

1. Schritt: Gedankliche Vorbereitung (»Antizipation«). Erstes Hören.



A Sie erhalten das nebenstehende Informationsblatt zum Vortrag. Überlegen Sie:

- Was weiß ich über das Thema?
- Was könnte in dem Vortrag angesprochen werden? Beachten Sie **Überschrift und Worterklärungen**.

B Sie hören den Text das erste Mal.

Schreiben Sie nichts oder nur wenig mit. Sie können zum Beispiel Stichworte zu den Themen des Textes machen. In diesem Vortrag werden einige Themen als Fragen formuliert.

➔ **Hören Sie nun den Text.**
Bearbeiten Sie danach C.

Gerüche und ihre Vermarktung

Worterklärungen

der Zimt	Gewürz, mit dem Süßspeisen gewürzt werden
olfaktorisch	den Geruchssinn betreffend
die Amygdala	} drei Hirnregionen, die im Text erklärt werden
der Hippocampus	
der Thalamus	

2. Schritt: Aufgaben lesen.



C Sie erhalten die Blätter mit den Aufgaben. Lesen Sie die Aufgaben schnell durch. Markieren Sie die Schlüsselwörter in den Aufgaben (siehe Beispiel für die Aufgaben 1, 2 und 7).

Aufgaben zum Vortrag

1. Welche **Funktionen** hat der **Geruchssinn**? (Stichworte)
2. Was zeigt ein **quantitativer Vergleich** zwischen den Sinnen Hören, Sehen und Riechen? (Satz)
3. Welche Wirkungen haben die Gerüche von ... (Stichworte)
4. Welche Funktionen haben die Gehirnregionen Thalamus, Amygdala und Hippocampus? (Stichworte)
5. Wie werden, visuelle und akustische Reize einerseits und olfaktorische Reize andererseits im Gehirn verarbeitet? *Ergänzen Sie die Sätze mit den Informationen des Textes.*
6. Was versteht man unter »Duftmarketing«? (Satz)
7. **Wo** werden welche **Gerüche** mit welchem **Ziel** eingesetzt? *Ergänzen Sie die Tabelle.*
8. Welche Erfahrung hat eine Supermarktkette gemacht, als sie mehr Schokolade verkaufen wollte? (Stichworte)
9. Aus welchem Grund hat der Einsatz von Düften oft nicht die gewünschte Wirkung? (Satz)
10. Welche Kritik wird gegen den Einsatz von Düften in der Öffentlichkeit vorgebracht?
11. Wo werden Düfte noch eingesetzt? Ergänzen Sie den folgenden Lückentext.
12. Entsprechen die folgenden Sätze den Aussagen des Vortrags? Kreuzen Sie an.

a) Sehen und Hören sind stärker mit Gefühlen verbunden als Riechen.	ja nein
b) Gerüche wirken oft unbemerkt.	ja nein
c) Duftmarketing ist wissenschaftlich umstritten.	ja nein

3. Schritt: Notizzettel vorbereiten.

D Bereiten Sie einen Notizzettel wie im Beispiel vor. Lassen Sie genügend Platz zwischen den Aufgaben für Ihre Notizen. Wenn Sie noch Zeit haben, schreiben Sie die unterstrichenen Schlüsselwörter der Aufgaben auf. Bei Aufgaben mit Tabellen, oder bei denen Sie Lücken ausfüllen müssen, schreiben Sie während des Hörens mit Bleistift direkt in das Aufgabenblatt.

Notizzettel (Beispiel A)	
1	Funktion Geruchssinn <i>Schutz, Partner, Geschmack</i>
2	quantitativer Vergleich Sinne
3	besondere Eigenschaft
4	Wirkungen Notizen direkt in das Aufgabenblatt
5	T A H
6	Notizen direkt in das Aufgabenblatt
7	Duftmarketing
8	Wo G. Ziel
9	Erfahrung Supermarkt Schokolade
10	Warum D. nicht gewünschte Wirkung
11	Kritik 1. 2. 3.
12	Notizen direkt in das Aufgabenblatt
13	Aufgabe zum Gesamttext

Aufgabennummer

Schlüsselwörter der Aufgaben

Notizen während des Hörens

Abkürzungen für **Thalamus, Amygdala, Hippocampus,**

Abkürzung für **Geruch** oder **Gerüche**

Abkürzung für **Duft** oder **Düfte**

E Hören Sie nun den Text ein zweites Mal **in zwei Teilen**. Machen Sie sich gezielt zu den Aufgaben Notizen auf Ihrem Notizzettel.

- ➔ Hören Sie den **ersten Teil** und bearbeiten Sie danach die **Aufgaben 1 bis 7**.
- ➔ Hören Sie danach den **zweiten Teil** und bearbeiten Sie die **Aufgaben 8 bis 13**.