

HÖRVERSTEHEN

LEHRERBLATT LÖSUNG

Zeit: 5 Minuten

*Die Schüler arbeiten erst nach dem 2. Hören.**Die Schüler arbeiten erst nach dem zweiten Hören, bekommen die Aufgaben aber bereits nach dem ersten Hören.**Der Hörtext wird **zweimal vorgelesen**. Die/der Vorlesende achtet dabei auf das **Sprechtempo**, eine **deutliche Aussprache** und **gute Betonung**. Außerdem kann sie/er den Vortrag durch passende Gestik und Mimik unterstützen.***Marken müssen Influencer wertschätzen**

In der heutigen digitalen Ära hat sich das Influencer-Marketing von einem bloßen Trendphänomen zu einer der tragenden Säulen der modernen Markenkommunikation entwickelt. Doch während die Branche professionalisierter wird, verändern sich auch die Parameter für den Erfolg. Laut der Expertin Bente Matthes reicht es längst nicht mehr aus, Kampagnen allein auf Basis von Follower-Zahlen zu konzipieren. Im Zentrum einer erfolgreichen Zusammenarbeit steht heute ein Begriff, den viele Unternehmen oft vernachlässigen: die Wertschätzung.

Wertschätzung bedeutet in diesem Kontext, Influencer nicht als rein digitale Werbeflächen oder bloße „Transaktionspartner“ zu betrachten. Vielmehr sind sie professionelle Content-Kreatoren, die über Jahre hinweg eine tiefe, auf Vertrauen basierende Beziehung zu ihrer Community aufgebaut haben. Wenn Marken diesen Aspekt ignorieren und versuchen, den Influencern starre Werbebotschaften aufzudrängen, gefährden sie die Authentizität des gesamten Projekts. Ein Influencer kennt seine Zielgruppe am besten; er weiß, welche Tonalität und welche Inhalte organisch wirken und welche als störende Fremdkörper wahrgenommen werden. Ein entscheidender Faktor für die Nachhaltigkeit im Influencer-Marketing ist der sogenannte „Brand-Fit“. Authentizität ist in den sozialen Medien die wichtigste Währung. Ein Creator, der Produkte bewirbt, die nicht zu seinem persönlichen Lebensstil oder seinen ethischen Werten passen, setzt seine mühsam erarbeitete Glaubwürdigkeit aufs Spiel. Die Follower von heute besitzen ein feines Gespür für unnatürliche Empfehlungen. Wenn eine Kooperation rein transaktional wirkt – also nach dem Prinzip „Geld gegen Post“ –, führt das unweigerlich zu einem Vertrauensverlust. Dieser schadet langfristig nicht nur dem Image des Influencers, sondern auch der Reputation der Marke. Daher rückt die langfristige Beziehungsarbeit immer mehr in den Fokus. Anstatt auf einmalige Kurzezeitkampagnen zu setzen, streben zukunftsorientierte Unternehmen dauerhafte Botschafter-Modelle an.

Parallel dazu lässt sich eine Verschiebung in der Erfolgsmessung beobachten. Die Zeiten, in denen ausschließlich „Vanity Metrics“ wie Likes und Kommentare gezählt wurden, sind vorbei. Moderne Datenanalysen ermöglichen es heute, die tatsächliche Qualität der Interaktion und das reale Engagement zu evaluieren. In diesem Zusammenhang gewinnen „Micro-Influencer“ massiv an Bedeutung. Obwohl ihre Reichweite im Vergleich zu globalen Stars begrenzt sein mag, verfügen sie über eine hochgradig loyale und aktive Anhängerschaft in spezifischen Nischen. Die Relevanz ihrer Empfehlungen ist innerhalb dieser Zielgruppen oft deutlich höher als die diffusen Botschaften von Mega-Influencern.

Die Professionalisierung der Branche führt auch dazu, dass datenbasierte Entscheidungen zum Standard werden. Tools zur Identifikation von „Fake-Followern“ und zur Analyse der Zielgruppen-Demografie sind unverzichtbar geworden, um Transparenz zu gewährleisten. Dennoch darf der menschliche Faktor nicht unterschätzt werden. Die größte Herausforderung für Marken besteht heute darin, den Mut aufzubringen, kreative Kontrolle abzugeben. Nur wenn Influencer die Freiheit haben, die Botschaft in ihrer eigenen, authentischen „Sprache“ zu vermitteln, kann eine Kampagne wirklich überzeugen. Das Endziel sollte eine echte Symbiose sein, von der alle Beteiligten – die Marke, der Influencer und letztlich der Konsument – durch echten Mehrwert profitieren.

<https://jugendvonheute.de/interview-mit-bente-matthes-zum-thema-influencer-marketing-marken-muessen-influencer-wertschaetzen/>

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
f	r	r	r	f	r	f	r	f	f

HÖRVERSTEHEN SCHÜLERBLATT**NUMMER**

Zeit: 5 Minuten

*Die Schüler arbeiten erst nach dem 2. Hören.***Marken müssen Influencer wertschätzen***Welche Aussagen sind auf der Grundlage des gehörten Textes richtig (r), welche sind falsch (f)? Kreuze an.*

		r	f
1.	Die bloße Quantität der Follower ist heute das alleinige Maß für den Erfolg einer Kampagne.		
2.	Bente Matthes fordert, Influencer als professionelle Partner und Content-Kreatoren wertzuschätzen.		
3.	Eine rein transaktionale Zusammenarbeit schöpft das volle Potenzial der Kooperation nicht aus.		
4.	Authentizität wird in den sozialen Medien als die wichtigste Währung betrachtet.		
5.	Ein mangelnder „Brand-Fit“ schadet ausschließlich dem Image des Influencers.		
6.	Langfristige Botschafter-Modelle gewinnen gegenüber kurzfristigen Kampagnen an Bedeutung.		
7.	Sogenannte „Vanity Metrics“ wie Likes haben heute eine höhere Relevanz als qualitative Datenanalysen.		
8.	Micro-Influencer sind trotz geringerer Reichweite in spezifischen Nischen oft effektiver.		
9.	Tools zur Identifikation von Fake-Followern werden als unnötig für die Transparenz angesehen.		
10.	Um glaubwürdig zu wirken, sollten Marken die vollständige kreative Kontrolle über den Content behalten.		

Zeit: 10 Minuten

Warum unser Gehirn Lernpausen benötigt

Heutzutage fühlen sich viele Menschen gestresst. In der Schule oder im Beruf gibt es oft so viele Aufgaben, dass man gar nicht weiß, wo man anfangen soll. Eine sehr hilfreiche Lösung für dieses Problem ist die sogenannte Pomodoro-Technik. Sie wurde Ende der 1980er Jahre von einem Italiener namens Francesco Cirillo erfunden. Der Name „Pomodoro“ ist das italienische Wort für Tomate. Cirillo nannte die Methode so, weil er am Anfang eine Küchenuhr benutzte, die wie eine Tomate aussah.

Die Methode ist wirklich unkompliziert und jeder kann sie sofort ausprobieren. Man teilt seine Arbeitszeit in kleine, feste Stücke ein. Zuerst arbeitet man genau 25 Minuten lang hochkonzentriert an einer einzigen Aufgabe. In dieser Zeit darf man sich nicht ablenken lassen. Danach macht man eine kurze Pause von genau 5 Minuten. In dieser Pause sollte man nicht am Handy spielen oder E-Mails lesen. Es ist besser, kurz aufzustehen, sich zu dehnen oder ein Glas Wasser zu trinken. Diese kleinen Pausen sind das Geheimnis für effektives Arbeiten.

Aber warum funktioniert das eigentlich so gut? Die Antwort liegt in unserem Gehirn. Wissenschaftler haben herausgefunden, dass sich das menschliche Gehirn biologisch gesehen nicht stundenlang am Stück perfekt konzentrieren kann. Nach etwa 30 Minuten lässt die Aufmerksamkeit automatisch nach. Wir machen dann mehr Fehler und brauchen für einfache Sätze plötzlich viel länger. Wenn wir aber regelmäßige Pausen machen, bekommt das Gehirn eine Chance zur Erholung. Es ist wie ein kleiner „Neustart“ für unsere Gedanken. Danach können wir wieder mit frischer Energie weiterarbeiten.

Ein weiterer großer Vorteil ist der Kampf gegen das Aufschieben, also die Prokrastination. Oft wirken große Hausaufgaben oder Projekte wie ein riesiger, unbezwingbarer Berg. Man hat Angst vor der Menge der Arbeit und fängt deshalb gar nicht erst an. Die Pomodoro-Technik macht die Aufgabe kleiner. Man sagt sich: „Ich muss nicht das ganze Projekt heute fertigmachen, ich arbeite nur 25 Minuten.“ Das klingt viel machbarer und der Stress sinkt sofort. Oft stellt man fest, dass man nach den ersten 25 Minuten in einen guten „Flow“ kommt und dann gerne weitermacht.

Auch unser Belohnungssystem im Kopf spielt eine wichtige Rolle. Jede erfolgreich beendete Einheit ist ein kleiner Erfolg. Das Gehirn schüttet dann Dopamin aus, einen Stoff, der uns glücklich macht und uns motiviert. Nach vier solcher Einheiten ist es wichtig, eine längere Pause von etwa 15 bis 30 Minuten zu machen. In dieser Zeit sortiert das Gehirn die gelernten Informationen und speichert sie im Gedächtnis. Wer ohne Pausen lernt, vergisst das Wissen oft sehr schnell wieder. Zusammenfassend kann man sagen: Der richtige Rhythmus zwischen Arbeit und Entspannung ist der wahre Schlüssel zu guter Leistung und Gesundheit.

<https://www.wissen.de/die-pomodoro-technik-warum-unser-gehirn-lernpausen-braucht>

Lösung:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
r	f	f	r	r	f	r	f	r	f

Bewertung: Für jede richtige Zuordnung 1 Punkt. Zusammen 10 Punkte.

LESEVERSTEHEN

SCHÜLERBLATT

TEXT

Zeit: 10 Minuten

Warum unser Gehirn Lernpausen benötigt

Heutzutage fühlen sich viele Menschen gestresst. In der Schule oder im Beruf gibt es oft so viele Aufgaben, dass man gar nicht weiß, wo man anfangen soll. Eine sehr hilfreiche Lösung für dieses Problem ist die sogenannte Pomodoro-Technik. Sie wurde Ende der 1980er Jahre von einem Italiener namens Francesco Cirillo erfunden. Der Name „Pomodoro“ ist das italienische Wort für Tomate. Cirillo nannte die Methode so, weil er am Anfang eine Küchenuhr benutzte, die wie eine Tomate aussah.

Die Methode ist wirklich unkompliziert und jeder kann sie sofort ausprobieren. Man teilt seine Arbeitszeit in kleine, feste Stücke ein. Zuerst arbeitet man genau 25 Minuten lang hochkonzentriert an einer einzigen Aufgabe. In dieser Zeit darf man sich nicht ablenken lassen. Danach macht man eine kurze Pause von genau 5 Minuten. In dieser Pause sollte man nicht am Handy spielen oder E-Mails lesen. Es ist besser, kurz aufzustehen, sich zu dehnen oder ein Glas Wasser zu trinken. Diese kleinen Pausen sind das Geheimnis für effektives Arbeiten.

Aber warum funktioniert das eigentlich so gut? Die Antwort liegt in unserem Gehirn. Wissenschaftler haben herausgefunden, dass sich das menschliche Gehirn biologisch gesehen nicht stundenlang am Stück perfekt konzentrieren kann. Nach etwa 30 Minuten lässt die Aufmerksamkeit automatisch nach. Wir machen dann mehr Fehler und brauchen für einfache Sätze plötzlich viel länger. Wenn wir aber regelmäßige Pausen machen, bekommt das Gehirn eine Chance zur Erholung. Es ist wie ein kleiner „Neustart“ für unsere Gedanken. Danach können wir wieder mit frischer Energie weiterarbeiten.

Ein weiterer großer Vorteil ist der Kampf gegen das Aufschieben, also die Prokrastination. Oft wirken große Hausaufgaben oder Projekte wie ein riesiger, unbezwingbarer Berg. Man hat Angst vor der Menge der Arbeit und fängt deshalb gar nicht erst an. Die Pomodoro-Technik macht die Aufgabe kleiner. Man sagt sich: „Ich muss nicht das ganze Projekt heute fertigmachen, ich arbeite nur 25 Minuten.“ Das klingt viel machbarer und der Stress sinkt sofort. Oft stellt man fest, dass man nach den ersten 25 Minuten in einen guten „Flow“ kommt und dann gerne weitermacht.

Auch unser Belohnungssystem im Kopf spielt eine wichtige Rolle. Jede erfolgreich beendete Einheit ist ein kleiner Erfolg. Das Gehirn schüttet dann Dopamin aus, einen Stoff, der uns glücklich macht und uns motiviert. Nach vier solcher Einheiten ist es wichtig, eine längere Pause von etwa 15 bis 30 Minuten zu machen. In dieser Zeit sortiert das Gehirn die gelernten Informationen und speichert sie im Gedächtnis. Wer ohne Pausen lernt, vergisst das Wissen oft sehr schnell wieder. Zusammenfassend kann man sagen: Der richtige Rhythmus zwischen Arbeit und Entspannung ist der wahre Schlüssel zu guter Leistung und Gesundheit.

<https://www.wissen.de/die-pomodoro-technik-warum-unser-gehirn-lernpausen-braucht>

LESEVERSTEHEN

SCHÜLERBLATT

NUMMER

Zeit: 10 Minuten

Warum unser Gehirn Lernpausen benötigt*Welche Aussagen sind auf der Grundlage des gelesenen Textes richtig (R), welche sind falsch (F)?*

		r	f
1.	Die Methode hat ihren Ursprung in den 1980er Jahren und wurde von einem Italiener entwickelt.		
2.	Der Name der Technik bezieht sich auf die Farbe der Kleidung, die der Erfinder trug.		
3.	Während der kurzen Pausen wird empfohlen, E-Mails zu checken, um Zeit zu sparen.		
4.	Wissenschaftliche Studien zeigen, dass die menschliche Konzentration nach etwa einer halben Stunde nachlässt.		
5.	Regelmäßige Unterbrechungen wirken auf das Gehirn wie ein kleiner Neuanfang.		
6.	Die Technik macht große Aufgaben schwieriger, weil man immer wieder unterbrochen wird.		
7.	Das Gehirn schüttet nach einer erfolgreichen Arbeitseinheit Stoffe aus, die die Motivation fördern.		
8.	Nach vier Arbeitsphasen sieht die Methode eine Pause von mindestens einer Stunde vor.		
9.	Pausen sind notwendig, damit das Gelernte dauerhaft im Gedächtnis bleiben kann.		
10.	Wer ohne Pausen lernt, kann sich Informationen langfristig besser merken.		

Energy Water: Die Revolution in der transparenten Dose

In einem hart umkämpften Getränkemarkt ist es für neue Unternehmen eine enorme Herausforderung, sich gegen die etablierten Giganten dauerhaft **01 durchzusetzen**. Doch eine visionäre Geschäftsidee aus Deutschland schickt sich nun an, den Markt für klassische Erfrischungsgetränke nachhaltig zu **02 revolutionieren**. Das Konzept besticht durch seine Einfachheit: ein belebendes Energy-Water, das in einer **03 völlig** transparenten Dose präsentiert wird. Während herkömmliche Drinks oft mit künstlichen Inhaltsstoffen assoziiert werden, setzt dieses Startup auf maximale **04 Transparenz**.

Der Verzicht auf künstliche Zusätze ist dabei nur **05 ein** Aspekt der Unternehmensphilosophie. Das Getränk basiert auf reinem Wasser, das mit natürlichem Koffein aus grünen Kaffeebohnen **06 angereichert** wird. Die Zielgruppe umfasst vor allem jene gesundheitsbewussten Konsumenten, die **07 ihren** Fokus auf einen bewussten Lebensstil richten, ohne dabei auf etwas **08 Belebendes** verzichten zu wollen. Ein technisches Highlight ist die Verpackung: Anstelle der blickdichten Aluminiumdose **09 verwendet** der Hersteller eine durchsichtige PET-Dose. **10 Dadurch** erhält der Kunde sofort einen unverfälschten Blick auf den Inhalt. Dieses visuelle Versprechen von Reinheit hebt das Produkt deutlich von der Masse **11 ab**.

Hinter der Idee steht die feste Überzeugung, dass der moderne Verbraucher Transparenz **12 fordert**. Die Durchsichtigkeit der Dose symbolisiert **13 in der Tat** die Ehrlichkeit der Inhaltsstoffe. Dennoch bringt diese Innovation auch spezifische Herausforderungen **14 mit** sich. Da Vitamine oft lichtempfindlich reagieren, musste eine spezielle Rezeptur entwickelt werden, die **15 trotz** direkter Sonneneinstrahlung stabil bleibt. **16 Zudem** mussten die logistischen Prozesse im Abfüllwerk so optimiert werden, dass die hohe Qualität des Wassers **17 innerhalb** der gesamten Lieferkette erhalten bleibt.

Ein **18 äußerst** sensibles Thema ist in diesem Zusammenhang die Nachhaltigkeit. Obwohl die Dose aus Kunststoff besteht, ist sie zu einhundert Prozent **19 wiederverwertbar**. Viele Kritiker **20 geben** zwar **20 an**, dass Mehrweg-Glasflaschen ökologisch sinnvoller wären, doch für den mobilen „On-the-go“-Konsum bleibt das geringe Gewicht der Dose ein entscheidender **21 Vorteil**. Der Anteil der Käufer, die bei ihrer Kaufentscheidung großen **22 Wert** auf ökologische Aspekte legen, wächst stetig, **23 weshalb** das Unternehmen massiv in neue Recycling-Konzepte investiert.

Wer dieses Getränk zum ersten Mal probiert, wird oft **24 überrascht** sein, wie pur Energie schmecken kann. Es gibt kaum ein anderes Start-up, bei dem die Kombination aus Funktionalität und Lifestyle so **25 überzeugend** gelungen ist. Ob sich das Design langfristig am Markt **26 bewähren** wird, bleibt abzuwarten. Fest steht: Die **27 Gründer** haben keinen Trend verschlafen, **28 sondern** ihn aktiv mitgestaltet. Sollten die Absatzzahlen im nächsten Quartal weiter **29 steigen**, wird das Produkt bald in jedem Supermarktregal **30 zu finden** sein.

<https://www.geschaeftsideen.de/Energy-Water-ohne-Zucker-in-transparenter-Dose.html>

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
A	C	B	D	B	B	C	B	A	A	C	C	A	D	B

16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
B	A	D	C	D	C	A	B	A	C	D	B	A	C	D

Bewertung: Für jede richtige Antwort je 1 Punkt. Insgesamt 30 Punkte.

Zeit: 20 Minuten

Energy Water: Die Revolution in der transparenten Dose

IHRE LÖSUNG		A	B	C	D
A	01	durchzusetzen	durchsetzen	durchgesetzt	durchzusetzende
C	02	revolutioniert	revoltiert	revolutionieren	revoltieren
B	03	völlige	völlig	völliger	völligen
D	04	Transparente	Transparentes	Transparent	Transparenz
B	05	einer	ein	eins	einen
B	06	anreichern	angereichert	bereichern	bereichert
C	07	ihr	ihres	ihren	ihrer
B	08	Belebende	Belebendes	Belebenden	Belebend
A	09	verwendet	verwenden	zu verwenden	verwendete
A	10	Dadurch	Davon	Davor	Danach
C	11	ein	nach	ab	vor
C	12	erfordert	fördert	fordert	überfordert
A	13	in der Tat	auf Verdacht	aus Freude	mit Mühe
D	14	bei	nach	an	mit
B	15	aufgrund	trotz	infolge	wegen
B	16	Dennoch	Zudem	Sodass	Trotzdem
A	17	innerhalb	auswärts	seit	vor
D	18	äußerste	außer	außerdem	äußerst
C	19	kompostierbar	unverwertbar	wiederverwertbar	zerstörbar
D	20	gäben ... auf	gäbt ... aus	gaben ... ein	geben ... an
C	21	Anteil	Abteil	Vorteil	Nachteil
A	22	Wert	Preis	Bedeutung	Wichtigkeit
B	23	deshalb	weshalb	worum	daher
A	24	überrascht	erschrocken	enttäuscht	neugierig
C	25	unmäßig	übertreibend	überzeugend	aufwühlend
D	26	gefallen	bewahren	funktionieren	bewähren
B	27	Autoren	Gründer	Konsumenten	Verkäufer
A	28	aber	sondern	oder	denn
C	29	gestiegen	gesteigert	steigen	steigern
D	30	zu gefunden	finden	gefunden	zu finden

Bewertung: Für jede richtige Antwort je 1 Punkt. Insgesamt 30 Punkte.

Zeit: 20 Minuten

Energy Water: Die Revolution in der transparenten Dose

In einem hart umkämpften Getränkemarkt ist es für neue Unternehmen eine enorme Herausforderung, sich gegen die etablierten Giganten dauerhaft **01**. Doch eine visionäre Geschäftsidee aus Deutschland schickt sich nun an, den Markt für klassische Erfrischungsgetränke nachhaltig zu **02**. Das Konzept besticht durch seine Einfachheit: ein belebendes Energy-Water, das in einer **03** transparenten Dose präsentiert wird. Während herkömmliche Drinks oft mit künstlichen Inhaltsstoffen assoziiert werden, setzt dieses Startup auf maximale **04**.

Der Verzicht auf künstliche Zusätze ist dabei nur **05** Aspekt der Unternehmensphilosophie. Das Getränk basiert auf reinem Wasser, das mit natürlichem Koffein aus grünen Kaffeebohnen **06** wird. Die Zielgruppe umfasst vor allem jene gesundheitsbewussten Konsumenten, die **07** Fokus auf einen bewussten Lebensstil richten, ohne dabei auf etwas **08** verzichten zu wollen. Ein technisches Highlight ist die Verpackung: Anstelle der blickdichten Aluminiumdose **09** der Hersteller eine durchsichtige PET-Dose. **10** erhält der Kunde sofort einen unverfälschten Blick auf den Inhalt. Dieses visuelle Versprechen von Reinheit hebt das Produkt deutlich von der Masse **11**.

Hinter der Idee steht die feste Überzeugung, dass der moderne Verbraucher Transparenz **12**. Die Durchsichtigkeit der Dose symbolisiert **13** die Ehrlichkeit der Inhaltsstoffe. Dennoch bringt diese Innovation auch spezifische Herausforderungen **14** sich. Da Vitamine oft lichtempfindlich reagieren, musste eine spezielle Rezeptur entwickelt werden, die **15** direkter Sonneneinstrahlung stabil bleibt. **16** mussten die logistischen Prozesse im Abfüllwerk so optimiert werden, dass die hohe Qualität des Wassers **17** der gesamten Lieferkette erhalten bleibt.

Ein **18** sensibles Thema ist in diesem Zusammenhang die Nachhaltigkeit. Obwohl die Dose aus Kunststoff besteht, ist sie zu einhundert Prozent **19**. Viele Kritiker **20** zwar **20**, dass Mehrweg-Glasflaschen ökologisch sinnvoller wären, doch für den mobilen „On-the-go“-Konsum bleibt das geringe Gewicht der Dose ein entscheidender **21**. Der Anteil der Käufer, die bei ihrer Kaufentscheidung großen **22** auf ökologische Aspekte legen, wächst stetig, **23** das Unternehmen massiv in neue Recycling-Konzepte investiert.

Wer dieses Getränk zum ersten Mal probiert, wird oft **24** sein, wie pur Energie schmecken kann. Es gibt kaum ein anderes Start-up, bei dem die Kombination aus Funktionalität und Lifestyle so **25** gelungen ist. Ob sich das Design langfristig am Markt **26** wird, bleibt abzuwarten. Fest steht: Die **27** haben keinen Trend verschlafen, **28** ihn aktiv mitgestaltet. Sollten die Absatzzahlen im nächsten Quartal weiter **29**, wird das Produkt bald in jedem Supermarktregal **30** sein.

<https://www.geschaefsideen.de/Energy-Water-ohne-Zucker-in-transparenter-Dose.html>

TEST

SCHÜLERBLATT

NUMMER

Zeit: 20 Minuten

Lesen Sie zuerst den Text und kreuzen Sie dann die richtige Antwort an!

Ihre Lösung		A	B	C	D
	01	durchzusetzen	durchsetzen	durchgesetzt	durchzusetzende
	02	revolutioniert	revolziert	revolutionieren	revolzieren
	03	völlige	völlig	völliger	völligen
	04	Transparente	Transparentes	Transparent	Transparenz
	05	einer	ein	eins	einen
	06	anreichern	angereichert	bereichern	bereichert
	07	ihr	ihres	ihren	ihrer
	08	Belebende	Belebendes	Belebenden	Belebend
	09	verwendet	verwenden	zu verwenden	verwendete
	10	Dadurch	Davon	Davor	Danach
	11	ein	nach	ab	vor
	12	erfordert	fördert	fordert	überfordert
	13	in der Tat	auf Verdacht	aus Freude	mit Mühe
	14	bei	nach	an	mit
	15	aufgrund	trotz	infolge	wegen
	16	Dennoch	Zudem	Sodass	Trotzdem
	17	innerhalb	auswärts	seit	vor
	18	äußerste	außer	außerdem	äußerst
	19	kompostierbar	unverwertbar	wiederverwertbar	zerstörbar
	20	gäben ... auf	gäbt ... aus	gaben ... ein	geben ... an
	21	Anteil	Abteil	Vorteil	Nachteil
	22	Wert	Preis	Bedeutung	Wichtigkeit
	23	deshalb	weshalb	worum	daher
	24	überrascht	erschrocken	enttäuscht	neugierig
	25	unmäßig	übertreibend	überzeugend	aufwühlend
	26	gefallen	bewahren	funktionieren	bewähren
	27	Autoren	Gründer	Konsumenten	Verkäufer
	28	aber	sondern	oder	denn
	29	gestiegen	gesteigert	steigen	steigern
	30	zu gefunden	finden	gefunden	zu finden

A. Bild/Bildgeschichte/Foto – Wertung: max. 25 Punkte

Vorbereitungszeit: 2 Minuten Zeit für die Bildbeschreibung: 5 – 8 Min.

Die Schüler haben 2 Minuten Zeit, um sich das Bild/Foto anzusehen. Sie beschreiben das Bild/Foto oder erzählen eine Geschichte zu dem Bild/zu den Bildern. Die Jurymitglieder stellen Ergänzungsfragen. Dies gilt für alle Kategorien. Im Rahmen einer Kategorie erhält jeder Schüler dasselbe Bild, damit jeder Schüler dieselbe Aufgabe mit den gleichen Fragen und Themen bekommt. Nach dieser Disziplin darf der Schüler den Raum nicht verlassen, er setzt sich hinten in den Prüfungsraum.

Beim mündlichen Ausdruck – bei „Bildbeschreibung“ – werden bewertet:

Wortschatz	5 Punkte	Gesprächsfähigkeit	5 Punkte
Grammatik	5 Punkte	Kreativität und Argumentation	5 Punkte
Inhaltliche Angemessenheit	5 Punkte		

B. Freie Rede – Wertung: max. 25 Punkte

Vorbereitungszeit: 2 Minuten

Zeit für die „Freie Rede“: 5 Min.

Die Jury zieht unter 13 vorgeschlagenen Themen, die jeweils auf einem Los stehen, 2-3 Themen. Zu diesen Themen führen die Jurymitglieder ein freies Gespräch mit dem Schüler. Alle Schüler derselben Kategorie haben die gleichen Themen. Der Verlauf der Prüfung erfolgt wie bei der Bildgeschichte. Die Schüler betreten den Raum nacheinander in der ausgelosten Reihenfolge. Nach dem Gespräch setzt sich der Schüler nach hinten in den Prüfungsraum. Er darf auf keinen Fall den Raum verlassen.

Beim mündlichen Ausdruck – bei „Freie Rede“ – werden bewertet:

Wortschatz	5 Punkte	Gesprächsfähigkeit	5 Punkte
Grammatik	5 Punkte	Aussprache und Intonation	5 Punkte
Inhaltliche Angemessenheit	5 Punkte		

Die folgenden Behauptungen und Meinungen sollen die Schüler zur Diskussion anregen.

Der Schüler erhält einen kurzen provokativen Satz zu 2-3 Themen, zu dem er Stellung nehmen soll.

Die Fragestellungen im Gespräch richten sich nach dem Alter und dem Sprachniveau der Schüler.

1. Familie (Generationsprobleme)

Generationskonflikte entstehen oft nicht aus mangelnder Liebe, sondern aus unterschiedlichen Lebensrealitäten.

2. Hobby (Freizeit)

Freizeit ist nicht nur Erholung, sondern auch eine Investition in die eigene Persönlichkeit.

3. Schule (Beruf)

Eine gute Schule bereitet nicht auf Prüfungen, sondern auf das Leben vor.

4. Natur (Umwelt)

Der Schutz der Umwelt ist keine Option, sondern eine Notwendigkeit.

5. Jugendprobleme (Freundschaften)

Digitale Plattformen verbinden uns global, können uns aber emotional voneinander entfernen.

6. Reisen (Urlaub)

Tourismus sollte Brücken zwischen Kulturen bauen und keine Vorurteile verstärken.

7. Lesen (Lektüre)

Lesen erweitert den Wortschatz, aber vor allem den Horizont.

8. Medien (Unterhaltung)

Wer Informationen konsumiert, trägt auch Verantwortung für deren Verbreitung.

9. Sport/Mode:

zur Mode: Nachhaltige Mode ist kein Trend, sondern eine Haltung.

zum Sport: Regelmäßige Bewegung ist eine der effektivsten Formen der Prävention.

10. Ernährung (Essgewohnheiten)

Bewusster Konsum beginnt auf dem Teller.

11. Stadt (Verkehr)

Die Stadt der Zukunft gehört nicht den Autos, sondern den Menschen.

12. Wohnen (Wohnungsprobleme)

Wohnraum ist nicht nur ein Dach über dem Kopf, sondern ein Stück Lebensqualität.

13. Gesundheit (Unser Körper)

Gesundheit ist das Gleichgewicht zwischen Körper, Geist und sozialem Umfeld.

BILD

Sehen Sie sich das Bild an und beschreiben Sie es!

