

SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

Auszug aus:

Shopping - the ultimate experience?

Das komplette Material finden Sie hier:

School-Scout.de




Englisch/ life and culture 4 Shopping 05. 8/9/11

Shopping – the ultimate experience?
Einkaufsgewohnheiten in Großbritannien, Kanada und den USA kennenlernen (Klasse 8/9)

Ein Beitrag von Heidi Ina Kimmelberger, Weiden

Shopping für die einen ein reines Vergnügen, für die anderen garer Stress. Schließen Sie Ihr Augen und folgen Sie mir einen Sprachkurs für Ihre Schüler. In dieser Einheit belegen sich die Lernenden gegenüber zu ihren Einkaufsgewohnheiten, sie können Besonderheiten der Einkaufsländer in Großbritannien, Kanada und den USA kennen und diskutieren von und über die aktuelle Entwicklung. Gesprächsarbeit garantiert!



Einladen, zum Beispiel hat bei Macy's in New York, 10 zu einem richtigen Erlebnis geworden.

Das Wichtigste auf einen Blick

Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none">- Interkulturelles Wissen erweitern- Wünsche zum Thema Einkaufsgewohnheiten erweitern- über Einkaufsgewohnheiten und aktuelle Entwicklungen sprechen- Interkulturelles Handeln- die Steigerung von Adjektiven (Separat!) wiederholen	Dauer: 3 Schulstunden (inkl. UE) Niveau: Klassen 8 und 9 Einbettung: Comenius Town 4, Unit 1 Englisch CE1 15, Unit 2/4 Interkulturellkompetenz
--	---

12 BA/An/Be/Le/Le/Engl/Engl/September 2011

Shopping – the ultimate experience? Einkaufsgewohnheiten in Großbritannien, Kanada und den USA kennenlernen (Klasse 8/9)

Ein Beitrag von Heidelinde Römelsberger, Weiden

Shopping – für die einen ein reines Vergnügen, für die anderen purer Stress. Schaffen Sie mit diesem alltäglichen Thema einen Sprechanreiz für Ihre Schüler.

In dieser Einheit befragen sich die Lernenden gegenseitig zu ihren Einkaufsgewohnheiten, sie lernen Besonderheiten der Einkaufslandschaft in Großbritannien, Kanada und den USA kennen und diskutieren Vor- und Nachteile aktueller Entwicklungen. Gesprächsstoff garantiert!



© picture-alliance/ANP

Einkaufen, zum Beispiel hier bei Macy's in New York, ist zu einem richtigen Erlebnis geworden.

Das Wichtigste auf einen Blick

Kompetenzen:

- landeskundliches Wissen erweitern
- Wortschatz zum Thema Einkaufsgewohnheiten erweitern
- über Einkaufsgewohnheiten und aktuelle Entwicklungen sprechen
- Lesekompetenz und Textverständnis trainieren
- die Steigerung von Adjektiven (Superlativ) wiederholen

Dauer:

3 Schulstunden (inkl. LEK)

Niveau: Klassen 8 und 9

Einbettung:

Camden Town 4, Unit 1

English G21 B5, Unit 3/4

lehrwerksunabhängig einsetzbar

Warum behandeln „wir“ das Thema?

Das neueste Konsolenspiel oder die hippste Kleidung – Jugendliche sind gerne up to date. Dabei geht man zum Shoppen schon lange nicht mehr nur zum Fachhändler um die Ecke. Meist sind es die großen Supermarktketten oder Einkaufszentren, bei denen man alles bekommt. Oder man shoppt ganz einfach online bei Amazon und Co. Greifen Sie diese unmittelbar in der Lebenswelt der Schülerinnen und Schüler¹ verankerte Thematik auf und machen Sie sie mit der Einkaufslandschaft in den USA, Großbritannien und Kanada bekannt.

In dieser Einheit verbalisieren die Schüler ihr eigenes Einkaufsverhalten und erfahren, wie sich Einkaufsmöglichkeiten im Laufe der Zeit verändert haben. Zudem reflektieren sie länderspezifische Einkaufsgewohnheiten und beziehen Stellung dazu.

¹ Im weiteren Verlauf wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit nur „Schüler“ verwendet.

Was müssen Sie zu diesem Thema wissen?

Sich verändernde Einkaufsgewohnheiten

Die Einkaufsgewohnheiten haben sich im Laufe der Zeit – den Bedürfnissen der Verbraucher entsprechend – verändert. Auch wurde unser länderspezifisches Einkaufsverhalten durch neue Einfälle geprägt und durch Entwicklungen in anderen Ländern beeinflusst. So entstand die Idee der großen Einkaufszentren in den USA. In Großbritannien kopierte man das Konzept und schrieb damit Erfolgsgeschichte. Auch im restlichen Europa hält das Konzept der Shopping Malls Einzug.

Besonderheiten in Großbritannien und den USA

Heute kann man in US-amerikanischen Supermärkten rund um die Uhr einkaufen, während in Deutschland gesetzlich vorgeschriebene Ladenöffnungszeiten den Sonntag nach wie vor zum Ruhetag erklären. Ausnahmen bilden verkaufsoffene Sonntage oder Einkaufen bis nachts, die oft in Zusammenhang mit einer Feierlichkeit (z. B. Stadtfest) stattfinden.

Anders als in den USA gehört in Deutschland und Großbritannien der Einkauf in kleinen Läden in der Fußgängerzone zur Tradition. In den USA sollten Einkaufszentren und große Supermärkte die Atmosphäre solcher Einkaufsstraßen suggerieren. Diese siedelten sich außerhalb des Stadtzentrums „auf der grünen Wiese“ an und wurden nach Europa exportiert. Doch die Verlagerung raus aus den Innenstädten hat auch ihre Schattenseiten: Vielerorts veröden die Einkaufsstraßen, kleine Läden müssen schließen und der Verkehr zu den großen Einkaufszentren nimmt zu, denn sie können nicht immer mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreicht werden.

Mittlerweile gibt es sogar riesige Shopping Malls wie die West Edmonton Mall in Kanada, die neben Läden auch einen Freizeitpark, Kinos und Hotels umfassen und Einkaufen zu einem wahren Freizeiterlebnis werden lassen. Doch Achtung vor Kaufrausch. Immer wieder hört man von Jugendlichen, die sich durch die bunten Banner und vermeintlichen Sonderangebote anziehen lassen und sich letztlich verschulden.

Traditionshäuser in Großbritannien und den USA

Einen Kontrast zu diesen Erlebniswelten bilden Traditionshäuser wie Harrods in London oder Macy's in New York, die im 19. Jahrhundert entstanden und in denen das Ambiente eine nicht minder gewichtige Rolle spielt. Diese Häuser stehen für Exklusivität und sind vor allem für das typische *Christmas shopping* berühmt.

Was ist das Besondere an dieser Einheit?

Das Kennenlernen landestypischer Einkaufsgewohnheiten sowie das Sprechen über diese und das eigene Kaufverhalten stehen im Mittelpunkt dieser Einheit. Dabei kommen **verschiedene Methoden** zum Einsatz. Die Fotos auf der **Farbfolie (M 1)** liefern einen ersten Sprechimpuls und ermöglichen den Erwerb und die Aktivierung des Wortschatzes. Das **Klasseninterview (M 2)** schafft einen weiteren Sprechreiz und bezieht sich direkt auf die Erfahrungswelt der Schüler. Auch die **Internetrecherche (M 6)** zur West Edmonton Mall in Kanada setzt am Alltag der Schüler an: Welche Attraktionen gefallen ihnen am besten? Und würden sie solch eine Erlebnis-Mall auch in ihrer Stadt begrüßen?

Die Vor- und Nachteile der Entwicklung hin zu großen Einkaufszentren, die sich die Schüler anhand der Texte (M 4 und M 6) erarbeiten, bieten zahlreiche **Diskussionsmöglichkeiten**.

Welche Materialien können Sie zusätzlich nutzen?

Internet

- www.youtube.com

Bei YouTube finden Sie und Ihre Schüler eine Reihe audiovisueller Eindrücke zu den Kaufhäusern Harrods und Macy's. Unter dem Suchbegriff „Macy's: 150 Years“ finden Sie ein Video, das die Entwicklung des traditionsreichen Kaufhauses zeigt. Mehrere Innenansichten vom Kaufhaus Harrods in London finden Sie unter dem Suchbegriff „Harrods London“.

Die Videos eignen sich neben den Fotos auf der Farbfolie (M 1) gut zum Einstieg ins Thema.

Verlaufsübersicht

1. Stunde: Welcome to the world of shopping

Material	Verlauf	Checkliste
M 1	Shopping – what an experience! / Beschreiben der Bilder und Sprechen über eigene Einkaufsgewohnheiten; Aktivieren des Wortschatzes zum Thema <i>Shopping</i>	Folie M 1, OHP
M 2	How do you shop? – Interview your classmates / Sprechen über das eigene Kaufverhalten und das der Mitschüler	M 2 im Klassensatz
M 3	Working with shopping words / Erweitern des Wortschatzes zum Thema <i>Shopping</i>	M 3 im Klassensatz
<i>Stundenziel:</i> Die Schüler kennen wichtige Begriffe des Wortfeldes <i>Einkaufen</i> und sprechen über ihre Einkaufsgewohnheiten.		

2. Stunde: Shopping then and now

Material	Verlauf	Checkliste
M 4	Shopping then and now – Great Britain and the US / Arbeiten mit einem Text über die Entwicklungen in Großbritannien und den USA, Herausarbeiten von Vor- und Nachteilen	M 4 (Text und AB) im Klassensatz
M 5	Here and there – shopping in Germany and the US / Formulieren eines Dialoges über unterschiedliche Öffnungszeiten in Deutschland und den USA	M 5 im halben Klassensatz
<i>Stundenziel:</i> Die Schüler wissen, wie sich Supermärkte in Großbritannien und den USA entwickelt haben und können Unterschiede zu Deutschland benennen.		

3. Stunde: Shopping malls – a real event!

Material	Verlauf	Checkliste
M 6	Shopping big – a real event! / Vergleichen von traditionellen Kaufhäusern und einer modernen Shopping Mall, Recherchieren im Internet	M 6 (Text und AB) im Klassensatz, Computerraum
M 7	The world of shopping – a crossword / Überprüfen des Neugelerten anhand eines Kreuzworträtsels	M 7 im Klassensatz
<i>Stundenziel:</i> Die Schüler kennen die berühmtesten Kaufhäuser und Einkaufszentren in Großbritannien, Kanada und den USA und finden gezielt Informationen im Internet.		

Materialübersicht

1. Stunde:	Welcome to the world of shopping
M 1 (Tr)	Shopping – what an experience!
M 2 (Ws)	How do you shop? – Interview your classmates
M 3 (Ws)	Working with shopping words
2. Stunde:	Shopping then and now
M 4 (Tx, Ws)	Shopping then and now – Great Britain and the US
M 5 (Ps)	Here and there – shopping in Germany and the US
3. Stunde:	Shopping malls – a real event!
M 6 (Tx, Ws)	Shopping big – a real event!
M 7 (LEK)	The world of shopping – a crossword

Legende der Abkürzungen

LEK: Lernerfolgskontrolle; **Pa:** Partner sheet; **Tr:** Transparency; **Tx:** Text; **Ws:** Worksheet

So können Sie kombinieren und kürzen

- Den **Einstieg** können Sie **verkürzen**, indem Sie entweder nur die Farbfolie (M 1) oder das Interview (M 2) einsetzen.
- Die **Internetrecherche** in **M 6** kann als **Hausaufgabe** stattfinden.
- Der **Text** zu den Entwicklungen von Supermärkten (**M 4**) kann **entfallen**, wenn Sie nur das Thema *Kaufhäuser und Shopping Malls* behandeln möchten.
- Die **Texte M 4** und **M 6** können **losgelöst** von der Einheit zur Förderung der Lesekompetenz eingesetzt werden.

M 3

Working with shopping words

Learn some shopping words.

Tasks

1. Match the following shopping words with their explanations.

1. shopkeeper	a) someone who steals from a shop (L)
2. shopaholic	b) someone who owns or runs a shop (O)
3. shoplifter	c) a large building with a lot of shops in it (I)
4. shopping mall	d) someone who serves customers in a shop (E)
5. shopping habits	e) the way people do their shopping (N)
6. shop assistant	f) someone who loves shopping and might buy a lot of unnecessary things (N)

Solution: More and more people shop O .

2. In the box you'll find some more shopping words. Fill in the blanks.

malls – shopaholic – online – Christmas – ~~habits~~ – hours – sales¹ – superstores²

Shopping habits (1) have changed during the past few years. Small shops and supermarkets in the city centre are vanishing³ and people now prefer going to shopping (2) and (3) in the outskirts of town. There they can find everything they need in one place. Late shopping (4) make it possible to shop at almost any time you want. Also more and more people don't go into shops any more but shop (5) instead. For many people this makes shopping faster and easier.

Some people even travel to cities like New York in the winter to do (6) shopping there! In Germany people also spend more money when they are shopping for special occasions or during (7). So shopping has become a real event for many people.

And what about you? Are you a (8)?

Vocabulary

1 **sale**: der Schlussverkauf – 2 **superstore**: der große Supermarkt – 3 **to vanish**: verschwinden

SCHOOL-SCOUT.DE

Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

Auszug aus: *Shopping - the ultimate experience?*

Das komplette Material finden Sie hier:

School-Scout.de




Englisch/ life and culture 4 Shopping 05. 8/9/11

Shopping – the ultimate experience?
Einkaufsgewohnheiten in Großbritannien, Kanada und den USA kennenlernen (Klasse 8/9)

Ein Beitrag von Heidi Ina Kimmelberger, Weiden

Shopping für die einen ein reines Vergnügen, für die anderen garer Stress. Schließen Sie mit diesem interaktiven Lern- und Sprachwitz für Ihre Schüler. In dieser Einheit belegen sich die Lernenden gegenüber zu ihren Einkaufsgewohnheiten, sie können Besonderheiten der Einkaufsländer in Großbritannien, Kanada und den USA kennen und diskutieren von und über die aktuelle Entwicklung. Gesprächsarbeit garantiert!



Ein Bild von der Website: Ein Foto eines modernen Einkaufszentrums mit mehreren Geschäften und einer breiten Treppe.

Das Wichtigste auf einen Blick

Kompetenzen: <ul style="list-style-type: none">- Interkulturelles Wissen erweitern- Wortschatz zum Thema Einkaufsgewohnheiten erweitern- über Einkaufsgewohnheiten und aktuelle Entwicklungen sprechen- Lesekompetenz und Textverständnis trainieren- die Steigerung von Adjektiven (Superlativ) wiederholen	Dauer: 3 Schulstunden (inkl. BEG) Niveau: Klassen 8 und 9 Einbettung: Curriculum 4, Unit 1 Englisch C21 15, Unit 2/4 Interkulturellkompetenz
---	---

12 BA/ALN/Belehr.de/Englisch/September 2011