

**Kaufmännische Berufsmatura 2004  
Kanton Zürich**

# **Deutsch Aufgaben**

**Prüfungszeiten:**

**Verfassen eines Textes 90 Minuten**

**Textanalyse 60 Minuten**

Kaum hat man sich vom Ende des ABM erholt und sich damit getröstet, dass uns wenigstens die gute alte EPA erhalten bleibt, erreicht uns die traurige Kunde, dass jetzt auch diese

5 dichtmacht. *Nicht etwa nur am Zürcher Bellevue wo schon im letzten Herbst Schluss war sondern auch landesweit wird es bis Ende 2004 vorbei sein mit der Warenhauskette die uns*

10 *Eine überaus populäre Institution die in der Schweizer Volksseele fast so tief verankert ist wie das Rütli das Matterhorn und die Olma wird ohne ersichtlichen Grund einfach aufgelöst.*<sup>1</sup>

15 Kein dramatischer Käuferschwund, kein Konkurs und kein Grounding, sondern blosse Willkür der Coop-Konzern-Leitung nimmt uns ein weiteres Stück Heimat weg und macht uns noch etwas fremder im eigenen Land.

20 Ausnahmsweise ist dafür mal nicht die sattsam bekannte Abzockermentalität verantwortlich, sondern eine so genannte Vision. Die Vision nämlich, landesweit das EPA-Logo durch jenes von Coop-City zu ersetzen. Zwar wurde im April 2002, anlässlich der Bekanntgabe des

25 Zusammenschlusses von Coop und EPA, noch beteuert, dass die Warenhäuser unter ihrem bisherigen Namen bestehen bleiben würden. Doch schon wenige Monate später war das definitive Ende der EPA besiegelt.

30 Neben Migros und Coop war die EPA eine der wenigen Gemeinsamkeiten, welche Deutschschweiz, Romandie und Tessin allen zentri-fugalen Kräften zum Trotz verband, den Röstigraben ebenso überwand wie den

35 Gotthard und aus den disparaten Regionen wenigstens eine vereinte Konsum-Nation Schweiz machte. Ob in Genf oder in St. Gallen, ob in Lugano oder in Basel, die EPA war überall gleich und für alle ein verlässlicher und

40 geradezu identitätsstiftender Wert, auf den man bauen konnte. Zusammen mit dem ABM, der wenige Meter nebenan einzog, war das Bellevue zum unbestrittenen Mekka aller geizigen, mittellosen

45 oder preisbewussten Zürcher Konsumenten geworden, und moralische, politische oder andere Bedenken waren schnell wieder verdrängt. Hier standen die beiden Flaggschiffe der beiden Billigwarenhäuser praktisch Kiel an

50 Kiel, und man konnte bequem ihre Angebote miteinander vergleichen. Der ABM mag in seinen erfolgreichen Zeiten moderner gewesen sein als die EPA, doch diese war stets im besten Sinne volksnah und vielseitig. Sie schaffte den Spagat zwischen

55 Sushi und Bratwurst ebenso souverän wie jenen zwischen Calvin Klein und Jack Morgan. Letzteres war übrigens ihre Eigenmarke für Jeans, welche selbst in jenen Jahren, als

60 europaweit nur die lächerlichen hellblauen, bereits ausgewaschenen Einheitshosen zu

haben waren, unbeirrt die altbewährten aus dunkelblauem, steifem Denim anbot.

65 Unvergessen bleiben mir auch die winzigen EPA-Imbissecken. Mitten im Laden standen drei, vier Stehtische, wo man sich, umstellt von Blumenvasen und allerlei anderen Haushaltartikeln, mit einem minimalen Angebot an Speis und Trank verköstigen konnte. Eine

70 bizarre Mischung aus Take-away, Altersheimcafeteria, Suppenküche und DDR-Kantine, aber umsichtig geführt von bemerkenswert freundlichem Personal, das trotz dem sehr speziellen Ambiente fast so etwas wie Ansätze von Gemütlichkeit

75 aufkommen liess. Kein Ort zum Bleiben zwar, aber einer zum ungläubig staunend Immerwieder-Kommen. Im Übrigen zeichneten sich jedoch die

80 Verkäuferinnen der EPA weder durch besondere Freundlichkeit noch durch Kompetenz aus. Aber sie versuchten wenigstens auch nicht, ihre beschränkte Motivation mit schmierigem Lächeln und die

85 mangelnde Sachkenntnis mit Eloquenz und Arroganz zu überspielen, wie dies anderswo so oft geschieht. Leicht mürrisch taten sie, was halt getan sein musste, und liessen die Kundschaft in Ruhe.

90 Kein Konsumerlebnis wurde zelebriert in der EPA, keine Welten wurden aufgebaut und keine Phrasen gedroschen. Sondern schlicht und einfach Waren angeboten, welche gerne auch auf riesigen Wühltischen aufs Unvorteilhafteste

95 präsentiert und trotzdem gekauft wurden. Das ist mir weitaus lieber, als wenn be-flissene Verkäufer Dinge wie «das steht Ihnen ganz ausgezeichnet» säuseln. Womit sie ja doch

100 bloss meinen: «Kauf endlich und verschwinde, bei dir kommt's eh nicht drauf an, wie du rumläufst.» Die EPA mit ihrem wohl-tuend desinteressierten Personal und der konsequenten Selbstbedienung machte die Unerträglichkeit des Kleiderkaufens für

105 Modemuffel halbwegs erträglich. Nur einmal im Jahr legte die EPA ihre unvornehme Zurückhaltung ab und griff tief in die Trickkiste abwegiger Verkaufsförderungsmass-nahmen. Wenn die

110 «Golden Days» angesagt waren, wurde jeweils der ganze Laden inklusive Personal in Goldfolie verpackt. Selbst 60-jährige Verkäuferinnen mit Grösse 60 wurden gnadenlos in unsägliche Verkleidungen gesteckt und mit goldenen

115 Käppis ausgerüstet. Es gab Wettbewerbe und Sonderangebote und Gutscheine und Goldtaler, doch die Freude der Kundschaft hielt sich in ziemlich engen Grenzen und jene der Angestellten erst recht. Den «Golden Days» der

120 EPA werde ich jedenfalls keine Träne nachweinen. Ihren goldenen Zeiten und ihrem eigenwilligen Sortiment dagegen sehr wohl.

Nach Joni Müller in „Das Magazin“, 37/2003

<sup>1</sup> In den Zeilen 5-13 fehlen die Kommas.

# Textanalyse

(Prüfungsdauer 60 Minuten)

## Beachten Sie:

1. Die volle Punktzahl wird nur bei korrekter Sprache erreicht.
2. Dieser Prüfungsteil wird nach 60 Minuten eingesammelt.

## Fragen und Aufgaben zum Text

1. Die folgenden Aussagen beziehen sich auf den Text.  
Kreuzen Sie an, ob sie im Sinne des Textes richtig oder falsch sind.

	richtig	falsch
a) Ende 2004 werden alle Geschäfte der Warenhauskette ABM geschlossen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Die EPA war uns jahrzehntelang teuer.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Blosser Willkür und eine so genannte Vision der Coop-Leitung sind für die Schliessung der EPA verantwortlich.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Die EPA war volkstümlich und zuverlässig.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Das Bellevue lockt trotz moralischer und politischer Bedenken viele begüterte Konsumenten an.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Auf den beiden Flaggschiffen beim Bellevue konnte man die Billigangebote bequem miteinander vergleichen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Die EPA verkaufte ausgewaschene Jeans der Marke „Jack Morgan“.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) Das besondere Ambiente in EPA-Imbissecken liess fast schon Ansätze von Gemütlichkeit aufkommen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
i) Leicht mürrisch, aber sehr redegewandt verrichteten die EPA-Verkäuferinnen ihre Arbeit.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
j) Die EPA musste geschlossen werden, weil die Präsentation ihrer Waren sehr unvorteilhaft war.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
k) Für Modemuffel war das Kleiderkaufen in der EPA vergleichsweise angenehm.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
l) Einmal im Jahr versuchte die EPA den Verkauf mit einer aufdringlichen Werbeaktion zu fördern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8 P \_\_\_\_ P

2. Formulieren Sie in drei Sätzen einen „Lead“ (Vorspann, Einführung), der die Lesenden auf den Text neugierig macht.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

3 P \_\_\_\_ P

3. a) Welches ist die Grundhaltung des Autors gegenüber der EPA? Antworten Sie in einem ganzen Satz.

---

---

1 P \_\_\_\_ P

b) Belegen Sie Ihre Meinung, indem Sie zwei Beispiele aus dem Text nennen (mit Zeilenangabe). Antworten Sie in ganzen Sätzen.

---

---

---

---

2 P \_\_\_\_ P

c) Wo weicht der Autor von seiner Grundhaltung ab? Nennen Sie zwei Beispiele aus dem Text (mit Zeilenangabe). Antworten Sie in ganzen Sätzen.

---

---

---

---

2 P \_\_\_\_ P

4. Erklären Sie stichwortartig, was die folgenden Ausdrücke im Textzusammenhang bedeuten.

a) Sattsam bekannte Abzockermentalität (Z. 19/20): \_\_\_\_\_

---

---

b) Identitätsstiftender Wert (Z. 39/40): \_\_\_\_\_

---

---

c) Spagat zwischen Sushi und Bratwurst (Z. 54/55): \_\_\_\_\_

---

---

3 P \_\_\_\_ P



7. Warum ergänzt der Autor die „Vision“ in Zeile 21 mit dem Ausdruck „so genannt“?

---

---

---

1 P \_\_\_\_ P

8. Setzen Sie die folgenden Aktivsätze in die passive und die Passivsätze in die aktive Form (Tempus und Modus beibehalten).

Wenn die EPA einmal im Jahr die „Golden Days“ durchführte, wurde jeweils der ganze Laden inklusive Personal in Goldfolie verpackt. Selbst 60-jährige Verkäuferinnen mussten unsägliche Verkleidungen tragen. Die „Golden Days“ der EPA werden jedenfalls nicht vermisst werden.

---

---

---

---

---

---

---

4 P \_\_\_\_ P

9. Übertragen Sie den folgenden Text in die indirekte Rede. Notieren Sie nur die vollständigen Verbformen.

Aber das Personal versuchte wenigstens auch nicht, seine beschränkte Motivation mit schmierigem Lächeln und die mangelnde Sachkenntnis mit Eloquenz und Arroganz zu überspielen, wie dies anderswo so oft geschieht. Leicht mürrisch taten die Verkäuferinnen, was halt getan sein musste, und liessen die Kundschaft in Ruhe.

---

---

---

---

---

---

5 P \_\_\_\_ P

10. Formen Sie die unterstrichenen Satzteile zu Nebensätzen um. Bilden Sie einen ganzen Satz.

Zur Förderung des Umsatzes nahm die EPA trotz der Eigenmarke „Jack Morgan“ auch die von Jugendlichen sehr geschätzte „Calvin-Klein“-Mode ins Sortiment.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

3 P \_\_\_\_ P

11. a) Wie nennt man die Stilschicht in der direkten Rede auf den Zeilen 96-98:  
„Kauf endlich und verschwinde, bei dir kommt’s eh nicht drauf an, wie du rumläufst.“?

---

---

1 P \_\_\_\_ P

b) Setzen Sie den oben zitierten Satz in die Standardsprache und in die angemessene Anredeform.

---

---

---

---

---

---

2 P \_\_\_\_ P

12. In den Zeilen 5-13 wurden absichtlich die Kommas weggelassen. Setzen Sie die nötigen Kommas in den unten abgedruckten Text ein.

Nicht etwa nur am Zürcher Bellevue wo schon im letzten Herbst Schluss war sondern auch landesweit wird es bis Ende 2004 vorbei sein mit der Warenhauskette die uns jahrzehntelang so lieb und gar nicht teuer war. Eine überaus populäre Institution die in der Schweizer Volkseele fast so tief verankert war wie das Rütli das Matterhorn und die Olma wird ohne ersichtlichen Grund einfach aufgelöst.

4 P \_\_\_\_ P

13. In den Zeilen 9 und 103/104 braucht der Autor die festen Wendungen „lieb und teuer“ und „vornehme Zurückhaltung“ in einer abgewandelten Form. Erklären Sie, warum der Autor die beiden festen Wendungen verändert, indem Sie jeweils den Textzusammenhang berücksichtigen. Antworten Sie in ganzen Sätzen.

---

---

---

---

---

---

---

---

2 P \_\_\_\_ P

**Punkte (max. 50):** \_\_\_\_ P

**Abzug für sprachliche Verstöße:** \_\_\_\_ P

**Erreichte Punkte:** \_\_\_\_ P

# Textproduktion: Verfassen eines Textes

Verfassen Sie zu einem der folgenden Themen einen sprachlich korrekten, logisch zusammenhängenden und ansprechenden Text.

## 1. „Ich kaufe, also bin ich“

„Einkaufen macht süchtig – nicht immer, aber immer öfter: Ein Drittel der Schweizerinnen und Schweizer gerät regelmässig in einen Kaufrausch; fünf Prozent sind kaufsüchtig, wie eine neue Studie zeigt.“  
(Reklametext für einen Artikel in der Sonntags-Zeitung vom 23.11.2003)

Erörtern Sie das Thema der Kaufsucht, indem Sie anhand von Beispielen einige mögliche Begründungsmuster aufzeigen.

## 2. Verkäuferin im Einkaufsparadies

Auch ohne EPA begegnen wir tagtäglich Verkäuferinnen und Verkäufern. Setzen Sie sich anschaulich und kritisch mit dem Verkaufsberuf auseinander.

## 3. „Wer den Rappen nicht ehrt, ist des Frankens nicht wert“

Billigwarenhäuser, Sonderaktionen, Ausverkäufe – Anziehungspunkte für Schnäppchenjägerinnen und Schnäppchenjäger.

Erörtern Sie, ausgehend vom Einkaufsverhalten und dem (etwas antiquierten) Sprichwort im Titel, die Bedeutung des Sparens in der heutigen Zeit.

## 4. Modemuffel oder Modepüppchen?

Setzen Sie sich mit der Bedeutung der Mode auseinander, indem Sie sich unter anderem auf die unten stehenden Bilder beziehen.