

vitamin de, Nr. 89 / Sommer 2021, S. 16 – 17

Thema: Konsum

Text: Überwachung oder Hilfe beim Einkauf?
– Personalisierte Werbung im Internet

Niveau GER ab B2/C1
Lesen, Schreiben, Sprechen

Aufgabe 1a

Was ist personalisierte Werbung im Internet? Was wissen Sie darüber? Wie funktioniert diese Art von Werbung? Sammeln Sie Ideen und schreiben Sie sie auf.

Aufgabe 1b

Überfliegen Sie kurz den Text „Überwachung oder Hilfe beim Einkauf? – Personalisierte Werbung im Internet“ in vitamin de, Nr. 89, Seite 16 – 17. Vergleichen Sie Ihre Ideen mit den Aussagen im Text. Stimmen Ihre Ideen mit den Informationen im Text überein?

Aufgabe 2

Ergünden Sie den Inhalt des folgenden Cookie-Banners mithilfe eines Wörterbuchs und geben Sie ihn dann auf Deutsch wieder. Worüber wird hier informiert? Achten Sie auch auf den Aufbau des Banners.

Wie verhalten Sie sich, wenn auf Ihrem Bildschirm so ein Banner aufpoppt? Diskutieren Sie in der Lerngruppe.

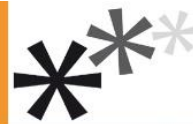
Datenschutzhinweis

Wir verwenden Cookies, um Ihnen die optimale Nutzung unserer Webseite zu ermöglichen. Es werden für den Betrieb der Seite notwendige Cookies gesetzt. Darüber hinaus können Sie Cookies für Statistikzwecke zulassen. Sie können die **Datenschutzeinstellungen anpassen** oder **allen Cookies direkt zustimmen**. [Zur Datenschutzerklärung](#)

[Datenschutzeinstellungen anpassen](#)

Ja, ich bin mit allen Cookies einverstanden

Abbildung: <https://www.bundesregierung.de/breg-de>



vitamin de, Nr. 89 / Sommer 2021, S. 16 – 17

Thema: Konsum

Niveau GER ab B2/C1

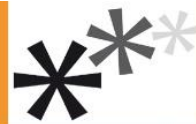
Lesen, Schreiben, Sprechen

**Text: Überwachung oder Hilfe beim Einkauf?
– Personalisierte Werbung im Internet**

Aufgabe 3

Lesen Sie nun den Text „Überwachung oder Hilfe beim Einkauf? – Personalisierte Werbung im Internet“ in vitamin de, Nr. 89, Seite 16 – 17 gründlich durch und überprüfen Sie folgende Aussagen. Kreuzen Sie "Richtig" (R) oder "Falsch" (F) an.

	Richtig	Falsch
1. Mithilfe von Cookies können Unternehmen ihre Werbung dem individuellen Nutzerverhalten von Verbrauchern anpassen.		
2. Alle Unternehmen sollten auf personalisierte Werbung setzen. Jedoch entstehen auch bei personalisierter Werbung Streuverluste.		
3. Das Tracking könnte auch für den Verbraucher sinnvoll sein, sagt Fabian Aldinger.		
4. Kai-Oliver Kruske sieht beim Tracking zwar ein Problem, jedoch besteht keine Gefahr, dass unsere Daten weiterverkauft werden.		
5. Der Datenschutz in Deutschland erlaubt Tracking und personalisierte Werbung, wenn der Verbraucher entscheiden kann, ob er das möchte.		
6. Leider sind Cookie-Banner oft sehr kompliziert gestaltet, damit dem Verbraucher die Option „Tracking verbieten“ erschwert wird.		
7. Kai-Oliver Kruske wünscht sich eine einfachere Gestaltung der Cookie-Banner. Fabian Aldinger ist anderer Meinung. Er findet Cookie-Banner nutzerfreundlich.		
8. Es gibt fast keine Möglichkeit, das Tracking komplett zu verhindern.		
9. Durch Einstellungen im Browser kann personalisierte Werbung zwar nicht ganz verhindert werden, aber sie kann zumindest eingeschränkt werden.		
10. Adblocker blockieren das Erscheinen von Cookie-Bannern.		
11. Die Werbeagentur Lead Anker hat sich auf Webseitengestaltung, Suchmaschinenoptimierung, Radio-Marketing und Imagefilme spezialisiert.		
12. Verbraucherzentralen gibt es in Deutschland in jedem Bundesland.		



vitamin de, Nr. 89 / Sommer 2021, S. 16 – 17

Thema: Konsum

Niveau GER ab B2/C1

Lesen, Schreiben, Sprechen

**Text: Überwachung oder Hilfe beim Einkauf?
– Personalisierte Werbung im Internet**

Aufgabe 4

Lesen Sie den Text „Überwachung oder Hilfe beim Einkauf? – Personalisierte Werbung im Internet“ in vitamin de, Nr. 89, Seite 16 – 17 noch einmal und beantworten Sie folgende Fragen mündlich.

1. Wie funktionieren Cookies im Internet?
2. Wer hat den größten Nutzen von personalisierter Werbung im Internet?
3. Welchen Vorteil haben laut Herrn Aldinger Verbraucher von personalisierter Werbung?
4. Worin sieht Herr Kruske die größte Gefahr?
5. Was können wir tun, damit wir so wenig wie möglich getrackt werden?

Aufgabe 5

In der deutschen Sprache gibt es immer mehr sogenannte Anglizismen, also Wörter, die aus dem Englischen übernommen werden. Für manche von ihnen, wie zum Beispiel für das Wort „Smartphone“, gibt es gar keine deutsche Entsprechung, für andere schon – nur dass diese oft nicht benutzt wird.

Finden Sie fünf weitere Anglizismen in der deutschen Sprache und schreiben Sie diese auf. Erklären Sie kurz die Bedeutung.

Zusatzaufgabe: Kennen Sie auch Scheinanglizismen? Scheinanglizismen sind z. B. Handy (im Englischen ist das ein "mobile") oder Beamer (im Englischen ist das ein "projector").

(z. B. Cookies, Tracking, Banner)

1. _____

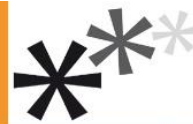
2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

Zusatzaufgabe: _____



vitamin de, Nr. 89 / Sommer 2021, S. 16 – 17

Thema: Konsum
Niveau GER ab B2/C1

Lesen, Schreiben, Sprechen

**Text: Überwachung oder Hilfe beim Einkauf?
– Personalisierte Werbung im Internet**

Aufgabe 6

Fügen Sie die Verben aus dem Kasten in der richtigen Form in die passenden Lücken der Sätze ein. Achten Sie dabei auf trennbare Verben.

empfehlen	mögen	sammeln	passen	einschränken
dürfen	entscheiden	bekommen	müssen	tracken
				zustimmen

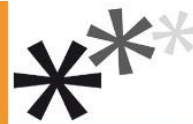
1. Daten werden durch sogenannte Cookies _____.
2. Der Verbraucher _____ nur Werbung, die zu ihm _____.
3. Ein Unternehmen _____ den Verbraucher fragen, ob es Daten speichern _____.
4. Fabian Aldinger _____, dass Cookie-Banner in Zukunft nutzerfreundlicher werden sollten.
5. Der Verbraucher sollte _____, ob er _____ werden _____.
6. Einstellungen im Browser _____ das Tracking _____.
7. Kai-Oliver Kruske _____ die Nutzung von Adblockern.

Aufgabe 7

Wie kann man das noch sagen?

Ordnen Sie die den Wörtern (1 – 6) die passenden Synonyme (a – f) zu.

- | | |
|----------------|------------------|
| 1. Verbraucher | a. Reklame |
| 2. Unternehmen | b. Fachmann |
| 3. Werbung | c. Betrieb |
| 4. Experte | d. Internetseite |
| 5. Produkt | e. Ware |
| 6. Webseite | f. Konsument |



vitamin de, Nr. 89 / Sommer 2021, S. 16 – 17

Thema: Konsum
Niveau GER ab B2/C1

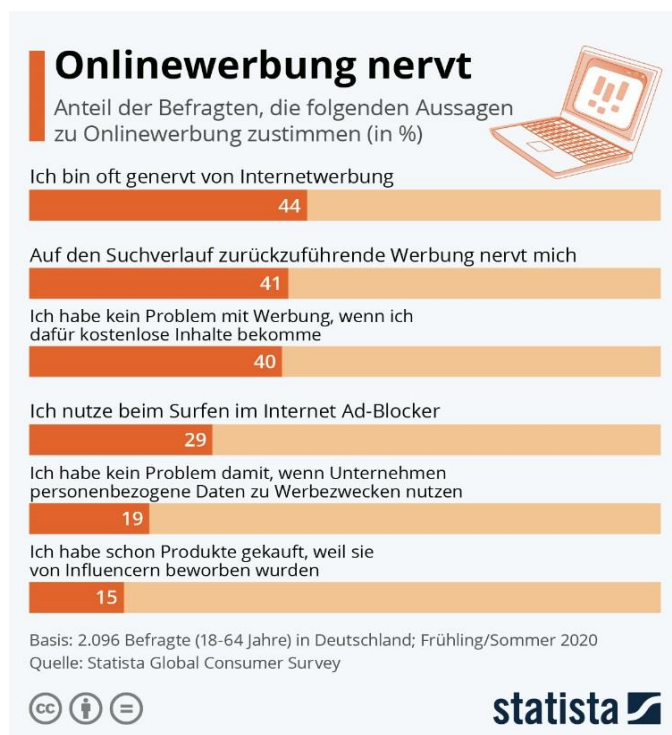
Lesen, Schreiben, Sprechen

**Text: Überwachung oder Hilfe beim Einkauf?
– Personalisierte Werbung im Internet**

Aufgabe 8

**Obligatorisches und nicht-obligatorisches „es“.
Setzen Sie, wenn nötig, "es" in die folgenden Satzlücken.**

- _____ ist gut, dass es einen Verbraucherschutz gibt.
- Manchmal glaube ich, _____ wäre alles besser ohne Smartphone.
- Wie schnell Daten gesammelt werden, _____ ist beängstigend.
- Ich nutze Adblocker. Dass _____ hilfreich ist, weiß ich aus eigener Erfahrung.
- Dass _____ bald nutzerfreundlichere Cookie-Banner geben wird, _____ ist anzunehmen.
- Ich habe gehört, Yahoo sammelt keine Daten. _____ ist fraglich, ob das wahr ist.
- Wenn man _____ eilig hat, klickt man bei Cookie-Bannern oft auf „Alles akzeptieren“.
- Ob Verbraucher in Zukunft weniger getrackt werden, _____ ist abzuwarten.



Aufgabe 9

Sehen Sie sich links die Infografik mit einer Umfrage aus dem Sommer 2020 an. Was erfahren wir aus dieser Umfrage?
Welche Schlüsse können wir daraus zum Thema „personalisierte Werbung im Internet“ für das Land Deutschland ziehen?
Schreiben Sie einen Aufsatz darüber und werten Sie darin die Umfrage aus. Erläutern Sie auch, wie Sie zu personalisierter Werbung im Internet stehen.
Wie hätten Sie die Fragen aus der Umfrage beantwortet?
Abbildung: Infografiken von Statista: <https://de.statista.com/infografik/24637/anteil-der-befragten-die-folgenden-aussagen-ueber-onlinewerbung-zustimmen>



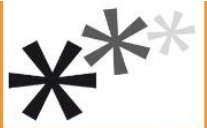
vitamin de, Nr. 89 / Sommer 2021, S. 16 – 17

**Text: Überwachung oder Hilfe beim Einkauf?
 – Personalisierte Werbung im Internet**

Thema: Konsum

Niveau GER ab B2/C1

Lesen, Schreiben, Sprechen



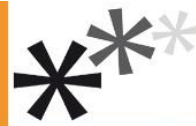
vitamin de, Nr. 89 / Sommer 2021, S. 16 – 17

Thema: Konsum

Niveau GER ab B2/C1

Lesen, Schreiben, Sprechen

**Text: Überwachung oder Hilfe beim Einkauf?
– Personalisierte Werbung im Internet**



vitamin de, Nr. 89 / Sommer 2021, S. 16 – 17

Thema: Konsum

**Text: Überwachung oder Hilfe beim Einkauf?
– Personalisierte Werbung im Internet**

Niveau GER ab B2/C1
Lesen, Schreiben, Sprechen

Methodische Hinweise und Lösungen

Lernziele:

- Die Lerner können einem Lesetext über das Thema „Konsum“ Informationen selektiv entnehmen.
- Die Lerner können sich mit dem Thema " Konsum" auseinandersetzen.
- Die Lerner können sich zum Thema " Konsum" äußern und ihre eigene Meinung vertreten.

Lösungen:

Aufgabe 3

1. R, 2. F, 3. R, 4. F, 5. R, 6. R, 7. F, 8. R, 9. R, 10. F, 11. F, 12. R

Aufgabe 6

1. gesammelt; 2. bekommt, passt; 3. muss, darf; 4. stimmt, zu; 5. entscheiden, getrackt, mag/möchte; 6. schränken, ein; 7. empfiehlt

Aufgabe 7

1. f, 2. c, 3. a, 4. b, 5. e, 6. d

Aufgabe 8

1. Es, 2. es, 3. -, 4. es, 5. es; -, 6. Es, 7. es, 8. -