

Wir begrüßen Sie zur BMS-Aufnahmeprüfung 2018 im Fach Deutsch.

Arbeitshinweise

Die Prüfung besteht aus drei Teilen:

Teil A -Textverständnis

Teil B -Grammatik

Teil C -Aufsatz

→ **Teile A + B abgeben, wenn fertig gelöst und dann Aufgabe Teil C bei der Lehrperson abholen.**

Alle Fragen und Aufgabestellungen beziehen sich auf den Arbeitstext.

Zum Lösen aller Aufgaben stehen Ihnen 75 Minuten zur Verfügung.

Folgen Sie den Zeitangaben, so können Sie die Prüfung ohne Zeitdruck bewältigen.

- | | |
|--|----------------|
| 1. Text lesen und wichtige Informationen anstreichen | ca. 10 Minuten |
| 2. Fragen beantworten (Teile A+B) | ca. 30 Minuten |
| 3. Einen eigenen Text verfassen (Teil C) | ca. 35 Minuten |

Berechnung der Endnote:

- Die Teile A und B ergeben 50% der Endnote.
- Der Aufsatz (Teil C) zählt weitere 50%.
- In den Teilen A + C werden Rechtschreibe- und Grammatik-Fehler mitbewertet!

Hilfsmittel:

- Teile A + B keine Hilfsmittel
- Teil C: Wörterbuch in Papierform

Bitte nicht mit Bleistift schreiben!

Arbeitstext

Die Snowpark-Bauer von Zermatt

Viele Skigebiete locken mit einem Snowpark junge Gäste an. Die Parcours werden von Shapern gebaut, die nur für ihren Sport leben – ein Augenschein in Zermatt.

Text Andrea Freiermuth, Migrosmagazin, 22.1.18

Zermatt, 7.15 Uhr, zwischen der Talstation Furi und Trockenen Steg. Rund 50 Mitarbeiter der Bergbahnen schweben mit der ersten Gondel des Tages zur Arbeit. Mit dabei sind Matteo Ferraris (36), Matteusz Bocian (26) und Andrin Tgetgel (18). Mit ihren langen Haaren und weiten Kleidern fallen sie
5 zwischen den Bergbahnlern etwas aus dem Rahmen. Der Style ist Programm. Die drei arbeiten nicht wie alle anderen Angestellten als Seilbahnlerner, Mechaniker oder Elektroniker, sondern als Shaper. Sie bauen den Snowpark für Freestyler auf Ski und Snowboards – mit Elementen wie Kickers, Rails und Tubes.

Lieber PS als Muskelkraft

Warwick Martin (25), Dreitagebart und Rossschwanz, hat bereits Stunden zuvor mit der Pistenmaschine den Schnee zwischen den Elementen präpariert. Jetzt schiebt er mit seiner 530-PS-Maschine Schnee
10 oberhalb des Parks herum. Hier soll ein Funpark mit kurvigen Hügeln entstehen. Warwick war früher selber Shaper und weiss, was zu beachten ist. Handarbeit sagte ihm aber nicht so zu, er steht auf starke Motoren. «Look, das ist wie Gamen, aber eben in Reality», sagt er in einem Mischmasch aus Englisch und Schweizerdeutsch. Dann greift er nach dem Joystick, mit dem er die tonnenschwere Maschine
15 steuert.

Während Warwick der Mann für das Grobe ist, machen Matteo, Matteusz und Andrin die Feinarbeit. Mit der Konzentration eines Kunstmalers zieht Matteo das Shaper-Tool, eine gezackte Schaufel mit
20 langem Stil, durch den Schnee. Bald werfen feine Rillen einen leichten Schatten ins Weiss rund um die Schanzen: «Das sieht nicht nur gut aus, sondern dient auch der Orientierung – und Safety kommt immer first», erklärt er zum Teil auf Englisch.

Vorbilder für die Kleinen

Um 10.30 Uhr haben Matteo, Matteusz und Andrin im Park sämtliche Schanzen nachgebessert und
25 sitzen zwecks Testride auf dem Sessellift. Da sie keine neuen Elemente gebaut haben, ist das Testen theoretisch unnötig, aber die Crew hat auch den Auftrag, die Gäste zu animieren: «Oft sind es die Kinder, die ihre Eltern erst überreden müssen, doch einen Abstecher in den Park zu machen. Wenn die Erwachsenen an unserem Beispiel sehen, dass die Kickers harmlos sind, willigen sie eher ein.» Obwohl die Shaper ihren Snowpark gern als autonome Zone sehen würden, unterstehen sie den Weisungen der Bergbahnen. Im Winter haben die Jungs den klaren Auftrag, das Niveau tief zu halten und den Park kinder- und einsteigerfreundlich zu gestalten.

30 Im Sommer, wenn sich der Snowpark nochmals mehr als 1000 Höhenmeter weiter oben, auf dem Matterhorn Glacier Paradise, befindet, haben die Shaper mehr Gestaltungsspielraum. Dann nämlich kommen die Cracks und Profis der Szene, und die gehen grössere Risiken ein. Für die Shaper-Crew bedeutet das viel mehr Arbeit, weil es für grössere Hindernisse mehr Schnee zu schaufeln gibt und dieser in der Sommersonne erst noch viel schwerer ist und schneller wegschmilzt.

Abends in der Shaper-WG

«Um von den Bergbahnen ernst genommen zu werden, mussten wir uns professionalisieren», erzählt
40 Andrin, der gelernte Mediamatiker abends am Küchentisch in der Shaper-WG, einem Chalet am Waldrand. «Der Park ist Werbeträger, ein wandelndes Poster, gerade im Sommer, wenn andere Skigebiete bereits geschlossen haben», sagt er mit gedämpfter Stimme, was seinen Worten irgendwie noch mehr Gewicht verleiht. Die Kids verfolgten den Betrieb auf dem Gletscher auch in der warmen Jahreszeit, dann gäbe es Posts, die in der relevanten Zielgruppe rund eine Viertelmillion User erreichen würden – und das im Vergleich etwa zur Plakatwerbung am HB Zürich – für praktisch kein Geld.

Andrin betrachtet es als seine Mission, den Verantwortlichen bei den Bergbahnen aufzuzeigen, wie Werbung in Zeiten von Facebook und Instagram funktioniert. Dafür bringt er grosse Opfer: «Ich trage
45 meine Haare jetzt kurz und die Hosen nicht mehr an den Knien.»

Die Strategie scheint aufzugehen. Auf Anfrage meint Markus Hasler (59), CEO der Zermatt Bergbahnen: «Der Snowpark ist für uns unter anderem ein Marketinginstrument und eine Investition in die Jugend.» Er würde den Einsatz der Shaper-Crew sehr schätzen, auch wenn die Jungs nicht immer die einfachsten Angestellten seien: «Das sind schräge Vögel, die zuweilen auf Wolke sieben schweben – aber eben auch mit Leib und Seele dabei sind.»

Würde der CEO je um 22 Uhr abends in der Shaper-WG auftauchen, wäre er wahrscheinlich erstaunt: keine Party, kein Qualm. Um diese Uhrzeit haben sich schon alle in ihre Einer-oder Zweierzimmer zurückgezogen, sogar die Küche ist aufgeräumt. Trotz viel Freestyle gibt's auch hier klare Regeln, eine davon ist auf A4 und in grossen Lettern an den Schrank geklebt: «Fucking wash your shit after using!»

Teil A – Textverständnis

1) Textverständnis I (3 P.) 3x1P

Ersetzen Sie das unterstrichene Wort durch **ein gleichbedeutendes Wort** oder durch eine passende Umschreibung.

Z 24, aber die Crew hat auch den Auftrag, die Gäste zu <u>animieren</u> .	
Z. 27, ihren Snowpark gern als <u>autonome</u> Zone sehen.	
Z.47, ein Marketinginstrument und eine <u>Investition</u> in die Jugend	

Z. = Zeile

1) Textverständnis I (3 P.) 3x1P

Ersetzen Sie das unterstrichene Wort durch **ein gleichbedeutendes Wort** oder durch eine passende Umschreibung.

Z 24, aber die Crew hat auch den Auftrag, die Gäste zu <u>animieren</u> .	<i>in Stimmung bringen, anregen, Interesse wecken, anspornen, anfeuern ... aber die Crew hat auch den Auftrag, die Gäste in Stimmung zu bringen.</i>
Z. 27, ihren Snowpark gern als <u>autonome</u> Zone sehen.	<i>eigenständige ihren Snowpark gern als eigenständige Zone sehen.</i>
Z. ein Marketinginstrument und eine <u>Investition</u> in die Jugend	<i>Anlage ein Marketinginstrument und eine Anlage in die Jugend.</i>

Z. = Zeile

2) Textverständnis I (3 P.) 3x1P

Ersetzen Sie das unterstrichene Wort durch **ein gegenteiliges Wort**.

Z. 26, dass die Kickers <u>harmlos</u>	
Z. 33, <u>Profis</u> der Szene	
Z. 41, der <u>relevanten</u> Zielgruppe	

Lösung

2) Textverständnis II (3 P.) 3x1P

Ersetzen Sie das unterstrichene Wort durch **ein gegenteiliges Wort**.

Z. 26, dass die Kickers <u>harmlos</u>	gefährlich, schädlich, problematisch
Z. 33, <u>Profis</u> der Szene	Amateure, Anfänger, Laien
Z. 41, der <u>relevanten</u> Zielgruppe	unwichtig, irrelevant, bedeutungslos, sekundär, belanglos

3) Textverständnis III (4P) 2x2P

Beantworten Sie die Fragen in **vollständigen** und **korrekten** Sätzen.

Wie unterscheidet sich die Arbeit der Shaper in den verschiedenen Jahreszeiten? Beziehen Sie sich auf den Text.
<ul style="list-style-type: none">- Im Winter: einen kinder- und einsteigerfreundlichen Snowpark im regulären Skigebiet bauen- Im Sommer: einen Snowpark für Profis und Cracks auf dem Gletscher bauen

Können Sie mindestens zwei Vorteile der Werbung auf Social Media Plattformen nennen? Beziehen Sie sich auf den Text.
<ul style="list-style-type: none">- Es werden sehr viele Menschen erreicht.- Die Werbung ist gratis.- Zielgruppen werden durch Posts der User in spezifischen Gruppen erreicht.

4) Textverständnis IV (4P) 2x2P

Erklären Sie die folgenden Aussagen im Textzusammenhang. Formulieren Sie in **vollständigen** und **korrekten** Sätzen.

«Das sieht nicht nur gut aus, sondern dient auch der Orientierung – und Safety kommt immer first» (Z 19/20)

Das macht die Bahn nicht nur schöner (reizvoller, attraktiver für die Benutzer) es dient auch dem „Sich-auf-der-Bahn-Zurechtfinden“, was der Sicherheit dient. Diese geht immer vor.

«Um von den Bergbahnen ernst genommen zu werden, mussten wir uns professionalisieren» (Z 36)

Um von den Bergbahnen (als Arbeitgeber) als seriöse Arbeitnehmer (Berufsleute) wahrgenommen zu werden, mussten wir fachlich überzeugen und gemäss allgemeinen beruflichen Regeln handeln, wie Profis.

Teil B – Grammatik

1) Wortarten (5P)

Bestimmen Sie die **Wortart** der fett gedruckten Wörter **so genau wie möglich**. Benutzen Sie keine Abkürzungen.

Beispiel: **Die** (*bestimmter Artikel*) **Parcours** (*Substantiv/Nomen*) **werden** (*Verb*) **von** (*Präposition*) **Shapern** (*Substantiv/Nomen*) **gebaut** (*Verb*).

Mit der Konzentration eines Kunstmalers zieht Matteo das Shaper-Tool, eine gezackte Schaufel mit langem Stil, durch den Schnee. Bald werfen feine Rillen einen leichten Schatten ins Weiss rund um die Schanzen: «Das sieht nicht nur gut aus, sondern dient auch der Orientierung – und Safety kommt immer first», erklärt er zum Teil auf Englisch.

1. mit	Präposition
2. zieht	Verb

3. gezackte	Adjektiv
4. den	Artikel
5. bald	Adverb
6. Rillen	Nomen
7. das	Demonstrativpronomen
8. nicht	Adverb
9. sondern	Konjunktion
10. er	Personalpronomen

2) Satzglieder (5 P)

Bestimmen Sie die **fett gedruckten Satzglieder** in den untenstehenden Sätzen. (**Objekte** und **Adverbiale** müssen **nicht näher bestimmt** werden).

Beispiel: **Warwick Martin** (Subjekt) **hat** (Prädikat) **bereits Stunden zuvor** (Adverbial) mit der Pistenmaschine **den Schnee** (Objekt) präpariert.

Im Sommer, wenn sich der Snowpark nochmals mehr als 1000 Höhenmeter weiter oben, auf dem Matterhorn Glacier Paradise, befindet, haben die Shaper **mehr Gestaltungsspielraum**. Dann nämlich kommen **die Cracks und Profis der Szene**, und die gehen grössere Risiken ein. Für die Shaper-Crew **bedeutet** das viel mehr Arbeit, weil es für grössere Hindernisse mehr Schnee zu schaufeln gibt und dieser in der Sommersonne erst noch viel schwerer ist und **schneller** wegschmilzt.

Im Sommer	Adverbial
mehr Gestaltungsspielraum	Objekt
die Cracks und Profis der Szene	Subjekt
bedeutet	Prädikat
schneller	Adverbial

3) Nebensätze bestimmen (5 P)

Unterstreichen Sie im untenstehenden Textausschnitt die **Nebensätze**.

Beispiel: *Im Winter haben die Jungs den klaren Auftrag, das Niveau tief zu halten.*

Um 10.30 Uhr haben Matteo, Matteusz und Andrin im Park sämtliche Schanzen nachgebessert und sitzen zwecks Testride auf dem Sessellift. Da sie keine neuen Elemente gebaut haben, ist das Testen theoretisch unnötig, aber die Crew hat auch den Auftrag, die Gäste zu animieren: «Oft sind es die Kinder, die ihre Eltern erst überreden müssen (...). Wenn die Erwachsenen an unserem Beispiel sehen, dass die Kickers harmlos sind, willigen sie eher ein.»

Teil C - Aufsatz

Auftrag

- Wählen Sie **ein** Thema aus.
- Setzen Sie einen **selbst formulierten aussagekräftigen Titel** und achten Sie auf einen übersichtlichen Aufbau und eine **klare Gliederung**.
- Verfassen Sie **mindestens eine Seite Text**.
- Schreiben Sie **nicht mit Bleistift!**

Folgende Themen stehen zur Auswahl:

1. Wie wichtig ist für Sie der Wintersport, insbesondere das Snowboarden?

Beantworten Sie die Frage mit **Beispielen aus Ihrem Alltag** und **vergleichen** Sie Ihr Sportverhalten mit demjenigen ihrer **Kollegen und Kolleginnen**.

2. Was halten Sie von der Aussage, dass „Snowboarder schräge Vögel sind“ (Z.49)?

Nehmen Sie Stellung zu diesem Zitat. **Begründen** Sie Ihre Meinung mit aussagekräftigen Argumenten.

Benotet werden:

Inhalt (Titel, logische Gliederung, Argumente und Beispiele)	50%
Ausdruck (Wortwahl, Verständlichkeit, Stil)	25%.
Form (Grammatik , Zeichensetzung und Rechtschreibung)	25%.