Schritt für Schritt zum Kommentar

Schritt 1 PLANEN

- Lesen Sie die Aufgabenstellung genau und **markieren** Sie die Operatoren, die Sie erfüllen sollen.
- Lesen Sie den **Ausgangstext** zuerst quer (überfliegendes Lesen) und markieren Sie die Operatoren der Aufgabenstellung.
- Machen Sie sich klar, welche **Meinung** Sie vertreten wollen, wovon genau Sie Ihre LeserInnen **überzeugen** wollen und **wer** Ihre Leserschaft ist, das heißt, in welchem Medium Sie Ihren Kommentar veröffentlichen wollen (*für eine Schülerzeitung müssen Sie andere sprachliche und argumentative Mittel einsetzen als für eine Fachzeitschrift für Computertechnologie*).

Schritt 2 VERFASSEN

- Erstellen Sie einen **Schreibplan** für Ihren Kommentar nach Einleitung und Hauptteil, der Schluss kann einen Appell an die LeserInnen enthalten.
- Geben Sie Ihrem Kommentar einen provokanten, auffälligen, neugierig machenden **Titel** (z. B. *Wie wenig Bildung erträgt das Land? – Zeigen Sie Haltung, Frau K., statt ständig nackte Haut!*)

1. Einleitung:
- Stellen Sie den **Textbezug** zum Ausgangstext mit **Titel**, **Autor/in**, **Erscheinungsort** und **-datum** sowie dem **Thema** her, z. B. *in einem Interview mit der österreichischen Tageszeitung Der Standard vom 14. Juli 2018 empört sich der österreichische Schriftsteller Christoph Ransmayr über den Umgang Europas mit der Flüchtlingswelle unter dem Titel „Europa! Herz der Finsternis".*
- Fassen Sie die wesentlichen Gedanken und Argumente des Ausgangstextes zusammen und beziehen Sie sich persönlich darauf, vermeiden Sie aber in der „Ich-" oder „Wir-Form" zu formulieren (z. B. *Wie Ransmayr da den Bogen spannt von der aktuellen Flüchtlingsaussperrdebatte über die dunkelsten Raub- und Mordzüge der europäischen Kolonialgeschichte bis hin zu den Menschenaffen in Ruanda, das erhellt schon so manche in den Keller des Vergessens abgeschobene Zusammenhänge. Man kann nur beschämt und kleinlaut zustimmen, jeder Gorilla verhalte sich wohl menschlicher Fremden gegenüber als wir EuropäerInnen derzeit.*)

2. Hauptteil:
- Stellen Sie Ihre persönliche Meinung zum Thema dar, bringen Sie Schritt für Schritt Argumente, die Sie durch möglichst einprägsame Beispiele belegen.
- Schreiben Sie **bildhaft-anschaulich**, Sie wollen Ihr Publikum überzeugen.
- Verwenden Sie **Stilmittel** wie z. B. Ellipsen (*Wozu noch überlegen? Geht's noch? Wie lange noch?*), rhetorische Fragen (*Glauben Sie das wirklich selbst?*), Metaphern, Übertreibungen und Wiederholungen (*Niemand ist hier mehr sicher, absolut niemand*).

3. Schluss:
- Formulieren Sie einen **eindrucksvollen Schlussappell** an Ihre Leserschaft, Sie können auch eine Pointe bringen, die sich einprägt und zum Nachdenken anregt (z. B. *Man sollte wohl öfters nach Schönbrunn in den Tiergarten zum Menschenaffenhaus gehen als an den Boulevard mit seinen Zeitungsständen.*)

Schritt 3 ÜBERARBEITEN

Überprüfen Sie Ihren Kommentar:
- Sind alle Operatoren aus der Aufgabenstellung erfüllt?
- Haben Sie den Textbezug (Basissatz) korrekt erstellt, in eigenen Worten Ihre **persönliche Meinung** zum Thema formuliert, im Präsens anschaulich-bildhaft geschrieben und die Wortanzahl eingehalten und nicht überschritten?
- Ist Ihre Argumentation schlüssig und sind die einzelnen Argumente mit **anschaulichen Beispielen** belegt? Wird Ihre Haltung zum Thema klar? Haben Sie **rhetorische Stilmittel** verwendet und nicht in Ich- oder Wir-Form geschrieben?
- Sind die Absätze und Gedanken gut verknüpft durch Konjunktionen und Überleitungen?

Überarbeiten Sie Ihren Kommentar! Gutes Gelingen!

Der Kommentar

Situation	Sie haben einen Artikel zu einem aktuellen gesellschaftlichen oder politischen Thema gelesen und verfassen dazu einen Kommentar, der sich mit wichtigen **Meinungen** und **Argumenten** auseinandersetzt und **Ihren persönlichen Standpunkt** darlegt. Ihr Kommentar wird z. B. in der Schülerzeitung oder in einem Blog veröffentlicht.
AdressatInnen	Der Kommentar ist eine **meinungsbetonte**, also **wertende journalistische** Textsorte, er richtet sich an die LeserInnen des Mediums, in dem er veröffentlicht wird, und will diese **beeinflussen**.
Inhalt	Der Kommentar behandelt ein **aktuelles, gesellschaftlich relevantes** oder **politisches Thema**, das oft mit Wertefragen verknüpft ist und eine klare **Meinung** vertritt.
Absicht	Sie wollen die LeserInnen Ihres Kommentars von Ihrer Meinung **überzeugen** oder zum **Widerspruch** herausfordern und auf alle Fälle zum **Nachdenken** über das Thema anregen.
Schreibhandlungen	**argumentieren, bewerten**, erklären, beschreiben, wiedergeben
Gliederung	• evtl. neugierig machender, provokanter, **auffälliger Titel** **1. Einleitung:** • stellt den Sachverhalt/das Thema knapp dar und stellt einen Bezug zum Ausgangstext her, kann provokant/polemisch sein, um Interesse der LeserInnen zu wecken, auch ein direkter Einstieg ist möglich **2. Hauptteil:** • legt den eigenen Standpunkt durch Argumente und Beispiele untermauert dar **3. Schluss:** • Schlussfolgerung aus dem Hauptteil, Fazit, persönliche Stellungnahme und **Appell** sollen Ihre Leserschaft **überzeugen** und zum Nachdenken bewegen
Sprache	Im Kommentar sollten Sie trotz der subjektiven Färbung **keine** Ich- und Wir-Formulierungen, sondern man, es und Passiv verwenden. Sie sollten **Stilmittel** (z. B. Ellipsen, rhetorische Fragen, Kurzsatzstil, Übertreibungen, Metaphern) einsetzen und eine **bestimmte Schreibhaltung**, etwa ironisch, wütend, begeistert, nüchtern, einnehmen. Ihr Stil ist lebendig-anschaulich.
Umfang	270 bis 330 oder 405 bis 495 oder 540 bis 660 Wörter. Die vorgegebene Wortanzahl **muss eingehalten** werden.

sprachreif 2: S. 79–84, E-Book+2: Schüler-Video, sprachreif 3: S. 173–177, sprachreif 4: S. 14 f., 91
Sprachräume 2: S. 26–29, Sprachräume 3: S. 28, 37, Sprachräume Maturaband: S. 38 ff.

Kleine Zeitung
Sonntag, 26. April 2020

OFFEN GESAGT

Danke, Krise!

Später Notenschluss, keine autonomen Tage, Lerncamp im August: Die Schulöffnung bringt revolutionäre Neuerungen, die ohne Corona nie möglich wären.

Hubert Patterer
redaktion@kleinezeitung.at

Heinz Faßmann ist ein Freund der Nachdenklichkeit, Freund der Geschwindigkeit ist er nicht. Zögerlicher als anderswo hat auch Österreich einen Stufenplan für die Öffnung der Schulen ab Mitte Mai vorgelegt. Intern hatte die Regierung die Schulen zunächst als „volkswirtschaftlich nicht relevant" eingestuft und gehofft, man komme damit bis ans Semesterende und über den Sommer. Das war zu merkantil gedacht und erfüllte sich nicht. Der Druck wurde zu groß. Das elterliche Hauslehrerkonzept stieß an Grenzen. Selbst Lehrer erzählen, wie rasch sie bei den eigenen Kindern mit ihrem Latein am Ende sind. Nähe ist kein guter Pädagoge. Auch bildungsnahe Milieus straucheln. Sie reden nur nicht gerne darüber.

Gegen Faßmanns rhythmisierten Öffnungsplan lässt sich wenig einwenden. Er ist durchdacht und nützt die Kapazitäten von Raum und Zeit. Die Schulgebäude im Land sind zwar tendenziell kasernig und ästhetisch anspruchslos, aber sie bieten Platz für Dehnungen, örtlich wie zeitlich. Das pädagogisch sinnbefreite Halbtagsmodell aus dem vorvorigen Jahrhundert, ersonnen, um Kindern die Mithilfe auf den Feldern zu ermöglichen, macht es jetzt möglich, auf die freien Nachmittage auszuweichen. Nichts Schlechtes, an dem nicht auch Gutes ist.

Vielleicht hilft das Notkonstrukt ja, das Schlechte zu überwinden und nach der Krise einen verschränkten Unterricht auf der Höhe der Zeit zu etablieren, der sich aus Vermittlung, Entspannung und Festigung zusammensetzt und nicht synchron zu den Mittagsglocken abschließt, sondern hausaufgabenfrei am späten Nachmittag. Dann würde das Hauslehrermodell nie mehr schlagend und die Schwächeren würden familiäre Benachteiligungen nicht ein Leben lang mitschleppen und weiterreichen. Das wäre zu wünschen und zu fordern.

Auch andere schulpolitische Pflöcke, als Provisorium eingeschlagen, mögen sich in die Nach-Corona-Zeit hinüberretten. Das gilt für den schulautonomen Unfug der jetzt gestrichenen Fenstertage ebenso wie für den nach hinten geschobenen Notenschluss. Seine Wichtigkeit vermittelt den Jungen nur eine Botschaft: Für die Noten lernt man, nicht für die Lust am Leben. Der Notenschluss Mitte Juni ist im Schulsystem der inoffizielle Ferienbeginn. Dann folgen die österreichischen Filmtage.

Den größten Applaus verdient der Bildungsminister für den mutigen Plan eines zweiwöchigen Sommer-Lerncamps für die Schwächeren, für all jene, die sich nicht spielten mit dem digitalen Lernen, weil es das daheim nicht spielte. Der Streit um Bezahlung und Freiwilligkeit wird ein ziemlicher Graus werden, aber das macht nichts. Hauptsache, die Idee einer sommerlichen Nach-Hilfe innerhalb des Systems, in nordischen Ländern längst Wirklichkeit, wird neue Normalität. Österreich wird Finnland. Wäre es nicht zynisch, müsste man sich auf der Stelle niederknien und heimlich in sich hineinflüstern:
Danke, Krise.

2. Schularbeit 8a/8b am 7. Mai 2020

→ Wähle e i n e der Arbeitsaufgaben!

Aufgabe 1 Nachhaltigkeit – Herstellung von Mobiltelefonen

Verfassen Sie einen Kommentar.

Situation: Der Verein „Jugendpresse Österreich" veranstaltet einen Wettbewerb zum Thema „Nachhaltigkeit" und lädt Nachwuchsjournalistinnen und -journalisten dazu ein, ihre Beiträge einzureichen. Sie beteiligen sich daran und verfassen einen Kommentar mit dem Titel „Was kostet dein neues Handy?"

Lesen Sie den Sachtext „Die Wertschöpfungskette von Mobiltelefonen" von Friedel Hütz-Adams und Ann-Kathrin Voge aus einem Fact-Sheet des Vereins „Südwind" vom Dezember 2016 (Textbeilage 1).

Verfasssen Sie nun den **Kommentar** und bearbeiten Sie dabei folgende Arbeitsaufträge:

- Benennen Sie kurz die Problembereiche, die laut Textbeilage bei der Herstellung eines Handys oder Smartphones entstehen.
- Geben Sie Gründe dafür an, warum trotz dieser Problembereiche ständig neue Geräte angeboten werden.
- Machen Sie Vorschläge, wie unterschiedliche Interessengruppen mit der dargestellten Problematik umgehen sollen.

Schreiben Sie zwischen 330 und 400 Wörter. Markieren Sie Absätze mittels Leerzeilen.

Aufgabe 2 Kleider machen Leute – Leute machen Kleider

Verfassen Sie einen Kommentar.

Situation: Für die Schwerpunktausgabe Ihrer Schülerzeitung zum Thema „Fit für den Job" schreiben Sie einen Kommentar, in dem Sie sich mit der Bedeutung des richtigen Outfits im Arbeitsleben auseinandersetzen. Als Grundlage verwenden Sie eine Kolumne.

Lesen Sie die Kolumne „Hauptsache, Sie sehen kompetent aus" von Volker Kitz von der Nachrichten-Website „Spiegel Online" vom 26. Mai 2014 (Textbeilage 2).

Verfasssen Sie nun den **Kommentar** und bearbeiten Sie dabei folgende Arbeitsaufträge:

- Beschreiben Sie kurz das Experiment, das in der Textbeilage angeführt wird.
- Setzen Sie sich kritisch mit der Aussagekraft des Experiments sowie mit den Schlussfolgerungen, die der Autor daraus zieht, auseinander.
- Nehmen sie dazu Stellung, in welchem Verhältnis angemessene Kleidung/überzeugendes Auftreten und gefordertes Wissen/Können stehen sollen.

Schreiben Sie zwischen 330 und 400 Wörter. Markieren Sie Absätze mittels Leerzeilen.

Textbeilage 1

Die Wertschöpfungskette von Mobiltelefonen

Von Friedel Hütz-Adams und Ann-Kathrin Voge

Ein Mobiltelefon besteht aus bis zu 60 Stoffen, der größte Teil davon sind Metalle. Die Metalle werden aus Erzen gewonnen, die aus verschiedensten Staaten stammen können. Sie werden bei der Weiterverarbeitung zu den Einzelteilen der Mobiltelefone oft mehrfach über Landesgrenzen hinweg transportiert. Bei der Förderung der Rohstoffe gibt es große soziale und ökologische Probleme.

Rohstoffe aus aller Welt

Der Abbau und Handel eines Metalls namens Tantal, das in jedem Mobiltelefon zu finden ist, wird beispielsweise mit der Finanzierung des Krieges im Osten der Demokratischen Republik Kongo (DR Kongo) in Verbindung gebracht, von wo vermutlich ein Drittel der Weltproduktion stammt. Vom dringend für die Akkus der Mobiltelefone benötigten Kobalt kommt rund die Hälfte der Weltproduktion ebenfalls aus der DR Kongo. Es stammt zwar nicht aus den Kriegsgebieten des Landes, wird aber oft unter verheerenden Bedingungen von KleinschürferInnen buchstäblich mit Spaten und Hacken aus der Erde geholt.

Auch die industrielle Förderung von Metallen wie Kupfer, Aluminium oder Eisen kann zu Menschenrechtsverletzungen und großen Umweltschäden führen. Der Abbau der meisten Metalle geschieht in Tagebauen, die große Flächen zerstören. Oft müssen Tausende Menschen umgesiedelt werden, um Minen anzulegen. Die Gewinnung der eigentlichen Metalle aus den Erzen gelingt oft nur durch den Zusatz von Chemikalien und verbraucht große Mengen Energie. In der Ressourcengewinnung werden für ein Mobiltelefon etwa 35,3 kg Materialien be- und verarbeitet – der sogenannte „ökologische Rucksack". Weitere 8,2 kg kommen bei der eigentlichen Produktionsphase der Geräte dazu.

Herstellung: Schlechte Arbeitsbedingungen

Die großen, namhaften Hersteller von Handys und Smartphones konzentrieren sich meist auf die Entwicklung und das Marketing. Die eigentliche Herstellung der Geräte wird dagegen größtenteils an Lieferanten abgegeben. Das weltweit größte Fertigungsunternehmen für Elektronik ist Foxconn, ein Unternehmen mit 1,3 Mio. Beschäftigten und knapp über 135 Mrd. US-Dollar Umsatz […]. Weitere große Lieferanten der Branche, beispielsweise Salcomp, Pegatron oder Flextronics, haben ebenfalls Umsätze von mehreren Milliarden US-Dollar und beschäftigen Zehntausende, teilweise sogar Hunderttausende Menschen. Andere Zulieferer dagegen sind klein und beschränken sich auf einzelne Bauteile. Daher sagt die Rangfolge der größten Markenhersteller von Mobiltelefonen und Smartphones wenig darüber aus, wer die meisten Menschen in der Branche beschäftigt. Weltmarktführer war im Jahr 2014 Samsung, doch der Konzern verliert Marktanteile, vor allem an chinesische Hersteller.

Äußerst schlechte Arbeitsbedingungen bei Lieferanten für Komponenten von Mobiltelefonen sorgten in den vergangenen Jahren wiederholt für Schlagzeilen. Die Vorwürfe reichen von niedrigen Löhnen, mit denen der Lebensunterhalt nicht gesichert werden kann, wochenlangen Arbeitsphasen ohne freie Tage in den Stoßzeiten, einer Vielzahl von Überstunden, über Gesundheitsgefahren am Arbeitsplatz, mangelnde Sicherheitsstandards bis hin zur Schikane durch Vorgesetzte und äußerst schlechte Unterkünfte der Beschäftigten. Diese leben meist neben oder sogar in der Fabrik. Besonders häufig wird über Skandale bei Zulieferern von Apple und Samsung berichtet. Doch auch die anderen Hersteller kaufen größtenteils Komponenten oder fertige Mobiltelefone, die unter den gleichen Bedingungen hergestellt wurden wie die Produkte der Marktführer.

Netzanbieter ringen um Marktanteile

NutzerInnen von Mobiltelefonen wählen nicht nur das Modell, sondern auch den Anbieter. Der Markt ist weitgehend gesättigt: Statistisch gesehen besitzen die Deutschen pro Kopf mehr als einen Handyvertrag. Mit diversen Geschäfts- und Marketingpraktiken verfolgen die Netzanbieter das Interesse, ihre KundInnen möglichst langfristig an sich zu binden. Einige dieser Angebote, wie beispielsweise ein jährlicher Austausch des Geräts, heizen die Nachfrage nach Mobiltelefonen weiter an.

Schlussfolgerungen

In den Rohstoffförderländern sowie auch in den Staaten, in denen die Fabriken stehen, gibt es zahlreiche Gesetze, die die beschriebenen Missstände unter Strafe stellen. Werden Gesetzesverstöße aufgedeckt, verweisen die Hersteller der Endgeräte häufig auf die Verantwortung der Lieferanten und der lokalen Regierungen. Doch der größte Teil der geschilderten Missstände bricht neben nationalen Gesetzen auch internationale Abkommen. Dies reicht von den Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation oder den Richtlinien der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) für multinationale Unternehmen bis hin zu Ansätzen zur Behebung von Missständen bei der Förderung einzelner Rohstoffe oder bei einzelnen Produktionsschritten. Verstöße gegen diese Konventionen und Richtlinien können allerdings bislang nicht wirklich sanktioniert werden. […] ■

Quelle: https://suedwind-institut.de/files/Suedwind/Publikationen/2016/2016-55_aktualisiertes Fact_Sheet_Wertschoepfungskette_Mobiltelefonen.pdf [03.06.2019].

INFOBOX

Kernarbeitsnormen: Abkommen der *Internationalen Arbeitsorganisation*, einer UNO-Sonderorganisation, um auf internationaler Ebene Sozialstandards und menschenwürdige Arbeitsbedingungen zu gewährleisten. Dazu gehören etwa das Recht auf Kollektivverhandlungen, die Beseitigung der Zwangsarbeit, die Abschaffung der Kinderarbeit oder das Verbot der Diskriminierung in Beschäftigung und Beruf.

Wertschöpfungskette: bezeichnet alle betrieblichen Aktivitäten eines Unternehmens bei der Gütererstellung und den im Produktionsprozess erzielten Wertzuwachs. Dazu gehören Entwicklung, Beschaffung und Produktion, Vertrieb, Inkasso und nachfolgende Serviceleistungen.

Büropsychologie

Hauptsache, Sie sehen kompetent aus

Auf Chefetagen reden Menschen gern über Dinge, von denen sie keine Ahnung haben. Doch keine Sorge – auch Sie können Ihr Publikum trotz überragenden Nichtwissens beeindrucken. Sie sollten zuvor nur über Ihr Outfit nachdenken.

Von Volker Kitz

Eine Riesenchance: Sie sollen vor den Führungskräften Ihrer Branche einen Vortrag halten. Leider haben Sie nicht viel Ahnung vom Thema – und noch eine Woche Zeit. Verbringen Sie die Zeit eher damit, sich ins Thema zu vergraben? Oder lieber damit, sich etwas Passendes zum Anziehen zu kaufen?

Die Antwort gibt ein berühmtes Experiment: Man stellt Probanden einen Redner vor – „Dr. Myron L. Fox, eine Koryphäe auf dem Gebiet der Anwendung von Mathematik auf das menschliche Verhalten". Er ist gut gekleidet, tritt vornehm auf; seine Stimme klingt kompetent. Dr. Fox spricht zum Thema „Die Anwendung der mathematischen Spieltheorie in der Ausbildung von Ärzten".

Hinterher stellen die Zuhörer – also die Probanden – Fragen und diskutieren angeregt mit Dr. Fox. Sie berichten, sie hätten einen interessanten Vortrag gehört und viel gelernt.

Niemandem fällt auf, dass „Dr. Fox" in Wirklichkeit ein Schauspieler ist, dem aufgetragen wurde, komplett widersprüchlichen Unsinn zu erzählen. Sein wissenschaftlicher Lebenslauf ist frei erfunden.

Dem Experten glauben wir fast alles

Nun denken Sie vielleicht: Kein Wunder, wenn die Zuhörer selbst keine Ahnung haben, also Laien sind. Das sind sie auch – aber nur zum Teil. Der andere Teil der Probanden besteht aus Fachleuten, die sich gut auskennen „auf dem Gebiet der Anwendung von Mathematik auf das menschliche Verhalten".

Auch ihnen fällt nichts auf.

Kaum zu glauben? Denken Sie nur an Comedians, die sich vor ahnungslosen Zuschauern als Professoren oder hochintellektuelle Schriftsteller mit Wasserglas auf dem Tisch ausgeben. Selbst Fachleute fallen regelmäßig darauf herein.

Der Dr.-Fox-Effekt besagt: Wenn jemand nur ordentlich angezogen ist, ordentlich spricht und uns als Experte vorgestellt wird, dann glauben wir ihm fast alles.

Gerade im Arbeitsleben tummelt sich Dr. Fox überall: Besonders auf den oberen Ebenen reden die Menschen um die Wette über Dinge, von denen sie keine Ahnung haben. Das kann man ihnen nicht einmal vorwerfen: Ab einer gewissen Hierarchieebene *kann* man gar nicht mehr alles verstehen, was man entscheiden soll. Im Gegenteil: Es gehört gerade zu den notwendigen Fähigkeiten einer Führungskraft, über Dinge zu beraten und zu entscheiden, von denen sie *keine* Ahnung hat – ganz ironiefrei gesagt.

Aussehen schlägt Wissen

Auch Politiker leben vom Dr.-Fox-Effekt. Da äußern sich Bundestagsabgeordnete zur Neuregelung des Patentgesetzes oder zur Regulierung des Finanzmarkts – und sind in ihrem eigentlichen Beruf Deutschlehrer (nichts gegen Deutschlehrer) oder Physiotherapeuten (nichts gegen Physiotherapeuten). Sie *können* gar nicht alles von dem wissen, was sie entscheiden sollen. Und trotzdem haben die Menschen ein vergleichsweise hohes Vertrauen in sie.

Das Dr.-Fox-Experiment lehrt uns folglich zwar nichts Brauchbares über „Die Anwendung der mathematischen Spieltheorie in der Ausbildung von Ärzten". Aber es lehrt uns das: Gerade wenn Sie zu den Menschen gehören, die auf Äußerlichkeiten nicht viel geben und eher inhaltlich überzeugen wollen, tun Sie sich vielleicht einen Gefallen, wenn Sie ein wenig umdenken. Sich nur um die Sache zu kümmern, klingt zwar nobel. Aber das Experiment zeigt, dass Sie mit einer anderen Strategie vielleicht (noch) erfolgreicher sein könnten.

Der Anzug oder das Kostüm ist häufig wichtiger als das Argument. Trauen Sie sich also. Die meisten Dinge können Sie mindestens genauso gut wie alle anderen Menschen auch.

Quelle: http://www.spiegel.de/karriere/berufsleben/bueropsychologie-outfit-am-arbeitsplatz-hat-grosse-wirkung-a-969646.html [13.06.2016].