

## LÖSUNGEN ZU DEN KOGNITIVEN AUFGABEN „SPRACHRÄUME 3“ SPRACHRAUM 2: SCHRIFTLICH ARGUMENTIEREN (Online-Code: 76u8s4)

### 2.1

Lesen Sie den Text „Billig ist gut“ und dann noch einmal den Arbeitsauftrag. Geben Sie dann den Arbeitsauftrag in Ihren eigenen Worten wieder. Orientieren Sie sich dabei an der Wissensbox (vgl. dort „Prüfen Sie: ...“).

Beispiel: Die Aufgabe bezieht sich auf den Text „Billig ist gut“ aus der Süddeutschen Zeitung. Bei diesem Text geht es um die Form und die Argumentation. Zu beidem soll ich Stellung beziehen und dabei meine Meinung begründen.

### 2.2

Lesen Sie den Text „Billig ist gut“ noch einmal genau.

a. Fassen Sie die Kernaussagen des Textes zusammen.

Es gibt „Gutmenschen“, die stolz auf ihr nachhaltiges Konsumverhalten sind und zugleich verächtlich auf Discount-Kunden herabschauen. Die heute zuweilen so verachteten Discount-Pioniere standen ursprünglich für Demokratie. Billigwaren helfen dabei, Klassenunterschiede – zumindest ein wenig – einzuebnen. Man sollte es sich verkneifen, Billig-Konsumenten zu verurteilen.

b. Stellen Sie dar, wie die Kernaussagen argumentativ gestützt sind. Prüfen Sie, ob die Beispiele, die im Text gegeben werden, das belegen, was sie sollen.

Nicht belegt, sondern vorausgesetzt wird die Aussage, dass „Gutmenschen“ stolz auf ihr nachhaltiges Konsumverhalten sind und zugleich verächtlich auf Discount-Kunden herabschauen. Die beiden nachfolgenden Kernaussagen stützen die Aussage „Man sollte es sich verkneifen, Billig-Konsumenten zu verurteilen.“, sind selbst aber nur schwach belegt, denn wie die Klassenunterschiede eingeebnet werden sollen, geht aus den Beispielen nicht hervor (es ist schlechterdings unmöglich, dass sich einfache Leute dasselbe leisten können wie Angehörige der Oberschicht, weil die Schichtunterschiede dann ja nicht mehr bestünden). Und dass schließlich die scheinbare Konsumdemokratie eine Idee der Nazizeit ist, die heute auf Kosten der Dritten Welt geht, gibt die Autorin ja selbst zu.

c. Untersuchen Sie die Sprache des Textes. Charakterisieren Sie die Sprache allgemein (z. B. sachlich, ironisch, bildhaftanschaulich usw.) und notieren Sie ggf. auffällige Sprachverwendungen.

Die Sprache des Textes ist in Teilen provokant bzw. herablassend. Dies betrifft vor allem die Bezeichnung „Gutmensch“. Auffällig sind dann die vielen rhetorischen Fragen, die letztlich Unterstellungen gleichkommen.

### 2.4

Analysieren Sie die folgenden zentralen Begriffe des Textes zum Thema „Billigwaren“ genauer. Ergänzen Sie ggf. die Begriffsreihe.

Weitere Begriffe wären etwa: Arbeiterbewegungen (Arbeitnehmerrechte) – (soziale) Schicht – Nazizeit. Deutlich werden soll durch die Aufgabe vor allem, dass der Einkauf (bzw. Nichteinkauf) beim Discounter im Text eine politische, soziale und sogar historische Dimension bekommt.

### 2.6

Beschreiben Sie, wie die beiden folgenden Einleitungen zu einem Leserbrief aufgebaut sind. Gelingt es, Interesse der Leserinnen und Leser zu wecken? Begründen Sie Ihre Ansicht.

Einleitung A fasst Kernaussagen des Textes zusammen, während Einleitung B zustimmend aus dem Text zitiert, womit zugleich das Interesse geweckt wird, weil diese Zustimmung zugleich einen Widerspruch einleitet.

### 2.7

Skizzieren Sie die Gliederung des Textes „Billig ist gut“, indem Sie absatzweise stichwortartig die zentralen Aussagen zusammenfassen. Diskutieren Sie mit Ihren Mitschülerinnen und Mitschülern: Was leistet die Einleitung im Text von Borchardt?

Absatz 1: Besserverdiener haben es leicht, nachhaltig zu konsumieren – Absatz 2, 3: Besserverdiener sind stolz auf ihr „vorbildliches“ und „soziales“ Konsumverhalten – Absatz 4, 5: Discountpioniere haben die Unterschiede zwischen den Gesellschaftsschichten etwas verschwimmen lassen, auch Arbeitsplätze sind entstanden; aber niedrigere Preise gehen auch auf Kosten anderer, trotzdem hilft Konsumverzicht nicht – Absatz 6: Konsum hat in China Arbeitsplätze geschaffen und so eine soziale Schicht entstehen lassen, die zur Demokratisierung beitragen kann – Absatz 7, 8: Käuferstreiks können die Arbeitsbedingungen verbessern helfen, Billigwarenkonsumenten sollten nicht verurteilt werden.

Die Einleitung des Textes macht vor allem neugierig, da ein Konsumverhalten, das außerhalb der „Unterschicht“ meist als richtig empfunden wird, hinterfragt bzw. relativiert wird. Die Einleitung spricht damit außerdem die Leserinnen und Leser der Süddeutschen Zeitung, die ein ähnliches Konsumverhalten haben (und das dürften die meisten sein), direkt an.

## 2.10

Untersuchen Sie den Text „Billig ist gut“ mit Blick auf die Verwendung von Vorurteilen, Verallgemeinerungen und vagen Phrasen. Übernehmen und ergänzen Sie dazu die Tabelle. Versuchen Sie anschließend die von Ihnen gefunden Textstellen gemeinsam mit Ihrem Sitznachbarn bzw. Ihrer Sitznachbarin so umzuformulieren, dass sie strikt sachlich sind.

Die Unterscheidung zwischen Vorurteilen (z. B. Sie sind ein bisschen stolz auf sich, und selbstverständlich könnten aus ihrer Sicht alle Konsumenten wenigstens ein bisschen so handeln wie sie.), Verallgemeinerungen und vagen Phrasen (z. B.: Die großen Billigfirmen geben auch in [Europa] vielen Menschen Arbeit.) ist nicht immer eindeutig. Entscheidend ist die Erkenntnis, dass im Text sehr oft mit derartigen Aussagen gearbeitet wird.

## 2.11

Verfassen Sie nun den Leserbrief von etwa 250 bis 300 Wörtern zum Artikel „Billig ist gut“.  
leserbriefe@sueddeutsche.de

Betrifft: Alexandra Borchert: „Billig und gut“, SDZ Nr. 23 vom 28./29. Jänner

Sehr geehrte Frau Borchardt!

Beim Diskonter Lebensmittel kaufen, auch wenn man weiß, dass der die Preise für die Produzenten und Lieferanten drückt? Bei der Textilbilligkette Klamotten kaufen, auch wenn man weiß, dass sie nicht recht lange halten werden, bald nicht mehr in sind und der Niedrigpreis auf dem Niedriglohn der Näherinnen, Schneiderinnen, Büglerinnen in Fernost beruht? Den Lederball als Schnäppchen bei der Sportladenkette mitnehmen, obwohl der in Kinderarbeit verfertigt ist? Vor solchen Fragen stehen wir oft und entscheiden uns trotz allen Wissens auch sehr oft dafür, im Moment des Kaufens an diese Fragen gar nicht zu denken. Aber was sollen wir wirklich tun? Sollen wir auf diese Dinge verzichten, kostet dieser Verzicht nicht dann gerade in den Ländern Arbeitsplätze, in denen es ohnehin wenige gibt. Bringen, wie Sie für China erwähnen, diese Arbeitsplätze nicht auch einen sozialen Aufstieg der Arbeiterinnen und Arbeiter, die sich dann organisieren und damit auch

demokratische Veränderungen einleiten können? Es gibt keine klaren, eindeutigen Antworten, und gerade darauf weisen Sie in Ihrem Artikel so deutlich und ausführlich hin. Was der Konsument aber machen sollte, das ist, sich möglichst gut über die Bedingungen zu informieren, unter denen Produkte hergestellt werden. Dazu gibt es auch viele Möglichkeiten, man braucht zum Beispiel nur im Internet „Fair Trade“ einzugeben und findet dort eine Vielzahl von Informationen vom T-Shirt über den Fußball bis zur Banane und Schokolade. Und schon wäre man ein Konsument, der ein bisschen mündiger geworden ist, und manches nicht mehr kauft und so Druck ausüben kann auf Verbesserung der Arbeitsbedingungen in den Herstellerländern, gerechtere Löhne – und als „Traumziel“ den Verzicht auf Kinderarbeit. Billig muss nicht, wie Sie ja auch schreiben, für „böse“ stehen, wenn wir solche Produkte kaufen, die auch denen, die sie herstellen, das gewähren, was „recht und billig“ ist, nämlich soziale Fairness.

Mit freundlichen Grüßen

... (311 Wörter)

## KT 1

Lesen Sie den folgenden Text und formulieren Sie in einem oder zwei Sätzen sein zentrales Thema.

Zentrales Thema ist die Diskussion um Störungen durch fettleibige Passagiere in Flugzeugen und die daraus resultierenden Überlegungen, Sonderpreise für solche Fluggäste einzuführen.

## KT 2

Kreuzen Sie an, welche der folgenden Aussagen über den Inhalt des Textes „Einnehmende Sitznachbarn“ richtig bzw. falsch sind.

Richtig sind: a, c und e.

## KT 3

Welches Ziel verfolgt die Autorin wohl mit ihrem Text? Nennen Sie ihre Absicht(en) und begründen Sie kurz Ihre Einschätzung.

Der Artikel ist in erster Linie informativ, da über einen Sachverhalt weitgehend wertfrei berichtet wird. Weil zugleich der Streitpunkt (Sollen fettleibige Fluggäste mehr bezahlen?) zumindest in Europa auch kurios ist, hat er auch einen unterhaltenden Aspekt.

## KT 4

Aus dem Text lassen sich Argumente dafür ableiten, weshalb zu dicke Fluggäste einen Aufpreis bezahlen sollten. Schreiben Sie zwei Argumente in die Tabelle.

Argument 1: Übergewicht kostet auch bei Gepäck, folglich müsste auch für körperliches Übergewicht bezahlt werden. (Anders formuliert: Übergewicht in jeder Form führt zu Mehrkosten.) – Argument 2: Übergewichtige Fluggäste führen aufgrund der zahlreichen Beschwerden anderer zu einem Mehraufwand für die Fluggesellschaften, weshalb ein Aufpreis gerechtfertigt erscheint.

### KT 5

Formulieren Sie zwei Argumente, weshalb dicke Fluggäste keinen Aufpreis bezahlen sollten, und schreiben Sie sie in die Tabelle oben.

Argument 1: Aufpreise für fettleibige Menschen sind diskriminierend. – Argument 2: Nach der gleichen Gewichtslogik müsste sich der Preis generell nach dem Gewicht richten (also zum Beispiel würde ein kräftiger Mann von einem Meter neunzig mehr bezahlen als eine zierliche Frau, die vielleicht nur einen Meter sechzig groß ist).

### KT 6

Bewerten Sie die folgenden Aussagen vor dem Hintergrund einer gelungenen Argumentation.

**a.** Fettleibige Menschen sind schuld daran, dass das Fliegen immer teurer wird, deshalb bin ich gegen einen Aufpreis für zu dicke Passagiere.

Weder ein Argument noch eine sachlich richtige Aussage.

**b.** Fettleibigkeit ist eine der Hauptursachen für Herz-Kreislaufkrankungen. Deshalb finde ich es richtig und gut, wenn sehr dicke Menschen mehr für ein Flugticket bezahlen müssen, denn dadurch wird ein Anreiz zum Abnehmen geschaffen.

Formal ein korrektes Argument, allerdings gehört es nicht zu den Aufgaben von Fluggesellschaften, Menschen zum Abnehmen zu animieren.

### KT 7

Im folgenden Satz aus dem Text sind für dicke Menschen zwei Bezeichnungen angeführt, von denen behauptet wird, sie seien „politisch korrekt“.

**a.** Kreuzen Sie an, welches Stilmittel die Fluggesellschaft „United Airlines“ mit diesen Bezeichnungen verwendet.

Es handelt sich um Euphemismen.

**b.** Nennen Sie zwei weitere Beispiele für diese Art von Stilmittel.

Beispiele: „vollschlank“ für „dick“, „lernschwach“ für „dumm“

**c.** Formulieren Sie in einem oder zwei Sätzen, wie Sie diese Art der „politischen Korrektheit“ bewerten. Begründen Sie Ihre Meinung.

Hier steht die Begründung im Vordergrund, denn einerseits kann man Euphemismen für verlogen halten (der wahre Sachverhalt wird sprachlich verschleiert), andererseits für nichtdiskriminierend.

### KT 8

Bestimmen Sie die Art der markierten Glied- bzw. Attributsätze möglichst genau (z. B. Attributsatz zu „...“, Kausalsatz, Objektsatz usw.)

a. Subjektsatz; b. Attributsatz zu „Foto“; c. Kausalsatz; d. Temporalsatz; e. Konditionalsatz