



Institut zur Qualitätsentwicklung
im Bildungswesen



**KULTUSMINISTER
KONFERENZ**

Gemeinsame Abituraufgabenpools der Länder

Pool für das Jahr 2025

Aufgabe für das Fach Deutsch

Kurzbeschreibung

Aufgabenart	Erörterung pragmatischer Texte
Anforderungsniveau	grundlegend
spezifische Voraussetzungen	Kenntnisse zu Sprache in politisch-gesellschaftlichen Verwendungszusammenhängen
Material	Zeitungsartikel, 835 Wörter
Hilfsmittel	Wörterbuch der deutschen Rechtschreibung
Quellenangaben	Munsberg, Hendrik (02.02.2021): „Heute schon gepitcht?“ < https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/sprache-anglizismen-unternehmen-1.5190067 >. 29.03.2022

1 Aufgabe

Aufgabenstellung

1. Stellen Sie den Gedankengang des Textes von Hendrik Munsberg dar und erläutern Sie die Intention. ca. 40 %
2. Erörtern Sie unter Berücksichtigung Ihrer unterrichtlichen Kenntnisse zum politisch-gesellschaftlichen Sprachgebrauch, ob bzw. inwiefern Verantwortlichen in Firmen die Verwendung verständlicher Standardsprache empfohlen werden sollte. ca. 60 %

Material

Hendrik Munsberg: Heute schon „gepitcht“? (2021)

VW-Chef Herbert Diess hat das Auto neu erfunden. Damit das auch jeder merkt, nennt er Autos jetzt nicht mehr „Autos“, sondern „Mobile Devices“. Allerdings bleibt da für Diess, wie er selber sagt, noch eine „Challenge“: VW muss die Probleme mit Software und Elektronik in den Griff bekommen.

- 5 Selbstverständlich steht auch Oliver Bäte, der Vorstandsvorsitzende des Allianz-Konzerns, an der Spitze des Fortschritts. Neuerdings ist er strikt darauf bedacht, dass in seinem global operierenden Unternehmen „Produkte und Prozesse“ nicht nur „einfach und digital“ sind. Sondern – wichtig, wichtig – auch „skalierbar“.
- 10 Klar, dass Deutsche-Bank-Chef Christian Sewing im Wettstreit um Deutungshoheit ganz vorne mitmisch. Jetzt, in der Corona-Krise, achtet Sewing akribisch auf die Bedürfnisse seiner Kunden, die wegen Infektionsgefahr ihre Finanzgeschäfte daheim am Computer oder per Tablet erledigen. Die Deutsche Bank schloss deshalb deutlich mehr Filialen als geplant. Nutzt Sewing etwa die Pandemie aus, um Kosten zu drücken? Mitnichten! Seine Erklärung: „Wir reagieren agil“.
- 15 Agil, skalierbar, Mobile Devices und jeden Tag eine neue Challenge! Hallo? Versteht das da draußen noch jemand? Wohl kaum, aber meist ist das auch gar nicht die Absicht, schon eher geht es um verbales Blendwerk. Immer neue Modewörter geistern durch die deutsche Wirtschaft – vorzugsweise sind es Anglizismen, Anleihen aus dem Anglo-Amerikanischen, der weltweit dominierenden Wirtschaftssprache. Wer diesen Jargon benutzt, sagt der
- 20 Wirtschaftspsychologe Dieter Frey, „will vor allem als modern und fortschrittlich gelten und dadurch anderen imponieren“. Gelingt das, so dauert es nicht lange, bis sich immer mehr Nachahmer finden. [...]
- 25 Über Jahre und Jahrzehnte hinweg bilden sich immer neue Sedimentschichten aus Wörtern und Phrasen, die zu einer Art Wirtschaftskauderwelsch verschmelzen. Heute wird in den Firmen des Landes „supported“, „committed“ und „gepitcht“, was das Zeug hält. Na klar, die deutschen Entsprechungen – unterstützen, vereinbaren und auswählen – klingen irgendwie altbacken. Und was braucht heute jede Firma, die sich als „nachhaltig“ präsentieren will? Logisch, ein „Purpose“ muss her! Ein irgendwie höherer Sinn und Zweck, der nach mehr klingt als nach schnöder Gewinnmaximierung.
- 30 Fast noch wichtiger sind für moderne Manager aber die pseudophilosophischen Zutaten. Beinahe jeder Arbeitnehmer in Deutschland bekommt es heute mit Vorgesetzten zu tun, die ihrem Redefluss in penetranter Häufigkeit ein „am Ende des Tages“ beimischen. Oder die daran erinnern, dass ein Projekt oder Geschäft „Sinn machen“ muss, worin das englische „to

35 make sense“ durchscheint, im Deutschen müsste es aber eigentlich „Sinn ergeben“ oder „sinnvoll“ heißen.

Und wozu dient solches Geschwätz? Offenkundig um klarzumachen, dass zumindest einer in der Firma zu Recht höher dafür bezahlt wird, Wichtiges von Unwichtigem zu unterscheiden. Und je mehr Mitarbeiter das glauben, desto mehr sind bereit, die Phrasen nachzuplappern, sogar in der Freizeit, unter Freunden und in der Familie. Das Unternehmens-Kauderwelsch
40 wird so zum Fortschrittsbekenntnis.

Beste Chancen, Klassiker zu werden, haben auch Anleihen beim Sport: „Wir sind gut aufgestellt“, das gehört zum Standardrepertoire von Topmanagern und Firmenchefs. Die Politik kopiert das gern: Längst sind auch Union, SPD, Grüne und FDP „gut aufgestellt“, jedenfalls behauptet das ihr Führungspersonal unablässig.

45 IDS¹-Forscher Marc Kupietz betrachtet den Wandel der Sprache im Wirtschaftsleben nüchtern. Manche Begriffe, sagt er, seien „sogar nützlich, um Phänomene besser zu beschreiben. Die werden dann ausprobiert“. Und entpuppen sich „als erfolgreiche Neuwortschöpfungen“ – oder enden als „Kurzzeitwörter“. „Skalierbar“ bezeichnet zum Beispiel einen ökonomischen Sachverhalt, der sich im Deutschen nicht mit einem einzigen Begriff
50 erklären lässt [...]. Andererseits: Wer will oder muss wirklich wissen, was das ist?

Angefacht wird die Wortschöpfung durch Leute, die damit Geld verdienen: „Modewörter wie Purpose“, sagt Frank Brettschneider, Professor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Hohenheim, „kommen von den Unternehmens- und Managementberatern, die sich so profilieren wollen. Sobald bestimmte Begriffe abgenutzt sind, sucht man nach der nächsten
55 Sau, die dann durchs Dorf getrieben wird.“ Am Inhalt, so Brettschneider, ändere sich dadurch nichts, „aber es klingt irgendwie gewichtiger“.

Viele Manager nutzen die Sprachkreationen gern für Umdeutungen oder Schönfärbereien. Wer würde heute zugeben, dass seine Firma „Probleme“ hat oder in „Schwierigkeiten“ steckt? Das klänge ja wie das Eingeständnis, die Lösung liege noch im Nebel. Darum sagt man lieber:
60 „Wir haben da ein Thema.“ Darin schwingt schon mit – „Haken dran, erledigt“. [...]

Aber gibt es unter den Spitzenmanagern keinen, der sich dem Kauderwelsch-Trend widersetzt? Doch, einer weigert sich, die Unternehmenswelt mit immer neuen Anglizismen anzureichern: Telekom-Chef Tim Höttges. „Natürlich“, sagte er, „könnte ich durch Sprache Hierarchie oder Macht ausdrücken. Aber Kommunikation auf Augenhöhe erfordert
65 Einfachheit.“ Höttges vermeidet bei öffentlichen Auftritten tunlichst Anglizismen und Fremdwörter. Statt „Cashflow“ oder „Ebitda“ sagt er „frei verfügbare Mittel“ und „operatives Ergebnis“. Auf Hauptversammlungen schafft es Höttges, länger als eine halbe Stunde in leicht verständlichem Deutsch über seinen Konzern zu sprechen. Seit Jahren wird er dafür von der Universität Hohenheim als Vorbild unter allen Dax-Konzernchefs ausgezeichnet.

70 Warum ist Höttges das wichtig? Henrik Schmitz, verantwortlich für Kommunikation bei der Telekom, sagt: „Wirklich kompetent ist ja der, der in der Lage ist, einen komplexen Sachverhalt so zu erklären, dass ihn viele verstehen.“ Denn Kompetenz drücke sich „gerade nicht dadurch aus, dass ich Fachchinesisch raushaue“.

Ganz leicht ist es aber nicht, dem Kauderwelsch-Virus zu trotzen. Eine Kollegin gab Schmitz
75 kürzlich einen dezenten Hinweis: Er sage ständig „am Ende des Tages“.

¹ IDS: Das Leibniz-Institut für Deutsche Sprache (IDS) ist eine wissenschaftliche Einrichtung zur Dokumentation und Erforschung der deutschen Sprache in Gegenwart und neuerer Geschichte.

Munsberg, Hendrik (02.02.2021): Heute schon „gepitcht“?

<<https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/sprache-anglizismen-unternehmen-1.5190067>> 29.03.2022

Hendrik Munsberg (*1961) ist Wirtschaftsredakteur der Süddeutschen Zeitung.

Rechtschreibung und Zeichensetzung entsprechen der Textquelle.

2 Erwartungshorizont

2.1 Verstehensleistung

Teilaufgabe 1

Standardbezug

Die Schülerinnen und Schüler können ...

- ♦ „den inhaltlichen Zusammenhang voraussetzungsreicher Texte sichern und diese Texte terminologisch präzise und sachgerecht zusammenfassen“ (Sekretariat der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland [KMK] (2014). Bildungsstandards im Fach Deutsch für die Allgemeine Hochschulreife, 2.4.2, S. 19. Köln: Carl Link.),
- ♦ „die in pragmatischen Texten enthaltenen sprachlichen Handlungen ermitteln“ (KMK, 2014, 2.4.2, S. 19),
- ♦ „die Funktionen eines pragmatischen Textes bestimmen und dessen mögliche Wirkungsabsichten beurteilen“ (KMK, 2014, 2.4.2, S. 19).

Operationalisierung

Die Schülerinnen und Schüler ...

formulieren das Thema, etwa:

- ♦ Reflexion über und Kritik an Sprachverwendung der einflussreichsten Führungskräfte der deutschen Wirtschaft wegen der Tendenz einer gezielten Verwendung von modischen Floskeln und Anglizismen auf Kosten der Verständlichkeit

stellen den Gedankengang und wesentliche Inhalte dar, etwa:

- ♦ Darstellung der Problematik im Titel: Illustration der schlechten Verständlichkeit am Beispiel eines Anglizismus
- ♦ Hinführung zum Thema und Darstellung von Veränderungen bei der Sprachverwendung in Unternehmen anhand von Beispielen: Verwendung von Anglizismen und Neologismen bei VW, Allianz-Konzern und Deutscher Bank (vgl. Z. 1–14)
- ♦ Vorstellung der Position und durch einflussreiche Führungskräfte gestützte Begründung: sprachliche Manipulation mithilfe von Anglizismen zur Aufmerksamkeitslenkung und Imagepflege (vgl. Z. 15–22)
- ♦ Beschreibung des Sprachwandels in der Wirtschaft als bereits jahrelang stattfindender Prozess (vgl. Z. 23–29)
- ♦ Ausweitung des Kontextes auf gehaltlose Phrasen und Formulierungen zur Rechtfertigung für eine bessere Entlohnung und Ausdruck eines höheren Fortschritts sowie Illustration anhand von Übernahme-Beispielen aus dem Sportbereich (vgl. Z. 30–44)
- ♦ differenzierte Bewertung des Sprachwandels durch Experten als normaler Prozess hin zur sogar hilfreichen Beschreibung von neuen Phänomenen (vgl. Z. 45–50)
- ♦ Entkräftung einer Sprachgefährdung durch Expertenhinweis auf euphemistische und Bedeutung suggerierende Funktion stetig neu produzierter Neologismen, angetrieben von Unternehmensberatern zur eigenen Selbstinszenierung, Imagepflege und Gewinnmaximierung (vgl. Z. 51–60)
- ♦ Hinführung zum Schluss: Unterstreichen der Realisierbarkeit einer verständlichen Managersprache durch Positivbeispiel des Telekom-Chefs: Einfachheit bei der Verwendung von Begriffen und Formulierungen zur Schaffung symmetrischer Kommunikation und damit erzeugter allgemeiner Verständlichkeit (vgl. Z. 61–69)
- ♦ Fazit: Verständlichkeit als Kennzeichen souveränen Sprachgebrauchs, ergänzt und gestützt durch Stellungnahme eines Kommunikationsprofis (vgl. Z. 70–73)
- ♦ Schlusspointe: Betonung der Schwierigkeit, sich floskelhafter Sprache vollständig zu entziehen (vgl. Z. 74 f.)

erläutern die Intention des Textes, etwa:

- ◆ Informieren über die Ursachen und Folgen der von Modetrends und Eitelkeit gesteuerten Sprachverwendung in Unternehmen; Hinweisen auf zentrale Begriffe zur Anregung von Kritik
- ◆ Plädoyer für reflektierten Sprachumgang und verständliche Ausdrucksweise in politisch-gesellschaftlichen, vor allem aber wirtschaftlichen Verwendungszusammenhängen
- ◆ Betonung der Relevanz von einfacher, wahrhafter und klar verständlicher Sprache sowie kritisches Hinterfragen der aktuellen Manager-Sprache, v. a. wegen deren sprachlicher Gehaltlosigkeit und des Manipulationspotenzials

Teilaufgabe 2
Standardbezug

Die Schülerinnen und Schüler können ...

- ◆ „Schlussfolgerungen aus ihren Analysen [...] von Sachverhalten und Texten ziehen und die Ergebnisse in kohärenter Weise darstellen“ (KMK, 2014, 2.2.2, S. 17),
- ◆ „zu fachlich strittigen Sachverhalten und Texten differenzierte Argumentationen entwerfen, diese strukturiert entfalten und die Prämissen ihrer Argumentationen reflektieren“ (KMK, 2014, 2.2.2, S. 17)

Operationalisierung

Die Schülerinnen und Schüler ...

erläutern die strittige These, etwa:

- ◆ Verständlichkeit als Maxime der Sprachverwendung: Einfachheit, Klarheit und Authentizität auf der Sachebene der Kommunikation
- ◆ Bewusstmachung von Sprachverwendung und Lenkung der Aufmerksamkeit auf Kommunikationsprozesse durch Empfehlung zu sprachlicher Klarheit und Verständlichkeit in Firmen

erörtern die strittige These eher zustimmend, z. B.:

- ◆ Problematisierung einer häufig manipulativen Sprachverwendung in der Wirtschaft: Intention der Aufmerksamkeitslenkung, Imagepflege und Beeinflussung bis hin zu Kaufwünschen (ggf. Verweis auf bestimmte Werbestrategien)
- ◆ Verwendung klar verständlicher Standardsprache zugunsten der Einfachheit und als Bremse für problematische Entwicklungen im Bereich von Marketing und Wirtschaft bis hin zu Unverständlichkeit, Beschönigung und Verfälschung von Aussagen
- ◆ Vermeidung von Missverständnissen in der internen Firmenkommunikation und mit Kunden durch Anwendung klarer Standardsprache, bessere Möglichkeiten der Kommunikation auf der Sachebene, geringere Hierarchien auf der Beziehungsebene, wodurch Akzeptanz und Anerkennung von Gleichrangigkeit ausgedrückt wird
- ◆ Entgegenwirken der sprachlichen Ausgrenzung und Abwertung z. B. älterer Menschen, Bildungsbenachteiligter oder Fachfremder über Anglizismen und schnellen Sprachwandel im Bereich von Wirtschaft und Marketing
- ◆ erleichterte Inklusion durch Empfehlung zur Verwendung verständlicher Standardsprache
- ◆ Kritik an unreflektierter, nicht funktionaler Verwendung bzw. Übernahme von Anglizismen, vermeintlich fachsprachlichen Ausdrücken und Wortneuschöpfungen als Blendwerk
- ◆ Vermeidung von negativer Beeinflussung der Alltagskommunikation und des außerkommerziellen Sprachgebrauchs mit Verweis auf Auswirkungen von Medien- und Werbesprache auf viele Bereiche der Sprachverwendung
- ◆ gewinnbringende Reflexion des Sprachgebrauchs, präzise Ausdrucksmöglichkeiten aller als Resultat von Debatten über Sprachverwendung in Firmen

erörtern die strittige These eher ablehnend, z. B.:

- ◆ Problematisierung von möglichen Einschränkungen in der Sprachverwendung durch Einführung einer Empfehlung, z. B.:
 - ◆ Verlust der Vielfalt von Ausdrucksmöglichkeiten
 - ◆ mangelnde Praktikabilität aufgrund der Dynamik der Sprachentwicklung in Form von stetigen Neuerungen bzw. Veränderungen
 - ◆ Bedeutung von Kreativität für die generell fluide Wirtschafts- und Marketingsprache
- ◆ Möglichkeit der Imagebildung und Steigerung des Wiedererkennungswerts durch spezifische Wendungen als Intention von Marketingsprache
- ◆ Betonung von Innovation und Variation (u. a. durch Anglizismen, Neologismen, Superlative) als übliche Sprachwandelprinzipien
- ◆ Verweis auf individuelle Verantwortung: Entscheidungsfreiheit der Verantwortlichen in Firmen und Mündigkeit der Rezipienten
- ◆ Verweis auf andere gesellschaftliche Bereiche, in denen zur angemessenen Präzisierung der Inhaltsvermittlung ebenfalls in der internen und externen Kommunikation Fachsprache verwendet wird (z. B. Medizin, Verwaltung, Politik)
- ◆ Problematisierung der Wirksamkeit und Durchsetzbarkeit der Empfehlung zu Verwendung der Standardsprache
- ◆ Erleichterung der Kommunikation eines Unternehmens durch Fachsprache, sprachliche Neuerungen als Widerspiegelung wirtschaftlich-technischer Innovationen
- ◆ Aufklärung und Beleben einer Debatte als wichtigeres und zielgenaueres Instrument für authentischen, verständlichen Sprachgebrauch anstatt einer konkreten Empfehlung zur Sprachverwendung

verfassen ein Fazit, z. B.:

- ◆ Klärung der gesellschaftlichen und ethischen Bedeutung von Sprache
- ◆ Verweis auf Funktionen von Fachsprache (spezifische Erkennbarkeit vs. allgemeine Verständlichkeit)
- ◆ Differenzierung zwischen Kommunikation innerhalb der Firma und sachlichen Erklärungen von Vorhaben und Firmengrundsätzen für Außenstehende
- ◆ Unterbreiten eines Gegenvorschlags (z. B. Aufklärung statt Empfehlung)

2.2 Aufgabenspezifische Aspekte der Darstellungsleistung

Eine bloße Paraphrasierung des Textes oder ein distanzloser Umgang mit dem Text entspricht nicht den Anforderungen.

3 Bewertungshinweise

Andere als im Erwartungshorizont ausgeführte Lösungen werden bei der Bewertung der Prüfungsleistung als gleichwertig gewürdigt, wenn sie der Aufgabenstellung entsprechen, sachlich richtig und nachvollziehbar sind.

3.1 Anforderungsbereiche und Gewichtung der Teilaufgaben

Zur Bewertung der Verstehensleistung werden die Teilaufgaben gemäß folgender Tabelle gewichtet:

Teilaufgabe	Anforderungsbereiche	Gewichtung
1	I, II	ca. 40 %
2	I, II, III	ca. 60 %

3.2 Verstehensleistung

Bewertung mit „gut“ (11 Punkte) Die Aufgabenbearbeitung zeigt ...	Bewertung mit „ausreichend“ (5 Punkte) Die Aufgabenbearbeitung zeigt ...
♦ eine präzise Erfassung des Problemgehalts, der Autorenposition und des inhaltlichen Zusammenhangs, ♦ eine funktionale Darstellung der Argumentation und der zugehörigen Sprachhandlungen, ♦ eine sachlich differenzierte, ergiebige und strukturell klare Auseinandersetzung mit dem Problemgehalt auf der Grundlage einer deutlichen Position, ♦ eine sachlich differenzierte und argumentativ begründete Herstellung von Zusammenhängen zwischen Problemgehalt und im Unterricht erworbenen Kenntnissen.	♦ eine insgesamt zutreffende Erfassung des Problemgehalts, der Autorenposition und des inhaltlichen Zusammenhangs, ♦ eine im Ganzen zutreffende Darstellung der Argumentation und der zugehörigen Sprachhandlungen, ♦ eine im Ganzen sachlich nachvollziehbare und strukturell weitgehend kohärente Auseinandersetzung mit dem Problemgehalt, ♦ eine sachlich zutreffende und in Ansätzen begründete Herstellung von Zusammenhängen zwischen Problemgehalt und im Unterricht erworbenen Kenntnissen.

3.3 Darstellungsleistung

Aufgabenbezug, Textsortenpassung und Textaufbau¹

Bewertung mit „gut“ (11 Punkte) Die Aufgabenbearbeitung zeigt ...	Bewertung mit „ausreichend“ (5 Punkte) Die Aufgabenbearbeitung zeigt ...
eine stringente und gedanklich klare, aufgaben- und textsortenbezogene Strukturierung, das bedeutet ◆ eine Darstellung, die die Vorgaben der geforderten Textform bzw. Textsorte sicher und eigenständig umsetzt, ◆ eine Darstellung, die die primäre Textfunktion berücksichtigt (durch den klar erkennbaren Ausweis von Analysebefunden und die klar erkennbare Entfaltung von Begründungszusammenhängen), ◆ eine erkennbare und schlüssig gegliederte Anlage der Arbeit, die die Aufgabenstellung und die Gewichtung der Teilaufgaben berücksichtigt, ◆ eine kohärente und eigenständige Gedanken- und Leserführung.	eine erkennbare aufgaben- und textsortenbezogene Strukturierung, das bedeutet ◆ eine Darstellung, die die Vorgaben der geforderten Textform bzw. Textsorte in Grundzügen umsetzt, ◆ eine Darstellung, die die primäre Textfunktion in Grundzügen berücksichtigt (durch noch erkennbaren Ausweis von Analysebefunden und die noch erkennbare Entfaltung von Begründungszusammenhängen), ◆ eine im Ganzen noch schlüssig gegliederte Anlage der Arbeit, die die Aufgabenstellung und die Gewichtung der Teilaufgaben ansatzweise berücksichtigt, ◆ eine in Grundzügen erkennbare Gedanken- und Leserführung.

Fachsprache²

Bewertung mit „gut“ (11 Punkte) Die Aufgabenbearbeitung zeigt ...	Bewertung mit „ausreichend“ (5 Punkte) Die Aufgabenbearbeitung zeigt ...
eine sichere Verwendung der Fachbegriffe.	eine teilweise und noch angemessene Verwendung der Fachbegriffe.

Umgang mit Bezugstexten und Materialien³

Bewertung mit „gut“ (11 Punkte) Die Aufgabenbearbeitung zeigt ...	Bewertung mit „ausreichend“ (5 Punkte) Die Aufgabenbearbeitung zeigt ...
◆ eine angemessene sprachliche Integration von Belegstellen im Sinne der Textfunktion, ◆ ein angemessenes, funktionales und korrektes Zitieren bzw. Paraphrasieren.	◆ eine noch angemessene Integration von Belegstellen im Sinne der Textfunktion, ◆ ein noch angemessenes, funktionales und korrektes Zitieren bzw. Paraphrasieren.

¹ Standardbezug: Die Schülerinnen und Schüler können ...

- ◆ „[...] komplexe Texte unter Beachtung von Textkonventionen eigenständig [...] strukturieren [...]“ (Sekretariat der Ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland (2014). Bildungsstandards im Fach Deutsch für die Allgemeine Hochschulreife, 2.2.1, S. 16. Köln: Carl Link.),
- ◆ „[...] die Ergebnisse in kohärenter Weise darstellen“ (KMK, 2014, 2.2.2, S. 17),
- ◆ „aus [...] Informationsquellen Relevantes [...] in geeigneter Form aufbereiten“ (KMK, 2014, 2.2.1, S. 16).

² Standardbezug: Die Schülerinnen und Schüler können „Texte [...] fachsprachlich präzise [...] verfassen“ (KMK, 2014, 2.2.1, S. 16).

³ Standardbezug: Die Schülerinnen und Schüler können „Textbelege und andere Quellen korrekt zitieren bzw. paraphrasieren“ (KMK, 2014, 2.2.1, S. 16).

Ausdruck und Stil⁴

Bewertung mit „gut“ (11 Punkte) Die Aufgabenbearbeitung zeigt ...	Bewertung mit „ausreichend“ (5 Punkte) Die Aufgabenbearbeitung zeigt ...
♦ einen der Darstellungsabsicht angemessenen funktionalen Stil und stimmigen Ausdruck, ♦ präzise, stilistisch sichere, lexikalisch differenzierte und eigenständige Formulierungen.	♦ einen in Grundzügen der Darstellungsabsicht angepassten funktionalen Stil und insgesamt angemessenen Ausdruck, ♦ im Ganzen verständliche, stilistisch und lexikalisch noch angemessene und um Distanz zur Textvorlage bemühte Formulierungen.

Standardsprachliche Normen⁵

Bewertung mit „gut“ (11 Punkte) Die Aufgabenbearbeitung zeigt ...	Bewertung mit „ausreichend“ (5 Punkte) Die Aufgabenbearbeitung zeigt ...
eine sichere Umsetzung standardsprachlicher Normen, d. h. ♦ eine annähernd fehlerfreie Rechtschreibung, ♦ wenige oder auf wenige Phänomene beschränkte Zeichensetzungsfehler, ♦ wenige grammatikalische Fehler trotz komplexer Satzstrukturen.	eine erkennbare Umsetzung standardsprachlicher Normen, die den Lesefluss bzw. das Verständnis nicht grundlegend beeinträchtigt, trotz ♦ fehlerhafter Rechtschreibung, die verschiedene Phänomene betrifft, ♦ einiger Zeichensetzungsfehler, die verschiedene Phänomene betreffen, ♦ grammatikalischer Fehler, die einfache und komplexe Strukturen betreffen.

3.4 Gewichtung von Verstehensleistung und Darstellungsleistung

Zur Ermittlung der Gesamtnote werden die Verstehensleistung und die Darstellungsleistung gemäß folgender Tabelle gewichtet:

Verstehensleistung	Darstellungsleistung
ca. 70 %	ca. 30 %

⁴ Standardbezug: Die Schülerinnen und Schüler können „Texte [...] stilistisch angemessen verfassen“ (KMK, 2014, 2.2.1, S. 16).

⁵ Standardbezug: Die Schülerinnen und Schüler können „Texte orthographisch und grammatisch korrekt [...] verfassen“ (KMK, 2014, 2.2.1, S. 16).