

BM1

Aufnahmeprüfung 2022

Deutsch

Kand.-Nr.: _____

Nachname _____

Vorname: _____

1. Sprachbetrachtung _____ / 40 (30-35 Minuten)

2. Textproduktion _____ / 60 (55-60 Minuten)

Punkte _____ / 100

Note

Examinator*in: _____ Co-Examinator*in: _____

Allgemeine Hinweise:

- Dauer der Prüfung: **90 Minuten**
- Erlaubte Hilfsmittel: **Keine**
- Bitte schreiben Sie deutlich. Undeutlich Geschriebenes gilt als falsch.

Grundtext für die Aufgaben 1-11: Geschichte des Turnschuhs – Der Sneaker: Kein Schuh, sondern ein Stück Identität

Sneaker sind längst im Mainstream angekommen. Heute sind sie Accessoire, Statussymbol – und Investition.

Das Bild ist in die Geschichte eingegangen: In weissen Nike-Turnschuhen legte Joschka Fischer 1985 als erster grüner Minister den Amtseid ab. Es war eine Provokation: gegen das Establishment, gegen die klassischen Dresscodes der Gesellschaft. Heute kann man sich kaum noch vorstellen, wie sehr das Tragen von Sneakern früher zu reden gab. Ob an einer Beerdigung oder beim Vorstellungsgespräch – die Menschen beschäftigt heute nicht mehr, ob jemand Sneaker trägt, sondern welche. US-Vizepräsidentin Kamala Harris kam letztes Jahr in Converse «All Stars»-Sneakern zu den Wahlkampfveranstaltungen. Harris suggerierte mit dem erschwinglichen und beliebten Modell: Ich bin eine von euch. «Egal woher man kommt, welche Sprache man spricht – irgendwann hatte man mal so ein Paar Converse», sagte sie später.

Sneaker machen Leute. Aber eigentlich muss man es umgekehrt sehen: Ohne die richtigen Leute hat ein Sneaker kaum Bedeutung. Die Menschen in den Sneakern waren seit Beginn die Triebkraft hinter deren Erfolg: Sportler, Schauspielerinnen, Musiker. Mit Basketballspieler Chuck Taylor als Markenbotschafter wurde das Modell «All Stars» der US-Firma Converse, seitdem bekannt als «Chucks», ab den 1920er-Jahren schnell zum Verkaufsschlager. Zuerst im Basketball – ab den 1950er-Jahren bei der Jugend. James Dean, Elvis Presley, die Beach Boys, später Andy Warhol und Kurt Cobain – sie alle trugen «Chucks». Und waren die Sneaker-Influencer ihrer Zeit. Hundertausende folgten ihnen. Die Anzahl verkaufte Exemplare bis heute: über eine Milliarde.

Die fast noch wichtigere Sneaker-Geschichte schrieb aber ein anderer Basketballer: Michael Jordan. Die Schuhe des legendären Spielers sind bis heute Kult. 1984 trug Jordan bei einem Spiel den rot-schwarzen Nike «Air Ship». Nike erhielt darauf von der US Basketball-Liga NBA eine Verwarnung. Der rot-schwarze Schuh versties gegen die Liga-Regelung. Schuhe auf dem Court mussten vorwiegend weiss sein. Nike fing diesen Pass und punktete: 1985 bringt der Sportschuhhersteller den «Air Jordan I» heraus – natürlich in rot-schwarz. Der angeblich verbotene Schuh entfachte den ersten Sneaker-Hype. Eine Geschichte fürs Marketing-Lehrbuch. «Welche Sneaker beliebt sind und sich gut verkaufen, ist grösstenteils Marketing», meint Marc Sonderegger. Er hat mehrere Jahre einen beliebten Sneaker-Shop in Basel geführt. «Influencer, Trends, Stars etc. spielen dabei sicher eine wichtige Rolle», überlegt er weiter. Aber diese seien oft auch nur Teil der ganzen Marketing-Strategie. Natürlich gibt es pragmatische Gründe, Sneaker zu tragen: Sie sind bequem, leicht und meist günstiger als gute Lederschuhe. Aber Fakt ist: Viele Menschen kaufen Sneaker, weil sie «cool», «schön» oder «in» sind. Die Sneaker-Hersteller sind Meister darin, Hypes um ihre Produkte zu generieren.

Spätestens seit den 1980er-Jahren gibt es noch einen weiteren wichtigen Faktor für den Sneaker-Erfolg: künstliche Verknappung. Man hält die Produktionsmenge absichtlich tief – aktuell zum Beispiel bei den Kooperationen von Nike und dem Luxus-Label Off-White. Denn etwas, das viele haben wollen, aber nicht viele kaufen können, ist begehrt, gewinnt an Status – und massiv an Wert. Das bringt den Herstellern keinen grossen Umsatz, aber festigt ihren Ruf als begehrte Marke im Sneaker-Geschäft. Die begehrten und stark limitierten Modelle werden an einem vorangekündigten Datum zu einer bestimmten Zeit herausgegeben – über ausgewählte Läden, Webshops oder spezielle Apps der Hersteller selbst. Nur mit sehr viel Glück kann man solche limitierten Releases überhaupt kaufen. Oft muss man sich registrieren, dann wird nach Los entschieden, wer kaufen darf. Absurd. «Das Sneaker-Business hat sich in den letzten Jahren stark verändert», sagt Schuhverkäufer Marc Sonderegger. «Weil die Nachfrage nach diesen Hype-Sneakern viel grösser ist als das Angebot, kaufen heute viele Schuhe, nur um sie gleich wieder zu verkaufen – nicht um sie zu tragen.» Und das lohnt sich: Bestimmte Modelle sind so begehrt, dass man sie direkt nach dem Kauf für tausend Franken (oder ein Mehrfaches davon) weiterverkaufen kann – bei einem ursprünglichen Verkaufspreis von 150 bis 250 Franken. Das ist sogenannte Sneaker-Spekulation. Es verwundert darum nicht, dass auf der populären Webseite «Stockx.com» die Preise für angesagte Schuhe wie Börsenkurse angezeigt werden.

(Hägler, Tom: Geschichte des Turnschuhs – Der Sneaker: Kein Schuh, sondern ein Stück Identität, srf online, 2021, stark gekürzt und teilweise umgeschrieben)

Teil 1: Textverständnis und Sprachbetrachtung

1. Kreuzen Sie dem Textinhalt entsprechend an.

_____ /8

	richtig	falsch	steht nicht im Text
Joschka Fischer wurde 1985 ins Amt gewählt.			
Dass Joschka Fischer bei der Vereidigung weisse Nike-Turnschuhe trug, war eine Provokation.			
Ob man Sneaker an einer Beerdigung trägt, beschäftigte früher niemanden.			
Kamala Harris trug letztes Jahr bei einer Wahlkampfveranstaltung Converse „All Stars“-Sneaker, um sich bei ihren Wählern beliebt zu machen.			
Sneaker verkaufen sich vor allem aus pragmatischen Gründen (Bequemlichkeit, günstiger Preis,...) gut.			
Michael Jordans Schuhe waren vor allem beliebt bei seinen Mitspielern.			
Auch limitierte Sneaker lassen sich problemlos im Laden kaufen.			
Gekaufte Hype-Sneaker werden einige Zeit getragen und dann mit Gewinn weiterverkauft.			

2. Beantworten Sie die folgenden Fragen zum Text in ganzen Sätzen.

_____ /6

(1 Punkt wird für sprachlich fehlerfreie Sätze vergeben, das schliesst auch die Kommasetzung mit ein.)

- a. Im Untertitel steht: „Sneaker sind längst im Mainstream angekommen.“ Erklären Sie in eigenen Worten und einem vollständigen Satz, was in diesem Zusammenhang mit Mainstream gemeint ist. 1 Punkt

- b. „Sneaker machen Leute“ ist eine Abwandlung der berühmten Redewendung „Kleider machen Leute“, die auf Gottfried Keller zurückgeht. Erklären Sie, was „Sneaker machen Leute“ bedeutet. 1 Punkt

c. Wieso verstießen die Sneaker von Michael Jordan gegen die Regeln der amerikanischen Basketball-Liga? 1 Punkt

d. Welche zwei Punkte für den Sneaker-Erfolg werden genannt? Beschreiben Sie diese Punkte in eigenen Worten. 2 Punkte

3. Ordnen Sie jedem im Text vorkommenden Fremdwort ein Synonym zu. Einige Wörter sind überzählig. _____ /5

1. Provokation (Z. 4)	a) begrenzen	b) hervorbringen	c) Spätschicht
2. Establishment (Z. 4)	d) Gesichtspunkt	e) eintragen	f) hervorstechen
3. Dresscode (Z. 5)	g) sachbezogen	h) aufdrängen	i) grenzen
4. Hype (Z. 24)	j) Beschwerde	k) Oberschicht	l) beziehen
5. pragmatisch (Z. 28)	m) Zusammenarbeit	n) nachdenken	o) konkurrieren
6. generieren (Z. 31)	p) Herausforderung	q) verdeutlichen	r) Wohnung
7. Faktor (Z. 32)	s) Medienrummel	t) Kleiderordnung	u) regeln
8. Kooperation (Z. 34)			
9. limitieren (Z. 37)			
10. registrieren (Z. 39)			

4. Ergänzen Sie die fehlenden Wortarten mit je einem Wort aus der gleichen Wortfamilie. Nicht gestattet sind Partizipien, wie zum Beispiel „sammelnd“ oder „gesammelt“, und Nominalisierungen von Verben („das Sammeln“) sowie Wortzusammensetzung (wie „die Sammelwut“). _____ /3

Nomen	Verb	Adjektiv
	vorstellen	
Sprache		
	bedeuten	

5. Ordnen Sie die im Text unterstrichenen Wörter ihren Wortarten zu. Schreiben Sie sie in die Kästchen. _____ /3

Denn etwas, das viele haben wollen, aber nicht viele kaufen können, ist begehrt, gewinnt an Status – und massiv an Wert. Das bringt den Herstellern keinen grossen Umsatz, aber festigt ihren Ruf als begehrte Marke im Sneaker-Geschäft. Die begehrten und stark limitierten Modelle werden an einem vorangekündigten Datum zu einer bestimmten Zeit herausgegeben – über ausgewählte Läden, Webshops oder spezielle Apps der Hersteller selbst. Nur mit sehr viel Glück kann man solche limitierten Releases überhaupt kaufen. Oft muss man sich registrieren, dann wird nach Los entschieden, wer kaufen darf.

Wortart	unterstrichene Wörter aus dem Text
Nomen	
Pronomen	
Verb	
Adjektiv	
Partikel	

6. Setzen Sie in den folgenden Sätzen die fehlenden Kommas. Falsch gesetzte Kommas haben einen Abzug zur Folge. _____ /3

Nicht Teil dieser neueren Entwicklung sind kleine Sneaker-Shops wie Marc Sonderegger in Basel einen hatte. «Als Fan finde ich diese speziellen Releases cool. Aber als Ladenbesitzer ist es frustrierend» sagt er. In der Schweiz bekomme praktisch kein Sneaker-Laden diese limitierten Releases so Sonderegger. Manchmal bekommt sogar nur ein einziger Laden für ganz Deutschland Österreich und die Schweiz zusammen einen derart limitierten Schuh (Beispiel: die bereits erwähnten Off-White-Nikes). Welcher Laden die Schuhe bekommt entscheiden die Hersteller. «Man muss bekannt sein viele Follower und eine grosse Reichweite auf Social Media haben dann ist man für die Brands interessant» sagt Marc Sonderegger. Seinen Laden in der Basler Innenstadt gibt es heute nicht mehr. Er verkauft nur noch online. Sonderegger bleibt aber optimistisch: «Wer weiss vielleicht gibt es ja mal wieder einen Wandel in die andere Richtung.»

7. Bestimmen Sie in den folgenden Sätzen den Modus: Indikativ (I) oder Konjunktiv I (KI). _____ /1

Aber diese seien oft auch nur Teil der ganzen Marketing-Strategie. _____

Natürlich gibt es pragmatische Gründe, Sneaker zu tragen. _____

8. Setzen Sie den folgenden Satz in die indirekte Rede. _____ /1

Marc Sonderegger sagt: „Das Sneaker-Business hat sich in den letzten Jahren stark verändert.“

9. Setzen Sie die folgenden Sätze in die verlangte Zeitform. _____ /3

a. Die fast noch wichtigere Sneaker-Geschichte schrieb aber ein anderer Basketballer: Michael Jordan. → Plusquamperfekt

b. Man hält die Produktionsmenge absichtlich tief. → Präteritum

c. Und das lohnt sich. → Futur I

10. Bestimmen Sie die Zeit und die Handlungsrichtung (Aktiv und Passiv). Wandeln Sie danach vollständig und zeitgleich den aktiven Satz in einen passiven und den passiven in einen aktiven um. _____ /4

a. In weissen Nike-Turnschuhen legte Joschka Fischer 1985 den Amtseid ab.

Zeit: _____ Aktiv Passiv

b. Ein berühmter Sneaker ist in England von meinem Freund für 400 Pfund verkauft worden.

Zeit: _____ Aktiv Passiv

11. Fälle bestimmen: Kreuzen Sie an, in welchem Fall die fettgedruckten Wörter stehen. _____ /3

Der rot-schwarze **Schuh** verstieß gegen die **Liga-Regelung**. Schuhe auf dem **Court** mussten vorwiegend weiss sein. Nike fing diesen Pass und punktete:

Nominativ	Genitiv	Dativ	Akkusativ	
				Der rot-schwarze Schuh verstieß
				verstieß gegen die Liga-Regelung
				Schuhe auf dem Court

Total Punkte Teil 1 _____ /40

