

Abiturprüfung 2017

ENGLISCH

– Aufgabenteil –

Arbeitszeit: 240 Minuten

Der Prüfling hat **e i n e** Textaufgabe seiner Wahl zu bearbeiten.

Aufgaben zu Text I:**Superhighway to cycling heaven – or just a hell of a mess?****B. Questions on the text 50**

Answer the following questions using your own words as far as is appropriate. Quote correctly.

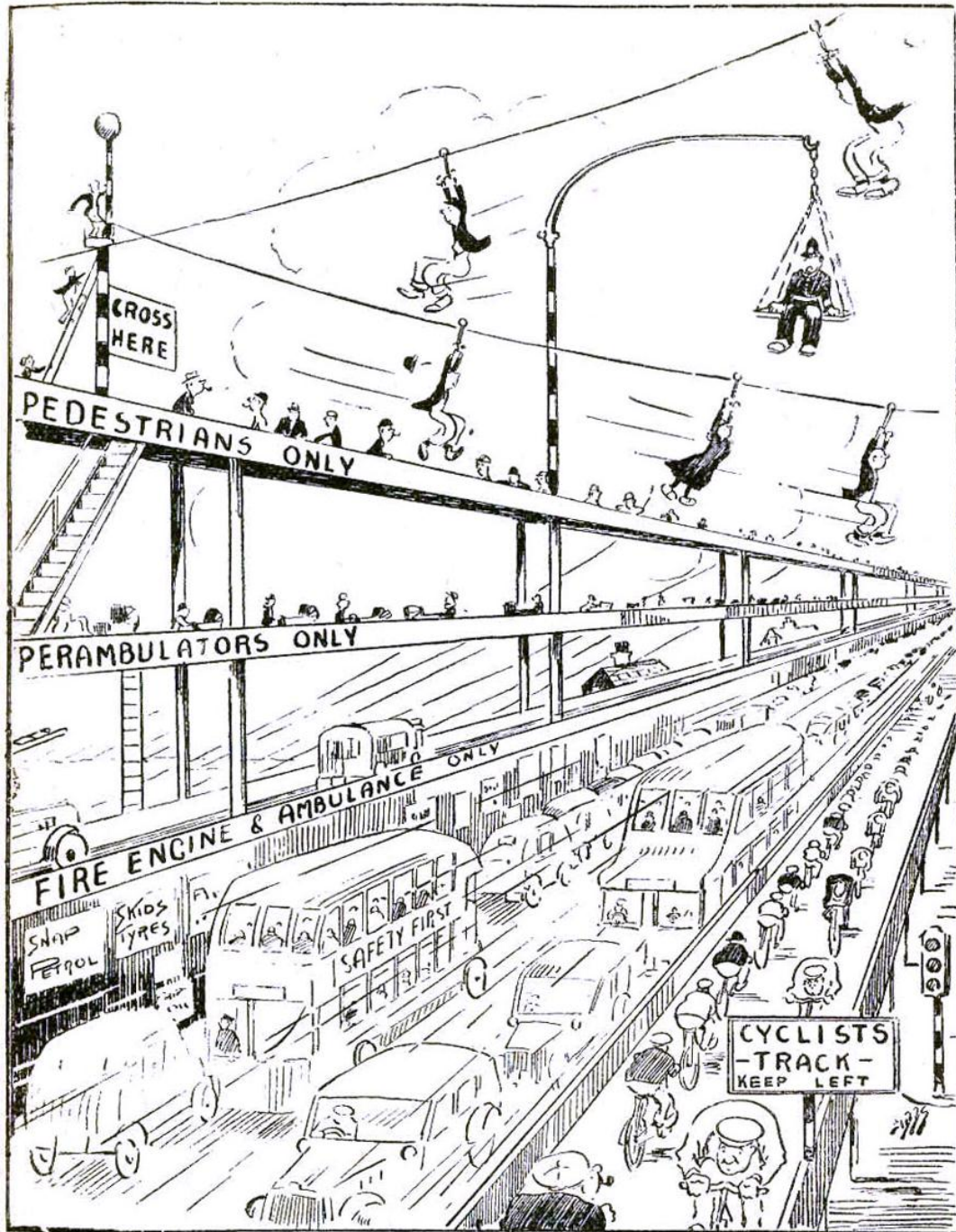
1. Describe the cycle superhighway project and its aims. (10)
2. Outline the reactions to the project and the problems involved. (20)
3. Examine how the writer uses language in the headline and the first two paragraphs to arouse the reader's interest as well as to reveal his own attitude. Give four examples. (20)

C. Composition 40

Choose **one** of the following topics. Write about 200 to 250 words.

1. It is the state's responsibility to make its citizens behave in an environmentally-friendly manner.
Do you agree?
2. "Life is like riding a bicycle. To keep your balance you must keep moving." (Albert Einstein, 1879-1955, physicist)
Comment on this statement.
3. It should be illegal to make journeys of less than two miles by car.
Discuss.

4. Describe, interpret and comment on the following cartoon.



WE'LL ALL GO OUR OWN WAY HOME

(first published around 1934 in the *Northampton Chronicle and Echo*)

From: www.voleospeed.co.uk

PLEASE TURN OVER

D. Mediation**40**

Sie nehmen an einem internationalen Schulprojekt teil, das aktuelle gesellschaftliche Trends thematisiert. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer stellen die Ergebnisse ihrer Recherchen auf der Webseite des Projektes vor.

Verfassen Sie auf der Grundlage des Textes einen englischsprachigen Artikel von ungefähr 250 Wörtern mit der Überschrift „*Trends in consumer behaviour*“.

Stellen Sie dar,

- wie man in Deutschland verpackungsfrei einkaufen kann,
- welchen Grad an Akzeptanz verpackungsfreies Einkaufen hat,
- welche Trends und Umstände dem verpackungsfreien Einkauf entgegenstehen.

Verpackungsfreier Einkauf? Nicht mit den Deutschen

In mehreren Großstädten tauchen fast gleichzeitig Geschäfte auf, die nur unverpackte Lebensmittel anbieten. Müllvermeidung ist wieder in Mode. Doch wirklich konsequent sind die Deutschen dabei nicht. [...]

- 5 Im Februar eröffnete die Französin [Marie Delaperrière] in Kiel einen 60 Quadratmeter kleinen Krämerladen mit dem Namen „Unverpackt“. Die Werbetafel über dem Eingang verspricht Waren, die „lose, nachhaltig und gut“

sind. An einen klassischen Supermarkt erinnert hier rein gar nichts. Es gibt weder marktschreierische Verkaufsverpackungen noch bunte Schriftzüge, weder hochglanzfotografierte Serviervorschläge noch knisterndes Zellophan.

- 10 Keine Verlockung, keine Verführung, nur nackte Ware. Körner, Linsen, Salz, Mehl, Kaffee, Tee, Schokodrops und Gummibärchen – alles in neutralen Schütten. Selbst Seife, Öl, Essig und Spülmittel werden in Spendern angeboten. Wer etwas kaufen will, kann es in die angebotenen Einweckgläser und Pfandflaschen mit Bügelverschluss abfüllen. Oder man bringt eigene
15 Behältnisse selbst mit und lässt sie vor dem Einkauf wiegen. Beahlt wird an der Kasse nach Gewicht. Das allerdings dauert. Sind die Menschen wirklich bereit, so einen Aufwand regelmäßig auf sich zu nehmen?

- Die Statistik sagt: nein. Zwar ist das Verpackungsaufkommen in Deutschland insgesamt rückläufig. Das Umweltbundesamt jedenfalls meldet ein Minus von
20 277 Millionen Tonnen zwischen 1991 und 2011, dem Jahr mit den bislang jüngsten verfügbaren Zahlen. „Trotzdem trägt der Eindruck nicht, dass es heute deutlich mehr Einwegverpackungen gibt“, sagt Gerhard Kotschik, der Verpackungsmarktexperte der Dessauer Behörde¹. Vor allem der Kunststoffverbrauch ist deutlich in die Höhe geschneit – um fast eine Milliarde
25 Tonnen. Die Mengenrückgänge stammen allein aus den Bereichen Glas und Weißblech, was nicht zuletzt mit der Einführung des Dosenpfands zu tun hat.

„Zudem werden Verpackungen immer leichter, das verzerrt die Statistik“, sagt Kotschik, dessen Behörde erst kürzlich eine Tagung zum Thema Abfallvermeidung veranstaltet hat. Der Titel: „Wider die Verschwendung“.

- 30 Allen Nachhaltigkeitstrends und Umweltreformen zum Trotz wird die Zahl der Einwegverpackungen daher auch in den kommenden Jahren ansteigen, prognostizieren Experten. Zumal fast alle Trends rund um das Verbraucherverhalten auf das Gegenteil von Verpackungsverzicht hindeuten. „Die Auflösung fester Mahlzeiten, die Vereinzelung der Gesellschaft, der
35 Zeitmangel – all das führt eher zu einem immer größeren Verpackungsaufwand“, sagt zum Beispiel Hans-Joachim Karopka, Geschäftsführer beim Marktforschungsinstitut Rheingold. Vorgefertigte Salate samt Plastikbesteck, Kaffee in kleinen Plastikkapseln und Miniatur-Duschgel für unterwegs sind Ausdruck dieser Entwicklung.

- 40 Zugleich habe Verpackung eine Inszenierungsfunktion. Welche Marke jemand raucht, welchen Energydrink man trinkt, das soll zeigen, was für ein Mensch man ist. Dieser Mechanismus könne zwar punktuell auch bei Kunden verpackungsfreier Läden funktionieren, glaubt Karopka. „Sie können damit

45 nach außen demonstrieren, dass Sie auf Nachhaltigkeit Wert legen“, sagt der Experte. Doch er bezweifelt, dass viele Menschen bereit sein werden, mit 20 oder 30 Leergebinden² zum Wocheneinkauf aufzubrechen.

Marie Delaperrière hat einen anderen Eindruck. Immerhin 50 Kunden habe sie im Durchschnitt pro Tag. „Die Leute sind begeistert von dem Angebot, weil sie von der ganzen unnötigen Verpackung einfach übersättigt sind“, sagt die
50 Ladeninhaberin. [...]

„Es gibt immer weniger ideologisch motivierte Verbraucher, die ausschließlich bio und nachhaltig einkaufen – vier bis acht Prozent vielleicht“, sagt die Bereichsleiterin [Susanne Eichholz-Braun vom Institut für Handelsforschung in Köln]. Dafür wachse die Gruppe der Käufer, die mehr oder weniger nach Lust
55 und Laune mal nachhaltig shoppe und dann wieder auf konventionelle Kost zurückgreife. Das zeigt sich auch bei den Verpackungen. Auf der einen Seite sind die deutschen Verbraucher Weltmeister im Mülltrennen und predigen in Umfragen den Verzicht, gleichzeitig aber kaufen sie immer mehr verpackungsintensive Convenience-Produkte. Und sie bestellen viel und
60 fleißig bei Online-Shops wie Amazon und Zalando, die sämtliche Waren mit viel Pappe und Folie transport- und stoßsicher umhüllen müssen. [...]

Für den Handel sind Verpackungen ebenfalls praktisch. Sie halten die Läden sauber, schützen die Ware und machen sie unverwechselbar. Bei der Supermarktkette Rewe wird darüber hinaus auch die Schutzfunktion von
65 Verpackungen hervorgehoben. Und die Unverwechselbarkeit. Deshalb sind bei Rewe in der Obst- und Gemüseabteilung ausgerechnet Bio-Produkte extra eingeschweißt. „Nur so kann gewährleistet werden, dass der Bio-Käufer auch tatsächlich Bio-Ware bekommt“, erklärt ein Sprecher. Ohne zusätzliche Verpackung könne es schnell dazu kommen, dass konventionelle Gurken und
70 Bio-Gurken von den Kunden durchmischt werden. [...]

Text: Carsten Dierig/Steffen Fründt, „Verpackungsfreier Einkauf? Nicht mit den Deutschen“, in: <http://www.welt.de/128454980>, 28.05.2014 (zuletzt geöffnet: 15.12.2016)

Bild: <http://www.unverpackt-kiel.de> (zuletzt geöffnet: 23.11.2015)

Annotationen:

1 Umweltbundesamt; Sitz in Dessau

2 leere Gefäße

Aufgaben zu Text II:**Prospect Park****B. Questions on the text 50**

Answer the following questions using your own words as far as is appropriate. Quote correctly.

1. Examine Sal and Louise's relationship, their plans for the future and the reactions of the people around them, as laid out in the first part of the text. (20)
2. Describe the event that changes everything and outline Sal's and Louise's behaviour in its aftermath. (10)
3. Analyse what we learn about the teacher and how he is portrayed, taking into consideration narrative perspective, language and style. (20)

C. Composition 40

Choose **one** of the following topics. Write about 200 to 250 words.

1. Never marry someone your parents do not approve of.
Do you agree?
2. "Education's purpose is to replace an empty mind with an open one." (Malcolm Forbes, 1919-1990, US publisher)
Comment on this statement.
3. Describe the way a conflict with far-reaching consequences is dealt with in a literary work by an English-speaking author.
Write a review for an English edition of your school magazine.

(5/5)

PLEASE TURN OVER

4. Describe, interpret and comment on the following advert.



Enlargement:



From: <https://chrisnsue.wordpress.com/2010/02/>

D. Mediation

40

See p. 4 task D.

130