 BaCuLit: Vermittlung bildungssprachlicher Lese- und Schreibkompetenzen im Fachunterricht. Ein Handbuch für Sekundarstufen und berufliche Bildung.

*reziprokes Lehren in der Fortbildung-*

*Training des Strategiesets: Übungstexte*

**Übungstext 1: Wie der Mensch zur Sprache kam (mit Vorschlag zur Bearbeitung)**

**Übungstext 2: Handel 4.0 - In Chinas Einzelhandel gilt: “No Recommendation, no Shopping”**

**Übungstext 1: Wie der Mensch zur Sprache kam**

***(1)*** *Wir kommunizieren auf viele Arten miteinander. Dabei ist die Lautsprache, also das ganz normale Sprechen, die vorherrschende. Wann und wie die heutige Sprache entstanden ist, werden wir wohl niemals genau ergründen können – jedoch gibt es eine Reihe nachvollziehbarer Theorien. …Der Sprachwissenschaftler Professor Dr. Bisang hat im Rahmen der Kinderuni-Vorlesung in der Mainzer Universität Fragen aufgeworfen und beantwortet, die sich mit dem Ursprung der Sprache befassen. Eines nahm er gleich vorweg: Eine definitive Bestimmung, wie und wann sich nun die heutige Art des Sprechens genau entwickelt hat, gibt es nicht.*

***(2)*** *Betrachten wir bestimmte Tatsachen, finden wir aber zumindest wichtige Anhaltspunkte. Um zu sprechen, müssen wir in der Lage sein, Laute zu bilden – wie beispielsweise ein „A“ oder „I“. Lautbildung ist nur möglich, wenn die Zunge Spielraum und dahinter einen Resonanzraum hat – das heißt, dass der Kehlkopf tiefer sitzen muss als etwa bei Tieren. Wenn man sich nun mit diesem Wissen Funde von Neandertalern betrachtet*, sind schon *erste Anzeichen einer Absenkung des Kehlkopfs zu erkennen. Viele Forscher vermuten also, dass diese Urmenschen bereits die Fähigkeit des Sprechens besaßen….*

 *Es gibt weitere Anzeichen dafür, dass schon lange vor unserer Zeit – vor knapp zwei Millionen Jahren – eine Kommunikation zwischen unseren Vorfahren stattgefunden hat, die über eine simple Verständigung hinausging. Es existieren zahlreiche Funde von hergestellten Werkzeugen – wie aus Stein geschlagene Faustkeile. Es wurde in Gruppen gejagt, und schon damals waren einige Urmenschen in der Lage, Feuer zu machen. All dieses Wissen musste über Jahre hinweg weitergegeben werden – und um ein taktisches Vorgehen bei der Jagd zu ermöglichen, musste man ebenfalls kommunizieren. All dies lässt vermuten, dass sich schon die frühen Urmenschen nicht nur durch Gesten, sondern auch durch Laute verständigten.* ***(3)*** Aber mit Sicherheit hat auch die Gebärdensprache eine große Rolle gespielt. Man geht davon aus, dass die Verständigung durch Zeichen und Gesten den Grundstein für unsere heutige Sprache legte. Jedoch gewann die Lautsprache mehr und mehr an Bedeutung. Es ist zum Beispiel schwer, sich im Dunkeln anhand von Zeichen zu verständigen – denn der Mensch besitzt, im Gegensatz zu vielen Tieren, nicht die Fähigkeit, in der Dunkelheit zu sehen. Außerdem ist es praktischer, sich auch während des Unterhaltens mit anderen Dingen beschäftigen zu können – anstatt mit beiden Händen Zeichen zu geben und ständig sein Gegenüber im Blick zu haben. Aus der gesprochenen Sprache entwickelte sich schließlich auch die Schrift. Die nonverbale Verständigung – also das Kommunizieren durch Zeichen, Gesten und Blicke – ist aber weiterhin ein wichtiger Bestandteil unserer Sprache.

***(4)*** Heute sind ungefähr 7.000 verschiedene Sprachen bekannt – die älteste überlieferte ist Sumerisch. Chinesisch ist die am meisten gesprochene Sprache auf der Welt. Deutsch stammt beispielsweise von der Ur-Indogermanischen Sprache ab, die sich über die Jahre weiterentwickelte und als Ursprung aller heutigen europäischen Sprachen gilt. Durch Völkerwanderungen haben sich die Sprachen Europas, die dem Indogermanischen Stamm zugehören, in Teilen Asiens und fast ganz Amerika verteilt. Heute zählt man ungefähr 150 indogermanische Sprachen. 150 von 7.000 ist nicht gerade viel –und so ist der Sprachstamm zwar weiter verbreitet, jedoch nicht so bunt wie beispielsweise die Sprachen auf dem Kontinent Afrika. Dort werden um die 2.000 verschiedene Sprachen gesprochen –Die Sprachenvielfalt auf unserer Erde macht zwar alles besonders spannend und abwechslungsreich – führt jedoch leider auch zu Fremdheit und Unverständnis. In manchen Fällen wäre eine einheitliche Sprache fast wünschenswert – aber die Welt der Sprache ist eben bunt und vielfältig.

**Übungstext 1: Modell für die Bearbeitung (Abschnitte 1 und 2) und Weiterarbeit (Abschnitte 3 und 4)**

* **Es wird davon ausgegangen, dass vier Schülerinnen und Schüler den Text gemeinsam lesen.**
* **Vorbereitung:** Die vier Rollen werden verteilt und es wird festgelegt, in welcher Folge sie wechseln.
* **Schritt 1:** Mögliche Fragen **zum ersten Abschnitt**: Wer hat wo etwas zum Sprachursprung gesagt…?
* Zu potentiellen Textschwierigkeiten: Was bedeuten die Wörter … k*ommunizieren, …ergründen, definitive…?*
* Zum Zusammenfassen: Der letzte Satz bietet sich an: *Eine definitive Bestimmung, wie und wann sich nun die heutige Art des Sprechens genau entwickelt hat, gibt es nicht.*
* Wie wird es weitergehen? Zum Vorhersagen: Hier ist von mehreren Theorien die Rede, also wird wohl auf mindestens zwei eingegangen werden.
* **Schritt 2 (nach Rollenwechsel):** Mögliche Fragen **zum zweiten Abschnitt**: Warum braucht man für die Bildung von Lauten einen abgesenkten Kehlkopf?...? Welche Befunde sprechen dafür, dass sich die frühen Menschen schon mit Lauten verständigten…
* Zu potentiellen Textschwierigkeiten: Was bedeuten *Resonanzraum,…taktisches*?
* Zum Zusammenfassen: Eine Version wäre *Wahrscheinlich verständigten sich schon die Urmenschen mit Lauten.* Was im Einzelnen für diese Annahme spricht, hätte man dann aber ausgeblendet.
* Die Vorhersage im Anschluss an die Lektüre des ersten Abschnitts hat sich bestätigt. War in Abschnitt 2 nur von einer Theorie die Rede? Dann müsste im nächsten Abschnitt noch eine weitere eine Rolle spielen.
* **Schritt 3 (nach Rollenwechsel):** Mögliche Fragen **zum dritten Abschnitt…………**
* **Schritt 4 (nach Rollenwechsel):** Mögliche Fragen **zum vierten Abschnitt…….**

**Quelle und Genehmigung der Verwendung:**

Ferencik-Lehmkuhl, Daria; Schwinning, Sandra; Bremerich-Vos, Albert (2015). *Schreiben und Lesen fördern. Vorschläge zur Praxis des Deutschunterrichts.* Münster: Waxmann Verlag. S. 85-88 <http://www.ganzin.de/wp-content/uploads/2015/10/Schreiben-und-Lesen-f%C3%B6rdern.pdf>

Für BaCuLit freigegeben durch Waxmann Verlag, hier gekürzt

**Übungstext 2**

# Handel 4.0 In Chinas Einzelhandel gilt: “No Recommendation, no Shopping”

Autorin: Christina Richter 29.April 2021

**1)** In den letzten Jahren, mit der zunehmenden Sozialisierung des Konsums, haben sich Empfehlungen zu einer wichtigen Methode der Markenkommunikation und des Marketings entwickelt.  Vor allem in China wird gekauft, was empfohlen wird – von Familie und Freunden, aber auch von KOL, hierzulande bekannt unter dem Namen Influencer, oder von der Community auf einer Social Media Plattform……..

**2)** Es gibt verschiedene Gründe, warum vor allem chinesische Konsumenten so viel wert auf Empfehlungen legen.

Die aktuelle Ära ist eine Ära der Fragmentierung von Informationen. Es gibt heute Massen an Informationen auf unglaublich vielen Plattformen. Diese Fragmentierung dringt in alle Bereiche ein, wirkt sich auf materielle und auch geistige Konsumgewohnheiten aus und bietet Möglichkeiten für die Entwicklung von multiplen Medienplattformen. Gleichzeitig geben sich die Menschen immer mehr dem Entertainment-Charakter hin.

Die Marketing-Theorien der Vergangenheit sind zwar immer noch auf das chinesische Marktumfeld anwendbar, aber sie können die Pain Points der Verbraucher nicht mehr effektiv ansprechen. Heutzutage nimmt die Glaubwürdigkeit der Medien in den Herzen der Öffentlichkeit allmählich ab und wird durch Mund-zu-Mund-Propaganda ersetzt. Ähnliches erleben wir mittlerweile auf unseren Social Media Plattformen. So haben auf der Business Plattform LinkedIn Profile von Menschen zum Teil doppelt und dreimal so viele Follower wie die Unternehmensseite der jeweiligen Person. Menschen folgen Menschen und das ist in China noch ausgeprägter als hierzulande.

**3)** Philip Kotler, bekannt als der "Vater des modernen Marketings", schlug in "Marketing 4.0" vor, dass die F-Faktoren - Familie, Freunde, Fans und Followers - in dieser Ära den größten Einfluss auf Ihre Ansichten und Entscheidungen haben. Dies spiegelt in gewisser Weise auch wider, dass sich zukünftige Marketingstrategien mehr auf die Reputation des Produktes konzentrieren sollten.

Mit der kontinuierlichen Weiterentwicklung hin zu Selbstdarstellung zeigen immer mehr normale Menschen ihre Talente über das Internet und etablieren sich von einfachen Passanten zur Online-Prominenz.

Für Konsumenten bedeutet dies, dass sowohl KOLs als auch ganze Online-Communities ihre Kaufbereitschaft beeinflussen. Erstens wird KOL von den Verbrauchern vertraut und beneidet und ist ein Vorbild für Verbraucher, das sie nachahmen wollen, so dass es für Verbraucher einfacher ist, von KOL empfohlene Produkte zu kaufen. Zweitens haben Verbraucher die Neigung, dem Trend und der Masse zu folgen, und sie sind alle in einer bestimmten Gruppe. Sie schließen sich aufgrund ihrer Interessen zusammen und geben sich gegenseitig ein Gefühl der Zugehörigkeit und Zufriedenheit. Wenn ein Mitglied der Gruppe ein Produkt mag, beeinflusst dies die Einstellung der gesamten Gruppe gegenüber dem Produkt…….

**5)** Die Umfrage "2019 China Consumer Trends Report" zeigt, dass, wenn Verbraucher sich entscheiden, ihr Einkaufserlebnis zu teilen,

* 55,1 % der Verbraucher über soziale Anwendungen wie Moments (WeChat), Weibo usw. teilen werden;
* 54,2 % der Verbraucher bevorzugen es, Kommentare direkt auf E-Commerce-Plattformen zu posten;
* 42,7 % der Verbraucher sind bereit, mündlich, telefonisch, über WeChat usw. zu teilen;
* 21,3 % der Verbraucher teilen auf Community-Plattformen wie Red und Mogujie.

Unter diesen Sharing-Methoden haben sich Kommentare von E-Commerce-Plattformen, Shopping Guides und von Freunden geteilte Produktinformationen zu den wichtigsten Faktoren entwickelt, die die Kaufentscheidungen der Verbraucher beeinflussen. Dies zeigt, dass das Teilen und Empfehlen ein gängiges Verhalten vor und nach dem Konsum von Produkten geworden ist und dass Social Shopping auch ein neues Konsummodell werden wird…..

* …..

**Quelle und Genehmigung der Verwendung:**

Handelsverband Deutschland hde (Berlin)

<https://handel4punkt0.de/index.php/aktuelles-im-handel-4-0/42-ecommerce/513-in-chinas-einzelhandel-gilt-no-recommendation-no-shopping-2>

Für BaCuLit freigegeben durch hde sowie durch die Autorin des Textes, hier gekürzt