



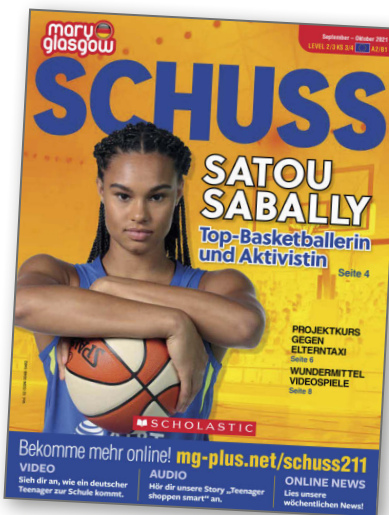
TEACHERS' GUIDE

Dear teachers,

Welcome to the first edition of *Schuss* 2021 - 2022. In this new series we report on the lives of German-speaking teenagers and portray inspiring young people and their initiatives and campaigns. Have fun reading and learning German!

We wish you a good start to the new academic year,

The Mary Glasgow Team



Sept - Oct

Spotlight

Schweine am Joystick

Page 13

Pigs are not only capable of playing video games; they also positively enjoy it – according to animal welfare scientists in the USA. Their study intends to raise awareness amongst pig farmers and to lead to better animal husbandry in pig breeding.

Questions to ask ...

Warum ist es wichtig, wie Menschen mit Schweinen umgehen? Wie könnten Bauern die Lebensbedingungen von Schweinen verbessern?

Inside this issue...

Page	Article	Topic	Language point	Online content
2-3	News	News	Questions	
4-5	Satou Sabally	Sports	Family	
6-7	Projektkurs gegen Elterntaxi	Transport	Verbs	
8-9	Wundermittel Videospiele?	Health	Comparatives	
10-11	Teenager shoppen smart?	Free time	Reading	
12	Shoppst du smart?	Free time	Questions	
13	Schweine am Joystick	Animals	Expressions	
14-15	Reise in einen Salzberg	Travel and tourism	Adverbs of time	
16	Leben ohne Umarmungen	Lifestyle	Numbers	



What our symbols mean ...



READ ALONG

New! Listen to the article!



VIDEO

Watch a video relating to this article!



LEARNING UNIT

Online Learning Unit relating to this article!

ANY QUESTIONS?

Email us: schuss@maryglasgowplus.com

Pages 4 - 5

Satou Sabally: Top-Basketballerin und Aktivistin

Objectives • Reading and listening comprehension • Learning something about a successful German-African basketball player in the USA



Top-Basketballerin und Aktivistin
SATOU SABALLY

2020 wurde Satou Sabally von der WNBA als beste Basketballerin in die beste Liga der Welt, der WNBA, gedraftet. Seitdem hat sich das Leben der 23-jährigen Deutsch-Amerikanerin komplett verändert. Heute ist sie das Gesicht einer neuen Basketball-Generation.

Mehr über Satou Sabally

Andere deutsche Basketballer in der NBA

- Dirk Nowitzki (41)
- Dennis Schröder (27)
- Daniel Theis (39)

Read along

Ein Artikel über Satou Sabally...
 ...die WNBA als beste Basketballerin...
 ...das Leben der 23-jährigen Deutsch-Amerikanerin...
 ...komplett verändert...
 ...Heute ist sie das Gesicht einer neuen Basketball-Generation...

Students think about answers to VORBEREITEN and then interview each other in pairs. Invite volunteers to sum up their speaking partner's answers. Play the audio version of the article (www.mg-plus.net/schuss211), students should read along in their magazines. Ask students to tick the correct sentences in VERSTEHEN and to underline the relevant passages in the text. Then discuss the exercise with the class. Students should discuss DISKUTIEREN in small groups. Nominate volunteers to present the group's thinking on the topic.

Pages 6 - 7

Projektkurs gegen Elterntaxis

Objectives • Reading and listening comprehension • Learning something about an after-school club at a German high school • Practising verb forms



PROJEKTKURS gegen Elterntaxis

Das Gymnasium Stöckberg (Nordhain/Westfalen) bekam 2020 den Titel 'Fahrradfreundliche Schule'. Neben Fahrrad-AG in Fahrschule und sportlichen Radfahren fand die Jury von AKTIONRAD besonders toll, dass es einen Projektkurs zur Vermeidung der 'Elterntaxi' gab. Aber als das Projekt realisiert wurde, gab es Ärger mit einigen Eltern.

Ein kurzer Erfolg

Elterntaxi = gar nicht schön!

39% in einem Radfahren

32% auf dem Fahrrad

23% Radfahrer

6% im Bus

Read along

Video

Ein Projektkurs gegen Elterntaxis...
 ...bekam 2020 den Titel 'Fahrradfreundliche Schule'...
 ...Neben Fahrrad-AG in Fahrschule und sportlichen Radfahren...
 ...fand die Jury von AKTIONRAD besonders toll...
 ...dass es einen Projektkurs zur Vermeidung der 'Elterntaxi' gab...
 ...Aber als das Projekt realisiert wurde, gab es Ärger mit einigen Eltern...

Discuss VORBEREITEN with the class. *Wie viele Schüler kommen mit dem Fahrrad? Warum? Warum nicht?* Ask students to work through the article in pairs and to highlight words with unknown pronunciation. Then play the audio version of the article (www.mg-plus.net/schuss211). Students should read along paying particular attention to the pronunciation of problem words. Ask students to complete VERSTEHEN and ÜBEN in writing and nominate volunteers to read out the answers. Divide the class into small groups, ask students to read **Elterntaxi – gar nicht sicher!** within their groups and then to move on to DISKUTIERE. Ask the groups to sum up the outcome of their discussions to the class and, if applicable, continue the debate as a whole class activity.

Pages 8 - 9

Wundermittel Videospiele?

Objectives • Reading and listening comprehension • Learning something about the positive impact of computer games on mental health • Practising comparatives • Revising numbers



Wundermittel Videospiele?

Mentale Gesundheit

Die Pandemie hat viele Menschen mit psychischen Problemen konfrontiert. Videospiele können dabei helfen, die mentale Gesundheit zu verbessern.

In einem Flow

Die Pandemie hat viele Menschen mit psychischen Problemen konfrontiert. Videospiele können dabei helfen, die mentale Gesundheit zu verbessern.

Read along

Ein Artikel über Videospiele...
 ...Mentale Gesundheit...
 ...Die Pandemie hat viele Menschen mit psychischen Problemen konfrontiert...
 ...Videospiele können dabei helfen, die mentale Gesundheit zu verbessern...
 ...In einem Flow...
 ...Die Pandemie hat viele Menschen mit psychischen Problemen konfrontiert...
 ...Videospiele können dabei helfen, die mentale Gesundheit zu verbessern...

Ask students to do VORBEREITEN in pairs and to compare their answers with those of other classmates. Play the audio version of the article (www.mg-plus.net/schuss211). Students should read along in their magazines. Advanced groups can read the article paragraph by paragraph as a whole class activity with you nominating volunteers. Then ask students to test their reading comprehension in VERSTEHEN. Ask students to underline the relevant passages in the text. Behind each incorrect statement (*f, niT*), students should then write down the correct information from the article. Continue with ÜBEN. Ask students to complete DISKUTIERE in writing, using comparatives + *als* in their sentences. Invite volunteers to read out their contributions and encourage a class debate towards the end of the lesson.

Pages 14 - 15

Reise in einen Salzberg

Objectives • Reading and listening comprehension • Sentences with the indefinite pronoun man • Verbs in the imperfect • Revision of adverbs of time

The image shows a magazine spread titled 'Reise in einen Salzberg'. It features a large photograph of a snowy mountain landscape. Text on the page includes 'Einzigartige Reisen', 'Jedes Kind in Deutschland kennt das „Bad Reichenhaller Alpen Salz“, so heißt es auf der Verpackung, und diese Tiefen der Alpen kann man besichtigen, in Berchtesgaden (Bayern)', 'Der Besuch', 'Alpen Salz', 'Bad Reichenhaller', and 'Alpen Salz'. There are also smaller images of people and salt production equipment.

Ask students to discuss **VORBEREITEN** in small groups. Play the audio version of the article (www.mg-plus.net/schuss211). Students should read along in their magazines. Advanced groups should read the article independently. Additional task for higher performing groups: Ask students to read **Wie kommt das Salz in den Berg?** in pairs and to rewrite sentences 1 to 3 in the imperfect tense (*war, kristallisierte, verschwand, entstanden, bedeckte, kam, entstand*). Ask comprehension questions, e.g.: *Was kann man in Berchtesgaden besichtigen? Seit wie vielen Jahren gewinnt man in Berchtesgaden schon Salz? Wo kann man eine fantastische Lichtshow sehen?* Students should then complete **VERSTEHEN** in writing. Discuss the answers with the class. Move on to **DISKUTIEREN** by asking: *Welche Attraktionen habt ihr schon besichtigt?* Encourage students who name the same attraction to work together. The class should then complete **DISKUTIEREN** in writing. Invite volunteers to share their descriptions towards the end of the lesson.

Grammar in context | Adverbs of time as sentence openers

Explanation

zuerst – dann – danach – später – zum Schluss are adverbs of time – or, in German: *Zeitadverbien*. They answer the question **When? (Wann?)**

Adverbs of time indicate an order – or a sequence. If you want to say in which order you do something, you can use adverbs of time.

In German, adverbs of time are often used at the beginning of a sentence, in front of the conjugated verb; the subject then comes after the conjugated verb:

Sie lernen **danach** Interessantes über die Salzproduktion.
Danach lernen sie Interessantes über die Salzproduktion.

Exercise 1

Are these statements true (r) or false (f)? Tick!

1. Zuerst bekommen die Besucher und Besucherinnen im Salzbergwerk Schutzkleidung. r | f
2. Dann rutschen sie in den Salzberg und ein Programm beginnt. r | f
3. Danach lernen sie Interessantes über die Salzproduktion. r | f
4. Später fahren die Touristen und Touristinnen nach Bad Reichenhall. r | f
5. Zum Schluss hat man eine tolle Lichtshow gesehen und viel gelernt. r | f

Exercise 2

How does the salt get into the mountain? What is the sequence of events? Connect the two halves of the sentences about the formation of the salt mountain.

- | | |
|----------------|--|
| 1. Zuerst | a) bedeckt Meer das Land. |
| 2. Dann | b) bedeckt Erde die Salzschieben. |
| 3. Danach | c) entstehen die Berge. |
| 4. Später | d) entsteht ein Salzsee im Berg. |
| 5. Zum Schluss | e) kristallisiert sich Salz aus dem Wasser heraus. |

Exercise 3

How does the salt get into the packet? Choose the correct adverb of time and determine the sequence.

1. **a Zum Schluss** | **b Später** verpackt man das Salz.
2. **a Dann** | **b Zuerst** holt man das Salzwasser, die Sole, aus dem Salzsee in Berchtesgaden.
3. **a Später** | **b Zum Schluss** macht man dort aus ihr Salz.
4. **a Dann** | **b Zuerst** transportiert man sie nach Bad Reichenhall.

Großes Schuss-Quiz



Fill the gap!

Wundermittel Videospiele? (Seite 8 – 9)

Complete the sentences with the correct expressions.

1. Zwei wissenschaftliche _____ sagen, dass Videospiele gut für die psychische Gesundheit sein können.
A) Influencer B) Zeitungsartikel C) Studien
D) Fokusgruppen
2. Ein Professor in Oxford hat mit seinem Team herausgefunden, dass es eine _____ zwischen Videospiele und Positivität gibt.
A) Energie B) Diskussion C) Meinung D) Korrelation
3. Spieler*innen, die mehr Zeit in der virtuellen Welt verbringen, sind _____, als Leute, die seltener online sind.
A) gebildeter B) zufriedener C) sportlicher
D) kreativer
4. Eine deutsche Studie hat ebenfalls herausgefunden, dass Videospiele bei _____ helfen können.
A) Sportevents B) Hausaufgaben C) Depressionen
D) Geburtstagsfeiern
5. Flow ist ein _____, bei dem man die Welt vergisst, und kann bei Depressionen helfen.
A) Wundermittel B) Zustand C) Problem
D) Videospiele

How do German teenagers shop? Test your knowledge!

Teenager shoppen smart (Seite 10 -11)

Tick the correct answer.

1. Wie viel Taschengeld bekommen deutsche Teenager im Durchschnitt pro Woche?
A) 10 (zehn) Euro
B) 25 (fünfundzwanzig) Euro
C) 55 (fünfundfünfzig) Euro
D) 100 (hundert) Euro

2. Wie viel Prozent der deutschen Teenager fragen Freunde und Freundinnen, bevor sie sich dafür entscheiden, ein Produkt zu kaufen?
A) 26 (sechszwanzig) Prozent
B) 47 (siebenundvierzig) Prozent
C) 78 (achtundsiebzig) Prozent
D) 87 (siebenundachtzig) Prozent
3. Wie viel Prozent der deutschen Teenager interessiert die Meinung von Influencer*innen, wenn sie planen, etwas zu kaufen?
A) 11 (elf) Prozent
B) 26 (sechszwanzig) Prozent
C) 58 (achtundfünfzig) Prozent
D) 91 (einundneunzig) Prozent
4. Wie viel Prozent der deutschen Teenager benutzen täglich mobile Kommunikationsapps?
A) 30 (dreißig) Prozent
B) 45 (fünfundvierzig) Prozent
C) 77 (siebenundsiebzig) Prozent
D) 90 (neunzig) Prozent
5. Für wie viele deutsche Teenager ist es wichtig, dass die Marken, die sie kaufen, nachhaltig sind und weder Menschen noch Umwelt schädigen?
A) $\frac{1}{4}$ (ein Viertel) aller Teenager
B) $\frac{1}{3}$ (ein Drittel) aller Teenager
C) $\frac{1}{2}$ (die Hälfte) aller Teenager
D) $\frac{3}{4}$ (drei Viertel) aller Teenager
6. Wie viele deutsche Teenager fragen ihre Familie, bevor sie eine Kaufentscheidung fällen?
A) 13 (dreizehn) Prozent
B) 21 (einundzwanzig) Prozent
C) 63 (dreiundsechzig) Prozent
D) 85 (fünfundachtzig) Prozent

ANY QUESTIONS?

Email us: schuss@maryglasgowplus.com

Editor: Britta Giersche Author: Bettina Schrey

Layout: David Dutch