

Schlussprüfung 2021
Allgemeinbildung
Lernbereich Sprache und Kommunikation

4



Quelle Bild: autohaus.de

Name und Vorname: _____

Beruf und Klasse: _____

Lehrperson ABU: _____

Rotkorrektur Experte/in: _____

Grünkorrektur Experte/in: _____

Erreichte Punktzahl	Maximale Punktzahl	Note
	66	

*Gesundheitlich-Soziale Berufsfachschule Olten
Gewerblich-Industrielle Berufsfachschule Grenchen
Gewerblich-Industrielle Berufsfachschule Olten
Gewerblich-Industrielle Berufsfachschule Solothurn
Informatikschule Olten
Zeitzentrum Grenchen*

Einleitung

Liebe Lernende

An der Schlussprüfung im Lernbereich «Sprache und Kommunikation» befassen Sie sich mit folgendem aktuellen Thema:

Die Jungen gehen zu wenig wählen. Und Influencer so: ~_(\ツ)_/~

Für die vollständige Bearbeitung der Prüfung stehen Ihnen **70 Minuten** zur Verfügung.

Prüfungsübersicht				
Nr.	Aufgabenart	Seite	Punkte	Richtzeit
1.	Textverständnis/Wortschatz	3	18	15'
2.	Grafik analysieren und interpretieren	9	9	15'
3.	Anfrage per Mail	11	10	10'
4.	Interviewfragen erstellen	13	4	5'
5.	Sprachnormen: Rechtschreibung und Grammatik	14	15	10'
6.	Stellungnahme, eigene Meinung	16	10	15'
	Total		66	70'

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg!

Ihre Lehrpersonen

Aufgabe 1a Einen Text lesen und verstehen

Der folgende Text «**Die Jungen gehen zu wenig wählen. Und Influencer so: 🙄**» bildet die Grundlage dieser Prüfung. Der Text darf von Ihnen bearbeitet werden. Das heisst, Sie können zum Beispiel markieren, unterstreichen, übermalen und/oder Randbemerkungen anbringen.

- Lesen Sie den folgenden Artikel aufmerksam durch und bearbeiten Sie anschliessend die Aufträge.

1 **Die Jungen gehen zu wenig wählen. Und Influencer* so: 🙄**

2 **Werden junge Schweizerinnen und Schweizer gefragt, was sie politisch** 3 **motivieren würde, antworten viele: Influencer. Diese halten sich aber mit** 4 **politischen Aussagen auf ihren Kanälen sehr zurück. Warum haben die** 5 **Influencer Angst vor der eigenen Macht?**

* Als **Influencer** (von englisch to influence, beeinflussen) werden Personen bezeichnet, die aufgrund ihrer starken Präsenz und ihres hohen Ansehens in sozialen Netzwerken als Träger für Werbung und Vermarktung in Frage kommen und so die Meinungsbildung immer stärker beeinflussen.

6 Es ist Montagnachmittag, der 23. September 2019, Bundeshaus in Bern.
7 Der Luzerner FDP-Ständerat Damian Müller kleidet sich heute in einen ma-
8 rineblauen Anzug. «Wir sind vermutlich die erste Generation, die den Kli-
9 mawandel im Alltag tatsächlich spürt», sagt er. «Und wir sind vielleicht die
10 letzte Generation, die tatsächlich wirksame Massnahmen gegen den Treib-
11 hausgasanstieg ergreifen kann». Fast zeitgleich fragt Lionel Battegay auf Youtube, bekannt geworden als
12 «Ask Switzerland», ins Mikrofon: «Wie viele Male hat die Zahl 100 in 1000 Platz?» – «Gar nicht?», sagt ein
13 Mädchen vorsichtig, und alle biegen sich vor Lachen.

14 Damian Müller, mit 51'550 Stimmen gewählt, 3068 Follower auf Instagram. Lionel Battegay, 0 Stimmen,
15 dafür 17'800 Instagram-Followerinnen und rund 74'000 Menschen die seinen Kanal auf Youtube abonniert
16 haben. Bei der FDP Schweiz sind es 551 Abonnenten.

17 Während sie im Bundeshaus über den Fortbestand der Menschheit debattieren, bieten Youtube und Insta-
18 gram lustige Bilder und glatte Scherzchen. Dass zurzeit die Sommersession (31. Mai bis 18 Juni 2021) statt-
19 findet? Kein Thema.

20 **Heute schon beeinflusst?**

21 Ob Politikerin oder Influencer, im Prinzip tun beide dasselbe: Als Meinungsmacher stehen sie für eine Sache
22 ein und hoffen, ihre Mitmenschen davon überzeugen zu können. Ob diese Sache nun den persönlichen
23 Werten entspringt oder den Köpfen der Geldeinspeiser im Hintergrund, weiss man dabei nie so genau.

24 Und doch werden die Influencer eher belächelt als die Politiker. Weil sie sich auffällig inszenieren, weil sie
25 sich doof stellen oder oberflächlich wirken. Viele ihrer Fans sind jung, gehören also zu dem Teil unserer
26 Bevölkerung, den man am schwersten an die Urne bekommt. Warum also sollen Influencer nicht Werbung

27 für eine Nationalratskandidatin machen? Oder zumindest die Follower aufrufen, doch bitte wählen zu ge-
28 hen? Ist das so abwegig?

29 Ja, weil sich Influencer nicht für Politik interessieren. Dieser Eindruck drängt sich jedenfalls auf, wenn man
30 durch die Profile von Model Xenia Tchoumi und ihren Kollegen wischt. Will heissen: Sind die Jungen apoli-
31 tisch, sind die Influencer apolitisch, bleiben die Jungen apolitisch. Repeat.

32 Nur: Ganz so einfach ist es nicht. Die digitalen Meinungsmacher sind in erster Linie Unternehmer. Influencer
33 erhalten Geld von Firmen, um für deren Produkte zu werben, die sie scheinbar nahtlos in die von ihnen
34 dargestellte Welt einspielen. Das wichtigste Gut der Influencer ist ihre – vermeintliche – Authentizität, sie
35 lässt die Kassen klingeln. 8 Milliarden Dollar, so schätzt die Newssite «Business Insider», wurden im Jahr
36 2019 weltweit für das Marketing mit Influencern ausgegeben. In drei Jahren sollen es 15 Milliarden sein.

37 **Ja, schon, aber**

38 Mit jedem politischen Post im Netz droht die Gefahr von digitalen Hassergüssen, Stichwort: Shitstorm. Für
39 Influencer untypisch setzte Model Tamy Glauser (17'200 Instagram-Follower) politische Posts ab. Darunter
40 zu Themen wie Gleichberechtigung, zur Ehe für alle oder zur Nachhaltigkeit. Im Mai 2019 hatte sie ange-
41 kündigt, bei den Nationalratswahlen für die Grünen zu kandidieren. Dann schrieb sie in einem Kommentar
42 auf Instagram, dass das Blut von Veganern Krebszellen töten könne. Glauser entschuldigte sich kurz darauf,
43 doch es half nichts, die Hasswelle war losgetreten. Zwei Monate später zog sie ihre Kandidatur wieder zu-
44 rück.

45 Manchmal reicht schon eine harmlose offene Anfrage, um der Internetprominenz Angst einzujagen. Zoë
46 Maire ist Bereichsleiterin bei Easyvote, einer politisch neutralen Organisation, die das politische Interesse
47 von jungen Erwachsenen in der Schweiz stärken will. Auf die Wahlen hin hat sich Easyvote eine Videokam-
48 pagne überlegt. Das Drehbuch: Die Teilnehmer geben ein High Five in die Kamera und halten einen Zettel
49 in die Höhe, auf dem sie in einem Satz erklären, wieso sie wählen gehen. 200 Menschen «mit Namen in der
50 jugendlichen Zielgruppe» habe Easyvote dafür kontaktiert.

51 Auf der Website der Organisation sieht man einige Dutzend dieser Videos, von Easyvote-Mitarbeitern, von
52 Politikerinnen. Aus der Schweizer Prominenz sind vertreten:

- 53 • die Musiker Lo und Leduc;
- 54 • die Bloggerin Carmen Segattini;
- 55 • der Youtuber Lionel Battegay.

56 Diese Liste ist abschliessend.

57 «Der Rücklauf war fast nicht vorhanden», sagt Maire. Die Hälfte der Prominenten habe sich gar nicht ge-
58 meldet, andere hätten abgesagt: Man äussere sich nicht politisch.

59 Eine der Ausnahmen ist der junge Basler Lionel Battegay, der mit seinen Strassenumfragen unter dem Na-
60 men «Ask Switzerland» national bekannt wurde. Er macht keinen Hehl aus seiner politischen Positionie-
61 rung. Er ist Mitglied der Jungfreisinnigen Basel-Stadt. «Es steht schlimm um die politische Bildung bei den
62 Jungen», sagt Battegay. Das hätten ihm seine wöchentlichen Umfragen gezeigt. «Eine Katastrophe, für die
63 ich auch die Politik in der Verantwortung sehe.» Die müsste auch den wenig verdienenden Menschen klar-
64 machen, dass ihre Stimme etwas wert sei. «Und zwar genauso viel wie die des Bankers am Paradeplatz».

65 Vielleicht könnten die Influencer da ja helfen.

66 Battegay, der sich hier nicht als Influencer lesen will – «auch wenn ich nach allgemeiner Definition wohl in
67 diese Kategorie falle» –, findet: «Ja, schon, aber: Du bist total unpolitisch auf deinem Kanal und forderst
68 mich dann auf, wählen zu gehen. Da frage ich mich doch: Hast du überhaupt eine Ahnung? Das weckt doch
69 Misstrauen bei den jungen Leuten», sagt Battegay.

70 **Go vote or go home** (gehe wähle oder bleibe zu Hause) evt. sinngemäss: (wähle oder sage gar nichts)

71 Hat er recht mit dem Einwand? Geht es wirklich nur ganz oder gar nicht? Die USA beweisen: Das muss nicht
72 so sein. Nirgends liegen Showbusiness und Politgeschäft näher beieinander. Die meisten politischen Auf-
73 tritte schmecken wie ein Cocktail aus Musical und Hochzeitsrede. Megastars machen offen Politik. Schon in
74 den Neunzigerjahren rief Madonna in schiefem Gesang dazu auf, doch bitte wählen zu gehen. Filmstars,
75 Sportlerinnen und Musiker werben so selbstverständlich für Schuhhersteller, wie sie es fürs Wählen tun.
76 Sie sind eine Stimme in politischen Debatten oder tragen auch mal ein T-Shirt, das mit dem Kopf der Präsi-
77 dentschaftskandidatin bedruckt ist. Die Internetprominenz ist da nicht gross anders. Kim Kardashian West
78 (148 Millionen Followerinnen auf Instagram) postete ein Bild ihrer Familie an einer Demonstration von
79 «March for Our Lives», einer Bewegung, die eine schärfere Schusswaffenkontrolle fordert. Und flüsterte
80 den Leuten gleich ein, bei den nächsten Wahlen «ans Wohl unserer Kinder» zu denken.

81 In Deutschland hat der Youtuber Rezo in einem 55-minütigen Video die Regierungspartei CDU (und auch
82 die SPD) 2019 in eine Sinnkrise gestürzt. Rezo, der davor nie politische Inhalte machte, liess die deutsche
83 Politik kurz und heftig spüren: Hallo, ihr kennt uns nicht, aber wir haben Millionen Abonnenten und deshalb,
84 wer hätte es gedacht, verdammt viel Einfluss. Und das auch politisch. Und so. Wenn wir Bock haben.

85 Das Rezo-Video mit seiner deutlichen Sprache und dem dringlichen Tonfall war aussergewöhnlich. Und da-
86 mit eine von wenigen Ausnahmen. Es führte Politik und Medienbetrieb vor Augen, wie viel Meinungsmacht
87 dort liegt, wo sie bislang kaum hingeschaut hatten, erst mal googeln mussten, wer dieser Rezo eigentlich
88 ist.

89 Das löst grösstmögliche Irritation aus. Und wirft die Frage auf: Wieso fürchten sich Influencer davor, mit
90 politischen Posts ihre Follower zu erschrecken, wo doch die Politiker offensichtlich die Influencer zu fürch-
91 ten hätten?

92

Quelle: Republik.ch, 11.10.2019, bearbeitet

a) Entscheiden Sie, ob die Aussagen richtig oder falsch sind. Kreuzen Sie entsprechend an.

	Aussage	richtig	falsch
1	FDP-Ständerat Damian Müller und Youtuber Lionel Battegay sprechen fast zeitgleich über Umweltprobleme.		
2	Politiker werden weniger belächelt als Influencer, weil sie sich kaum so inszenieren, aber trotzdem lustige Bilder und glatte Scherze posten.		
3	Vor allem junge Anhängerinnen und Anhänger folgen Influencern.		
4	Die Newssite «Business Insider» schätzt, dass die Unternehmen 2019 auf der ganzen Welt 8 Milliarden Dollar ausgegeben haben, um mit Influencern Werbung zu machen.		
5	Von den rund 200 angefragten Promis und Influencern haben bei der Videokampagne nur ein paar Dutzend Promis Videos gemacht.		
6	In den USA können Influencer mehr Einfluss auf die Politik ausüben, weil sie meistens im Showbusiness und im Politgeschäft tätig sind.		
7	Stars wie Kim Kardashian West oder Madonna nehmen Einfluss auf die politische Meinung in der Gesellschaft.		
8	Der Einfluss von Influencern auf die politische Meinungsbildung wird als gering eingeschätzt, auch wenn sie sich offen politischen Themen annehmen würden.		

b) Was bezweckt der Autor des Berichtes, wenn er die Stimmen an Wahlen, die Anzahl Follower auf Instagram und die Zahl der Abonnenten des jeweiligen Youtubekanals von Damian Müller und Lionel Battegay vergleicht? (1P)

c) Beschreiben Sie, warum sich Influencer und viele junge Leute in einem apolitischen «Teufelskreis» befinden. (1P)

- d) Warum würde es laut Lionel Battegay bei den jungen Leuten Misstrauen wecken, wenn Influencer auf ihren Kanälen zum Wählen aufrufen würden? (1P)

- e) Warum stürzt Youtuber Rezos 55-minütiges Video die Politik und die Medienbetriebe in eine Sinnkrise? (1P)

Für a) je ½ Punkt.
Für b) bis e) je 1 Punkt
Max. 8 Punkte

Erreichte Punktzahl: 1a) Textverständnis

/8

Aufgabe 1b Synonyme (gleichbedeutendes Wort) und Antonyme (das Gegenteil)

Finden Sie zu den ausgewählten Wörtern die Synonyme (gleichbedeutendes Wort)! Kreuzen Sie an. (5P)

Zeile	gesuchtes Wort	Auswahl		
17	debattieren	<input type="checkbox"/> präsentieren	<input type="checkbox"/> diskutieren	<input type="checkbox"/> gestikulieren
21	Prinzip	<input type="checkbox"/> Grundsatz	<input type="checkbox"/> Rechtsgrundlagen	<input type="checkbox"/> Faustregel
21-22	persönliche Werte	<input type="checkbox"/> eigene Haltungen	<input type="checkbox"/> eigene Formulierung	<input type="checkbox"/> eigene Rechnungen
24	inszenieren	<input type="checkbox"/> Szene auswählen	<input type="checkbox"/> über Szenen reden	<input type="checkbox"/> in Szene setzen
34	Authentizität	<input type="checkbox"/> Toleranz	<input type="checkbox"/> Echtheit	<input type="checkbox"/> Fachmann
38	Posts	<input type="checkbox"/> Abneigungen	<input type="checkbox"/> Neuerungen	<input type="checkbox"/> Beiträge
41	kandidieren	<input type="checkbox"/> unterstützen	<input type="checkbox"/> sich bewerben	<input type="checkbox"/> sabotieren
60	Hehl	<input type="checkbox"/> Deal	<input type="checkbox"/> Geheimnis	<input type="checkbox"/> Leere
84	Bock	<input type="checkbox"/> Zeit	<input type="checkbox"/> Werkbank	<input type="checkbox"/> Lust
89	Irritation	<input type="checkbox"/> Verwirrung	<input type="checkbox"/> Verbitterung	<input type="checkbox"/> Aggression

Formulieren Sie für die folgenden Begriffe aus dem Text ein Antonym (das Gegenteil). (5P)

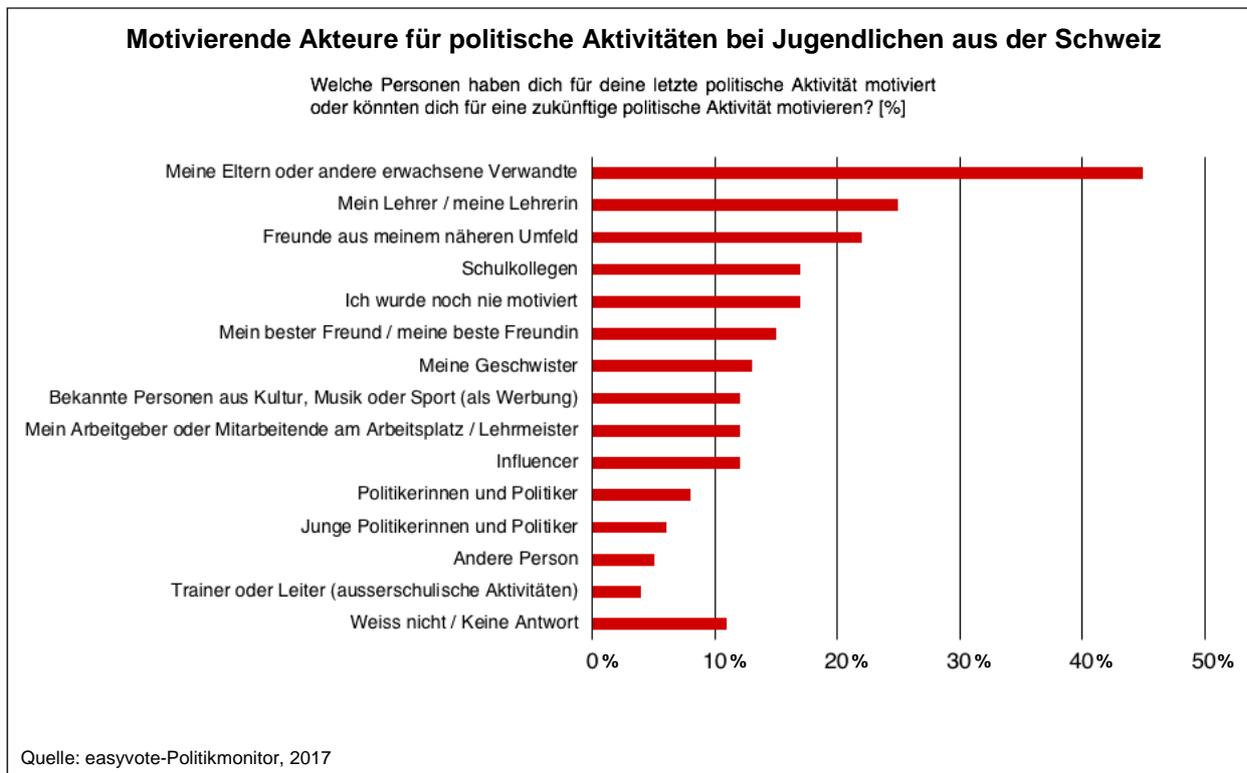
Lösungen mit un- vor dem Wort = 0P (Beispiel: logisch → unlogisch)

Zeile	Wort aus Text	Antonym (Gegenteil)
Beisp.	logisch	sinnlos, unklar, unsinnig, sinnfrei, absurd
24	auffällig	
32	digital	
46	neutral	
83	heftig	
86	Ausnahme	

Erreichte Punktzahl: 1b) Synonyme/Antonyme

/10

Aufgabe 2 Eine Grafik analysieren und interpretieren



- a) Analysieren Sie die Grafik:
 - Formulieren Sie *zwei wesentliche Aussagen in je 1-3 Sätzen*, die in dieser Grafik enthalten sind.
 - Geben Sie bei der ersten Aussage zusätzlich das *Thema* und die *Quelle* der Grafik an.
 - Formulieren Sie aussagekräftige und vollständige Sätze.

- b) Interpretieren (deuten) Sie nun die Grafik:
 - Stellen Sie *zwei Vermutungen* zum dargestellten Sachverhalt an.
 - Formulieren Sie wiederum ganze Sätze.

a) Analyse

Aussage 1:

Aussage 2:

b) Interpretation

Vermutung 1:

Vermutung 2:

Kriterien	Inhalte	mögliche Punkte	erreichte Punkte
a) Herkunft Datenmaterial und Thema Analyse	Herkunft des Datenmaterials und Thema der Grafik werden genannt.	1	
	Zwei wesentliche Aussagen zum Inhalt der Grafik	3	
	Vollständige Sätze	½	
b) Interpretation	Aussagekräftige, nachvollziehbare Interpretation	4	
	Vollständige Sätze	½	
Total		9	

Erreichte Punktzahl: Grafiken lesen und interpretieren

/9

Aufgabe 3 Anfrage per Mail

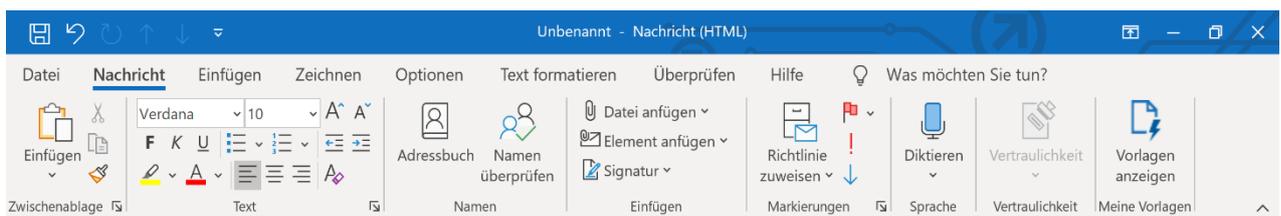
Sie schreiben für eine Semesterarbeit über Politiker und Social Media. Dabei interessieren Sie sich aufgrund des Artikels «**Die Jungen gehen zu wenig wählen. Und Influencer so: ~_(\`)/_~**» vor allem für die mediale Arbeit vom Luzerner Damian Müller (FDP-Ständerat).

Nun möchten Sie Damian Müller treffen, um mit ihm über sein persönliches Engagement in den sozialen Medien zu sprechen. Verfassen Sie eine Mail an Damian Müller, in der Sie Ihr Anliegen erläutern. Senden Sie Ihre Mail an d.mueller@mail.ch.

Ihre Mail muss folgende Punkte enthalten:

- Beweggründe für Ihre Mail; Bezugnahme zu Artikel in republik.ch «Die Jungen gehen zu wenig wählen. Und Influencer so: ~_(\`)/_~»
- Bitte um ein Treffen inklusive Vorschlag für Zeitraum der Durchführung und voraussichtliche Dauer des Interviews
- Gesprächsinhalte → Erfahrungen und Regeln zum Auftritt in sozialen Medien

Kriterien	Inhalte	mögliche Punkte	erreichte Punkte
Adressatenbezug	Ihre Mail ist inhaltlich klar, verständlich und höflich formuliert. Alle geforderten Punkte aus der Aufgabe sind enthalten.	6	
Formales	Formale Anforderungen an eine Mail werden eingehalten. Anrede, Grussformel, Betreff und Darstellung sind korrekt.	2	
Rechtschreibung/ Grammatik	Pro 2 Fehler ½ Punkt Abzug	2	
Total		10	



Senden

Von

An

Cc

Betreff

Aufgabe 4 Interviewfragen erstellen

Der Termin mit Damian Müller kommt zustande. Formulieren Sie **drei Fragen**, die Sie dem Ständerat bei Ihrem Treffen gerne stellen möchten. Die Fragen sollen sich inhaltlich darauf konzentrieren, **wie man erfolgreich in sozialen Medien auftritt**.

Ihre Fragen dürfen nicht nur mit einem JA oder NEIN beantwortet werden können.

Kriterien	Inhalte	mögliche Punkte	erreichte Punkte
Offene Fragestellung	Drei offene, verständliche und zum Thema passende Frage	3	
Rechtschreibung/Grammatik	Pro 2 Fehler ½ Punkt Abzug	1	
Total		4	

Frage 1:

Frage 2:

Frage 3:

Erreichte Punktzahl: Interviewfragen erstellen

/4

Aufgabe 5 Sprachnormen: Rechtschreibung und Grammatik

- a) Im folgenden Text ist sprachlich noch nicht alles richtig.
- Setzen Sie die insgesamt **sieben** fehlenden Grossbuchstaben. (3½)
 - Streichen Sie jeweils die falsche Variante durch. (3½)

Wir wählen nicht!

Die Schweiz ist stolz auf ihre Demokratie. Nirgends in Europa aber bleiben mehr Leute den Urnen fern. Wer sind diese **Nichtwähler / nicht Wähler**? Und ist das schlimm?

So ehrlich wie Enrico S. sind wenige. «Ich wähle aus zwei Gründen nicht: Faulheit und Gemütlichkeit», sagt der 24-jährige Techniker. **Vor kurzem / Vorkurzem** hat er wieder eine Wahl verpasst. Dazu meint der berner Politikwissenschaftler Markus Freitag in einem Interview: «Wer nicht wählen geht, gilt in der Schweiz nicht als guter Bürger». Bei Befragungen nach wahlen wird deshalb geschummelt. Bis zu **drei Viertel / Dreiviertel** der Befragten geben an, sie hätten gewählt – doch weniger als die Hälfte tat es.

Viele sehen in der Wahlabstinenz ein grundsätzliches Problem. Politologe Freitag nicht. «Entscheidend ist, warum Leute nicht wählen.» Drei umstände müsse man unterscheiden: Eine Person will nicht, weil es sie nicht interessiert. Eine Person kann nicht, weil sie sich nicht als sachkundig genug empfindet. Eine Person kommt mit dem Thema politik nicht in Berührung, weil sie **sozialisiert / sozial isoliert** ist. In den beiden letzten Fällen sei Wahlabstinenz problematisch, weil sie nicht aus freien Stücken geschehe.

Bei der 27-jährigen büroangestellten Claudia M. besteht die Chance, dass sie **irgend wann / irgendwann** wählen wird. «Ich arbeite daran, mich mehr mit Politik zu befassen, damit ich lerne, hinter die Kulissen zu blicken und klug **zuwählen / zu wählen**.» Leute wie sie zu motivieren, müsse das Ziel sein, sagt Politologe Markus Freitag. Wenn der Techniker Enrico S. **hingegen / hingegen** zu faul zum Wählen bleibt, empfindet er das als weniger problematisch.

Der Anteil der nichtwählenden ist in der Schweiz seit Einführung des Frauenstimmrechts vor knapp 50 Jahren ziemlich konstant. «Nur wenn grosse teile der Bevölkerung die Stabilität unseres Landes und unsere Lebensweise bedroht sähen, würde sich daran wohl etwas ändern», sagt Freitag.

Quelle: Beobachter, 14.10.2019, abgeändert

Pro markierter Fehler ½ Punkt, max. 7 Punkte

Erreichte Punktzahl: a) Sprachnormen

/7

- b) Wir brauchen verschiedene Stammformen des Verbes, um die Vergangenheitsformen zu bilden. Vervollständigen Sie die Tabelle wie im [aufgeführten Beispiel](#). (4P)

Infinitiv <i>fallen</i>	2. Stammform (Präteritum) <i>fiel</i>	3. Stammform (Partizip II) <i>gefallen</i>
lassen	_____	_____
zwingen	_____	_____
speisen	_____	_____
schreien	_____	_____

- c) Gewisse Verben haben zwei unterschiedliche Stammformen. Diese sind mit unterschiedlichen Bedeutungen des Verbs verbunden. Wie heissen die Stammform-Paare der folgenden Verben mit unterschiedlicher Bedeutung? Vervollständigen Sie die Tabelle [wie im Beispiel](#) angegeben. (4P)

Infinitiv <i>bewegen</i>	2. Stammform <i>bewegte</i> <i>bewog</i>	3. Stammform <i>bewegt</i> <i>bewogen</i>	Bedeutung <i>die Lage ändern</i> <i>veranlassen</i>
wiegen	_____	_____	_____
	_____	_____	_____
wachsen	_____	_____	_____
	_____	_____	_____

Aufgabe 6 Nehmen Sie Stellung

Wählen Sie eines der beiden Themen a) oder b).

- Schreiben Sie, weshalb Influencer sich in der Schweiz mehr für politische Anliegen einsetzen und den guten Draht zu den jungen Menschen nutzen sollen.
- Schreiben Sie, welchen negativen Einfluss es haben könnte, wenn sich in der Schweiz die Influencer wie in Amerika in die Politik einmischen würden.

Gehen Sie wie folgt vor:

- Setzen Sie einen passenden Titel.
- Stellen Sie in der Einleitung die Ausgangslage zum Einfluss der Influencer dar.
- Formulieren Sie 2 nachvollziehbare Argumente zu Ihrer gewählten Fragestellung (a oder b).
- Begründen Sie Ihre Argumente.
- Verfassen Sie im Schlussabschnitt eine persönliche Schlussfolgerung (Fazit).
- Ihr Text hat einen Umfang (Titel, Einleitung, Hauptteil, Schluss) von 130 bis 200 Wörter.

Kriterien	Inhalt	mögliche Punkte	erreichte Punkte
Titel	Passender Titel	1	
Aufbau/Gliederung	Einleitung – Hauptteil – Schluss klar ersichtlich	1	
Inhalt Verständlichkeit	Ausgangslage in der Einleitung zusammenfassen	1	
	Formulierung von 2 nachvollziehbaren Argumenten	2	
	Begründung zu Ihren Argumenten.	2	
	Persönliche Schlussfolgerung	1	
Rechtschreibung Grammatik	Pro 2 Fehler ½ Punkt Abzug	2	
Umfang	Abzug bei nicht eingehaltenem Umfang oder nur Stichworte	-2	
Total		10	

Thema a oder b? _____
