachige Werbesprüche nicht(2). Auch emotional scheinen Anglizismen auf Käufer in Deutschland keine große(3) auszuüben. Der(4) dafür sind offensichtlich Verständigungsschwierigkeiten. In einer Studie der Beratungsfirma Endmark stellte sich heraus, dass weniger als die Hälfte der Deutschen englische Werbesprüche richtig(5) kann. Besonders(6) fiel der Test bei Werbesprüchen der Firmen Douglas und Mitsubishi aus. Dieses Ergebnis war für viele(7). Einige deutsche Marketingexperten(8) sofort und griffen auf Slogans in ihrer guten alten Muttersprache zurück.

c) Suchen Sie die Synonyme im Text.

- | | |
|--------------------------------------|------------------------------------|
| 1. <u>der Verbraucher</u> | 5. <u>die Versuchsperson</u> |
| 2. <u>das Resultat</u> | 6. <u>erproben</u> |
| 3. <u>der Marketingexperte</u> | 7. <u>erstaunen</u> |
| 4. <u>der Werbespruch</u> | 8. <u>schlecht ausfallen</u> |

d) Bilden Sie aus den vorgegebenen Wörtern Sätze. Achten Sie u. a. auf die fehlenden Präpositionen.

- Anglizismen – Werbung – deutsch, Konsumenten – oft unverständlich – sein – nicht nur ... sondern auch – sie – Konsumenten – kalt lassen
.....
- Testergebnisse – zufolge – Marketingprofis – häufiger – ihr, gut, alt, Muttersprache – zurückgreifen – sollten
.....
- Dortmunder Wissenschaftler – zehn Werbesprüche – 24 Probanden – testen
.....
- sie – deutlich stärker, Gefühlsreaktionen – deutsch, Slogans – beobachten – und – Hauptgrund – ausbleibend, Wirkung – schlicht, Verständnisprobleme – vermuten
.....
- Resultat – selbst eingefleischt, Sprachpuristen – verblüffen
.....
- Zielgruppe, 14- bis 59-Jährigen – Werbung – kaufkräftigste und somit spannendste – gelten
.....

A31

Berühmte Werbeslogans, die zu Redensarten wurden

Für welche Produkte/Anbieter werben die folgenden in Deutschland sehr bekannten Werbesprüche? Raten Sie.

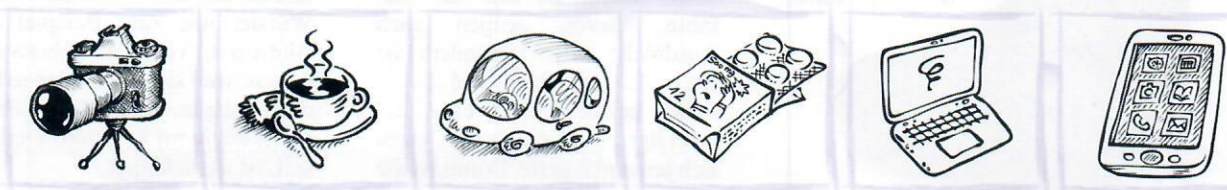
- | | |
|--|--|
| 1. Ich will so bleiben wie ich bin. | <ul style="list-style-type: none"> ◇ Waschmittel ◇ fettreduzierte Lebensmittel ◇ alkoholfreies Bier ◇ Kreditkarte ◇ Zigaretten ◇ Medikamente ◇ Mineralwasser ◇ Braunkohle ◇ Bank ◇ Schokolade ◇ Zahncreme ◇ Schnaps ◇ Deutsche Bahn |
| 2. Weißer geht's nicht. | |
| 3. Nicht immer, aber immer öfter. | |
| 4. Dieses Wasser muss durch einen tiefen Stein. | |
| 5. Der nächste Winter kommt bestimmt. | |
| 6. Bezahlen Sie einfach mit Ihrem guten Namen. | |
| 7. Er hat überhaupt nicht gebohrt! | |
| 8. Quadratisch, praktisch, gut. | |
| 9. Man gönnt sich ja sonst nichts. | |
| 10. Wenn's ums Geld geht. | |
| 11. Alle reden vom Wetter. Wir nicht. | |
| 12. Der Duft der großen weiten Welt. | |
| 13. Gute Preise. Gute Besserung. | |

A32

Produkte anpreisen

Erfinden Sie in Gruppen deutsche Werbesprüche für die folgenden Produkte.

Beschreiben Sie dann die Produkte werbewirksam. Stellen Sie Ihre Ergebnisse im Plenum vor.



Von Fleisch und Wurst

Teil B – fakultativ

Die Texte und Aufgaben in diesem fakultativen Teil B stellen ein Angebot für Lerner und Lerngruppen dar, die ihre sprachlichen Fähigkeiten zusätzlich erweitern möchten.

B1 Berichten Sie.

- ◊ Welche Fleischsorten bevorzugt man in Ihrem Heimatland?
- ◊ Gibt es Fleisch, das nicht gegessen werden darf?
- ◊ Wird der Verzehr von Fleisch durch Meldungen über Fleisch als BSE-Überträger oder mit bestimmten Zusatzstoffen verseuchtes Fleisch (Hormonen z. B.) beeinträchtigt? Wenn ja, wie äußert sich das?
- ◊ Ändert sich Ihr eigenes Essverhalten, wenn Sie negative Berichte über Fleisch hören/lesen/sehen?



B2 Redensarten mit Wurst und Fleisch

a) Ordnen Sie die passende Erklärung zu.

ein dummer, lächerlicher Mensch ◊ stark abnehmen ◊ sich selbst ungewollt schaden ◊ ein bemitleidenswerter, unbedeutender Mensch ◊ es geht jetzt um alles ◊ verärgert sein ◊ die eigenen Kinder ◊ mit kleinem Einsatz etwas Größeres erreichen wollen ◊ zur Gewohnheit werden ◊ das ist mir egal

1. Es geht um die Wurst!
2. sich ins eigene Fleisch schneiden
3. die beleidigte Leberwurst spielen
4. mit der Wurst nach dem Schinken werfen
5. Das ist mir wurst!
6. ein Hanswurst
7. etwas geht in Fleisch und Blut über
8. vom Fleisch fallen
9. ein armes, kleines Würstchen
10. sein eigen Fleisch und Blut

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

b) Warum sagen wir eigentlich *beleidigte Leberwurst*?

Lesen Sie die folgende Erklärung und ergänzen Sie die Endungen der Adjektive und Artikel.

Die Geschichte von der beleidigten Leberwurst

Die Leberwurst gehört zusammen mit der Blutwurst auf die „Schlachtplatte“ und damit zu einem der typisch deutschen Gerichte. Aber sie ist kein Erfindung der Deutschen. Wie die Blutwurst war auch die Leberwurst schon in d. Antike



10 bekannt. Vor allem d. alt. Römer waren begeistert. Wurstesser – bei ihnen kamen ganz gebraten. Schweine auf d. Tisch, deren Bauch mit Würsten gefüllt war. Die Leber galt in d. alt. Medizin bis weit in d. Renaissance hinein als Sitz der Gefühle. Davon zeugen auch 20 Ausdrücke wie: jemandem ist ein Laus über d. Leber gelaufen oder ein beleidigt. Leber haben, wenn sich jemand ärgerte. Damit ist die

25 Leber erklärt, aber wieso heißt es Leberwurst? Die Redewendung „beleidigte Leberwurst“ beruht auf ein alt. Erzählung. In der geht es um eine Leberwurst, die im kochend Wasser ein Kessels vor Wut platzt. Denn der Metzger nimmt all. ander Würste, wie zum Beispiel die Blutwurst, vor der Leberwurst heraus, weil sie nicht so lange kochen müssen. Und da die Leberwurst allein im Kochtopf bleiben soll, ist sie beleidigt.

B3 Lesen Sie die folgende Zeitungsmitteilung.

■ Braten vor Gericht

Bei dem Hahn, der 1474 auf dem Kohlenberg zu Basel öffentlich verbrannt wurde, handelte es sich zweifellos um einen Kriminellen: Er hatte ein Ei gelegt. Im Mittelalter wurde verbrecherischen Tieren der Prozess gemacht – sie konnten sich nicht darauf berufen, nicht Mensch zu sein. Tierische Täter wurden angeklagt, von einem Anwalt verteidigt, und ein Richter sprach Recht. Noch im 18. Jahrhundert erhielt in England ein Schwein, das ein Kind getötet hatte, den Strick. Ein Pferd wurde von einem Richter vom Kutschpferd zum Arbeitspferd degradiert, der Kutscher hatte einen Unfall nicht überlebt.

Aber nun haben sich die Zeiten geändert. In der modernen Welt wird nicht mehr ganzes Getier vor den Richter gezerrt. Im sächsischen Auerbach stand unlängst bloß ein Stück Rindfleisch vor dem Amtsgericht. Es

handelte sich um den vogtländischen Sauerbraten.

Folgendes hatte sich zugetragen: In der Gaststätte *Schützenhaus* im Dorf Mylau hatte ein Gast seinen Sauerbraten zurückgehen lassen und sich geweigert, das Gericht zu bezahlen. Die Soße war ihm zu hell, zu mehlig und das Rotkraut sei zerkoht gewesen. Die Wirtin fand das nicht spaßig, sie rief die Polizei. Die riet ihr, auf das Geld zu verzichten. Später aber klagte sie die Zahlung ein: „Mir geht es ums Prinzip und um die Ehre.“

Und so beschäftigte sich das Auerbacher Amtsgericht mehrere Monate lang mit Kochkünsten sowie Geschmäckern und rätselte über die korrekte Zubereitung eines Sauerbratens „mittlerer Güte“.

Keine leichte Aufgabe für den Richter, zumal es ihm nicht vergönnt war, am „Corpus Delicti“ zu schnuppern. Es stand nicht mehr zur Verfügung. Die Wirtin bestand darauf, das Fleisch korrekt im Sud aus Zwiebeln, Möhren und Essig ziehen gelassen zu haben. Mit Soßenkuchen (brauner Pfefferkuchen) habe sie die Soße gebunden. Essig und Zucker habe dann dem Ganzen einen fürstlichen Geschmack verliehen.

Da musste ein Sachverständiger her. Doch das Rezept für den hundertprozentigen Original-Vogtländer Sauerbraten konnte der Kochausbilder nicht präsentieren. Zu viele Möglichkeiten gibt es, das Fleisch sauer einzulegen. Die Zubereitung variiert von Gasthaus zu Gasthaus.

Deshalb musste der Richter passen. Er wies die Klage der Gastwirtin ab, denn ein „Sauerbraten mittlerer Güte“ war nicht zu beweisen.



*Sauerbraten = Braten aus in Essigmarinade eingelegtem Rindfleisch

B4 Fassen Sie den Zeitungstext mit eigenen Worten zusammen.

B5 Formen Sie die Sätze um. Verwenden Sie dabei die in Klammern angegebenen Ausdrücke.

◇ Im Mittelalter wurde verbrecherischen Tieren der Prozess gemacht. (Gericht, stellen)
Im Mittelalter wurden verbrecherische Tiere vor Gericht gestellt.

1. In der Gaststätte *Schützenhaus* hatte ein Gast seinen Sauerbraten zurückgehen lassen. (nicht schmecken)

2. Dem Richter war es nicht vergönnt, am „Corpus Delicti“ zu schnuppern. (keine Möglichkeit)

3. Da musste ein Sachverständiger her. (Meinung, fragen)

4. Der Richter musste passen. (keinen Rat mehr wissen)

5. Er wies die Klage der Gastwirtin ab, denn ein „Sauerbraten mittlerer Güte“ war nicht zu beweisen. (kein Beweis, erbringen, können [Passiv])

B6 Sauerbraten ist ein typisch deutsches Fleischgericht. Berichten Sie über ein typisches Fleischgericht aus Ihrem Heimatland und dessen Zubereitung.

B7 Die Currywurst

a) Kennen Sie die berühmteste deutsche Wurst – die Currywurst? Haben Sie schon mal eine gegessen? Lesen Sie den folgenden Text.

■ Wer erfand die Currywurst?

Vor einiger Zeit trafen sich zwei Currywurstexperten in einer kleinen Buchhandlung in Berlin, um über den Herkunftsort der Leibspeise unzähliger Deutscher zu diskutieren: der Schriftsteller Uwe Timm und sein Berufskollege Gerd Rüdiger. Die beiden Schöngelster prallten mit ihren Ansichten so heftig aufeinander, dass nach Beobachtung der *Berliner Morgenpost* fast die Fleischfetzen flogen*.

Uwe Timm erzählt in seinem Roman *Die Entdeckung der Currywurst*, wie die Hamburgerin

Lena Brückner zwei Jahre nach Kriegsende zufällig die herzhaft Würzwurst schuf. Als sie – in der einen Hand den Curry, in der anderen den Ketchup – auf einer Treppe stolperte, geschah das Wunder. Beide Zutaten vermengten sich zu jener Soße, die die Currywurst erst zur Currywurst macht. Von da an verkaufte die Romanheldin das Zufallsprodukt auf dem Hamburger Großneunmarkt und von dort aus begann die Spezialität ihren Siegeszug.

Gerd Rüdiger, der in Berlin lebt, widerspricht der Timmschen

Darstellung entschieden. „Die Romanvariante ist vielleicht schöner. Aber die Geschichte der Currywurst ist eindeutig eine Berliner Geschichte“, kontert der Autor. In seinem Buch *Currywurst. Ein anderer Führer durch Berlin* fängt die Ketchup-Spur in Berlin an und dort hört sie auch auf. Herta Heuwer machte am 9. September 1949 in ihrer Imbissbude am Stuttgarter Platz zuerst die sagenhafte Entdeckung.

Und sie ließ sich ihr Rezept patentieren: Das Zeugnis wurde am 21. Januar 1959 ausgestellt.

*die Fleischfetzen flogen = ist eine Anspielung auf den Ausdruck: die Fetzen fliegen = eine handgreifliche Auseinandersetzung

b) Suchen Sie für die unterstrichenen Wörter synonyme Wendungen im Text.

- | | |
|---|---|
| 1. <u>Lieblingsgericht</u> | 4. <u>erwidert</u> der Autor |
| 2. Ansichten <u>kollidieren</u> | 5. <u>erstaunliche</u> Entdeckung |
| 3. etwas <u>vermischt</u> sich zu | |

B8 Berichten Sie über Imbissbuden in Ihrem Heimatland.

Wo gibt es welche? Was bieten sie an? Wer isst dort? Was sollte ein Ausländer unbedingt mal probieren, was lieber nicht?

B9 Und so bestellt man in Berlin eine Currywurst. Lesen Sie den folgenden Text mit Ihrer Gesprächspartnerin/Ihrem Gesprächspartner im Dialog.

Spät war es geworden. Ich ging an einem Currywurst-Imbiss vorbei und blieb stehen. Es war fast acht Stunden her, dass ich eine Currywurst gegessen hatte.

„Abend.“

„Abend.“

„Ja, ich möchte gern zwei Currywürste, eine Portion Pommes und ein Bier.“

„Auf einem Teller?“

„Ja.“

„Einpacken oder gleich essen?“

„Zum Hieressen.“

„Curry mit oder ohne Darm?“

„Mit.“

„Scharf oder nicht so scharf?“

„Mittelscharf.“

„Ein Brötchen dazu?“

„Nee.“

„Ketchup oder Mayo auf die Pommes?“

„Nur Salz.“

„Großes oder kleines Bier?“

„Kleines.“

„Schultheiß oder Kindl?“

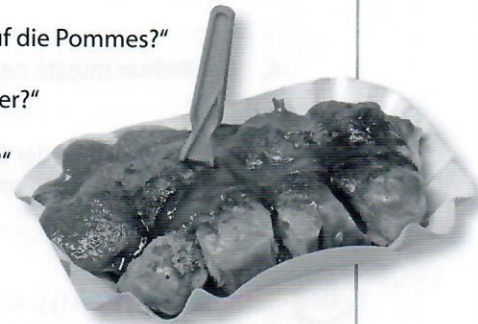
„Kindl.“

„Flasche oder Dose?“

„Dose.“

„Kalt?“

„Ja.“



: Deklination der Adjektive

Teil C :

Typ A: Adjektive nach *der/dieser/jener/jeder/mancher*/solcher*/welcher*/sämtliche*/beide/alle*

Kasus	Singular									Plural		
	maskulin			feminin			neutral					
Nominativ	der	alte	Mann	die	schöne	Frau	das	kleine	Kind	die	reichen	Leute
Akkusativ	den	alten	Mann	die	schöne	Frau	das	kleine	Kind	die	reichen	Leute
Dativ	dem	alten	Mann	der	schönen	Frau	dem	kleinen	Kind	den	reichen	Leuten
Genitiv	des	alten	Mannes	der	schönen	Frau	des	kleinen	Kindes	der	reichen	Leute

Typ B: Adjektive nach *ein/mein/dein/sein/ihr/unser/euer/Ihr/kein*

Kasus	Singular									Plural		
	maskulin			feminin			neutral					
Nominativ	ein	alter	Mann	eine	schöne	Frau	ein	kleines	Kind	keine	reichen	Leute
Akkusativ	einen	alten	Mann	eine	schöne	Frau	ein	kleines	Kind	keine	reichen	Leute
Dativ	einem	alten	Mann	einer	schönen	Frau	einem	kleinen	Kind	keinen	reichen	Leuten
Genitiv	eines	alten	Mannes	einer	schönen	Frau	eines	kleinen	Kindes	keiner	reichen	Leute

Typ C: Adjektive, vor denen kein Artikel steht

Kasus	Singular						Plural		
	maskulin		feminin		neutral				
Nominativ	roter	Wein	frische	Milch	kaltes	Wasser	reiche	Leute	
Akkusativ	roten	Wein	frische	Milch	kaltes	Wasser	reiche	Leute	
Dativ	rotem	Wein	frischer	Milch	kaltem	Wasser	reichen	Leuten	
Genitiv	roten	Weines	frischer	Milch	kalten	Wassers	reicher	Leute	
Nominativ							viele	reiche	Leute
Akkusativ							viele	reiche	Leute
Dativ							vielen	reichen	Leuten
Genitiv							vieler	reicher	Leute

► Wie Typ C werden auch: *einige, einzelne, verschiedene, zahlreiche, viele, wenige, manche*, solche*, welche*, sämtliche** dekliniert und die danach stehenden Adjektive.

*Deklination nach Typ A oder Typ C (beides möglich)

Achtung!

viele ↓ Adjektiv	langjährige ↓ Adjektiv	Mitarbeiter	→ Typ C
alle ↓ Artikel	langjährigen ↓ Adjektiv	Mitarbeiter	→ Typ A



C1 Ergänzen Sie die fehlenden Adjektive zum Thema *Essen*.

welk ♦ sauer ♦ scharf ♦ fade ♦ zäh ♦ frisch ♦ knusprig ♦ süß ♦ gebunden ♦ abgestanden ♦ verwelkt ♦ zerkocht ♦ schal

1. Die Brötchen sind aber schön
2. Marmelade mag ich nicht, sie ist mir zu
3. Der Salat ist nicht mehr Er ist an manchen Stellen sogar schon/
4. Die Äpfel sind nicht süß, sondern
5. Da ist ja gar kein Schaum mehr auf dem Bier. Wahrscheinlich ist es ganz/
6. Die meisten Currygerichte sind mir zu
7. In der Suppe ist nicht genug Salz, sie schmeckt ein bisschen
8. Das Rotkraut ist viel zu weich, es ist
9. Der Braten wird mit einer Soße serviert.
10. Das Fleisch ist so, da beißt man sich die Zähne dran aus.

C2 Ergänzen Sie die Endungen der Artikel und Adjektive, wenn nötig.

■ Ein klein Geschichte des Essbestecks

Der Weg von Messern und Löffeln hat schon in vorchristlich..... Zeiten an römisch..... Tischen begonnen, an denen vornehm..... Esser saßen oder vielmehr lagen. Auf ein..... niedrig..... gepolstert..... Bank ließen sich d..... reich..... Römer von Sklaven bereits zerschnitten..... und angerichtet..... Stücke reichen und führten diese 10 per Messer oder Löffel in den Mund. Die Gabel war damals ein selten vorkommend..... Essgerät, das nur zum Aufspießen groß..... Früchte verwendet wurde. Einfach..... Leute handhabten das 15 schlichter. Sie nahmen nur d..... eisen..... Messer zum Zerkleinern der Speisen, für den Rest gebrauchten sie ihre Finger.

D..... stürmisch..... Zeit der Völkerwanderung im früh..... Mittelalter ließ d..... römisch..... Tafelkultur für einig..... Zeit in Vergessenheit geraten. Erst im 15. Jahrhundert zogen, gemeinsam mit den Tischsitten, die Essgeräte in d..... mitteleuropäisch..... Haushalte ein: 20 schlicht..... Messer aus Eisen mit Horn- oder Holzgriffen, selbst geschnitzt..... Holzlöffel oder Löffel aus Messing, Zinn oder Silber.

Die Gabel stach mit königlich..... Hilfe unter den Esswerkzeugen hervor. Ausgerechnet Heinrich der Dritt....., auch der Sittenlos..... genannt, verschaffte der Gabel ein..... fest..... Platz an der Tafel. Für d..... einfach..... Leute blieb die Gabel suspekt, zum einen, weil man auf dem Wege vom Teller zum Mund die Hälfte der Speisen wieder 25

verlor, zum anderen, weil die Ähnlichkeit

40 der Gabel mit dem Dreizack d..... böse..... Satans d..... oft abergläubisch..... Volk erschreckte.

D..... französisch..... Lebensstil machte an fast all..... deutsch..... Fürstenthöfen des 18. Jahrhunderts Furore, vor allem am Hofe Friedrichs des Groß..... (1730–1789), der ein..... leidenschaftlich..... Anhänger d..... französisch..... Kultur war. Leicht hatte es aber die Gabel trotz all..... königlich..... Unterstützung nicht. England und Schottland widersetzten sich noch lange d..... angeblich sündhaft..... Gabelgebrauch.

Ab dem 19. Jahrhundert übernahm d..... gehoben..... Bürgertum die Esskultur d..... 55 adlig..... Gesellschaftsschicht, später folgte die ganze Bevölkerung. D..... steigend..... Ansprüchen kam das Anwachsen der Besteckindustrie entgegen, die bald das Essbesteck als Massenware zu günstig..... Preisen liefern konnte. Bis ca. 1950 lagen die Benutzer von Messer und Gabel mit 320 Millionen hinter den Stäbchen-Essern (550 Millionen) und den Verwendern der gottgegeben..... handeigen..... Werkzeuge (740 Millionen) 60 zurück. Heute liegt das Verhältnis etwa bei einem Drittel.

C3 Ergänzen Sie die Endungen der Artikel und Adjektive, wenn nötig.

■ Es gibt keine Glückspilze oder Pechvögel

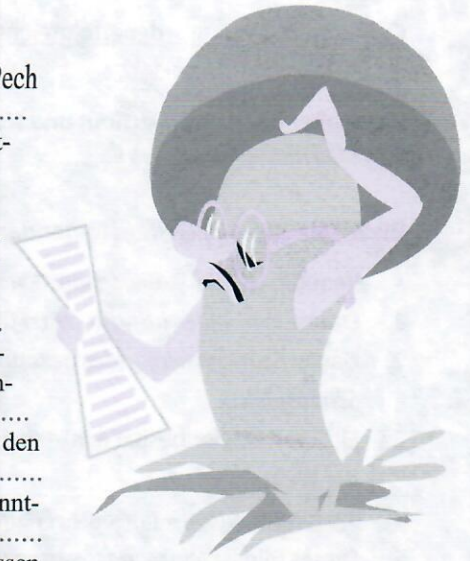
Es gibt kein..... ausgesprochen..... Glückspilze, diese Binsenweisheit* bestärkte jetzt ein..... britisch..... Psychologie von der Universität Herfordshire. In sein..... interessant..... Studie wurden über ein.... länger..... Zeitraum 400 freiwillig..... Kandidaten untersucht, die von sich behaupteten, sie würden ein..... glücklich..... oder unglücklich..... Leben führen.

Einige erzählten zum Beispiel, dass sie genau zur richtigen Zeit am richtigen Ort waren, um ein..... toll..... Job zu bekommen. Oder sie hätten auf ein..... langweilig..... Party, die sie eigentlich gar nicht besuchen wollten, d..... lang gesucht..... Lebenspartner getroffen. Andere wiederum klagten, dass sie einen Zug versäumten und dann zu

25 ihr..... noch größer..... Pech im nächst..... Zug ein..... schrecklich..... Unfall hatten.

Das „Glück“ oder „Unglück“ d..... befragt..... Personen erklärt sich aber nach Meinung des Wissenschaftlers nicht aus ein..... Laune des Schicksals heraus, sondern aus der Persönlichkeit jed..... einzelnen..... Menschen. So zeigten bei den Tests die „Glückskinder“ d..... besser..... Menschenkenntnis, die sie gegen lügend..... und betrügend..... Zeitgenossen schützte.

Der Wissenschaftler kam zu d..... wenig überraschend..... Erkenntnis, dass d..... alt..... römisch..... Motto: „D..... Tapfer..... hilft das Glück“ immer noch stimmt. Die



„Glückspilze“ waren in der Regel optimistisch....., extrovertiert..... und risikofreudig..... Menschen, während sich d..... zurückgezogen..... „Unglücksraben“ von frühest..... Jugend an als Versager betrachteten.

*Binsenweisheit = allgemein bekannte Tatsache

C4 Ergänzen Sie die fehlenden Endungen der Artikel und Adjektive (Typ A und C).

1. Auf der Buchmesse kann man sich über zahlreich..... neu..... Bücher informieren.
2. Für viel..... alt..... und neu..... Verlage ist es wichtig, auf der Buchmesse auszustellen.
3. Das Geschäft auf der Buchmesse läuft aber nur bei wenig..... groß..... Verlagen gut.
4. Einige Verleger versuchen sich mit einzelnen..... hoch bezahlt..... Bestsellerautoren über Wasser zu halten.
5. All..... anwesend..... Verlage klagen über d..... hoh..... Mietpreise für die Messestände.
6. Viel..... kleiner..... Verlage können sich in diesem Jahr d..... überhöht..... Preise nicht mehr leisten.
7. Die Messeverwaltung will jetzt mit der Stadt Frankfurt über die Finanzlage viel..... klein..... deutsch..... Verlage sprechen und einig..... groß..... Preisnachlässe erzielen.
8. Der Verantwortliche der Buchmesse betonte heute, dass ein Entgegenkommen der Stadt im Interesse all..... deutsch..... Bücherfreunde sei.

C5 Für Kochrezepte: Partizipien als Adjektive
Bilden Sie Partizipialattribute nach dem folgenden Beispiel. Achten Sie auf die Endungen.

Bitte nehmen Sie:

- | | |
|-------------------------------------|---|
| ♦ Zwiebeln (drei/klein schneiden) | <i>drei klein geschnittene Zwiebeln</i> |
| 1. Eier (zwei/aufschlagen) | 6. Gartenkräuter (trocknen) |
| 2. Fleisch (1 kg/in Essig einlegen) | 7. Äpfel (mehrere/nicht spritzen) |
| 3. Kartoffeln (fünf/klein würfeln) | 8. Sahne (½ Liter/schlagen) |
| 4. Möhren (zwei/biologisch anbauen) | 9. Mandeln (200 g/zerkleinern) |
| 5. Petersilie (klein wiegen) | 10. Backform (mit Butter bestreichen) |

Besondere Attribute

Teil C :

Eine der erfolgreichsten Werbemethoden ist es, das Produkt als gesund zu präsentieren.
 ↓ ↓
 Platzhalter für: eine (die) Methode Attribut und Nomen im Genetiv Plural

C6 Bilden Sie Sätze nach dem folgenden Beispiel.

- ◇ Venedig ist (ein) – (die, schönst-, italienisch, Stadt). *Venedig ist eine der schönsten italienischen Städte.*
- 1. Das ist (ein) – (der, lustigst-, Witz) über Blondinen.
- 2. Daniel Brühl ist (ein) – (der, bekanntest-, deutsch, Schauspieler).
- 3. Elizabeth Taylor besitzt (ein) – (der, schönst-, Diamant) der Welt.
- 4. Sie ging mit (ein) – (ihr, best-, Freund) ins Kino.
- 5. Dieses Bild ist (ein) – (das, wertvollst-, Bild) des Museums.
- 6. Bach ist für mich (ein) – (der, bedeutendst-, Komponist) aller Zeiten.
- 7. Er hat bei der theoretischen Fahrprüfung (fünf) – (die, gestellt-, Frage) falsch beantwortet.
- 8. Er hat (kein) – (das, Gedicht) gelesen.
- 9. Ihr hat (kein) – (dieses, wundervoll, Geschenk) gefallen.
- 10. (Kein) (mein, Schüler) ist durch die Prüfung gefallen.

Adjektive mit Umlaut im Komparativ und Superlativ

Teil C :

die älteste Werbung der Welt

Einige einsilbige Adjektive mit den Vokalen a, o und u bilden im Komparativ und Superlativ einen Umlaut, andere nicht.

das alte Auto – das ältere Auto – das älteste Auto
 → mit Umlaut

das brave Kind – das bravere Kind – das bravste Kind
 → ohne Umlaut

Adjektive mit Umlaut: alt, arg, arm, hart, kalt, lang, nah, scharf, schwach, schwarz, stark, warm, grob, groß, hoch, dumm, gesund, jung, klug, kurz

C7 Mit oder ohne Umlaut? Bilden Sie den Komparativ und den Superlativ.

Positiv	Komparativ	Superlativ
das flache Gebäude das klare Wasser die lange Schlange die schwache Leistung der hohe Turm das bunte Kleid das große Tier die kurze Reise das stumpfe Messer der kluge Schüler	 	

Positiv	Komparativ	Superlativ
das junge Kind die gesunde Ernährung die dumme Entscheidung die schlanke Frau das warme Klima die straffe Zeitplanung das zarte Fleisch das arme Land das scharfe Gewürz die rasche Entscheidung		

Adversativangaben

Teil C

Verbalform

während	Während die erste Schülergruppe einen Cocktail aus Vitaminen und Spurenelementen <u>bekam</u> , erhielt die zweite Gruppe ein Scheinmedikament. Die erste Schülergruppe bekam einen Cocktail aus Vitaminen und Spurenelementen, <u>während</u> die zweite Gruppe ein Scheinmedikament <u>erhielt</u> .	→ Subjunktion
wohingegen/ wogegen	Die erste Schülergruppe bekam einen Cocktail aus Vitaminen und Spurenelementen, <u>wohingegen/wogegen</u> die zweite Gruppe ein Scheinmedikament <u>erhielt</u> .	→ Subjunktion (Die Subjunktionen <i>wohingegen/wogegen</i> sind nur im Nachsatz möglich.)
dagegen/ demgegenüber	Die erste Schülergruppe bekam einen Cocktail aus Vitaminen und Spurenelementen, <u>dagegen/demgegenüber</u> <u>erhielt</u> die zweite Gruppe ein Scheinmedikament. Die erste Schülergruppe bekam einen Cocktail aus Vitaminen und Spurenelementen, die zweite Gruppe <u>erhielt</u> <u>dagegen/demgegenüber</u> ein Scheinmedikament.	→ Konjunkionaladverbien

Nominalform

Im Gegensatz zur ersten Gruppe erhielt die zweite ein Scheinmedikament.

C8 Vervollständigen Sie die Sätze.

1. Während Sandra das Obst immer beim Biobauern kauft,
2., wohingegen die Landwirte aus Neuhausen auf eine artgerechte Haltung der Tiere achten.
3. Fabian isst für sein Leben gern Fleisch, während
4., Speisen aus Indien dagegen empfinden Europäer oft als scharf.
5., wohingegen ich auf Kalorien achte.
6. Frau Dr. Zdrawa schwört auf natürliche Heilkräuter, demgegenüber
7., während es bei Familie Kaufmann fast jeden Abend Pommes mit Currywurst gibt.



Gegensätze

Verbinden Sie die Sätze. Verwenden Sie unterschiedliche grammatische Möglichkeiten.

a) Ernährungswissenschaft – strittige Studien

- 1. Einige Ernährungswissenschaftler versuchen, Verbraucher mithilfe einfacher Regeln bei ihrer Ernährung zu unterstützen. Bestimmte Medien sorgen mit der Veröffentlichung immer neuer fragwürdiger Studienergebnisse für Verwirrung.
.....
.....
- 2. Eine Studie aus den USA behauptet, täglicher Kaffeegenuss verlängere das Leben. Andere Studien verkünden, Kaffeetrinken habe eher negative Auswirkungen auf die Gesundheit.
.....
.....
- 3. Einige Wissenschaftler sehen einen Zusammenhang zwischen einem erhöhten Krebsrisiko und dem Trinken von Rotwein. Andere Wissenschaftler konnten nachweisen, dass der maßvolle Konsum von Rotwein vor Krebs schützt.
.....
.....
- 4. Studien, die belegen, dass ein Lebensmittel weder krank noch gesund macht, interessieren niemanden. Vor allem besorgniserregende Studien bekommen große Aufmerksamkeit.
.....
.....
- 5. Seriöse Untersuchungen bringen die Wissenschaft auf diesem Gebiet wirklich weiter. Falsche oder sich ständig widersprechende Beiträge schaden dem Ansehen der Ernährungsforschung.
.....
.....

b) Lebensmittelverschwendung

- 1. In einigen Ländern haben viele Menschen wenig zu essen. In Deutschland landet mehr als ein Drittel aller Lebensmittel im Müll.
.....
.....
- 2. Einige Konsumenten kaufen bewusst und sorgfältig ein. Andere haben keinen Überblick, was in ihrem Kühlschrank steht und was sie überhaupt brauchen.
.....
.....
- 3. Einige Supermärkte spenden überflüssige Lebensmittel sozialen Organisationen. Andere Supermärkte werfen nicht verkaufte Produkte in Abfallcontainer.
.....
.....
- 4. Einige Menschen legen großen Wert auf ganz frische Ware. Andere suchen nach essbaren Lebensmitteln im Abfall.
.....
.....
- 5. Es ist in einigen europäischen Ländern erlaubt, Lebensmittel aus den Containern der Supermärkte mitzunehmen. Das sogenannte Containern gilt in Deutschland als Straftat.
.....
.....

⋮ Rückblick

Teil D ⋮

D1 Hier finden Sie wichtigen Wortschatz des Kapitels.

Das Reich der Sinne

Unsere Sinne können

- ◊ einen Angriff erleben
- ◊ gereizt werden
- ◊ mit Reizen überflutet werden
- ◊ überfordert werden/sein
- ◊ verkümmern/veröden/verwahrlosen
- ◊ unausgewogen angesprochen werden
- ◊ trainiert werden.

Riechen

- ◊ gut riechen/duften
- ◊ schlecht riechen/stinken
- ◊ schnuppern/schnüffeln
- ◊ einen Riechsinn haben
- ◊ Riechzellen senden Informationen ans/ins Gehirn.
- ◊ Der Geruch wirkt direkt auf das Nervensystem.
- ◊ Duftwolken wabern durch Wohnungen.
- ◊ Wunderbare Aromen stammen von Gewürzen.
- ◊ Gewürze lösen über Geruchsrezeptoren positive Gefühle aus.
- ◊ Gemahlene Gewürze können schnell das Aroma verlieren.

Tasten

- ◊ etwas/jemanden berühren/anfassen/ertasten
- ◊ etwas/jemanden streicheln
- ◊ Der Tastsinn beschränkt sich nicht auf die Hände und Fingerspitzen.
- ◊ Die Hautoberfläche fühlt mit.
- ◊ Berührung ist lebensnotwendig.

Schmecken

- ◊ (die Soße) abschmecken/kosten
- ◊ schmausen/schlemmen
- ◊ Geschmacksrichtungen: süß, salzig, sauer, bitter
- ◊ den Geschmack verlieren/keinen Geschmack mehr haben
- ◊ Die Geschmacksbotschaft wird weitergeleitet.
- ◊ Die Geschmacksempfindung kann sich ändern.
- ◊ Winzige Geschmacksknospen befinden sich auf der Zunge.
- ◊ ein Feinschmecker sein/etwas genießen

Hören

- ◊ jemandem zuhören/lauschen
- ◊ unangenehme Geräusche hören/wahrnehmen: anhaltenden Lärm/das Tropfen des Wasserhahns/das Schnarchen des Partners/das Quietschen von Kreide
- ◊ die Stille/das Schweigen
- ◊ die Töne/sich auf bestimmte Töne konzentrieren
- ◊ harmonische Klänge lieben

Sehen

- ◊ etwas/jemanden ansehen/betrachten/beobachten/erspähen
- ◊ Der Sehsinn ist das meistgenutzte Sinnesorgan.
- ◊ Über ein Drittel des Gehirns beschäftigt sich mit visueller Datenverarbeitung.
- ◊ Das Auge lässt sich leicht in die Irre führen.
- ◊ Die Netzhaut filtert Informationen heraus.
- ◊ der helle/dunkle Hintergrund

Ernährung

- ◊ die falsche/richtige Ernährung
- ◊ sich ernähren
- ◊ die Nahrung/die Nahrungsmittel (Pl.)/die Lebensmittel (Pl.)/fetthaltige/kohlenhydratreiche Nahrungsmittel/Lebensmittel essen
- ◊ gestörtes/normales Essverhalten
- ◊ gemeinsam/alleine Mahlzeiten einnehmen/gemeinsam kochen
- ◊ das Übergewicht/übergewichtig sein/unter Übergewicht leiden/zunehmen
- ◊ das Untergewicht/untergewichtig sein/abnehmen
- ◊ keine normalen Mengen mehr zu sich nehmen
- ◊ Es können Krankheiten auftreten.
- ◊ Ursachen sind mangelnde Bewegung, stundenlanges Sitzen vor dem Fernseher und der Ausfall von Sportstunden.
- ◊ Auswirkungen auf das Verhalten haben
- ◊ das Hungergefühl stillen
- ◊ aus Frust/Ärger essen
- ◊ eine Diät machen
- ◊ ausreichend/selbst angebautes Obst und Gemüse/Treibhausgemüse/(kein) Fast Food/(keine) Fertigprodukte/Snacks/Süßigkeiten essen
- ◊ (keine) Nahrungszusätze/Konservierungsstoffe/Geschmacksverstärker verwenden
- ◊ einen bewussten Umgang mit Lebensmitteln lernen/fördern
- ◊ Bioprodukte stammen aus ökologisch kontrolliertem Anbau oder aus artgerechter Tierhaltung.
- ◊ keine Pestizide einsetzen/keinen Kunstdünger verwenden
- ◊ keine Behandlung mit Antibiotika und Wachstumshormonen/keine gentechnischen Veränderungen
- ◊ dem Umweltschutz dienen

Werbung

- ◊ die Tricks der (Lebensmittel-)Werbung
- ◊ das werbetreibende Unternehmen
- ◊ der Werbespot/der TV-Spot
- ◊ das raffinierte Vorgehen der Kreativabteilungen
- ◊ die Kunden beeinflussen
- ◊ die Hemmschwelle zum Kauf senken
- ◊ Produkte in familiäre Erlebniswelten packen
- ◊ Eigenschaften suggerieren, die das Produkt nicht besitzt
- ◊ das Produkt als wichtigen Bestandteil einer glücklichen Eltern-Kind-Beziehung darstellen
- ◊ etwas als gesund/fettfrei präsentieren/bezeichnen
- ◊ das Produkt mit einem sozialen Mehrwert verbinden
- ◊ dem Produkt eine positive Bedeutung beimessen
- ◊ Schüler/Kunden sollen sich mit speziellen Werbebotschaften auseinandersetzen/ihre Wahrnehmung schärfen.
- ◊ der Werbespruch/der Werbeslogan
- ◊ Ein Werbespruch lässt die Konsumenten kalt/perlt an den Kunden ab/löst starke/keine Reaktionen aus.
- ◊ Die Werbewirkung bleibt aus.
- ◊ als kaufkräftige Zielgruppe gelten

Fleisch und Wurst

- ◊ eine Fleisch-/Wurstsorte bevorzugen
- ◊ ein Lieblingsgericht/eine Liebesspeise haben
- ◊ den Verzehr von Fleisch durch negative Pressemeldungen (nicht) beeinträchtigen
- ◊ die beleidigte Leberwurst spielen
- ◊ Die Leber- und die Blutwurst gehören auf die „Schlachtplatte“.
- ◊ ein Gericht/ein Essen zurückgehen lassen/sich über ein Essen beschweren/beklagen
- ◊ ein begeisterter Wurstesser sein
- ◊ sich mit der korrekten Zubereitung eines Bratens beschäftigen
- ◊ einem Gericht/Essen durch Zutaten einen fürstlichen Geschmack verleihen
- ◊ einen Braten in einem Sud ziehen lassen/das Fleisch einlegen
- ◊ sich ein Rezept patentieren lassen

D2

Evaluation
Überprüfen Sie sich selbst.

Ich kann	gut	nicht so gut
Ich kann über die menschlichen Sinne, über Essverhalten, Esssitten, Lebensmittel und Werbung für Lebensmittel berichten und diskutieren.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann Vor- und Nachteile benennen und Folgen aufzeigen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann eine ausführliche Stellungnahme zum Thema <i>Sinne und Wahrnehmungen</i> schreiben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann problemlos eine Gliederung erarbeiten und einen strukturierten Aufsatz/Kurzvortrag über Ernährungsprobleme bei Kindern und Jugendlichen schreiben/halten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann populärwissenschaftliche Texte über menschliche Sinne, Gewürze und Lebensmittelwerbung verstehen und zusammenfassen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann ein Radiointerview mit einem Experten über Ernährung und ihre Folgen fast vollständig verstehen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann Produkte werbewirksam beschreiben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kenne verschiedene Redewendungen zu den Themen des Kapitels und einige deutsche Werbesprüche.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ich kann satirische und literarische Texte über verschiedene Geschichten zum Thema <i>Fleisch und Wurst</i> verstehen und mich fließend zu diesem Thema äußern. (fakultativ)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>