

Tekst 1

Achtsam shoppen – geht das überhaupt?



Überall ist Sale, aber nach dem spontanen Lustkauf kommen bei vielen der Frust und das schlechte Gewissen. Hans-Georg Häusel, Neuromarketing-Experte, sagt, was wir dagegen tun können

(1) Herr Häusel, gestern war ich Klamotten shoppen. Gekauft habe ich zwei Sommerkleider, die ich nicht unbedingt nötig hatte, und ein Paar hochhackige Schuhe, in denen ich zwar gut aussehe, aber nicht laufen kann. Oft anziehen werde ich sie wohl nicht. Warum passiert mir so was immer wieder?

Mode hat einen großen Lustcharakter und einen hohen Belohnungswert. Unser Gehirn sucht nach Belohnung. Beim spontanen Shoppen befinden Sie sich plötzlich in einer Situation, die man mit der Jagd in der Steinzeit vergleichen kann: Wenn das Objekt der Begierde gerade da war, musste man zugreifen – ohne lange nachzudenken. Da läuft heute noch ein automatisches Programm ab.

(2) Warum kann ich mir in einem solchen Moment nicht einfach sagen: Mein Schrank ist voll, ich brauche das nicht?

Unser Verstand ist in dem Moment ausgeschaltet, nüchternes Nachdenken fast unmöglich. Noch stärker wird das Belohnungszentrum gereizt, sobald der ursprüngliche Preis durchgestrichen mit auf dem Schild steht. Das wissen die Händler. Zwischen Ihnen und dem Objekt Ihrer Begierde entsteht eine emotionale Bindung, Sie wollen und können nicht mehr darauf verzichten. Dabei wird auch Ihr Sexualesystem aktiviert: Sie wollen attraktiv sein. Sie probieren etwas an und es steht Ihnen. Sie stellen sich vor, wie Sie bewundernde Blicke und Komplimente ernten. Das macht Sie fröhlich, Sie entspannen sich, bauen Stress ab.

(3) Die Befriedigung hält oft nur für die Dauer des Nachhausewegs. Dann kommt das schlechte Gewissen: weil ich nicht wirklich darauf achte, was ich kaufe. Kann ich versuchen, mein Verhalten zu kontrollieren?

Ein ganz einfacher, aber wirkungsvoller Trick ist, 3. Dazu gibt es eine sehr interessante US-Studie, bei der Betriebswirtschaftsstudenten Eintrittskarten für ein eigentlich ausverkauftes Spiel der Basketballprofiligen NBA angeboten wurden. In einer stillen Auktion sollten zwei Gruppen von Studenten ihre Höchstgebote abgeben. Während die Barzahler durch-

schnittlich 28 Dollar fürs Ticket bezahlen wollten, hätten die Kartennutzer im Schnitt 60 Dollar je Ticket ausgegeben – also mehr als das Doppelte.

(4) Gibt es noch andere Strategien?

35 Versuchen Sie, der Belohnungssituation zu entgehen: Wenn Sie bei einem Laden vorbeikommen und nur mal gucken wollen – die Straßenseite wechseln, Handy aus der Tasche holen und mit einer Freundin plauschen. Oder ein leckeres Eis essen. So liefern Sie Ihrem Gehirn einen Ersatz-Glücksmoment.

40 **(5) Und wenn ich bereits im Laden bin?**

Legen Sie das Teil erst mal wieder zurück und stellen Sie sich, wenn es um Kleidung geht, eine Frage wie „Finde ich das bloß hübsch oder ist es ein neues, einzigartiges Teil in meiner Garderobe?“ Zählen Sie vor dem Kauf drei Stücke im Schrank auf, mit denen Sie es kombinieren könnten.

45 Das erhöht die Wertigkeit und den Spaß, den Sie nach einem Kauf an dem Produkt haben.

(6) Und das hilft?

Zeit ist ein wichtiger Faktor, um das Belohnungssystem auszutricksen, das im Hier und Jetzt funktioniert. Mein Rat lautet deshalb: Schlafen Sie
50 eine Nacht drüber, Sie können es ja morgen noch kaufen. Ist das Verlangen nach zwei Tagen noch da, wissen Sie: Das Produkt ist es wert, dass ich es kaufe.

(7) So gelassen ist man im Sale aber selten.

Ja, vor allem wenn man online shoppt und man bei einem Artikel liest
55 „Nur noch dreimal da“, werden die Jagd-Instinkte angesprochen und ein Kaufdruck erzeugt. Aber im Prinzip gilt hier das Gleiche: Abstand schaffen. Auf eine andere Webseite klicken, sich ablenken. Auch und gerade, wenn man die Teile schon in den Warenkorb gelegt hat. Um nachhaltig das Bewusstsein zu trainieren, empfehle ich alles aufzuschreiben, was
60 man gesehen, aber nicht gekauft hat und dann nach einer Weile schauen, ob man sich an die Sachen auf der Liste überhaupt erinnert.

(8) Laut einer Umfrage achtet bereits die Hälfte der Frauen in Deutschland beim Shoppen auf eine sozial- und umweltverträgliche Produktion. Aber sobald der Sale beginnt, greift man doch wieder zu, bloß weil der Preis stimmt.

65 Achtsamkeit beim Einkaufen ist Gewohnheitssache. Man muss sich regelmäßig daran erinnern, um nicht wieder wahllos zu konsumieren. Zum Beispiel mit einem Zettel, den man sich ins Portemonnaie klebt, auf dem steht: „Brauche ich das wirklich?“, „Ist es fair produziert?“, „Fühlt es sich
70 hochwertig an?“ Außerdem habe ich die Erfahrung gemacht, dass es hilft, seinen Plan, nachhaltiger zu shoppen, mit Freunden zu besprechen. So wird aus dem stillen Vorsatz gewissermaßen ein 8.

naar: Freundin, 26.07.2017

Let op: beantwoord een open vraag altijd in het Nederlands, behalve als het anders is aangegeven. Als je in het Duits antwoordt, levert dat 0 punten op.

Tekst 1 Achtsam shoppen – geht das überhaupt?

- 1p 1 „Warum passiert mir so was immer wieder?“ (Zeile 4-5)
Wie lässt sich Häusels Antwort auf diese Frage den ersten beiden Absätzen nach am besten zusammenfassen?
- A Weil die Sammelwut bei Frauen seit jeher vorhanden ist.
 - B Weil Frauen stärker begehrt werden wollen als Männer.
 - C Weil Kaufen im Grunde eine unterschwellige Handlung ist.
 - D Weil wir heutzutage einfach nicht mehr wissen, was wir wirklich brauchen.
- 1p 2 Welchen der folgenden Aspekte beschreibt Herr Häusel im 2. Absatz?
- A eine Strategie, das Glücksniveau zu steigern, ohne Geld auszugeben
 - B einen Tipp, Spontankäufe zu vermeiden
 - C einen unerklärlichen Gehirnvorgang
 - D einen weitverbreiteten Marketingtrick
- 1p 3 Welche Ergänzung passt in die Lücke in Zeile 27?
- A an Auktionen teilzunehmen
 - B Barzahlung zu vermeiden
 - C die Kreditkarten zu Hause zu lassen
 - D in Raten zu zahlen
 - E sich Zeit zum Nachdenken zu gönnen
- 1p 4 „Belohnungssituation“ (Zeile 35)
Welche Situation ist hier gemeint?
- A Bewunderung und Komplimente zu erhalten
 - B der Kauf eines Produktes
 - C erfolgreiches Kontrollieren des Kaufverhaltens
 - D Rabatte wahrzunehmen
- 1p 5 Citeer de eerste twee woorden van de zin uit de regels 40-52 die de kern van deze passage vormt.
- 1p 6 „Jagd-Instinkte“ (Zeile 55)
Was ist hier gemeint?
- A das starke Bedürfnis, zu imponieren
 - B die Jagd nach neuen Webanbietern
 - C ein Erbe aus früheren Zeiten
 - D Gefühle der Exklusivität

- 1p 7 Geeft de heer Häusel in de alinea's 4 tot en met 7 een strategie om op **langere termijn** meer grip te krijgen op je koopgedrag?
Zo ja, citeer de eerste twee woorden van de zin uit deze alinea's waarin die strategie staat.
Zo nee, noteer 'nee'.
- 1p 8 Welche Ergänzung passt in die Lücke in Zeile 72?
- A Fehlschlag
 - B Glücksspiel
 - C Gruppenwettkampf
 - D Versprechen

Tekst 2

Meutereien kosten extra



Die Kreuzfahrtschiff-Industrie boomt. Täglich läuft irgendein riesiges Schiff von irgendeinem Stapel und ist sofort für die nächsten zehn Jahre ausgebucht. Man schätzt, dass sich die Hälfte aller Deutschen im renten- und spaßfähigen Alter im Moment auf einem Kreuzfahrtschiff auf hoher und weniger hoher See befindet. Die Schiffe sind derartig luxuriös ausgestattet, dass niemand den geringsten Mangel verspüren muss. Wellenbad, Skisprungschanze, Downhill-Parcours, Golfplatz und Reitschule gehören zur Standardausrüstung. Viele Passagiere merken überhaupt nicht, dass sie auf einem Schiff sind, auch weil man oft Stunden braucht, um an Deck zu kommen. Demnächst wollen die Reedereien ihren Kunden sogar soziale Unruhen an Bord anbieten. Die Unternehmen fahren bekanntlich am liebsten unter Billigflaggen, und um Steuern zu sparen und den Profit noch stärker zu maximieren, entlohnen und behandeln sie die Angestellten möglichst schlecht. Für die Teilnahme an den daher unausweichlichen Meutereien müssen die Passagiere natürlich extra bezahlen.

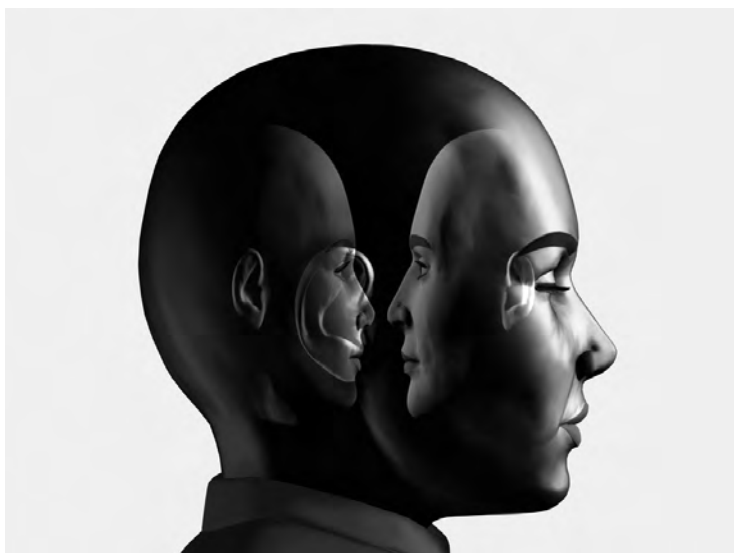
naar: Die Welt, 07.06.2017

Tekst 2 Meutereien kosten extra

- 1p 9 Worauf will der Verfasser mit diesem Text **primär** aufmerksam machen?
- A auf das immense Wachstum der Kreuzfahrten in letzter Zeit
 - B auf die Arbeitsverhältnisse des Kreuzfahrtschiffspersonals
 - C auf die Arroganz vieler Kreuzfahrtschiffspassagiere
 - D auf die Missachtung der Kreuzfahrtschiffspassagiere
- 1p 10 Wähle die richtige Ergänzung:
Der Text ist gekennzeichnet durch
- A den Gebrauch vieler Übertreibungen.
 - B die Betrachtung unter verschiedenen Gesichtspunkten.
 - C eigene Erfahrungen des Verfassers.
 - D einen neutralen Ton.

Tekst 3

Erkenne dich selbst!



Wer seine eigenen inneren Anteile besonders gut identifizieren kann – vor allem auch die negativen –, ist im Vorteil, wenn es darum geht, die Gefühle, Intentionen und Beweggründe anderer Menschen zu verstehen. Eine deutsch-amerikanische Forschergruppe hat dies empirisch bestätigt. Wie die Studie außerdem zeigt, ist es möglich, uns selbst besser kennenzulernen.

Die Studienteilnehmer versuchten eigene kognitive Muster mit Abstand zu betrachten. Außerdem übten sie, mindestens sechs Anteile des Selbst zu identifizieren. Zu diesen Subpersönlichkeiten können zählen: „der innere Manager“, „der Feuerwehrmann“, „die glückliche Prinzessin“ oder „das enthusiastische Kind“.

In einer Partnerübung ging es dann darum, zu erkennen, welcher Selbstanteil beim Gegenüber gerade aktiv war. Dazu berichtete jeweils ein Übungspartner dem anderen von einem Erlebnis am Vortag und nahm dabei einen der Selbstanteile ein. Ergebnis: Je besser die Probanden ihre eigenen inneren Anteile erkannten, desto präziser erfassten sie auch, was in den Partnern gerade vorging.

Die Forscher nehmen an, dass es 11 kommt, wenn Menschen neue, vor allem auch schwierige Aspekte ihres eigenen Selbst entdecken und so zu einem differenzierten Bild anderer Menschen kommen. Förderlich sei auch, wenn Menschen sich selbst und andere als Wesen mit vielen Facetten begreifen, die je nach Situation unterschiedlich stark zur Wirkung kommen.

naar: www.psychologie-heute.de, 14.09.2017

Tekst 3 Erkenne dich selbst!

- 1p 11 Welche Ergänzung passt in die Lücke?
- A zum größeren Einfallsreichtum
 - B zum größeren Verständnis für das Gegenüber
 - C zur verstärkten Selbstentfremdung
 - D zur verstärkten Zusammenarbeit zwischen Probanden

Tekst 4

Angriff auf einen Mythos

Eigentlich geht es dem Wald in Deutschland gar nicht so schlecht. Auf jeden Fall besser als vor 30 Jahren, als das Waldsterben eines der zentralen Umweltthemen war. Auch besser als vor zweihundert Jahren. Damals waren vor allem Wälder in der Nähe von Siedlungen derart übernutzt, dass die Landschaft wie eine Art Savanne aussah. Jetzt, im 21. Jahrhundert, droht dem Wald eine neue Gefahr: der Klimawandel.

(1) Nach einer Prognose des Weltklimarats muss sich Deutschland bis zum Ende dieses Jahrhunderts auf eine Erwärmung von 3,5 bis 4,5 Grad im Vergleich zu den Jahren 1971 und 2000 einstellen. Im Süden und Südwesten des Landes werden die Temperaturen wahrscheinlich schneller ansteigen als im Norden. In der Westhälfte dürften die Sommer trockener werden. Herbst, Winter und Frühling sollen den Klimamodellen zufolge dagegen deutschlandweit feuchter werden. Derartige Veränderungen werden für den Wald, der etwa ein Drittel Deutschlands bedeckt, nicht ohne Folgen bleiben. Bäume können sich an veränderte Umweltbedingungen nämlich nicht so schnell anpassen wie viele andere Lebewesen, weil sie langsam wachsen und sich deshalb auch nur langsam entwickeln. „Wie genau die Konsequenzen aussehen werden, ist regional sehr unterschiedlich“, sagt Christopher Reyer, Forstökologe am Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung.

(2) Im norddeutschen Tiefland beispielsweise könnten Hitze und Dürrephasen dem Wald stark zusetzen. Vor allem die Buchen, die sich auf den sandigen Böden schon jetzt nicht besonders wohlfühlen, seien gefährdet, sagt Reyer. Im Gebirge könnten die ansteigenden Temperaturen 13 sogar dazu führen, dass die Bäume in höheren Lagen, in denen es ihnen bislang zu kalt war, besser wachsen. „Die meisten Forstwissenschaftler gehen aber davon aus, dass der Klimawandel unterm Strich negative Auswirkungen auf den Wald haben wird“, so Reyer.

(3) Auf jeden Fall ist der Wald in Deutschland weit weniger robust, als es auf den ersten Blick den Anschein hat. Das hat vor allem damit zu tun, dass es fast keine natürlichen Wälder mehr gibt. Von Natur aus wäre der Großteil Deutschlands nämlich mit Laubbäumen bedeckt, Buchen und Eichen vor allem. Stattdessen wächst das, was im 19. und 20. Jahrhundert gepflanzt wurde, weil es den größten Nutzen versprach: im Norden hauptsächlich Kiefern, gemischt mit einigen Buchen und Eichen. Im Süden vor allem Fichten, die unter anderem wegen ihres schnellen Wachstums und wegen der guten Verwendbarkeit des Holzes als „Brotbäume“ der Forstwirtschaft gelten.

(4) Dass ein Großteil der Bäume an Orten steht, an denen die Bedingungen ohnehin schon nicht ideal für sie sind, macht sie anfälliger für Stressfaktoren durch den Klimawandel. Diese können sehr unterschiedlich sein. Neben

Dürreperioden befürchten Experten eine Zunahme von einheimischen Schäd-
35 lingen wie der Nonne, einem Nachtfalter, dessen Raupen vor allem Nadelbäume
regelrecht kahl fressen. Denn viele Insekten vermehren sich stärker, wenn die
Temperaturen um ein paar Grad ansteigen.

(5) Zudem könnten neue Schädlinge einwandern, denen es hier bislang zu kalt
war. So wie der Eichen-Prozessionsspinner, der aus Südeuropa nach Deutsch-
40 land gekommen ist und der jedes trocken-warme Jahr nutzt, um sich weiter aus-
zubreiten. Die Raupen dieses Nachtfalters verschlingen die Blätter von Eichen
fast komplett, lediglich die Mittelrippe lassen sie übrig. Ihre Fressgelage veran-
stalten sie in Gruppen, wobei jeweils zwanzig bis dreißig Raupen wie in einer
Prozession hintereinanderherkrabbeln.

(6) Auch Waldbrände dürften als Folge des Klimawandels und der damit verbun-
45 denen Trockenheit zunehmen. Welche Schäden ein Feuer im Wald anrichten
kann, ist aber auch stark von der Zusammensetzung und vom Alter der Bäume
abhängig. Ein mittelalter Kiefernbestand beispielsweise, in dem nur wenig Brenn-
bares auf dem Boden liegt, ist weniger anfällig als ein Wald mit viel Unterholz.
50 Umstritten ist, ob es als Folge des Klimawandels im Südwesten Deutschlands
mehr und stärkere Stürme geben wird. Nadelbäume würden dann wohl häufiger
entwurzelt werden als Laubbäume. Die meisten Stürme treten nämlich im Winter
auf, wenn die Laubbäume keine Blätter haben und daher weniger Angriffsfläche
für den Wind bieten als die immergrünen Nadelbäume.

(7) Fast nie ist es ein einziger Faktor, der den Wald zermürbt. Für die Waldschä-
55 den in den vergangenen Jahrzehnten machen Wissenschaftler etwa jeweils zur
Hälfte den Klimawandel und andere Faktoren wie ungünstige Bodenverhältnisse
oder das Alter der Bäume verantwortlich. Doch je mehr negative Einflüsse an
einem Baum nagen, umso gefährdeter ist er. Fakt ist, dass sowohl extreme
60 Wetterereignisse als auch Schäden durch den Befall mit Schädlingen bereits
zugenommen haben. Der große Verlierer des Klimawandels könnte die Fichte
sein. Sie kommt schlecht mit Trockenheit zurecht, hat gegen zahlreiche Schäd-
linge zu kämpfen und gehört zudem zu den Flachwurzlern, die anfällig für Sturm-
schäden sind. Bessere Chancen dürften Kiefern und Eichen haben, die wärme-
65 liebend sind und mit weniger Niederschlägen ganz gut umgehen können.

(8) Eine wirkungsvolle Strategie, den Wald widerstandsfähiger zu machen, ist
nach Ansicht fast aller Experten, die Monokulturen durch Mischwälder zu
ersetzen. „Das ist wie bei einem Aktienportfolio“, sagt Reyer: „Durch die
Mischung verringert sich das Risiko.“ Wie dieser Mischwald aussehen sollte,
70 darüber gibt es allerdings unterschiedliche Meinungen. Manche Forstwissen-
schaftler wollen Baumarten wie die Douglasie oder die Roteiche pflanzen, die in
Deutschland natürlicherweise nicht vorkommen, aber Trockenheit gut vertragen
und kaum mit Schädlingen zu kämpfen haben. Andere schwören auf einen natur-
nahen Wald, in dem nur wächst, was ursprünglich in die Region gehört.

naar: Süddeutsche Zeitung, 26.11.2015

Tekst 4 Angriff auf einen Mythos

- 2p 12 Combineer met behulp van alinea 1 de drie klimaatprognoses (1 tot en met 3) met het juiste geografische gebied van Duitsland (a tot en met d).
- 1 droger verloop van de zomerperiode
 - 2 temperatuurstijging verloopt het traagst
 - 3 meer neerslag tussen oktober en juni
- a noorden
 - b zuiden
 - c westen
 - d heel Duitsland
- Noteer achter elk nummer op het antwoordblad de bijbehorende letter.
Let op: er blijft één letter over.

- 1p 13 Welche Ergänzung passt in die Lücke in Zeile 17?
- A also
 - B dagegen
 - C dementsprechend
 - D deswegen

- 1p 14 „Auf jeden ... Anschein hat.“ (Zeile 22-23)
Aus welchem Grund ist der deutsche Wald weniger robust?
- A Es gibt kaum noch ausgedehnte, zusammenhängende Waldflächen in Deutschland.
 - B Es gibt mehr Laub- als Nadelbäume in Deutschland und die ersteren sind anfälliger für Krankheiten.
 - C In letzter Zeit hat der deutsche Rohholzhandel auf Kosten der Wälder wieder zugenommen.
 - D Viele Baumarten stehen nicht an ihren natürlichen Standorten und gedeihen daher nicht optimal.

- 1p 15 “Brotbäume” (regel 30)
Wat wil de auteur met dit woord duidelijk maken?

- 3p 16 “Stressfactoren” (regel 32)
Welke **vijf** van deze factoren somt de auteur in de alinea's 4 tot en met 6 op?

- De auteur vermoedt dat de spar weleens de “große Verlierer des Klimawandels” zou kunnen worden. (alinea 7)
Hij somt daartoe meerdere eigenschappen van deze boomsoort op.
- 1p 17 Welke eigenschap is **niet** al eerder in de tekst ter sprake gebracht?
Citeer het woord dat die eigenschap weergeeft.

- 1p 18 Warum bringt Reyer das Aktienportfolio zur Sprache? (8. Absatz)
Er will damit in erster Linie deutlich machen, dass
- A die Aktienanalyse genauso wie die Forstwissenschaft eine richtige Wissenschaft ist.
 - B mehrere unterschiedliche Aktien oder Bäume für eine größere Beständigkeit sorgen.
 - C sowohl Aktien als auch Lebewesen, beispielsweise Bäume, immer für Überraschungen gut sind.
 - D sowohl bei Aktienportfolios als auch bei Wäldern sich Experten fast nie über deren Zusammensetzung einig sind.

Tekst 5

Flimmer geht immer



(1) Fernsehen, so schwärmte man damals, als es die Menschen noch nicht in alle Welt trieb, als die Mobilität sich darauf beschränkte, seine Anverwandten im Nachbardorf zu besuchen, Fernsehen ist das Fenster zur Welt. Man saß im Wohnzimmer, blickte zu vorgegebenen Zeiten, vorgegeben von ganz wenigen Sendern, aufs irdische Treiben. 5 Erstaunen mischte sich mit Befremden, die Bewunderung stimulierte das Fernweh. Fernsehen bildete, befriedigte den Wunsch nach Erkenntnis und Aufklärung. Man sprach von Straßenfegern, wenn die Nation lieber daheim die Sofakissen drückte, als vor die Tür zu gehen. 10 Man war vereint in der Ferne gewesen – und glaubte dem Gesehenen.

(2) Dann geschah die erste Disruption: Das Privatfernsehen brach mit den verknappten Sendezeiten und öffnete das Portfolio an TV-Formaten. Ach was: Es eskalierte, inflationierte, verwandelte selbst Bekanntes – nicht immer zum Besseren. Die Menschen gingen selber 15 in die Welt und stellten fest: Nicht alles, was das Fernsehen zeigte, war wirklich wahr. Trog das Fenster zur Welt?

(3) Und dann die zweite Disruption, heftiger als die erste: Die Bilder hatten auch im Netz laufen gelernt, man kann sich die digitalen Streams aus dem Netz nun zu einer Menüfolge zusammenstellen wie 20 früher die Schnittchen am kalten Buffet. Wozu also benötigt man die alte Glotze noch?

(4) Und ja, darum ist es jetzt wirklich so weit: Wir erleben gerade die dritte Disruption, den Übertritt des Fernsehapparats in das Stadium seiner Simulation. Denn mittlerweile gibt es den „Dummy TV“. Der TV- 25 Simulator ist gerade einer der Verkaufsschlager in der Abteilung Verbrechensabwehr. Wie bitte?

(5) In dem kleinen Gehäuse zu 14,90 Euro blinken 12 LEDs, je zwei grüne und blaue, eine rote und sieben weiße, um die Wette. Sie blinken willkürlich und in abwechselnden Helligkeiten, asynchron, dann
30 wieder im Konzert, mal rasen sie, mal schweigen sie und mal leuchtet es nur. Aber nie lang. Dann gewittert es weiter. Bei Dämmerung lässt ein Lichtsensor für einige Stunden ein Lichtchaos ausbrechen. Und dann schaltet es sich wieder ab. Die Lichtorgel simuliert einen TV-Konsum, der gar nicht stattfindet, weil niemand anwesend ist. Wichtig
35 ist, dass man das Gerät zur Wand strahlen lässt, nicht direkt in den Raum, sonst fliegt der Schwindel auf.

(6) Das ist jetzt die echte Fernsehpostmoderne. Dieses Simulakrum versinnbildlicht den ultimativen TV-Nullpunkt: Nichts läuft und niemand schaut hin, das Gerät selber wendet sich ab. Und das will Fernsehen
40 sein. Die allerletzte Frage lautet vielleicht doch noch: Welche Sendung wollen die Lämpchen eigentlich simulieren?

naar: www.sueddeutsche.de, 01.04.2017

Tekst 5 Flimmer geht immer

- 1p 19 Was geht aus dem 1. Absatz hervor?
Zu Beginn der Fernseh-Ära
A gab es schon Bewegungsmängel durch Medienkonsum.
B kamen Verwandte, Bekannte und Freunde speziell zum Fernsehen zusammen.
C veranlasste das Fernsehen, dass Menschen zu reisen anfangen.
D wurde als Wahrheit empfunden, was im Fernsehen gezeigt wurde.
- 1p 20 Welcher Titel passt zum 2. Absatz?
A Adieu analog
B Erweiterter Horizont
C Interaktion mit dem Publikum
D Streit zwischen Privatsendern
- 1p 21 „Wozu also ... Glotze noch?“ (Zeile 20-21)
Aus welchem Grund stellt der Verfasser diese Frage?
A Die Qualität der Fernsehprogramme hat stark nachgelassen.
B Es gibt mittlerweile schöne und weniger raumfressende Flatscreens.
C Indem Menschen mehr reisen, entwickeln sie selbst ein Weltbild.
D Man ist nicht mehr von einer festen Programmierung abhängig.
- 1p 22 „TV-Simulator“ (Zeile 24-25)
Mit welcher Umschreibung aus dem Text ist **nicht** dasselbe gemeint?
A „Dummy TV“ (Zeile 24)
B „Lichtsensor“ (Zeile 32)
C „Gerät“ (Zeile 35)
D „Simulakrum“ (Zeile 37)
- 1p 23 Citeer het woord uit de tekst dat het uiteindelijke doel van de tv-simulator weergeeft.
- 1p 24 “das Gerät selber wendet sich ab” (regel 39)
In welke voorafgaande zin is dit aspect ook al behandeld?
Citeer de eerste twee woorden van de betreffende zin.

Tekst 6

Der Verlorene

Het volgende fragment komt uit *Der Verlorene* van Hans-Ulrich Treichel. Centraal daarin staat een gezin, dat na de Tweede Wereldoorlog verdreven is uit voormalig Duits gebied en een nieuw bestaan wil opbouwen in West-Duitsland. Op hun vlucht voor Russische soldaten is de oudste zoon van het gezin (Arnold) verdwenen. Het verhaal wordt verteld vanuit het perspectief van de jongere broer.

Der Arzt diagnostizierte Überanstrengung und verordnete ihr eine Kur. Die Kur dauerte mehrere Wochen, und an den Wochenenden besuchte der Vater die Mutter in der Kurklinik, während ich das Haus hüten durfte. Nach einem dieser Besuche teilte der Vater mir mit, daß es der Mutter wohl besser-, aber noch lange nicht gutgehe. Ein Grund ihrer Erkrankung seien gewiß die mit dem Umbau verbundenen Anstrengungen. Der wahre Grund aber sei, daß sie über den Verlust meines Bruders Arnold nicht hinwegkomme. Zugleich, so der Vater, habe sie den Eindruck, daß ich hingegen sehr wohl über den Verlust meines Bruders hinweggekommen sei. Ich sei so gut über den Verlust hinweggekommen, daß sich die Mutter viele Jahre nicht getraut habe, mir die Wahrheit über Arnold zu sagen. Daraufhin sagte ich dem Vater, daß mir die Mutter schon längst die Wahrheit gesagt habe. „Arnold“, sagte ich, „ist gar nicht verhungert, Arnold ist verlorengegangen.“ Als der Vater nicht reagierte, sagte ich noch einmal: „Arnold ist gar nicht verhungert. Arnold ist verlorengegangen.“ Der Vater reagierte noch immer nicht und schien irgendwelchen Gedanken nachzusinnen. Vielleicht hätte ich ihm auch noch sagen sollen, daß ich gar keinen Verlust verspürt hatte. Schließlich hatte ich ja auch niemanden verloren. Ich hatte nur erfahren, daß die Eltern jemanden verloren und doch nicht verloren hatten. Und als ich erfahren hatte, daß Arnold nicht verhungert, sondern nur verlorengegangen sei, hätte ich höchstens insofern einen Verlust erlitten, als ich nun gewissermaßen einen toten und zumal einen auf der Flucht vor dem Russen gestorbenen Bruder verloren hatte. Statt des toten hatte ich nun einen verlorengegangenen Bruder. Das war für mich allerdings kein Gewinn. Doch wie sollte ich das dem Vater erklären. Und noch ehe ich weiter darüber nachdenken konnte, sagte der Vater: „Wir suchen ihn.“ „Wen?“ sagte ich. „Arnold“, sagte der Vater, ohne zu bemerken, wie unsinnig meine Frage war. „Seit Jahren schon.“ Daraufhin sagte ich nichts mehr, so daß der Vater mir erklären konnte, daß er und die Mutter schon viele Jahre mit Hilfe des Suchdienstes des Roten Kreuzes auf der Suche nach Arnold seien, daß sie mich aber damit nicht hatten belasten wollen. Nun jedoch, nach so vielen Jahren, hätten sie jemanden gefunden, bei dem es sich um Arnold

handeln könnte. „Ihr habt ihn gefunden?“ fragte ich, und noch während ich die Frage stellte, spürte ich, daß sich die alte Übelkeit wieder einstellte. „Vielleicht“, sagte der Vater. „Es ist nicht sicher. Um ganz sicher zu sein, brauchen wir deine Hilfe!“

Tekst 6 Der Verlorene

- 3p 25 Geef van elk van de onderstaande beweringen aan of deze wel of niet overeenkomt met het fragment.
- 1 Bij het ziek worden van moeder waren meerdere factoren van invloed.
 - 2 Van de ik-persoon wordt gezegd dat hij het verlies van Arnold goed heeft kunnen verwerken.
 - 3 De ik-persoon ervaart het verlies van Arnold als een groot gemis.
 - 4 Vader is verbaasd dat zijn zoon al weet dat Arnold waarschijnlijk nog in leven is.
 - 5 De ik-persoon is verontwaardigd, omdat zijn ouders hem niet eerder de waarheid over de zoektocht naar Arnold hebben verteld.
 - 6 De ouders wilden hun zoon beschermen door de zoektocht naar Arnold te verzwijgen.

Noteer achter elk nummer op het antwoordblad 'wel' of 'niet'.

Tekst 7

Das hätt's nicht gebraucht

„Wenn ich um einen Gefallen wie Blumengießen gebeten werde, ist es mir unangenehm, wenn ich *zum Dank* eine Kleinigkeit geschenkt bekomme. Sollte man eigentlich Freunden für einen Gefallen etwas schenken?“



Zu den am schwierigsten auszusprechenden Wörtern der deutschen Sprache gehört offenbar „Danke“. Es scheint sehr schwierig, einfach nur „Danke“ für etwas zu sagen und sonst nichts zu tun. Kein Gegen Geschenk, keine Gegeneinladung, keinen Gegengefallen. Das könnte daran liegen, dass man „nichts schuldig bleiben will“ und die Gegengabe auf eine Gabe, einschließlich Gefallen, ein sehr grundlegendes soziologisches Prinzip darstellt.

Allerdings gilt das auch in die andere Richtung. Viele tun sich genauso schwer damit, ein materialisiertes „Dankeschön“ in Form eines Geschenks einfach zu akzeptieren. Das latente Unwohlsein des Beschenkten erweist sich als ungemein kräftiger Mechanismus. Dabei ist ein materialisiertes Danke etwas Schönes, wenn es dazu dient, das inhaltliche Danke zu unterstreichen und zu zeigen, dass man den Gefallen nicht als selbstverständlich nimmt. Unschön wird es erst, wenn es tatsächlich zu so etwas wie einer Art Bezahlung verkommt. Nur, und das ist das Entscheidende: Ob es das tut, hängt von den Beteiligten ab. So herzlich, wie man den Gefallen leistet, so herzlich kann man sich auch mit einem Geschenk bedanken und dieses Geschenk wiederum annehmen. Es geht darum, alledem eine Leichtfüßigkeit und Leichtherzigkeit zu geben, weg von der Aufrechnung.

naar: Süddeutsche Zeitung Magazin, 27.11.2015

Tekst 7 Das hätt's nicht gebraucht

„Sollte man eigentlich Freunden für einen Gefallen etwas schenken?“
(Einleitung)

1p 26 Wie lautet dem Text nach die Antwort auf diese Frage?

Nur wenn

- A das Geschenk in angemessenem Verhältnis zur Gegenleistung steht.
- B es ohne Erwartung auf einen Gegengefallen stattfindet.
- C es sich für Schenker und Beschenkte nicht als Abfindung anfühlt.
- D es sich um ein immaterielles Geschenk handelt.

Tekst 8

Let op: de laatste drie alinea's (x, y, z) van onderstaande tekst staan in de verkeerde volgorde. Zie ook opgave 34.

Zu viel Öl ist ungesund



(1) Der niedrige Ölpreis ist eine tolle Sache. Zu diesem Schluss konnte jedenfalls jeder kommen, der sich in den vergangenen Monaten in Deutschland umgehört hat. Er stieß auf Autofahrer, die über fallende Spritpreise jubeln, Lufthansa-Manager, die auf steigende Gewinne hoffen, und einen Bundesbankpräsidenten, der das billige Öl als willkommenes Konjunkturprogramm begrüßt.

(2) Doch es gibt auch eine andere Version der Geschichte. Die bekam zu hören, wer die Entwicklungen in Ländern wie Russland oder Venezuela verfolgte. Im Gegensatz zu Deutschland sind sie Ölexporteure, mit Einnahmen aus dem Ölgeschäft bestreiten sie den Großteil ihrer Staatshaushalte. Die russische Zentralbank erwartet mittlerweile, dass die Wirtschaft in diesem Jahr um 4,5 Prozent schrumpft. Venezuela kann nicht einmal mehr seine Importe bezahlen.

(3) Die Aktienkurse der Ölfirmen, die wegen der niedrigen Preise teils kaum noch die Förderkosten decken können, rauschen derweil in den Keller. Viele Konzerne verkünden Sparprogramme und Massenentlassungen.

(4) All das zeigt vor allem eines: Länder und Unternehmen, die ihr Wohlergehen ausschließlich vom Geschäft mit dem Öl abhängig machen, leben gefährlich. Denn sinkt der Ölpreis so stark wie im Moment, ist schnell ihre Existenzgrundlage futsch.

(5) Bei Staaten entwickelt die Abhängigkeit vom Öl eine besondere Dramatik. Denn in guten Zeiten garantieren die sprudelnden Öleinnahmen der Bevölkerung recht anstrengungslos ein gutes Leben. Regierungen
25 bezahlen mit dem Ölgeld Geschenke, um die Bürger zufriedenzustellen und ruhig zu halten. Darüber versäumen sie, Strukturen zu schaffen, die den Wohlstand auch für den Fall garantieren, dass das Öl ausgeht oder sich die Förderung nicht mehr lohnt – etwa ein gutes Bildungssystem oder
30 zu tun haben.

(6) In den meisten Öl exportierenden Ländern stabilisieren die autoritären Regime, die sich mit einer Mischung aus Repression und sozialen Wohltaten den Unmut der Bürger vom Leib halten und auf diese Weise sinnvollen wirtschaftlichen Fortschritt verhindern. Versiegt der Geldstrom
35 aus den Ölquellen, leidet die Bevölkerung unter dem Verlust staatlicher Zuwendungen und kann sich ob fehlender Alternativen nur schwer selbst aus ihrer verzwickten Lage befreien.

(x) Staaten haben die Umsetzung solcher Diversifizierungsstrategien selbst in der Hand. Die Schwierigkeiten der Ölkonzerne fallen dagegen
40 eher in die Kategorie unternehmerisches Risiko. Die 31 im Energiegeschäft sind in guten Zeiten auch deswegen so hoch, weil alle Beteiligten wissen, wie schnell die guten Zeiten vorbei sein können. Der Ruf nach Steuererleichterungen, wie ihn etwa die Betreiber schottischer Ölplattformen jüngst an die britische Regierung richteten, ist da fehl am Platz.

45 (y) Doch selbst Ländern, deren Regierungen vorausschauender mit ihrem Ölreichtum umgehen, macht die Abhängigkeit zu schaffen. In Norwegen, lange ein leuchtendes Beispiel für einen zukunftsfähigen Umgang mit dem Öl, wachsen angesichts von Massenentlassungen beim staatlichen Ölkonzern Statoil und massiven Wertverlusten der Landeswährung die
50 Zweifel an der eigenen Strategie.

(z) Andere Länder sollten den aktuellen Ölpreisverfall deswegen als abschreckendes Beispiel betrachten. Eine Politik, die sich von einer einzigen Einnahmequelle abhängig macht, geht auf Kosten anderer wichtiger Wirtschaftsbereiche und liefert sich auf beispiellose Weise den
55 Fluktuationen der Weltwirtschaft aus. Staaten, deren Wirtschaft auf mehreren Pfeilern ruht, können Krisen besser abfedern. Auch die Chancen auf langfristige politische Stabilität steigen, wenn diese nicht mehr von teuren und ineffizienten Versorgungsleistungen abhängt.

naar: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 18.01.2015

Tekst 8 Zu viel Öl ist ungesund

- 1p 27 Was kann man aus dem 1. Absatz schließen?
- A Der niedrige Ölpreis gibt der deutschen Wirtschaft einen Impuls.
 - B Die deutschen Autofahrer freuen sich etwas zu früh über das billige Öl.
 - C Für die deutsche Staatskasse spielt der Ölpreis nur eine untergeordnete Rolle.
 - D Von dem niedrigen Ölpreis profitieren vor allem die Banken.
- 1p 28 Welcher Titel passt am besten zum 2. Absatz?
- A Wirtschaftliche Alternativen
 - B Wirtschaftliche Zweifelsfälle
 - C Wirtschaftlicher Konflikt
 - D Wirtschaftlicher Rückgang
- 1p 29 Wie schließt der 3. Absatz an den vorhergehenden Absatz an?
- A Er bildet einen Widerspruch zum Inhalt des 2. Absatzes.
 - B Er fasst den 2. Absatz prägnant zusammen.
 - C Er führt den Gedankengang aus dem 2. Absatz weiter.
 - D Er führt die Ursachen des im 2. Absatz beschriebenen Ölpreisverfalls auf.
- 1p 30 Was wirft der Verfasser den Öl exportierenden Ländern dem 5. und 6. Absatz nach hauptsächlich vor?
- A Dass es an zukunftsfähigen Investitionen in die Wirtschaft fehlt.
 - B Dass ihre Herrschaftsform totalitär ist.
 - C Dass nur die reichen Einwohner von der wirtschaftlichen Wohlfahrt profitieren.
 - D Dass sie erneuerbare Energien in ihrer Wirtschaftspolitik zu sehr vernachlässigen.
- 1p 31 Welche Ergänzung passt in die Lücke in Zeile 40?
- A Erträge
 - B Investitionen
 - C Risiken
- 1p 32 Weshalb führt der Verfasser das Beispiel Norwegen auf? (Absatz y)
Weil Norwegen
- A ein reiches Land ist.
 - B eine demokratische Regierung hat.
 - C flexibel auf den Ölpreis reagiert.
 - D ölwirtschaftlich bisher als vorbildlich galt.
 - E seine Ölindustrie verstaatlicht hat.

- 1p **33** Was ist die Kernaussage des Absatzes z?
- A Bürokratie steht wirtschaftlichen Erneuerungen im Wege.
 - B Die Ölförderung lohnt sich längst nicht mehr.
 - C Eine Monowirtschaft birgt Gefahren.
 - D Wirtschaftliche Auf- und Abschwünge wechseln einander ab.

De alinea's x, y en z staan in een verkeerde volgorde.

- 1p **34** Wat is de juiste volgorde?
Noteer de letters in de juiste volgorde op het antwoordblad.

Tekst 9

Die Food-Spione



(1) Die Homemade Cookies werden gesnappt, schnell bei Instagram gepostet, dann verschwinden Smartphone und Teenager wieder. Eltern mögen sich geehrt fühlen, wenn ihre Backkünste auf diese Weise gewürdigt werden. Doch die Food-Fotografie hat eine Kehrseite. Etwas
5 überspitzt ausgedrückt sieht sie so aus: Der Teenager liegt den halben Tag auf der Couch und beschäftigt sich dabei ständig mit Bildern hochkalorischer und überzuckerter Lebensmittel – zur Freude der Industrie. Für diese Sicht spricht eine Studie skandinavischer Forscher, die untersucht haben, was 14-Jährige im sozialen Netzwerk Instagram veröffent-
10 lichen. 85 Prozent posteten Fotos von Lebensmitteln; darauf in absteigender Reihenfolge: Gebäck und Desserts, Limonaden, Schokolade, Eis und Bonbons. Die Früchte auf Platz sechs stimmten die Ernährungswissenschaftler ein wenig optimistisch. Doch das Gesamtbild ist ernüchternd: Zwei Drittel der Fotos zeigten Speisen und Getränke, die reich an
15 Kalorien und arm an Nährwert sind.

(2) Auf fast der Hälfte der Fotos waren Lebensmittel regelrecht in Szene gesetzt und ließen den Markennamen deutlich erkennen. Man kann diese Bilder als Zurschaustellung eines echten oder herbeigesehnten Lifestyles werten, doch sie zeugen auch von Manipulationsversuchen der Industrie.
20 Denn viele der Fotos waren mit einem Titel oder Hashtag versehen, die sie als Teil einer 36 auswiesen. So ging die Hälfte aller Coca-Cola-Bilder auf eine Aufforderung des Konzerns zurück, individuell gestaltete Flaschen zu präsentieren. „Mit anderen Worten“, so die Studienautoren: „Die Jugendlichen werben mit.“

25 (3) Für die Firmen ist dies nicht nur preiswert, sondern vermutlich auch besonders effektiv. Teenager orientieren sich bei ihrer Essensauswahl an Gleichaltrigen. Ein Überblicksartikel liefert Hinweise darauf, dass Jugendliche vor allem dann ungesunde Speisen wählen, wenn auch ihre Freunde bei Fastfood und Süßwaren zuschlagen. Der Griff zu Fett, Zucker und

30 Salz scheint ansteckend zu sein. Dass dies auch für Onlinekontakte gilt,
legt eine Studie aus den Niederlanden nahe. In dem Experiment bedien-
ten sich Teenager in ähnlichem Maße aus einer Süßigkeitenschale wie
ein Gleichaltriger, den sie über eine Videokamera sahen. Teens mit
Selbstwertproblemen glichen ihre Nascherei besonders an das virtuelle
35 Gegenüber an.

(4) Wenn Jugendliche Vorlieben bereitwillig im Netz kundtun, beeinflussen
sie nicht nur andere. Sie stellen den Herstellern auch riesige Zielscheiben
auf. Wozu dies führen kann, haben Forscher aus Arizona erkundet, indem
sie Facebook-Profile für zwei Teenager erfanden und je fünf Lebensmittel-
40 marken likten. Pro Woche bekam jeder der fiktiven Jungs mehr als 70
Werbebotschaften. Dabei umfasst die Werbung mehr als Bilder und
Sprüche, wie australische Gesundheitswissenschaftler zeigten. Sie
werteten die Netzaktivitäten der drei beliebtesten Lebensmittelmarken aus
und zählten binnen zweier Monate 21 verschiedene Aktionen. Fast alle
45 richteten sich an Jugendliche und forderten zum Mitmachen auf – durch
Spiele, Fotowettbewerbe, Treue-Aktionen und Abstimmungen, die alle-
samt geeignet waren, weitere Informationen über die Kunden zu
sammeln.

(5) Solche Daten ermöglichen Marketing in einer nie da gewesenen
50 Präzision, warnt die Weltgesundheitsorganisation WHO. Der Konzern
Unilever analysierte nicht nur, welche seiner Eissorten Kinder mögen,
sondern korrelierte die Präferenzen auch mit dem Wetterbericht des
jeweiligen Tages. Der Hersteller kann so tagesgenaue Vorlieben erken-
nen und nutzen. Die Ortungsfunktion auf dem Smartphone erlaubt es
55 Fast-Food-Ketten, ihre Produkte genau dann anzupreisen, wenn sich ein
Jugendlicher gerade in der Nähe einer Filiale aufhält. Ebenso ist es
möglich, Gefühle und Stimmungen der Kinder auszunutzen. Tränen-
reichen Emojis, emotionalen Schlüsselwörtern oder Misserfolg in einem
Online-Spiel könnte Werbung für ein Trostbonbon folgen.

60 **(6)** Es mag sein, dass viele Heranwachsende immun gegen die
Verlockungen der Werbung sind, aber die neuen Marketing-Techniken
erlauben es, die Empfänglichsten unter ihnen zu identifizieren und gezielt
zu verführen. Anders als der klassische TV-Spot ist die individuell aufs
Smartphone geschickte Werbung für die Regulierungsbehörden weniger
65 offensichtlich. Und Eltern sorgen sich zwar um Cybermobbing, Sex und
Gewalt im Netz, doch ahnen sie wohl nicht, dass „Jugendliche Unmengen
von verborgenen digitalen Marketing-Techniken ausgesetzt sind, die
Lebensmittel mit hohem Fett-, Zucker- und Salzgehalt bewerben“, sagt
Zsuzsanna Jakab von der WHO. So lautet der Rat an Mütter und Väter,
70 sich die Situation bewusst zu machen, die die WHO so beschreibt: Kinder
und Jugendliche sind heute einem „gewaltigen Echtzeit-Experiment“ mit
ihrer Ernährung ausgesetzt.

naar: Süddeutsche Zeitung, 16.01.2017

Tekst 9 Die Food-Spione

- 1p 35 Was haben skandinavische Forscher dem 1. Absatz nach ermittelt?
- A Die Food-Fotografie von 14-jährigen Instagramnutzern hat sowohl positive als auch negative Seiten.
 - B Die Lebensmittelindustrie postet verführerische Fotos bei Instagram, um die 14-Jährigen für sich zu gewinnen.
 - C Die meisten 14-Jährigen bewegen sich zu wenig, ernähren sich ungesund und sind süchtig nach Instagram.
 - D Eine Vielzahl der Instagram-Posts von 14-Jährigen zeigt ungesunde Ernährung.
- 1p 36 Welche Ergänzung passt in die Lücke in Zeile 21?
- A Betrugsmasche
 - B Herstellerkampagne
 - C Marketingfirma
 - D Teenagergruppe
- 1p 37 Wozu wird die „Studie aus den Niederlanden“ (Zeile 31) angeführt?
- Um zu zeigen, dass
- A namentlich fett-, zucker- und salzhaltige Lebensmittel bei Teenagern beliebt sind.
 - B psychische Probleme bei Teenagern meistens ungesundes Essverhalten zur Folge haben.
 - C sich das Essverhalten eines Teenagers ändert, wenn er weiß, dass er online zu sehen ist.
 - D Teenager sich in ihrem Essverhalten sowohl durch unmittelbaren Kontakt als auch übers Internet gegenseitig imitieren.
- “Vorlieben bereitwillig im Netz kundtun” (regel 36)
- 1p 38 Met welk ander woord uit alinea 4 wordt hetzelfde fenomeen tot uitdrukking gebracht?
- Citeer het betreffende woord.
- Alinea 5 bestaat uit vier delen: de auteur begint met een constatering en vervolgt met drie voorbeelden.
- 2p 39 Noteer op het antwoordblad achtereenvolgens deel 2, deel 3 en deel 4 met daarachter telkens een citaat van de eerste twee woorden van het betreffende alinea-deel.
- 2p 40 Welk(e) van de onderstaande voordelen van nieuwe reclametechnieken voor de industrie wordt/worden er in alinea 6 **voor het eerst** besproken?
- 1 gericht reclame maken
 - 2 makkelijker experimenteren met productsamenstelling
 - 3 minder kans op overheidsbemoeienis
 - 4 ouders makkelijker bereiken
- Noteer achter elk nummer op het antwoordblad ‘wel’ of ‘niet’.

Tekst 10

Medizin



Wer Angst vor Risiken und Nebenwirkungen hat, sollte den Apotheker am besten nach billigen Medikamenten fragen. Zu diesem Schluss kommt eine Studie der Hamburger Biologin Alexandra Tinnermann und ihrer Kollegen. Die Forscher händigten 49 Probanden eine Creme aus, die angeblich gegen Juckreiz half, in Wahrheit aber ein Placebo war. Außerdem hieß es, der Balsam könne die Schmerzempfindlichkeit steigern. Nun wurde aber einem Teil der Gruppe vorgemacht, dass das Produkt teuer sei; den anderen Teilnehmern nannte man einen günstigeren Preis. Ergebnis: Die Probanden, die sich im Besitz des kostspieligen Medikaments wähnten, entpuppten sich bei einem anschließenden Test als hitze-empfindlicher. Es handelt sich um einen sogenannten Nocebo-Effekt, bei dem Nebenwirkungen auftreten, für die es keine nachweisbare Ursache gibt. Dass das Wissen um den Preis eines Medikaments den Effekt verstärken kann, führt Tinnermann unter anderem darauf zurück, dass Patienten einer teuren Arznei möglicherweise einen potenteren Wirkstoff unterstellen – und deswegen auch stärkere Nebenwirkungen. Das Studienergebnis könnte, glaubt die Biologin, in Zukunft bei der Analyse der Nebenwirkungen von Chemotherapien eine Rolle spielen, deren hoher Preis in der Öffentlichkeit bekannt ist.

naar: Der Spiegel, 07.10.2017

Tekst 10 Medizin

- 1p 41 Welche Aussage ist dem Text nach richtig?
- A Bei Medikamenten, die die Schmerzempfindlichkeit vergrößern, gibt es auch ein erhöhtes Risiko weiterer Nebenwirkungen.
 - B Das Bewusstsein der hohen Kosten einer Behandlung könnte beim Patienten zu Nebenwirkungen führen.
 - C Placebos helfen sogar dann, wenn Patienten wissen, dass es sich um Placebos handelt.
 - D Teurere Medikamente enthalten im Durchschnitt mehr effektive Bestandteile als günstigere Arzneimittel.