

**Marking notes**  
**Remarques pour la notation**  
**Notas para la corrección**

**May / Mai / Mayo de 2019**

**German / Allemand / Alemán A:**  
**language and literature /**  
**langue et littérature /**  
**lengua y literatura**

**Higher level**  
**Niveau supérieur**  
**Nivel superior**

**Paper / Épreuve / Prueba 1**

No part of this product may be reproduced in any form or by any electronic or mechanical means, including information storage and retrieval systems, without written permission from the IB.

Additionally, the license tied with this product prohibits commercial use of any selected files or extracts from this product. Use by third parties, including but not limited to publishers, private teachers, tutoring or study services, preparatory schools, vendors operating curriculum mapping services or teacher resource digital platforms and app developers, is not permitted and is subject to the IB's prior written consent via a license. More information on how to request a license can be obtained from <http://www.ibo.org/contact-the-ib/media-inquiries/for-publishers/guidance-for-third-party-publishers-and-providers/how-to-apply-for-a-license>.

Aucune partie de ce produit ne peut être reproduite sous quelque forme ni par quelque moyen que ce soit, électronique ou mécanique, y compris des systèmes de stockage et de récupération d'informations, sans l'autorisation écrite de l'IB.

De plus, la licence associée à ce produit interdit toute utilisation commerciale de tout fichier ou extrait sélectionné dans ce produit. L'utilisation par des tiers, y compris, sans toutefois s'y limiter, des éditeurs, des professeurs particuliers, des services de tutorat ou d'aide aux études, des établissements de préparation à l'enseignement supérieur, des fournisseurs de services de planification des programmes d'études, des gestionnaires de plateformes pédagogiques en ligne, et des développeurs d'applications, n'est pas autorisée et est soumise au consentement écrit préalable de l'IB par l'intermédiaire d'une licence. Pour plus d'informations sur la procédure à suivre pour demander une licence, rendez-vous à l'adresse <http://www.ibo.org/fr/contact-the-ib/media-inquiries/for-publishers/guidance-for-third-party-publishers-and-providers/how-to-apply-for-a-license>.

No se podrá reproducir ninguna parte de este producto de ninguna forma ni por ningún medio electrónico o mecánico, incluidos los sistemas de almacenamiento y recuperación de información, sin que medie la autorización escrita del IB.

Además, la licencia vinculada a este producto prohíbe el uso con fines comerciales de todo archivo o fragmento seleccionado de este producto. El uso por parte de terceros —lo que incluye, a título enunciativo, editoriales, profesores particulares, servicios de apoyo académico o ayuda para el estudio, colegios preparatorios, desarrolladores de aplicaciones y entidades que presten servicios de planificación curricular u ofrezcan recursos para docentes mediante plataformas digitales— no está permitido y estará sujeto al otorgamiento previo de una licencia escrita por parte del IB. En este enlace encontrará más información sobre cómo solicitar una licencia: <http://www.ibo.org/es/contact-the-ib/media-inquiries/for-publishers/guidance-for-third-party-publishers-and-providers/how-to-apply-for-a-license>.

## 1. Text A und Text B

Beide Texte befassen sich mit der Thematik des Pilgerns. Bei Text A handelt es sich um eine Programmbeschreibung auf einer TV-Programmorschau-Webseite, die ein Programm zum Thema Pilgern vorstellt. Bei Text B handelt es sich um den Beginn eines Reisetagebuches.

Eine angemessene bis gute Analyse wird:

- Den Kontext und die Thematik kommentieren: Text B: Der gekürzte Text beginnt am Anfang des Reisetagebuches des Komikers Hape Kerkeling. Während es eine bildhafte Beschreibung der Ereignisse gibt, steht am Anfang im Mittelpunkt die Frage nach der eigenen Identität des Reisenden, der sich dann selbst als „Pilger“ versteht.
- Text A: Der Text stammt aus der Internetseite „TV info – sehen was läuft“ und informiert über eine Sendung in der Sparte „Natur+Reisen/Tourismus“, die im Abendprogramm, um 20:15, am 27.6. vom SWR ausgestrahlt wird und dann noch einmal am 28.6. wiederholt wird. Die Sendung verfolgt das Abenteuer eines pensionierten Ehepaares, das sich per Wohnwagen auf den Jakobsweg begibt und die Voraussetzungen eines Pilgers (zu Fuß, per Fahrrad oder Pferd) umgangen werden.
- Die Intention beider Texte erwähnen: Text B: Der Text hat eine unterhaltende Funktion, in der auf humorvolle Weise die Thematik des Pilgerns und Selbstfindens, aber auch Informationen und Fakten über den Weg und das Land präsentiert werden.
- Text A: Der Text hat eine informative und zugleich unterhaltende und werbende Intention, um potentielle Zuschauer zu überzeugen, sich die Sendung anzusehen. Programmbeschreibungen dieser Art werden meist von den Sendern selbst verfasst, so dass die Texte den Zuschauer auf den Programminhalt hinweisen und gleichzeitig auch Neugierde wecken.
- Die für die Textsorte typischen Merkmale: Text B: Das Reisetagebuch beschreibt Orte und Erlebnisse. Im Vordergrund steht allerdings nicht die Präsentation des Landes oder des Weges, sondern der persönliche Weg, wie auch der Titel „meine Reise auf dem Jakobsweg“ unterstreicht. Es geht hier um das „Sich-Selbst-Profilieren“ und „Selbst-Finden“.
- Text A: Der Text selbst ist ein informativer Text, der den Sendungsinhalt zusammenfasst und gleichzeitig Neugier im Leser erweckt und zum Ansehen der Sendung reizt. Der Text selbst wird digital auf der TVInfo Webseite präsentiert. Durch dieses Medium wird der Text digital unterstützt durch typische Merkmale wie z.B. Navigationsleisten, die Möglichkeit Informationen zu teilen, Links zu weiteren Informationen.
- Die Zielgruppe kommentieren: Text B: erwachsene Leser, die an einer Pilgerreise interessiert sind; Leser, die Hape Kerkeling als Komiker, Moderator, Schauspieler kennen und gerne über seine Erfahrung lesen möchten;
- Text A: Diejenigen, die die Webseite benutzen, um aktuelle Informationen über Fernsehprogramme zu erhalten und für die die Suche nach Sendungen von der Homepage der Webseite aus geschieht. Außerdem besteht für potentielle Zuschauer, die sich für die Thematik interessieren, die Möglichkeit, gezielt im Internet anhand von Suchwörtern diese Sendung zu finden. Die Leser beschränken sich höchstwahrscheinlich auf Zuschauer im deutschsprachigen Raum, insbesondere Deutschland, die Zugang zum deutschen Fernsehen haben. Darüberhinaus könnte eine weitere Zielgruppe aus denjenigen bestehen, die an der Thematik interessiert sind, deutsches Fernsehen jedoch nicht live sehen können, und sich die Sendung daher über die Mediathek als „Video on Demand“ anschauen.

- Auf die grafische Gestaltung eingehen: Text B: das Buchdeckelfoto zeigt Hape Kerkeling in seiner Wanderausrüstung, die er im Textauszug beschreibt; insbesondere kann man den „knallroten“ Rucksack erkennen; alles erscheint sehr neu, was im Kontrast zu seiner Umgebung steht. Der Autor scheint touristenmäßig, lächelnd, zu posieren.
- Text A: Der Text selbst ist als Block präsentiert, d.h. es gibt keine Absätze. Die graphischen Elemente sind die, die üblicherweise auf einer Webseite zu finden sind: das Logo auf der linken Seite, eine Suchmöglichkeit, das obere Kopfbild mit einem Navigationsmenü, Schnellzugriffsmöglichkeiten auf die „Übersicht“ und die „Bilder“. Diese für eine Webseite typischen Merkmale helfen es dem Leser, sich auf dieser Webseite zu orientieren und von den digitalen Angeboten Gebrauch zu machen. Dies bedeutet, dass der Leser schnellen Zugang zu einem großen Informationsangebot hat. Die Benutzung von Schaltflächen für soziale Medien ist auch ein typisches Element, das es dem Leser ermöglicht, Informationen mit anderen zu teilen und das typisch für Webseiten ist.
- Die Sprache kommentieren: Text B: man erkennt Humor und Selbstironie („sehe aus wie Elmar, die Cartoon-Figure...“, „dass meine überbeuerte Regenjacke nicht nur kälte- sondern auch wasserdurchlässig ist“); der Text vermittelt Lebhaftigkeit durch starken Gebrauch von direkter Rede und Ausrufen; Fragen, die der Autor an sich selbst stellt und die seine Entscheidung anzweifeln; oft stellt sich der Autor die Frage nach dem eigenen Geisteszustand hinsichtlich seiner Entscheidung auf Pilgerreise zu gehen; der Ton ist unbefangen und oft wird zu umgangssprachlicher oder ungewöhnlicher Sprache gegriffen („durchgeknallt“, „ausbaldowere“, „Weicheier“, „Kippe“, „Sauwetter“);
- Text A: Der Text zeichnet sich durch auffallende Informationsdichte aus; zudem benutzt der Autor – der unbekannt bleibt – Humor, um die ungewöhnliche Geschichte des älteren Ehepaares darzustellen.
- Geographische Informationen sind oft zu finden und sind dazu sehr präzise dargestellt: der Autor stellt das Pilgerpaar zunächst als „gebürtige Schwaben“, die aber „im hohen Norden bei Flensburg“ wohnen und die jedes Jahr „in den Süden“ fahren – dieses Mal in den „äußersten Nordwesten Spaniens“. Die Reise wird durch die Benennung bestimmter Orte und Regionen klar verdeutlicht. Der Text zeichnet sich durch eine Vielfalt von Adjektiven aus, die insbesondere kulturelle und geographische Referenzen ausdrucksstark beschreiben (z.B. historische Kunst, großartige Landschaften, alte Königsstädte, ins grüne, galicische Bergland). Desweiteren bildet der Autor einen Kontrast zwischen den üblichen Fortbewegungsmitteln eines Pilgers (zu Fuß, per Rad oder Pferd) und dem gewählten Transportmittel des Ehepaares Tamm. Der Neologismus „Wohnmobilpilger“ wird zu diesem Zwecke benutzt.
- Oft weist der Autor auf den sozialen Status des Ehepaares hin: „Ruheständler“, „Rentner“, zeigt aber auch ihre Zugehörigkeit zu anderen Gruppen, z.B. „Wohnmobil- und Wohnwagenfans“, „Bleifuß-Pilger“ bis hin zu Teilnehmern der „Pilgergruppe“.
- Der Autor porträtiert das Ehepaar als liebenswerte Abenteurer, die die Regeln schelmisch beugen.
- Die Motive des Abenteurers und der körperlichen Anstrengung werden durch Verben wie „bewältigen“ und „durchschlagen“ und dem Adjektiv „schweißtreibend“ unterstrichen, bevor es „krönend“ abgeschlossen wird.
- Das Ehepaar und andere Wohnwagenfans werden als liebenswert unkonventionell beschrieben, als Menschen, die sich nicht von Regeln eingrenzen lassen; dies sieht man in der Wortwahl wie „geschummelt“ und „schlitzohrig“.
- Zwei Fragen werden benutzt, die Einblick in den Sendeinhalt geben; Antworten werden aus der Perspektive des Ehepaares gegeben, was dem potentiellen Zuschauer einen Eindruck über den unterhaltenden und humorvollen Programm gibt Humor.
- Der Autor schafft auch Gegensätze, die das Unterfangen der Tamms mit dem eines konventionellen Pilgers kontrastieren. Dies zeigt sich u.a. wenn „die schweißtreibende Pilgertour“ mit dem Pilgern „auf vier Rädern“ als „hübsch komfortabel“ in Zusammenhang gebracht wird. Weitere Gegensatzpaare sind zu finden in „streng genommen“ und „geschummelt“ und „schlitzohrig“ und „ungelogen“ (bemerkenswert hier auch die Wortwahl „ungelogen“ statt „ehrlich“).

- Ironie zeigt sich in der Überschrift: Der Begriff „Bleifußfahrer“ bezieht sich normalerweise auf einen Autofahrer, für den es nur eine schnelle Geschwindigkeit beim Fahren gibt – der Fuß ist schwer wie Blei und drückt auf das Gaspedal. Bei den Pilgern im Text geht es um motorisierte Pilger in einem Wohnwagen. Die Ironie entsteht dadurch, dass schnelles Fahren eigentlich nicht mit Wohnwagenfahrern assoziiert wird.

Eine gute bis sehr gute Analyse könnte auch:

- Genauer auf die Textsorte eingehen: Text A: Eine Zusammenfassung und Vorschau auf ein Fernsehprogramm – daher ein informativer Text, der allerdings digital präsentiert und somit auch Eigenschaften einer Webseite hat.
- Text A und B:
- Die Thematik erkennen und weiter auf die Perspektiven der Autoren eingehen:
- Text A: der Autor ist/war nicht Teil des Geschehens und informiert über eine Sendung; trotzdem bekommt der Leser das Gefühl einer Wertung, insbesondere durch Humor und Ironie: Text B: der Autor ist Teil des Geschehens und berichtet aus eigener Erfahrung.
- Beide Texte haben humoristische Elemente
- Genauer auf die Intention eingehen: Text B: informieren, unterhalten und werben
- Text A: Unterhaltung, Information, Gedankenanstoß
- Genauer auf die Ähnlichkeiten und Unterschiede der beiden Texte eingehen:
- Text B: humoristisch; Autor nimmt sich selbst nicht ernst, thematisiert jedoch ein modernes Phänomen (Popularitätsgewinn am Jakobsweg, immer mehr Menschen „auf der Suche“);
- Text A: informativ; Neugier erweckend; unterhaltend und humoristisch
- Text A und B: Unterschied in den Perspektiven der Autoren

## 2. Text C und Text D

Die KandidatInnen sollen zwei Texte untersuchen, in denen der Schwerpunkt auf Touristik/Reisen liegt. Die Unterschiede präsentieren sich in der sprachlichen und textlichen Behandlung des Themas.

Eine angemessene bis gute Analyse wird:

- Den Kontext und die Thematik kommentieren: Text C: Ein touristischer Werbetext, der das Land und die Natur um Berlin präsentiert; insbesondere wird die Nähe und gute Verkehrsanbindung an die Hauptstadt Berlin thematisiert und die Ruhe und Natur des Nationalparks unterstrichen. Text D: wie der Titel der Reihe „Gestrandet in..“ besagt, geht es um die Entdeckung eines Ortes, der sich nicht unbedingt als Touristenziel anbietet und womöglich zu übersehen wäre.
- Die Intention beider Texte erwähnen: Text C: der Text soll einen der 15 Naturparks, Naturpark Barnim, vorstellen und beschreibt ihn als Oase der Ruhe und als Heimat diverser Pflanzen- und Tierarten; der Text bietet Fakten und Informationen, um Besucher gut auf ihren Besuch vorzubereiten. Text D: der Ausgangspunkt ist die Annahme, dass er Leser Bad Homburg nie besuchen wollte („Da wollten Sie nie hin?“); der Autor versucht auf humorvolle Weise die Stadt Bad Homburg als Ausflugsziel vorzustellen; trotz des humorvollen Tons, werden dem Leser viele Informationen vermittelt (Spaziergänge, Geschichte, Kasino, Gastronomie); das Unbemerkenswerte wird hier ironisch zu Bemerkenswertem avanciert.
- Die für die Textsorte typischen Merkmale: Text C: der Text ist ein Auszug aus einer öffentlich zugänglichen, kostenlosen Touristik-Broschüre, herausgegeben vom Ministerium für Ländliche Entwicklung, Umwelt und Landwirtschaft des Landes Brandenburg; der Text dient zur Information und wirbt für den Besuch des Naturparks; der Text selbst übermittelt insbesondere die Reichhaltigkeit an Pflanzen und Tieren im Park; zusätzlich bietet der Text eine Liste empfehlenswerter Stätten und Touren; die mit diesem Texttyp verbundenen Merkmale wie Übersichtlichkeit, Sprachneutralität, relativ simple Satzkonstruktionen sind auffindbar; Text D: der Text ist Teil der Kolumnen- Reihe „Gestrandet in“ in dem Ressort „Entdecken“, die sich mit der Kolumne „Die Omelettschule“ abwechselt; die Textlänge ist einer Kolumne entsprechend und enthält eine Illustration, die Textaussage und Ton unterstützt
- Die Zielgruppe kommentieren: Text C: interessierte Urlauber, die ihren Urlaub in Berlin evtl. auch mit einem Ausflug in die Natur verbinden möchten; für die Berliner selbst, die aus der Stadt heraus wollen und sich, z.B. durch das Wandern in der Natur, aktiv betätigen möchten; Text D: richtet sich im Allgemeinen an die große Leserschaft der ZEIT, die die Ausgabe gekauft hat; die Kolumne wird vor allem wegen ihrer unterhaltenden Form als auch ihrer Information über eher exzentrische Reiseziele (behaftet mit einer gewissen Ironie) von denjenigen gelesen, die evtl. Bad Homburg noch nicht besucht haben oder die, kulturell- oder altersbedingt, den vergangenen Glanz der Kurorte nicht kennen.
- Auf die grafische Gestaltung eingehen: Text C: das Foto im Längsformat unterstreicht die Weite und Stille des Naturparks, während das zweite Bild eine Informationstafel darstellt und somit unterstreicht, dass es auch für interessierte Naturliebhaber von Interesse sein kann; zusätzlich gibt es an der linken Textseite eine Liste für diejenigen, die einen schnellen Überblick über die Angebote des Naturparks erhalten möchte. Text D: Am Anfang des Textes repräsentiert eine pfeilartige Linie das Ziel auf der linken Seite, mit Kurzinformationen über (ironischen) Transport und (konservativen) Essangeboten (trout farm vs. deer garden); darunter sieht man einen leicht altmodisch anmutenden Stadtplan mit bestimmten Zielen, die der Autor im Text anspricht.

- Die Sprache kommentieren: Text C: im Mittelpunkt steht die schnelle und klare Übermittlung von geographischen und biologischen Fakten und Informationen; der Text ist in klare Abschnitte aufgeteilt, die mit einem klaren Schlüsselsatz beginnen; besonders auffällig ist der Gebrauch von Fachterminologie bei der Beschreibung der vorzufindenden Natur; auffällig ist auch die Benutzung zahlreicher Adjektive im Zusammenhang mit Tier- und Pflanzennamen („melancholische Stimme“, „verspielter Fischotter“, „schillernde Eisvogel“); die listenförmigen Vorschläge; Text D: Einsatz von direkten Fragen an den Leser, um sofort das Interesse des Lesers zu ergreifen; Fakten werden hier auf humorvolle Weise dargestellt; ungewöhnliche Vergleiche („die sanften Taunus-Hänge“ mit den „Glamour-Hügeln wie Beverly Hills“), ungewöhnliche Beschreibungen („ein wohlbekannter Backenbartträger“) und Aneinanderreihungen, die absurd und humorvoll erscheinen („ungehemmt lustvolle Krankenfrivolität“, „reiche Hügelbewohner“, „nirgendwo ist man luxuriöser krank als hier“)

Eine gute bis sehr gute Analyse könnte auch:

- Genauer auf die Textsorte/Intention eingehen: Text C: es sollte untersucht werden, wer der Herausgeber ist und welches Ziel hier verfolgt wird; Text D: inwiefern der Text lediglich zur Unterhaltung verfasst ist; Kritikäußerung am kleinstädtischen, kleinbürgerlichen Festhalten an Vergangenen
  - enauer auf die Ähnlichkeiten und Unterschiede der beiden Texte eingehen: Text C: informativ, mit werbendem Charakter Text D: Unterhaltung; Text C und D: Unterschiede im Umgang mit dem Leser; die Wirkung der grafischen Element auf die Aussage
  - Einen klaren, logischen und überzeugenden Aufbau aufweisen
-