



General Certificate of Education
Advanced Subsidiary Examination
January 2013

German

GERM1/T

Unit 1 Transcript Listening, Reading and Writing

FOR INVIGILATOR'S USE ONLY

Wednesday 9 January 2013 1.30 pm to 3.30 pm

Time allowed

- 2 hours

A

Enclosed is a copy of the transcript of the text of the Listening Test. This packet must not be opened until after the examination.

After the examination, the transcript should be kept for future use by teachers.

Text 1: Fit mit Cardio Tennis*(58 seconds; tracks: 2 – 10)*

Es ist bekannt, dass ein tägliches Aerobic-Programm das Wohlbefinden steigert und das Risiko von Herzerkrankungen reduziert. Durch Cardio Tennis können sowohl Tennisspieler mit viel Erfahrung als auch Anfänger für die Gesundheit profitieren.

Im Unterschied zum normalen Tennis ist Cardio Tennis ein Gruppentraining, in dem die Spieler ständig in Bewegung sind. Laute Musik schallt aus den Lautsprechern. Wenn die Spieler keine Bälle schlagen, machen sie auf dem Tennisplatz Fitnessübungen, um die Muskeln zu stärken.

Trotz der gesundheitlichen Aspekte steht bei Cardio Tennis der Spaß an erster Stelle. Denn wer Spaß beim Training hat, ist besser motiviert und hält es in der Regel länger durch.

Text 2: Großeltern*(one minute and 27 seconds; tracks: 11–22)*

M1 Lilli, was ist deiner Meinung nach die Rolle der Großeltern?

F1 Schokolade vor dem Essen, morgens nach dem Aufstehen fernsehen: Die Großeltern sind bei der Erziehung oft viel toleranter. Kinder finden es schön, sich von der Routine bei den Eltern erholen zu können. Und sie gewöhnen sich einfach daran, dass es bei den Großeltern andere Regeln gibt als zu Hause.

M1 Dominik, wie siehst du die Beziehung zwischen Enkeln und Großeltern?

M2 Großeltern lernen mit ihren Enkeln, wie moderne Technik funktioniert, und die Enkel lernen durch ihre Großeltern etwas über die Geschichte. Oma und Opa haben es nicht so eilig wie Mama und Papa, wenn zum Beispiel die Hausaufgaben zu lange dauern. Aber die Großeltern müssen auch anerkennen, dass die Eltern die Hauptrolle bei der Erziehung haben.

M1 Sabrina, meinst du, dass es Probleme zwischen den Generationen gibt?

F2 Ganz im Gegenteil. Da es heute mehr Familien gibt, wo beide Elternteile berufstätig sind, werden die Kinder oft von Oma und Opa betreut. Das ist eine praktische Lösung für die Eltern. Leider ist das aber nicht immer möglich, weil manche Großeltern zu weit weg wohnen.

Text 3: Luxuslärm*(one minute and 17 seconds; tracks: 23 – 37)*

- M Wie seid ihr auf den Namen „Luxuslärm“ gekommen?
- F Den Namen verdanken wir der Oma von unserem Trommler Jan. Sie hat damals immer zu ihm gesagt: „Na, gehst du wieder ins Studio und machst Lärm?“
- M Wie lange seid ihr schon als Team unterwegs?
- F Wir haben vor sechs Jahren begonnen zusammen Musik zu machen, anfangs in einer Coverband „Blue Cinnamon“ und später als Luxuslärm.
- M Könnt ihr von der Musik leben?
- F Wir sind alle Berufsmusiker, bis auf unseren Keyboard-Spieler Dave. Er arbeitet als Physiotherapeut. Die anderen Band-Mitglieder sind Lehrer und unterrichten in unserer Rockmusikschule in Stuttgart. Der jüngste Schüler ist fünf, die älteste Schülerin 70.
- M Ihr seid jetzt eine bekannte Band. Wie hat sich euer Leben in den letzten Jahren verändert?
- F Wir sind weniger zuhause als früher. Gute Organisation ist wichtig. Aber das Leben ist genau das, was wir immer wollten. Es freut uns, dass wir noch in kleinen Clubs spielen können, wo die Atmosphäre viel intimer ist.

Text 4: Werbung im Internet*(one minute and 24 seconds; tracks: 38 – 51)*

Hier ein Banner, dort ein Pop-up. Letztes Jahr haben deutsche Unternehmen fünf Milliarden Euro in Internetwerbung investiert. Das entspricht einem Anstieg von 26 Prozent gegenüber dem vorigen Jahr.

Das rasante Wachstum der Online-Werbung überrascht kaum. Sie bietet mehr Informationen und größeren Raum für Kreativität. Man kann mehr Kunden erreichen. Außerdem haben nun die meisten deutschen Haushalte einen Breitbandanschluss.

Stärkster Trend ist der Video-Werbespot, der fast dreimal wirksamer ist als ein einfaches Bild. 50 Prozent der 14 bis 29-Jährigen geben an, schon einmal durch diese Werbeform ein Produkt gekauft zu haben. Bei den 30 bis 49-Jährigen sind es 40 Prozent.

Die Reaktionen der Verbraucher auf Online-Werbung sind unterschiedlich. 30 Prozent von ihnen fühlen sich dadurch gestört. 20 Prozent der Internetnutzer akzeptieren Werbung zur Finanzierung einer Webseite.

END OF RECORDING

Blank page