

Lehrplan

Lehrplan Deutsch

1. Allgemeine Bildungsziele

Der Unterricht in der ersten Landessprache fördert bei Lernenden die Fähigkeit, sich als Individuum in der beruflichen und ausserberuflichen Welt sprachlich zurechtzufinden.

Er ermöglicht eine Auseinandersetzung mit Sprache als Mittel des Denkens, der Kommunikation und der Kunst; Sprachunterricht dient damit der Persönlichkeitsbildung.

Er fördert die Fähigkeiten,

- mit sprachlichen Mitteln die Welt zu erschliessen; sprachgebundenes Denken zu entwickeln und zu systematisieren; eigenständig, kritisch und differenziert zu überlegen (Denkkompetenz)
- sich korrekt und angemessen auszudrücken und andere zu verstehen (kommunikative Kompetenz)
- eine sprachlich-kulturelle Identität aufzubauen (kulturelle Kompetenz)
- sich selbstständig Wissen anzueignen (Lernkompetenz)
- die eigene Innenwelt zu reflektieren (Selbstkompetenz).

Der Unterricht soll Spielräume für ein Handeln mit Bezug zur beruflichen und ausserberuflichen Welt eröffnen. Es gehört auch zu den Aufgaben des Sprachunterrichts, Interesse, Neugierde, Offenheit für sprachliche und kulturelle Phänomene sowie die affektiven und kreativen Potenziale zu fördern.

2. Richtziele

Sprache und Denken

Kenntnisse

- Hilfsmittel und Strategien der Informationsbeschaffung und –verarbeitung kennen
- wissenschaftliche Methoden der Analyse und Interpretation kennen

Fertigkeiten

- Methoden der Informationsbeschaffung anwenden
- wissenschaftliche Methoden anwenden
- mit sprachlichen Mitteln die Welt erschliessen

Haltungen

- sich sowohl um logisches, systematisches, kritisches als auch um kreatives Denken bemühen

Sprache und Kommunikation**Kenntnisse**

- die Regeln und Normen der geschriebenen und gesprochenen Sprache vertiefen
- die für die mündliche und schriftliche Kommunikation relevanten Textsorten kennen
- wichtige stilistische bzw. rhetorische Elemente kennen
- Kommunikationsmodelle kennen

1

Fertigkeiten

- sich mündlich und schriftlich korrekt und angemessen ausdrücken und andere in ihrem Sprechen und Schreiben verstehen
- Strategien zum Verständnis und zur Interpretation von Texten anwenden

- unterschiedlichen Kommunikationssituationen mündlich und schriftlich gerecht werden
- Sprache und mediale Hilfsmittel wirkungsvoll in Präsentationen einsetzen
- Fakten und Manipulationen auseinander halten

Haltungen

- sich für die Anliegen und Gefühle der andern interessieren
- anderen Meinungen und Ideen offen begegnen
- eigene Interessen engagiert und angemessen vertreten

Sprache und Kultur**Kenntnisse**

- Literaturgeschichte in Grundzügen kennen
- ausgewählte Werke und Autoren/Autorinnen im literaturhistorischen und zeitgenössischen Zusammenhang kennen
- verschiedene kulturelle Ausdrucksformen (z. B. Medien, bildende Künste, Musik, Architektur) kennen

Fertigkeiten

- ausgewählte literarische Werke verstehen, interpretieren und bewerten
- Zusammenhänge (sprachliche, psychologische, historische, ästhetische usw.) herstellen
- Bezüge zu anderen kulturellen Äusserungsformen herstellen

Haltungen

- Neugierde und Freude an Sprache, Literatur und anderen kulturellen Formen entwickeln

- grundsätzliche Bereitschaft entwickeln, sich mit der eigenen und der Kultur anderer auseinander zu setzen
- Sensibilität für die Ästhetik sprachlicher Ausdrucksformen entwickeln
- in die Sinn- und Wertediskussion eintreten

Sprache und Persönlichkeit

Kenntnisse

- vielfältige sprachliche Register kennen

Fertigkeiten

- eine eigene Meinung entwickeln
- eigene Gefühle und Bedürfnisse reflektieren
- eigene Stärken und Schwächen einschätzen
- sich selbst in der Auseinandersetzung mit vielfältigen sprachlichen Entwürfen erleben
- Sprache als Experimentierfeld, als Ort von Gefühl und Kreativität, von Phantasie, Spielfreude und Humor benützen

Haltungen

- individuelle Sprachkompetenz entwickeln
- Sprache als Mittel zur Analyse und Bewältigung von Problemen und Konflikten einsetzen

3. Stundendotation

1. Jahr 4 Lektionen pro Woche

2. Jahr	4 Lektionen pro Woche
3. Jahr	4 Lektionen pro Woche

4. Abschluss

Die Fachnote wird wie folgt ermittelt:

Erfahrungsnote aus dem 5. und 6. Semester

1/2

LAP schriftlich und mündlich

1/2

Die LAP schriftlich besteht aus den drei Teilen Aufsatz, Sprachprüfung und praxisorientiertes Schreiben.

Die LAP mündlich besteht aus einer Textinterpretation.

5. Schullehrplan

Lehrmittel	1. Jahr	Gerhard Konzett, Otto Merki: Fokus Sprache Band 1
	2. und 3. Jahr	Gerhard Konzett, Otto Merki : Deutsch für Berufsmatura und Weiterbildung

1. Jahr

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
I. Grundlagen der Sprache kennen und anwenden	Im Gespräch sowie im schriftlichen Verkehr zeigen die Kaufleute Offenheit und berücksichtigen grundlegende Aspekte der Kommunikation.						
Kommunikationsmodell	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.	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationstheorie • Sender-Empfänger-Modelle • Metakommunikation 	1.6 1.9	2.1	K 2	4	<ul style="list-style-type: none"> • Grundlage: Schulz von Thun • Miteinander reden • literarische Texte deuten
2.5.3.1 (Betriebl. LZ) Sich klar und adressatengerecht ausdrücken	Kaufleute sind fähig, selbstständig und korrekt E-Mails, Aktennotizen, Briefe, Berichte, Texte für Websites und Protokolle zu verfassen.	Kaufleute drücken sich mündlich und schriftlich klar, in der passenden Sprache und adressatengerecht aus.	1.6	2.6	K 5	1	

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
Dialog und Gespräch	4.1.1.2 Kaufleute analysieren einen Dialog (live, aufgezeichnet oder schriftlich festgehalten) und zeigen darin kommunikationsfördernde bzw. kommunikationshemmende Aspekte auf.	<ul style="list-style-type: none"> • Ich-Botschaften • Aktives Zuhören • Feedback geben 	1.6 1.13	2.1 2.11	K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationsübungen in der Klasse
1.7.4 1 (Betriebl. LZ) Anlässe organisieren.	Kaufleute sind fähig, Sitzungen und Anlässe von der Planung bis zum Abschluss zielorientiert und effizient vorzubereiten.	Kaufleute können einfache Anlässe planen und dazu eine Checkliste für Vorbereitung, Durchführung und Nachbearbeitung aufstellen.	1.15	2.7	K 5	1	
1.4.4.2 (Betriebl. LZ) Teamverhalten	Ziele für das Teamverhalten festlegen	Kaufleute können im konkreten Fall für ein Team genaue Ziele selbstständig schriftlich festlegen, um eine vorgegebene Teamleistung in gewünschter Qualität und in angemessener Zeit zu erreichen. Dabei achten sie besonders auf eine kollegiale Zusammenarbeit.	1.12	2.8	K 5	5	<ul style="list-style-type: none"> • Teamarbeit • gruppenbildende Elemente einführen
	4.1.1.3 Am Beispiel eines offensichtlich misslungenen Gesprächs unterbreiten und begründen Kaufleute den Gesprächspartnern zwei bis drei Verbesserungsvorschläge.	<ul style="list-style-type: none"> • Metakommunikation • Ich-Botschaften 	1.6 1.9	2.1	K 2	2	<ul style="list-style-type: none"> • POU

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
	Es ist Kaufleuten ein Anliegen, die Sprache korrekt anzuwenden						
Grammatik	4.1.2.1 In der mündlichen und schriftlichen Kommunikation formulieren Kaufleute ihre Aussagen grammatisch korrekt.	<ul style="list-style-type: none"> • Wortarten • Unterscheidung der Wortarten • Rechtschreibung 	1.6 1.13	2.1 2.11	K 5	11	<ul style="list-style-type: none"> • Diktate • Bestimmungsübungen
Syntax und Zeichensetzung	4.1.2.2 In Texten mit unterschiedlichen Satzstrukturen unterscheiden Kaufleute zwischen Satzteilen sowie zwischen Haupt- und Nebensatz. Sie setzen die Satzzeichen richtig.	<ul style="list-style-type: none"> • Satzbau: • Satzglieder • Haupt- und Nebensätze • Interpunktion • Satzbau und Rechtschreibung • Nomen, Pronomen, Adjektive, Partikel • Semantik • Schreibstile 	1.6 1.7 1.11	2.1 2.3 2.7	K 5	11	<ul style="list-style-type: none"> • Bestimmungsübungen • Satzglieder bestimmen • KV-LAPs als Übungen und Notendarbeiten • Wortschatz und Stil von Texten untersuchen
Rechtschreibung	4.1.2.3 Kaufleute wenden die Rechtschreibregeln korrekt an.	<ul style="list-style-type: none"> • Rechtschreibung • Gross- / Kleinschreibung 	1.1 1.6 1.13	2.11	K 3	11	<ul style="list-style-type: none"> • Bestimmungsübungen
Wortschatz	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.	<ul style="list-style-type: none"> • Wortfamilie 	1.8 1.9 1.13	2.1 2.3 2.11	K 4	5	<ul style="list-style-type: none"> • Sprachebenen

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
Strategie	4.1.2.4 Bei orthografischen und grammatischen Problemfällen nutzen Kaufleute geeignete Hilfsmittel (z.B. Rechtschreib- und Grammatikbücher, Computerprogramme) und finden die richtige Lösung	<ul style="list-style-type: none"> Duden und Rechtschreibprogramm 	1.8	2.1	K 3	4	<ul style="list-style-type: none"> (POU)
II. Texte verstehen und Textabsicht erkennen	Im Umgang mit Texten reagieren Kaufleute situationsgerecht. Sie wenden geeignete Methoden an, um Inhalt, Aufbau, Argumentationsweise und Absicht zu erfassen.						
Lese- und Synthesetechnik	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.	<ul style="list-style-type: none"> einfache literarische Texte Unterscheidung zwischen fiktionalen und Sachtexten 	1.5 1.6	2.2 2.3 2.5	K 3	8	<ul style="list-style-type: none"> aktuelle Themen Klassenlektüre / Einzellektüre
Texte diskutieren	(BM) Freude am Lesen wecken	Literarische und journalistische Kleinformen	1.9	2.2 2.5		8	thematische Einheiten

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
	Kaufleute lesen und verstehen Texte und bilden sich eine Meinung dazu. Sie sind offen für die Literatur und erfahren sie als Bereicherung.						
Texte und persönliche Bereicherung	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 Kultur anderer.	<ul style="list-style-type: none"> • kulturelle Identität 	1.11 1.16 1.12	2.1 2.5	K 4	10	<ul style="list-style-type: none"> • thematische Einheiten (z.B. Analphabetismus, Globalisierung) • IKA
Stilmittel	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.	<ul style="list-style-type: none"> • Rhetorische Figuren • Fachliteratur • Intention des Textes erkennen 	1.6 1.13 1.12	2.1 2.3 2.11	K 5	10	<ul style="list-style-type: none"> • Stilübungen
III. Texte zielorientiert verfassen	Kaufleute sind sich bewusst, dass eine bestimmte Situation bestimmte Textsorten verlangt. Sie geben Ereignisse klar, folgerichtig und korrekt wieder und stellen komplexe Sachverhalte sowie Meinungsbeiträge präzise und logisch dar.						

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
2.5.2.1 (Betriebl. LZ) Die adäquate Kommunikationsform verwenden	Kaufleute sind fähig, selbstständig und korrekt E-Mails, Aktennotizen, Briefe, Texte für Websites und Protokolle zu verfassen.	Über die alltägliche Briefkommunikation hinaus sind Kaufleute auch in der Lage, andere Kommunikationswege zu nutzen und die dafür geeigneten Dokumente herzustellen: Mitteilungen per Mail, per Fax, interne Notizen, Gesprächsnotizen und Telefonnotizen.			K5	2	
2.5.4.1 (Betriebl. LZ) Stellenbewerbung	Eine Stellenbewerbung verfassen	Kaufleute bewerben sich überzeugend um eine ausgeschriebene Stelle, die sie interessiert. Die Gestaltung und Formulierung des Personalblattes und des Bewerbungsbriefes entsprechen den aktuell geltenden Gesichtspunkten.			K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> Wie stelle ich mich sprachlich in ein günstiges Licht
Information und Dokumentation	4.3.1.1 Kaufleute verfassen klar strukturierte, informierende und dokumentierende Texte, die dem gegebenen Thema angemessen sind.	<ul style="list-style-type: none"> Dokumentieren Beschreibung Zusammenfassung / Inhaltsangabe Protokoll Schreiben über sich (Selbstdarstellung / Selbstporträt) 	1.6 1.13 1.16	2.1 2.2 2.4 2.11	K 5	6	<ul style="list-style-type: none"> Schreibplanung / Disposition IKA Mindmap Clustering Lernjournal
Texte verfassen	(BM) Stellungnahmen zu einfacheren Wertfragen abgeben.	Schreiben in Pro- und Kontraktkriterien	1.13	2.3 2.5	K 4	8	<ul style="list-style-type: none"> Aktualitäten als Material beziehen

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
Hilfsmittel	4.3.1.3 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.	<ul style="list-style-type: none"> Hilfsmittel zur Rechtschreibung. Duden 	1.8 1.4	2.2 2.5 2.7	K 3	5	<ul style="list-style-type: none"> POU IKA
IV. Gehörtes und Gesehenes verstehen und Absicht erkennen	Kaufleute wenden Strategien sprachlichen und nichtsprachlichen Handelns erfolgreich an. Sie haben ein Gespür für Tonfall, Sprachebene und Stilmittel.						
Verbale und nonverbale Kommunikation	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.	<ul style="list-style-type: none"> rhetorische Figuren Kommunikationstheorie 	1.1 1.6 1.13	2.1 2.11	K 2	5	<ul style="list-style-type: none"> Schulz von Thun
V. Inhalte präsentieren und vertreten	Kaufleute halten Tatsachen und Meinungen auseinander und können angemessen argumentieren.						

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
Tatsachen, Meinungen und Argumentation	4.5.1.1 In Gesprächen, Diskussionen und Referaten zu vertrauten Themen halten Kaufleute offensichtliche Tatsachen, Meinungen und Gefühle auseinander.	<ul style="list-style-type: none"> • Gespräche / Diskussionen • Rollenspiele • Interviews 	1.6 1.12 1.13	2.1 2.5 2.11	K 4	3	<ul style="list-style-type: none"> • Kurzreferat (z.B. etwas vorstellen: Beruf, Hobby, Persönlichkeit) • Fakten vs. Meinungen
1.1.1.1 (Betriebl. LZ) Kundengespräch vorbereiten	Kaufleute sind fähig, Kundenanfragen gemäss den betrieblichen Vorgaben fachgerecht zu bearbeiten.	Kaufleute bereiten ein einfaches Kundengespräch nach einem selbst erstellten Plan systematisch vor. Der Plan berücksichtigt alle notwendigen Schritte und Unterlagen eines Verkaufs- oder Beratungsgesprächs.	1.8	2.1	K 5	1	
1.1.1.3 (Betriebl. LZ) Kundenbedürfnisse erfragen	Kaufleute sind fähig, Kundenanfragen gemäss den betrieblichen Vorgaben fachgerecht zu bearbeiten.	Kaufleute erfragen die Bedürfnisse der Kunden mit offenen und geschlossenen Fragen und fassen diese am Schluss für den Kunden und die Nachbearbeitung richtig zusammen. Bei Kundengesprächen sprechen Kaufleute ungezwungen, adressatengerecht und hören dem Gesprächspartner/der Gesprächspartnerin zu.	1.15	2.9	K 5	1	

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
1.1.3.1 (Betriebl. LZ) Umgangsformen anwenden	Kaufleute sind fähig, Kunden- und Beratungsgespräche auf eine freundliche, überzeugende und zielorientierte Art und Weise zu führen.	Kaufleute sind in der Lage, ihre Umgangsformen den verschiedenen Situationen im beruflichen Alltag anzupassen.	1.1 1.14	2.12	K 5	1	
1.1.1.2 (Betriebl. LZ) Kundengespräch führen, Kunden überzeugen	Kaufleute sind fähig, Kunden- und Beratungsgespräche auf eine freundliche, überzeugende und zielorientierte Art und Weise zu führen.	Ein Kundengespräch besteht aus offenen und geschlossenen Fragen. Um die Bedürfnisse eines Kunden genau zu erfassen, verwenden Kaufleute in einem Kundengespräch offene Fragen. Sie können die Produkte und/oder Dienstleistungen mit zutreffenden und auf die Kundenwünsche ausgerichteten Argumenten erläutern. Am Schluss des Gespräches fassen sie die vorgebrachten Bedürfnisse richtig zusammen.	1.5 1.6	2.9	K 5	1	
		<ul style="list-style-type: none"> • Referat / Präsentation • Diskussion 	1.16	2.1 2.2 2.4 2.7 2.11	K 5	3	<ul style="list-style-type: none"> • Gruppenreferate (Vorbereitung Projektarbeit) • Fragetechnik • Argumente
		<ul style="list-style-type: none"> • Argumentationstechniken und Fragetechniken • Diskussionsleitung 	1.5 1.6 1.12	2.1 2.3 2.5	K 4	2	<ul style="list-style-type: none"> • Feedback geben • Argumente • Vorbereitung mündliche Prüfung

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
		<ul style="list-style-type: none"> Meinungen und Wertungen erkennen 	1.16	2.1 2.2 2.4 2.7 2.11	K 5	6	<ul style="list-style-type: none"> Autorintention würdigen
	VI. Mit Medien umgehen						
Verschiedene Medien	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.	<ul style="list-style-type: none"> medienkundliche Grundbegriffe kennen 	1.13	2.1 2.2 2.5	K 5	3	<ul style="list-style-type: none"> journalistische Textsorten Bericht und Kommentar Massenmedien : Presse, Radio, Fernsehen, Internet
	4.6.2.3 Kaufleute reagieren auf Informationen in Medien (Text, Bild und Grafik), indem sie ihre Meinung kurz und prägnant ausdrücken, z.B. mit einem Statement, Leserbrief oder einer E-Mail.	<ul style="list-style-type: none"> kritisch mit Medien umgehen 	1.16	2.1 2.4 2.5	K 5		<ul style="list-style-type: none"> Leserbriefe schreiben
			Prüfungen im ersten Jahr Reserve			10 4	
			Total			160	

2. Jahr

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
I. Grundlagen der Sprache kennen und anwenden	Im Gespräch sowie im schriftlichen Verkehr zeigen die Kaufleute Offenheit und berücksichtigen grundlegende Aspekte der Kommunikation.						
	Es ist Kaufleuten ein Anliegen, die Sprache korrekt anzuwenden						
Grammatik	4.1.2.1 In der mündlichen und schriftlichen Kommunikation formulieren Kaufleute ihre Aussagen grammatisch korrekt.	<ul style="list-style-type: none"> • Zeiten / Zeitenfolge • Konjunktiv / Indirekte Rede • Aktiv / Passiv 	1.6 1.13	2.1 2.11	K 5	11	<ul style="list-style-type: none"> • Bestimmungsübungen • Diktate
Syntax und Zeichensetzung	4.1.2.2 In Texten mit unterschiedlichen Satzstrukturen unterscheiden Kaufleute zwischen Satzteilen sowie zwischen Haupt- und Nebensatz. Sie setzen die Satzzeichen richtig.	<ul style="list-style-type: none"> • Satzbau • Satzglieder • Interpunktion 	1.6 1.7 1.11	2.1 2.3 2.7	K 5	11	<ul style="list-style-type: none"> • Bestimmungsübungen • Satzglieder bestimmen • KV-LAPs als Übungen und Notendarbeiten

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
Wortschatz	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.	<ul style="list-style-type: none"> Fremdwörter 	1.8 1.9 1.13	2.1 2.3 2.11	K 4	6	<ul style="list-style-type: none"> Sprachebenen Bestimmungsübungen Wortschatz
II. Texte verstehen und Textabsicht erkennen	Im Umgang mit Texten reagieren Kaufleute situationsgerecht. Sie wenden geeignete Methoden an, um Inhalt, Aufbau, Argumentationsweise und Absicht zu erfassen.						
1.1.2.1 (Betriebl. LZ) Argumente und Vorschläge bringen	Kaufleute sind fähig, Kunden und Beratungsgespräche auf eine freundliche, überzeugende und zielorientierte Art und Weise zu führen.	Kaufleute können mit passenden Argumenten und Vorschlägen auf die Kaufmotive der Kunden eingehen.	1.5 1.6	2.10	K 5	2	
1.1.3.2 (Betriebl. LZ) Beschwerden entgegennehmen	Kaufleute sind fähig, Reklamationen freundlich und angemessen entgegenzunehmen und sachgerechte Lösungen zu erarbeiten und umzusetzen.	Kaufleute nehmen Beschwerden, Einwände oder Kritiken sowohl von internen als auch von externen Kunden einfühlsam, ruhig und sachlich entgegen. Sie suchen nach für alle Beteiligten konstruktiven Lösungen.	1.7 1.16	2.7 2.12	K 5	2	

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
1.1.3.3 (Betriebl. LZ) Beschwerden formulieren	Kaufleute sind fähig, Reklamationen freundlich und angemessen entgegenzunehmen und sachgerechte Lösungen zu erarbeiten und umzusetzen.	Kaufleute formulieren Kritik, Bedenken, Probleme oder Beschwerden in konkreten Situationen sachlich und einfühlsam.	1.16	2.12	K 5	2	
Texttypologie	4.2.1.3 Kaufleute unterscheiden verschiedene Textsorten in den journalistischen, geschäftlichen und literarischen Bereichen nach Inhalt, Aufbau und Sprache.	<ul style="list-style-type: none"> • Unterscheidung zwischen fiktionalen und Sachtexten • Methoden der Textanalyse und Interpretation • anspruchsvolle epische und / oder dramatische Texte • Literaturgeschichte 	1.13	2.1 2.5	K 2	10	<ul style="list-style-type: none"> • literarische Kleinformen • literarische Texte im Kontext der Literaturgeschichte lesen
Umgang mit Literatur	(BM) Erweiterung des Begriffs Literatur, deren Geschichte und Erscheinungsformen	Dramatische und epische Formen kennen lernen	1.8	2.5	K 4	10	<ul style="list-style-type: none"> • evtl. selber ein Werk wählen und bearbeiten
	Kaufleute lesen und verstehen Texte und bilden sich eine Meinung dazu. Sie sind offen für die Literatur und erfahren sie als Bereicherung.						
Texte und persönliche Bereicherung	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 Kultur anderer.	<ul style="list-style-type: none"> • kulturelle Identität 	1.11 1.16 1.12	2.1 2.5	K 4	10	<ul style="list-style-type: none"> • thematische Einheiten (z.B. Analphabetismus, Globalisierung) • IKA

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
Stilmittel	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.	<ul style="list-style-type: none"> Rhetorische Figuren Fachliteratur Intention des Textes erkennen 	1.6 1.13 1.12	2.1 2.3 2.11	K 5	10	<ul style="list-style-type: none"> Stilübungen
III. Texte zielorientiert verfassen	Kaufleute sind sich bewusst, dass eine bestimmte Situation bestimmte Textsorten verlangt. Sie geben Ereignisse klar, folgerichtig und korrekt wieder und stellen komplexe Sachverhalte sowie Meinungsbeiträge präzise und logisch dar.						
Information und Dokumentation	4.3.1.1 Kaufleute verfassen klar strukturierte, informierende und dokumentierende Texte, die dem gegebenen Thema angemessen sind.	<ul style="list-style-type: none"> Fingieren Argumentieren 	1.6 1.13 1.16	2.1 2.2 2.4 2.11	K 5	8	<ul style="list-style-type: none"> Mindmap Clustering

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
2.1.3.1 (Betriebl. LZ) Informationen	Sich Informationen beschaffen	Kaufleute sind in der Lage, sich auf verschiedene Arten Informationen und Daten zu beschaffen. Sie verwenden moderne Methoden der Recherche (z.B. relevante Dokumente wählen), kennen die Funktionsweise der Suchmaschinen und nutzen die Techniken der interaktiven Recherche (z.B. Internet).	1.5	2.1	K 3	3	<ul style="list-style-type: none"> Quellen für Recherche nutzbar machen
Stellungnahmen	(BM) Kaufleute bemühen sich, zu aktuellen Wertfragen eine Meinung zu bilden.	Meinungsbildung	1.11 1.13	2.3 2.7	K 5	3	<ul style="list-style-type: none"> Gesellschaftliche Aktualitäten berücksichtigen
IV. Gehörtes und Gesehenes verstehen und Absicht erkennen	Kaufleute wenden Strategien sprachlichen und nichtsprachlichen Handelns erfolgreich an. Sie haben ein Gespür für Tonfall, Sprachebene und Stilmittel.						
	Kaufleute folgen Gesprächen, Diskussionen und Reden mit Interesse. Sie verstehen die Aussage, erkennen die Absicht des Sprechenden und reagieren angemessen.						

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
Gespräche und Vorträge	4.4.2.1 Kaufleute verstehen und notieren wichtige Aussagen aus Gesprächen, Vorträgen usw. zu Themen aus dem eigenen beruflichen und dem gesellschaftlichen Bereich.	<ul style="list-style-type: none"> Diskussion und Referate 	1.9	2.1 2.2 2.3 2.5	K 5	10	<ul style="list-style-type: none"> eigene Themen bearbeiten in Form von Referaten Diskussion von Aktualitäten
V. Inhalte präsentieren und vertreten	Kaufleute halten Tatsachen und Meinungen auseinander und können angemessen argumentieren.						
	Kaufleute sind bereit, sich auf Meinungsbildungsprozesse einzulassen. Sie sammeln Fakten, versetzen sich in die Position anderer, erkennen die Überzeugungskraft des guten Arguments und die Wirkung der guten Präsentation. Sie respektieren die Meinung anderer.						
Präsentation und Diskussion	4.5.2.1 Kaufleute verwenden wirkungsvolle Mittel, die zum Erfolg von Referaten und Präsentationen oder Diskussionen und Gesprächen beitragen.	<ul style="list-style-type: none"> Diskussionen zu aktuellen Themen Werke präsentieren 	1.1 1.6 1.11	2.6	K 3	10	<ul style="list-style-type: none"> Werkpräsentation Gesprächsanalyse

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
Zuhören und Zusammenfassen	4.5.2.2 Kaufleute fassen als Beobachtende einer Diskussion markante Meinungen klar zusammen.	<ul style="list-style-type: none"> Diskussion 	1.6 1.12	2.1	K 5	10	<ul style="list-style-type: none"> Pro und Kontra Diskussion zusammenfassen
	Kaufleute präsentieren Inhalte und Meinungen kompetent.						
Gelungene Präsentationen	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.	<ul style="list-style-type: none"> selbstständiges Referat Medieneinsatz planen kleine Reden, Stegreifreden 	1.1 1.6 1.12	2.1 2.4 2.5 2.6	K 5	10	<ul style="list-style-type: none"> Stichwortkarten Ausspracheübungen Gruppenarbeit
Beurteilung von Vorträgen und Präsentationen	4.5.3.2 Kaufleute legen einen verwendbaren Raster an mit mehreren Gesichtspunkten zur Beurteilung von eigenen und fremden Präsentationen.	<ul style="list-style-type: none"> Bewertungskriterien erstellen und anwenden 	1.6 1.12	2.4 2.11 2.12	K 6	10	<ul style="list-style-type: none"> Feedback von Referaten IKA
VI. Mit Medien umgehen	Kaufleute sind sich der Bedeutung und Wirkung der unterschiedlichen Medien bewusst und sind in der Lage, Medien als Informationsquelle für Beruf und Alltag zu nutzen. Sie prüfen die Informationen kritisch und beurteilen deren Qualität.						

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
Verschiedene Medien	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 medien-spezifische Eigenheiten plausibel auf.	<ul style="list-style-type: none"> • medienkundliche Grundbegriffe kennen 	1.13	2.1 2.2 2.5	K 5	3	<ul style="list-style-type: none"> • journalistische Textsorten • Bericht und Kommentar • Massenmedien : Presse, Radio, Fernsehen, Internet • IKA
	4.6.2.1 Kaufleute beurteilen kritisch den Sachverhalt und Informationswert von Medienerzeugnissen, die mit ihrer Berufswelt oder mit dem allgemeinen gesellschaftlichen Leben zu tun haben.	<ul style="list-style-type: none"> • den eigenen Medienkonsum reflektieren 	1.11 1.13	2.1 2.2 2.5	K 6	5	<ul style="list-style-type: none"> • (Gruppen-) Referate (Projektarbeit) • Zeitungsartikel vergleichen
			Prüfungen im ersten Jahr Reserve			10 4	
			Total			160	

3. Jahr

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
I. Grundlagen der Sprache kennen und anwenden	Im Gespräch sowie im schriftlichen Verkehr zeigen die Kaufleute Offenheit und berücksichtigen grundlegende Aspekte der Kommunikation.						
	Es ist Kaufleuten ein Anliegen, die Sprache korrekt anzuwenden						
Syntax und Zeichensetzung	4.1.2.2 In Texten mit unterschiedlichen Satzstrukturen unterscheiden Kaufleute zwischen Satzteilen sowie zwischen Haupt- und Nebensatz. Sie setzen die Satzzeichen richtig.	<ul style="list-style-type: none"> • Nomen, Pronomen, Adjektive, Partikel • Semantik • Schreibstile 	1.6 1.7 1.11	2.1 2.3 2.7	K 5	11	<ul style="list-style-type: none"> • Bestimmungsübungen • KV-LAPs als Übungen und Notendarbeiten • Wortschatz und Stil von Texten untersuchen
Grammatik anwenden	(BM) Das Regelwerk im Hinblick auf die BM vervollständigen	Wortschatz, Grammatik, Stilistik	1.8	2.2	K 3	5	<ul style="list-style-type: none"> • Arbeit am Text • GOWIS

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
II. Texte verstehen und Textabsicht erkennen	Im Umgang mit Texten reagieren Kaufleute situationsgerecht. Sie wenden geeignete Methoden an, um Inhalt, Aufbau, Argumentationsweise und Absicht zu erfassen.						
Lese- und Synthesetechnik	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.	<ul style="list-style-type: none"> • einfache literarische Texte • Literaturgeschichte: Fortsetzung anspruchsvollere Texte • Methoden der Textanalyse und Interpretation • anspruchsvolle epische und / oder dramatische Texte 	1.6	2.1 2.5	K 5	10	<ul style="list-style-type: none"> • Übungen anhand literarischer und journalistischer Texte • IKA • literarische Texte im Kontext der Literaturgeschichte lesen
Umgang mit Literatur	(BM) Fortsetzung literarische Studien	Voraussetzungen vervollständigen	1.13	2.11	K 6	9	<ul style="list-style-type: none"> • literarische Werke bearbeiten zur Vorbereitung auf die BM
	Kaufleute lesen und verstehen Texte und bilden sich eine Meinung dazu. Sie sind offen für die Literatur und erfahren sie als Bereicherung.						

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
Texte und persönliche Bereicherung	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 Kultur anderer.	<ul style="list-style-type: none"> kulturelle Identität 	1.11 1.16 1.12	2.1 2.5	K 4	10	<ul style="list-style-type: none"> thematische Einheiten (z.B. Analphabetismus, Globalisierung) IKA
Stilmittel	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.	<ul style="list-style-type: none"> Rhetorische Figuren Fachliteratur Intention des Textes erkennen 	1.6 1.13 1.12	2.1 2.3 2.11	K 5	10	<ul style="list-style-type: none"> Stilübungen
III. Texte zielorientiert verfassen	Kaufleute sind sich bewusst, dass eine bestimmte Situation bestimmte Textsorten verlangt. Sie geben Ereignisse klar, folgerichtig und korrekt wieder und stellen komplexe Sachverhalte sowie Meinungsbeiträge präzise und logisch dar.						

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
Hilfsmittel	4.3.1.3 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.	<ul style="list-style-type: none"> • Hilfsmittel zur Rechtschreibung. • Duden • Überarbeitungstechniken 	1.8 1.4	2.2 2.5 2.7	K 3	2	<ul style="list-style-type: none"> • POU • IKA
Textproduktion	(BM) Korrektes Verfassen eines Textes	Anforderungen an BM-Aufsatz klären	1.8 1.9	2.4 2.7	K 3/4	3	<ul style="list-style-type: none"> • Schreibtraining, alte Beispiele
IV. Gehörtes und Gesehenes verstehen und Absicht erkennen	Kaufleute wenden Strategien sprachlichen und nichtsprachlichen Handelns erfolgreich an. Sie haben ein Gespür für Tonfall, Sprachebene und Stilmittel.						
	Kaufleute vermögen Bildinhalte und -aussagen zu erfassen und sprachlich umzusetzen.						

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
Botschaft und Bild	4.4.3.1 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.	<ul style="list-style-type: none"> Bild und Textanalyse 	1.9	2.1 2.2 2.3 2.5	K 5	16	<ul style="list-style-type: none"> Werbetexte Grafiken aktuelle Werbung verschiedene Medienauftritte vergleichen
V. Inhalte präsentieren und vertreten	Kaufleute halten Tatsachen und Meinungen auseinander und können angemessen argumentieren.						
	Kaufleute sind bereit, sich auf Meinungsbildungsprozesse einzulassen. Sie sammeln Fakten, versetzen sich in die Position anderer, erkennen die Überzeugungskraft des guten Arguments und die Wirkung der guten Präsentation. Sie respektieren die Meinung anderer.						

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
Bewertung	4.5.2.3. Kaufleute beurteilen Diskussionsbeiträge sachlich und unvoreingenommen. Dazu benutzen sie eine selbstständig erstellte Liste mit mehreren Gesichtspunkten.	<ul style="list-style-type: none"> Liste für Diskussionsbeiträge 	1.6 1.12 1.15 1.16	2.1 2.3	K 6	18	<ul style="list-style-type: none"> Feedbackkriterien
Vertreten einer Meinung	4.5.2.4. Kaufleute können bei einer Diskussion eine Meinung, die nicht der Auffassung der Mehrheit entspricht, überzeugend vertreten.	<ul style="list-style-type: none"> Gespräche Meinungsaustausch 	1.1 1.6 1.7 1.11 1.16	2.6 2.7	K 5	21	<ul style="list-style-type: none"> aktuelles Thema Selbstsicherheit schulen
VI. Mit Medien umgehen	Kaufleute sind sich der Bedeutung und Wirkung der unterschiedlichen Medien bewusst und sind in der Lage, Medien als Informationsquelle für Beruf und Alltag zu nutzen. Sie prüfen die Informationen kritisch und beurteilen deren Qualität.						

Wissensbereich	Leistungsziele	Inhalte	SSK	MK	TAX	Lek. ca.	Hinweise, Empfehlung
Verschiedene Medien	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.	<ul style="list-style-type: none"> • medienkundliche Grundbegriffe kennen 	1.13	2.1 2.2 2.5	K 5	4	<ul style="list-style-type: none"> • journalistische Textsorten • Bericht und Kommentar • Massenmedien : Presse, Radio, Fernsehen, Internet • IKA
	4.6.2.1 Kaufleute beurteilen kritisch den Sachverhalt und Informationswert von Medienerzeugnissen, die mit ihrer Berufswelt oder mit dem allgemeinen gesellschaftlichen Leben zu tun haben.	<ul style="list-style-type: none"> • den eigenen Medienkonsum reflektieren 	1.11 1.13	2.1 2.2 2.5	K 6	5	<ul style="list-style-type: none"> • (Gruppen-) Referate (Projektarbeit) • Zeitungsartikel vergleichen
	4.6.2.3 Kaufleute reagieren auf Informationen in Medien (Text, Bild und Grafik), indem sie ihre Meinung kurz und prägnant ausdrücken, z.B. mit einem Statement, Leserbrief oder einer E-Mail.	<ul style="list-style-type: none"> • kritisch mit Medien umgehen 	1.16	2.1 2.4 2.5	K 5	2	<ul style="list-style-type: none"> • Leserbriefe schreiben • IKA
			Prüfungen im ersten Jahr Reserve			10 4	
			Total			140	