

## Lösung

Diese Lösung wurde erstellt von Julia Umschaden. Sie ist keine offizielle Lösung des Niedersächsischen Kultusministeriums.

### Aufgabenteil I - Hörverstehen

#### Aufgabe 1

Ausgehend vom aktuellen Anlass des Frühlingsanfangs beschäftigt sich das Interview mit Ulrike Römer mit dem Thema der Frühjahrsmüdigkeit. Zunächst werden einige Forschungsergebnisse durchgeführter Studien zum Thema präsentiert und die Symptome dieser Körperreaktion zusammengefasst. Nach einer Erklärung zu Entstehung und Ursachen der Frühjahrsmüdigkeit werden dem Hörer einige Ratschläge zu einem besseren Umgang mit der für den Körper belastenden Umstellung aufgezeigt.

#### Aufgabe 2

Im Interview findet eine Unterteilung in „klassische“ und schwerwiegendere Symptome statt: Zu den klassischen Symptomen gehören Müdigkeit, Schläpheit, Gereiztheit und Konzentrationsmangel, die extremeren Reaktionen sind Schwindel, Kreislaufschwäche, Schlafstörungen und Migräne.

#### Aufgabe 3

- Frauen, weil sie häufiger einen niedrigeren Blutdruck haben.
- Jugendliche, weil sie oft einen gestörten Tag-Nacht-Rhythmus haben.

#### Aufgabe 4

Jahreszeit	Hormon	Wirkung
Winter	Melatonin	Schlafhormon, fördert Entspannung und Schlaf
Frühling	Serotonin	Glückshormon, verleiht Antrieb und Motivation

### Aufgabe 5

Licht und Temperatur beeinflussen den menschlichen Körper: Der dunkle und kalte Winter lässt die Bildung und Ausschüttung von Melatonin ansteigen, das wärme- und lichtbringende Frühjahr sorgt für eine Abnahme der Melatonin-Produktion und vermehrt die Serotoninwerte im Blut.

### Aufgabe 6

- Aktivitäten draußen an der frischen Luft (vor allem morgens)
- sich der Sonne aussetzen, auch ohne Sonnenbrille, damit das Auge von UV-Strahlen getroffen wird
- Bewegung
- Kalt-/Warm-Wechsel, z.B. durch Dusche oder Sauna
- gesunde Ernährung
- Verzicht auf längeres Schlafen

## Aufgabenteil II – Leseverstehen

### BASISTEIL

#### Aufgabe 1

a.

Der Übergang von den Wintermonaten zur Frühlingszeit ist von Aufbruchsstimmung geprägt und belebt den Betrieb vieler Geschäftszweige: Modebranche, Gesundheitswesen, Fitnesscenter und Wellnessmetier erfreuen sich in den Monaten von März bis April großer Beliebtheit und steigender Umsätze.

b.

Stellt man eine vergleichende Analyse der beiden vorliegenden Informationsquellen an, ergeben sich zwar einige Unterschiede zwischen Text und Grafik, deutlich ersichtlich wird jedoch die Übereinstimmung darin, dass die Umsätze und Konsumerwartungen in der Frühjahrssaison stark ansteigen.

Eine klare Übereinstimmung zwischen den Umfrageergebnissen und dem Text liegt in der Kategorie „Lust auf Sport und Bewegung im Freien“. Satte 81% der Befragten geben an, diesen Wunsch im Frühjahr wieder stärker zu verspüren. Dementsprechend bestätigt der Text, dass der April die Zeit der Hochsaison bei den Fitnesscentern sei (Z. 21). Betreiber dieser Einrichtungen dürfen sich in dieser Zeit also berechnete Hoffnung auf einen Umsatzanstieg machen.

Die ansteigende Reiselust nimmt in der vorliegenden Grafik mit 61% den zweithöchsten Rang ein. Der Text liefert hierzu keine konkreten Informationen (z.B. Umsatzdaten von Reisebüros), erwähnt jedoch, dass die Zeit um Ostern „immer häufiger zu einem Kurztrip in den Süden genutzt“ (Z. 13/14) wird. Auch die im Text genannten steigenden Verkaufszahlen für Sommerutensilien wie Badeanzüge oder Shorts kann als Hinweis angesehen werden, dass sich einige Konsumenten auf eine Reise Richtung Süden vorbereiten.

Ein Unterschied zwischen Text und Umfrageergebnissen findet sich in der Kategorie „Lust auf Frühjahrsputz“. Laut Text bricht zu Frühlingsbeginn eine „kollektive Putz[...]wut“ (Z. 16) aus, die Teilnehmer der Umfrage bestätigen dies jedoch nur zu 37%.

Überraschend fallen die Umfrageergebnisse bezüglich des Einkaufsverhaltens der befragten Personen aus: Schwache 36% bestätigen eine gesteigerte Lust auf Einkaufsaktionen. Text 1 fokussiert jedoch genau auf diese Kategorie am stärksten und sieht besonders die Modebranche als erfolgversprechend an, da ihre Abhängigkeit der Verkaufszahlen vom Wetter durch die steigenden Temperaturen im Frühjahr begünstigt wird.

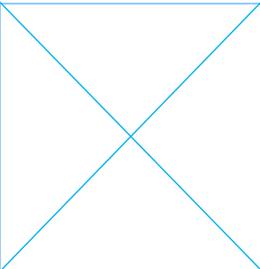
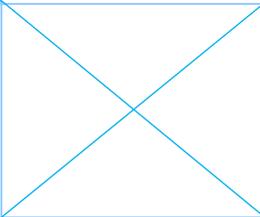
Da jedoch die ansteigende Reiselust, die in der Grafik klar bestätigt wird, und die vorbereitenden Einkäufe der Reisenden gerade hinsichtlich der Modebranche in starkem Zusammenhang stehen (die Reisenden machen sich verstärkt auf die Suche nach luftigen Sommerkleidern, bequemen „Strandklamotten“ oder leichte Sandalen, vgl. Z. 11/12), ist auch die hoffnungsfrohe Erwartung der Modebranchenbetreiber hinsichtlich steigender Verkaufszahlen durchaus berechtigt.

Die Beliebtheit von Dienstleistungsinstitutionen wie Friseur, Kosmetik- oder Schönheitssalons zur Frühjahrszeit wird in der Grafik nicht erfasst – laut Text dürfen sich die Betreiber jedoch auch hier steigender Umsatzzahlen erfreuen.

## Aufgabe 2

Formulierung	Sprachliches Mittel	Bedeutung der Formulierung
„Frühling läßt (...) wieder flattern“	Personifikation	Der Frühling wird als handelndes Subjekt dargestellt und durch das „Flattern“ als etwas Leichtes, Unbeschwertes beschrieben.  Das „Flattern lassen“ meint hier die Verbreitung und Verströmung der Frühlingsdüfte durch den Wind.
„blaues Band“	Metapher; Alliteration	Mit dem bildhaften Ausdruck des „blauen Bandes“ ist der wolkenlose Himmel gemeint, der mit der Zeit des Frühjahrs auch aus meteorologischer Sicht in Verbindung steht.
„Veilchen träumen schon“	Personifikation	Die Veilchen als typische Frühlingsblumen sind im Begriff, bald aufzublühen, und werden durch die milden Temperaturen dazu verlockt.
„leiser Harfenton“	Symbolik	Der Harfenton steht durch das Erklingen einer sanften Melodie für das allmähliche Einsetzen der Frühjahrszeit

Aufgabe 3

„Er ist’s“	„Frühling läßt (...) flattern...“	„sein blaues Band“	„Veilchen träumen schon“	„ein leiser Harfenton“
<b>Parallelformulierung</b>				
Text 3: „Du bist’s“	„Frühling lässt (...) sanft gleiten“		„Ein jeder träumet schon“	„ein leiser Hupenton“
Text 4: „Das blaue Band“	„flatternd in den Lüften, wo?“	„einen Kondensstreifen“		„die Amsel ist abends immer da“
Text 5: „Lied vom Gifttod“	„Gifttod läßt (...) flattern“	„sein Würgeband“	„Gifttod freut sich schon“	„ein leiser Sensenton“

Aufgabe 4

Text	Aussage
Text 2: „Er ist’s“	Nach den langen Wintermonaten kann man endlich einen Übergang zum Frühling mit seinen ersten Anzeichen spüren.
Text 3: „Du bist’s“	Der Smart ist das Spitzenauto schlechthin und durch seine Attraktivität einzigartig.
Text 4: „Das blaue Band“	Der wolkenlose Himmel, wie ihn Mörike in seinem Gedicht darstellt, kann vom Autor nicht wahrgenommen werden, er empfindet Mörikes Darstellung des Frühlings als übertriebene Beschönigung der Realität.
Text 5: „Lied vom Gifttod“	Der beängstigende Gifttod steht unheilvoll bevor und ist im Begriff, Tod und Verderben zu bringen.

## Aufgabenteil III – Schreiben

### WAHLTEIL A

a.

„Frühling ist die schönste Zeit“ – so lautet ein Gedicht von Anette von Droste-Hülshoff. Die Zeit zwischen März und Mai ist eine Zeit des Aufstrebens, die Zeit des Übergangs zwischen der kalten und der warmen Jahreszeit. Die Stimmung der Menschen verändert sich hin zum Positiven, viele überwinden ihre schlechte Herbst- und Winterstimmung und nehmen ein positiveres und optimistischeres Denken an. An diesen Trend von Veränderung und Aufbruch schließen sich auch zahlreiche Dichter an, die ihre von positiver Grundstimmung gefärbten Verse an ihre Leser weitergeben möchten.

b.

Doch Kritiker hinterfragen die Berechtigung der veränderten Gefühlslage und bringen den verheißungsvollen Zukunftsaussichten eine gewisse Skepsis entgegen: So verhält es sich auch beim Gedicht „Das blaue Band“ von Rainer Brambach. In seinen Versen zieht er das grundlegend Optimistische und beinahe Euphorische von Mörikes Gedicht ins Kritisch-Nachdenkliche, beinahe ein wenig ins Pessimistische.

Zum Entstehungszeitpunkt seines Gedichts „Das blaue Band“ sieht sich Brambach mit den Neuerungen der „modernen Zeit“ konfrontiert, die offizielle Einführung des Personal Computers auf den Markt fand beispielsweise nur 3 Jahre zuvor statt. Besonderen Bezug nimmt Brambach in seinem Gedicht auf den Flugverkehr, indem er Mörikes „blaues Band“, den wolkenlosen Himmel, eher als von Kondensstreifen durchzogen beschreibt. Im Gegensatz zu Mörike, der sein Gedicht im Alter von gerade 25 Jahren niederschrieb und dessen jugendlicher Idealismus sich darin deutlich widerspiegelt, ist Brambach, der sein Anschlussgedicht mit 66 Jahren und kurz vor seinem Tode (1983) verfasst, von einer gewissen Reife und Abgeklärtheit geprägt.

c.

Zwischen Manfred Hausins „Lied vom Gifttod“ und Mörikes Klassiker bestehen vielfache Gegensätze, aber auch mehrere Parallelen, die im Folgenden dargestellt werden sollen.

Das auf beiden Seiten stattfindende Identifizieren des Vermuteten und Erahnten wird durch Mörikes und Hausins Verse „ja, du bist’s“ deutlich: Bei Mörike bezieht sich dies auf das Frühlingserwachen, während Hausin damit den Gifttod meint. Des Weiteren bedienen sich beide Dichter des Elements der sinnlichen Duftwahrnehmung: Mörikes „süße Düfte“ werden bei Hausin durch „schwere“ und unheilbringende Gerüche ersetzt. Einen klaren Kontrast stellen die Ausdrücke „Harfenton“ und „Sensenton“ dar: Während der leise Harfenton etwas Glückverheißendes in Aussicht stellt, steht der verderbenbringende Sensenton in Verbindung mit Unglück und Tod. Ebenso verhält es sich mit den

Ausdrücken „blaues Band“, das den wolkenlosen Himmel beschreibt, und „Würgeband“, dem etwas Bedrängendes und Angsterregendes anhaftet.

d.

Die ersten Krokusse blühen, der letzte Schnee schmilzt: Zu unserem heutigen Projekt des Schülerzeitungsprojekts zum Thema „Frühlingserwachen 2013“ würde ich das Gedicht Mörikes zum Abdruck empfehlen: Zunächst, weil es unbestritten als Klassiker der Gedichtschreibung gelten kann und ein beispielgebendes Original ist – wer es noch nicht kennt, kann dadurch eine Bildungslücke schließen. Zudem ist Mörikes „Er ist’s“ von einer positiven und optimistischen Grundstimmung geprägt, die passend zur Jahreszeit das Empfinden vieler Schülerinnen und Schüler widerspiegelt. Als dritter und elementarster Aspekt wäre anzuführen, dass Mörikes Urtext von allen zur Auswahl stehenden Gedichten die Jugendlichen am ehesten anspricht, da dieses Lebensalter ebenfalls eine Zeit des Aufbruchs und des Aufblühens in der gerade stattfindenden Entwicklungsphase ist.

Anzahl der geschriebenen Wörter in <b>WAHLTEIL A</b>	478
--	-----

## WAHLTEIL B

a.

Nach den harten und langwierigen Wintermonaten können die meisten Menschen den Beginn des Frühjahrs kaum erwarten: Die Sehnsucht nach den ersten wärmenden Sonnenstrahlen und Aktivitäten im Freien ist groß. Ist es dann endlich soweit, verspüren wir eine Verbesserung unserer Stimmungslage und die Lust, uns mit neuen, frischen Dingen zu umgeben. Diesen alljährlichen Trend machen sich auch Verkaufsagenturen und Werbebranchen zunutze: Die Modebranche wirbt jetzt mit den sogenannten „Frühjahrstrends“ und löst die gedeckten Farben der Winterkollektionen mit bunten, intensiven Stofftönen ab – und trifft dabei ins Schwarze: Statistiken zeigen, dass die Lust am Einkaufen und dementsprechend die Umsatzzahlen in den Monaten von April bis Mai erheblich ansteigen. Das „Frühlingserwachen“ lässt auch Antrieb und Unternehmungslust bei den meisten Menschen zunehmen: Viele planen bereits jetzt Kurzurlaube; die Angebote von Frühbucherrabatten und Billigreisen beleben das Touristengeschäft und die Betreiber von Reisebüros erfreuen sich zahlreicher Buchungen.

b.

Doch die erste Urlaubsreise im neuen Jahr will gut geplant sein: Nicht wenige Kunden entschließen sich nun zum Kauf eines neuen PKWs. Der Automobilhersteller *Mercedes* hat sich einen Werbespot der besonderen Art einfallen lassen: Für sein Modell des neuen *Smarts* wandelt die Firma das bekannte Mörike-Gedicht „Er ist’s“ ab und macht sich die Verbindung zwischen dem Wetterumschwung und ihrer Produktwerbung zunutze. Die Strategie scheint aufzugehen, denn die steigenden Verkaufszahlen lassen sich auf die in Text 1 erwähnte Wetterabhängigkeit der Kaufentscheidungen (Z. 7-10) zurückführen. Mit der Eingliederung des Verses „Ein jeder träumet schon“ wendet sich *Smart* an die gesteigerte Unternehmungslust der Kunden, die Ausflüge oder Kurztrips mit dem Auto planen. Auch hier kann man *Mercedes* zu seinem Schachzug gratulieren: Das vorliegende Diagramm bestätigt eine gesteigerte Lust am Verreisen bei satten 61% der Befragten.

Der „smarten“ Idee, sich die Verse des berühmten Eduard Mörike zunutze zu machen, liegen verschiedene Aspekte zugrunde. Einerseits sorgt der hohe Bekanntheitsgrad des Gedichtes für einen erheblichen Wiedererkennungswert und für die Begegnung des Interessenten mit etwas ihm Vertrauten; auf der anderen Seite ist der Gedichtklassiker von einer Stimmung des Aufschwungs und einem positiven Grundgefühl beherrscht. Die dadurch erzielten angenehmen Assoziationen der potentiellen Kunden erhöhen die Chancen auf eine finale Kaufentscheidung.

Doch wie genau funktioniert die Abwandlung eines Gedichts in einen Werbetext?

Zunächst werden in unserem Beispiel Versmaß und Reim übernommen, es erfolgt jedoch eine inhaltliche Anpassung an das Themengebiet „Auto und Reise“. Ein Beispiel hierfür wären die Reime „Straße – erwiesenermaßen“ oder „Smart – zart“ in den Versen 2/3 und 1/4. Zudem werden die

Hauptschlagwörter „Frühling“ und „blaues Band“ der klassischen Gedichtversion durch die Benennung des Werbeprodukts selbst („Smart, V. 1, V. 8) ersetzt. Das symbolische Element von Mörikes leisem „Harfenton“ wird von den Werbetextern zum leisen „Hupenton“ umformuliert (V. 7). Am Ende des Gedichtes erfolgt ein zusammenfassender Nachtrag in Prosa: „*Kurz: Der neue Smart – ab 31. März bei Ihrem Smart-Händler.*“

c.

Aus den gezeigten Beispielen wird deutlich, dass Einzelhändler und Firmen gut daran tun, die Zeit des Frühjahrs für Werbezwecke zu nutzen – Wetterlage, Stimmungsbarometer und Kaufverhalten stehen in einem übergeordneten Zusammenhang, der die Entscheidungen der Kunden für einen Produktkauf begünstigt. Als Empfehlung für Werbeprodukte in den Frühlingsmonaten spreche ich mich für Fahrräder und Fahrradzubehör aus, da dies sowohl die vermehrte Lust auf Sport und Bewegung im Freien, als auch die Lust auf Ausflüge und Kurztrips der Interessenten anspricht. Des Weiteren eignen sich Modeaccessoires wie Handtaschen, Schmuck oder leichte Halstücher in pastellartigen Frühlingfarben, da sich viele Kundinnen und Kunden nach dem Einkauf neuer Kleidungsstücke mit passenden Beigaben ausstatten wollen.

Anzahl der geschriebenen Wörter in <b>WAHLTEIL B</b>	555
--	-----