

2024

Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Original-Prüfungsausschuss
mit Lösungen

**MEHR
ERFAHREN**

Hessen

Deutsch

- + *Schwerpunkthemen 2024*
- + *Übungsaufgaben*



STARK

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

Hinweise und Tipps zur schriftlichen zentralen Abschlussprüfung

1	Allgemeine Informationen	I
1.1	Prüfungsbestimmungen	I
1.2	Ablauf der Prüfung	I
1.3	Prüfungsanforderungen	II
1.3.1	Anforderungsbereich I: Reproduktionsleistungen	II
1.3.2	Anforderungsbereich II: Reorganisations- und Transferleistungen	III
1.3.3	Anforderungsbereich III: Reflexion und Problemlösung	III
1.4	Operatoren und Aufgabenstellungen	III
1.5	Allgemeine Vorbereitungs- und Prüfungstipps I	VII
1.5.1	Für das Schuljahr	VII
1.5.2	Für die Einlese- und Auswahlzeit	VII
2	Prüfungsrelevante Inhalte für die Abschlussprüfung 2023	IX
2.1	Besonderheiten der Prüfungsvorschläge	IX
2.1.1	Literaturbasierter Prüfungsvorschlag	IX
2.1.2	Sachtextbezogener Prüfungsvorschlag	X
2.2	Aufgabenformate	X
2.2.1	Textwiedergabe	XI
2.2.2	Textanalyse und Textinterpretation	XII
2.2.3	Textvergleich	XIV
2.2.4	Stellungnahme	XV
2.2.5	Kreative Textformen	XVII
2.3	Allgemeine Vorbereitungs- und Prüfungstipps II	XVIII

2.3.1	Für das Schuljahr	XXVIII
2.3.2	Für die Bearbeitungszeit	XIX
3	Anregungen für die Arbeit mit den Übungs- und Prüfungsaufgaben	XX

Hinweise und Tipps zum mündlichen Prüfungsteil der Abschlussprüfung

1	Allgemeine Informationen	XXII
2	Tipps für die Vorbereitungszeit	XXIII
3	Tipps für den Kurzvortrag	XXIII
4	Tipps für das Prüfungsgespräch	XXIV

Übungsaufgaben

Übungsaufgabe 1:	Georg Büchner: <i>Woyzeck</i> (4. Szene) Beziehungskonflikt	1
Übungsaufgabe 2:	Georg Büchner: <i>Woyzeck</i> (5. Szene) Tugend und Moral	8
Übungsaufgabe 3:	Juli Zeh: <i>Corpus Delicti</i> Gefahren einer Gesundheitsdiktatur	16
Übungsaufgabe 4:	Anna-Lena Schüchtle: <i>Der Duden gendert endlich und ihr jammert herum – Ihr habt einfach nichts kapiert</i> Sprachwandel: Gendern	26

Abschlussprüfungsaufgaben 2018

Vorschlag A:	Ariane Bemmer: <i>Digitalpakt für Schulen: Rettet die bildschirmfreien Klassenzimmer!</i> Einsatz digitaler Medien im Schulunterricht	2018-1
--------------	--	--------

Abschlussprüfungsaufgaben 2019

Vorschlag A:	Wolf Schneider: <i>Die Sprache ist eine Waffe</i> Sprachwandel	2019-1
--------------	---	--------

Abschlussprüfungsaufgaben 2020

Vorschlag A:	Antje Schrupp: <i>Gendermarketing: Gegen den Geschlechterblödsinn</i> Rollenbilder	2020-1
Vorschlag B:	Bernhard Schlink: <i>Der Vorleser</i> Schuld und Sühne	2020-11

Abschlussprüfungsaufgaben 2021

Vorschlag A:	Gabriele Wohmann: <i>Wachsfiguren</i> Außenseiter	2021-1
Vorschlag B 1:	Mareike Graepel: <i>Eine Kanzlerin macht noch keinen Sommer</i> Gleichberechtigung	2021-13
Vorschlag B 2:	Michael Wrase: <i>Bildung in der Corona-Krise: Macht die Schulen auf!</i> Bildungsgerechtigkeit in der Corona-Krise	2021-24

Abschlussprüfungsaufgaben 2022

Vorschlag A:	Friedrich Schiller: <i>Kabale und Liebe</i> Grenzen der Liebe	2022-1
Vorschlag B:	Christian Stöcker: <i>Bekenntnisse eines ehemaligen Zettelsüchtigen</i> Soziale Medien	2022-16

Abschlussprüfungsaufgaben 2023

Aufgaben www.stark-verlag.de/mystark

Sobald die Original-Prüfungsaufgaben 2023 freigegeben sind, können Sie sie als PDF auf der Plattform MyStark herunterladen (Zugangscode vgl. Umschlaginnenseite).

Autorinnen und Autoren

Dr. Katarzyna Glowalla	Hinweise und Tipps, Übungsaufgabe 4, Abschlussprüfungsaufgabe 2021/A, 2022/A
Hans Robert Spielmann	Übungsaufgaben 1 und 2
Arno Hufnagl	Übungsaufgabe 3
Dr. Andrea Godenschwege	Abschlussprüfungsaufgabe 2018/A, 2021/B 2, 2022/B
Christian Berg	Abschlussprüfungsaufgabe 2019/A
Erasmus Ganghofer	Abschlussprüfungsaufgabe 2020/A, 2021/B 1
Alisa Schlegel	Abschlussprüfungsaufgabe 2020/B

Vorwort

Liebe Schülerinnen und Schüler,

mit diesem Buch geben wir Ihnen eine optimale Hilfestellung zur Vorbereitung auf die **zentrale Abschlussprüfung 2024** an der **Fachoberschule** in **Hessen** im Fach **Deutsch**. Wenn Sie wissen, mit welchen Aufsatzarten Sie es in der Prüfung zu tun haben und worauf es bei der Ausarbeitung einer Lösung ankommt, können Sie mit einem sicheren Gefühl in die Prüfung gehen.

Das einführende Kapitel „**Hinweise und Tipps**“ ...

- enthält zahlreiche **Informationen zur Abschlussprüfung im Fach Deutsch**, deren Kenntnis für die gezielte Vorbereitung hilfreich und wichtig ist.
- vermittelt Ihnen alles Wissenswerte zum Ablauf der Prüfung, zu den Operatoren und Aufgabenformaten sowie zu den **Themen der Prüfungsaufgaben**.
- liefert darüber hinaus viele **praktische Tipps**, die Ihnen sowohl bei der Vorbereitung auf die Abschlussprüfung als auch während der Prüfung dazu verhelfen, die Aufgaben zu meistern.

Der anschließende Trainingsteil ...

- bietet Ihnen **Übungsaufgaben** zu Themen der zentralen Abschlussprüfung 2024.
- enthält eine zielgerichtete Auswahl der **Original-Abschlussprüfungen (2018 bis 2022** im Buch, **2023** online).
- führt Ihnen anhand von **ausformulierten Lösungen** unserer Autorinnen und Autoren vor Augen, wie ein mustergültiger Aufsatz geschrieben sein könnte.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Vorbereitung und bei Ihrer Abschlussprüfung!
Die Autorinnen und Autoren sowie der Verlag

Hinweise und Tipps zur schriftlichen zentralen Abschlussprüfung

1 Allgemeine Informationen

1.1 Prüfungsbestimmungen

Im Jahr 2024 werden Sie als Schülerin oder Schüler einer hessischen Fachoberschule die **schriftliche zentrale Abschlussprüfung (ZAP)** im Fach Deutsch absolvieren.

Als zentral bezeichnet man die Prüfung, weil sie anhand vorgegebener Prüfungsaufgaben landesweit einheitlich durchgeführt wird. Das bedeutet, der Termin sowie der Ablauf der Prüfung sind in ganz Hessen gleich. Gleich sind außerdem **die beiden Prüfungsvorschläge, die jedem Prüfling vorgelegt werden**, sowie die Erwartungshorizonte, die als Grundlage der Benotung der Prüfungsarbeiten dienen.

Die wichtigsten konkreten Prüfungsbestimmungen für das Jahr 2024 können Sie im **Prüfungserlass 2024** nachlesen. Dieser ist im Internet auf der Fachoberschule-Seite des Hessischen Kultusministeriums im Bereich „Abschlussprüfung“/„Termine, Materialien“ unter „Verordnung und Prüfungserlass“ zu finden:

<https://kultusministerium.hessen.de/Schulsystem/Schulformen-und-Bildungsgaenge/Berufliche-Schulen/Fachoberschule>

Auf dieser Internetseite können Sie außerdem die genauen **Termine aller schriftlichen Prüfungen** nachsehen.

1.2 Ablauf der Prüfung

Die Deutschprüfung ist zweiteilig. **Von 9:00 bis 9:30 Uhr** dauert die sogenannte **Einlese- und Auswahlzeit**. In dieser Zeit erhalten Sie Einsicht in beide Prüfungsvorschläge. Damit sind sowohl die Prüfungsaufgaben als auch das Prüfungsmaterial gemeint. Bis 9:30 Uhr wählen Sie einen kompletten Prüfungsvorschlag verbindlich zur Bearbeitung aus. Der andere wird von der aufsichtführenden Person am Ende der Auswahlphase eingesammelt.

Um 9:30 Uhr beginnt die **Bearbeitungszeit**. Sie dauert **240 Minuten**. Innerhalb der vier Stunden sind Sie damit beschäftigt, alle Prüfungsaufgaben des von Ihnen gewählten Prüfungsvorschlags bestmöglich zu lösen. Nach Ablauf der Bearbeitungszeit haben Sie noch **Zeit für das Zählen von Wörtern**.

1.3 Prüfungsanforderungen

Beide Prüfungsvorschläge, die Ihnen in der Prüfung zur Auswahl stehen werden, sind gleichwertig. In beiden ist ein **kompetenter Umgang mit Texten** und darüber hinaus eine **fachkundige Textproduktion** nachzuweisen. Dies entspricht den Zielen und Anforderungen des Lehrplans für das Fach Deutsch in der Fachoberschule und dem geltenden Prüfungserlass.

Die Prüfungsaufgaben werden laut der geltenden „Verordnung über die Ausbildung und Abschlussprüfung an Fachoberschulen (VOFOS)“ stets so gestellt, dass Sie in Ihrer Prüfungsarbeit unter Beweis stellen können, inwiefern Sie:

- die Anwendung fachspezifischer Arbeitstechniken und Verfahren beherrschen;
- mit Schlüsselbegriffen, Formeln und Modellen umgehen können;
- fachliche Zusammenhänge erfassen;
- fachspezifische und fachübergreifende Strukturen, Gesetzmäßigkeiten und Prinzipien kennen;
- Urteile selbstständig bilden;
- Vorgänge, Sachverhalte, Zusammenhänge und eigene Überlegungen angemessen und verständlich darstellen sowie
- die gestellten Aufgaben innerhalb der Bearbeitungszeit bewältigen können.

Die Prüfungsaufgaben beider Prüfungsvorschläge sind **nach steigender Komplexität in drei Anforderungsbereiche (AFB) eingeteilt**. Für Ihre strategischen Überlegungen ist dabei besonders wichtig, dass die **Anforderungsbereiche I und II den Schwerpunkt in der zentralen Abschlussprüfung bilden**.

1.3.1 Anforderungsbereich I: Reproduktionsleistungen

Dem AFB I sind Aufgaben zuzuordnen, die auf das **Erfassen und/oder Wiedergeben von Informationen, Sachverhalten, Handlungsaspekten sowie Textaussagen und Problemstellungen** zielen. Dabei wird das Anwenden von Vorwissen sowie von eingeübten Arbeitstechniken erwartet.

In diesem AFB sollen Sie beispielsweise den Aufbau einer *Szene beschreiben*, den Inhalt eines Gespräches zwischen der Figur A und B *wiedergeben*, die Vorgeschichte der Protagonistin A *skizzieren*, eine Szene in den Handlungszusammenhang eines Dramas *einordnen* oder den Inhalt eines Kommentars *zusammenfassen*. Dabei weisen Sie z. B. nach, dass Sie die **Pflichtlektüren** oder die **verschiedenen Sorten von Meinungstexten** kennen, Inhalte sprachlich eigenständig ausdrücken, neu strukturieren oder zielgerichtet herausstellen sowie Bezüge und Zusammenhänge erkennen und fachsprachlich formulieren können.

1.3.2 Anforderungsbereich II: Reorganisations- und Transferleistungen

Im AFB II ist das **Anwenden gelernter Inhalte und Verfahren** zentral und auch deren **Übertragung auf vergleichbare Sachverhalte**. Hier kommt es vor allem auf das Herstellen von Bezügen und Zusammenhängen, das Untersuchen, Erschließen und Auslegen des (Text-)Materials, seiner Teile oder Besonderheiten unter vorgegebenen Fragestellungen oder selbst gewählten Gesichtspunkten an.

In diesem AFB sollen Sie beispielsweise die Aussage eines Zitats *erläutern*, die Intention einer Sachtextautorin oder eines Journalisten *herausarbeiten*, die Beziehung der Figur A und B *charakterisieren*, die Argumentationsstruktur eines Meinungstextes oder das kommunikative Verhalten einer Figur *analysieren*, den Ausgang einer Szene *interpretieren* oder Texte und ihre Aussagen miteinander *vergleichen*.

Dabei zeigen Sie z. B., dass Sie **Sachverhalte, Vorgänge und Merkmale eines literarischen oder pragmatischen Textes** wie auch die **Eigenart literarischer Figuren** verdeutlichen und daraus durch Schlussfolgerungen neue Erkenntnisse gewinnen können. Außerdem wird von Ihnen erwartet, dass Sie die Erkenntnisse zusammenführen, gewichten, in Zusammenhänge bringen oder gegenüberstellen.

1.3.3 Anforderungsbereich III: Reflexion und Problemlösung

Aufgaben aus dem AFB III zielen auf eine **prüfende und wertende Betrachtung von komplexen Zusammenhängen, neuen Problemstellungen oder gewonnenen Erkenntnissen** bzw. auf eine **kreative und produktorientierte Bearbeitung der Aufgaben**.

In diesem AFB sollen Sie beispielsweise die Aktualität eines literarischen Werkes *beurteilen*, zu einer These *Stellung nehmen*, alternative Vorgehensweisen in einer Problemlage *entwickeln*, Chancen und Risiken einer Lösung *erörtern*, die Plausibilität der Handlungsweise einer Figur *diskutieren*. Diese Fähigkeiten demonstrieren Sie, indem Sie die Richtigkeit von Aussagen und Thesen hinterfragen, überzeugende Argumente formulieren, Pro- und Kontraargumente abwägen, begründete Einschätzungen oder Bewertungen sowie eigene Urteile abgeben. Dies sollen Sie ggf. auch in einer besonderen Textform umsetzen können (d. h. etwa einen Leserbrief oder einen inneren Monolog verfassen).

1.4 Operatoren und Aufgabenstellungen

Alle Prüfungsaufgaben der ZAP Deutsch enthalten festgelegte Operatoren (Arbeitsaufforderungen wie *erläutern Sie, diskutieren Sie, verfassen Sie*). Dank der Operatoren sind die jeweiligen **Arbeitsaufträge sowie die erwarteten Leistungen eindeutig formuliert**. Dies sichert die Objektivität, Gerechtigkeit und die Vergleichbarkeit der Bewertung der Prüfungsaufgaben.

Für Sie als Prüfling ist von entscheidender Bedeutung, die Operatoren und ihre Definitionen bei der Bearbeitung der Prüfungsaufgaben genau zu beachten; ihre Missachtung gefährdet das Bestehen der Prüfung. Während der Prüfung steht Ihnen daher **als**

erlaubtes Hilfsmittel die vollständige Operatorenliste für die Abschlussprüfung 2024 zur Verfügung. Diese ist tabellarisch aufgebaut. In der ersten Spalte finden Sie den Operator (wie *anwenden*, *darstellen*, *in Beziehung setzen* – alphabetisch geordnet) und in der zweiten seine Definition. Während die dritte Spalte aus Beispielen für die Verwendung der Operatoren in ausgedachten Aufgabenstellungen besteht, enthält die vierte Spalte die Angabe (römische Zahl), zu welchen der drei Anforderungsbereichen der Operator zuzuordnen ist. Die Operatoren werden während des Schuljahres im Unterricht und in den Leistungsnachweisen verwendet.

Bei manchen Operatoren – wie beispielsweise bei dem Operator *in Beziehung setzen*, bei dem „II–III“ angegeben ist – finden Sie eine **Zuordnung zu zwei Anforderungsbereichen**. Das ist auf die wechselseitige Abhängigkeit der jeweiligen Anforderungsbereiche zurückzuführen. Prüfungsaufgaben mit solchen Operatoren werden bei der Bewertung anteilig beiden der angegebenen AFB zugeordnet. Ähnliches trifft auf die Operatoren zu, denen der Hinweis „i. d. R.“ vorangestellt ist (z. B. bei *analysieren* – i. d. R II). Wichtig ist außerdem, dass **in einer Aufgabenstellung auch mehrere Operatoren** verwendet werden können. Es gilt stets, sie alle bestmöglich zu erfüllen.

Die **Operatorenliste** finden Sie online auf der bereits empfohlenen Internetseite (vgl. S. I) im Bereich „Abschlussprüfung“/„Termine, Materialien“ unter „Operatoren“. Eine **Auswahl der wichtigsten Operatoren für die ZAP Deutsch aus dieser Liste** finden Sie auf den folgenden Seiten (vgl. S. V f.).

Neben der Beachtung der Operatoren ist in der Prüfung auch die genaue Umsetzung der konkreten Aufgabenstellungen von entscheidender Bedeutung, zumal in einigen Aufgabenstellungen **besondere Schwerpunkte bei der Bearbeitung** gesetzt werden. So kann von Ihnen verlangt werden, dass Sie das Verhalten der Figur A und B z. B. in deren Rolle als Töchter vergleichen, aber dabei vor allem auf die Unterschiede eingehen sollen.

Auch geben einige Aufgabenstellungen **inhaltliche Aspekte** vor, unter denen etwa ein Textmaterial analysiert, eine Figur charakterisiert oder zwei Texte miteinander verglichen werden sollen. Diese vorgegebenen Aspekte sind genau zu beachten, d. h. **schwerpunktmäßig, vertieft und differenziert** zu bearbeiten.

Wenn Aufgabenstellungen keine inhaltlichen Aspekte nennen, kann das – je nach Operator – bedeuten, dass Sie bei der Lösung der Aufgabe das gesamte Material ausgewogen berücksichtigen sollten oder dass Sie die Aspekte selbst bestimmen, offenlegen und begründen sollten. Dies ist wesentlich herausfordernder, kommt aber eher selten vor.

Viele Aufgabenstellungen **verlangen nach einer bestimmten Textsorte oder -form für die Lösungsdarstellung**. Dies betrifft vor allem die Aufgaben aus dem AFB III, mit denen auf das Erörtern oder Gestalten abgezielt wird.

Operator	Definition	Beispiel	AFB
analysieren	Merkmale eines Textes, Sachverhalts oder Zusammenhangs kriterienorientiert bzw. aspektgeleitet erschließen und zusammenhängend verdeutlichen	<i>Analysieren Sie den vorliegenden Zeitungsartikel in Hinblick auf die Wirkung der sprachlichen Mittel.</i>	i. d. R. II
begründen	einen Sachverhalt bzw. eine Aussage durch Argumente stützen	<i>Begründen Sie die Zuordnung des Textes in die Epoche der Romantik.</i>	II
beschreiben	Aussagen, Sachverhalte, Strukturen o. Ä. in eigenen Worten strukturiert und fachsprachlich verdeutlichen	<i>Beschreiben Sie den Aufbau des Dramas.</i>	I–II
beurteilen	zu einem Sachverhalt, einer Aussage, einer Figur auf der Basis von Kriterien bzw. Wertmaßstäben eine begründete Einschätzung abgeben	<i>Beurteilen Sie die heutige Bedeutung des in der Textvorlage dargestellten Menschenbilds.</i>	III
bewerten / Stellung nehmen	wie Operator „beurteilen“, aber zusätzlich die eigenen Maßstäbe begründet darlegen	<i>Bewerten Sie Noras Handlungsweise im Schlussakt von Ibsens gleichnamigem Drama. Nehmen Sie Stellung zu dem Plädoyer des Autors für die Einführung des Pkw-Führerscheins mit 16.</i>	III
charakterisieren	Vorgänge, Sachverhalte, Personen / Figuren in ihrer jeweiligen Eigenart treffend und anschaulich kennzeichnen und ggf. unter einem bestimmten Gesichtspunkt zusammenführen	<i>Charakterisieren Sie die Figur der Clara in E.T.A. Hoffmanns „Der Sandmann“.</i>	II
darstellen	Sachverhalte o. Ä. und deren Bezüge sowie Zusammenhänge sachbezogen formulieren	<i>Stellen Sie die Argumentationsstrategie des Verfassers dar.</i>	I–II
diskutieren / sich auseinandersetzen mit	zu einer Aussage, Problemstellung oder These eine Argumentation entwickeln, die zu einer begründeten Bewertung führt	<i>Diskutieren Sie verschiedene Möglichkeiten, mit denen die [...] Integration von Flüchtlingen verbessert werden könnte.</i>	III
einordnen / zuordnen	Texte oder Sachverhalte unter Verwendung von Vorwissen begründet in einen genannten Zusammenhang stellen	<i>Ordnen Sie die vorliegende Szene in den Handlungszusammenhang des Dramas ein.</i>	I–II
entwerfen / gestalten / verfassen	Aufgabenstellungen kreativ und produktorientiert bearbeiten, z. B. auf der Grundlage eines Textes [...] eine kreative Idee in ein eigenständiges sprachlich-literarisches Produkt umsetzen	<i>Entwerfen Sie einen Leserbrief zu der These, dass Eltern für den Fernsehkonsum ihrer Kinder allein verantwortlich sind.</i>	III

Hessen Deutsch ■ Abschlussprüfung Fachoberschule 2020
Vorschlag A

ROLLENBILDER

Aufgabenstellung

- 1 Fassen Sie die wesentlichen Aussagen des vorliegenden Textes *Gender-Marketing: Gegen den Geschlechterblödsinn* von Antje Schrupp (Material) mit eigenen Worten zusammen. (35 BE)
- 2 Arbeiten Sie die Aussageabsicht der Autorin heraus. Analysieren Sie vor diesem Hintergrund die Argumentationsstruktur Schrupps (Material) und die verwendeten sprachlichen Mittel, mit denen die Aussageabsicht unterstützt wird. (40 BE)
- 3 Diskutieren Sie die Aussage der Autorin, dass „hinter dem massiven Klischeealarm in Wahrheit eine große Verunsicherung darüber steckt, was es mit der Männlichkeit und der Weiblichkeit auf sich hat“. Auf Ihr eigenes Männer- und Frauenbild sollen Sie sich dabei auch beziehen. (25 BE)

[...] Gender-Marketing [ist] Werbung, die an und für sich harmlose Produkte mithilfe von Geschlechterstereotypen vermarktet: Gurken Madl („lieblich“) und Gurken Buben („kräftig“), oder Männerchips („Flamed BBQ“) und Frauenchips („Creamy Paprika“). [...]

5 Nun sind Bratwürste, Kugelschreiber, Mineralwasser und Zahnbürsten speziell für Männer und Frauen zugegebenermaßen so lustig wie Mario Barth, nämlich überhaupt nicht, aber sind sie wirklich schlimm? Viele meinen, da könnten wir doch ironisch zwinkernd drüberstehen. Ist doch witzig gemeint! [...]

Diese Gleichgültigkeit ist unangebracht. Wer so argumentiert, überschätzt nämlich grandios die Fähigkeit des menschlichen Bewusstseins, sich gegen ständige subtile Beeinflussung abzuschotten. [...] Gender-Marketing wirkt. Zum Beispiel, indem es uns dauernd daran erinnert, dass wir ein Geschlecht haben. Menschen sind ja vielerlei, sie gehören zu allen möglichen Kategorien und Gruppierungen, sie haben Haut- und Haarfarben, Körpergrößen, Berufe, Interessen, Sprachen, Nationalitäten, Herkunftsregionen und so weiter. Aber die meisten davon haben wir nicht ständig im Kopf. Wir würden etwa nicht auf die Idee kommen, Kugelschreiber für Leute über 1,70 Meter Körpergröße und solche für Leute unter 1,70 zu bewerben. Oder unterschiedliche Buggys je nachdem, ob das Kind braune oder rote Haare hat.

Oder stellen Sie sich mal das vor: Sie stehen vor einem Regal und haben die Auswahl zwischen verschiedenen Tütensuppen, nämlich Brokkolisuppe für Menschen mit Englischkenntnissen und Erbsensuppe für Menschen ohne Englischkenntnisse. Was tun Sie? Sie überlegen unwillkürlich, ob Sie eigentlich Englisch können. Anstatt, wie es vernünftig wäre, darüber nachzudenken, ob Sie lieber Brokkoli oder lieber Erbsen mögen. Und genauso geht es einem Kind, das zwischen einem blauen Handwerkskasten für Jungen und einer rosa Puppenküche für Mädchen wählen soll: Es denkt nicht darüber nach, ob es lieber mit einem Handwerkskasten oder mit einer Puppenküche spielen möchte. Sondern darüber, ob es ein Junge oder ein Mädchen ist.

Das ist für die anstehende Entscheidung aber genauso egal wie der Umstand, ob man Englisch spricht oder nicht, für die Auswahl einer Suppe. [...] Gender-Marketing bewirkt, dass sich das Geschlecht andauernd überall hineinmischt, auch dort, wo es gar nichts verloren hat. Sicher gibt es Gelegenheiten, bei denen man gut daran tut, sich das eigene Geschlecht zu vergegenwärtigen. Zum Beispiel wenn man vorhat, Sex ohne Verhütungsmittel zu haben. Eventuell kann man davon nämlich schwanger werden oder eben nicht. [...]

35 Aber wenn man Bratwurst oder Gurken oder Kugelschreiber kaufen möchte, muss man nicht über das eigene Geschlecht nachdenken, echt nicht. Und wenn man Kindern ein Spielzeug kaufen möchte, genauso wenig. Zumal, zweitens, Gender-Marketing fast immer Stereotype zementiert. Die Männersachen sind in der Regel hart, feurig, eckig, kalorienreich und billig, die Frauensachen weich, soft, rund, kalorienarm und teuer.

40 [...]

[D]ie allermeisten Produkte verfestigen ganz offen Klischees. Besonders schlimm ist das natürlich, wenn es sich an Kinder und Jugendliche richtet. [...] Zum Beispiel getrennte Lesebücher [...] Die „Geschichten für Jungs zum Lesenlernen“ sind in Blau gehalten, das Pendant für Mädchen in Pink. Bei den Mädchen ist auf dem Cover eine Prinzessin mit Pferd und anderen Tieren zu sehen, bei den Jungen Polizist, Pirat und Raumschiff. Spätestens hier ist von Ironie und Witzigkeit keine Spur mehr übrig. [...]

Dabei wäre es sehr gut, mit Kindern über die Bedeutung von Geschlecht ins Gespräch zu kommen. Kinder haben den existenziellen Wunsch, zu verstehen, wie die Welt funktioniert. Sie greifen Anleitungen und Erklärungen von Erwachsenen begierig auf, sie schauen sich Dinge ab, und sie stellen ungeheuer viele Fragen. Sie müssen die Welt ja erst einmal kennen lernen, bevor sie sich eine eigene Meinung dazu bilden können. Und die Geschlechterdifferenz gehört zu dieser Welt, sie ist darin sogar sehr wichtig. Kinder wissen natürlich, dass es Jungen und Mädchen gibt, dass sie zu einer dieser Gruppen gehören, ebenso wie die Erwachsenen. Und sie wollen richtigerweise verstehen, was das bedeutet. Unser Job als Ältere ist, ihnen das zu erklären. Und was antworten wir? „Prinzessin und Ritter“ – ernsthaft?

An den Produkten für Kinder lässt sich vor allem ablesen, dass hinter dem massiven Klischeealarm in Wahrheit eine große Verunsicherung darüber steckt, was es mit Männlichkeit und Weiblichkeit auf sich hat. Ein bisschen so, als wäre uns das Thema inzwischen peinlich. Wir sind doch längst gleichgestellt, alles paletti. Männer und Frauen, was soll man denn da noch sagen! Ist erledigt, Feminismus Geschichte, brauchen wir nicht mehr – also fröhlich her mit dem Kinderzimmer „für echte Rennfahrer“ und „für echte Mäuschen“, mit „Prinzessinnensuppe“ und „Feuerwehrsuppe“. Voll lustig! [...]

Wir sollten das zugeben: Indem wir [...] Gender-Marketing tolerieren, zementieren wir Rollen, behindern wir Kinder in ihrer freien Entfaltung. Wir machen es ihnen schwer, zu ihren eigenen, individuellen Vorlieben und Stärken zu finden, indem wir sie schon als Babys darauf trimmen, dass sie als Mädchen dies und als Jungen das zu wollen hätten. Und dafür gibt es eigentlich nur eine logische Erklärung: dass es uns letztlich egal ist. Unsere Kinder sind uns egal. Wir legen keinen Wert darauf, dass sie ihre persönlichen Vorlieben frei und offen herausfinden. Es ist uns wichtiger, dass Firmen mit Gender-Marketing mehr Geld verdienen können, weil sie ihre Produkte doppelt verkaufen. [...]

Außerdem hat das den Vorteil, dass auch wir als Erwachsene beim Einkaufen unser Gehirn schön ausgeschaltet lassen können, das ist so bequem. Auf die wichtige Frage unserer Kinder, was Mannsein und Frausein eigentlich bedeutet, haben wir ja sowieso keine vernünftige Antwort. Weil in dieser Region unseres Gehirns alles schon unheilbar mit rosa und hellblauem Kleister verklebt ist.

geändert nach: Antje Schrupp: Gender-Marketing: Gegen den Geschlechterblödsinn, in: ZEIT online, 03. 03. 2017. <https://www.zeit.de/kultur/2017-03/gender-marketing-sexismus-negativ-preis-goldener-zaunpfahl-10nach8/komplettansicht>, (abgerufen am 16. 03. 2019)

Teilaufgabe 1: Die erste Teilaufgabe zielt darauf ab, eine **Textzusammenfassung** zu schreiben und dabei die wesentlichen Aussagen des Ausgangstextes zu erfassen. Damit Sie sich nur auf die zentralen Inhalte konzentrieren, ist es wichtig, die **übergeordneten Abschnitte des Kommentars** zu bestimmen. Stichpunktartig formulierte Überschriften, die Sie am Rand des Textes notieren können, helfen Ihnen dabei, die **Kernaussagen** des Textes herauszufiltern. Beachten Sie, dass sich Ihre Inhaltsangabe durch eine **eigene Wortwahl** auszeichnen soll. Trauen Sie sich also, Synonyme und Umschreibungen für Begriffe aus dem Ausgangstext zu finden und in Ihren Text zu integrieren. Stellen Sie Ihrer Inhaltsangabe einen **Basissatz** voran, der die wichtigsten Informationen zum Text enthält und Aufschluss über dessen Kernthema gibt.

Teilaufgabe 2: Bei der zweiten Teilaufgabe kommt es darauf an, die **Aussageabsicht der Autorin** herauszuarbeiten. Diese setzt sich aus **mehreren Teilabsichten** zusammen. Sie haben den Text bereits in Sinnabschnitte gegliedert. Diese Einteilung hilft Ihnen, die zentralen Absichten der Autorin zu erkennen. Prüfen Sie also, **welches Ziel die Autorin in einer bestimmten Texteinheit verfolgt**. Will sie über etwas informieren? Argumentiert sie, um von ihrer Meinung zu überzeugen? Appelliert sie an die Leserinnen und Leser, um Änderungen zu erreichen? Rufen Sie sich bei der Analyse des Kommentars das gängige Argumentationsschema in Erinnerung: An welcher Stelle **behauptet** die Autorin etwas? **Wie begründet** sie ihre Behauptung(-en)? Welche Beispiele zieht sie heran, um Zusammenhänge zu **veranschaulichen**? Flechten Sie in Ihre Ausführungen auch **Beobachtungen zur sprachlichen Gestaltung** des Textes ein. Denn um ihre Aussageabsicht zu stützen, macht die Autorin von verschiedenen rhetorischen Mitteln Gebrauch. Beachten Sie hierbei die **gängigen Zitierregeln**. Da **auf dieser Teilaufgabe der Schwerpunkt** liegt, sollten Sie sich ausreichend Zeit nehmen, um den Text gründlich zu analysieren.

Teilaufgabe 3: Bei der dritten Teilaufgabe sollen Sie eine **Aussage, die die Autorin in ihrem Kommentar trifft, diskutieren**. Es kommt also darauf an, das gegebene Zitat gedanklich zu durchdringen und **einleitend kurz zu erläutern**. Der Operator „diskutieren“ weist darauf hin, dass die **Aussage der Autorin kontrovers zu betrachten** ist. Legen Sie also dar, was für die Position der Autorin spricht, und zeigen Sie eine davon abweichende Sichtweise auf. Bei der Entfaltung Ihrer Argumentation können Sie sich **auf Inhalte des Ausgangstextes beziehen**, Sie können daneben aber **auch eigenes Wissen und eigene Erfahrungen** einbringen. Explizit wird in der Aufgabenstellung darauf hingewiesen, dass Sie sich auch auf **das eigene Männer- und Frauenbild** beziehen sollen. Am Schluss können Sie die wichtigsten Ergebnisse in einem kurzen **Fazit** zusammenfassen und Ihren Aufsatz in Form eines Appells, eines persönlichen Wunsches oder auch durch Verweis auf ein verwandtes Thema abrunden.

TEILAUFGABE 1

In ihrem Kommentar *Gender-Marketing: Gegen den Geschlechterblödsinn*, der am 3. März 2017 in der Wochenzeitung „Die ZEIT“ erschienen ist, warnt Antje Schrupp vor einer gleichgültigen Haltung gegenüber dieser Form der Werbung, weil damit einer **Überbetonung des Geschlechterunterschieds** sowie einer **Verfestigung weiblicher und männlicher Stereotype** einhergehe. Die Autorin betont insbesondere, dass darin eine **Gefahr für die freie und individuelle Entwicklung von Kindern** bestehe.

Zu Beginn des Textes erläutert die Autorin anhand von Beispielen, was man unter Gender-Marketing versteht, nämlich die **Vermarktung von Produkten unter Rückgriff auf Geschlechterstereotype**. Dass es sich dabei nicht um eine harmlose, zu belächelnde Werbemaßnahme handelt, stellt Schrupp im Folgenden heraus. Erstens führe Gender-Marketing dazu, dass sich Kundinnen und Kunden, auch wenn sie es gar nicht merken, auf das Geschlecht als zentrale Kategorie zur Unterscheidung von Menschen beziehen, obwohl es zahlreiche weitere Unterscheidungsmerkmale gäbe. Bereits im Kindesalter führe das zu einer **Fokussierung auf das eigene Geschlecht**. Nur bei wenigen Gelegenheiten, so das Zugeständnis der Autorin, spiele der Unterschied zwischen Mann und Frau tatsächlich eine Rolle.

Zweitens führe Werbung, die auf geschlechterabhängigen Rollenbildern basiere, zu einer **Verfestigung männlicher und weiblicher Stereotype**. Dies kann der Autorin zufolge die Entwicklung von Kindern und Jugendlichen negativ beeinflussen. Denn auf wichtige Fragen, die das eigene Geschlecht betreffen und zur Identitätsentwicklung gehören, könnten Erwachsene häufig keine zufriedenstellenden Antworten geben. Schrupp führt diese Tatsache darauf zurück, dass aufseiten der Erziehungsberechtigten **große Unsicherheit** in der Frage bestehe, was allgemein unter Männlichkeit und Weiblichkeit zu verstehen ist.

Am Ende des Kommentars wirft die Autorin der Gesellschaft vor, die negativen Folgen des Gender-Marketings in Kauf zu nehmen, weil letztlich **Profitinteressen von Konzernen über dem Kindeswohl** stünden. Diese gleichgültige Haltung sei auch auf die **Bequemlichkeit vieler Erwachsener** zurückzuführen.

Einleitung:
Basissatz

Themen des Textes

Zusammenfassung:

Definition von Gender-Marketing

Folge:
Überbetonung der Kategorie „Geschlecht“

weitere Folge:
Zementierung von Stereotypen

Verunsicherung der Eltern

Gewinnstreben der Firmen



© **STARK Verlag**

www.stark-verlag.de
info@stark-verlag.de

Der Datenbestand der STARK Verlag GmbH ist urheberrechtlich international geschützt. Kein Teil dieser Daten darf ohne Zustimmung des Rechteinhabers in irgendeiner Form verwertet werden.

STARK