

Tourismus in Deutschland

L'Allemagne est une destination touristique qui attire, à l'exemple de la ville de Hambourg. L'industrie de l'hôtellerie est en plein développement et propose des hébergements des plus confortables jusqu'aux plus insolites.

Skript

Christina von Ungern-Sternberg (Journalistin): Das Reiseziel Deutschland boomt, vor allem die Großstädte. Beste Stimmung also bei den deutschen Vertretern auf der internationalen Tourismusbörse und auch in Hamburg große Freude bei Architekten, Baufirmen und angehenden Hoteliers, denn mit dem neuen Touristenmagnet „Elphi“¹ gehen in der Hansestadt nicht nur die Besucherzahlen durch die Decke, nein, es schießen auch massenhaft neue Unterkünfte in die Höhe.

Off-Stimme: Hamburgs neues Hotel-Flaggschiff heißt The Fontenay, Kategorie fünf Sterne plus. Bar und Gourmetrestaurant mit Alsterblick, Standardzimmer für dreihundertfünfzig, Suiten bis neuntausend Euro pro Nacht. Die Nobelherberge ist Ausdruck und Konsequenz einer Erfolgsgeschichte, denn seit Jahren steigen die Übernachtungszahlen in der Hansestadt. Neue Märkte erschließen ist auch das Ziel der Tourismusmesse ITB in Berlin. Denn nicht nur Hamburg, Deutschland insgesamt ist ein populäres Reiseziel. Im Vorjahr stiegen die Übernachtungszahlen bundesweit um drei Prozent, in diesem soll es nicht viel schlechter laufen. Besonders im Trend: Städtereisen. Und so schießen mancherorts in Deutschland Hotels wie Pilze aus dem Boden. Bis zweitausendzwanzig entstehen rund sechshundert neue Hotels mit fünfundachtzigtausend Betten. Große Ketten drängen auf den Markt, vielfach im Budgetbereich und mit Kampfpreisen. Aber es gibt auch die kleinen, besonderen Angebote: Erlebnisübernachtungen in einem Museum etwa. Möglich macht das eine Art Einzimmer-Pop-up-Hotel. *Sleeperoo* nennt sich der zusammensteckbare Schlafwürfel, der so ziemlich überall, auch draußen, aufgebaut werden kann.

¹ „Elphi“: die Elbphilharmonie, neues Konzerhaus in Hamburg.

Objectifs et démarche pédagogique

Liens avec les programmes

➤ Classe de seconde – L'art de vivre ensemble

- Mémoire : héritages et ruptures ➤ Comment le tourisme peut-il permettre à une ville de se réinventer ?
- Visions d'avenir : créations et adaptations ➤ Le tourisme, une solution d'avenir pour l'économie d'une ville ou d'une région ?

➤ Cycle terminal – Gestes fondateurs et mondes en mouvement

- Mythes et héros ➤ *Inwiefern kann ein sinnträchtiger Ort die Wirtschaft einer Stadt oder einer Region wieder in Schwung bringen? / Inwiefern sind die Orte, die viele Touristen anziehen, mythische Orte?*
- Espaces et échanges ➤ *Inwiefern kann die Entwicklung des Tourismus den Austausch begünstigen? / Inwiefern stellen Reisen eine Bereicherung dar?*
- L'idée de progrès ➤ *Inwiefern stellt die Entwicklung des Tourismus einen Fortschritt dar?*
- Lieux et formes du pouvoir ➤ *Inwiefern übt der Tourismus einen Einfluss auf die Wirtschaft aus?*

➤ Post-bac

- Tourisme et économie

Contenu linguistique

➤ Contenu lexical

- La destination touristique : *das Reiseziel (-e) / die Großstadt (-'e) / der Touristenmagnet (-e) / die Hansestadt (-'e) / populär / der Trend (-s) / die Städtereise (-n) / das Museum (-en) / bundesweit / überall.*

- L'hébergement : *die Unterkunft (-e) / das Hotel (-s) / die Kategorie (-n) / der Stern (-e) / die Bar (-s) / das Gourmetrestaurant (-s) / das Standardzimmer (-) / die Suite (-n) / die Nacht (-e) / die Nobelherberge (-n) / das Bett (-en) / die Kette (-n) / das Angebot (-e) / die Erlebnisübernachtung (-en) / das Einzimmer-Pop-up-Hotel (-s) / der Schlafwürfel (-) / aufbauen.*
 - Les acteurs du secteur du tourisme : *der Vertreter (-) / die Tourismusbörse (-n) / der Architekt (-en, -en) / die Baufirma (-en) / der Hotelier (-s) / die Tourismusmesse (-n).*
 - L'aspect économique et l'augmentation : *die Besucherzahl (-en) / durch die Decke gehen (-, i, a) / in die Höhe schießen (-, o, o) / massenhaft / der Ausdruck (-e) / die Konsequenz (-en) / die Erfolgsgeschichte (-n) / steigen (-, ie, ie) / die Übernachtungszahl (-en) / der Markt (-e) / erschließen (-, o, o) / das Ziel (-e) / das Prozent (-e) / wie Pilze aus dem Boden schießen (-, o, o) / entstehen (-, and, and) / drängen / vielfach / der Budgetbereich (-e) / der Kampfpreis (-e).*
 - L'enthousiasme : *die Stimmung (-en) / die Freude.*
- **Grammaire et structures syntaxiques**
- Éléments permettant de structurer le discours : fonction communicative et particules illocutoires : *etwa* : il sert à marquer une hypothèse à laquelle on n'ose pas souscrire (voire un doute) → *Erlebnisübernachtungen in einem Museum etwa* ; fonction commentative : progression textuelle par récapitulation : *also* → *Beste Stimmung also bei den deutschen Vertretern* ; les coordinateurs : liaison de deux groupes ou de deux éléments de groupe : *und* : simple copule entre deux groupes ou deux éléments de groupes → *auf der internationalen Tourismusbörse und da auch in Hamburg / bei Architekten, Baufirmen und angehenden Hoteliers / Bar und Gourmetrestaurant / Ausdruck und Konsequenz / im Budgetbereich und mit Kampfpreisen*. Il ne faut pas confondre avec le simple contactif qui indique que le locuteur veut maintenir le contact, ajouter quelque chose, garder ou ne pas céder la parole → *Und so schießen mancherorts in Deutschland Hotels wie Pilze aus dem Boden* ; *denn* : il justifie à posteriori une information antérieure → *denn mit dem neuen Touristenmagnet „Elphi“ gehen in der Hansestadt nicht nur die Besucherzahlen durch die Decke, nein. Es schießen auch massenhaft neue Unterkünfte in die Höhe / denn seit Jahren steigen die Übernachtungszahlen in der Hansestadt / Denn nicht nur Hamburg, Deutschland insgesamt ist ein populäres Reiseziel* ; *aber* : introduit une rectification en contraste concernant un contenu explicitement fourni dans le contexte antérieur ou présupposé → *Aber es gibt auch die kleinen, besonderen Angebote* ; la fonction argumentative : les charnières de discours : *so* indique une implication → *Und so schießen mancherorts in Deutschland Hotels wie Pilze aus dem Boden*. Il ne faut pas confondre avec le substitut de qualitatif de manière → *Sleeperoo nennt sich der zusammensteckbare Schlafwürfel, der so ziemlich überall, auch draußen, aufgebaut werden kann* ; les modulateurs de mise en relief : *auch* : il indique que l'ensemble n'est pas complet et ajoute un élément à l'ensemble envisagé → *auf der internationalen Tourismusbörse und da auch in Hamburg / Es schießen auch massenhaft neue Unterkünfte in die Höhe. / Neue Märkte erschließen ist auch das Ziel der Tourismusmesse ITB in Berlin / Aber es gibt auch die kleinen, besonderen Angebote / überall, auch draußen* ; *nur* : il indique que l'ensemble est complet, le plus souvent en opposition à une attente du locuteur. Quand *nur* est précédé d'une négation, l'ensemble doit être complété → *gehen in der Hansestadt nicht nur die Besucherzahlen durch die Decke / nicht nur Hamburg, Deutschland insgesamt* ; *vor allem* : il restreint l'ensemble concerné sans exclure les autres éléments mais montre que certains éléments sont plus concernés que d'autres par l'information → *Das Reiseziel Deutschland boomt, vor allem die Großstädte*.

Démarche proposée

Entraînement à la CO avec la fiche d'activités

A. PHASE D'ANTICIPATION / ÉMISSION D'HYPOTHÈSES / CRÉATION D'ATTENTES / MOTIVATION

- Étape 1 : Projeter l'image fixe du DVD (un homme devant un présentoir de brochures touristiques) et demander aux élèves/étudiants de décrire l'image et d'émettre des hypothèses sur le contenu possible de la vidéo.
- Étape 2 : Demander aux élèves/étudiants quelles sont leurs destinations préférées et de justifier leur choix.

B. PHASE DE COMPRÉHENSION GLOBALE

CECRL

Peut identifier l'élément principal de nouvelles télévisées sur un événement, un accident, etc., si le commentaire est accompagné d'un support visuel. – **Comprendre des émissions de télévision, des films et des vidéos, A2+**

Peut comprendre les points principaux des programmes télévisés sur des sujets familiers si la langue est assez clairement articulée. – **Comprendre des émissions de télévision, des films et des vidéos, B1**

Peut comprendre la plupart des journaux et des magazines télévisés. – **Comprendre des émissions de télévision, des films et des vidéos, B2**

Peut comprendre des expressions et des mots relatifs à des domaines de priorité immédiate (par exemple, information personnelle et familiale de base, achats, géographie locale, emploi), à condition que la diction soit claire, bien articulée et lente. – **Compréhension générale de l'oral, A2**

Peut comprendre une information factuelle directe sur des sujets de la vie quotidienne ou relatifs au travail en reconnaissant les messages généraux et les points de détail, à condition que l'articulation soit claire et l'accent courant. – **Compréhension générale de l'oral, B1+**

- Faire visionner une première fois le reportage et demander aux élèves/étudiants de compléter le tableau.

C. PHASE DE COMPRÉHENSION DÉTAILLÉE

- Faire visionner une deuxième fois le reportage.
 - Étape 1 : Les élèves/étudiants relèvent quelle destination est particulièrement tendance en Allemagne.
 - Étape 2 : Ils repèrent ensuite quelles sont les trois catégories de personnes qui se réjouissent particulièrement de cette tendance.
 - Étape 3 : Ils relèvent pourquoi ces personnes se réjouissent de cette tendance.
 - Étape 4 : Ils complètent ensuite les informations concernant l'hôtel *The Fontenay*.
- Faire visionner le reportage une dernière fois.
 - Étape 5 : Les élèves/étudiants relèvent les trois possibilités d'hébergement citées dans le reportage.
 - Étape 6 : Ils s'intéressent au concept de *Sleeperoo* et expliquent en quoi il consiste.
 - Étape 7 : Ils portent enfin leur attention sur les expressions idiomatiques présentes dans le reportage.

D. PHASE DE PRODUCTION (réactions, opinions, interprétations, perceptions, appropriation)

- Solliciter les élèves/étudiants pour qu'ils donnent leur avis à l'oral ou à l'écrit sur le reportage en leur demandant s'ils aimeraient passer leurs vacances en Allemagne et quel type d'hébergement ils choisiraient.
- Leur fournir en cas de besoin les moyens langagiers nécessaires à l'expression de l'opinion personnelle.

<i>Meiner Meinung / Ansicht nach + Verbe + Sujet + Complément</i>
<i>Ich bin der Meinung, dass... + Sujet + Complément + Verbe</i>
<i>Ich glaube / denke, dass... + SCV</i>
<i>Ich bin (mir) (nicht) sicher, dass / ob... + SCV</i>
<i>Ich bin davon überzeugt, dass + SCV</i>
<i>Ich vermute / nehme an, dass... + SCV</i>
<i>Ich zweifle daran, dass... + SCV</i>

E. PROLONGEMENT (mise en projet, interactions, productions)

- En lycée

	Les élèves organisent une campagne de publicité pour une ville ou une région allemande. La classe est divisée en groupes. Chaque groupe conçoit une affiche qui présente les sites touristiques, les hébergements, les musées, etc. Les élèves prêtent attention à l'aspect pragmatique d'un tel exercice et présentent ensuite leur affiche au reste de la classe.
	Les vacances d'été seront bientôt là et les élèves pensent déjà à leur prochaine destination de vacances. Ils en parlent avec leur meilleur(e) ami(e). Ils expliquent pourquoi ils ont choisi cette destination, ce qu'ils vont faire sur place et quel type d'hébergement ils ont choisi. Les élèves cherchent un(e) camarade avec lequel / laquelle ils préparent la conversation. Ils jouent ensuite la scène devant le reste de la classe.

- Post-bac

	Les étudiants relisent, complètent et enrichissent leurs écrits réalisés dans le cadre des activités d'anticipation et de compréhension (globale et détaillée) et se préparent à faire un compte rendu oral du contenu de la vidéo : en ajoutant une introduction (contexte : phrase d'accroche, présentation du document, problématique et annonce d'un plan) et en proposant une ébauche d'interprétation personnelle et critique du document (opinion personnelle, liens à faire avec d'autres sujets et interconnexions avec des sujets d'actualité).
---	---

Peut intégrer des illustrations, des photos ainsi que des textes courts à un rapport ou une affiche de présentation.

– **Production écrite – essais et rapports, B1**

Peut synthétiser des informations et des arguments issus de sources diverses. – **Production écrite – essais et rapports, B2**

Peut écrire une série d'expressions et de phrases simples reliées par des connecteurs simples tels que « et », « mais » et « parce que ». – **Production écrite générale, A2**

Peut écrire des textes suivis non complexes sur une gamme de sujets variés dans son domaine en liant une série d'éléments discrets en une séquence linéaire. – **Production écrite générale, B1**

Peut présenter son point de vue en termes simples à condition que l'interlocuteur soit patient. – **Monologue suivi – argumenter, A2**

Peut à l'aide de mots simples, exprimer son opinion sur des sujets de la vie courante. – **Monologue suivi – argumenter, B1**

Peut développer une argumentation suffisamment bien pour être compris sans difficulté la plupart du temps. – **Monologue suivi – argumenter, B1+**

Peut échanger avec une certaine assurance un grand nombre d'informations factuelles sur des sujets courants ou non, familiers à son domaine. – **Échange d'information, B1+**

Peut comprendre suffisamment pour gérer un échange simple et courant sans effort excessif. – **Comprendre un interlocuteur, A2+**

Peut bavarder simplement avec ses pairs, ses collègues ou des membres d'une famille d'accueil, poser des questions sur des sujets très habituels et comprendre les réponses. – **Conversation, A2**

Peut participer à de courtes conversations dans des contextes habituels sur des sujets généraux. – **Conversation, A2+**

Peut aborder sans préparation une conversation sur un sujet familier. – **Conversation, B1**

Peut soutenir une conversation ou une discussion mais risque d'être quelquefois difficile à suivre lorsqu'il/elle essaie de formuler exactement ce qu'il/elle aimerait dire. – **Conversation, B1**

Peut interagir avec une aisance raisonnable dans des situations bien structurées et de courtes conversations à condition que l'interlocuteur apporte de l'aide le cas échéant. – **Interaction orale générale, A2+**

Peut décrire ou présenter simplement des gens, des conditions de vie, des activités quotidiennes, ce qu'on aime ou pas, par de courtes séries d'expressions ou de phrases non articulées. – **Production orale générale, A2**

Peut faire un exposé non complexe, préparé, sur un sujet familier dans son domaine qui soit assez clair pour être suivi sans difficulté la plupart du temps et dans lequel les points importants soient expliqués avec assez de précision. – **S'adresser à un auditoire, B1**

Peut développer un exposé de manière claire et méthodique en soulignant les points significatifs et les éléments pertinents. – **S'adresser à un auditoire, B2+**

Compléments

Dans la presse et/ou sur Internet

- <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/tourismus-in-deutschland-stuert-auf-rekordjahr-zu-15830433.html>
- <https://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/tourismus-in-deutschland-boomt-gastgewerbe-auf-rekordkurs-15145328.html>
- <http://www.spiegel.de/reise/deutschland/deutschlandtourismus-neuer-uebernachtungsrekord-a-1137861.html>
- <http://www.spiegel.de/reise/aktuell/lone-planet-best-in-travel-2019-deutschland-gehört-zu-den-top-ten-laendern-a-1234589.html>
- <https://www.swr.de/swr2/programm/sendungen/wissen/touristenattraktion-deutschland/-/id=660374/did=21938274/nid=660374/1octf6p/index.html>

Deutsche Welle

- <https://www.dw.com/de/reiseziel-deutschland-ist-wieder-in-top-10-von-lone-planet/a-45994383>
- <https://www.dw.com/de/the-place-to-be-hamburg-boomt/a-42002601>
- <https://www.dw.com/de/tourismusboom-in-deutschland/av-42512765>
- <https://www.dw.com/de/deutschland-beliebt-wie-nie/a-38882356>
- <https://www.dw.com/de/elbphilharmonie-erfolgsgeschichte-geht-ins-dritte-jahr/a-47042855>

Deutsch perfekt

- Reiseziel Deutschland, *Deutsch perfekt* 13/2018, page 38.
- Wie geht es eigentlich den... Hotels?, *Deutsch perfekt* November 2018, pages 68-70.

Corrigé des activités

B. Allgemeines Hörverstehen

Sehen Sie sich die ganze Reportage ein erstes Mal an und füllen Sie die untenstehende Tabelle aus.

Was? (Thema)	Wo? (In welchem Land?)
Tourismus	Deutschland

C. Detailliertes Hörverstehen

1. Welches Reiseziel ist in Deutschland besonders im Trend?

Die Großstädte sind ein beliebtes Reiseziel in Deutschland.

2. Wer freut sich besonders über diese Tendenz? (3X)

Die Architekten, Baufirmen und angehenden Hoteliers freuen sich über diese Tendenz.

3. Warum freuen sie sich darüber?

Sie freuen sich darüber, denn viele neue Unterkünfte werden dank dieser Tendenz gebaut.

4. Ergänzen Sie den untenstehenden Steckbrief über *The Fontenay*.

Stadt: **Hamburg**
Kategorie: **Fünf Sterne plus**
Sehenswürdigkeit in der Stadt: **die „Elphi“ (die Elbphilharmonie)**
Fluss: **die Alster**
Preis eines Standardzimmers pro Nacht: **350 Euro**
Maximalpreis einer Suite pro Nacht: **9000 Euro**

5. Welche Möglichkeiten haben die Touristen, um in einer Stadt zu übernachten? (3X)

Die Touristen können entweder in einem Luxushotel, oder in einem billigen Hotel oder noch in einem Einzimmer-Pop-up-Hotel übernachten.

6. Was ist das Konzept von *Sleeperoo*? Erklären Sie es.

Sleeperoo bietet seinen Kunden an, in ungewöhnlichen Orten zu übernachten, wie zum Beispiel in Museen. Sleeperoo ist kein Hotel sondern ein zusammensteckbarer Würfel, der überall aufgebaut werden kann und nur ein Zimmer anbietet.

7. Was bedeuten die Redewendungen, die in der Reportage vorkommen? Ordnen Sie jeder Redewendung die richtige Übersetzung zu.

- ♦ durch die Decke gehen: **crever le plafond**
- ♦ in die Höhe schießen: **s'élever dans les airs**
- ♦ wie Pilze aus dem Boden schießen: **pousser comme des champignons**

Évaluation de la compréhension de l'oral

Il est possible de proposer ce reportage en évaluation de la compréhension de l'oral dans le cadre des ECA en classe de terminale.

Communiquer d'abord le titre du document aux élèves sans le commenter. Procéder ensuite à trois visionnages espacés chacun d'une minute de pause durant laquelle les élèves prennent des notes. En conditions d'examen, les élèves ont 10 minutes à l'issue du 3^e visionnage pour rédiger en français le compte-rendu du document visionné. Dans le cadre d'un entraînement, on peut demander aux élèves de rédiger ce compte-rendu en allemand.

Par ailleurs, il est important que les élèves aient connaissance au préalable de la grille d'évaluation de l'examen afin d'être conscients des critères qui serviront à les évaluer. Cette grille, qui peut servir en cours d'année pour une auto-évaluation ou une co-évaluation (entre pairs), est téléchargeable sur le site du ministère :

http://www.education.gouv.fr/pid25535/bulletin_officiel.html?cid_bo=76422 https://cache.media.eduscol.education.fr/file/Ressources_d_accompagnement/56/3/FAQ_LV_05032013_247563.pdf

Il est toujours difficile d'évaluer des élèves qui sont capables de repérer certaines informations relevant du B1 ou du B2 alors même que certains éléments relevant du A1 ou du A2 ne figurent pas dans la copie. Je vous propose donc de procéder par nombre d'informations correctes relevées plutôt que par le niveau de l'information.

Évaluation de la compréhension orale type ECA du baccalauréat – proposition de corrigé

(Le corrigé n'est pas exhaustif, il ne contient pas toutes les informations données par le reportage. Rappelons que nous n'attendons pas des élèves une compréhension exhaustive du document mais une compréhension satisfaisante.)

- Le reportage s'intéresse au tourisme en Allemagne.
- L'Allemagne est une destination qui a le vent en poupe, en particulier les grandes villes.
- À Hambourg, le nombre de visiteurs est en très forte augmentation grâce à l'attraction touristique que constitue l'« *Elphi* », la Philharmonie de l'Elbe.
- Grâce au nombre de visiteurs, de nouveaux hébergements s'élèvent dans les airs, ce qui ravit les architectes, les entreprises de construction ainsi que les futurs hôteliers.
- L'hôtel amiral de Hambourg s'appelle *The Fontenay*, c'est un palace comprenant un bar et un restaurant gastronomique.
- Une chambre standard y coûte 350 euros la nuit et une suite peut coûter jusqu'à 9 000 euros la nuit.
- L'année passée, le nombre de nuitées a augmenté de 3 % dans toute l'Allemagne.
- Les hôtels poussent comme des champignons dans de nombreux endroits. D'ici 2020, 600 hôtels devraient voir le jour, soit plus de 85 000 lits.
- De grandes chaînes se pressent sur le marché, principalement dans le secteur des hôtels petit budget et avec des prix sacrifiés.
- Il existe aussi d'autres hébergements plus insolites qui proposent par exemple de dormir dans un musée.
- Ce concept est proposé par *Sleeperoo* : il s'agit d'un cube où l'on peut dormir et qui peut être installé n'importe où.

Le candidat n'a pas compris le document. Il n'en a repéré que des éléments isolés, sans parvenir à établir de liens entre eux. Il n'a pas identifié le sujet ou le thème du document.

Le candidat a décrit les images et a essayé de partir de celles-ci et de son savoir pour élaborer des considérations qui sont hors sujet et n'ont guère de rapport avec le document. Il n'a pas réussi à faire de lien entre les rares éléments relevés. Le candidat n'a pas saisi le sens du document.

Nombre d'éléments relevés : de 0 à 1

LV1 : 02/20

LV2 : 04/20

A1

Le candidat est parvenu à relever des mots isolés, des expressions courantes, et à les mettre en relation pour construire une amorce de compréhension du document.

Le candidat a compris seulement les phrases/idées les plus simples.

L'élève n'a relevé qu'un très petit nombre d'éléments qui sont corrects mais qui ne constituent pas encore une véritable compréhension du document, mais uniquement son amorce. Les liens entre les éléments sont ténus.

Nombre d'éléments relevés : 2

LV1 : 06/20

LV2 : 08/20

A2

Certaines informations ont été comprises mais le relevé est incomplet, conduisant à une compréhension encore lacunaire ou partielle.

L'élève a relevé un nombre d'éléments permettant une compréhension d'une partie du document mais certaines informations permettant une compréhension satisfaisante sont encore absentes.

Nombre d'éléments relevés : 3 à 4

LV1 : 10/20

LV2 : 14/20

B1

Les informations principales ont été relevées. L'essentiel a été compris. Compréhension satisfaisante.

L'essentiel des informations permettant de comprendre le document ont été relevées. L'élève a compris le document de manière satisfaisante.

Nombre d'éléments relevés : 5 à 6

LV1 : 16/20

LV2 : 20/20

B2

Des détails significatifs du document ont été relevés et restitués conformément à sa logique interne.

Le contenu informatif a été compris, ainsi que l'attitude du locuteur (ton, humour, points de vue, etc.). Compréhension fine.

Les éléments relevés permettent d'obtenir un compte-rendu fidèle du document. L'élève a très bien compris le document.

Nombre d'éléments relevés : 7 et plus

LV1 : 20/20

Nom :

Classe :

Date :

A. Einstieg

1. Sehen Sie sich das Standbild an! Was sehen Sie? Was fällt Ihnen dazu spontan ein? Worum könnte es sich also in dieser Reportage handeln?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Was sind Ihre Lieblingsreiseziele? Warum denn?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

B. Allgemeines Hörverstehen

Sehen Sie sich die ganze Reportage ein erstes Mal an und füllen Sie die untenstehende Tabelle aus.

Was? (Thema)	Wo? (In welchem Land?)

C. Detailliertes Hörverstehen

Sehen Sie sich die Reportage ein zweites Mal an und beantworten Sie die folgenden Fragen.

1. Welches Reiseziel ist in Deutschland besonders im Trend?

.....

2. Wer freut sich besonders über diese Tendenz? (3X)

.....

.....

3. Warum freuen sie sich darüber?

.....

.....

4. Ergänzen Sie den untenstehenden Steckbrief über *The Fontenay*.

Stadt:

Kategorie:

Sehenswürdigkeit in der Stadt:

Fluss:

Preis eines Standardzimmers pro Nacht:

Maximalpreis einer Suite pro Nacht:

Nom :	Classe :	Date :
--------------	-----------------	---------------

Sehen Sie sich die Reportage ein letztes Mal an und beantworten Sie die folgenden Fragen.

5. Welche Möglichkeiten haben die Touristen, um in einer Stadt zu übernachten? (3X)

.....

.....

.....

6. Was ist das Konzept von *Sleeperoo*? Erklären Sie es.

.....

.....

.....

7. Was bedeuten die Redewendungen, die in der Reportage vorkommen? Ordnen Sie jeder Redewendung die richtige Übersetzung zu.

s'élever dans les airs – pousser comme des champignons – crever le plafond

- durch die Decke gehen:
- in die Höhe schießen:
- wie Pilze aus dem Boden schießen:

D. Zum Thema Stellung nehmen... (mündlich oder schriftlich)

Würden Sie gern einen Urlaub in Deutschland machen? Warum (nicht)? Was für eine Unterkunft würden Sie wählen? Warum?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

E. Projekte

➤ *En lycée*

	Sie organisieren in Ihrem Gymnasium eine Werbekampagne für eine Stadt oder eine Region Deutschlands. Die Klasse wird in Gruppen geteilt. Jede Gruppe entwirft ein Plakat, das die Sehenswürdigkeiten, die Unterkünfte, die Museen usw. vorstellt. Achten Sie dabei auf die pragmatischen Aspekte eines solchen Plakats. Danach stellen Sie Ihrer Klasse das Plakat vor.
	Die Sommerferien stehen vor der Tür und schon denken Sie an Ihr nächstes Urlaubsziel. Sie sprechen darüber mit Ihrem/Ihrer besten Freund/in. Warum haben Sie dieses Reiseziel gewählt? Was werden sie dort alles unternehmen? Wo werden Sie übernachten? Suchen Sie sich einen Mitschüler / eine Mitschülerin, der/die mit Ihnen das Gespräch bereiten wird. Spielen Sie dann die Szene vor der ganzen Klasse.

➤ *Post-bac*

	Stellen Sie den Inhalt der Reportage vor, so wie Sie es im Rahmen einer mündlichen Examensprüfung durchführen würden.
---	---