

Probeunterricht 2014 an Wirtschaftsschulen in Bayern

Deutsch – 6. Jahrgangsstufe

– Nachtermin –

Name: **Vorname:**

	Aufsatz	Arbeit am Text	
		Textverständnis	Sprachbetrachtung
Datum
Erstkorrektur:	Note: _____	Punkte: _____	Punkte: _____
		Note: _____	Note: _____
Zweitkorrektur:	Note: _____	Punkte: _____	Punkte: _____
		Note: _____	Note: _____
GESAMT – NOTE (Prüfungsteile)			
GESAMT – NOTE			
Unterschrift 1. Korrektor			
Unterschrift 2. Korrektor			

Probeunterricht 2014 an Wirtschaftsschulen in Bayern
Deutsch – 6. Jahrgangsstufe – Nachtermin
– Aufsatz –

Arbeitszeit: 45 Minuten

Wähle eines der beiden folgenden Themen!

Thema 1: Erzählung

Formuliere zu den folgenden Reizwörtern eine spannende Erlebniserzählung in der Ich-Form und finde eine passende Überschrift!

Waldausflug – Rehkitz – Fluss

Thema 2: Bericht

Am 17. Juli fand in der Sportstunde der Klasse 6B ein Unfall statt. Du hast den Unfall beobachtet und wirst Zeuge des folgenden Gesprächs:

- Michael: „Der arme Jonas! Er hat sich wirklich sehr dumm angestellt! In den Sommerferien wird er nicht viel unternehmen können! Dabei wollten wir jeden Tag ins Schwimmbad fahren!“
- Anne: „Sein Fuß sah schlimm aus! Er war ganz geschwollen und blau angelaufen! Zum Glück hat der Fuß nicht geblutet!“
- Jürgen: „Er ist einfach in mich hinein gelaufen, weil er dem Ball ausweichen wollte. Und ich war in die Hocke gegangen, um mir die Schnürsenkel zuzubinden. Na ja, er hat mich wohl übersehen. Dabei sollte ein Völkerball-Spiel ganz harmlos sein!“
- Anne: „Immerhin bist du nicht verletzt worden, Jürgen!“
- Frau Meier: „So schlimm ist es nicht, Kinder! Jonas Müllers Knöchel ist zwar verstaucht, jedoch ist nichts gebrochen. Und wir haben ganz schnell reagiert. Ihr habt sofort einen Eisbeutel aus dem Sekretariat geholt; das habt ihr gut gemacht!“

Schreibe zu dem Unfall in der Sportstunde einen Bericht für das Direktorat und finde eine passende Überschrift!

Probeunterricht 2014 an Wirtschaftsschulen in Bayern

Deutsch - Jahrgangsstufe 6 – Nachtermin

- Textvorlage -

Die unreine Wahrheit

Die Duschgels sind grasgrün oder knallpink und heißen „Kicker Team“ oder „Pink Kiss“. Sie bringen Energie, Spaß und gute Laune – behauptet jedenfalls die Werbung. Sie sind eigens für junge Leute gemacht. Die Hersteller von Kosmetik haben Kinder als Zielgruppe entdeckt. In den Drogerien sind die Regale voll mit Cremes für Kinder, Deo-Sprays, Glitzer-Lipgloss und Haargel. Taugt das Zeug eigentlich was? **(Absatz 1)**

10 Kosmetik war ursprünglich für Erwachsene gedacht. Klar: Die kriegen Falten und trockene Haut und brauchen deswegen mehr Pflegecremes. Aber auch Kinder benutzen Körperpflegeartikel. Und die Sachen ihrer Eltern möchten sie nicht mitbenutzen - denn sie wollen eigene haben. **(Absatz 2)**

15 Eine Studie hat ergeben, dass schon die Kleineren ab sechs Jahren ihre eigenen Produkte besitzen. Fast alle Kinder verwenden Shampoo und Duschgel, viele wollen aber mehr: Sieben von zehn Kindern unter 14 Jahren benutzen ein Deodorant oder Parfum, genauso viele eine Gesichtscreme und sechs von zehn Haargel oder –spray. Welche Sachen im Badregal landen, suchen sie sich in der Regel selbst aus. Das wissen auch die Kosmetikhersteller. Außerdem wissen sie auch, dass Kinder richtig viel Taschengeld haben: Alle zusammen bekommen mittlerweile fast 1,9 Milliarden Euro im Jahr, so viel wie nie zuvor. Rechnet man die Geldgeschenke, etwas zum Geburtstag oder Zeugnis, hinzu, sind es sogar 2,9 Milliarden Euro. Von diesem Geld müssen die Kinder keine Miete oder Strom zahlen. Sie können es
25 einfach verpulvern. **(Absatz 3)**

Den älteren Kindern ab zehn Jahren haben Werbeleute sogar einen eigenen Namen gegeben: „Tweens“. Das ist die Kurzform des englischen Worts „between“ und bedeutet „dazwischen“ – Jungen und Mädchen zwischen Kindheit und Teenageralter. Also sind sie zu alt, um mit Puppen-Schminkkoffern zu spielen, aber alt genug, um gern Werbung anzugucken, sich fürs Aussehen zu interessieren und Geld auszugeben. **(Absatz 4)**

Deshalb gibt es mittlerweile eine Menge Extra-Produkte, die sich von denen für Erwachsene unterscheiden. Viele haben ein Motto, beispielsweise Fußball, sind prinzeßinnenpink oder werben mit Figuren aus Comics oder Filmen wie „Die wilden Kerle“ oder „Twilight“. Kinder sollen wiedererkennen, was sie aus dem Kino oder dem Alltag mögen. Die Produkte sind dabei so billig, dass Mädchen und Jungs sie sich gut von ihrem Taschengeld kaufen können. **(Absatz 5)**

Die Werbung für solche Dinge zeigt häufig etwas ältere Teenager – die Firmen wollen nicht den Eindruck erwecken, sie würden jüngeren Kindern das Geld aus der Tasche ziehen. Aber Kinder finden es natürlich reizvoll, etwas zu kaufen, das eigentlich für die ein wenig Älteren ist. Die Firmen wollen, dass die Kinder so früh wie möglich ihre Produkte kennenlernen. Wer sich früh an eine Marke gewöhnt, kauft sie auch als Erwachsener. **(Absatz 6)**

Aber welche Wirkung haben die vielen Kosmetikartikel eigentlich? „Kinderhaut braucht keine Kosmetik“, sagt die Kinder-Hautärztin Barbara Kunz. „Außer Sonnencreme sind die meisten Produkte überflüssig. Im Gegenteil: Manche schaden sogar der Haut.“ Denn je früher künstliche Stoffe aus Kosmetik und die Haut kommen, desto wahrscheinlicher bekommt man später Allergien. Ein Erdbeer-Duschgel riecht nicht deshalb so intensiv, weil Erdbeeren verwendet wurden, denn der Geruch kommt von künstlichen Duftstoffen. „Wenn es stark riecht, sollte man lieber die Finger davon lassen. Diese Duschgels trocknen die Haut aus“, rät Hautärztin Kunz. „Es reicht vollkommen, sich einfach mit Wasser zu waschen.“ **(Absatz 7)**

Wenn aber so viele Produkte unnütz sind: Warum kaufen wir dann trotzdem so gern Kosmetik? Die Hersteller versprechen, dass ihre Creme einen Pickel in vier Stunden verschwinden lässt, Jungs mit ihrem Deo besser bei Mädchen ankommen, das Duschbad Glücksgefühle verschafft und die Schminke makellose Haut macht. Das Problem dabei: Das meiste davon ist ziemlicher Blödsinn. Daher wollen Politiker der Europäischen Union jetzt auch den Kosmetikherstellern verbieten, in der Werbung falsche Versprechungen zu machen. **(Absatz 8)**

65

Außerdem sollen sie keine Werbefotos mehr zeigen dürfen, bei denen die Haut nur deswegen perfekt aussieht, weil das Foto am Computer stark nachbearbeitet wurde. „Eine perfekte Haut, wie sie uns in der Werbung gezeigt wird, gibt es gar nicht“, sagt Hautärztin Kunz. „Jeder hat kleine Makel. Das ist ganz normal.“ **(Absatz 9)**

70

*Quelle: Antonia Bauer: Die unreine Wahrheit. In: Dein SPIEGEL Nr. 8/2013.
(bearbeitet)*

Probeunterricht 2014 an Wirtschaftsschulen in Bayern
Deutsch – Jahrgangsstufe 6 – Nachtermin
- Arbeit am Text -

Name:

Vorname:

Einlesezeit: 10 Minuten

Arbeitszeit: 30 Minuten

Lies den Text aufmerksam durch!

Antworte immer in ganzen Sätzen (ausgenommen Aufgabe 9)!

Schreibe immer in eigenen Worten!

zu erreichende Punkte
Inhalt/Sprache

1. Welches Lebensgefühl vermitteln laut Aussage der Werbung die Kosmetikartikel den Kindern?

__2/__1

2. Aus welchen Gründen sind Kosmetikprodukte auch für erwachsene Menschen nützlich?

__2/__1

3. Warum sind Kinder für die Kosmetikindustrie so wichtig? Nenne zwei konkrete Beispiele! __3/__2

4. Erkläre den Begriff „Tweens“! __2/__1

5. Wie werden die Kosmetikprodukte für diese Altersgruppe attraktiv gemacht? Nenne drei Methoden! __3/__2

6. Nenne zwei Gründe, warum ältere Teenager in der Werbung für Kosmetikprodukte gezeigt werden? __2/__1

7. Welche Wirkung können schädigende Kosmetikartikel für die Kinderhaut haben? __2/__1

8. Was verspricht die Werbung den Kindern, wenn sie Kosmetikprodukte kaufen? Führe drei Beispiele an! __3/__2

9. Überprüfe die folgenden Aussagen anhand des Textes und kreuze die treffenden Antworten an! __5

a) Kinder waren schon immer eine Zielgruppe der Hersteller für Kosmetik.
 trifft zu trifft nicht zu nicht im Text enthalten

b) Fast alle Kinder verwenden Kosmetikartikel.
 trifft zu trifft nicht zu nicht im Text enthalten

c) Elfjährige Mädchen spielen immer noch gern mit Puppen-Schminkkoffern.
 trifft zu trifft nicht zu nicht im Text enthalten

d) Die Politiker der EU wollen Werbung verbieten, die den Kindern Unwahrheiten vermittelt.
 trifft zu trifft nicht zu nicht im Text enthalten

e) In den Werbefotos sieht die Haut natürlich aus.
 trifft zu trifft nicht zu nicht im Text enthalten

(35 Punkte)

Probeunterricht 2014 an Wirtschaftsschulen in Bayern
Deutsch – 6. Jahrgangsstufe – Nachtermin
– Sprachbetrachtung –

Name: Vorname:

Einlesezeit: 5 Minuten

Arbeitszeit: 30 Minuten

zu erreichende Punkte

1. Bestimme im folgenden Satz die Wortarten der unterstrichenen Wörter möglichst genau und verwende ausschließlich Fachbegriffe! ___/5

Die Hersteller von Kosmetik entdecken Kinder als neue Zielgruppe.

Die _____
von _____
Kosmetik _____
entdecken _____
neue _____

2. Benenne die unterstrichenen Satzglieder so genau wie möglich! ___/5

Die Werbung für solche Produkte zeigt häufig etwas ältere Teenager, da die Firmen nicht den Eindruck erwecken wollen, sie würden jüngeren Kindern das Geld aus der Tasche ziehen.

Die Werbung _____
zeigt _____
häufig _____
etwas ältere Teenager _____
aus der Tasche _____

3. Setze folgende Sätze in die angegebene Zeitstufe! _____/5

a) Diese Duschgels trocknen die Haut aus.

Perfekt: _____

b) Die Kleineren ab sechs Jahren besitzen schon eigene Produkte.

Präteritum: _____

c) Das wissen auch die Kosmetikhersteller.

Plusquamperfekt: _____

d) Kosmetik war für Erwachsene gedacht.

Präsens: _____

e) Die Politiker verbieten den Kosmetikherstellern eine solche Werbung.

Futur I: _____

4. Bilde aus den angegebenen und durcheinander geratenen Wörtern sinnvolle Sätze in der vorgegebenen Satzart! Achte bei der Lösung auf die Satzzeichen! _____/5

a) **Aussagesatz:**

kaufen – die – in der Regel – Kinder – Kosmetikprodukte – selbst

b) **Aufforderungssatz:**

von – Duftstoffen – lass – künstlichen – Finger – lieber – die

c) **Fragesatz:**

aus – Comics – werben – Firmen – die – mit – Figuren

d) **Aussagesatz:**

Produkte – überflüssig – außer – sind – meisten – die – Sonnencreme

e) **Fragesatz:**

wir – kaufen – trotzdem – warum – Kosmetik – so gern – dann

5. Ergänze in den Lücken die fehlenden Wortendungen!

___/5

Die Werbung für solch___ Ding___ zeigt häufig die etwas älter___ Teenager. Die Firmen woll___ nicht den Eindruck erwecken, sie würden jünger___ Kinder___ das Geld aus der Tasche ziehen. Die Hersteller versprech___, dass ihr___ Creme ein___ Pickel in vier Stund___ verschwinden lässt.

6. Bilde Substantive (Nomen).

Nicht erlaubt sind bei Verben Nominalisierungen wie „schätzen“ – „das Schätzen“! ___/5

- a) gewöhnt _____
- b) überflüssig _____
- c) gekauft _____
- d) stark _____
- e) verbieten _____

7. Streiche in den folgenden Wortreihen das unpassende Wort durch! ___/5

- a) Film – Zeitung – Comic – Buch – Zeitschrift
- b) Zahnpasta – Creme – Produkt – Deo – Duschgel
- c) kennenlernen – erforschen – bekannt werden – schreiben – entdecken
- d) grasgrün – knallpink – kleinkariert – dottergelb – himmelblau
- e) Makel – Defekt – Schaden – Fehler – Verlust

8. Finde jeweils ein passendes Synonym (Wort mit ähnlicher Bedeutung)! ___/5

Beispiel: riechen – duften

- a) perfekt _____
- b) billig _____
- c) ursprünglich _____
- d) intensiv _____
- e) Blödsinn _____

9. Nenne das Gegenteil!

___/5

Nicht erlaubt ist die Verneinung des vorgegebenen Wortes mit „un-“, „kein“ oder „nicht“.

- a) überflüssig _____
- b) Tatkraft _____
- c) verschwinden _____
- d) ausgeben _____
- e) verbieten _____

10. Verbinde die beiden Hauptsätze mit einer der angegebenen Konjunktionen!

Alle Konjunktionen sind zu verwenden. Es muss ein sinnvoller Satz entstehen.

___/5

weil – wenn – damit – sodass- aber

Beispiel:

Kinder suchen sich viele Produkte selbst aus. Das wissen auch die Kosmetikerhersteller.

⇒ Auch die Kosmetikerhersteller wissen, dass Kinder sich viele Produkte selbst aussuchen.

- a) Manche Produkte bringen Energie und gute Laune. Sie schaden häufig auch der Haut.

- b) Jugendliche verwenden besagte Gesichtscremes. Pickel verschwinden angeblich bereits nach vier Stunden.

c) Die Produkte sind billig. Viele Kinder können sich Kosmetikprodukte leisten.

d) Die Firmen werben mit Jugendlichen. Die Kinder sollen so früh wie möglich ihre Produkte kennenlernen.

e) Auf vielen Fotos sieht die Haut perfekt aus. Sie wurde am Computer stark nachbearbeitet.
