

## Examentraining havo Duits 2022

| INHOUD   | pagina |
|--|--------|
| Woord vooraf                                   | 4      |
| Stappenplan voor het maken van examens         | 6      |
| Veelgebruikte formuleringen in meerkeuzevragen | 10     |
| Eindexamen vmbo-tl 2019 ('instapexamen')       | 12     |
| Eindexamen havo 2017                           | 42     |
| Eindexamen havo 2018                           | 70     |
| Herexamen havo 2018                            | 99     |
| Eindexamen havo 2019                           | 127    |
| Herexamen havo 2019                            | 156    |
| Eindexamen havo 2021 (zonder uitwerkingen)     | 185    |
| Herexamen havo 2021 (zonder uitwerkingen)      | 209    |
| Uitwerkingen eindexamen vmbo-tl 2015           | 234    |
| Uitwerkingen eindexamen havo 2017              | 243    |
| Uitwerkingen eindexamen havo 2018              | 249    |
| Uitwerkingen herexamen havo 2018               | 255    |
| Uitwerkingen eindexamen havo 2019              | 261    |
| Uitwerkingen herexamen havo 2019               | 267    |
| Scoresleutels                                  | 273    |

Lees bij de volgende tekst eerst vraag 35 voordat je de tekst zelf raadpleegt.

## Tekst 11

---

# Link ins Leere



- (1) Sie sind beinahe auf allen Werbeplakaten, Verpackungen und Anzeigen zu sehen: hässliche, schwarzweiße, karierte Quadrate, die man mit seinem Handy scannen soll. Sie  
5 lotsen das Smartphone auf Webseiten des Werbenden, sollen enge Bande zum Konsumenten knüpfen. Der Name ist Programm: QR-Codes heißen sie, Quick Response, die schnelle Antwort. Klingt gut. Was aber, wenn der Verbraucher sich für die schnelle Antwort  
10 überhaupt nicht interessiert?
- (2) Das liegt aus Sicht von Experten zum einen an dem umständlichen Akt: Wer vor einem Plakat mit QR-Code steht, muss sein Smartphone hervorholen, auf dem er zuvor einen QR-Code-Reader installiert hat. Das Programm muss aktiviert werden, das Handy nahe genug an das  
15 schwarz-weiße Quadrat herangehalten, das Scannen gestartet werden. „Das sind zu viele Stufen, um den Code werblich nutzbar zu machen“, sagt Schrader. „Mal ganz abgesehen davon, dass man dann noch immer auf dem Mobiltelefon ist, 38 Käufe meistens auf Desktop oder Tablet stattfinden.“
- 20 (3) Der Fleischfabrikant *Rügenwalder Mühle* hat die kleinen Quadrate jüngst ins Zentrum seiner Kommunikation gerückt. Unter dem Motto „Wer steckt dahinter?“ stellt die Firma ihre Mitarbeiter und ihren Betrieb vor, sobald der Nutzer den QR-Code eingescannt hat. „Moin“, grüßen etwa zwei Männer gut gelaunt, die laut Werbefilm für die Wurstherstellung  
25 verantwortlich sind. Die Idee dahinter: Das Unternehmen will Transparenz schaffen.
- (4) Konzipiert hat die Kampagne die Agentur *Brawand Rieken*. „QR-Codes sind sicherlich weder eine Promotion-Maßnahme noch schaffen sie größere Reichweiten“, sagt Agenturinhaber Peter Brawand. Einige Werber  
30 seien mit falschen Erwartungen an das neue Instrument herangegangen. Für Brawand ist klar: „QR-Codes sind nur eine Einladung, die der Konsument annehmen kann, aber nicht muss.“
- (5) Doch viele Werber bleiben skeptisch. Hinzu kommt die Furcht, Hacker könnten die QR-Codes überkleben und die Internetnutzer auf diese Weise  
35 auf eine falsche Website lotsen. Das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) warnt bereits vor solchen kriminellen Machenschaften.

(6) Den Durchbruch bei der Verbindung von Außenreklame und Internet werden andere Technologien bringen müssen. Werbern schwebt die direkte Kommunikation per Funk vor, im Fachjargon ortsgebundenes Marketing genannt: Ein Passant geht an einem Modeladen vorbei, sein Smartphone registriert den Ort, und prompt schickt ihm die Modekette einen Gutschein auf sein Gerät. Das ist längst mehr als nur eine Idee. „Die Infrastruktur gibt es – jetzt können die ersten Applikationen kommen“, sagt Digitalexperte Schrader.

naar: Handelsblatt, 11.10.2013

Dieser Absatz ist aus dem Text herausgeschnitten worden.

QR-Codes waren einst die Hoffnungsträger der Marketingbranche, sollten sie doch die Brücke zwischen der Online- und der Offlinewelt bauen. Doch es macht sich Ernüchterung breit. „Die Nutzungsakzeptanz ist sehr gering“, beobachtet Matthias Schrader, Inhaber der auf E-Commerce spezialisierten Agentur *Sinner Schrader*. Die Konsumenten wollen einfach nicht die Würfelmuster mit ihrem Smartphone abfotografieren. Zumindest nicht, wenn es sich nur um Werbung handelt.

- 1p 35 Wohin gehört dieser Absatz?  
A vor den 2. Absatz  
B vor den 3. Absatz  
C vor den 4. Absatz  
D vor den 5. Absatz  
E vor den 6. Absatz
- 1p 36 Mit welchem Wort im 1. Absatz gibt der Verfasser seine persönliche Meinung über die QR-Codes?  
A „hässliche“ (Zeile 3)  
B „schwarzweiße“ (Zeile 3)  
C „enge“ (Zeile 6)  
D „schnelle“ (Zeile 8 und 9)

In alinea 2 worden enkele redenen genoemd waarom de QR-code geen succes is geworden.

- 1p 37 Welche andere reden wordt hiervoor verderop in de tekst genoemd?
- 1p 38 Welche Ergänzung passt in die Lücke in Zeile 18?  
A während  
B weil  
C wenn  
D weswegen  
E wodurch

- 1p 39 Was spricht aus den Worten von Peter Brawand im 4. Absatz?  
 A Bewunderung D Vertrauen  
 B Enttäuschung E Zweifel  
 C Realitätssinn
- 1p 40 Was macht das Beispiel vom „ortsgebundene[n] Marketing“ (Zeile 40-41) deutlich?  
 In Zukunft wird Werbung  
 A gezielter. C langlebiger.  
 B konfrontierender. D lustiger.

### Woordkennis bij tekst 11

In de woordenlijsten is onderscheid gemaakt tussen belangrijke woorden waarvan het nuttig is ze te kennen, en minder belangrijke woorden. De laatste zijn cursief gedrukt.

### Oefening

Bedek de linkerkolom. Zoek in de tekst de vertalingen van de woorden in de rechterkolom.

|    |                            |                                   |
|----|----------------------------|-----------------------------------|
| 1  | das Werbeplakat            | de reclameposter                  |
| 2  | die Anzeige                | de advertentie                    |
| 3  | hässlich                   | lelijk                            |
|    | <i>kariert</i>             | <i>geruit</i>                     |
| 9  | der Verbraucher            | de consument                      |
| 11 | <i>umständlich</i>         | <i>omslachtig</i>                 |
| 12 | der Akt                    | de handeling                      |
| 16 | die Stufe                  | (hier:) de stap                   |
|    | <i>werblich</i>            | (hier:) voor reclame(doeleinden)  |
|    | nutzbar                    | bruikbaar                         |
| 23 | <i>moin</i>                | <i>goedemorgen, hallo</i>         |
| 24 | gelaunt                    | gehumeurd                         |
|    | laut                       | volgens                           |
|    | die Wurstherstellung       | de worstproductie                 |
| 25 | Transparenz schaffen       | inzicht geven, inzichtelijk maken |
| 27 | <i>konzipieren</i>         | <i>ontwerpen</i>                  |
| 30 | <i>herangehen an (i-a)</i> | <i>in zee gaan met</i>            |
| 33 | die Furcht                 | de angst                          |
| 36 | warnen                     | waarschuwen                       |
|    | bereits                    | al, reeds                         |
| 37 | die Machenschaft           | de activiteit, de praktijk        |
| 41 | der Passant                | de voorbijganger                  |

Lees bij de volgende tekst eerst de vraag voordat je de tekst zelf raadpleegt.

## Tekst 12

---

# Die wichtigsten Lebensmittel im Check

## Milch

**Optik:** Milch kann man nicht ansehen, ob sie qualitativ gut oder schlecht ist. Glasflaschen sind meist teurer als Tetrapacks – über die Qualität sagt das nichts.

**Geschmack:** Der Geschmack frischer Milch hängt vom Fettgehalt ab: je weniger, desto wässriger.

**Gesundheit:** Je mehr Omega-3-Fettsäuren in der Milch enthalten sind, desto gesünder ist sie. Leider wird der Omega-3-Gehalt nirgends angegeben.

**Preis:** Bio-Milch: ca. 1 Euro pro Liter, Discounter: ca. 50 Cent.

**Fazit:** In Deutschland gibt es viele sehr große Molkereien. Diese mischen in ihren Tanks Hunderttausende Liter verschiedener Höfe. Ob teuer oder billig ist egal. Ausnahme: Sie holen Milch direkt von einem Hof.

## Obst und Gemüse

**Optik:** Die Produkte sollten saftig aussehen. Achtung: Manche Supermärkte besprühen die Ware mit Wasser, damit sie glänzt. Prüfen Sie die Festigkeit.

**Geschmack:** Am besten schmecken Obst und Gemüse bei kurzem Lieferweg. Regionale Produkte kaufen!

**Gesundheit:** Je kürzer der Weg vom Baum/Feld in Ihren Einkaufskorb, desto mehr Vitamine stecken drin.

**Umwelt:** Meiden Sie Flugware wie Mangos. Die Beförderung belastet die Umwelt stark.

**Preis:** Geld sparen kann man bei sogenannter B-Ware (krumm, aber frisch).

**Fazit:** Gutes Gemüse und Obst müssen nicht teuer sein. Regional ist oft besser und billiger als Bio.



## Brot

**Optik:** Eine knackige Kruste und eine unregelmäßige Form deuten auf Handarbeit hin, eine unnatürliche Färbung und geringes Gewicht auf Aufbackware. 70% unseres Brotes kommen aus der Fabrik.

**Geschmack:** Brot muss duften, Mehlsorten müssen klar zu schmecken sein.

**Gesundheit:** In Fertigware stecken Stoffe, die das Brot haltbar oder geschmackvoll machen. Nicht ungesund, aber eben Chemie.

**Umwelt:** Plastikverpackungen für Aufbackware aus Fabriken und Lkw-Touren zu Supermärkten belasten die Umwelt. Der Bäcker backt und verkauft an einem Ort – in Papiertüten.

**Preis:** Brötchen vom Bäcker: ca. 35 Cent, Supermarkt: ca. 25 Cent, Discounter: ca. 15 Cent.

**Fazit:** Kaufen Sie beim Bäcker, der noch selbst backt! So stirbt das Handwerk nicht aus und Sie bekommen was für Ihr Geld.

## **Butter**

**Optik:** Butter sollte im Sommer etwas mehr Farbe haben als im Winter. Grund: Kühe, die draußen weiden dürfen, ernähren sich im Sommer anders. Achten Sie auf das Label „Ohne Gentechnik“. Gute Butter lässt sich gut streichen.

**Geschmack:** Auf keinen Fall darf die Butter ranzig schmecken.

**Gesundheit:** Vitamin A, E, D und K sind in Butter enthalten. Sie schützen unsere Zellen.

**Preis:** Supermarkt: Bio-Butter: ca. 1,80 Euro, Discounter: ca. 1 Euro.

**Fazit:** Wenn es um die Qualität geht, ist bei Butter aus dem Supermarkt der Preis nebensächlich.

*naar: www.bild.de, 19.03.2014*

- 2p 41 Geef van elk van de volgende beweringen aan of deze wel of niet overeenkomt met de tekst.
- 1 Melk uit een glazen fles smaakt beter dan melk uit een pak.
  - 2 Biologisch fruit is beter van kwaliteit dan niet-biologisch fruit.
  - 3 Van smaak- en conserveringsstoffen in brood kun je op den duur ziek worden.
  - 4 Voor boter geldt: hoe geler, hoe lekkerder.
- Noteer achter elk nummer op het antwoordblad telkens ‘wel’ of ‘niet’.



---

### **Bronvermelding**

*Een opsomming van de in dit examen gebruikte bronnen, zoals teksten en afbeeldingen, is te vinden in het bij dit examen behorende correctievoorschrift, dat na afloop van het examen wordt gepubliceerd.*

Tekst 9 Kakerlaken sollen Menschen retten ☆☆

- 30 ► Het goede antwoord bestaat uit twee onderdelen met de volgende strekking:
- om gewonden/mensen (onder het puin) op te sporen (r. 4-5) (1 punt).
  - om een overzicht van een verwoest gebied (of: rampgebied) te krijgen (r. 6-7) (1 punt).
- ☆☆
- 31 ► Het goede antwoord is: 'Küchenschaben gelten' (r. 15).  
Toelichting: Deze kakkerlakken zijn robuust en kunnen overal bij komen. ☆☆
- 32 **D** is juist. Er wordt beschreven hoe de kakkerlak draadloos wordt aangestuurd.
- ⊗ Het gaat niet over (A) wanneer de kakkerlak wordt ingezet, (B) de reden waarom hij geen pijn ervaart, of (C) het soort elektronica dat hij op zijn schilden kan verdragen. ☆☆

Tekst 10 Alles Müller, oder was? ☆☆

- 33 ► Een antwoord met de volgende strekking is goed:  
Bij het huwelijk neemt het paar de minst voorkomende (achter)naam aan. ☆☆☆
- 34 **B** is juist. Hij relateert het probleem in Duitsland. De Chinesen hebben naar verhouding veel minder achternamen.
- ⊗ De schrijver wil hiermee het voorstel niet (A) verklaren, (C) weerleggen of (D) samenvatten. ☆☆

Tekst 11 Link ins Leere ☆☆

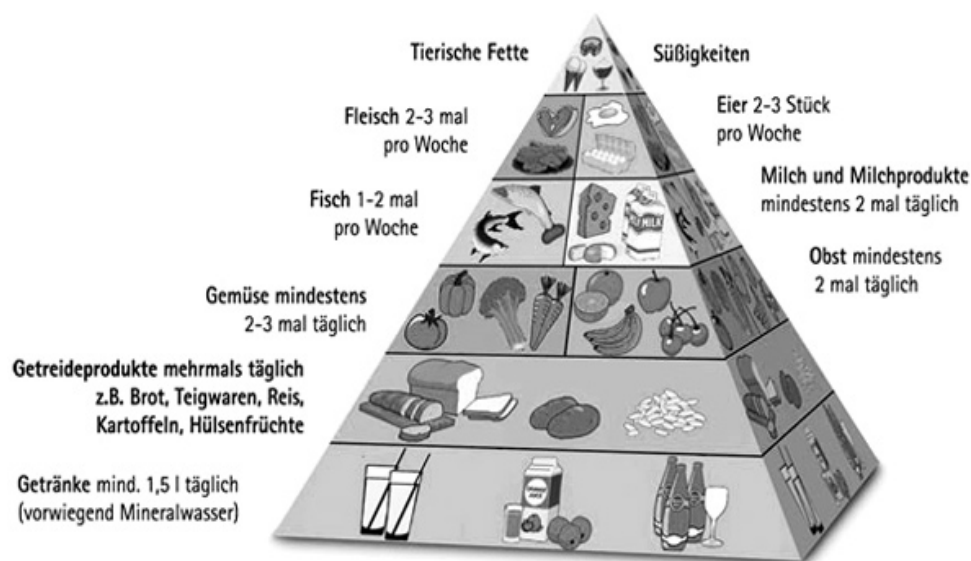
- 35 **A** is juist. Deze alinea sluit aan bij de afsluitende zin van de eerste alinea, waarin staat dat de consument geen belangstelling heeft voor de QR-code.
- ⊗ B, C, D en E zijn hier niet juist. Zie A. ☆☆☆
- 36 **A** is juist. QR-codes al dan niet lelijk vinden, is een kwestie van smaak, dus iets persoonlijks.
- ⊗ Dat (B) QR-codes zwart-wit zijn, is een feit.
- ⊗ (C) 'enge' heeft betrekking op 'enge Bande' (= nauwe banden) en (D) 'schnelle' op 'Antwort?'.  
☆☆
- 37 ► Een antwoord met de volgende strekking is juist: (de) angst voor misbruik (door hackers).  
Toelichting: Zie regels 33-35. ☆☆
- 38 **A** is juist. Al de handelingen moet je op je mobieltje verrichten, terwijl ('während') je je aankopen meestal vanachter je pc of tablet doet.
- ⊗ (B) omdat, (C) als, (D) waarom en (E) waardoor zijn hier niet juist. Zie A. ☆☆☆



- 39 C is juist. Uit zijn woorden klinkt realiteitszin. De QR-codes zijn geen middel om een product te promoten en hebben geen groot bereik. Bovendien beslist uiteindelijk de consument of hij de code wel of niet gebruikt.
- ⊖ Het gaat hier niet om (A) bewondering, (B) teleurstelling, (D) vertrouwen of (E) twijfel. ☆☆
- 40 A is juist. In de toekomst zal reclame doelgerichter worden ingezet. Het voorbeeld beschrijft de mogelijkheid dat, als je langs een winkel loopt, je op je mobieltje een waardebon van die winkel ontvangt.
- ⊖ Reclame wordt niet (B) confronterender, (C) duurzamer of (D) grappiger. ☆☆

## Tekst 12 Die wichtigsten Lebensmittel im Check ☆

- 41 ► Het goede antwoord is:
- 1) Niet. Over smaak staat er alleen dat die afhangt van het vetpercentage.
  - 2) Niet. Biologisch en niet-biologisch worden niet met elkaar vergeleken.
  - 3) Niet. Integendeel. Er staat dat smaak- en conserveringsstoffen niet ongezond zijn.
  - 4) Niet. Er staat dat boter in de zomer iets meer kleur heeft, wat echter geen invloed heeft op de smaak.
- Punten: Bij vier goed 3 punten; bij drie goed 1 punt; bij twee of minder goed 0 punten. ☆



### Eindcijfer

In de scoresleutel achter in dit boek kun je aflezen welk cijfer je hebt behaald bij een bepaald aantal punten.

### Goedscore

Het Cito publiceert vanaf 2013 voor de eindexamens een toets- en itemanalyse (TIA) op cito.nl. De gepubliceerde P-waarde (goedscore) laat zien hoeveel procent van de kandidaten een bepaalde examenvraag goed beantwoordde. De waarde is een goede indicatie van de moeilijkheidsgraad van een vraag, tekst en examen. Voor het eindexamen havo 2018 bedroeg de gemiddelde goedscore 60%.