

German Extension 2020 v1.2

IA1 sample assessment instrument

March 2019

Examination — combination response (20%)

This sample has been compiled by the QCAA to assist and support teachers in planning and developing assessment instruments for individual school settings.

Assessment objectives

This assessment instrument is used to determine student achievement in the following objectives:

1. apply knowledge of language elements, structures and textual conventions to understand how meaning is conveyed in texts related to the chosen areas of study
2. apply knowledge of language elements, structures and textual conventions to create meaning in texts related to the chosen areas of study
3. identify how meaning, attitudes, perspectives and values underpin the selected texts from the chosen areas of study and how they influence audiences
4. analyse and evaluate information and ideas from selected texts related to the chosen area of study to draw conclusions and justify points of view and arguments
5. create texts that convey information and ideas in German for context, purpose and audience, and cultural conventions.

Note: Objective 6 is not assessed in this instrument.

Subject	German Extension	Instrument no.	IA1
Technique	Examination — combination response		
Unit	Unit 3: Guided investigation		
Area of study	Media studies		

Part 1: Short response

Conditions			
Response type	Short response		
Time	90 minutes in one uninterrupted session	Perusal	—
Other	<ul style="list-style-type: none"> No dictionary is permitted. Word processor is permitted, with spellcheck and internet disabled. 		
Instructions			
Use the stimulus texts to answer the following questions in the language specified in each question.			
Criterion	Marks allocated	Result	
Analysing German texts Assessment objectives 1, 3, 4	15		
Total	15		

Part 1: Short response

Respond to the following three questions in **German**. Each response should be up to 150 words.

Question 1

Erkläre warum der Hashtag '#heimkommen' benutzt wurde. Begründe deine Antwort mit Informationen aus Stimulus 1.

Question 2

Sind Influencer die wirkungsvollste Art und Weise in der Werbung um Zielgruppen zu erreichen? Begründe deine Antwort indem du dich auf den Text im Stimulus 2 beziehst.

Question 3

Wie kann sich Sandras Bemühen um ihre Glaubwürdigkeit auf ihr potentielles Einkommen auswirken? Begründe deine Antwort mit Informationen aus dem Stimulus 2.

Respond to the following question in **English**. Your response should be up to 100 words.

Question 4

Do you agree with Stimulus 1's concluding sentence: 'Was die Kunden wollen ist gute Unterhaltung.'? Justify your response using both stimuli.

Stimulus

Stimulus 1 — audio text

Alle Jahre wieder... sorgt die Supermarktkette Edeka mit ihrer Weihnachtswerbung aufs Neue für Begeisterung und Diskussionen. Die Werbespots haben inzwischen Kultstatus erreicht und werden mit Vorfreude von den Fans erwartet. Ob witzig, traurig oder makaber, die Videos werden in kürzester Zeit von Millionen Menschen in sozialen Netzwerken geteilt und werden somit zum viralen Hit. Sei es die etwas obszöne „Supergeil“-Kampagne, für die Friedrich Liechtenstein lässig die Supermarktprodukte präsentiert, oder die besinnlichere „Kassensymphonie“, bei der das Scannen der Produkte an den Kassen ‚Jingle Bells‘ piepst, die Videos sind der Renner. „Heimkommen“ lautet das Motto des meist diskutiertesten Werbeclips, der schon nach einem Tag über 1.8 Millionen YouTube-Klicks erreichte. Anstatt auf Spaß und Originalität setzt die Werbeagentur Jung von Matt bei „Heimkommen“ auf eine klare Botschaft und große Gefühle.

Im Video täuscht ein einsamer Großvater seinen eigenen Tod vor, um so seine Kinder und Enkelkinder an Weihnachten zu sich nach Hause zu bringen. Die Botschaft von Familie und Liebe kommt gut bei der Mehrheit der Twitter-Nutzer an. Unter dem Hashtag #heimkommen teilen sie das Video mit begeisterten und gerührten Kommentaren. Andere Reaktionen kritisieren den Clip aber auch als makaber und hinterfragen den Zusammenhang zwischen der Geschichte und dem erstklassigen Service des Supermarkts.

Laut dem Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft sind solche Erfolge aber nicht kalkulierbar. Ein Werbekonzept, das immer funktioniert, gibt es nicht. Der Erfolg der Edeka-Werbung liegt darin, dass der Clip im Gespräch ist; es wird darüber diskutiert. Das zeigt, dass gesellschaftliche Themen in der Werbung wichtig sind. Die qualitativen Produkte und erstklassiger Service werden von den Konsumenten vorausgesetzt und müssen nicht im Mittelpunkt der Werbung stehen. Was die Kunden wollen ist gute Unterhaltung.

(267 words)

Stimulus 2 — audio text

Geld verdienen mit Instagram und Co.

Schauspielerin Claudia Anders posiert mit Kaffeemilchpulver, ihre Kollegin Anja Duff mit belgischem Bier. Boulevardsternchen Hannah Müller bekennt sich süchtig nach Vitaminpillen – Beispiele für Prominente, die ihre Profile auf sozialen Medien für beiläufige Werbung nutzen und damit Geld verdienen.

Auch Sandra Jung aus Süddeutschland nutzt die Fotoplattform Instagram. Täglich postet die 20-Jährige Photos und setzt sich geschickt in Szene. Über 4 Millionen Abonnenten folgen ihr, hauptsächlich Teenager. Die sind für Unternehmen wegen ihrer großen Kaufkraft eine begehrte Zielgruppe. Sandra Jung lässt ihre Fans durch Fotos und Videos an ihrem Leben teilhaben – im Urlaub, beim Training, oder Modeshooting, und zeigt sich dabei oft wie zufällig mit Markenprodukten. Dabei verdient sie nicht pro Klick oder pro Like, sondern sie hat einen Werbevertrag mit verschiedenen Firmen. Je mehr Follower, desto mehr zahlen die Unternehmen. Topverdiener bekommen für ein Instagram-Foto mit Produkt bis zu 20.000 Euro.

In der Influencer-Werbung werden Onlinenutzer mit großem Einfluss auf digitalen Plattformen zu Mittlern der Werbebotschaft. Von Bloggern bis zu Social-Media-Stars, Hauptsache nah dran an der Zielgruppe. Influencer sind wirkungsvoll, weil die Leute ihnen viel schneller glauben. Sie sind authentisch und die Werbebotschaft vermittelt sich ganz nebenbei. Sandra Jung macht nur Werbung für Produkte, die zu ihr passen. So will sie ihre Glaubwürdigkeit bewahren. Denn sonst könnten sich ihre Follower schnell von ihr abwenden und die Werbeeinnahmen würden zurückgehen. Influencer Werbung ist auch erfolgreich, weil die Follower natürlich das neueste Video oder Photo von ihrem Idol sehen wollen und nicht wie beim Fernsehen umschalten, wenn die Werbung kommt.

Dass für ein Posting Geld geflossen ist, muss aber deutlich sein. Sonst könnten die Influencer wegen Schleichwerbung verklagt werden.

(273 words)

Part 2: Extended response

Conditions

Time	2–5 minutes extended spoken response in German to up to three unseen questions in German		
Mode	Spoken	Planning	15 minutes
Individual/group	Individual	Other	<ul style="list-style-type: none">• No access to any other materials or notes.• The extended response must be recorded as an audio or audiovisual file as evidence of the quality of the student response and be available for confirming and ratifying grades.

Instructions

Use the stimulus text provided to answer the following questions in German.

Criterion	Marks allocated	Result
Creating German texts Assessment objectives 2, 5	5	
Total	5	

Part 2: Extended response

Question 1

Analysiere die Werbung.

Question 2

Wie kann man diese Werbung verändern, um andere Zielgruppen anzusprechen? Begründe mit Beispielen.

Stimulus 3 — visual stimulus for extended response



Instrument-specific marking guide (ISMG)

Criterion: Analysing German texts

Assessment objectives

1. apply knowledge of language elements, structures and textual conventions to understand how meaning is conveyed in texts related to the chosen areas of study
3. identify how meaning, attitudes, perspectives and values underpin the selected texts from the chosen areas of study and how they influence audiences
4. analyse and evaluate information and ideas from selected texts related to the chosen areas of study to draw conclusions and justify points of view and arguments

The student work has the following characteristics:	Marks
<ul style="list-style-type: none"> • thorough comprehension of language elements, structures and/or textual conventions to identify gist and extensive details in all the stimulus texts related to the chosen areas of study • perceptive identification of how meaning, attitudes, perspectives and/or values underpin texts related to the chosen areas of study and influence audiences • discerning analysis and evaluation of relevant information and ideas in German texts related to the chosen areas of study to draw well-constructed and valid conclusions with well-substantiated justification of points of view and arguments. 	14–15
<ul style="list-style-type: none"> • effective comprehension of language elements, structures and/or textual conventions to identify gist and extensive details in the stimulus texts related to the chosen areas of study • effective identification of how meaning, attitudes, perspectives and/or values underpin texts related to the chosen areas of study and influence audiences • effective analysis and evaluation of relevant information and ideas in German texts related to the chosen areas of study to draw well-constructed and valid conclusions with justification of points of view and arguments. 	12–13
<ul style="list-style-type: none"> • comprehension of language elements, structures and/or textual conventions to identify gist and details in the stimulus texts related to the chosen areas of study • considered identification of how meaning, attitudes, perspectives and/or values underpin texts related to the chosen areas of study and influence audiences • analysis and evaluation of relevant information and ideas in German texts related to the chosen areas of study to draw considered conclusions with justification of points of view and arguments. 	10–11
<ul style="list-style-type: none"> • comprehension of language elements, structures and/or textual conventions to identify some gist and obvious details in some of the stimulus texts related to the chosen areas of study • identification of how meaning, attitudes, perspectives and/or values underpin texts related to the chosen areas of study and influence audiences • analysis or evaluation of information and ideas in German texts related to the chosen areas of study to draw conclusions with justification of points of view and arguments. 	8–9
<ul style="list-style-type: none"> • comprehension of language elements, structures and/or textual conventions to identify some details in some of the stimulus texts related to the chosen areas of study • superficial identification of how meaning influences audiences • superficial analysis of some information and ideas in German texts to draw conclusions. 	6–7

The student work has the following characteristics:	Marks
<ul style="list-style-type: none"> • comprehension of parts of the stimulus texts related to the chosen areas of study • partial identification of how meaning influences audiences • analysis of some information. 	4–5
<ul style="list-style-type: none"> • fragmented identification of attitudes, perspectives and/or values • comprehension of some words and phrases. 	2–3
<ul style="list-style-type: none"> • comprehension of some words. 	1
<ul style="list-style-type: none"> • does not satisfy any of the descriptors above. 	0

Criterion: Creating German texts

Assessment objectives

- apply knowledge of language elements, structures and textual conventions to create meaning in texts related to the chosen areas of study
- create texts that convey information and ideas in German for context, purpose and audience, and cultural conventions

The student work has the following characteristics:	Marks
<ul style="list-style-type: none"> • discerning application of language elements, structures and/or textual conventions to create meaning related to the chosen areas of study • discerning integration of context, purpose, audience and/or cultural conventions to create fluent texts. 	5
<ul style="list-style-type: none"> • effective application of language elements, structures and/or textual conventions to create meaning related to the chosen areas of study • effective integration of context, purpose, audience and/or cultural conventions to create generally fluent texts. 	4
<ul style="list-style-type: none"> • considered application of language elements, structures and/or textual conventions to create meaning related to the chosen areas of study • considered integration of context, purpose, audience and/or cultural conventions to create texts with sufficient proficiency to convey meaning. 	3
<ul style="list-style-type: none"> • application of language elements, structures or textual conventions to create fragmented meaning related to the chosen areas of study • integration of context, purpose, audience or cultural conventions to create fragmented texts. 	2
<ul style="list-style-type: none"> • application of some language elements to create a response. 	1
<ul style="list-style-type: none"> • does not satisfy any of the descriptors above. 	0