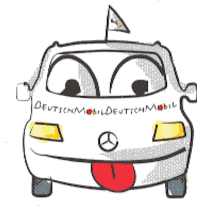


Bericht I: 2000 - 2001

DeutschMobil



www.deutschmobil.co

Eine Initiative der Deutsch-Französischen Häuser
im Europäischen Jahr der Sprachen

in Kooperation mit der
Robert Bosch Stiftung GmbH

mit Unterstützung
der DaimlerChrysler AG

unter der Schirmherrschaft
von Ministerpräsident Kurt Beck,
Bevollmächtigter der Bundesrepublik Deutschland für kulturelle Angelegenheiten im Rahmen des
Vertrages über die deutsch-französische Zusammenarbeit

Fédération des
Maisons Franco-Allemandes



Centre Franco-Allemand de Provence Aix
Maison de l'Allemagne Brest
Maison de Rhénanie-Palatinat Dijon
Maison de Heidelberg Montpellier
Centre Culturel Franco-Allemand Nantes
Maison Heinrich Heine Paris

Inhalt

	Seite	
1. Das Projekt DeutschMobil		1
1.1. Warum ein DeutschMobil?		1
2. Das «Europäische Jahr der Sprachen»		2
3. Die Arbeit des DeutschMobils in Frankreich		3
3.1. Zielgruppen: Sch ler, Eltern, Lehrer		3
4. Spielend lernen		7
4.1. Montpellier		7
4.2. Dijon		9
4.2.1. "Deutsch ist gar nicht so schwer"		9
4.3. Aix-en-Provence/ Marseille		11
4.4. Nantes/ Brest		12
5. Deutschwerbung mit einer Rockband		13
5.1. Fuoristrada — Musik statt Grammatik		13
6. Erste Bilanz		15
6.1. Burgund: DeutschMobil als Katalysator		17
6.1.1. Vom allm hlichen Erfahren eines Standortvorteils		17
7. Die Informationskampagne DeutschMobil		19
8. Die DeutschMobil-Tournee		20
8.1. Berlin		20
8.2. Mainz		22
8.3. Heidelberg		22
8.4. Stuttgart		23
8.5. Dijon		23
8.6. Paris		24
8.7. Lektorenseminar des DAAD		24
8.8. deutsch-franz sischer Gipfel		25
9. Reaktionen und Presseecho		25
10. Ausblick		26

1. Das Projekt DeutschMobil

Mit der Initiative DeutschMobil wirbt die Föderation Deutsch-Französischer Häuser im Europäischen Sprachenjahr 2001 bei französischen Schülern und Eltern für den Deutschunterricht an den französischen Schulen. Im Einverständnis mit den örtlich zuständigen Schulbehörden fahren vier Sprachlektorinnen durch die Regionen, die im Einzugsbereich der Deutsch-Französischen Häuser in Montpellier, Aix-en-Provence, Dijon und Nantes/Brest liegen. Seit Januar 2001 wurden so insgesamt knapp 300 Schulen besucht und bei rund 33.000 Schülern der Grundschulen und Sekundarstufe 1 für Deutsch geworben.

Seit dem Frühjahr 2000, als das innovative Projekt zur Sprachenwerbung entwickelt und auf den Weg gebracht wurde, ist nun ein an Erfahrungen und Eindrücken überaus reiches Jahr vergangen – Grund genug, eine erste Bilanz zu ziehen.

1.1. Warum ein DeutschMobil?

Seit einigen Jahren beobachtet die Föderation der Deutsch-Französischen Häuser mit wachsender Sorge die Entwicklung des Deutschunterrichtes an den französischen Schulen: Die Zahl der Deutschschüler nimmt kontinuierlich ab, die Schüler ziehen Englisch und Spanisch dem Deutschunterricht vor. Deutsch gilt als schwere Sprache, zudem glauben viele Schüler, dass Deutsch in Europa nur wenig Anwendung finde. Die Eltern befürchten, dass sich der Notendurchschnitt ihrer Kinder durch Deutsch rapide verschlechtern könnte. Vorurteile, die dazu führen, dass Deutsch mittlerweile den Status eines Orchideenfachs hat. Nur noch 16 Prozent der französischen Schüler lernen Deutsch, an manchen Schulen ist das Fach vollkommen vom Lehrplan verschwunden.

Um diese Entwicklung aufzuhalten hat die Föderation der Deutsch-Französischen Häuser in Kooperation mit der **Robert Bosch Stiftung GmbH** und im Einklang mit der französischen Schulbehörde das Projekt DeutschMobil entwickelt: eine aktive Sympathiewerbung für den Deutschunterricht, die sich direkt an die Schulen vor Ort wendet. Dafür hat die Robert Bosch Stiftung für die Deutsch-Französischen Häuser in Montpellier, Dijon, Aix-en-Provence/Marseille und Nantes/Brest seit Oktober 2000 je eine Lektorin engagiert. Die Lektorinnen haben die detaillierte Organisation des Projekts DeutschMobil übernommen und ein Konzept für die Schulbesuche entwickelt. Seit Anfang des Jahres 2001 sind sie nahezu täglich an den Schulen ihrer Regionen, um die Klassen für das Fach Deutsch

zu sensibilisieren. Das Projekt DeutschMobil steht unter der **Schirmherrschaft von Ministerpräsident Kurt Beck**, Bevollmächtigter der Bundesrepublik in kulturellen Angelegenheiten mit Frankreich.

Damit ein Besuch der Schulen in den verschiedenen Départements überhaupt möglich wurde, war das Projekt dringend auf Fahrzeuge angewiesen. Engagierte Unterstützung fand sich in der **DaimlerChrysler AG**, die der Föderation vier Mercedes-Vito-Busse zur Verfügung stellt. Die Fahrzeuge wurden im November 2000 von DaimlerChrysler mit der Aufschrift DEUTSCHMOBIL versehen, zudem tragen sie den Schriftzug der Föderation und die Namen der Förderer der Aktion, Robert Bosch Stiftung und DaimlerChrysler.

Ziel des DeutschMobils ist es, den oft sehr einseitigen Vorstellungen der Schüler ein spannenderes und fröhlicheres Deutschlandbild entgegenzusetzen. In Kooperation mit der Robert Bosch Stiftung, deren Mittel zu einem beträchtlichen Teil in Projekte der Völkerverständigung fließen, hat die Föderation der Maisons Franco-Allemandes deshalb ein innovatives Konzept entwickelt, das auf den direkten Kontakt zu Eltern und Schülern setzt. Es entspricht dabei dem Charakter und der Geschichte der Föderation Deutsch-Französischer Häuser, dass auch ihre Initiative DeutschMobil fest in der französischen und der deutschen Zivilgesellschaft verankert ist: Sie entstand aus einem Bedürfnis heraus, das von vielen Seiten - von Handel und Wirtschaft, den Lehrern, von Kulturschaffenden, Deutschschülern und interessierten Bürgern - an die Maisons Franco-Allemandes herangetragen wurde. So ist das DeutschMobil keine isolierte Aktion, sondern ein Experiment, das von vielen französischen Partnern mitgetragen wird, dazu zählen nicht zuletzt die Komitees der deutsch-französischen Städtepartnerschaften. Auf dieses dichte Netz von freundschaftlichen Beziehungen, wie es nach dem Zweiten Weltkrieg dank vielfältigen bürgerschaftlichen Engagements zwischen beiden Ländern entstanden ist, greift die Initiative DeutschMobil zurück. Zugleich stärkt das DeutschMobil dieses Netzwerk, indem es junge Ansprechpartner sucht und neue Impulse vermittelt.

2. Das «Europäische Jahr der Sprachen»

Die Initiative DeutschMobil entspricht dem Grundsatz des für 2001 ausgerufenen «Europäischen Jahrs der Sprachen». Danach kann eine Vielfalt der Kulturen nur Bestand haben, wenn es auch eine lebendige Vielfalt der Sprachen gibt. Doch diese hängt ganz wesentlich von einer aktiven Sprachenpolitik und dem Willen der Europäer ab, mehrere Sprachen zu

sprechen. Das Projekt DeutschMobil, das die Schüler auf spielerische Weise für das Erlernen einer Fremdsprache motivieren will, setzt den Appell der Europäischen Union auf überzeugende Weise in die Praxis um und findet dabei auch bei den französischen Institutionen viel Anklang. Denn die französischen Schulbehörden fragen sich allmählich, wie sie ihre Deutschlehrer beschäftigen sollen. Vor allem in der Wirtschaft schüttelt man über die Entwicklung den Kopf. Schließlich ist Deutschland einer der wichtigsten Handelspartner; Arbeitskräfte, die Deutsch und Französisch sprechen, werden links und rechts des Rheins händeringend gesucht, so etwa in der Autoindustrie. Auch im französischen Tourismus, zu dessen treuesten ausländischen Kunden die Deutschen gehören, wird deutschsprechendes Personal durchaus benötigt.

Dank des Europäischen Sprachenjahres hat das Projekt DeutschMobil ein recht günstiges Klima vorgefunden. Denn auch in die französische Schulpolitik hat das Sprachenjahr eine gewisse Bewegung gebracht. So hat der französische Minister für nationale Erziehung Jack Lang den Beschluss erlassen, dass der Fremdsprachenunterricht schon in der Grundschule beginnen soll.

Auf dem Deutsch-Französischen Kolloquium zum Thema Sprachen, das im Rahmen des Europäischen Jahres der Sprachen im Mai 2001 im Schloss Waldthausen bei Mainz stattfand, war deshalb auch das Projekt DeutschMobil präsent. Kurt Brenner und Till Meyer, Präsident und Vizepräsident der Föderation der Deutsch-Französischen Häuser, hatten dort Gelegenheit, gemeinsam mit dem Schirmherr des Projektes, Ministerpräsident Kurt Beck, Bevollmächtigter der Bundesrepublik Deutschland für kulturelle Angelegenheiten mit Frankreich, die Initiative DeutschMobil dem französischen Minister für nationale Erziehung, Jack Lang, vorzustellen. Das Kolloquium diente zur Vorbereitung neuer Beschlüsse im Bereich Sprachen, die auf dem folgenden deutsch-französischen Gipfel gefasst wurden. Zu diesem Gipfel, der am 12. Juni 2001 in Freiburg stattfand, war das DeutschMobil ebenfalls eingeladen (siehe Kapitel 8.8.).

3. Die Arbeit des DeutschMobils in Frankreich

Seit Januar sind die DeutschMobile in den Deutsch-Französischen Häusern in Montpellier, Aix-en-Provence, Dijon und Nantes im Einsatz. Die Sprachenwerbung deckt somit die Regionen Languedoc-Roussillon, Provence-Alpes-Côtes-d'Azur, Burgund und Pays de la Loire ab. Zudem war die Lektorin des Deutsch-Französischen Hauses in Nantes für das Geschwisterhaus in Brest in etlichen Schulen in der Bretagne unterwegs.

3.1. Zielgruppen: Schüler, Eltern, Lehrer

Das Projekt DeutschMobil wendet sich vor allem an die **Schüler**, die vor der Wahl der Fremdsprache stehen, die sie im nächsten Jahr erlernen wollen. Dies sind zum einen die Schüler der CM2-Klasse (sie entspricht etwa einer deutschen vierten Grundschulklasse), die im folgenden Jahr auf das Collège wechseln und dort die erste Fremdsprache lernen. In der Regel haben die Schüler die Wahl zwischen Englisch und Deutsch. Mittlerweile entscheiden sich nur noch so wenige Schüler für Deutsch, dass an einigen Collèges Deutsch als erste Fremdsprache gar nicht mehr angeboten wird. Für die Deutschlehrer der Collèges ist dies eine betrübliche Entwicklung. Je mehr Klassen sie verlieren, desto größer ist die Gefahr, dass sie fachfremd - in anderen Fächern oder in der Bibliothek - eingesetzt werden. So sind es oft die Deutschlehrer der Collèges und nicht selten auch die dortigen Schulleiter, die sich an das DeutschMobil mit der Bitte wenden, gemeinsam mit ihnen in Grundschulklassen Werbung für den Deutschunterricht zu machen.

Die zweite Zielgruppe für das DeutschMobil sind die Schüler der Cinquième, der 5. Klasse des Collège (vergleichbar mit der 6. Klasse in Deutschland). Sie stehen vor der Wahl der zweiten Fremdsprache, die im folgenden Schuljahr gelehrt wird. In den meisten Fällen können sich die Schüler zwischen Spanisch und Deutsch entscheiden, in manchen Fällen wird auch Italienisch angeboten. Deutsch schneidet gegenüber Spanisch nur sehr schwach ab. Die Schüler, die als erste Fremdsprache Englisch gelernt haben, wählen für die zweite Sprache lieber eine romanische Sprache, in der Hoffnung, es damit leichter zu haben.

Die jüngsten Daten der französischen Schulstatistik zeigen, dass es um das Fach Deutsch nicht gut bestellt ist: Danach entscheiden sich bei der Wahl der ersten Fremdsprache etwa 88 Prozent der jungen Franzosen für Englisch, nur zehn Prozent wählen Deutsch als erste Fremdsprache. Bei der Wahl der zweiten Fremdsprache entscheiden sich 60 Prozent für Spanisch, sechs Prozent für Italienisch und 20 Prozent für Deutsch. Bei der dritten Fremdsprache (die nur bei einem geringen Teil der französischen Schüler auf dem Lehrplan steht) wählen 40 Prozent der Schüler Italienisch und 30 Prozent Spanisch. Nur zehn Prozent dagegen wollen Deutsch als dritte Fremdsprache lernen.

Im Süden Frankreichs dürften sich diese Zahlenverhältnisse noch sehr viel deutlicher zugunsten des Spanischen und, in der Gegend um Nizza, zugunsten des Italienischen verschieben. Die Grenze nach Spanien bzw. Italien sind sehr nah, zudem ist die Sprache vielen Schülern bereits vertraut. In der Region Languedoc-Roussillon etwa leben viele spanischstämmige Migranten, es gibt -

mit Stierkampf, Flamenco oder Weinbau – viele gemeinsame Traditionen. Auch das wie auch immer vage vorhandene Bewusstsein, dass das Okzitanische, die alte «Langue d’Oc», dem Spanischen recht nah ist, dürfte bei der Überlegung, lieber Spanisch als Deutsch zu wählen, eine große Rolle spielen. Ähnliches gilt für die Côte d’Azur, wo Italienisch sehr beliebt ist. Entscheidend aber, das hat sich bei den Schulbesuchen regelmäßig gezeigt, ist bei der Wahl der spanischen bzw. italienischen Sprache vor allem eins: Die Schüler leben in der Gewissheit, mit Spanisch oder Italienisch die einfachere Sprache zu wählen, deren Lexikon und Grammatik klare Ähnlichkeiten mit ihrer Muttersprache aufweisen. Und da die Wahl der einfacheren Sprache die bessere Schulnote verheißt, sind auch die Eltern zumeist mehr für Spanisch oder Italienisch als für Deutsch als Fremdsprache.

Auch die **Elterninformation** gehört deshalb zum Standardprogramm des DeutschMobils. Die Eltern, die gar nicht selten größere Vorbehalte gegenüber der deutschen Sprache haben als ihre Kinder, werden informiert, welche beruflichen Chancen die Kenntnis der Sprache eröffnet. Zu diesem Zweck besuchen die DeutschMobil-Teams regelmäßig Elternversammlungen, die sie in Absprache mit den Schulleitungen organisieren und die ebenfalls dazu beitragen sollen, mit der traditionellen Vorstellung zu brechen. So glauben viele Eltern, dass Deutsch eine Elite-Sprache sei, die nur den besten Schülern vorbehalten bleibe. Wo es möglich ist, werden auch Vertreter französischer Unternehmen zu solchen Elterninformationen eingeladen, da es ihnen leichter gelingt, das Vorurteil von der elitären Sprache zu zerstreuen. Denn bei den Berichten aus der Praxis wird eines schnell deutlich: Deutschkenntnisse können nicht nur dem Manager etwas nützen, sondern auch in der Rezeption eines Hotel, am Bankschalter oder im Sekretariat von großem Wert sein.

Es waren in der Regel die Schulen, die solche Elternnachmittage oder - abende organisiert haben – allerdings mit unterschiedlichem Erfolg: Besonders gut besucht waren die Elternversammlungen im Burgund, wo während des Sommerhalbjahrs 2001 rund 30 solcher Veranstaltungen organisiert wurden. Im Süden dagegen haben die DeutschMobil-Teams häufig die Erfahrung machen müssen, dass nur wenige Eltern der Einladung folgten. Und wer kam, war häufig ohnehin schon interessiert daran, dass sein Kind Deutsch lernt. Als erfolgreicher haben sich Elternversammlungen erwiesen, auf denen es nicht nur um die Wahl der Fremdsprache ging: Wenn die Schulleitung die Eltern einer Jahrgangsstufe zusammenruft, um ihnen einen Katalog von verschiedenen Informationen zu vermitteln, dann besteht eher die Chance, dass sich der Veranstaltungsraum füllt. Die Werbung für Deutsch als Fremdsprache ist dann zwar nur ein Unterpunkt auf einer langen Tagesordnung, aber sie hat ein größeres Forum – und länger als eine halbe Stunde, das hat die Praxis gezeigt, sind die meisten Eltern für dieses Thema ohnehin nicht zu interessieren.

Das klingt entmutigend, sollte es aber nicht sein. Denn die Eltern zu gewinnen, dies hat sich im Laufe der Monate gezeigt und wird auch von den Lehrern immer wieder betont, ist von enormer Bedeutung. So gern die Schüler auch auf ihre Selbständigkeit pochen, bei der Sprachenwahl sprechen die Eltern ein gewichtiges Wort mit. So haben die DeutschMobil-Teams immer wieder Klassen erlebt, die – etwa durch einen Club Allemand - regelrecht begeistert vom Deutschlernen waren. Doch bei der Wahl der Fremdsprache wählten dann manchmal nur ganz wenige der Schüler Deutsch. Der Grund: Die Eltern hatten abgeraten. Ihr Argument: «Damit verdirbst du dir nur den Notendurchschnitt.» Dass Deutschkenntnisse spätestens bei der Karriereplanung und Arbeitssuche ein Trumpf sein können, ist eine Erkenntnis, die vielen Eltern erst nahe gebracht werden muss. Besonders überzeugend wirkt es dabei, wenn das DeutschMobil bei den Elterninformationen auf «unparteiische Zeugen» zurückgreifen kann. Wenn wie bei einer Podiumsdiskussion in Pau ein Vertreter der lokalen Wirtschaft von dem großen Mangel an Arbeitskräften mit Deutschkenntnissen berichtet, oder wenn, wie bei den Elternabenden rund um Dijon immer wieder örtlich bekannte Unternehmer auftreten, die ihren Bedarf an Arbeitskräften mit Deutschkenntnissen formulieren, sind manche Eltern tatsächlich bereit, ihre Meinung zu ändern.

Wie wichtig es sein kann, die Eltern zu gewinnen, zeigt auch das Beispiel des Collège im südfranzösischen Städtchen Trèbes nahe Carcassonne: Hier gibt es seit Jahren eine erstaunlich große Zahl von Deutschschülern, was sich vor allem dem Umstand verdankt, dass die Eltern der Deutschschüler in einem eigenen Verein organisiert sind. Der Verein kümmert sich um Klassenfahrten nach Deutschland, den Austausch mit einer deutschen Partnerschule, er organisiert Feste und besorgt landeskundliches Material. Vor allem aber sorgen diese Eltern für stetigen Nachwuchs in den Deutschklassen: Denn dass der Verein mit dazu beiträgt, dass Deutschschüler in Trèbes eine hochwertige Sprachausbildung erhalten, hat sich schnell herumgesprochen. Die Idee zu diesem Elternverein hatte übrigens die äußerst engagierte Deutschlehrerin Nicole Wagner (siehe Interview im Anhang des Berichts).

Zu den Zielgruppen des DeutschMobils gehören natürlich auch die **Deutschlehrer und Deutschlehrerinnen** (wir werden im folgenden zwecks besserer Lesbarkeit meist nur die männliche Form benutzen, möchten aber darauf hinweisen, dass vor allem im Süden Frankreichs die DeutschMobil-Lektorinnen es fast ausschließlich mit weiblichen Lehrkräften zu tun haben). Mit den Deutschlehrern wird der erste Kontakt zur Schule geknüpft, sie sind die wichtigsten Kooperationspartner beim Auftritt vor den Klassen. Es hat sich zudem gezeigt, dass die meisten Deutschlehrer regelrecht dankbar sind für den Besuch des DeutschMobils. Nicht nur, weil es ihnen Arbeit abnimmt, sondern auch, weil sie sich moralisch gestützt fühlen.

Die Situation vieler Deutschlehrer an den französischen Collèges ist prekär: Sie, die schon immer eher kleine Klassen hatten, müssen seit einigen Jahren fürchten, gar keine Schüler mehr zu finden. Wenn jedoch keine Deutschklassen mehr zustande kommen, droht den Lehrern die Versetzung an eine andere Schule – was für die meisten mit langen Fahrwegen oder gar Umzug verbunden wäre. Oder sie werden fachfremd eingesetzt, etwa in der Schulbibliothek. Auch gibt es gar nicht selten Lehrer, die aus Sorge um ihren Arbeitsplatz eine zweite Ausbildung, etwa als Französischlehrer, begonnen haben.

Gerade in einem südfranzösischen Collège, so haben die DeutschMobil-Lektorinnen aus Aix-en-Provence und Montpellier übereinstimmend festgestellt, hat es der Deutschlehrer nicht leicht. Er ist zumeist der einzige Fachvertreter, hat aber in der Regel viel weniger Schüler als die Kollegen, die Englisch oder Spanisch unterrichten. Deutschlehrer haben ruhigere Klassen, weniger Hefte zur Korrektur und oft auch weniger Unterrichtsstunden – der Neid der Kollegen bleibt da gelegentlich nicht aus. Problematisch ist für manche Deutschlehrer und Deutschlehrerinnen auch das Verhältnis zur Schulleitung. Sie fühlen sich von ihr zu wenig gestützt, in Einzelfällen sogar regelrecht unerwünscht. Hintergrund für solche Spannungen ist oft ein organisatorisches Problem: Die Schulleitung, die mit der Stundenplan-Erstellung beauftragt ist, hat Probleme mit den winzigen Deutschklassen. Lieber wäre es manchen Schulleitern, die Deutschabteilung ganz zu schließen und anstelle des Deutschlehrers noch einen Spanischlehrer zusätzlich zu bekommen. Dann könnten aus den oft zu großen Spanischklassen mehrere kleine gebildet werden, und für die viel zu kleine Deutschklasse müsste nicht extra ein Stundenplan erstellt werden. Eine pragmatische Einstellung der Schulleitung, die den Deutschlehrerinnen und -lehrern verständlicherweise sehr zu schaffen macht.

Aus Angst, immer mehr Schüler zu verlieren, versuchen sehr viele Lehrer, selbst für den Nachwuchs zu sorgen. So besuchen sie im Frühjahr alle Grundschulen rund um ihr Collège, um die Kinder von den Vorzügen des Deutschunterrichts zu überzeugen. Auch dass Lehrer einen sogenannten Club Allemand in den Grundschulen – übrigens oft unbezahlt – organisieren, um sich Schülernachwuchs heranzuziehen, ist nicht selten zu beobachten. Diese engagierten Pädagogen waren natürlich sehr froh, vom DeutschMobil Unterstützung und eine Anerkennung ihrer eigenen Werbearbeit zu bekommen. Dieser ermutigende Effekt des DeutschMobils ist nicht zu unterschätzen. Zumal sich nicht wenige Lehrer und Lehrerinnen durch den Besuch auch in Bezug auf ihre Stellung in Schule und Kollegium aufgewertet fühlen.

Es hieße jedoch ein falsches Bild des französischen Schulalltags zeichnen, wenn wir nicht erwähnten, dass die DeutschMobil-Teams auch zahlreiche sehr positive Erfahrungen gemacht haben: Die Académies, die obersten Schulbehörden, haben in allen Regionen das Projekt ausdrücklich unterstützt und wesentlich dazu beigetragen, den ersten Kontakt zu den Schulen herzustellen. Im Burgund etwa, wo die Nachfrage der Schulen nach DeutschMobil-Besuchen besonders groß war, hat der zuständige Inspecteur académique bei der Auswahl der Schulen geholfen. Auch in Montpellier zeigte sich die Regionalinspektorin der Académie überaus engagiert, dem Projekt alle Unterstützung zukommen zu lassen. Auch nahm sie selbst einen ganzen Vormittag lang an einer DeutschMobil-Aktion teil.

In Nantes, wo die Lektorin häufig zusammen mit einem Schauspieler auftritt, um den Kinder mit Hilfe von Pantomimen für Deutsch zu sensibilisieren, waren die Schulen in der Regel bereit, die Gage des Mimen zu übernehmen. Und immer wieder trafen die DeutschMobil-Lektorinnen auf Schulleiter, die ihre Deutschlehrer ganz energisch unterstützen und zu vielen Zugeständnissen bereit waren (kleine Klassen, schwierige Stundenpläne, viele Elterninformationen), um möglichst das Fach Deutsch an der Schule zu behalten. Manche Schulleiter lassen es sich nicht nehmen, Klassenfahrten nach Deutschland persönlich zu begleiten – natürlich aus eigenem Interesse, aber auch um das Vertrauen der Eltern für dieses Schulfach zu gewinnen.

Häufig waren es auch gerade die Spanisch- oder Englischlehrer, die die Deutschlehrer unterstützten und sich fast ebenso über den Besuch des DeutschMobils freuten. Mit dem Tenor: «Werben Sie nur recht viel für Deutsch, denn meine Klassen werden eh zu voll!»

4. Spielend Deutsch lernen

Hauptaufgabe der Lektorinnen des DeutschMobils ist es, den Schülern die Angst vor dem Fach Deutsch zu nehmen. Dabei wollen sie nicht belehren, sondern in spielerischen Begegnungen mit den Schülern ein anderes Bild von Deutschland und der deutschen Sprache hervorrufen. Damit den Lektorinnen immer etwas einfällt, wie sie den Schülern den Zugang zu der Sprache erleichtern können, haben **Goethe-Institut/Inter Naciones** und das **Deutsch-Französische Jugendwerk** dem DeutschMobil ganze Kisten mit schönen Unterrichtsvorlagen, Plakaten und witzigen Spielideen bereitgestellt. Die Firmen **Haribo** und **Ravensburger Spiele** sowie die Schulbuchverlage **Hueber**, **Klett** und **Langenscheidt** haben Unterrichtsmaterial und Mitbringsel für die französischen Schüler gespendet.

Den Lehrern bringt das DeutschMobil zudem landeskundliches Material über Deutschland mit. Das ist möglich, weil zahlreiche **Fremdenverkehrsbüros** die Föderation der Maisons Franco-Allemandes mit Plakaten und Infobroschüren versorgt haben. Besonders die **Deutsche Zentrale für Tourismus in Paris** hat das Projekt unterstützt und neben tausend Exemplaren der Zeitschrift «Bonjour l'Allemagne» auch eine spezielle Jugendbroschüre zur Verfügung gestellt. So kann das DeutschMobil mit aktuellem vielfältigen Material ein ansprechendes Deutschlandbild vermitteln.

Da die regionalen Gegebenheiten jeweils verschieden sind, arbeitet jedes Haus unterschiedlich mit dem DeutschMobil. Manche Lektorinnen haben mehr Kontakte mit Grundschulklassen, andere werden vor allem von den Collèges in Anspruch genommen. In Südfrankreich (Aix-en-Provence und Montpellier) spielt der Tourismus bei der Argumentation für den Deutschunterricht eine große Rolle. In Nantes und Dijon stehen andere wirtschaftliche Gegebenheiten im Vordergrund. Im folgenden geben wir deshalb Zusammenfassungen und Ausschnitte aus den Arbeitsberichten der verschiedenen Einsatzorte wieder.

4.1. Montpellier

«Deutsch kann Spaß machen» – dies ist die wichtigste Botschaft, die das DeutschMobil-Team des Heidelberg-Hauses den Schülern zu vermitteln sucht. Da die Schüler alle in dem Alter sind, in dem man noch halbwegs ungeniert imitiert und experimentiert, lässt die Lektorin sie Deutsch «ausprobieren»: In kleinen Rollenspielen («Guten Tag, wer bist du?»/ «Ich komme aus Frankreich, und du?») machen sie erste Erfahrungen mit der deutschen Sprache. Ein Aha-Effekt, der sich dabei regelmäßig einstellt: Deutsch auszusprechen ist keineswegs so schwierig, wie viele Schüler zunächst steif und fest behauptet

hatten. Vielmehr, so stellen sie erstaunt fest, ist die deutsche Aussprache näher am Französischen als die englische.

Ein Erfolgserlebnis, das die Lektorin im Verlauf der Stunde immer weiter auszubauen versucht. Mit transparenten Wörtern, einem Alphabet-Spiel oder einem Quiz mit verwandten englischen und deutschen Bezeichnungen zeigt sie den Schülern, dass Deutsch nicht so schwer und fremdartig ist, wie sie geglaubt hatten. Bei den jüngeren Klassen (Cm2 und CE2) sind einfache Liedern (etwa «Mein Hut, der hat drei Ecken») sehr beliebt, sie wurden begeistert mitgesungen. Als ungemein hilfreich in den Grundschulklassen hat sich die Material-Sammlung «Ein Tag Deutsch» des Goethe-Instituts Paris erwiesen. Vor allem der Videofilm, der kleine deutsche Szenen enthält, die die Schüler sofort nachsprechen und –spielen wollen, hat sich sehr bewährt.

Dass französische Jugendliche wenig über Deutschland wissen, war der Lektorin bewusst, als sie mit den Schulbesuchen anfang. Wie gering die Kenntnisse sind und welche Bilder sich festgesetzt haben, hat sie dennoch überrascht. Die Standardantwort auf die Frage, was die Schüler über Deutschland wissen, lautet «Hitler». Das kommt mal verschämt, mal provozierend, immer aber ist diese Antwort unter den ersten Wortmeldungen, wenn nicht gar die einzige. Wer sich nach deutschem Alltag erkundigt, stößt auf die immer gleichen Vorstellungen. Ein (zimal erprobtes) Beispiel:

Frage: «Wie ist das Wetter in Deutschland» – Antwort: «Kalt, es regnet immer!»

Frage: «Gibt es da auch einen Strand?» – Antwort: «Nein.» – Nachhaken: «Schaut mal auf die Karte, es gibt immerhin zwei Meere, die Nordsee und die Ostsee.» – Antwort: «Ja, aber da kann man nicht baden.» –

Frage: «Warum nicht?» – Die ganze Klasse im Brustton der Überzeugung: «L'eau est glacée.»

Um die Vorstellung der Schüler, dass Deutschland kalt, streng und trist sei, zumindest etwas zu irritieren, erzählt die Lektorin ihnen vom Alltag ihrer deutschen Altersgenossen: Dass die deutschen Schüler viel ins Freibad gehen, skaten oder Fußball spielen, sorgt für eine gewisse Anerkennung. Dass sie auch Techno und HipHop hören, löst Erstaunen aus, und die Mitteilung, dass sie nachmittags keine Schule haben, regelrechte Empörung («Ce n'est pas juste, j'y vais tout de suite.»). Videos von der Love Parade in Berlin oder Ausschnitte aus Clips deutscher Bands verblüffen nicht wenige Schüler; so «cool» haben sie sich Deutschland nicht vorgestellt. Auch der Film «Parlez-vous Deutsch?» des Goethe-Instituts, in dem Franzosen, die in Deutschland leben, von ihren Erfahrungen berichten, bereitet den Schülern manche Überraschung. Größten Eindruck macht neben den Bildern von Discotheken,

Kneipen und Musikkonzerten die Bemerkung eines französischen Gymnasiasten: In seiner deutschen Schulklasse komme es durchaus vor, dass der Lehrer die Schüler zu sich nach Hause einlade, «pour prendre un coup» – für die Cinquième-Schüler eine unglaubliche Vorstellung.

Das Ende des in der Regel einstündigen Auftritts in einer Klasse bildet ein Quiz, in dem einige der Informationen, die die Kinder über Deutschland erhalten haben, abgefragt werden. Dieses *jeu-concours* ist ein wichtiger Bestandteil des Programms. Nicht so sehr wegen der Festigung des Wissens, sondern weil es den spielerischen Charakter des Besuches bestätigt: Der Besuch des DeutschMobils soll den Kindern in guter Erinnerung bleiben. Deshalb steht am Ende jeder Stunde die mit großem Hallo begleitete Preisverleihung.

Die häufigste Form des DeutschMobil-Auftritts in der Region Languedoc-Roussillon ist der zumeist einstündige Besuch der Schulklasse, dazu kamen zahlreiche Elterninformationen, Lehrerbesuche und öffentliche Auftritte in Diskussionsrunden und auf Publikumsmessen, um das Projekt bekannt zu machen. Im Rahmen des DeutschMobil-Projekts stand auch die Tournee einer deutschen Rockband, die vom Heidelberg-Haus für französische Schulklassen organisiert wurde (siehe Kapitel 5) und rund 1500 Schüler erreichte.

Das DeutschMobil besuchte nicht nur die Départements der Region Languedoc-Roussillon, sondern war auf Einladung des Heinrich-Mann-Instituts in Pau im April auch im Département Pyrénées-Atlantiques aktiv. Dieses ungewöhnliche, da quasi «grenzüberschreitende» Engagement des Heidelberg-Hauses war von langer Hand und auf dringenden Wunsch des Heinrich-Mann-Instituts in Pau vorbereitet worden, um dort im Rahmen des Europäischen Jahres der Sprachen eine «semaine de la langue allemande» anzubieten. Im Zentrum dieser «deutschen Woche», die vom deutschen Generalkonsulat, dem Club Franco-Allemand de Pau und dem Mouvement Européen Pyrénées-Atlantiques unterstützt wurde, standen die Auftritte des DeutschMobilteams. Es besuchte Schulen in Pau und Bayonne, nahm an einer Podiumsdiskussion in der Bibliothèque Municipale in Pau teil und organisierte gemeinsam mit Paul Selinger, Leiter des Heinrich-Mann-Instituts, einen deutschen Informationsstand auf dem Tag der Vereine in Pau. In der lokalen Presse fanden die Schulbesuche ein beachtliches Echo, schließlich ist der Rückgang der deutschen Sprache im Département Pyrénées-Atlantiques dramatisch. Auch der Vize-Präsident des Conseil Régional, der Präfekt von Pau und der Bürgermeister ließen sich über das Projekt DeutschMobil informieren und begrüßten diese neue Form der deutsch-französischen Kontaktaufnahme. Besonders Martine Lignièrès-Cassou, Abgeordnete der Assemblée Nationale, hieß das Projekt willkommen und bedauerte, dass es nicht zu einer Dauereinrichtung in der Pyrenäen-Region wird.

Neben der eigentlichen Arbeit im Projekt DeutschMobil kommt im Heidelberg-Haus die Öffentlichkeitsarbeit für das Projekt hinzu. Kurt Brenner, Direktor des Heidelberg-Hauses, hat als Präsident der Föderation der Deutsch-Französischen Häuser die Federführung des Projekts DeutschMobil inne. Da Annette Goebel, die Lektorin des Heidelberg-Hauses, von Haus aus Journalistin ist, werden in Montpellier allgemeine Pressedossiers und die fortlaufende Dokumentation über den Fortgang des Projekts erstellt.

4.2. Dijon

Dass es im Burgund mehr als 80 Unternehmen gibt, die nach Mitarbeitern mit Deutschkenntnissen suchen, ist eine Tatsache, mit der Katrin Lehmann, Lektorin im Rheinland-Pfalz-Haus in Dijon, in Schulklassen und auf Elternversammlungen regelmäßig Verblüffung auslöst. Auch die Mitteilung, dass Deutsch in Europa von rund 100 Millionen Menschen als Muttersprache gesprochen wird, sorgt für Erstaunen, zumal bei den Eltern der Schüler, die immer wieder das Argument vorbringen, dass Deutsch eine nur selten gesprochene Sprache sei, die zu lernen sich nicht lohne. Neben solch informativen Diskussionen zum Thema Deutschlernen setzt auch das DeutschMobil in Dijon auf einen spielerischen Zugang zu der Sprache. Im Sommerhalbjahr 2001 wurden im Burgund knapp 100 Collèges und Grundschulen besucht, deren Schüler an jeweils einstündigen DeutschMobil-Veranstaltungen teilnahmen. Hier ein Ausschnitt aus dem Bericht der Lektorin Katrin Lehmann, die beschreibt, wie sie eine Grundschulklasse besucht:

4.2.1. «Deutsch ist gar nicht so schwer»

«Die Stunde beginnt mit einer Vorstellung auf Deutsch. Jeder Schüler wird einzeln begrüßt und ihm wird nach deutscher Art die Hand geschüttelt.

«Hallo, guten Tag. Ich bin Katrin und komme aus Deutschland. (Fingerwink auf die Europakarte). Ich bin Katrin ... und du?»

Schülerin: «Ich bin Amélie.»

Katrin: «Guten Tag, Amélie.»

Schülerin. «Guten Tag, Katrin.»

Nach diesem kurzen Einstieg ins Deutsche und unter den schon etwas ängstlichen Blicken der Schüler, die sich sicher fragen, ob auch der Rest der Stunde nur auf Deutsch weitergeht, frage ich die Schüler auf Französisch, ob sie verstanden haben, was «Hallo», «Guten Tag» und «ich bin» heißt. Natürlich gibt es da überhaupt keine Verständigungsprobleme. Ich erkläre ihnen, was es mit der Händeschüttelerei auf sich hat, dass man sich in Deutschland zur

Begrüßung keine Küsschen gibt, und dass ich zu ihnen gekommen bin, um ihnen mein Land und die deutsche Sprache vorzustellen. Wenn ich sie frage, für welche Sprache sie sich entscheiden wollen, bekomme ich immer die gleichen Antworten:

«Meine Eltern können mir in Englisch helfen.»

«Deutsch wird fast nirgendwo auf der Welt gesprochen.»

«Deutsch kann man nicht aussprechen.»

«Die Deutschen haben Krieg gemacht.»

Ich erkläre den Schülern, dass Deutsch später im Beruf wichtig sein kann, dass Deutschland und Frankreich Freunde und vor allem Wirtschaftspartner sind, und dass Deutsch die meistgesprochene Muttersprache in Europa ist. Letzteres verblüfft immer und führt zu einem kleinen Geographie-Spiel, bei dem die Schüler suchen müssen, in welchen Ländern Deutsch gesprochen wird (ganz schön schwierig!). Auch erzähle ich ihnen, dass es so viele Möglichkeiten gibt, Deutschland zu besuchen: Es gibt den Schüleraustausch, Ausflüge auf einen deutschen Weihnachtsmarkt, Sportclubs besuchen sich und man kann in Deutschland ein Studienjahr einlegen. Wenn ich dann noch berichte, dass es in Deutschland oft ganz cool zugeht und gar nicht so streng, wie unsere Schüler vielleicht meinen, dass es keine Nachmittagsschule gibt, dass eine Schulstunde nur 45 Minuten dauert, dass es manchmal hitzefrei gibt, dass man in Deutschland auch im Meer baden kann und dass es keine Geschwindigkeitsbeschränkung auf der Autobahn gibt (sehr wichtig für die Jungen, die fast alle Mercedes-, BMW- oder Porschefans sind), wenn ich das alles erzähle, dann sind alle bereit, sofort ihre Sachen zu packen und nach Deutschland auszuwandern.

«Mais pour cela il faudrait d'abord apprendre l'allemand!»

Das ist das Stichwort, das nächste Spiel einzuleiten. An jeden Schüler wird eine Bild- oder eine Wortkarte verteilt. Daraufhin laufen die Schüler durch die Klassen und suchen, welches Bild zu welchem Wort gehört. Das ist leicht, da es sich teilweise um Wörter handelt, die fast identisch mit dem französischen Wort sind wie Lampe, Bus, Auto, Note, Salat usw. Manche Schüler erklären mir dann schockiert, dass ich mich getäuscht haben muss, da sie ihrer Meinung nach kein deutsches Wort, sondern ein französisches auf ihrer Spielkarte haben. Und immer sind sie erstaunt, dass es «so einfache Wörter» im Deutschen gibt.

Ich weise sie selbstverständlich daraufhin, dass es auch viel schwierigere Wörter im Deutschen gibt, aber dass wir das Spiel gemacht haben, damit ich ihnen die Aussprache erklären kann. Denn wenn etwas einfach ist im Deutschen, dann die Aussprache: von wenigen Ausnahmen abgesehen spricht

man alle Buchstaben aus. So hört man problemlos, wie ein Wort geschrieben wird – ganz im Gegensatz zum Französischen. Das verstehen auch die Schüler sofort, die oft große Probleme mit der französischen Rechtschreibung haben. Sie lesen die Wortkarten vor und stellen voll Erstaunen fest, dass die Aussprache sehr einfach ist, viel einfacher als im Englischen. Auch mein Vorname, den ich zu Beginn der Stunde immer an die Tafel schreibe, ist ein gutes Beispiel dafür, dass man im Deutschen im Gegensatz zum Französischen in der Regel so schreibt, wie man spricht: Katrin statt Catherine.»

4.3. Aix-en-Provence/ Marseille

Der erste Auftritt des DeutschMobils in der Region Aix/Marseille und Provence-Alpes-Côtes-d'Azur fand am 15. Januar 2001 in Veynes, in der Nähe von Gap, statt. Die zuständige Deutschlehrerin hatte abends für die Schüler der Sixième und Cinquième und deren Eltern eine Art «Cocktailparty» veranstaltet, um in einer netten und entspannten Atmosphäre über den Deutschunterricht beziehungsweise Deutsch als zweite Fremdsprache zu informieren. Die Direktorin der Collèges, die an diesem Abend ebenfalls anwesend war, hatte die DeutschMobil-Lektorin Evelyn Rust vom Centre Franco-Allemand de Provence darum gebeten, diese Aktion mit Informationen über Deutschland, Spielen und einem Deutschquiz zu unterstützen. Das Interesse der Schüler und der Eltern an Deutschland und der deutschen Sprache war erstaunlich. Ein Erfolg, der sich auch in der Sprachenwahl niederschlug: Zwölf Einschreibungen für Deutsch.

Das DeutschMobil aus Aix-en-Provence hat im Sommerhalbjahr 2001 an die 12.000 Schüler erreicht. Die Klassenbesuche dauern zwischen 30 und 40 Minuten, das Programm wechselt je nach Alter der Schüler. In den Grundschulklassen setzt die Lektorin vor allem auf die Neugier und Spontaneität der Kinder in der Begegnung mit einer «richtigen Deutschen». Die etwa neun- bis zehnjährigen Schüler erzählen recht unbefangen, was sie über Deutschland wissen und stellen viele Fragen an die Lektorin. In diesem Rahmen entwickelten sich sehr offene und reichhaltige Gespräche, die im Collège so viel seltener vorkommen. Dass die Lektorin ihre Gitarre mit in die Klasse bringt, löst bei den Grundschüler regelmäßig Begeisterung aus: Sie lieben es, mit der Lektorin zu singen und überwinden so auch die Scheu, die fremden Wörter auszusprechen. Die Schüler lernen sich vorzustellen und ihr Alter zu benennen. Am Ende des Besuches steht ein kleines Deutsch-Quiz, bei dem es etwas zu gewinnen gibt.

In der Sekundarstufe 1, in den Cinquième-Klassen, organisiert die Lektorin ebenfalls ein Deutschquiz, diesmal allerdings mit etwas schwierigeren Fragen.

In der Begegnung mit den Jugendlichen kommt auch hier das Gespräch über Deutschland immer wieder auf die NS-Zeit. Die Lektorin nimmt sich bewusst die Zeit, auf die Fragen («Gibt es heute noch viele Nazis in Deutschland?») einzugehen. Die Schüler erleben es als sehr positiv, dass sie offen mit der deutschen Lektorin über das vermeintliche Tabuthema reden können. Die Videocassette «Hallo aus Berlin» von Inter Naciones war bei den Schülern sehr beliebt, da sie Alltagssituationen gleichaltriger deutscher Jugendlichen zeigt. Mit Hilfe der Kassette lernen die Schüler sich vorzustellen und in einfachen Sätzen über sich selbst zu sprechen. Das Stichwort Berlin eröffnet zugleich eine Diskussion über die deutsche Hauptstadt. Viele Schüler haben ungefähre Vorstellungen von der Mauer, können sich aber nicht genau erklären, was das eigentlich war. Auch dass Berlin alljährlicher Austragungsort der Love Parade ist, interessiert die Schüler sehr. Schließlich ist die Vorstellung, dass auch deutsche Jugendliche Techno-Musik hören, vielen noch nie in den Sinn gekommen.

Am Ende jedes Klassenbesuches verteilt die Lektorin einen sogenannten «Elternbrief». Dieses Schreiben, das die Schüler mit nach Hause nehmen sollen, unterrichtet die Eltern über den Auftritt des DeutschMobils und stellt noch einmal die wichtigsten Argumente zusammen, warum Deutsch eine gute Wahl ist. Dieser Brief an die Eltern ist ein bedeutendes Vehikel, um das Thema Sprachenwahl ins Elternhaus zu transportieren. Wenn die Schüler ihren Eltern den Brief überreichen, werden sie vermutlich erzählen, was sie mit dem DeutschMobil erlebt haben. Vielleicht werden die Eltern daraufhin mit ihrem Kind über die Vorteile des Deutschlernens sprechen. Zumindest schafft der Brief einen Anlass, dass sich in den Familien die Auseinandersetzung mit der Sprachenwahl intensivieren kann. Die Idee, den Kinder Argumentationsmaterial für die Eltern mit nach Hause zu geben, haben die anderen DeutschMobil-Lektorinnen gern von ihrer Kollegin Evelyn Rust übernommen.

4.4. Nantes

Das Centre Culturel Franco-Allemand in Nantes stellte das DeutschMobil schon während seiner traditionellen Weihnachtsfeier und auf einer Pressekonferenz Mitte Dezember 2000 der Öffentlichkeit vor. Die Deutschlehrer, die großes Interesse an dem Projekt bekundeten, nahmen sofort Kontakt auf und vereinbarten mit der zuständigen Lektorin Maren Lipus Schulbesuche. Das DeutschMobil aus Nantes hat in seiner Region binnen kurzer Zeit rund 150 Anfragen erhalten. Der Lektorin gelang es, davon 90

Besuche im Schuljahr 2000/20001 zu realisieren, die übrigen 60 Schulen sind für das kommende Schuljahr vorgemerkt. Die Warteliste des DeutschMobils ist deshalb schon bis Dezember ausgebucht. Neben ihrem Einsatz in der Region Pays de la Loire war die Lektorin Maren Lipus eine Woche in der Region um Brest tätig, wo sie für die dortige Maison de l'Allemagne etwa zehn Klassen besuchte.

Für die Schulbesuche hat die Lektorin verschiedene Auftrittformen entworfen, aus denen sie je nach Alter und Zahl der Schüler die passende auswählt. Eine wichtige Rolle übernahmen dabei die Spiele, die sich Maren Lipus nach dem Vorbild bekannter französischer Kinderspiele ausgedacht hat. Viel Spaß haben die Schüler etwa mit den «Mots Croisés», einem Kreuzworträtsel, das ihnen auf unterhaltsame Weise deutsche Wörter beibringt. Das in Frankreich sehr beliebte «jeu de l'oie» (Gänsepiel) hat die Lektorin zu einer Art Schnitzeljagd mit Fragen zur deutschen Landeskunde umgewandelt: Wer als erster alle Fragen zu Deutschland beantworten kann («Welcher Fluß trennt Frankreich und Deutschland?» – «Wann fiel in Berlin die Mauer?»), darf sich von dem großen Gabentisch mit den Preisen etwas aussuchen.

Völlig fasziniert sind die Schüler – und nicht wenige Lehrer -, wenn die Lektorin zusammen mit dem Schauspieler Fabrice Eveno auftritt, der seine Ausbildung bei dem großen französischen Pantomimen Marcel Marceau absolviert hat. Auch bei dieser Form der Sprachsensibilisierung, die in der Region Pays de la Loire ein enormes Medienecho hervorgerufen hat, steht der spielerische Zugang zu den Kindern im Mittelpunkt. Die pantomimische Darstellung und die deutschsprachige «Übersetzung» derselben bringt den Kindern auf spielerische Art die deutsche Sprache und deren Klangmuster näher. Der Ablauf eines typischen DeutschMobil-Besuchs mit Pantomime sieht so aus:

Maren und Fabrice kommen in den Saal, die Kinder bilden einen großen Kreis um die beiden. Maren und Fabrice stellen sich vor und sprechen mit den Kindern über das Deutschlernen: «Wir sind nicht hier, um jemanden zu überreden, Deutsch zu wählen, sondern um Vorurteile abzubauen. Wir wollen euch mal zeigen, dass Deutsch nicht so hart klingt, wie ihr denkt.»

Fabrice steht auf und macht merkwürdige Bewegungen. Was ist das? Die Kinder machen Fabrices Bewegungen nach und versuchen zu erraten, was sich hinter dem Bewegungsablauf versteckt: «Il met sa chemise.» Und was heißt chemise auf Deutsch? Maren gibt die Antwort: «Hemd». Und die Kinder wiederholen: «Hemd.»

Fabrice geht dann ins Restaurant, trinkt ein Glas Wasser, zur Freude der Kinder auch mal ein Glas Wein, isst eine Banane, kauft sich ein Eis –

alles Bewegungen und Wörter, die die Kinder nachahmen. Am Ende der Vorstellung haben sie etwa 20 Wörter gelernt. Nun wird die Gruppe in zwei Equipes aufgeteilt und es geht ans «jeu de beret» – eine Art Wettbewerb, bei dem siegt, wer die meisten deutschen Wörter behalten hat.

Als Abschluß des Schulbesuchs bereitet die Lektorin mit den Schülern die Erfahrungen nach, die sie nun mit Deutsch gemacht haben. Dabei kommt das Gespräch auch auf Deutschland, die Kinder sind neugierig geworden und fragen, was dort alles anders ist. Das Interesse ist geweckt, und die Vorstellung, dass Deutsch eine hässliche Sprache mit viel zu komplizierten Wörtern ist, hat nun keiner mehr.

Neben den Schulbesuchen gehörten auch für das DeutschMobil in Nantes Elternabende und Präsentationstermine zum Programm. Im Oktober ist in einem Vorort von Nantes eine Deutsche Woche geplant, dazu gibt es im dortigen Rathaus eine Ausstellung und eine DeutschMobil-Aktion mit dem Schauspieler Fabrice Eveno.

5. Deutschwerbung mit einer Rockband

Das Heidelberg-Haus in Montpellier sieht als eines der zentralen Anliegen der Aktion DeutschMobil, ein zeitgemäßeres Deutschlandbild zu vermitteln, das besonders auch Kinder und Jugendliche anspricht. So entstand der Gedanke, eine deutsche Rockgruppe mit möglichst jungen Musikern einzuladen, die zu deutschen Texten und mit ansprechender Musik ein anderes Bild von Deutschland vermitteln sollte.

Die Organisation der Rock-Tournee lag ganz in den Händen des Studienleiters des Heidelberg-Hauses Hans Demes. Er knüpfte den Kontakt zu der Rockband, erstellte in Kooperation mit den französischen Schulen den Tourneeplan und begleitete die Band bei ihren Auftritten in der Region Languedoc-Roussillon. Nach der Tournee hat Hans Demes die Eindrücke der Konzerte in einem Arbeitsbericht veröffentlicht, aus dem wir folgenden Ausschnitt wiedergeben:

5.1. Fuoristrada – Musik statt Grammatik

«Aufgrund früherer Kontakte zum Ronsdorfer Rockprojekt aus Wuppertal und dem Konzertmanager Kalle Waldinger war eine geeignete Gruppe schnell gefunden, und wir entschieden uns für eine Konzerttournee mit möglichst

geringem Organisationsaufwand und in nicht zu großen Sälen. Die Vorteile dieses Vorgehens liegen auf der Hand:

- überschaubares Publikum bedeutet Sicherheit bei der Aufsichtsführung
(nicht mehr als 300 Schüler pro Konzert)
- kleine und preisgünstige Ton- und Lichttechnik, schnelles Auf- und Abbauen
- kostenlose Säle (Stadtteil-Häuser oder den Schulen angeschlossene Säle)
- möglichst geringe Anfahrtswege für die Schüler
- Möglichkeit, die Musiker vor und nach den Konzerten zu treffen und hautnah zu erleben (Identifikationsangebote und «Autogrammstunden»)

Dieses Konzept hat sich in jeder Hinsicht bewährt. Innerhalb einer einzigen Woche (vom 23.04. bis 27.04. 2001) ist es uns gelungen, bei insgesamt neun Konzertauftritten rund 1500 Schüler zwischen acht und 15 Jahren zu erreichen.

Die Gruppe FUORISTRADA scheint uns für diese Aktion besonders geeignet, und wir können sie vorbehaltlos empfehlen. Die jungen, aufgeschlossenen Musiker präsentieren und vermitteln ein facettenreiches, modernes Deutschlandbild und bieten eingängige Musik mit fast durchweg deutschen Texten, die bei den Schülern ankommen. Der Sänger Sandro vermittelt allein durch seine eigene Biographie (aufgewachsen in Deutschland mit argentinischem Vater und italienischer Mutter, also dreisprachig) ein überzeugendes Bild für einen internationalen, polyglotten jungen Menschen und wirkt auf viele Schüler als positive Identifikationsfigur. Auch die anderen Musiker haben teils sehr intensive multikulturelle Erfahrungen und wirken durch ihr Auftreten sowie ihre musikalische Begabung auf französische Schüler authentisch und überzeugend.

Alle Konzerte waren eingebettet in die Sympathie-Werbung für Deutsch als Fremdsprache, und wurden von den zuständigen Lehrern entsprechend vor- und nachbereitet (Liedtexte standen zur Verfügung, Werbematerial, Briefe an die Eltern wurden im Vorfeld oder nach den Konzerten verteilt). Als Einstimmung auf die Konzerte wurde vor jedem Auftritt vom DeutschMobil per Videoprojektion der Motivationsfilm »Parlez-vous Deutsch?“ des Goethe-Instituts gezeigt.

Zudem war es für einen großen Teil der Schüler das erste Live-Konzert, das sie besucht haben, und das war wohl für die meisten ein prägendes Erlebnis.

Dass sie dabei eine deutsche Rockgruppe kennenlernen konnten, wird sich sicher besonders positiv auf ihr Deutschlandbild auswirken.

Die Resonanz der Tournee war auch in der Lokalpresse nachzulesen. In insgesamt fünf Artikeln wurde über die Konzerte berichtet.

Die Finanzierung der Tournee konnte zu einem beträchtlichen Teil über die Einnahmen abgewickelt werden. Pro Schüler haben wir 10 Francs eingenommen, ein Betrag, der von jedem Schüler aufgebracht werden kann. Insgesamt stehen den etwa 23.000 Francs Ausgaben 15.000 Francs Einnahmen gegenüber.

Eine erste Evaluierung der Tournee zeigt, dass es uns tatsächlich gelungen ist, bei 1500 Schülern die deutsche Sprache und Kultur auf neue und überzeugende Weise darzustellen und für Deutsch als Fremdsprache wirkungsvoll zu werben. So haben sich im Collège von Trèbes, in dem wir zwei Konzerte organisiert haben, zum neuen Schuljahr immerhin 28 Schüler für Deutsch als 1. Fremdsprache entschieden und 19 Schüler für Deutsch als 2. Fremdsprache. Das sind insgesamt 12 Schüler mehr als im Vorjahr, was die Lehrerin ausdrücklich auf die DeutschMobil-Kampagne und die große Begeisterung zurückführt, die das Konzert bei ihren Schülern ausgelöst hat. Noch heute reden die Kinder von den netten deutschen Musikern aus Wuppertal.»

6. Erste Bilanz

Die Reaktionen auf die ersten Monate der DeutschMobil-Aktivitäten waren überaus positiv: In den vier Häusern der Föderation häuften sich bereits nach wenigen Wochen die Anfragen nach Schulbesuchen; die Lehrer, deren Schule bereits besucht wurde, wollen oft sofort Folgetermine ausmachen; seitdem gewiss ist, dass das Projekt im Herbst fortgesetzt wird, füllten sich bereits die Reservierungslisten für das kommende Schuljahr. Wie die Deutschlehrer mit dem Schulbesuch des DeutschMobils umgehen, ist von Schule zu Schule verschieden. Es gibt jedoch nicht wenige Lehrer, die nach der DeutschMobil-Aktion noch einmal «nachfassten» und jede Klassen erneut besuchten, um das Deutschthema zu vertiefen. Es sind vor allem diese hochengagierten Lehrer, die die Aktion DeutschMobil überaus begrüßen – und es dürfte nicht verwundern, wenn in ihren Schule die Sympathiewerbung für Deutsch die besten Ergebnisse erzielt.

Welchen Effekt der Besuch des DeutschMobils auf die Zahl der Deutschschüler tatsächlich hat, lässt sich jedoch derzeit noch nicht

überblicken. Frühestens zu Beginn des neuen Schuljahrs, wenn die Größen der Schulklasse feststehen, wird es möglich sein, erste Folgerungen zu ziehen. Doch lassen sich einige Erfolge bereits sichten. So hörte man schon während des Schuljahres immer wieder, dass es sich die Schüler nach der DeutschMobil-Aktion doch noch einmal überlegen wollten. Nach einer DeutschMobil-Veranstaltung und einem Elternabend im Collège von Chevigny, einem Vorort bei Dijon, kam es zu einer regelrechten Trendwende: Wollten dort ursprünglich nur zehn Schüler Deutsch wählen, so schrieben sich nach dem DeutschMobil-Besuch 40 Schüler ein. Sehr positiv ist auch die Antwort einer Lehrerin aus Nevers: Sie hatte im vergangenen Schuljahr nur 14 Neuzugänge für das Fach Deutsch als zweite Fremdsprache, im kommenden Jahr werden es 57 sein. Gleichzeitig habe sich die Zahl der Schüler, die als erste Fremdsprache Deutsch wählen glatt verdoppelt. Für viel Freude sorgte bei der Lektorin in Dijon auch eine Mitteilung aus dem kleinen Ort Paray le Monial in der Saône et Loire: Sieben Schüler wollten hier ursprünglich Deutsch lernen, nach dem DeutschMobil-Besuch waren es 48.

Erste Erfolge, die auch die anderen DeutschMobil-Lektorinnen verbuchen können. Eine Lehrerin aus einer Schule bei Nantes teilt begeistert mit, dass die Schar der Deutschschüler nach dem DeutschMobil-Besuch um 18 angewachsen sei. Das Centre Franco-Allemand Provence in Aix-en-Provence erhielt zahlreiche Dankesbriefe von Lehrerinnen (siehe Anlage), hier wurde der größte Erfolg in einem Collège in La Ciotat erzielt: Nachdem die Quatrième d'allemand aus Mangel an Schülern vor zwei Jahren schließen musste, haben sich zum kommenden Schuljahr 17 Schüler für Deutsch als zweite Fremdsprache eingeschrieben – das DeutschMobil hatte sie überzeugt. Im Wirkungsbereich des Montpellieraner DeutschMobils gibt es ebenfalls positive Meldungen: So ist etwa in Trèbes, wo das Heidelberg-Haus nicht nur mit dem DeutschMobil, sondern auch mit der deutschen Rockband Fuoristrada zu Besuch war, die Zahl der Deutschschüler in die Höhe geschneilt. 28 Schüler haben sich für Deutsch als erste Fremdsprache entschieden, so groß war die Deutschklasse in Trèbes noch nie. Auch im Cevennenstädtchen Saint-Ambroix gab es dank der Auftritte in den Klassen und einer sehr gut besuchten Elterninformation ein erfreuliches Ergebnis: 21 Schüler werden dort Deutsch als zweite Fremdsprache wählen, im Vorjahr waren es nur neun gewesen. In einem Collège in Alès wird es nun zur Freude des Schulleiters nach längerer Pause wieder eine Klasse für Deutsch als zweite Fremdsprache geben.

Dass es vermutlich noch einige Zeit dauern wird, bis sich statistisch relevante Zahlen über die Wirkung des DeutschMobils zusammentragen lassen, ist bedauerlich. Andererseits ist die Hoffnung auf die statistische Verwertbarkeit der Schülerzahlen ohnehin zu hinterfragen: Denn selbst eine vollständige Auswertung des Wahlverhaltens aller 33.000 Schüler, die im

vergangenen Schuljahr vom DeutschMobil besucht wurden, wird nur schwerlich eine sichere Aussage darüber zulassen, inwieweit ihre Entscheidung durch den Besuch des DeutschMobils beeinflusst war. Die Wahl einer Fremdsprache ist von einer Vielzahl von Faktoren bestimmt; der Auftritt des DeutschMobils stellt da nur einen Anstoß unter vielen dar. Manche Ereignisse beeinflussen völlig überraschend das Wahlverhalten der Schüler.

So hatten im Frühjahr Unsicherheiten in der deutschen Gesundheitspolitik kurioserweise dazu geführt, dass es in mindestens zwei Collèges im Languedoc zu einem beträchtlichen Imageschaden von Deutschlehrerin und Deutschunterricht kam. Sowohl in einem Collège in Montpellier als auch in einem Collège in Nîmes mussten die lange geplanten Klassenreisen nach Deutschland wenige Tage vor der Abfahrt abgesagt werden. In den beiden deutschen Partnerstädten hatten die Bürgermeister höchstpersönlich abgeraten, die französischen Gäste zu empfangen. Ihre Begründung: Die Franzosen könnten die Maul- und Klauenseuche einschleppen. Eine in ihrem engen lokalen Umfeld vielleicht populär wirkende «Vorsichtsmaßnahme», die aber vermutlich weniger Schaden verhütete, als sie letztlich anrichtete. Das Verhältnis zwischen den deutschen Partnerschulen jedenfalls ist gestört, und von Deutschland wollen die französischen Schüler, die wegen vermeintlicher Ansteckungsgefahr zu Hause bleiben mussten, zunächst nichts mehr wissen.

Zurück zum Problem der Evaluierung: Die Frage, was die Aktion DeutschMobil in den vergangenen Monaten bewegt hat, lässt sich gewiss nicht allein mit Zahlen beantworten. Ein nicht zu unterschätzender Erfolg ist es bereits, dass das DeutschMobil in allen Schulen eine sehr positive Aufnahme fand. Die unmittelbare Reaktion der Schüler, Eltern und Lehrer hat deutlich gezeigt, dass dieser Weg, für die deutsche Sprache zu werben, in die richtige Richtung weist. Die Lehrer und zumeist auch die Schulleiter fühlten sich von der Aktion unterstützt, die Eltern kamen ins Nachdenken über die Fremdsprachenwahl. Und die Schüler haben in spielerischen Aktionen vieles über Deutschland und die deutsche Sprache erfahren, was ihnen sonst verborgen geblieben wäre.

Das DeutschMobil hat dazu beigetragen, die Abneigung und das Misstrauen gegen Deutsche ein Stück weit abzubauen und ein gewisses Interesse an dem Nachbarland zu wecken. Auch wenn man deshalb wohl nicht mit einem unmittelbaren Umschwung im Wahlverhalten der Schüler rechnen kann, ist dies schon ein sehr gutes Ergebnis. Die Schüler haben mit Deutsch etwas gehabt, was sie niemals von diesem Land und dieser Sprache erwartet hätten: eine Menge Spaß. Wenn diese Erfahrung sich öfter wiederholt, kann ein Erfolg nicht ausbleiben.

Die lebhafteste Nachfrage, die das DeutschMobil in den Schulen ausgelöst hat, spricht denn auch dafür, dass diese Aktion zur richtigen Zeit kam. Wo das DeutschMobil aufgetreten ist, wird es in der Regel wieder erwünscht. Bereits Ende Mai lagen den Deutsch-Französischen Häusern Anmeldungen für den Herbst vor. Zudem häufen sich die Anfragen anderer Regionen nach zusätzlichen DeutschMobilien.

6.1. Burgund: DeutschMobil als Katalysator

Das Haus Rheinland-Pfalz im Burgund hat rund um das Projekt DeutschMobil eine ganze Reihe von Initiativen zur Deutschwerbung gebündelt. Wenn sich die Burgunder all der Möglichkeiten, in ihrer Region Deutsch zu lernen, bewusst würden, dann könnten sie den Standortvorteil besser nutzen, den das Burgund dank seiner Beziehungen zu Deutschland fraglos bietet. Dies ist die Botschaft des Hauses Rheinland-Pfalz bei allen seinen Aktionen in der Öffentlichkeit. Innerhalb dieser Strategie wirkt das DeutschMobil wie ein Katalysator. Ein Effekt, den Till Meyer, Leiter des Rheinland-Pfalz-Hauses in folgendem Bericht beschreibt:

6.1.1. Vom allmählichen Erfahren eines Standortvorteils

«Niemand wird bestreiten, dass man Schmieden am besten beim Schmied, und Deutsch am besten in Deutschland lernt. Aber wird diese Binsenweisheit auch in Burgund beherzigt? Wir glaubten, daß sie ein wenig in Vergessenheit geraten sei. Dabei bietet die Region die besten Voraussetzungen dafür, das Deutsche nicht nur als abstrakte Fremdsprache kennenzulernen. In Burgund fand die Aktion DeutschMobil immerhin in einem Landstrich statt, der zwar keine unmittelbare Grenze mit Deutschland hat, die aber seit über 45 Jahren eine Partnerschaft zu dem deutschen Land Rheinland-Pfalz unterhält. Um die Chancen, in direkte Tuchfühlung mit dem fremden Freund zu kommen, steht es somit eigentlich bestens.

- Über 140 Kommunen im Burgund haben regelmäßig Kontakt zu ihren Partnergemeinden in Rheinland-Pfalz.
- Mehr als 80 Schulen der Region pflegen einen Austausch mit Schulen des Landes.
- Und der Austausch der Universitäten in Mainz und Dijon, bietet heute – außer einem Erasmus-Programm - besonders den sogenannten Cursus Intégré (Doppeldiplom Magister/Maîtrise / Staatsexamen) in den Geisteswissenschaften an.
- Seit kurzem ist der Cursus intégré Teil der Deutsch-Französischen Hochschule.

- / Schließlich besteht am Dijoner Lycée Charles de Gaulle die Möglichkeit, das sogenannte ABI-BAC abzulegen.

Vor diesem Hintergrund war es für das Haus Rheinland-Pfalz ein wichtiges strategisches Anliegen, bei der Aktion DeutschMobil die vielfältigen Möglichkeiten des Erlernens der deutschen Sprache als Standortvorteil für Burgund herauszustellen, um daraus ein Argument gegen sinkende Deutschlernerzahlen zu gewinnen. Natürlich zielte diese Strategie, deren Katalysator das DeutschMobil war, zuvörderst auf Eltern, Schüler, Lehrer. Doch es ging auch darum, die meist durchaus wohlwollenden, aber oft nebeneinander für Deutsch und Deutschland handelnden Akteure, wie Verantwortliche von Partnerschaftskomitees, Akademie und Unternehmen, zu mehr Zusammenarbeit anzustacheln. Kurz: Sie besser miteinander zu vernetzen.

Erstes Vehikel war die Entwicklung der Broschüre **«Mit Deutsch hebst du ab – avec l’allemand tu t’envoles»**. Die Broschüre wurde kurz vor der «Abfahrt» des DeutschMobils vom Haus Rheinland-Pfalz mit Unterstützung der Deutsch-Akademie Inspektoren im Burgund fertiggestellt und mit finanzieller Hilfe des Auswärtigen Amtes in einer Auflage von 10.000 Exemplaren gedruckt.

Die Broschüre stellt Deutschlernerkarrieren in Burgund vor, läßt die Unternehmenschefs der Region für Deutsch argumentieren und gibt erstmalig einen Gesamtüberblick über die Möglichkeiten, wie man in Burgund in und außerhalb der Schule im Rahmen des Austauschs Deutsch lernen kann. Das CD-Hüllen-«kleine» zwölfseitige «Kompendium» wurde interessierten Eltern und Schülern nach der Intervention der DeutschMobil-Sprachlektorin in der Schule überreicht, oft im Beisein von Vertretern der Partnerschaftskomitees und Unternehmenschefs.

Das Kolloquium **«Symphonia 2001 – l’allemand dans l’Académie»**, das Mitte Mai 2001 stattfand, war der erste Beitrag der Académie Dijon zum Europäischen Sprachenjahr. Zu diesem Kolloquium war die Verantwortliche der burgundischen Schulbehörden, deren Position der einer Landesministerin vergleichbar ist, durch folgende Aktionen animiert worden:

- Die Broschüre «Mit Deutsch hebst du ab»
- zusätzlich eine Aktion «Sprachsensibilisierung für alle Klassen» mit einer Lehrerin aus Rheinland-Pfalz, die im DeutschMobil-Jahr an zwei Grundschulen in Dijon unterrichtete, Schulen in denen das DeutschMobil an Weihnachten und beim Schulfest im Juni zu Gast war,

- weiter ein deutsch-französisches Grundschulleiter-Seminar ausgerichtet von der Partnerschaftsverband Rheinland-Pfalz / Burgund in Autun, mit einem Gastauftritt des DeutschMobils ,
- die Vorstellung des DeutschMobils bei den Jahreshauptversammlungen der beiden Partnerschaftsverbände im April und Mai im Conseil régional de Bourgogne und im Landtag von Rheinland-Pfalz
- die Einladung der Rektorin zum Runden Sprachentisch in Mainz zum Bevollmächtigten für kulturelle Angelegenheiten mit Frankreich, Herrn Ministerpräsident Kurt Beck, wo das DeutschMobil – wie der Igel - schon da war, als die Rektorin eintraf,
- die Verleihung des Frankreich-/Deutschland-Preises durch die Robert Bosch-Stiftung in Frankreich in Dijon

Natürlich wurde während des Kolloquiums die Aktion DeutschMobil vorgestellt und vor rund 250 Sprachmultiplikatoren wie den Gymnasialdirektoren, den Collège- und Grundschulleitern und den Inspektoren der Académie Dijon offiziell gutgeheißen.

Sprachpolitisch ist damit viel erreicht. In einer neuen und weiteren und nun exklusiv von ihr verlegten zwölfseitigen DIN-A4-«großen» Broschüre, die wieder das DeutschMobil erwähnt, positioniert sich die oberste Schulbehörde von Burgund ihrerseits im Umfeld der anderen Akademien in Frankreich und stellt fest: Mit ihren Deutsch-Pfunden kann die Académie Dijon wuchern!

Das Europäische Sprachenjahr und der Erlaß des französischen Erziehungsministers Jack Lang, den Beginn des Sprachenunterricht allmählich bis in die Grundschulklassen vorzuverlegen, haben sich zudem sehr positiv ausgewirkt. So können wir die sehr zufriedenstellende Bilanz ziehen. In der Académie von Dijon erfährt Deutsch dank des DeutschMobils einen deutlichen «Be-Achtungssieg» sowie eine sichtbare und aktive Unterstützung durch die burgundische Schulbehörde.

7. Die Informationskampagne DeutschMobil

Als neuartiges Projekt bedurfte das DeutschMobil einer gezielten Öffentlichkeitsarbeit. Dies war notwendig trotz aller glücklichen Voraussetzungen und der großen Fürsprache, die das Projekt schon in der Planungsphase in Deutschland und Frankreich fand. Schließlich setzte die Initiative DeutschMobil auf eine große Breitenwirkung und sollte deshalb den Kreis der Förderer und Wohlwollenden weit überschreiten.

Als Projekt, das auf den unmittelbaren Kontakt mit den Schulen setzt - das Fahrzeug DeutschMobil parkt im Schulhof, die Lektorinnen wandern durch die

Klassen- und Lehrerzimmer - begibt sich das DeutschMobil quasi auf staatliches Terrain. Die Sensibilität französischer Behörden gegenüber einer so ungewohnt direkten Werbeaktion darf keineswegs unterschätzt werden. Deshalb wurde im Rahmen der Vorbereitung des DeutschMobils alles getan, um den Eindruck eigenmächtigen Eindringens in französische Angelegenheiten gar nicht erst entstehen zu lassen: Die französischen Schulbehörden waren von Anfang an in das Projekt, dem sie übrigens recht bald sehr zugetan waren, eingeweiht und werden fortlaufend über jeden Schritt informiert.

Zudem beruhte die Öffentlichkeitsarbeit der Föderation stets auf dem Grundsatz, auch die übrigen offiziellen Stellen, die sowohl auf der deutschen als auch auf der französischen Seite Interesse an dem Projekt haben könnten, ausführlich über die geplante Sympathiewerbung des «DeutschMobils» in Kenntnis zu setzen. Dieses Vorgehen hat sich bewährt: Die Resonanz auf die Informationsschreiben, die unter anderem an das Auswärtige Amt in Berlin, die Deutsche Botschaft in Paris und das Generalkonsulat in Marseille, das französische Kultusministerium in Paris, die Conseils Régionaux und die Rathäuser in den Städten der jeweiligen Deutsch-Französischen Häuser gingen, war durchweg sehr positiv. Das Auswärtige Amt beglückwünschte die Föderation zu ihrem Engagement, die Vertreter der Kulturministerien beider Staaten zeigen sich überaus interessiert an dem Vorhaben.

Ein weiteres Motiv für die Informationskampagne war es, die vielen Fragen zu beantworten, die das DeutschMobil als innovatives Konzept aufwirft. Dabei galt es zunächst, die Notwendigkeit des Projekts zu erklären. Denn dass der Deutschunterricht in Frankreich zum Minderheitenprogramm geworden ist, hat sich in Deutschland längst noch nicht herumgesprochen. Die Mitteilung über den Schwund der Deutschschüler ist – der Pressespiegel zeigt es deutlich – eine Information, die in Deutschland gehöriges Erstaunen hervorrief. Obwohl auch in Deutschland die Zahlen der Französischschüler zurückgehen (wenn auch nicht in so dramatischem Maße), scheint die deutsche Öffentlichkeit mit einem entsprechenden Trend in Frankreich nicht gerechnet zu haben. Auch das Bild vieler französischen Schüler, die sich Deutschland oft als rigides, freudloses Land vorstellen, in dem Disziplin und Strebbarkeit an erster Stelle stehen, sorgt in der deutschen Öffentlichkeit regelmäßig für Verblüffung. Doch nur wer um den freien Fall des Deutschunterrichts in Frankreich weiß, kann verstehen, warum eine Imagekampagne wie das DeutschMobil sinnvoll ist.

Zudem waren sich die Föderation der Deutsch-Französischen Häuser und die Robert Bosch Stiftung sehr bewusst, ein Experiment einzugehen, für das es in dieser Form noch keinen Vorlauf gab. Wie kann Werbung für den Deutschunterricht aussehen? Wie soll man junge Franzosen, die kein Wort

Deutsch sprechen, von den Vorzügen des Deutschunterrichts überzeugen? Wie umgehen mit den französischen Deutschlehrern, die möglicherweise befürchten, in ihrer Arbeit kontrolliert zu werden? Das Projekt DeutschMobil rief durchaus auch Zweifel hervor. Sie galt es aufzugreifen und durch starke Argumente zu entkräften, um so das Vertrauen der Öffentlichkeit in die Aktion zu gewinnen.

Wichtig war dieses Vertrauen nicht nur, um Sponsoren zu gewinnen, die – wie etwa die Schulbuchverlage **Klett** und **Hueber**, **Ravensburger Spiele** und **Haribo** – das DeutschMobil mit kleinen Überraschungen für die französischen Schüler ausstatteten. Das **Auswärtige Amt der Bundesrepublik Deutschland** hat jedem DeutschMobil mit Videogerät, Beamer, Leinwand, Overheadprojektor und CD-Kassettendeck eine professionelle Medianausstattung zur Verfügung gestellt, mit der sich die Präsentationen anschaulich und zeitgemäß gestalten lassen. Diese Unterstützung ist für das Projekt überaus wertvoll. Denn das DeutschMobil ist ein Experiment und als solches auf einen positiven Erwartungshorizont angewiesen, um zu gelingen. Die Medien- und Informationsarbeit zum Start des DeutschMobils hatte deshalb vor allem das Ziel, die gesellschaftliche Zustimmung zu stärken.

Aus diesem Grund hat sich die Föderation der Deutsch-Französischen Häuser dazu entschieden, die Übergabe der Mercedes-Busse mit einer medienwirksamen Präsentations-Tour durch Deutschland zu verbinden.

8. Die DeutschMobil-Tournee

Vom 11. bis 15. Dezember 2000 waren die vier DeutschMobile in Deutschland und Frankreich unterwegs, um ihr Konzept der Öffentlichkeit und den Medien vorzustellen. Nach der Übergabe der vier Mercedes-Busse in Berlin vor dem Bundesrat ging es über Mainz, Heidelberg und Stuttgart nach Dijon, wo sich die kleine Buskarawane auflöste und jedes DeutschMobil-Team in sein Mutterhaus fuhr.

8.1. Berlin

Die offizielle Übergabe der Busse fand am 12. Dezember unter der Schirmherrschaft des Bundesratspräsidenten Kurt Beck, Bevollmächtigter der Bundesrepublik Deutschland für kulturelle Angelegenheiten mit

Frankreich, vor dem Sitz des Deutschen Bundesrates statt. Der Bundesratspräsident hatte mit seiner Bereitschaft, persönlich das DeutschMobil der Öffentlichkeit vorzustellen, nicht gezögert, sondern sofort Unterstützung zugesichert. Ein Wohlwollen, das der Föderation während der Vorbereitung der Informations-Tournee öfter begegnete: Ihre Anfrage in Mainz und Stuttgart etwa, jeweils vor dem Sitz des jeweiligen Landtags auftreten zu können, traf auf große Zustimmung.

Der offiziellen Wagenübergabe in Berlin ging eine Pressekonferenz voraus, die den Journalisten ermöglichte, intensiv Fragen zu stellen. Für die Vorbereitung der Pressekonferenz hatte die Föderation im Verein mit der Pressestelle des Bundesratspräsidenten die Redaktionen, die im Berliner Bundestag/Bundesrat akkreditiert sind, angeschrieben und zudem die lokale Presse auf den Termin aufmerksam gemacht. Unter den Pressevertretern waren eine Vertreterin der *ARD* (TV), eine Reporterin aus dem Hauptstadtbüro des *Süd-West-Rundfunks* (Radio), ein Vertreter der *Frankfurter Rundschau* und eine Agentur-Journalistin (*ddp*). Die Agentur-Meldung wurde von mehreren Zeitungen, u.a. der *Bild-Zeitung*, übernommen. Am Nachmittag des 11. Dezember gab es einen Bericht im *SWR* (Rundfunk) und eine Meldung in der *Tagesschau* der *ARD*. In einem *Tagesschau*-Beitrag diente das DeutschMobil als «Abhänger» für die Spitzenmeldung: Ein Bericht über den EU-Gipfel in Nizza endete mit dem Auftritt des DeutschMobils in Berlin.

Während der Pressekonferenz begrüßte Bundesratspräsident Kurt Beck die Aktion DeutschMobil als «sehr gute Idee» und hob besonders den kommunikativen, auf ein Miteinander ausgerichteten Charakter der Sympathiewerbung hervor. Kurt Brenner, Präsident der Föderation der Deutsch-Französischen Häuser, erläuterte die Motive der Föderation, gemeinsam mit der Robert Bosch Stiftung und DaimlerChrysler das Projekt DeutschMobil ins Leben zu rufen. Er machte zudem deutlich, dass das DeutschMobil keineswegs beabsichtige, den Nutzen der anderen Sprachen in Abrede zu stellen. «Doch Englisch ist so wie Radfahren – das kann heute jeder. Wer sich profilieren will, muss noch andere Fremdsprachen-Kenntnisse haben.» Brenner verwies dabei auch auf das von der EU für 2001 ausgerufene Europäische Jahr der Sprachen: «Die reiche Vielfalt europäischer Kulturen bleibt nur durch die Pflege der Sprachenvielfalt erhalten.»

Im Anschluss an die Pressekonferenz überreichte Bundesratspräsident Kurt Beck der Föderation vier Digitalkameras. Ebenfalls auf der Pressekonferenz waren (als Zuhörer): Frau Dr. Antiopy Lyroudias von der Robert Bosch Stiftung, die Leiter der Deutsch-Französischen Häuser in Dijon, Aix-en-Provence und Nantes, die vier DeutschMobil-Lektorinnen. Günther Nischwitz

von der Deutschen Zentrale für Tourismus in Paris sowie Vertreter der Sponsoren-Firmen Klett-Verlag, Ravensburger-Spiele und Haribo. Zudem war eine Berliner Schulklasse anwesend, die dem DeutschMobil für ihre französischen Alterskollegen selbstgemalte Plakate mit Aufmunterungen, Deutsch zu lernen, mitgab.

Zur offiziellen Übergabe der Busse, die vor laufenden Fernseh- und Fotokameras stattfand, gab Bundesratspräsident Kurt Beck erneut seiner Überzeugung Ausdruck, dass das Projekt DeutschMobil ein überaus sinnvoller Beitrag zur Förderung der deutsch-französischen Verständigung sei. Frau Dr. Antiopy Lyroudias von der Robert Bosch Stiftung stellte ebenso wie Kurt Brenner, Präsident der Föderation der Deutsch-Französischen Häuser, ihre Hoffnung dar, dass durch das DeutschMobil die französischen Schüler wieder mehr Interesse am Deutschunterricht fänden. Auch der französische Botschafter Claude Martin, der in Begleitung seines Conseiller Professor Gougeon an der Wagenübergabe teilnahm, begrüßte die Aktion DeutschMobil, äußerte aber zugleich die Hoffnung, dass auch in Deutschland mehr deutsche Schüler Französisch lernten. Uwe Röhrig, Mitglied der Geschäftsleitung der deutschen Vertriebsorganisation der DaimlerChrysler AG, der Kurt Brenner die Schlüssel zu den Wagen übergab, begründete, warum sich DaimlerChrysler dazu entschlossen hatte, dieses innovative Projekt zu unterstützen: Die europäische Verständigung sei dem Konzern ein Anliegen, er sei immer bereit, Initiativen zu fördern, die einen entsprechenden Austausch zum Ziel haben.

Zu den Gästen, die bei der offiziellen Wagenübergabe anwesend waren, zählten unter anderem Gabriele von Masen-Tilborch, stellvertretende Leiterin der Kulturabteilung des Auswärtigen Amtes, und Dr. Babette Nieder, Generalsekretärin des Deutsch-Französischen Jugendwerks.

8.2. Mainz

Mainz ist die Partnerstadt von Dijon, dem Sitz der Maison de Rhenanie-Palatinat, die vom Land Rheinland-Pfalz gefördert wird. Die Vorstellung der DeutschMobile fand am Dienstag, 12. Dezember 2000, vor dem Sitz des Rheinland-Pfälzischen Landtages statt. Auch hier traf die Föderation der Deutsch-Französischen Häuser auf einen überaus freundlichen Empfang.

Landtagspräsident Christoph Grimm und Kurt Brenner, Präsident der Föderation der Deutsch-Französischen Häuser, stellten das Projekt vor. Neben Vertretern aller Parteien waren Repräsentanten des Partnerschaftsverbandes Rheinland-Pfalz/Burgund und des Trägervereins

Haus Rheinland-Pfalz anwesend. Eine besonders frische Note gab der Auftritt einer Schulklasse des Schloss-Gymnasiums, die zum Empfang des DeutschMobils einen französischen Rap singend und tanzend vortrug – großer Applaus! Auch für diese Klasse soll das DeutschMobil Kontakte suchen in Frankreich, zugleich war die Lehrerin sehr interessiert am Fortgang des Projektes.

8.3. Heidelberg

Heidelberg ist Partnerstadt von Montpellier und Sitz des Montpellier-Hauses, das nach dem Modell des Heidelberg-Hauses in Montpellier entstanden ist. Beide Städte pflegen regen Austausch miteinander, im Juni 2001 wurde das dreißigjährige Bestehen der Städtepartnerschaft gefeiert.

An der Vorstellung des DeutschMobils auf dem Karls-Platz am Dienstag, 12. Dezember, nahmen als Ehrengäste teil: Kulturbürgermeister Dr. Jürgen Beß, Professor Dr. Dieter Raff, Präsident des Trägervereins des Heidelberg-Hauses, Professor Dr. Gert Reinhart von der juristischen Fakultät, der in Vertretung des Rektors der Heidelberger Universität anwesend war, verschiedene Vertreter des Städtepartnerschaftsverein sowie eine Schulklasse des Heidelberger Bunsen-Gymnasiums. In Kooperation mit der Heidelberger Stadtverwaltung wurden die Schüler in eine originelle Aktion eingebunden: Jeder Schüler wurde mit einer Digitalkamera porträtiert, während er erzählte, was er französischen Schülern in seiner Stadt am liebsten zeigen würde. Das Foto wurde in den Computer eingespeist, gemeinsam mit dem persönlichen Heidelberg-Tipp. Beides wurde dann in Farbe ausgedruckt – eine lebendige Fotoserie, mit der die Föderation in Frankreich für Briefpartnerschaften werben wird.

Mehrere Pressevertreter waren bei der Präsentation anwesend. Die Heidelberger *Rhein-Neckar-Zeitung* hatte zudem im Vorfeld mit einem längeren Artikel auf den Auftritt aufmerksam gemacht.

8.4. Stuttgart

Als Hauptstadt des Landes Baden-Württemberg, das gleich zwei der vier Deutsch-Französischen Häuser (Montpellier und Aix-en-Provence/Marseille) unterstützt, war auch Stuttgart Station der DeutschMobil-Tour. Die Präsentation fand am Mittwoch, 13. Dezember vor dem Sitz des Landtages unter der Schirmherrschaft und in Anwesenheit des Landtagspräsidenten Peter Straub statt. Gemeinsam mit Ministerin Dr. Annette Schavan, Konsul

Francis Etienne, Dr. Peter Theiner und Beatrix Gräfin von Deym von der Robert Bosch Stiftung sowie den Herren Urbach und Karl-Heinz Knöss von der DaimlerChrysler AG stellte die Föderation der Deutsch-Französischen Häuser ihr Projekt vor. Unter den Gästen waren Frau Dr. Reinhild Otte, im Kultusministerium zuständig für internationale Beziehungen, sowie Vertreter des Klett-Verlags. Da der Termin in der Mittagspause der Plenarsitzung stattfand, gesellten sich auch verschiedene Landtagsabgeordnete zu diesem Auftritt, der ein beachtliches Presseecho fand. Neben Vertreterinnen der *Stuttgarter Zeitung* und der *Stuttgarter Nachrichten* waren ein Redakteur der *Badischen Zeitung* (Freiburg), mindestens ein Agenturjournalist (*IsW*) und ein Kamerateam eines Privat-Fernsehsenders anwesend.

Der Auftritt des DeutschMobils in Stuttgart darf, was Ablauf als auch Presseecho betrifft, sicherlich als besonders gelungen bezeichnet werden. Ein Erfolg, der sich gewiss dem ausgezeichneten Zusammenspiel verdankt, das Landtagsverwaltung und Robert Bosch Stiftung der Föderation bei der Vorbereitung dieses Termins ermöglichten.

8.5. Dijon

In Dijon, dem Sitz der Maison Rhenanie-Palatinat, trafen die DeutschMobile am Donnerstag, 14. Dezember 2000, ein. Bei diesem ersten französischen Auftritt, der im Cour de Bar des Herzogspalastes, dem heutigen Rathaushof, stattfand, waren anwesend: Michel Lallemand als Vertreter der Stadt Dijon, Jean-Georges Kuhn und Gilbert Michard, beide Inspecteurs der Académie de Dijon, Maurice Thieffenat, Präsident der Union pour la Coopération Bourgogne-Rhenanie-Palatinat, eine Vertreterin der lokalen Tageszeitung *Le Bien Public* sowie eine Schulklasse des Dijoner Collège Marcel Pardé, die Grüße und Botschaften ihrer Mainzer Partnerschule entgegennahm. Der Grafiker Jean-Phillippe Morat filmte die Präsentation des Projekts für die DeutschMobil-Website, die im Internet unter **Erreur! Signet non défini.** zu finden ist. Diese Internetseite wird fortlaufend aktualisiert und soll zu einem Kommunikationsort für französische und deutsche Schüler werden.

Nach dem Auftritt in Dijon trennten sich die DeutschMobile, um in ihre jeweiligen Häuser zu fahren.

8.6. Paris

Im März 2001 wurde die Präsentationstournee fortgesetzt. Die Föderation der Deutsch-Französischen Häuser nahm den «Salon du Livre», bei dem Deutschland diesmal Schwerpunktthema war, zum Anlass, ihre Arbeitstagung in Paris abzuhalten. Im Heinrich-Heine-Haus in der Cité Universitaire trafen sich am 15. März die Leiter der Häuser und die DeutschMobil-Lektorinnen mit Beatrix Gräfin von Deym von der Robert Bosch Stiftung, die das Projekt betreut. Auch Brigitte Helmling vom Goethe-Institut Paris nahm an der Sitzung teil, auf der eine sehr positive Zwischenbilanz der Aktion DeutschMobil gezogen und neue Kooperationsmöglichkeiten mit dem Goethe-Institut entwickelt wurden. So wurden die DeutschMobile mit pädagogischem Material für Grundschüler («Ein Tag Deutsch») und dem Informationsfilm «Parlez-vous deutsch?» ausgestattet: Beide Materialien, die das Goethe-Institut erst kurz zuvor hatte produzieren lassen, werden nun durch die DeutschMobile in den Schulen der französischen Provinz bekannt gemacht.

Am 17./18. März, dem darauffolgenden Wochenende, präsentierten sich die DeutschMobil-Teams anlässlich des zentralen Deutsch-Lehrertags vor dem Goethe-Institut, Avenue d'Iéna. Mehr als 1000 französische Deutschlehrer konnten sich über die Aktion DeutschMobil informieren, zugleich hatten die Lektorinnen der DeutschMobile Gelegenheit, sich auf den Seminaren oder bei den Informationsständen der Schulbuchverlage nach neuen Ideen für ihre Auftritte in den Schulen umzuschauen.

Auf Anregung der Deutschen Botschaft konnten die Leiter der Deutsch-Französischen Häuser die Vito-Busse vor dem Hôtel Matignon, dem Sitz des französischen Premierministers, vorfahren, in dem anlässlich der Eröffnung der Buchmesse ein Empfang Lionel Jospins für Bundeskanzler Gerhard Schröder stattfand. Beide, Premierminister Jospin und Bundeskanzler Schröder, zeigten sich überaus aufgeschlossen und interessiert für das Projekt DeutschMobil. Auch Staatsminister Nida-Rümelin ließ sich bei einem eigens anberaumten Termin über die von Sponsoren ermöglichte Kulturaktion DeutschMobil informieren.

8.7. Lektorenseminar des DAAD

Das diesjährige Jahresseminar des Deutschen Akademischen Austauschdienstes (DAAD) für die an den französischen Hochschulen tätigen Lektoren und Lektorinnen, das von Mittwoch, 23. Mai, bis Sonntag, 27. Mai 2001, in Alët-les-Bains stattfand, hatte als eines der Leitthemen die Stellung des Deutschunterrichtes in Frankreich im Programm. Dies brachte das Pariser Büro des DAAD dazu, als Ergänzung eines Seminars mit dem Titel «Werben für Deutsch in Frankreich – Marketing oder Artenschutz?» Kurt

Brenner, den Leiter des Heidelberg-Hauses und Präsidenten der Föderation der Deutsch-Französischen Häuser, mit dem DeutschMobil einzuladen, um eine der erfolgreichsten Initiativen in Frankreich zum Europäischen Sprachenjahr vorzustellen. Ausgehend von dem zu großer Besorgnis Anlass gebenden Rückgang der Deutschschüler in Frankreich erläuterte Kurt Brenner die Strategie des DeutschMobils als Sympathie- und Informationskampagne. Ohne das überzeugte Eintreten zivilgesellschaftlicher Institutionen, so unterstrich Brenner, wäre die Aktion, deren Erfolg selbst die Föderation Deutsch-Französischer Häuser überrascht habe, nicht möglich gewesen. Die etwa 70 DAAD-Lektoren und Lektorinnen wie auch die eingeladenen Gäste konnten im Anschluss an den Vortrag den Vito-Kleinbus und die umfangreiche Materialausstattung besichtigen. Viel Interesse fand auch die vom DeutschMobil-Team speziell erarbeiteten Unterrichts- und Werbematerialien, die in der Begegnung mit den Schülern eine große Rolle spielen. Die DAAD-Lektorinnen und Lektoren zeigten sich sehr angetan und viele fragten an, ob das DeutschMobil nicht auch in ihren Regionen zum Einsatz kommen könne.

8.8. Deutsch-französischer Gipfel

Der Deutsch-Französische Gipfel, der am 12. Juni 2001 in Freiburg stattfand und unter anderem die Probleme des Fremdsprachenunterrichts zum Thema hatte, gab der Initiative DeutschMobil erneut Gelegenheit, sich in einem außerordentlichen Rahmen den Politikern und Medienvertretern beider Länder vorzustellen. Als einziges Projekt durfte sich das DeutschMobil vor dem Freiburger Rathaus präsentieren, in dem die Gipfelgespräche stattfanden. Kurt Brenner, Präsident der Föderation der Deutsch-Französischen Häuser, und Till Meyer, Vizepräsident der Föderation, hatten so die Gelegenheit, dem französischen Außenminister Hubert Védzine und hochrangigen Mitgliedern beider Regierungsdelegationen das Projekt vorzustellen. Zu ihren Gesprächspartnern gehörten auf der deutschen Seite auch Senatsdirigent Christian Thieme, ständiger Vertreter des Generalsekretärs der Kultusministerkonferenz, und Albert Spiegel, Leiter der Kulturabteilung des Auswärtigen Amtes.

9. Reaktionen und Presseecho

Es scheint, dass die Botschaft, die deutsche Sprache als nicht zu missende europäische Kultur- und Wirtschaftssprache zu fördern, bei allen Beteiligten auf fruchtbaren Boden gefallen ist. Die Resonanz, welche die Präsentation

des DeutschMobils hervorgerufen hat, ist jedenfalls überaus erfreulich. Die gesellschaftliche Anerkennung für das Projekt ist groß, Politiker und Vertreter von Institutionen beider Länder haben sich gern mit dem DeutschMobil in der Öffentlichkeit gezeigt, das Presseecho ist beachtlich.

Zudem hat die Föderation der Deutsch-Französischen Häuser in den Begegnungen mit Schulklassen, Lehrern und interessierten Passanten eine Bestätigung ihres Konzept gefunden: Mit dem DeutschMobil ließen sich leicht Kontakte zu Schülern und Lehrern knüpfen; die Art der Präsentation, das Design der Autos und das gesamte DeutschMobil-Ambiente scheint bei den Zielgruppen gut anzukommen. In der Maison de Heidelberg, die die Federführung des Projekts innehat, gehen immer wieder Anfragen ein, ob sich dieses Projekt nicht noch auf weitere französische Regionen ausdehnen lasse. Und auch in Deutschland hat das Projekt durchaus Begehrlichkeiten von Schulleitern und Lehrern geweckt: «Ach, das hätten wir auch gern für Französisch» – diesen Satz hat das DeutschMobil-Team bei seinen Präsentationen in Deutschland oft gehört.

Das Presseecho, das die Aktion DeutschMobil sowohl in Frankreich als auch in Deutschland auslöst, ist bemerkenswert. Die Artikelserie, die durch die Tournee im Dezember ausgelöst wurde, scheint noch längst nicht zu Ende und keineswegs nur auf Deutschland beschränkt. Über das DeutschMobil wurde unter anderem in der *FAZ*, *Frankfurter Rundschau*, der *Neuen Zürcher Zeitung* und der *Bild-Zeitung* berichtet, die Zeitschrift *Kulturaustausch* will über das Projekt berichten, und ein Reporter-Team des *Focus* war einen Tag mit dem DeutschMobil in Montpellier unterwegs. Auch im deutschen Fernsehen und Radio wird die neuartige Deutschwerbung beachtet. *ARD-Tagesschau* und *Südwestrundfunk* berichteten über die Übergabe der DeutschMobile in Berlin. *Arte* brachte eine ausführlichen Reportage über das DeutschMobil in Nantes. *Deutsche Welle* und *Deutschlandfunk* waren im Rheinland-Pfalz-Haus in Dijon zu Gast, ein anderer Reporter hat für die *Deutsche Welle* über das DeutschMobil in Aix-en-Provence berichtet.

Auch in der französischen Presse wird über das DeutschMobil berichtet. In den Städten, in denen das DeutschMobil erstmals auftritt, ist häufig die örtliche Presse bei den ersten Schulbesuchen dabei. Die Berichterstattung ist immer recht positiv. Dies entspricht der Erfahrung, die die Föderation der Deutsch-Französischen Häuser bei allen Auftritten, auch denen in Deutschland, bisher machen konnte: Es fällt den Vertretern der Medien offenbar recht leicht, das Projekt nachzuvollziehen. Dies läßt sich aus den Artikeln herauslesen: Das Anliegen ist verständlich, das Vorhaben scheint einleuchtend, und das Vertrauen, dass es so gehen könnte, wie sich die Föderation und ihre Unterstützer das vorstellen, ist durchaus vorhanden. Dass die Robert Bosch Stiftung und DaimlerChrysler in einigen Artikeln nicht

erwähnt werden, ist bedauerlich, erklärt sich aber aus der keineswegs unüblichen Praxis mancher Journalisten, Sponsoren möglichst nicht zu nennen, um nicht in den Verdacht der «Schleichwerbung» zu geraten.

Skeptische Töne sind den deutschen und französischen Presseberichten ebensowenig zu entnehmen wie kritische Einwürfe. Obwohl die aktuelle Situation im Dezember 2000 – die Diskussion über die deutsche Leitkultur und auch der problematische EU-Gipfel in Nizza – eventuell Anlass geboten hätte, das DeutschMobil etwa als Instrument deutschen Vormachtstrebens fehl zu interpretieren, kam es kein einziges Mal zu solchen Unterstellungen. Vor allem in Frankreich ist der Empfang überaus freundlich, das Kooperationsangebot des DeutschMobils wird auch als solches dargestellt. Vielleicht ein Beweis, dass die Zeit für dieses Projekt reif ist.

10. Ausblick

Angesichts der regen Nachfrage nach DeutschMobil-Auftritten ist es überaus erfreulich, dass die Robert Bosch Stiftung beschlossen hat, das Projekt zu verlängern: Bis Januar 2002 werden die Stellen der Lektorinnen nun finanziert, eine weitere Verlängerung wurde in Aussicht gestellt. Diese Zusage gewährt eine enorme Planungssicherheit, denn viele Schulen haben sich bereits im Frühjahr danach erkundigt, ob sie im Herbst 2001 auch mit einem Besuch des DeutschMobils rechnen können. Von so einer Kontinuität in den Schulbesuchen versprechen sich viele einen dauerhaften Erfolg.

Derzeit beschäftigen sich die DeutschMobil-Teams der Deutsch-Französischen Häuser mit drei großen öffentlichen Auftritten, die in diesem Herbst anstehen. So sind die DeutschMobile im September 2001 zum Loreley-Festival des Deutsch-Französischen Jugendwerks eingeladen. Am 26. September, dem Tag der europäischen Sprachen, werden die DeutschMobile in ihren Städten eine nicht zu übersehende Rolle spielen. Am 28. September schließlich wird sich die Aktion DeutschMobil auf der deutsch-französischen Woche in Stuttgart präsentieren.

Die größte Aufmerksamkeit aber gehört der Planung der Schulbesuche und der Begegnung mit den Schülern. So stehen die Lektorinnen der DeutschMobile in engem Kontakt miteinander, um Erfahrungen auszutauschen und die Entwicklung ihres Programms zur Sprachsensibilisierung weiter voranzutreiben. Schließlich ist das Ziel der Initiative DeutschMobil nicht die kurze Aktion, sondern die Nachhaltigkeit. Denn damit, dass sofort ganze Ströme von Schülern Deutsch lernen, rechnet die Föderation natürlich nicht. Vielmehr wollen die Deutsch-Französischen Häuser vor allem Kontakte in den

Schulen der Regionen knüpfen und ihnen zeigen, dass sie kompetente Ansprechpartner sein können. Vor allem aber will das DeutschMobil den Schülern die Idee näherbringen, dass ein Europa der Zukunft nur eines der Vielsprachigkeit sein kann. Und dass Deutsch gar nicht so schwer ist und Deutschland nicht so langweilig.

Montpellier, 18. Juli 2001

Kurt Brenner

**Präsident der Föderation der Deutsch-Französischen Häuser
Leiter des Heidelberg-Hauses in Montpellier**

> Kontakt:

Wenn Sie weitere Informationen über das Projekt DeutschMobil wünschen,

wenn Sie uns besuchen möchten, um live die Arbeit des DeutschMobils zu verfolgen,

oder wenn Sie sich allgemein für die Arbeit der Föderation der Deutsch-Französischen Häuser interessieren, wenden Sie sich bitte an den Sitz Geschäftsführung der Föderation

Kurt Brenner

Maison de Heidelberg

4, rue des Trésoriers-de-la-Bourse

34025 Montpellier C dex 1

Telefon: 00 33 - 467 60 48 11

Fax: 00 33- 467 66 22 29

e-mail: Erreur! Signet non défini.

internet: Erreur! Signet non défini. / Erreur! Signet non défini.

Copyright Maison de Heidelberg

Redaktion: Annette Goebel

Dankadresse:

Wir danken den nachfolgend aufgeführten Personen und Institutionen, die durch ihre tatkräftige Unterstützung den Erfolg des Projekts ermöglicht haben:

- Auswärtiges Amt

- CIDAL, Centre d'Information et de Documentation de l'Ambassade de l'Allemagne
- Deutsche Zentrale für Tourismus Paris
- Deutsch-Französisches Jugendwerk
- Goethe-Institut
- Haribo
- Max Hueber Verlag
- Inter Nationes e.V.
- Ernst Klett Verlag
- Langenscheidt Verlag
- Ravensburger Verlag