

---

# Leistungsziele Deutsch (Muttersprache)

basierend auf den Ergebnissen der Tagung vom 11.12.2002

1. Semester	40 Lektionen
2. Semester	40 Lektionen
3. Semester	40 Lektionen
4. Semester	40 Lektionen
5. Semester	40 Lektionen
6. Semester	40 <u>Lektionen</u>
Total:	240 <u>Lektionen</u>

Lehrmittel: Konzett / Merki ,Sprachsicher -selbstsicher, Band 1 und 2

**1. Semester**

Stoffplan	Lehrmittel		Lekt. (ca.)	Leistungsziel	MK	SK
	Kap.	Seite				
Lesetechnik / Leseverständnis Texte lesen, verstehen, zusammenfassen	Band 1 Zum Nachschla- gen	S.77	4	<p>4.2.1.1 Kaufleute wenden bei Texten aus dem beruflichen, gesellschaftlichen, politischen und kulturellen Bereich eine geeignete Lesetechnik an, um wichtige Aussagen zu erfassen. K2</p> <p>4.2.1.2 Kaufleute können einen Text kompetent zusammenfassen. Dabei geben sie nicht nur den Inhalt sachlich korrekt wieder, sondern zeigen auch die Argumentationsweise oder die Textintention nachvollziehbar auf. K3</p> <p>B 4.4.2.1 Kaufleute verstehen und notieren wichtige Aussagen aus Gesprächen, Vorträgen usw. zu Themen aus dem eigenen beruflichen und dem gesellschaftlichen Bereich. K2</p>	2.2	1.6
Grundlagen der Kommunikation I (Kommunikationsprozesse in Gesprächen und Texten)	Band 1, Themen und Texte	S.36 / 37	4	<p>4.1.1.1 Kaufleute erläutern einer dritten Person mit eigenen Worten ein einfaches Kommunikationsmodell (Sender, Empfänger, Kanal, Botschaft, Entschlüsselung, Rückmeldung) und illustrieren es anhand eines selbst gewählten Beispiels.K2</p>	2.1	1.6 1.9

<p>Rede- und Präsentationstechnik I z.B. Kurzvorträge</p>	<p>Band 1 Zum Nachschla- gen</p>	<p>S.78 S.79</p>	<p>8</p>	<p>4.5.1.1 In Gesprächen, Diskussionen und Referaten zu vertrauten Themen halten Kaufleute offensichtliche Tatsachen, Meinungen und Gefühle auseinander. K2 4.5.2.1 Kaufleute verwenden wirkungsvolle Mittel, die zum Erfolg von Referaten und Präsentationen oder Diskussionen und Gesprächen beitragen. K3 B 4.5.3.1 Kaufleute sind fähig, einzeln oder in Gruppen einen Auftritt vor anderen vorzubereiten, den Medieneinsatz zu planen und mit Hilfe von Stichworten die Rede frei zu halten. K3 4.5.3.2 Kaufleute legen einen verwendbaren Raster an mit mehreren Gesichtspunkten zur Beurteilung von eigenen und fremden Präsentationen. K5</p>	<p>2.2     2.5    2.6</p>	<p>1.1     1.4    1.8</p>
<p>Textsorten: Bericht Erzählungen</p>	<p>Band 1 Zum Nach- schlagen</p>	<p>S.71 S.72</p>	<p>8</p>	<p>4.1.2.1 In der mündlichen und schriftlichen Kommunikation formulieren Kaufleute ihre Aussagen grammatisch korrekt. K3 4.1.3.1 In ausgeprägten Beispielen unterscheiden Kaufleute zwischen Standardwortschatz, umgangssprachlichen und gehobenen Ausdrucksweisen. Sie verwenden in geschäftlichen Berichten, Werbeschreiben und anderen gängigen Textsorten einen zweckmässigen und adressatengerechten Wortschatz. K3</p>	<p>2.1    2.4</p>	<p>1.6    1.13 1.16</p>

<p>Satzstrukturen Methoden der Satzanalyse Der einfache Satz Der zusammengesetzte Satz Satzfragmente</p>	<p>Band 1, Praktische Grammatik</p>	<p>S.87 -102</p>	<p>8</p>	<p>4.1.2.1 In der mündlichen und schriftlichen Kommunikation formulieren Kaufleute ihre Aussagen grammatisch korrekt K3</p>	<p>2.11  2.5 2.7</p>	<p>1.1 1.6 1.13</p>
<p>Zeichensetzung Zeichen am Satzende Zeichen im Satzinnern Zeichen in Teilsätzen</p>	<p>Band 1, Praktische Grammatik</p>	<p>S.103 -107</p>	<p>8</p>	<p>4.1.2.3 Kaufleute wenden die Rechtschreibregeln korrekt an. K3</p>	<p>2.1</p>	<p>2.8</p>

2. Semester

Grundlagen der Kommunikation II (kommunikationshemmende und -fördernde Aspekte)	Zum Nachschla- gen	Band 2 S.85	4	4.1.1.1 Kaufleute erläutern einer dritten Person mit eigenen Worten ein einfaches Kommunikationsmodell (Sender, Empfänger, Kanal, Botschaft, Entschlüsselung, Rückmeldung) und illustrieren es anhand eines selbst gewählten Beispiels. K2	1.1	2.1
				4.1.1.2 Kaufleute analysieren einen Dialog (live, aufgezeichnet oder schriftlich festgehalten) und zeigen darin kommunikationsfördernde bzw. kommunikationshemmende Aspekte auf. K4	1.6	2.5
				4.1.1.3 Am Beispiel eines offensichtlich misslungenen Gesprächs unterbreiten und begründen Kaufleute den Gesprächspartnern zwei bis drei Verbesserungsvorschläge. K6	1.11	2.11
				4.4.1.1 Kaufleute erkennen rhetorische Mittel (Sprachebene, Stilmittel, Sprechweise) und Körpersprache (Mimik, Gestik, Körperhaltung) als Teil des Kommunikationsaktes und zeigen deren Wirkung auf. K4	1.14	

Rede- und Präsentationstechnik II, z.B. Kurzvorträge			6	4.5.1.1 In Gesprächen, Diskussionen und Referaten zu vertrauten Themen halten Kaufleute offensichtliche Tatsachen, Meinungen und Gefühle auseinander. K2	1.1	2.2
				4.5.2.1 Kaufleute verwenden wirkungsvolle Mittel, die zum Erfolg von Referaten und Präsentationen oder Diskussionen und Gesprächen beitragen. K3	1.4	2.5
				B 4.5.3.1 Kaufleute sind fähig, einzeln oder in Gruppen einen Auftritt vor anderen vorzubereiten, den Medieneinsatz zu planen und mit Hilfe von Stichworten die Rede frei zu halten. K3	1.8	2.6
				4.5.3.2 Kaufleute legen einen verwendbaren Raster an mit mehreren Gesichtspunkten zur Beurteilung von eigenen und fremden Präsentationen. K5		

Auseinandersetzung mit literarischen Werken und Sachtexten	Themen und Texte	Band 1 S.9 -68	10	<p>4.1.3.2 Im Vergleich zweier Texte benennen und beschreiben Kaufleute Unterschiede im Bereich von Wortschatz und Satzbau. Diese sind für eine Fachperson nachvollziehbar. K2</p> <p>4.2.1.3 Kaufleute unterscheiden verschiedene Textsorten in den journalistischen, geschäftlichen und literarischen Bereichen nach Inhalt, Aufbau und Sprache. K2</p> <p>4.2.2.1 Kaufleute erkennen die Aussage von Texten und vergleichen dabei die eigene mit der fremden Weltansicht. Damit vertiefen sie ihr Verständnis für ihre Kultur und die Kulturen anderer. K5</p> <p>4.2.2.2 Kaufleute zeigen stilistische Besonderheiten eines Textes auf. Sie formulieren ihre Überlegungen über die Absichten und Wirkungen der eingesetzten Stilmittel für Fachleute nachvollziehbar. K4</p> <p>4.5.2.3 Kaufleute beurteilen Diskussionsbeiträge sachlich und unvoreingenommen. Dazu benutzen sie eine selbständig erstellte Liste mit mehreren Gesichtspunkten. K6</p>	<p>1.6 1.13</p> <p>1.13</p> <p>1.11 1.12 1.16</p> <p>1.6 1.12 1.13</p> <p>1.6 1.12 1.15 1.16</p>	<p>2.1</p> <p>2.1 2.5</p> <p>2.1 2.5</p> <p>2.1 2.3 2.11</p> <p>2.1 2.3</p>
Textsorten: Zusammenfassung Beschreibung	Zum Nachschlagen	Band 1 S.82	4	<p>4.1.2.1 In der mündlichen und schriftlichen Kommunikation formulieren Kaufleute ihre Aussagen grammatisch korrekt. K3</p> <p>4.1.3.1 In ausgeprägten Beispielen unterscheiden Kaufleute zwischen Standardwortschatz, umgangssprachlichen und gehobenen Ausdrucksweisen. Sie verwenden in geschäftlichen Berichten, Werbeschreiben und anderen gängigen Textsorten einen zweckmässigen und adressatengerechten Wortschatz. K3</p>	<p>1.1 1.6 1.13</p> <p>1.1 1.5 1.13</p>	<p>2.11</p> <p>2.1 2.11</p>

Wortarten Gross-und Kleinschreibung, Nomen und Verb	Praktische Grammatik	Band 1, S.124-136	8	4.1.2.3 Kaufleute wenden die Rechtschreibregeln korrekt an. K3	2.11	1.6 1.8 1.13
Komma zwischen Teilsätzen	Praktische Grammatik	Band 1, S.108 -123	8	4.1.2.3 Kaufleute wenden die Rechtschreibregeln korrekt an. K3	2.11 1	1.6 1.8 1.13

3. Semester	Kap.	Seite	•	•		
Fächerübergreifende Ausbildungseinheit: Projektarbeit: Medienvergleich Wahlweise Literarischer Text – Verfilmung Zeitungsreportage – Filmreportage Sachthema (Jugend / Gesellschaft) Darstellung des Themas im Spielfilm			12	4.2.2.1 Kaufleute erkennen die Aussage von Texten und vergleichen dabei die eigene mit der fremden Weltsicht. Damit vertiefen sie ihr Verständnis für ihre Kultur und die Kulturen anderer. K5	2.1	1.1
				4.6.1.1 Kaufleute entwickeln eigene Gesichtspunkte, die ihnen ermöglichen, die gleiche Nachricht in verschiedenen Medien (Printmedien, TV, Radio, Internetdienste) zu vergleichen. Sie zeigen medienpezifische Eigenheiten plausibel auf. K5	2.5	1.4
				4.6.2.1 Kaufleute beurteilen kritisch den Sachgehalt und Informationswert von Medienerzeugnissen, die mit ihrer Berufswelt oder mit dem allgemeinen gesellschaftlichen Leben zu tun haben. K6	2.6	1.6 1.8 1.12 1.16

3. Semester	Kap.	Seite						
Auseinandersetzung mit literarischen Werken und Sachtexten	Themen und Texte	Band 1 S.9 - 68	10	4.1.3.2	2.1	1.6		
				Im Vergleich zweier Texte benennen und beschreiben Kaufleute Unterschiede im Bereich von Wortschatz und Satzbau. Diese sind für eine Fachperson nachvollziehbar.				
				4.2.1.3			2.5	1.13
				Kaufleute unterscheiden verschiedene Textsorten in den journalistischen, geschäftlichen und literarischen Bereichen nach Inhalt, Aufbau und Sprache. K2				
				4.2.2.1			2.2	1.9
				Kaufleute erkennen die Aussage von Texten und vergleichen dabei die eigene mit der fremden Weltsicht. Damit vertiefen sie ihr Verständnis für ihre Kultur und die Kulturen anderer. K5				
4.2.2.2	2.11	1.12						
Kaufleute zeigen stilistische Besonderheiten eines Textes auf. Sie formulieren ihre Überlegungen über die Absichten und Wirkungen der eingesetzten Stilmittel für Fachleute nachvollziehbar. K4								
4.5.2.3								
Kaufleute beurteilen Diskussionsbeiträge sachlich und unvoreingenommen. Dazu benutzen sie eine selbständig erstellte Liste mit mehreren Gesichtspunkten. K6								

3. Semester	Kap.	Seite				
Textsorten: Schilderung, Protokoll	Zum Nachschlagen	Band 1 S.78	4	4.1.2.1 In der mündlichen und schriftlichen Kommunikation formulieren Kaufleute ihre Aussagen grammatisch korrekt. K3	2.1	1.6
				4.1.3.1 In ausgeprägten Beispielen unterscheiden Kaufleute zwischen Standardwortschatz, umgangssprachlichen und gehobenen Ausdrucksweisen. Sie verwenden in geschäftlichen Berichten, Werbeschreiben und anderen gängigen Textsorten einen zweckmässigen und adressatengerechten Wortschatz. K3	2.2 2.6	1.13
Gross- und Kleinschreibung Adjektive, Pronomen, Partikeln  Grundlegende Rechtschreiberegeln Einsatz geeigneter Hilfsmittel Wortbildung und Worttrennung Zusammen-und Getrenntschreiben	Praktische Grammatik	Band 1 S.136-160	14	4.1.2.3 Kaufleute wenden die Rechtschreibregeln korrekt an.	2.1 2.5 2.7	1.8
4.1.2.4 Bei orthographischen und grammatischen Problemfällen greifen Kaufleute auf geeignete Hilfsmittel zurück und entnehmen diesen die notwendigen Informationen. K3 K3						

4. Semester	Kap.	Seite	•	•		
Unterscheidung verschiedener Textsorten (Inhalt und Form von Bericht, Interview, Leserbrief, Kommentar und Kolumne) Medienkunde Berichterstattung in den Medien	Zum Nachschlagen	Band 2 S.77 -92	10	4.1.3.2 Im Vergleich zweier Texte benennen und beschreiben Kaufleute Unterschiede im Bereich von Wortschatz und Satzbau. Diese sind für eine Fachperson nachvollziehbar.	2.1	1.6
				4.2.1.3 Kaufleute unterscheiden verschiedene Textsorten in den journalistischen, geschäftlichen und literarischen Bereichen nach Inhalt, Aufbau und Sprache. K2	2.5	1.9
				4.2.2.1 Kaufleute erkennen die Aussage von Texten und vergleichen dabei die eigene mit der fremden Weltansicht. Damit vertiefen sie ihr Verständnis für ihre Kultur und die Kulturen anderer. K5		
				4.2.2.2 Kaufleute zeigen stilistische Besonderheiten eines Textes auf. Sie formulieren ihre Überlegungen über die Absichten und Wirkungen der eingesetzten Stilmittel für Fachleute nachvollziehbar. K4	2.2.	1.12
				4.5.1.1 In Gesprächen, Diskussionen und Referaten zu vertrauten Themen halten Kaufleute offensichtliche Tatsachen, Meinungen und Gefühle auseinander. K2		
				4.6.1.1 Kaufleute entwickeln eigene Gesichtspunkte, die ihnen ermöglichen, die gleiche Nachricht in verschiedenen Medien (Printmedien, TV, Radio, Internetdienste) zu vergleichen. Sie zeigen medienspezifische Eigenheiten plausibel auf. K5		

4. Semester	Kap.	Seite	•	•			
Auseinandersetzung mit literarischen Werken und Sachtexten	Textteil	Band 2 S.10 - 74	10	4.1.3.2	Im Vergleich zweier Texte benennen und beschreiben Kaufleute Unterschiede im Bereich von Wortschatz und Satzbau. Diese sind für eine Fachperson nachvollziehbar.	2.1	1.6
				4.2.1.3		2.5	1.13
				4.2.2.1		2.2	1.9
				4.2.2.2		2.11	
				4.5.2.3			1.12

4. Semester	Kap.	Seite	•	•		
Grammatik und Stilistik des Verbs (Zeitformen, Umformung Aktiv / Passiv, direkte Rede / indirekte Rede, Ausdruck	Praktische Grammatik	Band 2 S.95 -122	20	4.1.2.1 In der mündlichen und schriftlichen Kommunikation formulieren Kaufleute ihre Aussagen grammatisch korrekt. K3	2.11	1.1 1.6 1.13

**5. Semester**

Stoffplan	Lehrmittel		Lekt. (ca.)	Leistungsziel	MK	SK
	Kap.	Seite				
Kunst und Kultur Verschiedene künstlerische Ausdrucksmittel und Darstellungsformen in der Literatur (Satire, Grotoske u.a.), in der Malerei, Fotografie (Karikatur, Comics ...) Buch-, Film-, Konzertkritiken			8	<b>4.4.3.1</b> Kaufleute erfassen markante Bildinhalte und -aussagen (in der Werbung, in Grafiken usw.) in ihrem Kern. Ihre mündlichen oder schriftlichen Beschreibungen und Stellungnahmen sind verständlich und nachvollziehbar.	2.1 2.5 2.11	1.6 1.12 1.13

Stoffplan	Lehrmittel		Lekt. (ca.)	Leistungsziel	MK	SK
	Kap.	Seite				
<b>6. Semester</b>						
Auseinandersetzung mit literarischen und sachlichen Texten	Themen und Texte	Band 2 S.10 -74	10	<p><b>4.1.3.2</b> Im Vergleich zweier Texte benennen und beschreiben Kaufleute Unterschiede im Bereich von Wortschatz und Satzbau. Diese sind für eine Fachperson nachvollziehbar. K2</p> <p><b>4.2.2.1</b> Kaufleute erkennen die Aussage von Texten und vergleichen dabei die eigene mit der fremden Weltsicht. Damit vertiefen sie ihr Verständnis für ihre Kultur und die Kulturen anderer. K5</p> <p><b>4.2.1.3</b> Kaufleute unterscheiden verschiedene Textsorten in den journalistischen, geschäftlichen und literarischen Bereichen nach Inhalt, Aufbau und Sprache. K2</p> <p><b>4.5.2.3</b> Kaufleute beurteilen Diskussionsbeiträge sachlich und unvoreingenommen. Dazu benutzen sie eine selbständig erstellte Liste mit mehreren Gesichtspunkten. K6</p>	<p>2.1</p> <p>2.2</p> <p>2.3</p> <p>2.5</p> <p>2.1</p> <p>2.5</p> <p>2.1</p> <p>2.3</p>	<p>1.6</p> <p>1.13</p> <p>1.5</p> <p>1.6</p> <p>1.13</p> <p>1.6</p> <p>1.12</p> <p>1.15</p> <p>1.16</p>

Stoffplan	Lehrmittel		Lekt. (ca.)	Leistungsziel	MK	SK
	Kap.	Seite				
<b>6. Semester</b>						
Stilistik I Synonyme, Antonyme, Fremdwörter, Wortwahl	Arbeitsblätter aus Hofer/ Nef M	S.107-126  Band 2 S.160 -164	6	<b>4.1.3.1</b> In ausgeprägten Beispielen unterscheiden Kaufleute zwischen Standardwortschatz, umgangssprachlichen und gehobenen Ausdrucksweisen. Sie verwenden in geschäftlichen Berichten, Werbeschreiben und anderen gängigen Textsorten einen zweckmässigen und adressatengerechten Wortschatz. K3	2.1 2.11  2.1	1.1 1.5 1.13  1.6 1.13
Wortarten: Nomen Pronomen Adjektiv Partikel	Praktische Grammatik	Band 2 S.123 -159	10	<b>4.1.3.2</b> Im Vergleich zweier Texte benennen und beschreiben Kaufleute Unterschiede im Bereich von Wortschatz und Satzbau. Diese sind für eine Fachperson nachvollziehbar. <b>4.2.2.2</b> Kaufleute zeigen stilistische Besonderheiten eines Textes auf. Sie formulieren ihre Überlegungen über die Absichten und Wirkungen der eingesetzten Stilmittel für Fachleute nachvollziehbar.  <b>4.1.2.1</b> In der mündlichen und schriftlichen Kommunikation formulieren Kaufleute ihre Aussagen grammatisch korrekt. K3	2.1 2.3 2.11	1.6 1.12 1.13
				K4		

Stoffplan	Lehrmittel		Lekt. (ca.)	Leistungsziel	MK	SK
	Kap.	Seite				
<b>6. Semester</b>  Textsorten: Erörterung	Arbeitsblätter aus Hofer/ Nef V	S.173-176	6	<b>4.1.2.1</b> In der mündlichen und schriftlichen Kommunikation formulieren Kaufleute ihre Aussagen grammatisch korrekt. K3  <b>4.1.3.1</b> In ausgeprägten Beispielen unterscheiden Kaufleute zwischen Standardwortschatz, umgangssprachlichen und gehobenen Ausrucksweisen. Sie verwenden in geschäftlichen Berichten, Werbeschreiben und anderen gängigen Textsorten einen zweckmässigen und adressatengerechten Wortschatz. K3  <b>4.3.1.2</b> Kaufleute erörtern Sach- und Wertfragen klar strukturiert. Sie drücken ihre Meinung, ihre Urteils- und Entscheidungsfähigkeit nachvollziehbar aus. K5  <b>4.3.1.3</b> Beim Formulieren und bei der redaktionellen Überarbeitung ihrer Texte ziehen Kaufleute bei Bedarf Hilfsmittel zu Rechtschreibung, Grammatik, Wortschatz und Stilistik bei. Die redigierten Texte sind möglichst fehlerfrei. K3	2.11    2.1 2.11   2.1 2.2 2.4 2.7 2.11  2.2 2.5 2.7	1.1 1.6 1.13  1.1 1.5 1.13  1.16   1.4 1.8

Stoffplan	Lehrmittel		Lekt. (ca.)	Leistungsziel	MK	SK
	Kap.	Seite				
			•	•		
<b>6. Semester</b>						
Repetition Textinterpretation, Auseinandersetzung mit literarischen und sachlichen Texten			10	<p><b>4.1.3.2</b> Im Vergleich zweier Texte benennen und beschreiben Kaufleute Unterschiede im Bereich von Wortschatz und Satzbau. Diese sind für eine Fachperson nachvollziehbar. K2</p> <p><b>4.2.2.1</b> Kaufleute erkennen die Aussage von Texten und vergleichen dabei die eigene mit der fremden Weltsicht. Damit vertiefen sie ihr Verständnis für ihre Kultur und die Kulturen anderer. K5</p> <p><b>4.2.1.3</b> Kaufleute unterscheiden verschiedene Textsorten in den journalistischen, geschäftlichen und literarischen Bereichen nach Inhalt, Aufbau und Sprache. K2</p> <p><b>4.5.2.3</b> Kaufleute beurteilen Diskussionsbeiträge sachlich und unvoreingenommen. Dazu benutzen sie eine selbständig erstellte Liste mit mehreren Gesichtspunkten. K6</p>	<p>2.1</p> <p>2.2 2.3 2.5</p> <p>2.1 2.5</p> <p>2.1 2.3</p>	<p>1.6 1.13</p> <p>1.5 1.6</p> <p>1.13</p> <p>1.6 1.12 1.15 1.16</p>
Repetition Textsorten			10			
Repetition Grammatik			10			
Abschlussarbeit und Repetitionen			10			