

Candidates answer on the question paper.

**Additional materials:** None



Candidate  
Forename

Candidate  
Surname

Centre  
Number

--	--	--	--	--

Candidate  
Number

--	--	--	--

**INSTRUCTIONS TO CANDIDATES**

- Write your name in capital letters, your Centre Number and Candidate Number in the boxes above.
- There are three sections in this paper.  
**Section A: Reading**  
**Section B: Writing**  
**Section C: Cloze Test**
- Use blue or black ink.
- Read each question carefully and make sure that you know what you have to do before starting your answer.
- Answer **all** the questions.
- Do **not** write in the bar codes.
- Do **not** write outside the box bordering each page.
- Write your answer to each question in the space provided.

**INFORMATION FOR CANDIDATES**

- The number of marks for each question is given in brackets [ ] at the end of each question or part question.
- The total number of marks for this paper is 60 (UMS 90).
- You will be awarded marks for the quality of written communication where an answer requires a piece of extended writing.
- Dictionaries are **not** allowed.

For Examiner's Use Only	
Section A	
Section B	
Section C	
<b>Total Mark</b>	

This document consists of **12** printed pages.

## Lesetext 1

**„Bis in die Spitzen“**

Sie spielt in einem Friseursalon, aber trotzdem ist die Sat-1-Produktion *Bis in die Spitzen* die beste deutsche Serie seit langem. Solche Klischees wie die Blondine, deren Intellekt gerade für Shampooieren und Kaffeeservieren reicht, findet man nicht. *Bis in die Spitzen* (montags um 21.15 auf Sat-1) erzählt von Liebe und Schmerz, bringt einen manchmal zum Weinen, aber wird selten kitschig.

Niki führt mit ihrem Mann Philipp einen Friseursalon in Berlin. Er will ein Kind; sie will einen zweiten Salon, gleich gegenüber. Aber dann wird das Gebäude gegenüber plötzlich verkauft ..... an Leute, die auch ein Friseurgeschäft eröffnen! Die Konkurrenten sind Mia und ihr Mann Finn, und es stellt sich heraus, dass Finn vor 20 Jahren auch Nikis Mann war und sie als Schwangere verlassen hat. Der Friseursalon ist der Hintergrund für zwischenmenschliche Dramen, die sich langsam entwickeln.

*Bis in die Spitzen* zeigt, dass auch die Deutschen gute Serien machen können. Gut, Sat-1 hat das Format von der britischen BBC gekauft – *Cutting It* heißt das Original; Manchester wurde zu Berlin, aber der Plot und auch einzelne Szenen sind übernommen worden. Das allein garantiert aber nicht den Erfolg: Die RTL-*Spielerfrauen* waren müde im Vergleich zu den britischen *Footballers' Wives*. Sat-1 hat diesmal Geld ausgegeben: für gute Schauspieler und raffinierte Technik. Und weil nicht alles in Berlin-Rixdorf gedreht werden konnte, wo das eigentliche Friseurgeschäft steht, wurde der Platz in einem Studio exakt nachgebaut.

Sat-1 hat gute Erfahrungen mit Serien: *Verliebt in Berlin* bringt wunderschöne Quoten; *Bis in die Spitzen* könnte die Erfolgsgeschichte fortsetzen.



© Gordon Meuhle / SAT 1

1 Haken Sie (✓) die 7 richtigen Aussagen ab. Wenn Sie mehr als 7 abhaken, gibt es Minuspunkte!

- (a) *Bis in die Spitzen* ist eine Dokumentarsendung.
- (b) Die Serie wird von Sat-1 gesendet.
- (c) Die Frauen im Friseursalon sind dumme Blondinen.
- (d) *Bis in die Spitzen* wird jeden Tag gesendet.
- (e) Die Serie wirkt auf die Emotionen der Zuschauer.
- (f) Niki will ihr Friseurgeschäft weiter entwickeln.
- (g) Mia arbeitet zusammen mit Niki und Philipp.
- (h) Finn war früher mit Niki verheiratet.
- (i) Die Idee zur Serie kam aus England.
- (j) Die Deutschen haben den Plot gestohlen.
- (k) *Spielerfrauen* war nicht so gut wie das britische Original.
- (l) Die Verfilmung von *Bis in die Spitzen* war nicht teuer.
- (m) Die ganze Serie wurde in einem wirklichen Friseurgeschäft gefilmt.
- (n) *Verliebt in Berlin* hat viele Zuschauer.

[7]

## Lesetext 2

**„Silbermond“**

Sie kommen aus Bauzen in Sachsen und haben sich in den vergangenen zwei Jahren zu einer der deutschen Top-Rockbands entwickelt. Die jungen Musiker, darunter Sängerin Stefanie, nennen sich *Silbermond*. Ihr neues Album „Laut gedacht“ zeigt ihr Talent.

Alle vier haben sich in ihrem Kirchenchor kennen gelernt und gründeten zusammen eine Band. Damals nannten sie sich JAST (aus den Anfangsbuchstaben der Vornamen der Mitglieder: Johannes, Andreas, Stefanie, Thomas) und sangen englische Songs. Aber als sie begannen, ihr eigenes Material zu schreiben, stellten sie fest, dass sie mit ihrem „Schul-Englisch“ nicht das ausdrücken konnten, was sie mit ihrer Musik sagen wollten. Sie entschieden sich also, auf Deutsch zu singen; deshalb musste natürlich auch ein deutscher Bandname her. Thomas kam mit dem Vorschlag „*Silbermond*“ – alle waren damit sofort okay.

Obwohl sie nicht mehr so oft zu Hause sind, haben sie alle noch viel Kontakt mit den Eltern dort. Stefanie ist ihnen dankbar: „Sie haben den teuren Musikunterricht früher bezahlt und uns um Mitternacht von den Clubs abgeholt, als wir mit 15 einen Auftritt, aber noch keinen Führerschein hatten.“

Ihre Erfahrungen mit der Presse sind gemischt. Es nervt sie, dass die Boulevard-Presse sich eher mit ihrem Aussehen beschäftigt. Bei einer Preis-Verleihung wollte ein Reporter wissen, warum sie sich nicht schick angezogen hatten und interessierte sich gar nicht für die neue Platte. Für die Mitglieder von *Silbermond* ist aber Musik ihre Leidenschaft. Wer hört, wird feststellen: Die Band ist originell, manchmal provokant, aber passt nicht in vorgefertigte Kategorien.



© DDP



## Lesetext 3

## Die Schuluniform-Debatte

Das Wort „Uniform“ benutzt Schulleiter Günter Behr nicht, aber vor einem Jahr hat er zusammen mit Eltern, Schülern und Lehrern der Realschule Friesenheim beschlossen, Einheitskleidung für die Schule einzuführen. Bei einer Umfrage hatten mehr als 30 Prozent der 800 Schüler von „Klamotten-Hänseleien“ berichtet, heute gibt es keinen „Modemarkt“ mehr, sagt Behr. Ein Erfolg also. Warum will er dann nicht von Uniform reden? Aus historischen Gründen? Nein, sagt er: Erstens beschränkt sich die Einheitskleidung auf unterschiedlich gefärbte T-Shirts mit dem Schul-Logo. Und zweitens wird kein Schüler gezwungen, dem Dresscode zu folgen.

Fast die Hälfte der Eltern spricht sich für Schuluniformen aus: Wenn Schüler T-Shirts mit hübschem Logo tragen, identifizieren sie sich leichter mit ihrer Schule. Es kann auch ein großes Problem für Kinder und Jugendliche sein, wenn die Familie sich teure Markenkleidung nicht leisten kann. Einheitskleidung könnte auch das weitverbreitete Klauen von Markenklamotten an den Schulen reduzieren. Viele Bundesländer, Eltern und Schüler sehen also die Einführung einer einheitlichen Schulkleidung positiv, aber alle sind sich darüber einig, dass sie nicht von oben verordnet werden kann: Es kann nur eine gemeinsame Entscheidung von Lehrern, Schülern und Eltern sein.

Manche sagen aber, ein Ziel der Schule sei, dass junge Leute ihre eigene Identität entwickeln. Schüler haben ihre individuelle Persönlichkeit, die man nicht uniformieren sollte. Außerdem ist es nicht realistisch, finanzielle Ungleichheit unter den Schülern mit Einheitskleidung zu bekämpfen.

„Schuluniformen sorgen nicht automatisch für eine bessere Schule. Kleidung allein wird das Schulklima sicher nicht verbessern“, meint Günter Behr. Für ihn kann die Uniform höchstens ein „Baustein“ sein.



© Torsten Silz / DDP







## Section C – Cloze Test

- 4 Die folgenden Sätze beziehen sich auf den Text „Die Schuluniform-Debatte“. Haken Sie (✓) die richtige Alternative ab.

Beispiel: **A** An   
**B** Auf   
**C** In  Deutschland wird das Thema Schuluniform debattiert.

- 1 Schulleiter Behr **A** will   
**B** willst   
**C** wollt  das Wort „Uniform“ vermeiden. [1]

- 2 30 Prozent der Jugendlichen hatten **A** über   
**B** wegen   
**C** zwischen  ihrer Kleidung Probleme in der Schule. [1]

- 3 Die Einheitskleidung hat die Situation an der Realschule **A** verbessern.   
**B** verbessert.   
**C** verbesserte.  [1]

- 4 Die neue Uniform ist nicht sehr streng,  
**A** denn besteht sie aus einem T-Shirt mit dem Schul-Logo.   
**B** denn sie aus einem T-Shirt mit dem Schul-Logo besteht.   
**C** denn sie besteht aus einem T-Shirt mit dem Schul-Logo.  [1]

- 5 Die Schüler in Friesenheim müssen die Uniform nicht **A** getragen.   
**B** tragen.   
**C** zu tragen.  [1]

6 Eine Schuluniform **A** hilft   
**B** helfen   
**C** hilft  den Jugendlichen, sich mit ihrer Schule zu identifizieren. [1]

7 Markenkleidung ist normalerweise sehr **A** teuer   
**B** teure   
**C** teurer  [1]  
 und **D** hat   
**E** kann   
**F** wird  oft in der Schule gestohlen. [1]

8 Ohne Zustimmung **A** dem   
**B** der   
**C** die  ganzen Schule [1]  
 wird **D** kein   
**E** keine   
**F** keiner  Uniform eingeführt. [1]

9 **A** Als   
**B** Wann   
**C** Wenn  man Einheitskleidung trägt, ist es schwer, [1]  
**D** deine   
**E** ihre   
**F** seine  Identität zu entwickeln. [1]

- 10 Das Leben von **A** arme   
**B** armen   
**C** armes  Kindern wird durch eine Uniform nicht viel besser. [1]

- 11 **A** Damit   
**B** Für   
**C** Um  das Schulklima zu verbessern, [1]  
muss **D** eins   
**E** man   
**F** Mann  mehr tun als nur eine Schuluniform einführen. [1]

[15]

**PLEASE DO NOT WRITE ON THIS PAGE**

---

*Copyright Acknowledgements:*

Lesetext 1 (text)	Adapted from Alexander Kühn, <i>Intensive Pflegepackung</i> , Stern, 6 October 2005, page 251
Lesetext 1 (photo)	© Gordon Meuhle / SAT 1
Lesetext 2 (text)	Adapted from Matthias Würfl, <i>„Das letzte Wort wird immer noch auf der Bühne gesprochen“</i> , Die Rheinpfalz, 12 July 2006
Lesetext 2 (photo)	© DDP
Lesetext 3 (text)	Adapted from Katja Irle, <i>Kein Markt für Eitelkeiten</i> , Frankfurter Rundschau, 11 May 2006, page 2. Reproduced by kind permission.
Lesetext 3 (photo)	© Torsten Silz / DDP

Permission to reproduce items where third-party owned material protected by copyright is included has been sought and cleared where possible. Every reasonable effort has been made by the publisher (OCR) to trace copyright holders, but if any items requiring clearance have unwittingly been included, the publisher will be pleased to make amends at the earliest possible opportunity.

OCR is part of the Cambridge Assessment Group. Cambridge Assessment is the brand name of University of Cambridge Local Examinations Syndicate (UCLES), which is itself a department of the University of Cambridge.