

Berufsmaturitätsschulen

Kanton Bern

Aufnahmeprüfungen Berufsmaturität 2026

BM 1 und BM 2

Deutsch mit Notenskala

Name	_____	Vorname	_____
Kand.-Nr.	_____	Prüfungsort	_____
BM 1 Typ	_____	BM 2 Typ	_____

Datum **Samstag, 7. März 2026**
 Zeit **75 Minuten**
 Hilfsmittel **Eigenes Rechtschreibwörterbuch**

Bewertung	Maximum	Erreicht
Inhalt Teilauftrag 1: Kernaussage (wesentliche Aussage) des Texts erfasst und auf den Punkt gebracht; Textverständnis prägnant dargelegt (5 P) Teilauftrag 2: Nachvollziehbare Auseinandersetzung mit dem Thema; differenzierte Aussagen; eigenständige, anschauliche und nachvollziehbare Erläuterungen bzw. Argumente, passende Beispiele (10 P)	15	
Aufbau/Struktur Klarer, verständlicher und zur Textsorte (d. h. Textmuster) passender Aufbau (2 P) Übersichtliche Gliederung, sinnvolle Absätze, saubere Darstellung (2 P) Textumfang gemäss Aufgabenstellung (1 P)	5	
Sprache Treffende, der Textsorte (d. h. Textmuster) angemessene Wortwahl; abwechslungsreicher und gewandter Satzbau; stilistische Korrektheit (5 P) Formale Korrektheit: Rechtschreibung, Grammatik, Zeichensetzung (5 P)	10	
Total	30	
Expertinnen/Experten:	Note	

Notenskala			
Punkte		Note	
29 – 30	6.0	11 – 13	3.0
26 – 28	5.5	8 – 10	2.5
23 – 25	5.0	5 – 7	2.0
20 – 22	4.5	2 – 4	1.5
17 – 19	4.0	0 – 1	1.0
14 – 16	3.5		

Aufgabe:

Wählen Sie **eines** der beiden Themen aus und bearbeiten Sie zu diesem Thema **beide Teilaufträge**.

Beachten Sie: Schreiben Sie zu Teilauftrag 1 rund eine halbe Seite, zu Teilauftrag 2 mindestens eine Seite. Beide Teile sollen inhaltlich überzeugend, klar aufgebaut und sprachlich korrekt sein.

Thema 1: Auftritt

Lesen Sie die Kurzgeschichte von Reinhard Lettau und bearbeiten Sie dazu folgende Teilaufträge:

1. Erklären Sie in eigenen Worten die Situation des Herrn und die Reaktionen der Gruppe. Belegen Sie Ihre Aussagen mit Beispielen aus dem Text. [Textumfang: rund eine halbe Seite]
2. Beschreiben Sie eine Situation aus Ihrem Leben, in der Sie in einer ähnlichen Rolle wie der Herr oder wie jemand aus der Gruppe waren. Wie erklären Sie sich diese Situation aus heutiger Sicht? Was würden Sie heute anders machen? Beantworten Sie diese Fragen in einem persönlichen Kommentar. Begründen Sie Ihre Aussagen mit überzeugenden Argumenten und passenden, konkreten Beispielen. [Textumfang: mindestens 1 Seite]

Reinhard Lettau: Auftritt (1963)

Ein Herr tritt ein.

«Ich bin's», sagt er.

«Versuchen Sie es noch einmal», rufen wir.

Er tritt erneut ein.

«Hier bin ich», sagt er.

«Es ist nicht viel besser», rufen wir.

Wieder betritt er das Zimmer.

«Es handelt sich um mich», sagt er.

«Ein schlechter Anfang», rufen wir.

Er tritt wieder ein.

«Hallo», ruft er. Er winkt.

«Bitte nicht», sagen wir.

Er versucht es wieder.

«Wiederum ich», ruft er.

«Beinahe», rufen wir.

Noch einmal tritt er ein.

«Der Langerwartete», sagt er.

«Wiederholung», rufen wir, aber ach, nun haben wir zu lang gezögert, nun bleibt er draussen, will nicht mehr kommen, ist weggesprungen, wir sehen ihn nicht mehr, selbst wenn wir die Haustür öffnen und links und rechts die Strasse schnell hinunterschauen.

Aus: Reinhard Lettau, Auftritt Manigs (Kurzgeschichten), 1963

Thema 2: Vintage-Mode

Lesen Sie den Text von Simone Klemenz und bearbeiten Sie dazu die beiden Teilaufträge:

1. Fassen Sie die Kernaussagen des Textes zusammen. [Textumfang: rund eine halbe Seite]
2. Nennen Sie unterschiedliche Gründe, warum Jugendliche aus Ihrer Sicht Vintage-Mode kaufen, und gehen Sie dabei auch auf die Aussage ein, die Simone Klemenz am Schluss des Textes formuliert: «Während sich immer mehr für Vintage interessieren, kaufen andere weiter bei H&M, Zara und Shein ein.» Begründen Sie Ihre Aussagen mit überzeugenden Argumenten und passenden, konkreten Beispielen. [Textumfang: mindestens 1 Seite]

Für Vintage-Mode steht die Gen Z¹ Schlange

An den Wänden kleben Sticker von pinken Nokia-Handys, an Kleiderbügeln hängt Secondhandmode aus den Nullerjahren. In Tiffany Wyders Laden im Sulgenauquartier wohnt man sich zurück in einer anderen Zeit. Die 20-jährige Gründerin von Snabba Clothing trägt selbst nur Vintage, über 4600 Follower hat der Shop auf Instagram.

Bereits ihre Mutter kaufte stets aus zweiter Hand. Um ihre Töchter mit kleinem Budget gepflegt aussehen zu lassen, wie Tiffany Wyder sagt. «Damals wurde gebrauchte Kleidung aber als etwas Minderwertiges angesehen.»

Was einst als verstaubt galt, ist heute aber gerade bei Teilen der Generation Z wieder gefragt. In der Bundesstadt zeugt davon ein regelrechtes Aus-dem-Boden-Schiessen verschiedener auf Vintage spezialisierter Läden und Pop-up-Events.

Worum geht es den jungen Menschen, die heute Mode aus zweiter Hand kaufen? Und ist aus dem Trend nicht längst schon wieder eine Konsum-Maschinerie geworden?

Mit Secondhand-Mode gegen Fast Fashion

Tiffany Wyders Motivation ist, eine Bewegung gegen die Fast-Fashion-Industrie anzukurbeln. Sie will eine Alternative zur schnelllebigen Mode bieten. Denn ihre Erkenntnis ist: Konsum wird immer da sein.

Die Schweiz belegt laut der Bewegung «Fashion Revolution» einen Spitzenplatz bei den Pro-Kopf-Auslagen für Kleider und Schuhe. Nun mag das auch an den vergleichsweise hohen Preisen liegen - doch auch mengenmässig decken sich die Menschen in diesem Land mit überdurchschnittlich viel Mode ein. Sechzig neue Kleidungsstücke sind es pro Jahr.

Wyder verkauft primär Kleidung aus den 2000er-Jahren, ausschliesslich Markenartikel. Die Qualität dieser Stücke sei spürbar besser als jene der heutigen Massenware. Da diese Kleidung länger haltbar sei, brauche man auch nicht ständig etwas Neues zu kaufen, so die Bernerin.

Und: «Die Designs und Details der 2000er-Mode sind faszinierend.» Für Wyder schaffen sie mehr Identität als die heutige Massenware: «Mit Kleidung konnte man sich früher besser ausdrücken und seinen eigenen Stil finden.» Heute gehe es in der Modewelt primär um schnelllebige Trends und Profit. Über die Runden muss natürlich auch sie kommen. Was als kleiner Nebenverdienst während der Schulzeit begann, bezahlt heute ihren Lebensunterhalt mit. Der Nachhaltigkeitsgedanke, das Schaffen von Identität – einen anderen Grund für den Aufschwung von Vintage bringt Sven Feurer, Professor für Marketing an der Berner Fachhochschule, ins Spiel: unsere Neigung zur Nostalgie. «Es ist nicht überraschend, dass Teile der Gen Z, gebeutelt durch die heutigen Krisen, das Gefühl beschleicht, früher sei alles besser gewesen», sagt Feurer. Allerdings betont er auch deren Widersprüchlichkeit: «Ebendiese Generation beschert auch den Temus und Sheins dieser Welt Rekordumsätze.» Auf diesen Onlineplattformen findet sich billig produzierte Massenware.

«Die junge Generation ist gespalten», sagt auch Tiffany Wyder. «Während sich immer mehr für Vintage interessieren, kaufen andere weiter bei H&M, Zara und Shein ein.»

Simone Klemenz, in: «Der Bund», 6.8.2025, gekürzt

¹ Mit der Generation Z sind Menschen gemeint, die von ca. Mitte der 1990er bis etwa 2010 zur Welt gekommen sind.