

- 1p 12 Wie lässt sich der Ton **des gesamten Textes** am besten charakterisieren?
- A als bedrückt
  - B als begeistert
  - C als sachlich
  - D als wissenschaftlich

*Lees bij de volgende opgave eerst de vraag voordat je de bijbehorende tekst raadpleegt.*

## Tekst 4 Die Wahrheit über Grünes Marketing

---

- 1p 13 Welche Aussage fasst den Text am besten zusammen?
- A Das Etikett „Grün“ führt nicht automatisch zu höheren Umsatzquoten.
  - B Einige Produkte sind nicht so umweltfreundlich wie bisher angenommen.
  - C Grüne Werbung regt sogar Öko-Kritiker zum Kauf an.
  - D Nachhaltige Produkte sind tatsächlich besser für die Umwelt.

## Tekst 5 Weiß ist heiß

---

- 1p 14 Welches konkrete Beispiel für „Neon an den Füßen“ (Einleitung) gibt der Text?
- A „*Nike Air Max*“ (Zeile 6)
  - B (*Adidas*) „*Stan Smith*“ (Zeile 11-12)
  - C „*Saint Laurent*“ (Zeile 22)

„Seit wann eigentlich dreht sich Mode dermaßen im Kreis?“ (Zeile 1)

- 1p 15 Wie wird diese Frage im Text beantwortet?
- A Diese Frage wird im Text nicht beantwortet.
  - B seit dem Anfang der 70er Jahre
  - C seit es Mode gibt
  - D seit vergangenem Sommer

*Adidas* heeft de *Stan Smith*-sneakers heel handig tot een hype weten te maken.

- 2p 16 Welke **twee** marketingstrategieën heeft *Adidas* daarvoor gebruikt?

“den *Stan Smith*” (regel 11-12)

- 2p 17 **Citeer vier** zelfstandige naamwoorden uit alinea 2 waarmee deze schoen ook bedoeld wordt.