

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Державний вищий навчальний заклад
«КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
імені ВАДИМА ГЕТЬМАНА»

М. М. ГАВРИШ
О. О. ГАВРИШ
А. В. КАПУШ та ін.

Ділова **НІМЕЦЬКА МОВА**

ПРАКТИКУМ
для студентів економічних
спеціальностей

УДК 811.112.2*276.6

ББК 81.2 нем.

Г 12

Авторський колектив

М. М. Гавриш, керівник авторського колективу (розділи 2,5,6), **О. О. Гавриш**
(розділи 3,7), **А. В. Капуш** (розділи 1, 8), **І. Г. Островська** (розділи 11,12),
Н. Г. Приходько (розділи 4—6), **Р. Д. Слободзян** (розділи 9,10)

Рецензенти

Л. А. Долгополова, д-р філол. наук, проф.

(Київський національний лінгвістичний університет)

Г. Л. Лисенко, канд. філол. наук, доц. (Національний технічний університет України «КПІ»)

Н. В. Меншикова, канд. філол. наук, доц.

(Київський національний університет імені Тараса Шевченка)

Редакційна колегія кафедр іноземних мов

Голова редакційної колегії М. М. Гавриш, канд. філол. наук, доц.

Відп. секретар редакційної колегії Г. О. Копил, канд. пед. наук, доц.

Члени редакційної колегії: І. В. Бочарова, канд. філол. наук, доц.; Р. А. Гарашенко;
Т. А. Гузік, канд. пед. наук, доц.; Т. М. Гусак, канд. пед. наук, доц.; Ю. М. Друзь, канд. пед. наук, доц.; О. В. Капустіна, канд. пед. наук, доц.; А. В. Капуш, канд. філол. наук, доц.;
Л. І. Чеботарьова, канд. пед. наук, доц.; О. Л. Шевченко, канд. філол. наук, доц.;
Е. І. Щукіна, канд. пед. наук, доц.

Рекомендовано Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України

Лист № 1/11-12968 від 08.08.2012

Гавриш М. М.

Г 12

Ділова німецька мова : практикум для студ. екон. спец. /
М. М. Гавриш, О. О. Гавриш, А. В. Капуш та ін. — К. : КНЕУ,
2014. — 214, [2] с.

ISBN 978–966–483–657–6

Перша частина практикуму (розділи 1—6) зорієнтована на підготовку майбутніх фахівців-економістів до професійної діяльності в німецькомовному середовищі і має на меті розвиток вмінь та навичок студентів продукувати власні німецькомовні тексти різного призначення як в усній, так і в письмовій формі. Йдеться про реферування та анотацію текстів, опис та коментування графіків і діаграм, підготовку виступів та презентацій, участь в дискусіях. Друга половина (розділи 7—12) присвячена окремим фонетичним, лексичним та граматичним аспектам правильного німецькомовного мовлення. Тут розглядаються правила вимови економічної лексики, ustalені норми звертань до осіб різних рангів, особливості позначення країн та їх жителів, а також кількісних показників, скорочення, типові для ділової сфери, і особливо ділової кореспонденції, а також схожі за формою, але різні за значенням дієслова.

Всі розділи містять пояснення, зміст яких доповнюється та закріплюється супроводжуваними вправами, і закінчуються блоками вправ та завдань, спрямованих на поглиблення та автоматизацію відповідних навичок.

Практикум базується на комунікативному принципі викладання іноземних мов, тому він є єдиномовним — усі пояснення та вправи подані німецькою мовою, передбачає активну діяльну роль студентів та різні форми їх мовленнєвої співпраці в навчальному процесі на зразках сучасної німецької мови. Для студентів, аспірантів та тих, хто самостійно вивчає німецьку мову та/або використовує її у своїй професійній діяльності і має рівень знань не нижче В1.

УДК 811.112.2*276.6

ББК 81.2 нем.

*Розповсюджувати та тиражувати
без офіційного дозволу КНЕУ заборонено*

© М. М. Гавриш, О. О. Гавриш,

А. В. Капуш та ін., 2014

© КНЕУ, 2014

ISBN 978-966-483-657-6

Передмова

Практикум з ділової німецької мови для студентів економічних спеціальностей розроблено на основі сучасних підходів до організації навчального процесу з іноземних мов, які знайшли своє висвітлення в «Загальноєвропейських рекомендаціях з мовної освіти» та «Рамковій програмі з німецької мови для професійного спілкування для вищих навчальних закладів України». Згідно з цими документами головна мета викладання іноземних мов у вищій школі полягає в формуванні міжкультурної, професійно орієнтованої комунікативної компетенції студентів.

Практикум з ділової німецької мови має саме таке цілеспрямовання і покликаний сприяти розвитку вмień та навичок майбутніх фахівців з економіки (але й інших спеціальностей) щодо вільної й адекватної мовленнєвої поведінки в німецькомовному середовищі. Для цього автори вибрали й пропонують до опрацювання деякі важливі аспекти мовленнєвої діяльності, які в інших навчальних виданнях з німецької мови залишилися практично поза увагою. Тому за структурою практикум складається з окремих розділів, не пов'язаних між собою якимось єдиним принципом, що дозволяє вивчати їх і в індивідуальній послідовності — в залежності від рівня знань студентів та потреб того чи іншого навчального курсу.

З одного боку, в практикумі висвітлюються окремі норми німецької мови фонетичного та лексико-граматичного характеру (розділи 7—12). Тут пропонуються можливості оволодіння правильною вимовою лексики, і насамперед термінологічного характеру, яка часто вживається в економічних текстах. Розглядаються також типові для німецької мови правила звертань однієї особи до іншої — йдеться як про осіб різних рангів з різними титулами, так і про колег по роботі, як про усне мовлення, так і ділову кореспонденцію. Крім зазначеного, наступні розділи практикуму

присвячені особливостям позначення країн світу та їх жителів (що в деяких випадках створює труднощі і для носіїв німецької мови), розкриттю відмінностей у значенні та вживанні між схожими за формою дієсловами та поясненню змісту й функціонування скорочень, зокрема, в політичній та економічній сферах.

З іншого боку, практикум вчить продукувати тексти, що відповідають певним специфічним ситуаціям і призначені для певної цільової аудиторії (розділи 1—6). Враховуючи суттєві аспекти повсякденного спілкування в трудових колективах, автори сконцентрували свою увагу на розвитку вмінь коротко переказувати зміст статей, повідомлень чи інших подібних текстів (реферування), формулювати в стислій формі їх головні ідеї (анотування), описувати та коментувати наглядні матеріали — графіки, таблиці, діаграми тощо, готувати виступи, презентації та брати участь у дискусіях чи керувати ними. Для сприяння формуванню й автоматизації цих мовленнєвих навичок автори розмістили у відповідних розділах об'ємні переліки сталих виразів та зворотів, притаманних для кожного з названих видів текстотворення.

Отже, тематика практикуму дозволяє вивчити та закріпити на прикладах деякі базові правила фонетики, граматики та вживання лексики німецької мови і створює тим самим передумови для наступного рівня комунікативної компетенції — висловлення більших об'ємів інформації у формі усних повідомлень та письмових текстів різного призначення.

Характерною рисою змістовного наповнення усіх розділів є поєднання теоретичних пояснень з практичними завданнями супроводжуючого та підсумкового характеру.

Оскільки автори є прихильниками комунікативного принципу організації навчального процесу, який, серед іншого, передбачає й одномовність практичних занять, то усі пояснення, вправи та завдання сформульовані німецькою мовою. Досягнення розуміння цього матеріалу стимулюватиме студентів до більш інтенсивної роботи, в тому числі і щодо розширення їх лексичного запасу, і означатиме в кінцевому результаті підвищення рівня їх знань з німецької мови.

Завдання, які пропонуються до виконання, мають різноаспектну спрямованість, охоплюють сучасні техніки навчання (наприклад, створення інтелект-карт, порівняльний аналіз тощо), зорієнтовані (як і вся тематика) на майбутню професійну діяльність студентів та передбачають різні форми їх навчальної (мовленнєвої) взаємодії.

З практикумом можуть працювати студенти усіх курсів, оскільки його мета вбачається в поглибленні знань і розвитку мовленнєвих вмінь за окремими аспектами оволодіння німецькою мовою. Однак, матеріали практикуму розраховані насамперед на використання на третьому і четвертому курсах для підготовки студентів до заключного іспиту чи державної атестації. Ідея створення практикуму виникла як раз на основі декількарічного аналізу типових помилок та «слабких сторін» студентів КНЕУ імені Вадима Гетьмана в ході складання державної атестації з німецької мови. Важливо також зазначити, що ефективне опрацювання матеріалів практикуму можливе лише за умови володіння німецькою мовою на рівні В1 і вище.

Практикум підготовлено авторським колективом кафедри німецької мови Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана під керівництвом завідувача кафедри, доцента М. М. Гавриша, яким здійснено і його загальну редакцію.

Kapitel 1: Referieren von Texten

I. Erläuterung des Begriffs

Unter **dem Referieren** von Texten verstehen wir:

- die Kompression der im schriftlichen Text enthaltenen Information,
- kurze, zusammengefasste mündliche Wiedergabe des Textinhaltes,
- die Äußerung eigener Meinung zum Thema des Textes und zu den darin aufgeworfenen Fragen.

Beim Referieren erfolgen Prozesse der Transformation und der Kompression von lexikalischen, grammatischen und syntaktischen Mitteln.

II. Wie referiert man einen Artikel?

Um einen Artikel zu referieren, empfehlen wir Ihnen dem folgenden Plan zu folgen:

— *Einführung:*

- Nennen Sie den Namen des Artikels und des Berichterstatters.
- Aus welcher Zeitung / Zeitschrift stammt der Artikel?
- Von wann ist der Artikel?
- In welcher Rubrik erschien der Artikel?
- Welche Darstellungsform hat der Artikel (Kommentar, Bericht, Reportage usw.)? Belegen Sie Ihre Antwort.

— *Hauptteil*

- Nennen Sie den Hauptgedanken des Artikels.
- Geben Sie den Inhalt des Artikels wieder.

— *Ihr Kommentar*

- Finden Sie einen Abschluss, in dem Sie z.B. Ihre Meinung ausdrücken oder Besonderheiten des Textes erläutern.

TIPP: Für die Vorbereitung des Referierens können Sie am Anfang die folgende Tabelle benutzen, in die Sie Hauptinformationen aus dem Text eintragen können. Die Tabelle enthält fünf wichtige Fragen:

WER?	
WAS?	
WO?	
WANN?	
WARUM? AUF WELCHE WEISE?	

III. Redemittel für das Referieren eines Textes

Dieser Artikel / Der Text, den ich gelesen habe (den ich zu referieren habe), heißt ...

Der Artikel/Der Text hat die Überschrift ...

Der Autor des Artikels ist / heißt ...

Der Artikel ist der Zeitung / Zeitschrift ... vom ... entnommen.

Der Artikel erschien in der Rubrik ...

In dem Artikel/dem Text handelt es sich um (Akk.) / geht es um (Akk.) / ist die Rede von (Dat.)...

Der Artikel ist dem Thema ... gewidmet. / Das Thema des Artikels ist ...

Der Autor behandelt das folgende Thema ...

Der Autor setzt sich mit dem Thema ... auseinander.

In diesem Artikel/Text thematisiert der Autor ...

Der Hauptgedanke / die Hauptidee des Artikels ist ...

Im Text werden folgende Fragen (Probleme) betrachtet / diskutiert: ...

Der Autor betrachtet in diesem Artikel ein aktuelles / brennendes Problem.

Im Mittelpunkt der Betrachtung / der Diskussion steht das Problem ...

Der Autor weist darauf hin, dass ...

Es wird betont, dass ...

Der Autor hebt hervor, dass ... / Der Autor hebt ... hervor.

Der Autor erklärt ...

Der Artikel lässt sich in ... Teile gliedern.

Erstens ..., zweitens ...

In dem Artikel heißt es unter anderem ...

Wie aus dem Text des Artikels (aus der Meldung) hervorgeht, ...

Im Artikel werden verschiedene Meinungen / wird folgende Meinung vorgestellt/vertreten: ...

Im Artikel werden Pro und Kontra / Für und Wider zum Thema ... diskutiert.

Der Artikel enthält interessante Information / überzeugende Fakten / Beispiele (über ...; zum Problem ...).

Der Autor ist der Meinung, dass ...

In diesem Zusammenhang ... der Autor (dass, ...)

Anschließend erläutert / betont / unterstreicht der Autor ...

Meine Meinung zu diesem Problem ist ...

Meiner Meinung nach ... / Nach meiner Meinung ...

In diesem Zusammenhang lässt sich folgendes sagen: ...

Ich stimme dem Autor zu.

Ich bin mit dem Autor (nicht) einverstanden.

Ich teile (voll und ganz) die Meinung des Autors (... , dass ...)

Diese Meinung halte ich (nicht) für richtig.

Ich teile nicht diesen Standpunkt / diese Meinung.

Diese Meinung / Behauptung halte ich für fraglich.

Ich muss betonen, dass ...

Ich finde diesen Artikel interessant / aktuell / nützlich / wichtig.

Abschließend / Zusammenfassend kann man sagen, dass ...

Zum Schluss möchte ich sagen ...

Letztlich / Zu guter Letzt ...

IV. Übungen

1. Ordnen Sie zu:

1.	Ich stimme	a	vom 3.01.2012 entnommen.
2.	Der Autor ist der Meinung,	b	die Ergebnisse einer Marktstudie.
3.	Im Text ist die Rede von	c	der ukrainischen und deutschen Fachexperten vorgestellt.
4.	Im Artikel werden verschiedene Meinungen	d	des Tierschutzes in der Ukraine auseinander.
5.	Der Artikel ist der Zeitung «Die Welt»	e	halte ich für richtig.
6.	Der Artikel erschien am 20.12.2012	f	dem Autor des Artikels nur teilweise zu.
7.	Die Autoren setzen sich mit dem Thema	g	teile ich voll und ganz die Meinung des Autors.

8.	In diesem Punkt	h	dass das eine aktuelle Entwicklungstendenz ist.
9.	Im Artikel geht es um	i	der Reaktion der Gesellschaft auf radikale Reformen der Regierung.
10.	Diese Meinung	j	in der Rubrik «Geld&Kapital».

2. Welche Wörter aus dem Kasten unten passen zu folgenden Substantiven?

Information:

Meinung:

Problem:

Thema:

wichtig, aktuell, fraglich, interessant, akut, geheim, überzeugend, persönlich, offiziell, langjährig, brennend, verbreitet, schlecht / gut, heikel, unerschöpflich

3. Sagen Sie das anders:

Der Artikel heißt ...

Der Autor befasst sich mit dem Thema ...

Der Autor betont, dass ...

Ich bin mit dem Autor nicht einverstanden.

4. Setzen Sie die Sätze fort:

- 1) In diesem Artikel handelt es sich um (проблеми охорони навколишнього середовища; ситуація на ринку праці; пошук нових ринків збуту сільськогосподарської продукції; інвестиційний клімат у нашій державі).
- 2) Im Mittelpunkt der Betrachtung steht das Problem (торгівля людьми, відмивання грошей; диверсифікація ринків енергоносіїв; впровадження європейських стандартів у сфері освіти).
- 3) Der Hauptgedanke des Artikels ist (необхідність перегляду існуючих положень законодавства; важливість впровадження енергозберігаючих технологій; нагальність прийняття відповідного закону).

5. Diese Wendungen brauchen Sie für das Referieren eines Artikels, bilden Sie damit Sätze:

eine Frage aufwerfen, die Meinung vertreten, auf das Problem hinweisen, ein Problem ansprechen, auf ein Thema eingehen, ein Thema anschnitten / behandeln.

V. Text und Beispiel seines Referierens

ERST ÜBEN, DANN STUDIEREN

Immer jünger, immer ungebildeter — so sehen viele deutsche Professoren ihre Studenten. Die Bildungsdefizite der jungen Generation versuchen einige Hochschulen nun mit einem Vorbereitungsjahr aufs Studium auszugleichen.

Erst Abitur, dann Studium — das war für Angela Osthoff ganz klar. Doch was genau sie studieren wollte, wusste sie nicht. «Mir haben alle Fächer Spaß gemacht», erzählt die 21-jährige Geschichtsstudentin. Ein Jahr wollte sie sich geben, um herauszufinden, ob sie lieber Medizin, Griechisch, Geschichte oder Physik studieren sollte. Als sie sich vor zwei Jahren auf die Suche nach einem intensiven «Studium Generale» machte, gab es in Deutschland nur eine Adresse: das Leibniz-Kolleg an der Universität Tübingen.

Seit 1948 bereitet das Kolleg 53 Abiturienten aus ganz Deutschland jeweils ein Jahr lang auf das Studium vor. Die Teilnehmer leben und lernen zusammen in einem Haus. «Ich habe Einblick in viele Studienfächer bekommen und die Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens gelernt», erzählt Angela Osthoff. Aber auch das soziale Miteinander im Wohnheim habe sie «super selbstständig» werden lassen, schwärmt die ehemalige Leibniz-Kollegiatin.

Was in Tübingen schon eine lange Tradition hat, wird nun auch an anderen deutschen Universitäten angeboten: das sogenannte «Foundation Year». Das Vorbereitungsjahr aufs Studium ist in vielen anderen Ländern längst üblich, in Deutschland aber reichte bislang das Abitur als «Eintrittskarte» für die Hochschule. Doch aufgrund der verkürzten Schulzeit werden die Studenten immer jünger, die Orientierung in einem Hochschulsystem mit stark spezialisierten und durchstrukturierten Studiengängen immer schwieriger. Außerdem, so klagten viele Professoren, fehlten vielen Studenten heute grundlegende Kenntnisse, um erfolgreich ein Studium absolvieren zu können.

Hinzu kommt, dass in Deutschland immer mehr Studierende an die Hochschulen strömen. Viele Universitäten können den Ansturm kaum bewältigen und versuchen die Studierendenzahlen mit Eignungstest

oder besonders guten Abiturnoten als Voraussetzung für bestimmte Studiengänge zu begrenzen.

Statt mit Selektion auf den Andrang zu reagieren, sollten die Hochschulen den Erstsemestern mehr Unterstützung bieten, meint Christian Berthold, Geschäftsführer von CHE Consult in Gütersloh, einer Beratungsgesellschaft des Centrums für Hochschulentwicklung. «Das alte Ideal des ‘erwachsenen Studierenden’, der ohne jegliche Hilfe an der Hochschule zurechtkommt, passt heute nicht mehr.» Grundsätzlich sollte jeder Student willkommen sein und entsprechend seinen Fähigkeiten gefördert werden, meint Berthold. Dies sei angesichts des demografischen Wandels und drohenden Fachkräftemangels dringend nötig.

Bislang allerdings hätten viele deutsche Hochschulen noch Probleme damit, die Vielfalt an den Universitäten als eine «Quelle der Bereicherung» zu sehen, beobachtet der CHE-Geschäftsführer. Sein Institut hat gerade eine Studie vorgelegt, nach der nur 13 Prozent der Studierenden dem Idealbild ihrer Professoren entsprechen. Für «studierfähig» hielten sie nur diejenigen Studenten, die hochmotiviert, strebsam und fleißig seien. Alles, was davon abweiche, werde schnell als «defizitär» wahrgenommen.

«Wir brauchen aber Professoren, die ihre Studenten motivieren und sie so weit wie möglich fördern», erklärt Berthold. Hier könne Deutschland von den amerikanischen Hochschulen mit ihrer ausgeprägten Feedback-Kultur lernen. Die Einführung von «Foundation Years» hält der Studienleiter ebenfalls für sinnvoll.

An der privaten Jacobs University in Bremen gibt es ebenfalls seit einem Jahr ein «Foundation Year». Hier erwerben die Teilnehmer neben Englisch und Mathematik Grundkenntnisse der Wirtschafts-, Ingenieurs- und Naturwissenschaften. Außerdem lernen sie wissenschaftliches Arbeiten und akademisches Schreiben. Dafür müssen sie tief in die Tasche greifen: Rund 23.000 Euro kostet das «Foundation Year». Zwar sind auch die Programme in Tübingen und München nicht kostenlos, aber deutlich billiger.

Dennoch wird das «Foundation Year» in Bremen besonders von ausländischen Studienanfängern geschätzt, die mit 16 oder 17 Jahren noch jünger als deutsche Abiturienten sind und noch mehr Orientierung brauchen. Je jünger also, desto dringender ein Vorbereitungsjahr? Nicht unbedingt, meint Angela Osthoff. Aber, so gibt sie zu, beim Studium gehe es nicht nur ums Wissen. «Man braucht auch eine gewisse persönliche Reife.»

(Sabine Damaschke;

www.dw-world.de/dw/article/0,,6642145,00.html)

Referieren des Textes

Der Artikel, den ich gelesen habe, heißt «Erst üben, dann studieren». Der Artikel ist Materialien des Internetportals dw-world.de (Deutsche Welle) entnommen. Der Artikel ist den Themen «Studium» und «Berufswahl» gewidmet. Im Artikel wird folgenden Fragen nachgegangen: Probleme der deutschen Studienbewerber bei der Wahl der Fächer und Studiengänge, Orientierungsschwierigkeiten der Studienanfänger in den ersten Semestern. Der Artikel enthält interessante Informationen über das Leibniz-Kolleg an der Universität Tübingen, das seit 1948 Abiturienten aus ganz Deutschland jeweils ein Jahr lang auf das Studium vorbereitet. Es wird die Meinung einer ehemaligen Kollegiatin angeführt, die folgende Vorteile des Vorbereitungsstudiums betont: die Möglichkeit Einblick in viele Studienfächer zu bekommen, Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens zu lernen sowie durch das soziale Miteinander im Wohnheim selbstständig zu werden.

Deswegen wird heutzutage auch an anderen deutschen Universitäten ein Vorbereitungsjahr aufs Studium, das sogenannte «Foundation Year», angeboten. Denn aufgrund der verkürzten Schulzeit werden die Studenten immer jünger und die Orientierung in einem Hochschulsystem mit stark spezialisierten Studiengängen immer schwieriger.

Im Artikel werden verschiedene Meinungen vorgestellt. Die Professoren betonen, dass vielen Studenten grundlegende Kenntnisse fehlen, um erfolgreich ein Studium absolvieren zu können. Außerdem begrenzen viele Universitäten die Studierendenzahlen mit Eignungstest oder besonders guten Abiturnoten als Voraussetzung für bestimmte Studiengänge. Christian Berthold, Geschäftsführer einer Beratungsgesellschaft des Centrums für Hochschulentwicklung, meint dagegen, die Hochschulen sollten den Erstsemestern mehr Unterstützung bieten, statt mit Selektion auf den Andrang zu reagieren. Jeder Student sollte gefördert werden, was angesichts des demografischen Wandels und drohenden Fachkräftemangels dringend nötig sei.

Im Artikel werden auch einige Zahlen angeführt: Laut einer Studie entsprechen nur 13 Prozent der Studierenden dem Idealbild ihrer Professoren. Für «studierfähig» hielten sie nur diejenigen Studenten, die hochmotiviert, strebsam und fleißig seien. Alles andere wird schnell als «defizitär» wahrgenommen. Nach Meinung von Christian Berthold müssen die Professoren ihre Studenten motivieren und sie so weit wie möglich fördern. Das «Foundation Year» wird besonders von ausländischen Studienanfängern geschätzt, die mit 16 oder 17 Jahren

noch jünger als deutsche Abiturienten sind und noch mehr Orientierung brauchen.

Ich finde diesen Artikel interessant und nützlich. Meiner Meinung nach sind die genannten Probleme auch für die ukrainischen Schulabgänger und Studienbewerber sehr aktuell, weil sie oft damit Schwierigkeiten haben, das richtige Fach zu wählen. Deswegen halte ich die Einführung eines «Foundation Years» an den ukrainischen Hochschulen ebenfalls für sinnvoll. Ein Vorbereitungsstudium würde den ukrainischen Studienanfängern nicht nur in den ersten Semestern an ihren Unis helfen, sondern auch in der Zukunft Orientierungshilfen für ihre Auslandssemester liefern. Zusammenfassend kann man sagen, dass durch mehr Förderung und Motivation während des Studiums Absolventen bessere Chancen für den Einstieg in das Berufsleben bekommen.

VI. Weitere Texte für das Referieren

Text 1: DER PREIS FÜR HEIß — DIE KOSTEN DES KLIMAWANDELS

Der Freiheitsstatue steht das Wasser bis zur Hüfte. Nur noch die Spitze der Cheopspyramide ragt aus den Wellen und die Christus-Statue über Rio de Janeiro fleht mit ihren ausgebreiteten Armen nach einem Rettungsring. Dieses Szenario war Teil einer Greenpeace-Demonstration während der 16. Weltklimakonferenz der Vereinten Nationen im Dezember 2010. Am Strand von Cancún versenkten die Umweltaktivisten als Mahnung Modelle der Wahrzeichen berühmter Städte im Meer. Cancún selbst hat bereits schmerzhaft Erfahrungen mit dem Klimawandel gemacht. Im Jahr 2005 verwüstete der Hurrikan Wilma die Stadt auf der mexikanischen Halbinsel Yucatán.

Nach den unbefriedigenden Ergebnissen von Kopenhagen 2009 einigten sich die Vertreter der 194 Vertragsstaaten in Cancún wenigstens auf ein Minimalziel: die Begrenzung der globalen Erwärmung auf höchstens 2 Grad Celsius zwischen 1990 und 2100. Um das zu erreichen, müsste der globale Kohlendioxid-Ausstoß bis zum Jahr 2050 mindestens halbiert werden, schätzen die Wissenschaftler. Ansonsten droht eine rasante Zunahme von Überschwemmungen, Orkanen, Waldbränden, Ernteausfällen und Epidemien. Den Volkswirtschaften weltweit beschert der Klimawandel zudem gewaltige Kosten. Allein die Schäden durch Hurrikan Katrina wurden in den USA auf rund 100 Milliarden Dollar geschätzt.

Sollte sich die globale Oberflächentemperatur bis zum Jahr 2100 um etwa 4,5 Grad Celsius erwärmen, kumulieren sich für Deutschland in den nächsten 50 Jahren Kosten bis zu 800 Milliarden Euro, allein für die direkten Folgeschäden, glaubt Claudia Kemfert, Professorin für Energieökonomie und Nachhaltigkeit am Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) Berlin. Besonders anfällig sind die Land- und Forstwirtschaft. Auf die einzelnen Bundesländer wirkt sich der Klimawandel sehr unterschiedlich aus. Am härtesten trifft es die großflächigen Länder Baden-Württemberg, Bayern und Niedersachsen. Allerdings können diese wirtschaftsstarken Länder die Schäden besser kompensieren als ökonomisch schwächere Länder.

Die Kosten für Schäden durch Orkane, Überschwemmungen und Dürren bilden nur einen Teil der Gesamtkosten. Zu diesen direkten Klimafolgeschäden addieren sich die sogenannten Abmilderungskosten: Ausgaben, um mögliche Schäden durch den Klimawandel zu vermeiden oder wenigstens abzumildern, etwa durch Umsiedlungen, Deichbau und künstliche Bewässerung. Der wichtigste Budget-Posten sind zweifellos die nötigen Investitionen, um den Klimawandel zu verlangsamen (Anpassungskosten): Er betrifft sämtliche Maßnahmen zur Reduzierung des CO₂-Ausstoßes, zum Energiesparen generell und zum Schutz der Wälder, die als wichtiger Kohlenstoffspeicher dienen.

Je länger die Verantwortlichen warten, desto teurer wird es. Zum Klimaschutz gibt es keine Alternative. Der britische Ökonom Nicholas Stern legte 2006 einen umfangreichen Bericht vor: Jährlich koste es den Volkswirtschaften mindestens 5 Prozent des Bruttoinlandsproduktes, in ungünstigeren Schätzungen sogar bis zu 20 Prozent, wenn sie keine Maßnahmen gegen den wachsenden CO₂-Ausstoß ergreifen. Sofortiges Handeln käme dagegen vergleichsweise günstig. Nur etwa ein Prozent des Bruttoinlandsprodukts sei dafür nötig.

Die Klimastudie «Modell Deutschland. Klimaschutz bis 2050» sieht unter anderem vor, die Heizenergie für Gebäude um 85 Prozent zu senken, Fahrzeuge flächendeckend mit Elektro-Motoren auszustatten und Strom nahezu CO₂-neutral zu erzeugen. Mit den Investitionen verringern sich die Ausgaben, die beim Verbrauch von Erdöl und Kohle entstehen, rechnen die Wissenschaftler. Die Spitze der Belastung soll in 13 Jahren erreicht sein: «Im Jahr 2024 resultieren daraus maximale gesamtwirtschaftliche Nettokosten in Höhe von knapp 16 Milliarden Euro (circa 0,6 Prozent des Bruttoinlandsprodukts — BIP), danach verringert sich die Belastung», heißt es in dem Bericht. Investitionen in den Klimaschutz zahlen sich auch noch anderweitig aus: Die weltweit wachsende Nachfrage nach

energiesparenden Produkten könnte Deutschlands Technik-Exporte ankurbeln. Und die sinkende Abhängigkeit von Erdöl und Erdgas wird für die Verbraucher immer wertvoller.

(Jonny Rieder, <http://www.goethe.de/ges/soz/wsc/de7180222.htm>)

Text 2: OUTSOURCING: EIN TREND FÜR SCHWIERIGE ZEITEN

Selbständig sein muss nicht heißen, alles «selbst» und «ständig» zu machen. Rafael Kugel ist ein extremes Beispiel dafür. Der Wissenschaftler an der Freien Universität Berlin ist im Nebenberuf Firmengründer und verkauft seit 2005 hochwertiges Rapskernöl über das Internet. Kugel kümmert sich persönlich im Schnitt 15 Minuten täglich um das laufende Geschäft, obwohl er inzwischen mehrere Tausend Stammkunden hat. Denn so gut wie jede Tätigkeit ist ausgelagert worden. Ein deutscher Hersteller von Bioprodukten produziert und füllt das Öl ab. Den Internetshop, den Versand und die Buchhaltung hat Kugel an spezialisierte Firmen vergeben.

«Prinzipiell lassen sich fast alle Geschäftsprozesse eines Unternehmens outsourcen, das heißt nach außen geben, solange sie nicht zu den Kernprozessen zählen», schreibt Mario Kölzsch von der A`PARI Consulting GmbH. Die Betriebskantine, die Gebäudeverwaltung und -reinigung, der Sicherheitsdienst, die Steuerberatung oder die IT-Betreuung: Heutzutage erledigen das meist Externe.

Outsourcing sei laut Kölzsch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten besonders gefragt, denn da steige der Druck, Kosten zu senken. Der Bereich mit einem komplizierten Know-how und schnelllebigem Produkten verlangt geradezu nach hoch spezialisierten Profis. Fusionieren zum Beispiel zwei Unternehmen mit unterschiedlichen Hardware- und Software-Systemen, sind die eigenen Abteilungen schnell überfordert. Die Außenstehenden schaffen es eher, eine einheitliche Infrastruktur herzustellen.

Die Auslagerung in Billiglohnländer erfasst immer mehr Bereiche des Lebens: Steuer- und Ernährungsberater oder der Englischlehrer können heutzutage in Indien sitzen. «In den Jahren zuvor sind die Transaktionskosten, zum Beispiel für Kommunikation und Kontrolle, durch die Verbreitung des Internets und der Breitbandanschlüsse immens gesunken». Gleichzeitig wuchsen die Qualifikation der ausländischen Fachkräfte sowie ihre absolute Anzahl. Deshalb ging der Trend nun

dahin, immer anspruchsvollere Aufgaben, zum Beispiel Forschung und Entwicklung nach China, Indien oder Osteuropa zu verlagern.

Teile der Produktion sind schon lange dort: wegen der Nähe zu wichtigen Märkten und wegen der niedrigeren Lohnkosten. Vor allem Betriebe mit viel Handarbeit wollen von der Differenz profitieren. So hat der mittelständische Textil-Produzent Setex den Großteil der Konfektion nach Polen ausgelagert. Einfache Näharbeiten waren in Deutschland zu teuer: «Der Lohnanteil an der Konfektion beträgt rund 50 Prozent», sagt Setex-Chef Konrad Schröer, an der weitgehend automatisierten Weberei dagegen nur knapp 9 Prozent. Deshalb werden die Stoffe in der westfälischen Zentrale gewebt, veredelt oder beschichtet, danach im östlichen Nachbarland für einen Bruchteil der Löhne zugeschnitten, gesäumt und genäht.

Firmen, die ihre verlängerte Werkbank weiter weg, etwa in Asien haben, merken inzwischen: Die enorm gestiegenen Transportkosten fressen den Lohnvorteil allmählich auf. Der ist geringer geworden, weil die Löhne in vielen Ländern der Welt weit stärker gestiegen sind als in Deutschland. Manche Unternehmen verlagern Arbeitsplätze wieder zurück. Dafür sprechen auch Qualitätseinbußen oder die Angst vor Plagiaten. Denn viele Lieferanten und Dienstleister kalkulieren denkbar knapp, um einen Auftrag der Konkurrenz wegzuschnappen. Wenn dann die Rechnung nicht aufgeht, droht die Insolvenz oder aber bei der Qualität wird gespart. Großkunden versuchen, den von ihnen abhängigen Zulieferern die Bedingungen zu diktieren. Das passiert nicht nur im Ausland.

«Längere Entscheidungsprozesse und ein höherer Kontrollaufwand sind ebenfalls Nachteile des Modells», sagt Gründer Rafael Kugel. Doch die Vorteile überwiegen bei Weitem. Die Inhaber der Maschinenfabrik Bäume aus Freudenberg sahen das anders. Vor ein paar Jahren hatten sie ihre Schweißerei, Dreherei und Blechschlosserei ausgelagert: an Firmen aus der Region, um sich lange Wege zu sparen. Doch im Wirtschaftsboom waren die Lieferanten so voll ausgelastet, dass Bäume auf die bestellten Bauteile lange warten und entsprechend frühzeitig planen musste. Das beeinträchtigte die Flexibilität und damit die Wettbewerbsfähigkeit des mittelständischen Herstellers von Maschinen zur Schaumstoffverarbeitung, die weltweit verkauft werden. Neulich wurden die ausgelagerten Bereiche zurückgeholt. «Als eigener Herr ist man viel flexibler», sagt Geschäftsführer Matthias Schuster. Zum Glück gab es die Mitarbeiter noch, die schweißen und schlossern konnten.

*(Matilda Jordanova-Duda,
<http://www.goethe.de/ges/soz/dos/arb/alw/de4225588.htm>)*

Text 3: DER FRAUENANTEIL IN CHEFETAGEN — SELBSTVERPFLICHTUNG ODER GESETZ?

Im März 2010 verkündete die Deutsche Telekom, für Führungspositionen eine Frauenquote einzuführen. Innerhalb von fünf Jahren sollen 30 Prozent aller Vorstandsposten mit Frauen besetzt sein. Die übrigen DAX-Konzerne lehnten die Einführung einer Frauenquote kategorisch ab. Bei ihnen zähle Qualität statt Quote, hieß es. Doch die Diskussion hält an.

Vor zehn Jahren verpflichteten sich die deutschen Unternehmen auf freiwilliger Basis, den Anteil von Frauen in Führungspositionen zu erhöhen. Eingelöst wurde dieses Versprechen nicht. Nach wie vor muss man weibliche Vorstandsvorsitzende mit der Lupe suchen: Von den Chefs der deutschen Top-200-Unternehmen, so legt das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung dar, waren 2010 nur zwei Frauen, in den Vorständen saßen gerade einmal 29 Frauen. Das entspricht einer Quote von 3,2 Prozent. Der Anteil der Frauen an operativen Führungspositionen verringert sich, je enger man den Kreis um Deutschlands umsatzstärkste Unternehmen zieht: In den 100 größten Unternehmen gibt es keine einzige Vorstandsvorsitzende und lediglich elf Vorstandsmitglieder weiblichen Geschlechts.

Nach dem Willen deutscher Wirtschaftsführer solle sich daran auch nichts ändern — zumindest nicht durch eine gesetzliche Regelung. Unternehmen wie Siemens, MAN und BASF ließen nach dem Vorstoß der Deutschen Telekom verlauten, eine Frauenquote käme für sie nicht in Frage. «Wir gestalten unsere Personalpolitik geschlechtsunabhängig, das heißt, wir betreiben keine Förderung speziell für Frauen», sagte etwa die Sprecherin des Sportartikelherstellers Adidas, und weiter: «Die Vergabe von Positionen erfolgt ausschließlich über die fachliche und persönliche Eignung. Ob Mann oder Frau spielt keine Rolle.» Lufthansa teilte mit, die Quote sei ungeeignet ihr Ziel zu erreichen. Und Linde erklärte: «Bei uns zählt Qualifikation statt Quote».

Berücksichtigt man den Frauenanteil an Vorständen im internationalen Vergleich, liegt Deutschland in einer Studie von McKinsey, die elf Länder umfasst, auf dem letzten Platz. Schweden führt diese Liste an, wo 17 Prozent aller Vorstandsmandate an Frauen vergeben sind, gefolgt von den USA mit 14 Prozent. Deutschland bildet mit zwei Prozent das Schlusslicht. Positiver gestalten sich die Zahlen, betrachtet man den Frauenanteil in Vorständen und Aufsichtsräten. Dann liegt Deutschland im Vergleich mit den anderen EU-Staaten auf Platz neun.

Grund für die vergleichsweise gute Platzierung, so das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung, sei vor allem die häufige Entsendung von Frauen durch die Arbeitnehmerseite in die Aufsichtsräte. Die Position Deutschlands dürfte sich in den nächsten Jahren weiter verschlechtern. Denn sehr viele europäische Länder haben in jüngster Zeit gesetzliche Quoten eingeführt. Vor allem Norwegen hat von sich reden gemacht. Dort sind börsennotierte und Staatsunternehmen seit 2006 verpflichtet, mindestens 40 Prozent ihrer Aufsichtsgremien mit Frauen zu besetzen. Auch Spanien, Österreich, Belgien, Frankreich und die Niederlande verabschiedeten ähnliche Gesetze.

Tatsächlich erfordert die Umsetzung einer Frauenquote beträchtliche Anstrengungen für das jeweilige Unternehmen. Die Instrumente, die beispielsweise die Telekom installierte, um die selbst gesetzte Frauenquote zu erreichen, umfassen die Vorbereitung von Zielwerten bei Neueinstellungen von Hochschulabsolventen, bei Auswahlprozessen, bei Talentpools sowie bei der Teilnahme an Führungskräfte-Entwicklungsprogrammen. Gleichzeitig baut die Telekom ihr Programm zur Vereinbarkeit von Privatleben und Beruf aus. Elternzeitmodelle, Teilzeitmodelle, Heimarbeitsmodelle für Führungskräfte, flexible Arbeitszeitmodelle und Kinderbetreuungsangebote werden ausgeweitet.

Diese Maßnahmen würden nicht nur Frauen fördern, sagte Mechthild Maier, Leiterin Group Diversity Management bei der Telekom, sondern «neben den wirtschaftlichen und personalpolitischen Aspekten für den kulturellen Wandel auf dem Weg zur neuen Telekom» stehen. Gemischte Teams machten weniger Fehler, «die Monokultur Mann ist für Fehler immer anfällig. Das hat die Finanzkrise gezeigt». Diesen Eindruck bestätigt auch die Studie «Woman matter 2010» von McKinsey. Sie zeigt, dass Unternehmen mit höherem Frauenanteil signifikant bessere Unternehmensergebnisse und höhere Rentabilitäten erzielen.

Das Gros der deutschen Wirtschaftsführer ist indes strikt gegen die Einführung einer gesetzlichen Quote. Stattdessen fordert der Bundesverband Deutscher Industrie mehr weibliche Studierende für die Studiengänge Mathematik, Ingenieur-, Natur- und Technikwissenschaften. Da es in diesen Fächern zu wenige weibliche Absolventen gibt, haben Industrieunternehmen beträchtliche Schwierigkeiten, qualifizierte weibliche Führungskräfte zu finden. Eine gesetzliche Quote würde deshalb mehr schaden als nutzen.

*(Antonia Loick,
<http://www.goethe.de/ges/soz/wsc/de7961488.htm>)*

Text 4: ETIKETTENSCHWINDEL: IMITATE-BETRUG UND DER GANZ LEGALE WAHNSINN

Gelschinken, Analogkäse, Garnelenimitat: Reihenweise produziert die Industrie Kandidaten für die Wahl zum «Unwort des Jahres». Es spricht sich herum, Irreführung ist nicht die Ausnahme, sondern eher die Regel. Aber neben klaren Verstößen wird auch innerhalb des gesetzlichen Rahmens unverfroren getrickst.

Garnelen aus Fischeiweiß, «Käse» aus Pflanzenfett oder Schokoladenkekse ohne einen Hauch von Schokolade. Matthias Horst, Chef-Lobbyist der Lebensmittelindustrie, war sofort klar, wer an solchen Imitaten und Mogelprodukten mitschuldig ist: die Verbraucher. «Wenn man immer billiger essen will, dann kann man nicht erwarten, dass man immer etwas ganz Besonderes bekommt», argumentierte er. Sein Rat: «Gucken Sie genauer und häufiger hin.»

Die Kunden verantwortlich zu machen, ist nicht nur zynisch, sondern verfolgt auch einen perfiden Zweck: von den eigentlichen Verursachern der Misere abzulenken. Mit dem Finger wird auf die Betrogenen gezeigt, statt über die Betrüger zu sprechen. Die Strategie verfängt. Oft lautet die erste Frage angesichts des Imitate-Betrugs: «Was kann der Verbraucher tun, um sich zu schützen?» Und nicht: «Was wird gegen die Betrüger getan? Was muss sich am System und am Selbstverständnis einer Branche ändern, damit der Verbraucher in ehrliche Angebote vertrauen kann?»

Wer täuscht und betrügt, nutzt den Umstand, dass der Verbraucher die Qualität eines Produktes meist nicht beurteilen kann. Ob Farbe, Geruch oder Geschmack natürlich, aufgepeppt oder imitiert sind, ist augenscheinlich kaum festzustellen. Dieses Manko ist die Basis für einen Lebensmittelmarkt, der mit seiner fehlenden Transparenz in erster Linie der Industrie und nicht den Menschen dient. Das Kernproblem ist kein individuelles, sondern ein strukturelles.

Es gibt Täuschungen, die sind strafbar: Wenn ein Döner-Verkäufer Gammelfleisch zwischen den Fladen packt oder ein Pizza-Bäcker Käse-Imitat als echten Käse verkauft. Seit Jahren zeigen die Statistiken amtlicher Lebensmittelkontrolleure derartige Fälle in gleichbleibender Größenordnung. Etwa beim Schinken: Immer mehr Gastronomen greifen auf billige Schinken-Imitate zurück. Den bayerischen Behörden ist dies seit mehr als 15 Jahren bekannt, und auch dass sich die Qualität dieser Ersatz-Produkte erheblich verschlechtert hat.

Es wäre Aufgabe der Ämter, den Betrug zu unterbinden. Doch stattdessen führen sie weiterhin anonyme Statistiken und geben noch ein paar Tipps, wie der Verbraucher echten Schinken vom Imitat unterscheiden kann. Das ist, als wäre massenhaft Falschgeld im

Umlauf und die Polizei verfolgte nicht die Falschmünzer, sondern erklärte nur, wie man die Blüten erkennt.

Der ungebrochene Trend, Gästen Gelschinken als echten Schinken unterzujubeln, zeigt auch: Verwarnungen oder Bußgelder greifen nicht. Der Ruf nach höheren Geldstrafen ist daher zwar populär, aber wenig zielführend. Abschreckung muss her: Die Betrüger beim Namen zu nennen, ist die einzige wirksame Maßnahme. Dagegen wehrt sich die Lebensmittellobby, obgleich so doch eine angeblich zu Unrecht diskreditierte Branche vom Generalverdacht entlastet werden würde.

Es gibt noch eine weitere Form der Täuschung, die ganz legal ist. Hersteller täuschen mit Werbeaussagen, Bildern und irreführenden Kennzeichnungen Qualitäten vor, die nicht real sind: Spreewaldgurken müssen nicht aus dem Spreewald kommen, Tütensuppen enthalten Glutamat, obwohl «ohne Geschmacksverstärker» drauf steht, das «natürliche Aroma» im Erdbeerjoghurt wird nicht aus den roten Beeren gewonnen, sondern aus Pilzkulturen. Und so weiter und so fort. All dies ist legal, aber keineswegs legitim.

Lebensmittelkonzerne verhalten sich heute so ignorant wie früher Chemiekonzerne. Als diese giftige Abwässer in die Flüsse leiteten, sagten sie zu ihrer Verteidigung: Das ist doch nicht verboten. Heute ist es das — ein Erfolg der Umweltbewegung. Und ein Beleg dafür, dass auch der Kampf gegen legale Missstände richtig ist. Die Regeln auf dem korrumpierten Lebensmittelmarkt müssen sich ändern: Die Täter müssen beim Namen genannt werden und mit irreführenden Kennzeichnungen muss endlich Schluss sein. Damit die Lebensmittelindustrie endlich das tut, was in ihrer Verantwortung liegt: gute und sichere Lebensmittel zu produzieren.

(Quelle: <http://foodwatch.de>)

Text 5: VON DOSENFISCH UND ÖLSCHINKEN — WAS KUNST UND MARKT VERBINDET

*Was unterscheidet eigentlich eine Dose Ölsardinen von einem Kunstwerk?
Der Preis! Zumindest scheint diese Antwort zwangsläufig, wenn man sich
die jüngsten Entwicklungen der Kunstszene anschaut: Je höher der Preis,
desto größer die Kunst.*

Manchmal kann man schon meinen, dass ein eigenmächtiges Wesen die Geschicke der Menschen lenkt, das einen besonderen Gefallen an symbolträchtigen Koinzidenzen hat. So wird der 14. September 2008 Damien Hirst ganz anders in Erinnerung bleiben, als

den meisten seiner Zeitgenossen. Für diese ist es der Tag der globalen Finanzkrise, der Tag als die US-Privatbank Lehman Brothers Insolvenz anmelden musste. Für Hirst dagegen ist es der Tag, als er den Kunstmarkt revolutionierte und ihm — fast wie ein Monopolist des Schönen — seine Bedingungen diktierte. Für rund 140 Millionen Euro hat Hirst an diesem Tag seine Werke versteigert.

Dass hohe Preise für (scheinbar) exklusive Kunst bezahlt werden — 1999 zahlte ein Sammler für die Geige von Yehudi Menuhin umgerechnet 2,56 Millionen Euro — scheint dem Phänomen Kunst anzuhängen. Was den 14. September 2008 aus Sicht der Kunstwelt so bemerkenswert macht ist, dass Hirst erfolgreich mit den Gesetzen des Kunstmarktes gebrochen hat. Er und sein Studio haben die Auktion mit Werken befüllt, ohne eine Galerie als vermittelnde Instanz.

Mit Isabel Graw kann dies als Symptom einer beginnenden Verschmelzung von Kunst und Markt interpretiert werden. Die Mitbegründerin und alleinige Herausgeberin der *Texte zur Kunst* gilt als eine der führenden Kunsttheoretikerinnen Deutschlands. Wenn Kunst zur marktmäßig gehandelten Ware würde, befürchtet sie in ihrem Buch *Der große Preis. Kunst zwischen Markt und Celebrity*, gehe das verloren, was Kunst von einer Dose Fisch unterschieden hat: dass sie eben mehr sei, als ein Preis, der durch Angebot und Nachfrage geregelt werde.

Was, mag man nun fragen, macht Kunst zur Kunst. Damien Hirst ist hier sicherlich ein gutes und zugleich ein schlechtes Beispiel. Zu Recht wundert sich mancher, warum ein in Formaldehyd eingelegter Tigerhai — Hirsts vielleicht berühmtestes Werk *Die physische Unmöglichkeit des Todes in der Vorstellung eines Lebenden* — als Kunstwerk gilt. Das Gleiche ließe sich auch angesichts Joseph Beuys *Fettecke* oder *Fettstuhl* fragen. Natürlich hat sich das Verständnis von Kunst radikal gewandelt, wenn man Albrecht Dürers *Betende Hände* als Bezugsgröße wählt. Dennoch: Gemein ist all diesen Werken, dass sie auf ihre je eigene Art außerordentlich und einzigartig sind. Heute eine Katze oder einen Karpfen in Formaldehyd zu gießen ist eben keine Kunst mehr, sondern Abklatsch, billige Kopie. Und die hätte auf dem (Kunst-)Markt wohl keine Chance.

Mit Recht weist Graw in ihrem Buch darauf hin, dass es durchaus Analogien zwischen einem Kunstwerk und einem Luxusgut gibt — auch wenn dem Kunstwerk der Gebrauchswert fehle. Selbst eine sündhaft teure Uhr hat noch immer eine Funktion jenseits des bloßen Daseins oder Teuerseins: Sie zeigt die Uhrzeit an. Ein Kunstwerk hat eine solche Funktion, die jenseits der künstlerischen Arbeit oder Idee existiert, ja gerade nicht. Der Luxusuhr, um im Bild zu bleiben, fehlt

laut Graw zweierlei: «kulturelle[s] und soziale[s] Prestige» sowie «die Aura des kulturell Bedeutungsvollen». Was Kunst in diesem Sinne von der Uhr oder einem — im Vergleich zu Hirsts Hai in Formaldehyd — spottbilligen Edelsportwagen auszeichnet, ist und kann folglich nicht der Marktwert sein, sondern muss der Symbolwert sein, jene, wie es Graw formuliert, «Manifestation einer materiell nicht messbaren, schwer zu quantifizierenden Auszeichnung».

Die Parallelen zum Markt für Luxusgüter? Was macht den Erfolg teuren Spielzeugs aus? Sicherlich auch geschicktes Marketing, das die Diamantuhr oder den Eine-Million-Euro-Sportwagen glaubhaft zur Essenz eines trendig-erfolgreichen Lebens stilisieren. Ohne einen Bugatti Veyron ist der Superreiche von Welt eben nur noch superreich; ohne das gewisse Etwas ...

Analog haben heute manche Künstler vor allem darum Erfolg, weil sie die Mechanismen und Funktionsbedingungen des Kunstmarktes begriffen haben. Und weil sie diese Mechanismen für die Vermarktung ihrer Kunst einsetzen. Hier mag man sich dann fragen, wo die Parallelen zwischen einem Bugatti und dem Hai in Formaldehyd enden. Am Ende bleibt zu hoffen, dass sich Kunst auch in Zukunft aufgrund ihrer Qualität und nicht wegen der klügeren Marketingstrategie durchsetzt.

*(Dr. Andreas M. Bock,
<http://www.goethe.de/ges/soz/wsc/de6075266.htm>)*

Kapitel 2: Zusammenfassung

Einführung: Was ist eine Zusammenfassung?

Im beruflichen Leben, aber auch im Alltag sind wir alle oft mit der Aufgabe konfrontiert, über etwas — einen Zeitungsartikel oder eine wissenschaftliche Arbeit, ein Buch oder einen Film, ein Theaterstück oder ein Ereignis — *kurz und sachlich zu berichten*. Anders gesagt gibt es nicht selten Situationen, in denen wir aus Zeitmangel oder auch anderen Gründen gezwungen sind, unserem Chef, Lehrer oder einfach einem Bekannten die Inhalte eines Themas *klar und deutlich auf den Punkt zu bringen*.

Und wenn wir eben so vorgehen und einen größeren Informationsumfang in *einigen knappen Sätzen* wiedergeben, dann machen wir *eine Zusammenfassung* des Gelesenen, des Gesehenen oder des Gehörten. Eine Zusammenfassung ist demzufolge eine kurze *Inhaltsangabe* oder eine Übersicht über den *wesentlichen Inhalt (das Wichtigste)* eines Textes, Filmes oder Ereignisses. (Auch die englische Bezeichnung *Summary* ist in wissenschaftlichen Arbeiten üblich. Im Ukrainischen wäre die beste Entsprechung der Begriff *анотація*.)

1. Durch welche wichtigsten Merkmale zeichnet sich eine Zusammenfassung aus? Notieren Sie sich entsprechende Stichworte und vergleichen Sie Ihre Notizen.

2. Vergleichen Sie die folgenden Definitionen mit den obigen Erläuterungen. Nennen Sie Gemeinsamkeiten und Unterschiede.

a) Анотація — це коротка стисла характеристика змісту книги, статті, рукопису тощо. В ній зосереджується увага на найсуттєвішому: зміст роботи та її мета. Анотація допомагає під час добору та вивчення літератури з того чи іншого питання. (Отже, якщо Вам потрібно швидко ознайомитися із зміс-

том книги й отримати про неї перше уявлення, читайте анотацію.)

б) Анотація — коротка характеристика документа з погляду його змісту, призначення, форми та інших особливостей. Анотація містить узагальнену характеристику документа/твору/праці; вона не переказує їх зміст (на відміну від реферату), а розкриває їх тематику, читацьку адресу, інші ознаки, які можуть цікавити читачів та користувачів.

3. Lesen Sie nun einige weitere Erläuterungen zum Thema «Zusammenfassung», erfüllen Sie die angegebenen Aufgaben und erweitern Sie dabei Ihre thematische Stichwortliste (s. Aufgabe 1).

3.1. Welche Verben und in welcher Form fehlen in den Lücken?

Zusammenfassungen ... wesentlich kürzer als Originaltexte. Bei einem Buch, einer Dissertation oder Ähnlichem ... die Inhaltsangabe in der Regel eine halbe bis maximal eine Seite Umfang. Sie ... die wichtigsten Ergebnisse und verwendeten Methoden in allgemeiner (nicht zu spezieller) Fachsprache Zusammenfassungen ... keine Interpretationen oder Bewertungen.	darstellen haben enthalten sein
--	--

3.2. Ergänzen Sie fehlende Endungen.

Texte zusammenzufassen ist der Schlüssel zu ihr... Verständnis. Denn durch ein... Zusammenfassung d... Gelesenen verschaffen Sie sich ein... Überblick und filtern die wichtig... Informationen heraus. Ob für Beruf oder Schule, ob Roman, Drama oder Sachtext: Die Zusammenfassung hilft Ihnen, ein... Text zu strukturieren.

3.3. Ergänzen Sie fehlende Präpositionen (wenn nötig, mit dem entsprechenden Artikel).

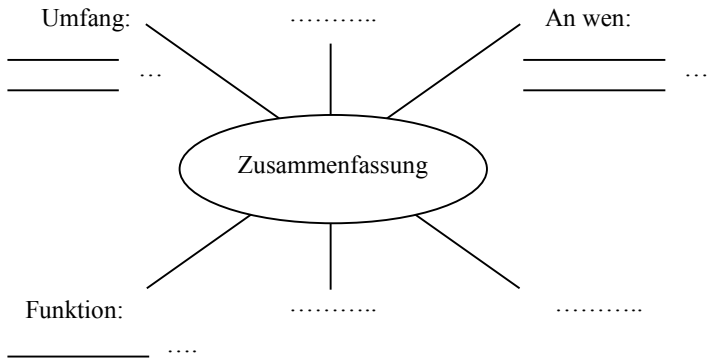
um, mit, über, für, bei, als, im, auf, in, auf, über, in
--

... Zusammenfassungen geht es ... Wesentlichen dar..., den Leser ... kurzer und knapper Form ... ein Thema und dessen Inhalte zu informieren und ihm ... diese Weise einen Überblick zu vermitteln. Viele wissenschaftliche Arbeiten beginnen auch ... einer

Zusammenfassung. Sie wird ... diesem Zusammenhang ... *Abstract* bezeichnet und beinhaltet eine kompakte Übersicht ... die folgenden Inhalte, die Kernfragen und die wichtigsten Ergebnisse.

Sprachlich und stilistisch gilt ... eine Zusammenfassung, dass diese knapp, präzise, sachlich, informativ und neutral geschrieben wird. Das bedeutet, der Verfasser verzichtet ... Wertungen, Beurteilungen oder sprachliche Ausschmückungen.

4. Gruppenarbeit: Erstellen Sie in kleinen Gruppen (2–3 Studenten) anhand aller gewonnenen Informationen Mind Maps (Gedankenkarten) zum Begriff «Zusammenfassung» und präsentieren Sie Ihre Zeichnungen mit entsprechenden Erläuterungen im Unterricht.



5. Formulieren Sie in einem Satz eine Definition des Begriffs «Zusammenfassung».

Hauptteil: Wie schreibt man eine gute Zusammenfassung?

Nun wollen wir lernen, *wie* eine Zusammenfassung geschrieben wird und *welche Punkte* dabei zu beachten sind. Vorab möchten wir aber darauf verweisen, dass das Erstellen einer Zusammenfassung ein kreativer und subjektiver Prozess der analytisch-synthetischen Bearbeitung von Texten ist, der dem Autor logisches Denken und gute Sprachbeherrschung abverlangt. Dieser Prozess ist aber auch formalisiert, d.h. an bestimmte Normen und Schritte geknüpft. Die Fähigkeit, gute Zusammenfassungen zu schreiben, kann deshalb

erlernt werden, und dieser Aufgabe widmen wir uns in diesem Kapitelteil.

Wenn Sie also eine Zusammenfassung zu schreiben haben, würden wir Ihnen folgende Vorgehensweise empfehlen:

1. Vorbereitung:

1.1. Lesen Sie den Text zunächst durch, klären Sie beim zweiten sorgfältigen Lesen unbekannte Wörter und unklare Textstellen, so dass Ihnen der Inhalt des Textes klar und verständlich wird.

1.2. Halten Sie die wichtigsten Aussagen des Textes oder den Handlungsablauf *in Stichworten* fest. (Das hilft Ihnen zu entscheiden, welche Details Sie weglassen und auf welche Einzelheiten Sie verzichten können.) Ihre Stichworte sollten Antworten auf die sogenannten W-Fragen (was, wer, wo, wie, wann, warum) geben, sofern diese im Text eine Rolle spielen.

1.3. Sie können auch wichtige Wörter oder Satzteile, die vor allem Ursache-Wirkung- oder Grund-Folge-Beziehungen widerspiegeln, im Text markieren.

2. Schreiben einer Zusammenfassung:

Eine Zusammenfassung wird in der Regel in eine Einleitung, einen Hauptteil und einen Schlussteil gegliedert.

2.1. In der *Einleitung* werden — wenn diese Informationen vorhanden sind — Titel, Autor, Textart, Textquelle, Ort, Zeit und Hauptpersonen der Handlung genannt. Dann wird in einem zusammenfassenden Satz der Inhalt des Textes geschildert (*Kernaussage!*).

2.2. Im *Hauptteil* werden alle wesentlichen Aspekte beschrieben, die im Originaltext vorkommen, oder es werden die wichtigsten Geschehnisse in der richtigen zeitlichen Folge wiedergegeben.

2.3. Im *Schlussenteil* kann auf die Absicht des Autors («Was wollte der Autor damit sagen?») oder auf stilistische oder sprachliche Eigenschaften des Textes eingegangen werden.

Wichtig: Eine Bewertung (z.B. wie Ihnen das Buch/der Film gefallen hat) gehört in eine Zusammenfassung nicht rein!

3. Korrekturlesen:

Es ist ratsam, den fertigen Text der Zusammenfassung auf Rechtschreibung, Zeichensetzung, Grammatik und Ausdruck zu prüfen. Was den Ausdruck angeht, so können Sie sich folgende Fragen stellen: Kommen Wiederholungen vor? Sind einige Sätze vielleicht zu lang und «holprig»? Sind Informationen durch Konjunktionen sinnvoll verknüpft? Würde jemand, der den Originaltext nicht kennt, meine Zusammenfassung verstehen?

6. Ordnen Sie die Tipps richtig zu.

Einleitung	Hauptteil	Schluss
...	— Gehen Sie nicht auf unrelevante Einzelheiten ein.	...
	...	

1. Erklären Sie in einem Satz kurz, worum es überhaupt geht. 2. Schreiben Sie die Aussageabsicht des Textes nieder. 3. Geben Sie das Wichtigste (den Inhalt) mit eigenen Worten wieder. 4. Geben Sie das Wesentlichste an, so dass der Leser weiß, worum es im Originaltext geht. 5. Erläutern Sie kurz, wovon die Rede im Text ist. 6. Geben Sie das Wichtigste der Handlung in zeitlich korrekter Reihenfolge an. 7. Nennen Sie Autor, Titel und Textart. 8. Vermitteln Sie dem Leser nur die Informationen, die er benötigt, um das Thema zu verstehen. 8. Versuchen Sie den Großteil der W-Fragen zu beantworten. 9. Stellen Sie die Inhalte kurz und kompakt dar. 10. *Gehen Sie nicht auf unrelevante Einzelheiten ein.*

7. Beantworten Sie folgende Fragen.

1. Welche Schritte ist es sinnvoll beim Erstellen einer Zusammenfassung zu befolgen? 2. Was soll bei der Vorbereitung einer Zusammenfassung beachtet werden? 3. Wie kann man wesentliche Informationen eines Textes festhalten? 4. Welche Angaben gehören in die Einleitung einer Zusammenfassung? 5. Worauf wird im Hauptteil eingegangen? 6. Was kann man im Schluss einer Zusammenfassung verdeutlichen? 7. Was ist beim Korrekturlesen einer Zusammenfassung zu beachten? 8. Wird Kreativität beim Schreiben von Zusammenfassungen verlangt? 9. Warum ist jede Zusammenfassung subjektiv gefärbt?

8. Erweitern und verfeinern Sie Ihre Mind Maps (s. Aufgabe 4). Arbeiten Sie wieder in kleinen Gruppen.

9. Sind die folgenden Kurzttexte gelungene Zusammenfassungen? In wie weit entsprechen Sie den obigen Empfehlungen? Machen Sie eine Diskussionsrunde.

a) *Silvia Schroll-Machl. Die Deutschen — Wir Deutsche:* Silvia Schroll-Machl berichtet auf dem Hintergrund langjähriger Praxis als interkulturelle Trainirin und Wissenschaftlerin über viele typische

Erfahrungen mit Deutschen und typische Eindrücke von Deutschen. Es geht ihr aber auch darum, diese Erlebnisse und Erfahrungen aus deutscher Sicht zu beleuchten, damit die nicht-deutschen Partner entdecken, wie Deutsche eigentlich das meinen, was sie sagen und tun. Zudem beschäftigt sich die Autorin auch mit den kulturhistorischen Hintergründen, die Deutsche prägen.

b) *Serhij Zhadan. Hymne der demokratischen Jugend*: Der Autor lebt in der Ostukraine und erzählt im Buch «Hymne der demokratischen Jugend» in sechs separaten Geschichten von Drogenhändlern, Organschmugglern, Prostituierten, Romas, die in der ostukrainischen Metropole Charkiw wohnhaft sind und ums Überleben kämpfen. Auf der Suche nach erfolgsversprechenden Marktlücken entwickeln die jungen Menschen in den sechs witzigen Episoden ausgefallene Geschäftsideen, beginnen hoffnungsvoll einen Neustart und scheitern oft heroisch. Das Buch beschreibt sprachlich brillant und dynamisch die ganzen Turbulenzen in der postkommunistischen Ukraine.

c) *Robert Zemeckis. Forrest Gump*: «*Forrest Gump*» ist eine US-amerikanische Literaturverfilmung des gleichnamigen Romans von Winston Groom unter der Regie von Robert Zemeckis aus dem Jahre 1994. Die Figur von Forrest Gump spielt Tom Hanks, der dafür mit einem Oskar als bester Hauptdarsteller ausgezeichnet wurde. Dem Film wurden insgesamt sechs Oskars und drei Golden Globes vergeben.

Im Film erzählt Forrest Gump in mehreren Episoden sein ganzes Leben. Seine Biografie besteht aus einer Abfolge von überraschenden Fügungen: Er taucht häufig da auf, wo Geschichte geschrieben wird, z. B. bei den Rassenunruhen in Tuscaloosa oder im Vietnamkrieg, und begegnet vielen berühmten Persönlichkeiten, darunter John F. Kennedy, John Lennon und Richard Nixon.

Andererseits zieht sich durch sein Leben wie ein roter Faden die Geschichte seiner Beziehung zu Jenny. Sie taucht in seinem Leben immer wieder unerwartet auf, um ebenso unvermittelt wieder zu verschwinden. Ein glückliches Ende gibt es nicht: Kurz nach der Hochzeit stirbt Jenny an einer unheilbaren Krankheit und Gump sorgt allein für ihr gemeinsames Kind.

d) *Patrick Süskind. Das Parfum: Die Geschichte eines Mörders*: «*Das Parfum*» (1985) ist das bekannteste Werk Patrick Süskinds, eines deutschen Schriftstellers und Drehbuchautors. Der Roman handelt vom Leben eines menschenverachtenden Geruchsfetischisten, das er von der Geburt bis zum Tod in chronologischer Reihenfolge erzählt. Die Geschichte von Jean-Baptiste Grenouille, der Hauptfigur des Buches, spielt im 18. Jahrhundert in Frankreich. Seit seiner

Geburt ist er den Menschen unheimlich, einerseits, weil er nicht den geringsten Eigengeruch verströmt, andererseits, weil er selbst übermenschlich gut riechen kann. Dank dieser Fähigkeit stellt er ein Parfum her, mit dem er sich die Liebe der Menschen erschleicht. Das Parfum erhält er aber, indem er junge Frauen tötet und ihren Duft gewinnt. Als er dann mit seiner «Erfindung» die Menschen in orgiastische Verzückungen versetzt, empfindet er selbst keinen Triumph, sondern nur Hass und Ekel. Die präzisen und bis ins Detail gehenden Beschreibungen der Gerüche, der jeweiligen Orte, Gegenstände oder Personen zeichnen die Sprache des Romans aus, seine Botschaft bleibt aber äußerst diffus.

10. Schreiben Sie nun eine Zusammenfassung Ihres Lieblingsbuches oder -filmes. Lesen Sie Ihre Zusammenfassung vor und fragen Sie nach der Meinung Ihrer Kommilitonen.

Damit Ihre Zusammenfassungen optimal ausfallen, sollten Sie noch einige weitere Regeln und Tipps befolgen:

- Die wichtigste Zeitform für eine Zusammenfassung ist das **Präsens**, bei Vorzeitigkeit gebraucht man das Perfekt, damit die jeweilige Geschichte vergegenwärtigt wird. Gelegentlich werden Zusammenfassungen auch im Präteritum geschrieben — das betrifft vor allem Zusammenfassungen von Zeitungsartikeln.
- In der Zusammenfassung werden keine Zitate aus dem Text verwendet.
- Die direkte Rede wird nicht verwendet. Die indirekte Rede wird nur in Ausnahmefällen eingesetzt, wenn das für das Verständnis des Textes unbedingt notwendig ist.
- Es wird eine sachliche und nüchterne Sprache verwendet, auf die Umgangssprache wird verzichtet.
- Es ist empfehlenswert, Sätze der Zusammenfassung mit Konjunktionen zu verknüpfen, damit ein zusammenhängender Text entsteht.
- Keine Passagen aus dem Originaltext dürfen abgeschrieben werden. Der Verfasser sollte die Inhalte in seinen eigenen Worten wiedergeben.
- Zusammenfassungen werden aus der Sicht eines «allwissenden Erzählers» geschrieben.
- Eine Zusammenfassung sollte inhaltsgetreu, logisch, nachvollziehbar und chronologisch sein.

11. Formulieren Sie Fragen zu allen Regeln und Tipps und lassen Sie Ihre Kommilitonen diese Fragen beantworten.

12. Geben Sie anhand der folgenden Aussagen Ihrer Partnerin/Ihrem Partner Tipps, wie eine richtige Zusammenfassung zu schreiben ist.

Beispiel: Es ist ratsam, den Text erstmal durchzulesen, damit Sie wissen, worum es geht. — *Lies den Text erstmal durch, damit du weißt, worum es geht.*

1. Dann empfiehlt es sich, den Text noch einmal zu lesen, um unbekannte Wörter zu klären und alle Details zu verstehen. 2. Sie können sich beim Lesen Notizen machen oder wichtige Wörter im Text unterstreichen. 3. Ihre Zusammenfassung ist mit einer Einleitung zu beginnen. 4. In der Einleitung sind der Buch- oder Texttitel sowie der Autorenname anzugeben. 5. Außerdem sollte in der Einleitung in einem Satz der wesentlichste Inhalt (das Thema) des Textes bzw. des Buches ausgedrückt werden. 6. Der Text ist auf das Wesentliche (die wichtigsten Fakten) zu kürzen. 7. Unwichtige Textpassagen müssen unbedingt weggelassen werden. 8. Beim Schreiben einer Zusammenfassung sollten Sie auf Wertungen und Interpretationen verzichten. 9. Vermeiden Sie deshalb Substantive und Adjektive, die den Eindruck erwecken, dass Sie zum Geschehen Stellung nehmen. 10. Die Zusammenfassung ist vom Standpunkt eines «allwissenden Erzählers» aus (in der 3. Person Singular) zu schreiben, wenn der Text auch in der Ich-Form steht. 11. Als Zeitform ist in der Zusammenfassung das Präsens zu verwenden. 12. Es ist sinnvoll, Ihre Zusammenfassung zum Schluss zu überprüfen und dabei besonders auf Schreibfehler zu achten.

12. Die obigen Erläuterungen lassen den Schluss zu, dass sich eine gelungene Zusammenfassung an einigen wichtigen Prinzipien orientiert. Dies wären:

- a) Prinzip der Originaltreue;*
- b) Prinzip der Kürze;*
- c) Prinzip der Relevanz;*
- d) Prinzip der Kohärenz und*
- e) Prinzip der Adressatenorientierung.*

Welcher Satz erklärt welches Prinzip?

a) ___; b) ___; c) ___; d) ___; e) ___.

1. Auch eine Zusammenfassung sollte ein interessant geschriebener, logisch aufgebauter und zusammenhängender Text sein. 2. Der Verfasser sollte keine bestimmten Vorkenntnisse voraussetzen und seine Zusammenfassung so schreiben, dass sie für möglichst jeden Leser verständlich ist. 3. Der Verfasser sollte neutral und wertungsfrei schreiben und die Zusammenfassung nicht durch seine eigene Auffassung verfälschen. 4. Der Verfasser sollte sich nur auf das Wesentliche konzentrieren. 5. Eine Zusammenfassung sollte in kurzer und knapper Form verfasst werden.

13. Nun wäre es angebracht, wenn Sie Ihre Mind Maps (s. Aufgaben 4 und 8) vollenden und das Endergebnis in der Gruppe diskutieren würden.

14. Jetzt machen wir eine praktische Übung — wir schreiben eine Zusammenfassung zu einem konkreten Text.

14.1. Lesen Sie den Text, schreiben Sie all die Wörter heraus, die Ihrer Meinung nach den Sinn dieses Textes ausmachen und notieren Sie sich ihre deutschen Entsprechungen.

Процес розробки нових товарів

Шлях товару на ринку починається з розробки та впровадження нової ідеї. Ось чому інноваційна політика є основою товарної політики.

Інноваційна політика — це процес пошуку ідеї та створення нового товару з урахуванням потреб споживачів, виведення нового товару на ринок, спостереження за тим, що відбувається з товаром на ринку.

Можна виділити кілька типів нових товарів:

- світові новинки — принципово новий товар, аналогів якому на ринку до його появи не було (факсимільний та мобільний зв'язок, телевізор, комп'ютер);
- докорінно вдосконалені товари, що задовольняють потреби, які раніше задовольняли інші товари-аналоги, подібні за способом застосування (парова турбіна щодо парової машини, лазерні звуковідтворювальні диски щодо платівок, відеокамера щодо кінокамери тощо);

- модифіковані товари, які вже є на ринку, з деякими вдосконаленнями, що не змінюють докорінно їхніх характеристик (відеомагнітофони з цифровою системою запису, фотоапарати — з автоматичною системою визначення відстані й витримки та ін.);
- товари ринкової новизни — товари, які існують на інших ринках, але є новими для даного (недавно на вітчизняному ринку з'явилися біо-телевізор, водяне ліжко);
- товар нової сфери використання (добре відомий «скотч» спеціального побутового призначення застосовується для очищення верхнього одягу від пуху та порошинок).

Нові товари, які є результатом вдосконалення та модифікації наявних товарів, становлять 45 % всіх нових товарів; товари, які є доповненнями до наявної асортиментної групи і забезпечують більшу глибину асортименту, — 25 %; нові асортиментні групи, що розширюють номенклатуру компанії, — 20 %; а світові новинки — лише 10 %.

Створення принципово нових товарів, як будь-яка інновація, є великим ризиком. Появі одного товару, що має комерційний успіх на ринку, передує розробка 80—100 невдалих ідей. Але на цьому ризик лише починається. Статистика свідчить, що збитковими виявляються 40 % товарів широкого вжитку, 20 % товарів промислового призначення та 18 % послуг.

До речі, краху нових товарів не уникають навіть корпорації-гіганти: SONY зазнала невдачі з відеомагнітофонами, що використовують касети типу «бета», DU PONT — із штучною шкірою «Корфам», а корпорація FORD — з автомобілем «Едсел». Причини невдач різні: SONY недостатню увагу приділяла формуванню каналів збуту, свою роль відіграла також позиція конкурентів, які виготовляють відеокасети типу VHS. DU PONT і FORD не зуміли зорієнтуватися в запитах споживачів.

Чітка визначеність щодо того, які товари становлять для ринку інтерес — це перший і важливий крок у напрямі розробки товарів, які «приречені» на комерційний успіх. Розробка товарів як невід'ємний складник маркетингової політики є засобом досягнення маркетингових цілей.

Для генерації (пошуку) ідей нових товарів можуть бути використані різні джерела — зовнішні (покупці, конкуренти, посередники) та внутрішні, тобто сама фірма — її керівництво, фахівці з маркетингу, інженери, торговий персонал.

Варто зазначити, що ринок, тобто зовнішні джерела (насамперед споживачі), є найбагатшим на ідеї. При цьому йдеться не про те, що споживачі дають чітку відповідь на запитання, яка саме новинка має бути запропонована, а про постійне вивчення проблем і потреб споживачів, результатом якого і має стати розробка нових товарів, які краще, безпечніше, приємніше і т.д. за існуючі на ринку задовольняють ці потреби.

Участь у виставках та ярмарках, аналіз публікацій у пресі, радіо- та телевізійних програм, каталогів, спеціальної літератури, реклами конкурентів, повідомлень галузевих об'єднань, вивчення патентів — все це може стати поштовхом до появи нових ідей, а потім і нових товарів.

14.2. Bestimmen Sie die Art dieses Textes (Ist es eine Erzählung, ein Zeitungsartikel oder vielleicht ein wissenschaftlicher Sachtext?) und sein Hauptthema (Worum geht es im Text? Mit welcher Problematik setzt sich der Autor dieses Textes auseinander?).

14.3. Versuchen Sie die Antworten auf die Fragen der Aufgabe 14.2. in einem Satz unterzubringen. Damit schreiben Sie den Einleitungssatz (die Einleitung) für Ihre Zusammenfassung.

14.4. Versuchen Sie nun das Wesentliche (keine Details, keine Beispiele usw.) des gelesenen Textes in 4 bis 6 Sätzen zum Ausdruck zu bringen. Damit schreiben Sie den Hauptteil Ihrer Zusammenfassung.

14.5. Jetzt bleibt nur noch der Schlusssatz: An wann wendet sich der Autor mit seinen Erläuterungen? Für wen könnte dieser Text von Interesse sein?

14.6. Ihre Zusammenfassung ist fertig! Lesen Sie sie langsam durch und korrigieren Sie eventuelle Fehler oder verbessern Sie eventuelle Unzulänglichkeiten im Ausdruck.

14.7. Lesen Sie Ihre Zusammenfassung vor und fragen Sie nach der Meinung Ihrer Kommilitonen.

14.8. Zum Vergleich können Sie sich auch unsere Variante der Zusammenfassung des angeführten Textes anschauen.

Dieser wissenschaftliche Fachtext mit dem Titel «Entwicklung neuer Waren» führt in die Problematik der Entstehung neuer Produkte ein und macht den Leser auf die Bedeutsamkeit der Innovationspolitik im Wirtschaftsbereich aufmerksam.

Inhaltlich lassen sich die Textausführungen in zwei Teile gliedern. Einerseits wird in fünf Punkten eine Klassifikation von neuen Waren vorgestellt und darauf hingewiesen, welche durchschnittlichen Anteile die angeführten Arten von neuen Waren auf den heutigen Märkten haben. Andererseits werden vielfältige Möglichkeiten und Quellen erläutert, wie man die «Interessen» der Märkte erschließen und zu Ideen für neue Marktprodukte kommen kann. Dabei werden auch die Risiken unterstrichen, mit denen die Entwicklung und Markteinführung neuer Waren verbunden sind.

Diese Erkenntnisse sind wichtig und empfehlenswert für alle, die unternehmerisch tätig sind oder sich auf unternehmerische Tätigkeit vorbereiten.

Sie haben sich bestimmt bereits gedacht haben, das für eine gute Zusammenfassung *entsprechende Redemittel* und *passende Formulierungen* mitentscheidend sind. Eine Zusammenfassung kann natürlich mit «*In diesem Text geht es um ...*» beginnen, was von einem Schüler auch anders kaum zu erwarten ist. Ein Student in höheren Semestern sollte sich aber mehr bemühen und stattdessen vielleicht «*Der Autor des Textes erörtert die Frage ...*» schreiben. So ein Satz würde davon zeugen, dass Sie sich Gedanken gemacht und am Ausdruck gearbeitet haben.

Damit Ihre Zusammenfassungen nicht zu einfach aussehen, damit Sie immer die Möglichkeit haben, den Ausdruck zu variieren, damit Ihre Zusammenfassungen logisch und übersichtlich ausfallen, **merken Sie sich die folgenden Redemittel.**

Einleitung

Im Text mit dem Titel «...» wird das Thema/die Frage ... erläutert/erörtert.

Der Artikel «...» ist am ... in der Zeitung ... erschienen. Er behandelt das Thema

Die Erzählung «...» von ... wurde im Jahr ... geschrieben, ihre Handlung spielt in ... und der Autor beschäftigt sich dabei mit dem Problem

Hauptteil

Die Autorin zeigt/stellt fest, dass

Im Text wird dargelegt, dass Im Anschluss daran wird erläutert, dass/was/wie

Der Autor meint/ist der Ansicht/unterstreicht/macht darauf aufmerksam, dass

Informationen werden nach Möglichkeit mit Konjunktionen oder Adverbialsätzen verknüpft:

— zeitlich: zunächst, dann, danach, darauf, später, schließlich, während, nachdem;

— logisch: da, weil, obgleich, obwohl, damit, folglich, so dass, um ... zu;

— gliedernd: erstens, zweitens, ..., einerseits, andererseits, auf der einen Seite, auf der anderen Seite.

Schluss

Zusammenfassend kann man sagen, dass

Der Autor zieht aus ... die Schlussfolgerung, dass

15.1. Folgen Sie den Schritten der Übung 14 und schreiben Sie jetzt eine Zusammenfassung des Textes «Marketing-strategie». Benutzen Sie dabei die Redemittel, die Ihnen in obigen Ausführungen empfohlen wurden.

Маркетингова стратегія

При розробці маркетингової стратегії існує ціла низка можливостей, з яких можна робити вибір, оскільки кожен визначений планом мету можна досягти різними способами. Так, наприклад, мета збільшення обороту може бути досягнута підвищенням середньої ціни на всі технічні прилади, які виробляє ваше підприємство, збільшенням обсягів збуту чи продажем більшої кількості техніки з додатковим оснащенням. Але кожна з цих цілей — знову ж таки — може бути досягнута різними шляхами. Обсяги збуту можна збільшувати, стимулюючи зростання ринку або виборюючи собі більшу частину на цьому ринку. Досягти росту ринку можна, якщо вдасться переконати багатьох нових клієнтів придбати собі домашній комп'ютер або схилити вже існуючих користувачів до частішої заміни їх старих приладів. Відслідковуючи цю піраміду цілей зверху вниз, можна визначити суттєві стратегічні можливості для будь-якої продуктової лінії.

Наступним кроком необхідно прийняти принципове рішення щодо того, які з цих стратегічних можливостей є для вас пріори-

тетними. Цей базовий стратегічний висновок може бути сформульований, приміром, як звичайний послідовний текст.

Альтернативно до цієї форми базова стратегія може бути викладена також як перелік положень щодо найважливіших елементів маркетингу.

При розробці стратегії відповідальний менеджер повинен залучити до цього процесу також інших керівників, чия участь в проекті матиме визначальне значення щодо його успіху або невдачі. Тому відповідальний менеджер має провести обговорення цього питання з особами, відповідальними за постачання та виробництво, щоб сприяти зменшенню витрат, та встановити, що їх підрозділи можуть закуповувати достатньо матеріалу та виробляти достатню кількість продукції, щоб можна було досягти запланованого обсягу обороту. Крім цього, він має дійти згоди з керівником відділу продаж, щоб отримати з його боку необхідну підтримку, а також з фінансовим директором, щоб він (менеджер) міг бути впевненим у тому, що буде виділено достатньо коштів.

Тепер кожен елемент маркетингової стратегії повинен бути опрацьований таким чином, щоб були сформульовані відповіді на такі наступні чотири запитання: Що має бути зроблено у кожному конкретному випадку? Коли це буде зроблено? Хто буде виконувати ту чи іншу роботу? Скільки це буде коштувати?

Готуючи план заходів, менеджер, відповідальний за той чи інший продукт, складає попередній бюджет, який служить для прогнозування результату. В частині надходжень зазначаються прогнозований об'єм збуту у кількості штук та середня ціна продаж. В частині видатків відображаються витрати виробництва, маркетингової логістики та маркетингу, розбиті за кожним з аспектів на відповідні підпункти.

15.2. *Vergleichen Sie: Was ist Ihnen besser gelungen und welche Teile sind bei Ihnen schlechter ausgefallen?*

Dieser Text stellt eine populärwissenschaftliche Behandlung des Problems der Entwicklung einer Marketingstrategie dar.

Zu Beginn verweist der Autor auf eine Vielfalt von Möglichkeiten bei der Erstellung einer Marketingstrategie und verdeutlicht diese Aussage mit konkreten Beispielen. Danach werden konkrete Schritte erörtert, die der verantwortliche Manager tun sollte, um eine gut begründete Marketingstrategie zu erarbeiten.

Der Text bietet eine Art Checkliste, mit deren Hilfe Marketingverantwortliche eine professionelle Marketingstrategie entwickeln können.

16. Ordnen Sie die angeführten Redemittel den einzelnen Teilen einer Zusammenfassung zu. Einige Formulierungen sind nicht eindeutig zu klassifizieren.

<i>Einleitung</i>	<i>Hauptteil</i>	<i>Schluss</i>
...

1. In der Einleitung des Textes schildert der Autor .../ wird ... beschrieben. 2. Zum Schluss fasst der Autor ... zusammen. 3. Zu Beginn/ Im Hauptteil legt der Autor dar, 4. Im Text «...» informiert uns ... (Name des Autors) über 5. ... (das Wesentliche des Textes) — darüber informiert uns ... (Name des Autors) im Text / in seiner Studie «...». 6. Der Autor setzt sich mit der Frage / dem Problem ... auseinander. 7. Der Text beschäftigt sich mit der Problematik / dem Thema 8. Der Autor (oder Name des Autors) schildert uns in seinem Text «...» 9. Im Text «...» erörtert der Autor 10. ... (Titel des Textes) ist eine detaillierte und praktische Einführung in ... (Thema/Problem). 11. Der Autor erklärt zunächst, wie Dann konzentriert er sich auf 12. Im Text «...» wird die Bedeutung von ... unterstrichen. 13. Der Autor bezieht sich auf ... und stellt fest,

Schlussteil: Übung macht den Meister.

Nicht nur «Übung macht den Meister» sagt der deutsche Volksmund, sondern auch «Es ist noch kein Meister vom Himmel gefallen». Deshalb ist Ihre Aufgabe klar: Sie müssen viel üben, damit Ihre Zusammenfassungen in Form und Ausdruck allen Anforderungen entsprechen. Viel Erfolg!

17. Welche Präpositionen und Endungen fehlen in den Lücken?

a) 1. Der Autor verdeutlicht seine theoretisch... Aussagen ... konkret... Beispielen aus der praktisch... Tätigkeit. 2. Der Autor bezieht sich ... die vor kurzem veröffentlicht... Studie der Nationalbank und beschäftigt sich ... einig... Fragen der zukünftig... Entwicklung des Bankensystems des Landes. 3. Der Text informiert uns ... die vier Freiheiten innerhalb des EU-Binnenmarktes, konzentriert sich aber vor allem ... d... frei... Verkehr von Waren und Dienstleistungen. 4. Der Autor verweist ... viele ungelöst...

Probleme und zieht deshalb ... sein... Ausführungen eine pessimistisch... Schlussfolgerung. 5. Der Text führt ... die Problematik der aktuell... Arbeitsmarktsituation ein und macht ... die ständig wachsend... Bedeutung von E-Mail-Bewerbungen aufmerksam. 6. Der Text lässt sich ... drei logisch nacheinander folgend... Teile gliedern.

b) Wolfgang Sticklers Artikel «Richtig austauschen», der ... der Fachzeitschrift «managerSeminare» veröffentlicht wurde, ist ein Beitrag ... Thema «Verhandlungstechnik» bzw. «Verhandlungskunst».

Der Autor verweist ... alltägliche Situationen ... unserem Privat- und Berufsleben, die ihrem Sinn nach Verhandlungssituationen darstellen, konzentriert sich aber ... gängige Verhandlungssituationen ... Unternehmen, die von den Beteiligten ... der Regel nicht ... solche wahrgenommen werden.

... seinen Erläuterungen zieht der Autor den Schluss, dass Verhandlungssituationen ... unserem Leben ständig vorkommen, dass man sich dessen bewusst sein und ... entsprechende Fragen oder Angebote nicht voreilig und unbedacht reagieren sollte.

(Sie finden den erwähnten Text im Lehrwerk «Wirtschaftsdeutsch aus den Medien» von M. Hawrysch und A. Kapusch. — Kiew: KNEU, 2008, S. 200—201).

18. Ergänzen Sie die passenden Verben in der richtigen Form.

gegenüberstellen, sein, erläutern, sich auseinandersetzen, darstellen, auftreten, hervorheben, bestehen

Der Text «Die Römischen Verträge und die Idee Europa» ... mit den Stärken der Europäischen Union Wesentliches Merkmal des Textaufbaus ... darin, dass einem gegenwärtigen Vorzug der EU immer Nachteile ... werden, die ohne die EU-Existenz ... würden.

So ... der Autor positive Auswirkungen der Euro-Einführung, des EU-Binnenmarktes sowie von einheitlichen Rechtsvorschriften. Im letzten Teil der Ausführungen wird der soziale Aspekt in der Tätigkeit der EU

Der Schluss des Autors ist eindeutig: Nur im Verbund ... die EU-Staaten stark und ... eine Handelsmacht

(Sie finden den erwähnten Text im Lehrwerk «Wirtschaftsdeutsch aus den Medien» von M. Hawrysch und A. Kapusch. — Kiew: KNEU, 2008, S. 114—115).

19. Schreiben Sie Zusammenfassungen (maximal 6-7 Sätze) zu folgenden Texten.

19.1. Етнічний маркетинг (Ethno-Marketing)

Етнічний маркетинг — це маркетингові зусилля, свідомо зорієнтовані на потреби представників певної етнічної групи. Національно-культурні особливості та традиції таких груп нерідко обумовлюють особливий попит на певні специфічні товари. Національні меншини, які є в більшості країн світу, поряд з асиміляцією у відповідне суспільство, зберігають, зазвичай, і свою етнічну самоідентифікацію. Тому сегментація за критерієм етнічної приналежності все більше усвідомлюється багатьма підприємцями як необхідна складова побудови маркетингової стратегії. У США, наприклад, етнічний маркетинг розглядається сьогодні як один з важливих чинників успішного ведення бізнесу.

Щорічна частка представників етнічних меншин США в загальному об'ємі споживання країни складає понад 1200 мільярдів доларів і має стійку тенденцію до зростання, що спричинюється і постійним збільшенням питомої ваги громадян з «міграційним минулим» у загальній чисельності населення. Усвідомлюючи цей тренд, підприємці й приділяють все більше уваги питанню цілеспрямованого охоплення мультикультурних аудиторій.

Витрати на маркетингові кампанії, що адресовані етнічним меншинам, в США складають щорічно 900 мільйонів доларів. Великі корпорації, такі як Colgate-Palmolive, Wall-Mart, Polaroid, Chrysler та інші, використовують усі можливості для виходу на етнічні ринки. Їх політика передбачає концентрацію та постійне нарощування зусиль, спрямованих на втримання лояльних споживачів серед національних меншин.

Так, приміром, мережа гіпермаркетів Kmart постійно додає до свого асортименту так звані «етнічні» бренди, призначені для клієнтів — представників різноманітних культур. В рамках рекламних кампаній фірми нерідко залучають популярних в тих чи інших етнічних громадах артистів.

Однак, формування та розвиток етнічного маркетингу іноді стикається з труднощами тому, що фахівці, відповідальні за цей аспект роботи, недостатньо глибоко знають культурні особливості та не володіють мовою відповідних цільових груп. Наприклад, китайський переклад рекламної фрази «Come Alive, You are in the Pepsi Generation» («Оживай, ти в поколінні Пепсі») звучав як «Пепсі поверне з могили твоїх померлих предків», що представ-

никами тайської культури було розцінено як богохульство. Тому по всьому світу великі торговельні мережі намагаються наймати двомовний персонал для роботи в торговельних центрах, розташованих в районах з неоднорідним етнічним населенням.

Отже, етнічні вимоги корегують ринкові умови, про що не варто забувати підприємцям при розробці своїх бізнес-планів.

19.2. Інвестиційний проект (Investitionsprojekt)

Інвестиційний проект — це сукупність поєднаних в одне ціле намірів і практичних дій, що передбачають здійснення інвестиційних вкладень для реалізації визначених конкретних фінансових, економічних, виробничих і соціальних заходів з метою отримання прибутку.

Інвестиційні проекти поділяють на виробничі, науково-технічні, комерційні, фінансові, економічні, соціально-економічні.

Форма та зміст інвестиційних проектів можуть бути найрізноманітнішими — від плану будівництва нового підприємства до оцінки доцільності придбання нерухомого майна. У всіх випадках, проте, присутній часовий лаг (затримка) між моментом початку інвестування та моментом, коли проект починає приносити прибуток. Часовий чинник грає ключову роль в оцінці інвестиційного проекту. В зв'язку з цим весь період реалізації проекту поділяють на три основні фази: передінвестиційну, інвестиційну та експлуатаційну. Сумарна тривалість цих стадій складає термін життя проекту.

Перша фаза, яка безпосередньо передує основному обсягу інвестицій, у багатьох випадках не може бути визначена досить однозначно. На цьому етапі проект розробляється, готується його техніко-економічне обґрунтування, проводяться маркетингові дослідження, здійснюється вибір постачальників сировини та устаткування, ведуться переговори з потенційними інвесторами, може здійснюватися юридичне оформлення проекту тощо. Всі вище перелічені дії, зрозуміло, вимагають не лише часу, але і витрат.

Наступний період — це стадія інвестування. Принципова відмінність цієї фази проекту від попередньої і наступної фаз полягає в тому, що, з одного боку, здійснюються дії, які вимагають набагато більших витрат і які носять вже безповоротний характер (закупівля устаткування або будівництво), а, з іншого боку, проект ще не в змозі забезпечити свій розвиток за рахунок власних засобів.

З моменту введення в дію основного устаткування (в разі промислових інвестицій) або після придбання нерухомості або інших активів починається третя стадія інвестиційного проекту — експлуатаційна фаза. Цей період характеризується початком виробництва продукції або надання послуг і відповідними поточними витратами, але й надходженнями. Значний вплив на загальну характеристику проекту має тривалість експлуатаційної фази. Вочевидь, що, чим далі буде віднесена в часі її верхня межа, тим більшою буде сукупна величина доходу.

19.3. Товарна біржа (Warenbörse)

Важливим елементом ринку є ринкова інфраструктура, що представляє собою систему підприємств і організацій, які забезпечують рух товарів, послуг, грошей, цінних паперів, робочої сили. До складових ринкової інфраструктури належать і біржі, серед яких значиму роль відіграють товарні біржі.

У сучасній економічній літературі товарна біржа розглядається, по-перше, як економічна категорія, що відображає ту частину ринку, специфікою якої є особлива оптова форма торгівлі товарами з визначеними характеристиками: масовість, стандартність, взаємозамінність. По-друге, це господарське об'єднання продавців, покупців і торгівців-посередників, яке діє з метою створення умов для торгівлі — полегшення, прискорення і здешевлення торгових угод і операцій.

Члени товарної біржі, якими можуть бути як посередницькі (брокерські, торгові і т. п.) виробничі фірми, так і банківські установи, інвестиційні компанії, окремі громадяни, відповідно до встановлених біржових правил укладають угоди купівлі-продажу товарів за цінами, що складаються безпосередньо в ході торгівлі в залежності від співвідношення попиту і пропозиції. Це свідчить про те, що біржа функціонує як особливий ціноутворюючий механізм. У вільному ціноутворенні й полягає мета діяльності біржі.

З врахуванням цих попередніх зауважень можна сказати, що товарна біржа — це об'єднання (товариство) юридичних і фізичних осіб, яке здійснює оптові торгові операції на основі стандартів чи зразків у спеціальному місці, де ціни на товари визначаються шляхом вільної конкуренції.

Основними товарами, які продаються/купуються на товарних біржах є корисні копалини, інші природні ресурси (наприклад, деревина) та продукти сільськогосподарського походження. Як-

що об'єктом продажу є широкий спектр товарів, біржа класифікується як універсальна. Якщо ж на біржі торгують лише певним товаром (приміром, кавою) чи лише однією групою товарів (металами), то такі біржі називають спеціалізованими.

Щоб стати біржовим, товар повинен відповідати цілій низці вимог. Насамперед, він має бути масовим, отже, не монопольним. Кількість товару обов'язково зазначається в певних одиницях виміру — кубічних метрах, тоннах, барелях, штуках тощо. Одиницею торгів на біржі є лот, тобто певна кількість (партія) товару одного сорту (якості).

19.4. Міжнародна торгівля (*Internationaler Handel*)

Міжнародна торгівля посідає особливе місце в складній системі господарських зв'язків сучасного світу. Як історично, так і логічно інтернаціоналізація світового господарського життя почалась із сфери товарного обігу. Від епізодичних варіантів міжнародного обміну товарами (без посередництва грошей) світова торгівля еволюціонувала до становлення світового товарного ринку.

Отже, міжнародна торгівля — це сфера міжнародних товарних відносин, специфічна форма обміну продуктами праці (товарами і послугами) різних країн. З іншого боку, міжнародна торгівля є сукупністю зовнішньої торгівлі всіх країн світу. У сучасних умовах через канали зовнішньої торгівлі проходить до 1/5 частини виробленої в світі продукції, і ця частка має тенденцію до зростання.

Головними операціями (формами реалізації) зовнішньої і міжнародної торгівлі є експорт та імпорт.

Експорт — це закупівля вироблених у країні товарів і послуг та їх вивіз за кордон з метою передачі у власність нерезидентам даної країни. Поняття «експорт» об'єднує (як у теоретичному, так і статистичному аспекті) вивіз з країни товарів, вироблених, вирощених чи видобутих у країні, а також товарів, що раніше були ввезені до країни і тут перероблені. Як експорт класифікується і вивіз за кордон попередньо ввезених товарів, що не зазнали будь-якої переробки (реекспорт). Предметом реекспорту найчастіше виступають товари, що реалізуються на міжнародних аукціонах та товарних біржах.

Імпорт — це витрати окремих осіб, фірм та уряду даної країни на придбання товарів та послуг, що вироблені в інших країнах. Під імпортом розуміють та статистично обраховують ввіз до

країни товарів іноземного походження безпосередньо з країни-виробника чи країни-посередника для особистого споживання, промислових, сільськогосподарських, будівельних та інших підприємств чи для переробки з метою наступного споживання або з метою вивозу з країни, а також ввіз з-за кордону вітчизняних товарів, що були раніше вивезені з країни і не зазнали там переробки (реімпорт). До реімпорту відносяться товари, які не продались на аукціоні або забраковані споживачем.

Експортно-імпортні операції вважаються здійсненими, якщо товар пропущений через державний кордон країни-контрагента, що передбачає попереднє виконання певних митних формальностей і процедур, до числа яких входить і надання інформації для статистичного обліку.

Зауважимо, що в міжнародній практиці під експортом та імпортом розуміють винятково операції комерційного характеру. Поставки у вигляді допомоги, дарунків, що здійснюються на неповоротній основі, до вартості експорту та імпорту не включаються, а обліковуються окремо.

19.5. Міжкультурна комунікація (*Interkulturelle Kommunikation*)

Існує багато тлумачень терміну міжкультурна комунікація, однак, в їх основі лежить єдине розуміння того, що це спілкування між представниками різних культур. Очевидно, що в процесі цього спілкування йде обмін певною інформацією. Але оскільки представники різних національностей частіше за все мають різне культурне підґрунтя, то в процесі їхнього спілкування можливе виникнення складних та непрогнозованих ситуацій. При цьому йдеться не лише про саму мову як таку, а й про культуру загалом і про культуру нації зокрема. Адже мова та культура існують в нерозривному взаємозв'язку. А в даному випадку, крім мовних нюансів, при спілкуванні слід враховувати й інші культурні аспекти, зокрема, спосіб вираження емоцій, передачі інформації, жести, міміку, звичаї, традиції, вірування та ін.

Хоч потреба у спілкуванні між представниками різних культур сягає корінням глибини історії, проте сам термін «міжкультурна комунікація» є досить молодим: в науковій літературі в сучасному тлумаченні він з'явився в 1970-х роках.

Дослідження міжкультурної комунікації, як і будь-які наукові пошуки, мають свою мету, а саме: уникнення труднощів при комунікації та виявлення різноманітних «підводних каменів» при

спілкуванні представників різних культур. У відомій праці Л.Самовара і Р.Портера «Комунікація між культурами» (1972) приводиться визначення міжкультурної комунікації. До цього часу сформувався і науковий напрямок, серцевиною якого стало вивчення комунікативних невдач та їх наслідків у ситуаціях міжкультурного спілкування.

Значна частина робіт про міжкультурну комунікацію написана в контексті мовного та перекладацького питання — правильного розуміння та перекладу текстів чи живої мови. Проте, не менш важливим є й соціальний аспект. Іншими словами, навіть з чудовим знанням мови можна зазнати комунікативної поразки при зіткненні з етнокультурними особливостями, які не були враховані одним із суб'єктів комунікації в її процесі.

Цілком логічно, що для успішного комунікативного процесу мовцеві слід володіти певною ерудицією, логічним та аналітичним мисленням, загальними знаннями з різних галузей: історії, культури, лінгвістики, соціології, психології тощо.

Лише уважний підхід до комунікативного процесу забезпечить вас від прикритих помилок та безглузвих ситуацій. Тому аби не стати об'єктом насмішок та не червоніти (якщо звісно червоне обличчя тлумачиться у культурі, з представником якої ви спілкуєтесь, саме як символ сорому) вартує більше уваги приділяти цьому питанню та його численним аспектам.

19.6. Міжнародна міграція робочої сили (*Internationale Migration von Arbeitskräften*)

Міграція робочої сили — це переміщення працездатного населення, викликане причинами економічного характеру. Якщо таке переміщення переходить національні межі, то міграція робочої сили є міжнародною.

Існує дві групи причин, які породжують міграцію робочої сили: загальні, що визначають тенденції розвитку всіх форм міжнародних економічних відносин, і специфічні, які пов'язані тільки з міграцією. До першої групи причин відносяться: інтернаціоналізація господарського життя; нерівномірність соціально-економічного розвитку окремих країн; структурні зрушення в економіці, які обумовлюють витіснення робочої сили з одних галузей і додаткову потребу в ній інших; економічна політика транснаціональних компаній, які концентрують трудові ресурси виробництва в одних країнах, а наукові в інших; політична й економічна нестабільність в окремих країнах чи регіонах.

Друга група причин включає в себе: відмінності між країнами в рівні заробітної плати і соціального забезпечення; нестачу робочої сили певних спеціальностей і кваліфікацій; відмінності між країнами в можливостях і умовах професійного зростання.

Існують різні критерії класифікації міжнародної міграції робочої сили. За напрямками її руху розрізняють еміграцію (виїзд робочої сили за межі країни) й імміграцію (в'їзд робочої сили в країну). Залежно від рівня кваліфікації можлива міграція як малокваліфікованої робочої сили, так і висококваліфікованих спеціалістів. Перший із цих потоків спрямований переважно з країн, що розвиваються у розвинуті. Другий включає в себе переміщення спеціалістів між розвинутими країнами (наприклад, всередині ЄС), а також їх імміграцію в розвинуті країни з країн, що розвиваються. Цей процес дістав назву «відтоку умів».

За характером регулювання міграційних процесів розрізняють вільне переміщення робочої сили та її в'їзд у країну на певний строк. Вільне переміщення робочої сили введено з 1 січня 1993 року в ЄС. В багатьох країнах діють, однак, жорсткі правила щодо обмеження кількості іммігрантів. Наприклад, у Швейцарії дозвіл на в'їзд дається на один рік, після цього термін перебування в країні необхідно продовжувати.

Міграція робочої сили, як правило, вигідна кільком сторонам. По-перше, вона вигідна самим працівникам, які завдяки імміграції в ту чи іншу країну одержали можливість працювати і мати більш високу, ніж на батьківщині, заробітну плату. По-друге, держава та фірми, де працюють іммігранти, мають дешеву і практично безправну робочу силу, в результаті чого отримують додатковий прибуток. По-третє, країни, з яких емігрували працівники, мають додаткове джерело валютних надходжень, оскільки емігранти частину свого заробітку переказують сім'ям. До негативних наслідків міграційних процесів слід віднести від'їзд висококваліфікованих та працездатних людей, на підготовку яких країна витратила великі гроші.

19.7. Функції сучасного керівника (*Funktionen eines modernen Managers*)

Центральним фактором будь-якої моделі управління є люди, і тому в ній можна виділити три аспекти:

- поведінку окремих людей;
- поведінку людей у групах;
- поведінку керівника та його вплив на поведінку окремих людей і груп.

Розглянемо конкретніше третій аспект, оскільки робота керівника має значення не тільки з огляду на досягнення результатів організації, але й з позицій особистого життя працівників.

У діяльності сучасного керівника тісно переплітаються функції адміністратора, організатора, спеціаліста, інформаційного центру, вихователя.

У ролі адміністратора керівник використовує свої повноваження для забезпечення функціонування організації, розробляючи й реалізуючи політику менеджменту персоналу (комплектування штатів, підбір, навчання, розстановка й переміщення кадрів).

Виконуючи функцію організатора, керівник створює умови для ефективної праці, скоординованих дій працівників, зайнятих управлінням і виробництвом. Для цього керівник повинен чітко розуміти цілі діяльності, уміти визначати найсуттєвіші в даному періоді завдання, оцінити передумови, ресурси й методи їх вирішення.

Як спеціаліст керівник має бути професійно добре підготовленим, володіти знаннями й досвідом у конкретній сфері діяльності, оскільки функціями його є грамотна постановка завдань, компетентний аналіз та ефективний контроль за їх виконанням.

Функція керівника як споживача, генератора й передавача інформації ґрунтується на широких комунікативних зв'язках його з зовнішнім і внутрішнім середовищем. Завдяки цим зв'язкам він приймає інформацію від її розповсюджувачів, експертів та підлеглих і сам є джерелом інформації для зовнішніх організацій і власного персоналу.

Виховна функція керівника є особливо важливою, оскільки вона пов'язана з керівництвом людьми та спрямована на розвиток трудового потенціалу кожної особистості й колективу в цілому. Для цього важливо, щоб керівник умів впливати на підлеглих по можливості не силою наказу, а переконанням, а також, щоб прийняті ним рішення стосовно результатів діяльності передбачали виховні наслідки.

Інструментами виховання є позитивні результати діяльності організації, якщо вони справедливо пов'язуються з оцінкою трудового внеску кожного працівника, сприяють зростанню його матеріального добробуту й самоутвердженню в колективі. Усе більшого значення набувають уміння керівника створювати таку моральну атмосферу, яка стимулювала б ефективну діяльність і блокувала небажані процеси, зокрема такі, що зумовлюють конфлікти.

У взаєминах керівника з працівниками вирішальне значення має його авторитет. Авторитет керівника — це загально визнаний неформальний вплив його на підлеглих, що базується на знаннях, моральних якостях, досвіді; це форма здійснення влади. Джерелами авторитету керівника є посадовий статус і завойований престиж. Доповнюючи один одного, вони створюють передумови для нормального функціонування організації.

19.8. Внутрішній ринок ЄС (Binnenmarkt der EU)

У 1985 р. тодішній президент Європейської Комісії Жак Делор запропонував план створення внутрішнього європейського ринку. Єдиний внутрішній ринок був визначений як простір без внутрішніх кордонів, у межах якого буде забезпечено вільний рух товарів, осіб, послуг та капіталу.

Принцип вільного руху товарів стосується як промислових, так і сільськогосподарських та споживчих товарів, які були вироблені чи видобуті в одній з держав-членів, а також тих, які були законно ввезені на територію Співтовариства. Щоб зробити можливим вільний рух товарів, були заборонені кількісні обмеження (квоти, заборони імпорту та експорту). Усі товари на ринку Союзу підлягають однаковим нормам та сертифікаційним вимогам. Заборонено також податкову дискримінацію, тобто стягнення з товарів, привезених з інших держав-членів податків вищих, ніж податки, які стягуються з подібних національних товарів.

Право на вільне пересування на території Європейського Союзу мають насамперед громадяни держав-членів, котрі: є найманими працівниками, створюють компанії, користуючись свободою підприємництва, або надають послуги на території Співтовариства. Право на вільне пересування та проживання на території держав-членів мають не лише економічно активні особи та їх сім'ї, але також і студенти, пенсіонери та інші громадяни держав-членів, за умови, що у них є достатньо засобів на утримання (з пенсій чи інших джерел доходу) та медичне страхування.

Свобода руху послуг включає три випадки:

— виконавець послуги вирушає на певний час до країни клієнта, щоб виконати послугу в іншій державі-члені ЄС (наприклад, послуги юристів, лікарів, перукарів);

— клієнт вирушає до країни виконавця послуги і там користується його послугами (наприклад, туристи);

— виконавець і клієнт залишаються у своїх країнах, і лише послуга перетинає кордон (наприклад, телевізійна програма).

Вільний рух капіталу надає громадянам та підприємцям право на відкриття банківського рахунку у кожній державі-члені, а також на необмежений трансфер капіталу між країнами. Вони можуть класти гроші на депозитні рахунки, а також отримувати кредити на всій території Співтовариства. Як наслідок, зростає конкуренція між фінансовими інституціями, що призводить до зростання привабливості пропозиції, скерованої на клієнта.

Програма створення єдиного внутрішнього ринку позитивно впливає на економіку держав-членів. Цьому сприяє підтримка діяльності Співтовариства з боку бізнес-кіл та суспільних груп. Створення спільного ринку зробило можливими краще розміщення факторів виробництва, зростання його обсягів та досягнення вигод, що з цього випливають, забезпечення вільної конкуренції і створення стимулів до інвестування.

19.9. Сільський туризм (*Landtourismus*)

Українське село має багатющу історико-архітектурну спадщину, культуру, самобутній побут, самою природою даровані мальовничі ландшафти; наділене багатими лікувально-рекреаційними ресурсами. Разом з тим гострою проблемою для багатьох сіл є брак робочих місць. Враховуючи відсутність потрібних капіталовкладень, спрямованих на забезпечення зайнятості населення, більше уваги варто приділяти галузям, які не потребують для свого розвитку великих коштів, зокрема, сільському зеленому туризму, який давно практикується в Україні.

Сільський зелений туризм у більшості країн розглядається як невід'ємна складова комплексного соціально-економічного розвитку села та як один з засобів вирішення багатьох проблем сільських територій.

Позитивний вплив сільського зеленого туризму полягає передусім у тому, що він розширює сферу зайнятості сільського населення, особливо жінок, і дає селянам додатковий заробіток; розширює можливості зайнятості сільського господаря не тільки у виробничій сфері, але й у сфері обслуговування. При певному нагромадженні числа відпочиваючих з'являється потреба в задоволенні їх різноманітних запитів, а це, в свою чергу, стимулює розвиток сфери послуг: транспортних, зв'язку, торгівлі, служби побуту, відпочинково-розважальних та інших.

Важливим результатом розвитку сільського зеленого туризму є розширення можливостей реалізації продукції особистого підсобного господарства, причому реалізації її на місці, і не як сіль-

ськогосподарської сировини, а як готових продуктів харчування після відповідної обробки і приготування. Досвід показує, що ті сім'ї, які приймають відпочиваючих, вдосконалюють структуру посівів на присадибних ділянках з урахуванням потреб гостей, розширюють асортимент овочевих культур, фруктових дерев, ягідників тощо; розвивають і урізноманітнюють присадибне тваринництво, заводять тепличне господарство.

Розвиток сільського зеленого туризму спонукає до покращення благоустрою сільських садиб, вулиць, в цілому сіл; стимулює розвиток соціальної інфраструктури.

Суттєву роль відіграє розвиток сільського зеленого туризму у підвищенні культурно-освітнього рівня сільського населення. Готуючись приймати і обслуговувати відпочиваючих, члени селянських родин мимоволі змушені поповнювати свої знання з ведення домашнього господарства, гігієни і санітарії, приготування їжі тощо, а спілкування з гостями розширює їх кругозір, дає змогу зав'язати нові знайомства, завести друзів в інших населених пунктах.

Особливо сприятливі умови для розвитку сільського зеленого туризму пропонують території національних і ландшафтних парків, де існує можливість поєднати повноцінний відпочинок з пізнанням природничого та історико-культурного потенціалу регіону.

19.10. Банківська таємниця (*Bankgeheimnis*)

Банківська система в будь-якій країні є важливою складовою економіко-господарського механізму. З метою забезпечення її стабільного та ефективного функціонування держава створює ряд гарантій банківської діяльності, чинне місце серед яких займає банківська таємниця.

Під банківською таємницею в Україні розуміється інформація щодо діяльності та фінансового стану клієнта, яка стала відомою банку в процесі обслуговування клієнта та взаємовідносин з ним чи третіми особами при наданні послуг банку і розголошення якої може завдати матеріальної чи моральної шкоди клієнту.

До банківської таємниці, зокрема, відносяться відомості про стан рахунків клієнтів, у тому числі стан кореспондентських рахунків банків у Національному банку України; операції, які були проведені на користь чи за дорученням клієнта, здійснені ним угоди; фінансово-економічний стан клієнтів; системи охорони банку та клієнтів; коди, що використовуються банками для захисту інформації; відомості стосовно комерційної діяльності клієнтів чи комерційної таємниці, будь-якого проекту, винаходів, зразків продукції та інша комерційна інформація.

Можна стверджувати, що до банківської таємниці певного банку також належить інформація про клієнтів інших банків, яка може стати відомою з документів, угод та операцій клієнта банку.

Банківську таємницю складає також інформація щодо звітності по окремому банку, за винятком тієї, що підлягає опублікуванню, як то: дата реєстрації, кількість балансових філій, кількість працюючих на кінець року, кількість рахунків, валюта балансу тощо.

Обов'язок щодо збереження банківської таємниці покладається в першу чергу на банк. Проте клієнт, укладаючи угоду з банком, так само може набути відповідальності за розголошення банківської таємниці, у тому числі тої, що стосується самого клієнта. Отже, спеціально зобов'язаними суб'єктами щодо збереження банківської таємниці можуть виступати як банк, так і клієнт, але у банка такі обов'язки виникають на підставі закону, а у клієнта вони можуть виникати на підставі договору з банком.

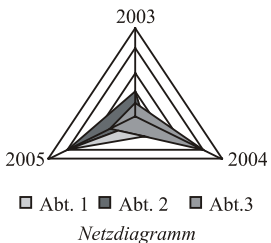
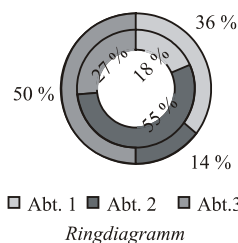
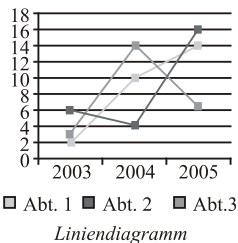
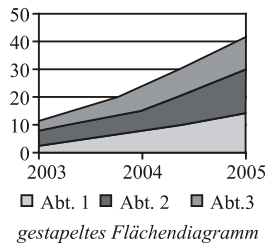
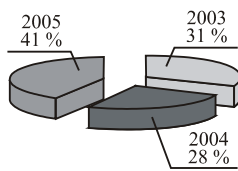
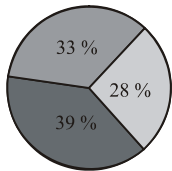
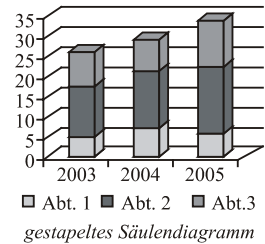
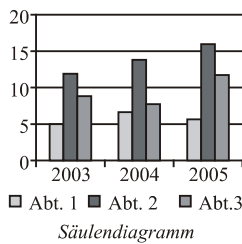
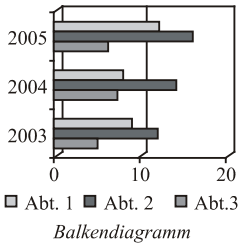
Банки зобов'язані забезпечити збереження банківської таємниці шляхом: обмеження кола осіб, що мають доступ до інформації, яка становить банківську таємницю; організації спеціального діловодства з документами, що містять банківську таємницю; застосування технічних засобів для запобігання несанкціонованому доступу до електронних та інших носіїв інформації; застосування застережень щодо збереження банківської таємниці та відповідальності за її розголошення у договорах і угодах між банком і клієнтом. Використання банками усіх вищенаведених способів для забезпечення збереження банківської таємниці є імперативною вимогою законодавця.

Kapitel 3: Beschreibung von Diagrammen, Grafiken und Schaubildern

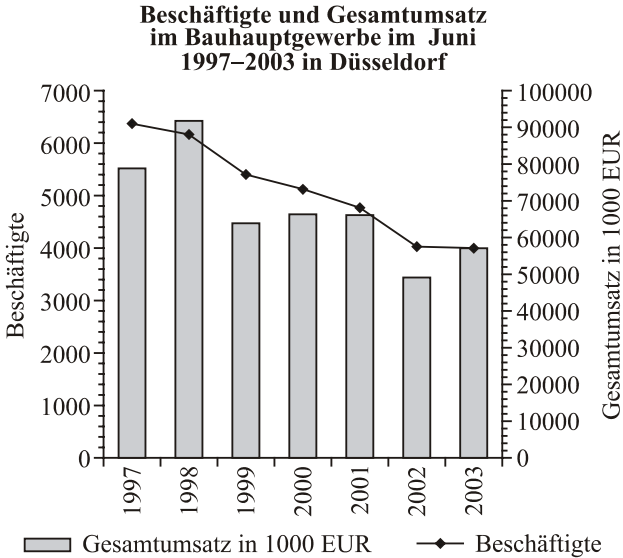
Einführung: Arten von Diagrammen und Grafiken

Das **Diagramm** / die **Grafik** / das **Schaubild** veranschaulichen einen Sachverhalt und zeigen, in welchem Verhältnis verschiedene Zahlen, die diesen Sachverhalt ausmachen, zueinander stehen.

Man unterscheidet **Balkendiagramme**, **Säulendiagramme**, **Kreisdiagramme** (Torten- bzw. Kuchendiagramme), **Liniendiagramme**/Kurvendiagramme, **Ringdiagramme** und **Netzdiagramme**:

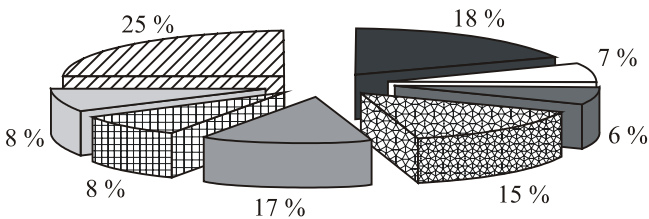


Die Diagramme können statisch und dynamisch sein. Die **statische Grafik** stellt einen Sachverhalt zu einem bestimmten Zeitpunkt dar. Die **dynamische Grafik** zeigt eine Entwicklung innerhalb einer bestimmten Periode auf.



**PERSÖNLICHES NETTOEINKOMMEN
DER DÜSSELDORFER BEVÖLKERUNG
AM ORT DER HAUPTWOHNUNG**

Stand: Mai 2004
n = 571 000



- | | |
|-------------------------------|-------------------------------|
| ■ unter 700 EUR | □ von 700 bis unter 900 EUR |
| ■ von 900 bis unter 1100 EUR | ▨ von 1100 bis unter 1500 EUR |
| ■ von 1500 bis unter 2000 EUR | ▩ von 2000 bis unter 2600 EUR |
| □ 2600 EUR und mehr | ⊠ kein Einkommen/keine Angabe |

Oft wird das Datenmaterial in Form einer **Tabelle** präsentiert. Alle Grafiken und Tabellen haben folgende Bestandteile: **Rahmendaten** und **Datenmaterial**.

Unter **Rahmendaten** versteht man die Angaben zur Grafik wie z.B. die Quelle oder das Veröffentlichungsdatum.

Als **Datenmaterial** werden die aufbereitenden Daten bezeichnet, die als verschiedene (oben angeführte) Diagramme oder als Tabelle dargestellt werden.

Tabellen enthalten das **Zahlenmaterial**, während **Diagramme** die **Daten in grafischer Form** zum Ausdruck bringen. **Balken-** und **Säulendiagramme** werden vor allem zur Darstellung von **Rangfolgen, Entwicklung, Häufigkeiten** eingesetzt, **Liniendiagramme/Kurvendiagramme** geben vorwiegend einen **zeitlichen Verlauf** wieder. Bei den **Kreisdiagrammen** geht es meistens um die **Zustandsbeschreibung**.

1. Beantworten Sie die folgenden Fragen.

1. Welche Aufgabe erfüllen Diagramme oder Schaubilder? 2. Welche Diagramme werden unterschieden? 3. Worin besteht der Unterschied zwischen den dynamischen und den statischen Diagrammen? 4. Woraus bestehen Grafiken und Tabellen? 5. Welche Informationen liefern die Bestandteile von Grafiken und Tabellen?

2. Machen Sie sich Notizen über die Besonderheiten von Tabellen und verschiedenen Diagrammart. Erläutern Sie Ihren Kommilitonen typische Züge von Tabellen und Diagrammen.

Tabellen	Zahlen (Zahlenmaterial) enthalten, ...
Balkendiagramme	
Säulendiagramme	
Kreisdiagramme	
Liniendiagramme	
Kurvendiagramme	

Hauptteil

I. Wie beginnt man die Beschreibung eines Diagramms oder einer Tabelle?

Beginnen Sie jede Grafik oder Tabelle mit der Darstellung von **Rahmendaten** in folgender **Reihenfolge**:

1. Thema

2. Quelle, Veröffentlichungsdatum

3. Koordinaten/Maßeinheiten

Redemittel zur Einleitung (gelten generell für alle Grafiken)

1. Thema, Überschrift:

— Das Thema des Schaubildes/der Grafik ist ...

— Die Tabelle/das Schaubild/die Grafik/die Statistik/das Diagramm gibt Auskunft/liefert Informationen/informiert über...

— Die Grafik informiert darüber + Nebensatz (NS)...

Beachten Sie! Es wäre vorteilhafter, wenn Sie den Titel **nicht wörtlich wiedergeben**, sondern das **Thema mit eigenen Worten** definieren. So lautet z.B. der Titel von einer der obenangeführten Grafiken folgendermaßen: «Beschäftigte und Gesamtumsatz im Bauhauptgewerbe im Juni 1997-2003 in Düsseldorf.» Sie können das Thema ungefähr so formulieren: «Die Grafik informiert darüber, wie viele Leute im Juni 1997-2003 in Düsseldorf im Baugewerbe tätig waren/arbeiteten und wie hoch in dieser Branche der Gesamtumsatz war.»

— Bei dieser Grafik geht es um ...

— Die vorliegende Grafik beschäftigt sich mit .../damit + NS.

— Die Grafik stellt ... dar/zeigt ...

— Die Grafik stellt dar/zeigt + NS.

— In der vorliegenden Grafik/auf dem Schaubild wird (ist)/werden (sind)... dargestellt.

— In der vorliegenden Grafik/auf dem Schaubild wird (ist)/werden (sind) dargestellt + NS.

— Die Grafik veranschaulicht + NS

— In der vorliegenden Grafik ist ... abgebildet.

— In der vorliegenden Grafik sehen wir .../kann man sehen...

— Das Schaubild/die Grafik enthält (statistische) Angaben über.../darüber + NS.

— Auf dem Schaubild ist/sind ... zu sehen.

— Auf dem Schaubild ist/sind zu sehen + NS.

— Die Tabelle/die Grafik gibt Auskunft über folgende Aspekte...

— Die Überschrift/der Titel der Grafik lautet ...

— Die Grafik mit der Überschrift/mit dem Titel «...» zeigt + NS.

2. Datenquelle, Veröffentlichungsdatum:

— Die Angaben/Daten/Informationen stammen vom/von der/aus ...

— Die Grafik mit dem Titel «...» stammt aus ...

— Als Quelle wird ... angegeben.

— Das Schaubild wurde vom/von der ...(Quelle + Jahresangabe) herausgegeben.

— Die Grafik wurde dem/der ... entnommen.

3. Koordinaten:

— Die Angaben erfolgen in Prozent/in Tausend/Millionen/Kilogramm/Minuten etc.

— Die Werte werden/sind in ... angegeben.

— Alle Angaben werden in Prozent gemacht.

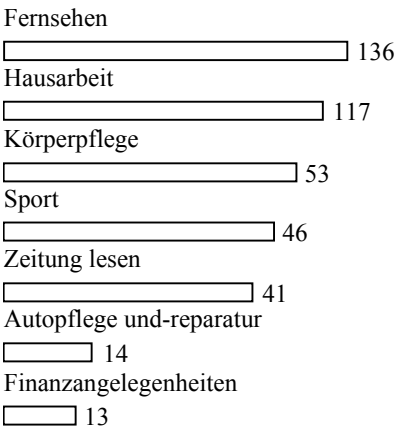
— Alle Angaben sind in Prozent.

Zur Einleitung gehören auch solche Ausdrücke:

— Für die Darstellung wurde die Form des Säulen-/Balken-/Kreis-/Liniendiagramms gewählt.

— Die Entwicklung der/des ... wird in Form einer Kurve/einer Säule wiedergegeben/dargestellt.

Wie wir die Zeit verbringen
Durchschnittliche Zeit (Minuten),¹⁾
die täglich verwendet wird für ...



1) Basis: Tausend Girokontobesitzer über 18 Jahre alt.

Quelle: Commerzbank/Infratestumfrage, Mai 2007

3. Stellen Sie die Rahmendaten der folgenden Grafik in Partner- oder in Einzelarbeit schriftlich zusammen. Gebrauchen Sie dabei die oben angeführten einleitenden Ausdrücke. Präsentieren Sie Ihre Ergebnisse im Plenum.

II. Erläuterung des Datenmaterials

Man beginnt mit der **Beschreibung** von **Hauptpunkten**.

4. Sehen Sie sich die Grafik mit dem Titel «Wie wir die Zeit verbringen» und ergänzen Sie schriftlich in Partner- oder Einzelarbeit folgende Sätze:

— Die Statistik bezieht sich auf ...

— In der Grafik kann man ... erkennen. /In der Grafik kann man erkennen, dass

- Die Grafik unterscheidet
- Man kann deutlich sehen, dass ...
- Auffällig/Bemerkenswert/Interessant ist, dass
- Die meisten.../Die wenigsten
- Den ersten/zweiten ... Platz nimmt ... ein/belegt.
- An erster/zweiter Stelle /An unterster/letzter Stelle steht/stehen/liegt/liegen/sieht man
- An zweiter/dritter Stelle folgt...
- Am wichtigsten erscheint
- Die Spitzenstellung nimmt ... ein. /Spitzenreiter ist ...
- Im Mittelfeld finden wir ... /In der Mitte befinden sich ...
- Auf den mittleren Plätzen sind ...
- Am unteren Ende finden wir ...
- Das Schlusslicht bildet ...
- Im Vergleich zu ... /Verglichen mit
- Im Gegensatz zu ... /Im Unterschied zu
- ... unterscheiden sich klar/deutlich voneinander.
- Was besonders auffällt, ist ...
- Was ins Auge springt/fällt, ist ...
- Bemerkenswert/Auffällig ist ...
- Es fällt auf, dass ...
- Dies ist ein Beispiel dafür, dass ... /Dieses Beispiel/Dieser Fall macht deutlich/zeigt/veranschaulicht, dass ...
- Überraschend ist, dass ...
- Es ist festzustellen, dass ...
- Aus den Zahlen lässt sich der Schluss ziehen, dass ...
- Wenn man die Zahlen vergleicht, liegt die Vermutung nahe, dass ...
- Die Werte können so interpretiert werden, dass ...
- Bezüglich des Erfassten kann gesagt werden, dass ...
- Aus der Grafik geht leider nicht hervor, wie ...
- Aus dem präsentierten Datenmaterial lässt sich nicht ersehen, ob/wie...

5. Sortieren Sie die oben angeführten Redemittel nach folgenden Kriterien:

Rangordnung	Auffälligkeiten	Unterschiede	Kommentar/Fazit/Kritik
.....

6. Vergleichen Sie die Freizeitaktivitäten in Deutschland mit den Freizeitaktivitäten in Ihrem Heimatland. Bilden Sie kleine

Gruppen und stellen Sie zusammen Gemeinsamkeiten und Unterschiede fest. Gebrauchen Sie dabei folgende Ausdrücke:

- In meinem/unserem Heimatland kann man ähnliche/eine andere Statistik beobachten.
- Verglichen mit Deutschland würde in meinem/unserem Heimatland die Statistik folgendermaßen aussehen...
- Wenn man vergleicht, kann man gewisse/wesentliche Ähnlichkeiten/Unterschiede feststellen.
- Ähnlich wie bei ...
- Ähnliche Ergebnisse hätten wir ...
- Das gleiche Ergebnis ist ... zu erkennen.
- Hinsichtlich des/der ... ähneln sich sehr.
- Genauso verhält es sich auch bei ...
- Auf beide Länder trifft zu, dass ...
- Vergleicht man ... und ..., erkennt man große Übereinstimmungen.
- In diesem Punkt sind beide ... ähnlich.
- Im Gegensatz zu....
- Anders als in Deutschland ...
- Ganz anders stellt sich ... dar.

Für die Darstellung einer **Entwicklung** / eines **Verlaufs** brauchen Sie folgende Verben / Nomen:

Intransitive Verben und daraus abgeleitete Nomen:

— Sich erhöhen (erhöhte sich, hat sich erhöht); sich steigern (steigerte sich, hat sich gesteigert); ansteigen (stieg an, ist angestiegen); steigen (stieg, ist gestiegen). Zu allen diesen Verben passen folgende Nomen: das Steigen /der Anstieg.

— Zunehmen (nahm zu, hat zugenommen) — Nomen: die Zunahme; zulegen (legte zu, hat zugelegt); wachsen (wuchs, ist gewachsen) — Nomen: das Wachstum; sich vergrößern (vergrößerte sich, hat sich vergrößert) — Nomen: die Vergrößerung; sich verdoppeln (verdoppelte sich, hat sich verdoppelt) — Nomen: die Verdoppelung.

— Sich verringern (verringerte sich, hat sich verringert) — die Verringerung; sich vermindern (verminderte sich, hat sich vermindert); abnehmen (nahm ab, hat abgenommen) — Nomen: die Abnahme; fallen (fiel, ist gefallen) — Nomen: das Fallen; sich reduzieren (reduzierte sich, hat sich reduziert) — Nomen: die

Reduzierung/Reduktion; schrumpfen (schrumpfte, ist geschrumpft) — Nomen: das Schrumpfen; sinken (sank, ist gesunken) — Nomen: das Sinken; zurückgehen (ging zurück, ist zurückgegangen) — Nomen: der Rückgang; rückläufig sein; sich verkleinern (verkleinerte sich, hat sich verkleinert) — Nomen: die Verkleinerung; sich halbieren (halbierte sich, hat sich halbiert) — Nomen: die Halbierung.

— Sich verbessern (verbesserte sich, hat sich verbessert) — Nomen: die Verbesserung; sich verschlechtern (verschlechterte sich, hat sich verschlechtert) — Nomen: die Verschlechterung.

Transitive Verben und daraus abgeleitete Nomen:

— Steigern (steigerte, hat gesteigert) — Nomen: die Steigerung; erhöhen (erhöhte, hat erhöht) — Nomen: die Erhöhung.

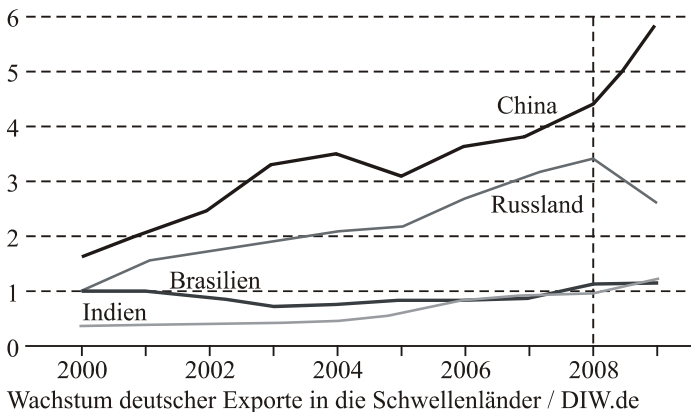
— Senken (senkte, hat gesenkt) — Nomen: die Senkung; verringern (verringerte, hat verringert) — Nomen: die Verringerung; vermindern (verminderte, hat vermindert) — Nomen: die Verminderung; reduzieren (reduzierte, hat reduziert) — Nomen: die Reduktion.

— Verbessern (verbesserte, hat verbessert); verschlechtern (verschlechterte, hat verschlechtert).

Verben, die einen konstanten Verlauf bezeichnen:

Gegenüber (Angabe des Zeitpunkts) gleich/konstant/unverändert bleiben (blieb, ist geblieben); sich nicht verändern; stagnieren (stagnieren, hat stagniert) — Nomen: die Stagnation.

7. Sehen Sie sich die Grafik über den deutschen Export in neue Industrieländer an und erläutern Sie schriftlich in Einzel- oder Partnerarbeit wichtige Entwicklungen im Vergleich zu den Vorjahren. Gebrauchen Sie dabei die oben und unten angeführten Verben/Nomen und Ausdrücke.



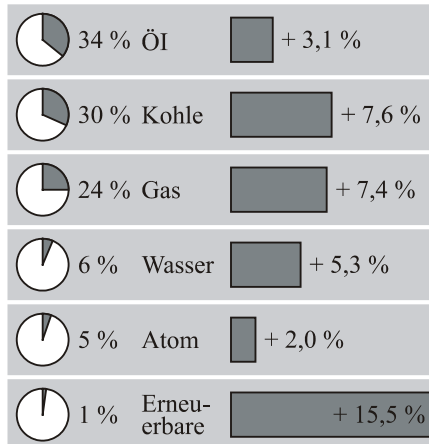
- Die Grafik enthält Angaben über ...
- Die Grafik beschreibt den Zeitraum von ... bis...
- Die Angaben beziehen sich auf den Zeitraum von ... bis.../auf das Jahr.... /Die Angaben umfassen die Periode/den Zeitraum von ... bis...
- ... liegt an der Spitze.
- ... hat sich im Zeitraum von ... bis ... (fast/mehr als) verdoppelt/verdreifacht/vervierfacht.
- ... hat sich wesentlich erhöht.
- Im Vergleich zu /Verglichen mit 200 ... ist ... leicht/etwas/stark gestiegen.
- Im Vergleich zu /Verglichen mit 200 ... ist ... ums Zwei-/Dreifache gestiegen.
- Gegenüber den Vorjahren hat ... zugenommen.
- ... hat eine positive Entwicklung genommen.
- ... hat sich in eine positive Richtung entwickelt.
- Eine erfreuliche Tendenz ist zu verzeichnen in/bei ...
- Es gibt Fortschritte ...
- ... ist zwischen 200... und 200 ... leicht gesunken / zurückgegangen / geschrumpft / gefallen.
- Der Export nach ... hat ...(Jahresangabe) zugenommen, während in ... stagniert hat / gleich geblieben ist.
- Bei ... ist ein Rückgang erkennbar.
- Die Exporte nach ... weisen eine steigende/sinkende Tendenz auf.
- Dass die Exportwerte nach ... steigen/stagnieren, lässt sich dadurch erklären, dass ...
- Wir können also feststellen, dass ...
- Daraus ergibt sich die Schlussfolgerung, dass ...
- Dem Schaubild ist also zu entnehmen, dass ...

8. Erarbeiten Sie in Einzel- oder Partnerarbeit eine Grafikbeschreibung über den Energieverbrauch in Österreich. Merken Sie sich dabei folgende Ausdrücke, die Dynamik wiedergeben und gebrauchen Sie diese. Überlegen Sie, wie die Statistik in Ihrem Heimatland aussehen würde.

- Einführungstext zum Thema und Maßeinheiten (s.o.)
- Der linke/rechte Teil des Schaubildes zeigt ...
- Auf der linken/rechten Seite des Schaubildes ist ... dargestellt.
- Der Verbrauch von ... lag 200... bei/betrag ... Prozent (%).

- Der Anteil von ... am ... betrug im JahrProzent (%).
- Der Anteil von ... am ... lag im Jahr ... bei ... Prozent (%).
- Auf ... entfallen/entfielen 200... .. Prozent (%).
- ... Prozent des Energieverbrauchs in Österreich machte ... aus.
- ...-verbrauch machte 200... .. Prozent (%) des gesamten ... aus.
- Der gesamte Energieverbrauch in Österreich verteilte sich 200... zu ...% auf ..., zu ... % auf... und zu ...% auf ...
- Der Öl-/Kohle-/Gas-...-verbrauch ist im Jahr ... gegenüber dem Vorjahr um (fast/mehr als)... .. Prozent (%) gestiegen (ist gesteigert/erhöht worden). Demzufolge beläuft sich sein Anteil am Gesamtmarkt auf ...

ENERGIEVERBRAUCH 2010
Anteil am Gesamtmarkt und
Veränderung zum Vorjahr in Prozent



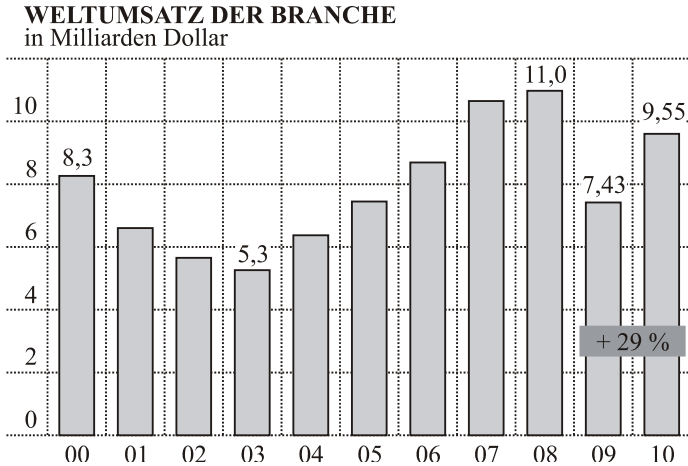
- Gegenüber dem Vorjahr/dem Jahr 200... verzeichnet der ...-verbrauch einen (leichten/starken) Zuwachs von ... Prozent (%).
- Bemerkenswert ist, dass ...
- Die Statistik lässt erkennen/zeigt/macht deutlich, dass ...
- Der Trend entwickelt sich in Richtung ...
- Für die Zukunft könnte das bedeuten/heißen, dass ...
- Es ist anzunehmen, dass in Zukunft ...
- Wir können also feststellen, dass ...
- Es lässt sich zusammenfassend festhalten, dass ...
- Das Schaubild zeigt, dass... / wie ...
- Die Konsequenzen daraus sind ...

9. Welches Wort passt nicht in die thematische Reihe? Bitte markieren Sie.

1.	a. Liniendiagramm	b. Schema	c. Kreisdiagramm
2.	a. Überschrift	b. Titel	c. Kapitel
3.	a. Ähnlichkeiten	b. Übereinstimmungen	c. Unterschiede
4.	a. ansteigen	b. sich erhöhen	c. den Tiefpunkt erreichen
5.	a. fortsetzen	b. abstürzen	c. fallen
6.	a. mehr als die Hälfte	b. mehr als zwei Drittel	c. 80 %
7.	a. leichter Anstieg	b. kurzer Aufschwung	c. kontinuierliche Entwicklung
8.	a. dramatischer Rückgang	b. keine Bewegung	c. massiver Einbruch
9.	a. sich belaufen auf	b. betragen	c. sich verkleinern
10.	a. Schlusslicht	b. Spitzenreiter	c. Anteil
11.	a. Vergleiche	b. Werte	c. Angaben
12.	a. zulegen	b. abnehmen	c. sinken
13.	a. die Lage ist denkbar schlecht	b. ein Rückschritt ist erkennbar	c. es ist noch keine Tendenz absehbar
14.	a. zunehmende Verbreitung	b. erhebliche Ausweitung	c. Stagnation
15.	a. sich verdoppeln	b. sich verdreifachen	c. sich halbieren
16.	a. eine steigende Tendenz aufweisen	b. eine Differenz aufweisen	c. eine sinkende Tendenz aufweisen

10. Schauen Sie sich die Abbildung «Weltumsatz der Beratungsbranche» an und ergänzen Sie den dazugehörigen Lückentext. Nehmen Sie die in den Klammern angeführten

Wörter zur Hilfe und gebrauchen Sie diese in der richtigen grammatischen Form.



Die Grafik mit dem _____ »Weltumsatz der Branche« hat die Form eines _____ und veranschaulicht die Entwicklung vom Beratungsdienst weltweit. Die Angaben umfassen den _____ von 2000 bis 2010 und _____ in Milliarden Dollar. Laut Statistik kann man in der Branche von 2000 bis 2003 einen kontinuierlichen _____ verfolgen. Während 2000 der Weltumsatz 8,3 Mrd. Dollar betrug, sank er 2003 _____ 36,4 % _____ 5,3 Mrd., was auf eine Rezession weltweit _____ ist. In der Periode _____ 2004 und 2008 florierte die Wirtschaft und brachte demzufolge eine allmähliche _____ mit sich. Aus der Grafik _____, dass im Jahr 2008 der Umsatz der Branche seine maximalen Werte _____ und _____ 11,0 Mrd. lag, was eine Erhöhung ungefähr um 80 % _____ 2003 bedeutete. Wegen der Finanzkrise ist der Umsatz 2009 verglichen _____ 2008 drastisch _____ (etwa um 32 %) und _____ auf 7,43 Mrd. Dollar. Laut Statistik _____ der Umsatz 2010 _____ 28,5 % _____ 9,55 Milliarden Dollar. Man kann aber sehen, dass das Vorkrisenniveau damit jedoch noch nicht wieder erreicht ist. Es lässt sich also insgesamt _____, dass die Beratungsbranche auf internationaler Ebene die Krise nur teilweise überwunden hat, weshalb die Stimmung bei Beratungsfirmen noch nicht euphorisch ist.

(Zeitraum, gegenüber, erfolgen, zwischen, zurückführen, Titel, um... auf, bei, Umsatzrückgang, zurückgehen, Umsatzsteigerung, Säulendiagramm, hervorgehen, aufweisen, steigen, mit, sich belaufen, um ... auf, feststellen)

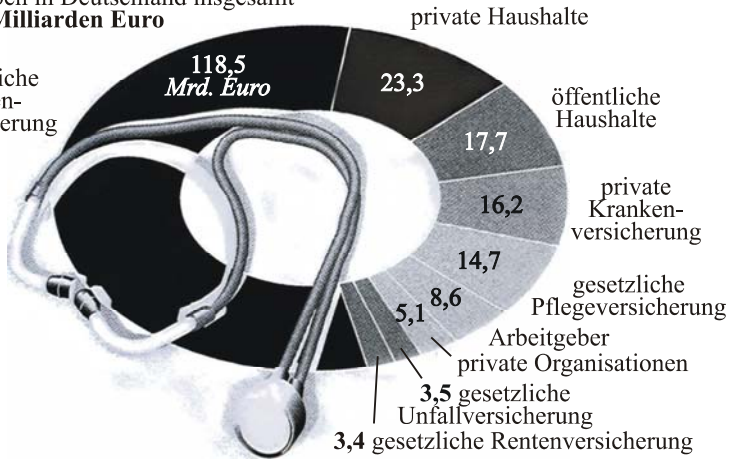
11. Ergänzen Sie bei der Schaubildbeschreibung die fehlenden Informationen.

DIE ZÄHLER IM GESUNDHEITSWESEN

Ausgaben in Deutschland insgesamt

211,0 Milliarden Euro

davon gesetzliche Krankenversicherung



Das vorliegende Schaubild zeigt, welche Kosten auf Grund von Krankheiten in Deutschland entstehen und wer diese Kosten trägt. Die Angaben in Milliarden Euro beziehen sich auf das Jahr 1998. Insgesamt wurden in diesem Jahr _____ Milliarden Euro für das Gesundheitswesen ausgegeben. Den Hauptanteil daran trägt die _____ mit _____ Mrd. Euro. Einen großen Anteil zahlen auch die _____ mit _____ Mrd. Euro, die _____ mit _____ Mrd. Euro, die _____ mit _____ Mrd. Euro. Die restlichen Kosten werden von der _____, den _____ sowie von _____, der _____ und der _____ getragen. Wir können also feststellen, dass mehr als die Hälfte der Kosten im Gesundheitswesen in Deutschland von der gesetzlichen Krankenversicherung bezahlt wird.

12. Betrachten Sie das Schaubild «Ausländische Kommilitonen».

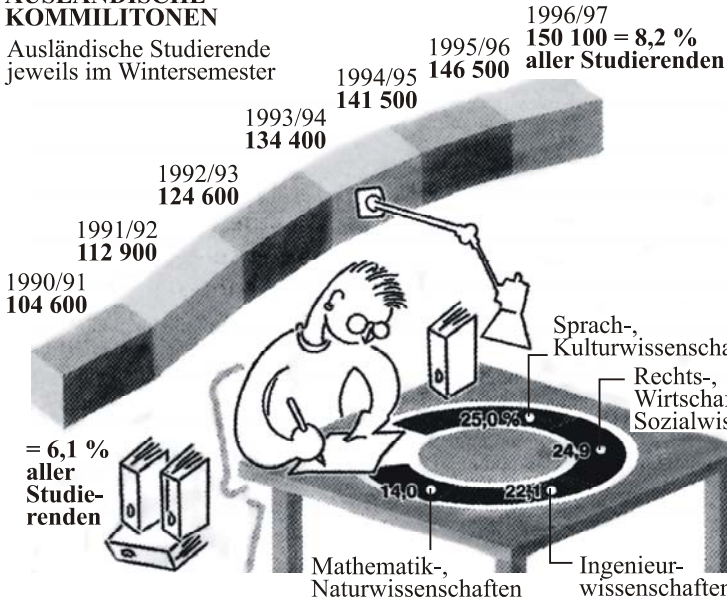
12.1. Beantworten Sie folgende Fragen:

- Welche Informationen sind dargestellt?
- Welche Details sind wichtig?
- Welche Schlüsse kann man daraus ziehen?

12.2. Nennen Sie einige Fächer, die zu den vier Fächergruppen gehören.

AUSLÄNDISCHE KOMMILITONEN

Ausländische Studierende jeweils im Wintersemester



13. Im folgenden Lückentext fehlen wichtige Verben und ggf. Präpositionen. Bitte ergänzen Sie diese.

Beim vorliegenden Schaubild geht es um ausländische Studierende an deutschen Hochschulen. Der linke Teil enthält statistische Angaben über die Gesamtzahl ausländischer Studierender an deutschen Hochschulen. Die Zahl ist 104600 im Jahr 1990/91 150100 im Jahr 1996/97 gestiegen. Dies bedeutet einem Anstieg der ausländischen Studierenden in Deutschland um 6,1 % auf 8,2 %. Der rechte Teil des Schaubildes informiert über die bei den ausländischen Studierenden beliebtesten Fächergruppen. An erster Stelle steht 1995 die Sprach- oder Kulturwissenschaften mit 25 % aller Studierenden. Rechts- und Wirtschaftswissenschaften haben mit 24,9 % Platz 2 erhalten. Ingenieurwissenschaften haben mit 22,1 % den dritten Platz. Der Anteil der ausländischen Studierenden, die sich mit Mathematik oder Naturwissenschaften beschäftigten, beträgt 14,0 %. Es lässt sich also insgesamt eine starke Zunahme der ausländischen Studierenden an deutschen Hochschulen feststellen.

14. Sehen Sie sich das Schaubild über die Sprachkenntnisse und Auslandsaufenthalte von Studenten. Ziehen Sie Vergleiche. Gebrauchen Sie die angeführten Ausdrücke. Beginnen Sie die Beschreibung des Schaubildes mit den Rahmendaten.



**SPRACH-
KENNTNISSE**
in Prozent

	alle Studenten	Top- Studenten
Englisch	96,5	99,5
Französisch	25,6	48,2
Spanisch	10,7	23,6
andere Sprachen	15,1	20,0
mind. 2 Fremdsprachen	41,3	67,0
mind. 3 Fremdsprachen	9,6	23,1
keine	2,7	0,8

AUSLANDSAUFENTHALTE
in Prozent

keine	43,8	6,7
bis 6 Monate	25,9	23,5
7 bis 12 Monate	16,3	27,9
über 12 Monate	14,1	41,8

- deutlich mehr/weniger (als)
- (fast) ebenso viele (wie)
- erheblich mehr/weniger (als)
- im Unterschied zu
- im Vergleich zu
- kaum jemand
- mehr/die meisten
- nicht so viele
- wesentlich mehr/weniger

Wenn Sie **Gegensätze** ausdrücken wollen, brauchen Sie folgende **Konnektoren**:

1. **Während**: *Während* die meisten Studenten (96,5 %) Englisch beherrschen, können nur wenige (10,7 %) Spanisch. *Während* sich

41,8 % aller Topstudenten über 12 Monate im Ausland aufhielten, macht diese Zahl bei den übrigen Studenten nur 14,1 % aus.

2. Wogegen/Wohingegen: Die meisten Studenten (96,5 %) beherrschen Englisch, *wogegen/wohingegen* nur wenige (10,7 %) Spanisch können. 41,8 % aller Topstudenten hielten sich über 12 Monate im Ausland auf, *wogegen/wohingegen* diese Zahl bei den übrigen Studenten nur 12,1 % ausmacht.

Beachten Sie den Unterschied! Die mit der Konjunktion «während» eingeleiteten Nebensätze sind als **vor- und nachgestellte Sätze** möglich; die mit der Konjunktion «wogegen/wohingegen» nur als **nachgestellte**.

3. Aber/doch/jedoch: Die meisten Studenten (96,5 %) beherrschen Englisch, *aber/doch* nur wenige (10,7 %) können Spanisch. Die meisten Studenten (96,5%) beherrschen Englisch, *jedoch* nur wenige (10,7 %) können Spanisch /*jedoch können* nur wenige (10,7 %) Spanisch /nur wenige (10,7 %) können jedoch Spanisch.

4. Dagegen/hingegen/demgegenüber/im Gegensatz dazu/im Unterschied dazu: 41,8 % aller Topstudenten hielten sich 12 Monate im Ausland auf, *dagegen/demgegenüber* macht diese Zahl bei den übrigen Studenten nur 14,1 % aus. 41,8 % aller Topstudenten hielten sich 12 Monate im Ausland auf, bei den übrigen Studenten *hingegen* macht diese Zahl nur 14,1 % auf. 41,8 % aller Topstudenten hielten sich 12 Monate im Ausland auf. *Im Gegensatz dazu /im Unterschied dazu* macht diese Zahl bei den übrigen Studenten nur 14,1 % aus.

5. Im Unterschied zu.../im Gegensatz zu ...: *Im Unterschied /im Gegensatz zu* den Topstudenten, die sich zu 41,8 % 12 Monate im Ausland aufhielten, macht diese Zahl bei den übrigen Studenten nur 14,1 % aus. *Im Unterschied /im Gegensatz zu* der Zahl der Studenten, die Englisch beherrschen, ist die Zahl derjenigen, die Spanisch können, sehr gering.

15. Bilden Sie schriftlich weitere Adversativsätze zum Schaubild über Sprachkenntnisse und Auslandsaufenthalte von Studenten. Vergleichen Sie die mit den Sätzen von anderen Gesprächspartnern und korrigieren Sie einander.

16. Sehen Sie sich die Schaubilder mit den Titeln «Welches Wissen Unternehmen von Absolventen erwarten» und «Studium

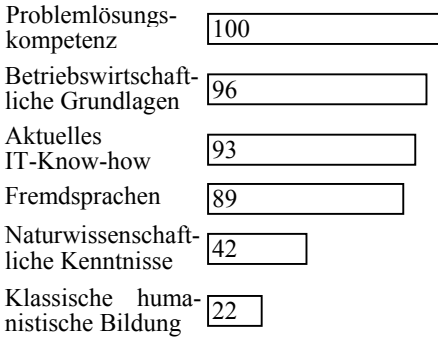
und Netzwerk». Bilden Sie zwei Gruppen, erarbeiten Sie Vergleiche und Adversativangaben. Präsentieren Sie Ihre Ergebnisse der anderen Gruppe und besprechen Sie die gemeinsam. Nehmen Sie anschließend Stellung zu den Daten und begründen Sie Ihre Stellungnahme. (Vergessen Sie die Rahmendaten nicht!)

Hier sind einige **Ausdrücke**, die Sie **gebrauchen** können:

- aus der Statistik wird deutlich, dass...
- es fällt auf, dass...
- hinsichtlich der/des ergibt sich Folgendes ...
- an erster/zweiter usw. Stelle steht... gefolgt von ...
- an ...unterster/letzter Stelle steht...
- ... wird/werden mit ... Prozent angegeben/aufgeführt
- deutlich mehr/weniger Unternehmen betrachten ... als eine wichtige Voraussetzung für den beruflichen Einstieg
- die meisten/viele/einige/manche Unternehmen geben an/gaben an, dass ...
- ... Prozent der Unternehmen sagen/meinen, dass...
- unter Faktoren dominieren/ überwiegen solche wie ...
- am meisten/am wenigsten schätzen die Unternehmen ...
- die Unternehmen erwarten von den Absolventen
- maßgeblich tragen zur erfolgreichen Karriere solche harten/weichen Faktoren bei, wie ...
- eine entscheidende/wichtige/große/unbedeutende/untergeordnete Rolle spielt/spielen dabei ...
- von größerer/geringerer Bedeutung sind solche Faktoren/Kompetenzen wie...
- als wichtig/weniger wichtig erscheinen ...
- die Unternehmen halten für wichtig/weniger wichtig ...
- verliert/verlieren heutzutage an Bedeutung
- als wichtig gilt/gelten auch ...
- das Verhältnis zwischen ... beträgt ...
- verglichen mit/im Vergleich zu ...
- mit ... Prozent ist der Bereich/die Kompetenz am stärksten/schwächsten vertreten

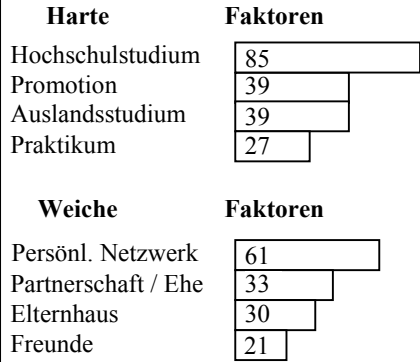
Welches Wissen Unternehmen von Absolventen erwarten

(Zahl der Unternehmen in Prozent, Mehrfachnennungen möglich)



(Quelle: Junge-Karriere-Umfrage unter Personalentscheidern von 300 Unternehmen)

**Studium und Netzwerk
Was zur Karriere von Managern maßgeblich beiträgt**
(in Prozent)



(WirtschaftsWoche; Quelle: Heidrick & Struggles)

17.1. Schauen Sie sich die Tabelle mit dem Titel «Führen statt kuscheln?» an. Fassen Sie die Aussagen der Leserbefragung zusammen. Gebrauchen Sie dabei die unten angegebenen Ausdrücke.

	die Mehrheit (82 %)		behauptet/ gibt an; findet; glaubt; denkt
zirka	drei Viertel (75 %)		meint/ ist der Meinung/ Ansicht/ Auffassung/(fester) Überzeugung, dass ...
etwa	zwei Drittel (ca. 67 %)	der Befragten	vertritt die Meinung/ Auffassung/ den Standpunkt, dass ...
über	die Hälfte (50 %)		steht auf dem Standpunkt, dass ...
ungefähr	ein Drittel (ca. 32 %)		äußert sich darüber, dass ...
etwas mehr/ weniger als	ein Viertel (25 %)		ist davon überzeugt, dass ...; schätzt es, wenn ...

LESERBEFRAGUNG: FÜHREN STATT KUSCHELN?

Ein Mitarbeiter bleibt unter Erwartungen. Was soll der Chef tun?		Wie kuschelig darf Führung sein?	
Nach Problemen fragen, Verständnis zeigen.	82 %	Allzu viel Harmonie verdeckt und verschärft Probleme, wenn sich niemand traut, dem anderen die Wahrheit zu sagen.	70 %
Die Vorgaben noch einmal klar wiederholen.	67 %	Ein kollegialer Führungsstil ist grundsätzlich begrüßenswerter als ein autoritärer.	64 %
Die Erwartungen überprüfen.	58 %	Es schadet keinem Chef, beliebt zu sein. Ein bisschen Nestwärme darf schon sein.	55 %
Die Aufgaben umverteilen, Fehlbelastung und Routine vermeiden.	36 %	Konflikte zu vermeiden ist nicht immer falsch. Teamarbeit braucht auch Konsens.	43 %
Auf Besserung vertrauen: Kleine Schwankungen sind schließlich normal.	14 %	Allzu nette Chefs können anbiedernd überkommen.	32 %
Den Mitarbeiter warnen. Tritt keine Besserung ein, loswerden.	11 %	Nachsichtige Chefs verlieren Autorität.	20 %
Kontrollieren, den Druck erhöhen.	6 %	«Kuscheln» und Führen widersprechen sich grundsätzlich.	9 %
Den Mitarbeiter mit Sanktionen anhalten, die erwartete Leistung zu bringen.	5 %	Das Gerede von den angeblich zu weichen Chefs ist nichts als der Versuch, anachronistische Hierarchiemodelle wiederzubeleben.	7 %
Quelle: Manager Seminare-Leserbefragung, Januar 2010		Angabe ist die prozentuale Anzahl jener Leser, die die Frage zustimmend beantwortet haben. Mehrfachnennungen waren möglich.	

17.2. Besprechen Sie die Tabelle in Partnerarbeit. Gebrauchen Sie dabei folgende Gesprächsmodelle:

- Aus dieser Tabelle erfährt man etwas über.../darüber + NS
- Wenn man vom «Kuscheln» spricht, meint man ...
- Dass ..., ist doch klar/ konnte man absehen.
- In der Öffentlichkeit herrscht die Meinung, dass ...

- Noch vor wenigen Jahren ...
- Ich teile die Meinung derjenigen, die behaupten, dass ...
- Ich stimme denjenigen zu, die behaupten, dass ...
- Ich bin grundsätzlich gegen die Meinung derjenigen, die behaupten, dass ...
- Eine solche Behauptung trifft zum Teil zu, aber ...
- Da muss ich zugeben, dass ..., doch/aber ...
- Es entspricht auch/nicht meinen Erfahrungen, dass ...
- Das ... /Dass + NS ... schätze ich am meisten/ist weniger wichtig/ist mir gleichgültig (egal).
- Ich glaube eher, dass ...
- Dass + NS ..., habe ich erwartet/nicht erwartet/war zu erwarten.
- Dass + NS ..., hat mich erstaunt/verwundert.
- Ich habe damit gerechnet/nicht gerechnet, dass ...
- Ich hätte nicht gedacht, dass ...
- Sicher/Möglicherweise hilft ... bei ..., aber ...
- Einerseits ..., andererseits...
- Das hängt davon ab, ob ...
- Wegen der/des ... glaube ich ...
- Man dürfte aber nicht vergessen, dass ...
- Seit einigen Jahren lässt sich ... beobachten /lässt sich beobachten, dass ...
- Heute lässt sich erkennen, dass ...
- Betrachtet man die Entwicklung der letzten Jahre, so kann man feststellen, dass...

Oft werden in den Schaubildern **Prognosen** abgegeben.

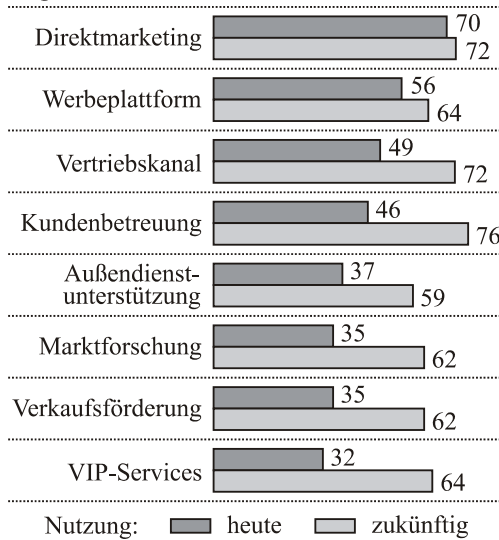
18.1. Schauen Sie sich die Grafik «Einsatzfelder für das mobile Internet» und ergänzen Sie sinngemäß den folgenden Lückentext dazu.

In der vorliegenden _____ grafik werden Prognosen über mögliche Einsätze vom _____ abgegeben. Die Angaben _____ aus der Frankfurter Allgemeinen Zeitung (Quelle: Sempora) und _____ in _____. Es werden die gegenwärtigen Daten mit den zukünftigen _____. Schaubild wird heutzutage das mobile Internet _____ (zu 70 %) im Bereich _____ benutzt, _____ von der Werbeplattform (56 %), _____ andere Branchen weniger davon

profitieren. Das _____ bildet der VIP-Service, wo der Anteil vom mobilen Internet nur 32 % _____.

EINSATZFELDER FÜR DAS MOBILE INTERNET

Angaben in Prozent



_____ der Grafik wird ersichtlich, dass in _____ die Einsatzfelder für das mobile Internet bedeutend _____ werden. Am stärksten (zu 76 %) wird das mobile Internet im Bereich _____ vertreten gefolgt von _____ und _____ (72 %). Der Grafik kann man _____, dass die _____ voll im Trend liegen wird, wovon eine deutliche Zunahme _____ 30 % gegenüber der aktuellen Lage (46 %) _____.

_____ heutzutage _____ VIP-Services nur 32 % entfallen, wird sich in Zukunft diese Zahl verdoppeln und demzufolge _____ betragen. _____ der Statistik sind gleiche Werte in solchen Branchen zu finden, wie _____ und _____, wo der Einsatz vom mobilen Internet um 27 % _____ und 62 % ausmacht. An letzter Stelle ist die _____ aufgeführt, wobei aber auch in dieser Sphäre ein deutlicher _____ (um 22 %) zu verzeichnen ist. Aus den im Schaubild angeführten _____ lässt sich der Schluss ziehen, dass die Firmen, um zukünftig konkurrenzfähig zu bleiben, den Anteil des _____ an ihrer Geschäftstätigkeit stärker _____ werden.

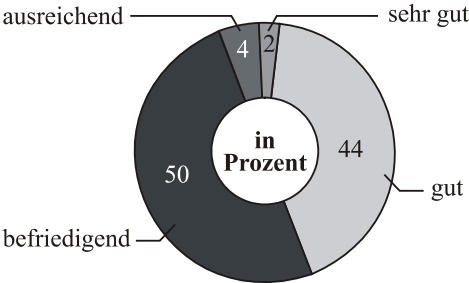
18.2. Nennen Sie weitere mögliche Gründe für die in der Grafik angeführten Prognosen.

19.1. Sehen Sie sich die Grafik «Knapp über Mittelmaß» an und sortieren Sie die Redewendungen, die wesentliche Inhalte und Überraschendes ausdrücken. Formulieren Sie anschließend schriftlich vollständige Sätze.

Wesentliche Inhalte	Überraschendes
.....

KNAPP ÜBER MITTELMAß

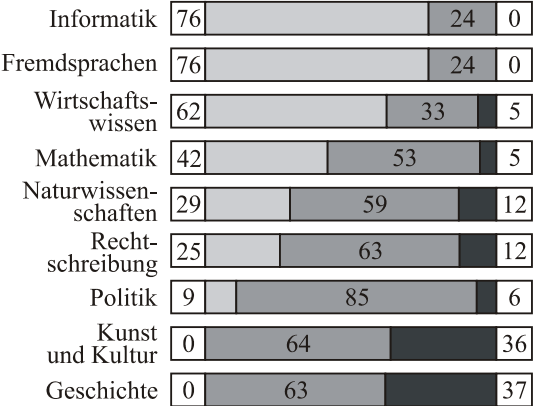
So bewerten Unternehmen die Allgemeinbildung von Bewerbern mit Hochschulabschluss



Informatik wow, Geschichte mau

So bewerten Unternehmen die Kenntnisse der Bewerber in neun Wissensbereichen

sehr gut bis gut
 befriedigend bis ausreichend
 mangelhaft



- Sehr überrascht war ich von/über...//davon/darüber + NS
- Ein besonders wichtiger Punkt ist ...
- Überraschend ist die Tatsache, dass ...
- Es ist kaum zu glauben, dass ...

- Das Einzigartigste/Merkwürdigste/Seltsamste ist ...
- Erstaunlich finde ich, dass ...
- Hervorzuheben ist die Tatsache, dass ...
- Ich habe nicht gewusst, dass ...
- Als Kernaussagen der Grafik lassen sich ... festhalten.
- Ich hätte nicht gedacht/erwartet, dass ...
- ... halte ich für eine der Hauptinformationen.
- Völlig neu war/ist für mich/uns, dass ...

19.2. Erstellen Sie in Gruppenarbeit Fragen zu den im Schaubild «Knapp über Mittelmaß» angeführten Daten, schreiben sie diese auf ein Plakat, hängen Sie es aus und lassen Sie andere Gruppen die Antworten unter den Fragen in kurzen Sätzen formulieren. Diskutieren Sie anschließend das Problem im Plenum.

Manche Schaubilder enthalten solche Informationen über **Mengenangaben** wie:

- Die Kosten für ... betragen/betrugen 20 ... Euro.
- Die Ausgaben für ... erreichen/erreichten 20 ... die/eine Höhe von ... Euro.
- Die Einnahmen bei ... liegen/lagen im Jahr 20 ... bei rund ... Euro.
- Der Verbrauch an ... lag 20 ... bei ca. ... l/km.
- Der Ausstoß an ... erreichte im letzten Jahr einen Stand von ... Tonnen pro Jahr.
- Erwirtschaftete/Erzielte 20 ... ein Arbeitnehmer eine/n ... von ..., so kam er 20 ... bereits auf eine/n ... von ...

Beispiele:

- Der Umsatz im Bauhauptgewerbe erreichte 2002 nur eine Höhe von 46 Millionen Euro.
- Wurde 1998 pro Beschäftigten ein Umsatz von 1.800 Euro erwirtschaftet, waren es 2003 bereits 14.500 Euro.

Aufgaben zur selbständigen Arbeit

Beschreiben Sie Grafiken, die Angaben aus verschiedenen Lebensbereichen enthalten. Achten Sie darauf, dass:

- Sie bei der Grafik alle wichtigen Informationen und Details wiedergeben.
- Sie die Beschreibung der Grafik und die Argumentation miteinander verbinden.

—Sie zu den dargestellten Daten Stellung nehmen und Ihre Stellungnahme begründen.

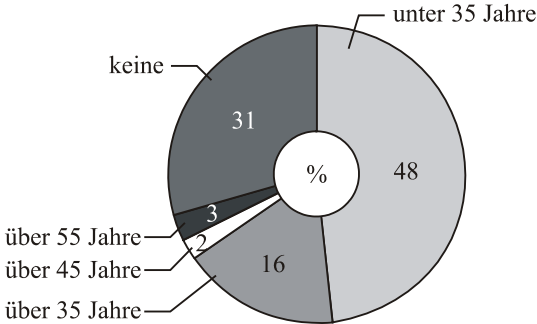
—Sie die Situation in Ihrem Heimatland wiedergeben.

Benutzen Sie dabei die erlernten Redemittel.

a)

PERSONALERS LIEBLING

Welche Altersgruppen werden Sie zukünftig bei Neueinstellungen favorisieren

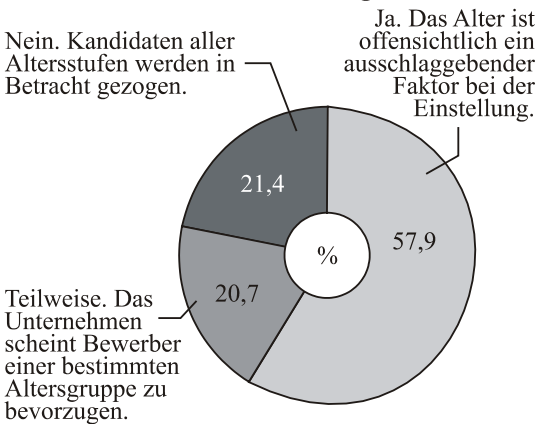


Quelle: Towers Perrin in Zusammenarbeit mit der Fachzeitschrift Personal und dem Handelsblatt; Umfrage unter 95 Personalfachleuten; Stand: Januar 2010

b)

JUGENDWAHN IM JOB

Gibt es bei Ihnen im Betrieb Altersdiskriminierungen?



Quelle: Umfrage des Karriere-Netzwerkes Monster unter 770 deutschen Online-Usern

c)

Ziel und Zweck von Fortbildung

Schauen Sie sich die Grafik an und beschreiben Sie dann, mit welchem Ziel Beschäftigte an Fortbildungsveranstaltungen teilnehmen. Vergleichen Sie die Motive.

FORTBILDUNGSMOTIVE

Von je 100 Beschäftigten geben als Grund für die Teilnahme an Weiterbildungsmaßnahmen an



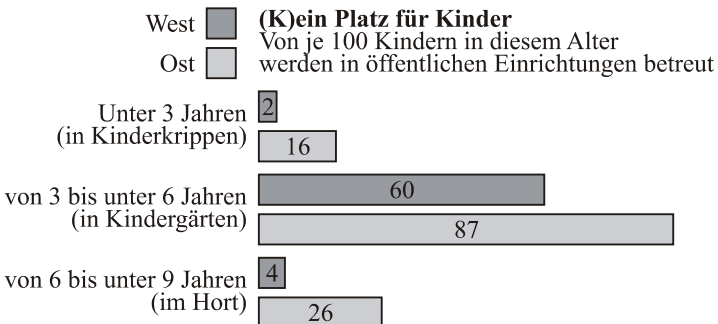
Versuchen Sie bei Ihren Formulierungen zu variieren, so:

30 Prozent bilden sich fort, um ihr berufliches Wissen zu aktualisieren.

Oder so:

Während sich 30 Prozent fortbilden, um ihr berufliches Wissen zu aktualisieren, hoffen nur zwei Prozent, dass sie dadurch ein höheres Einkommen erzielen können.

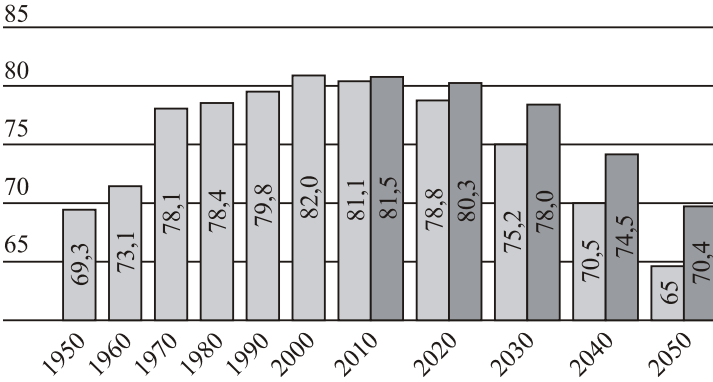
d)



Defizite tun sich vor allem bei der Betreuung der Unter-Dreijährigen und bei der Ganztagsbetreuung von Schulkindern auf

e)

Deutsche Lebenskurve
 Bevölkerung in Deutschland in Millionen



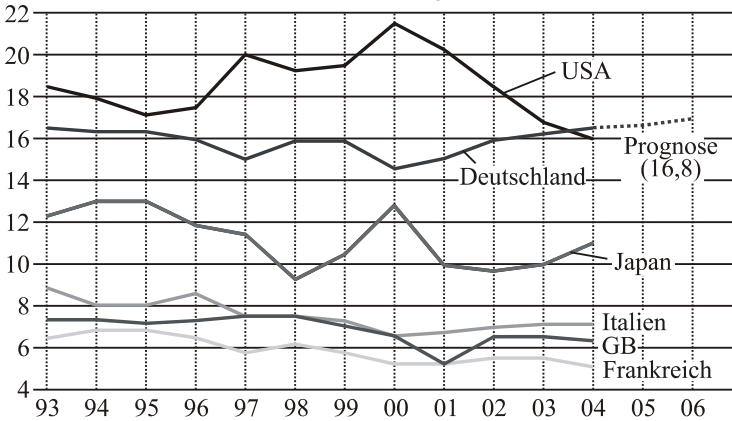
bei einer jährlichen Zuwanderung von

□ 100 000 Menschen ■ 200 000 Menschen

Deutschlands Bevölkerungszahl wird bis 2050 trotz Zuwanderung dramatisch sinken – auf das Niveau von 1950

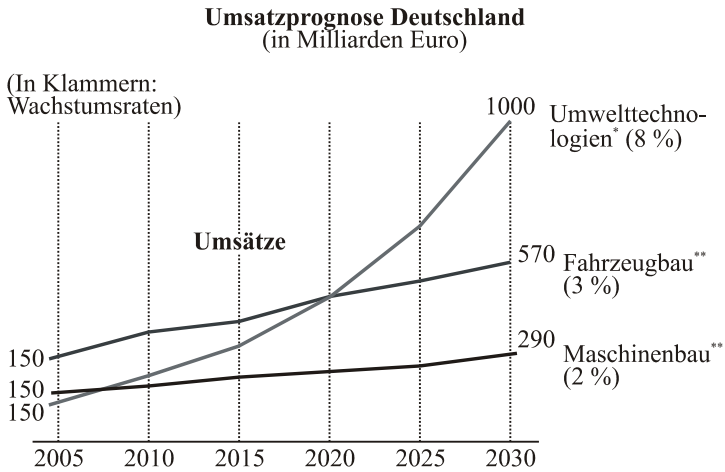
f)

Deutschland vor USA
 Welthandelsanteile* der größten Anbieter
 von Umweltschutzgütern



* Anteil der Ausfuhren eines Landes an den Weltausfuhren in Prozent. Quelle: OECD, ITCS, Berechnungen des NIW

g)

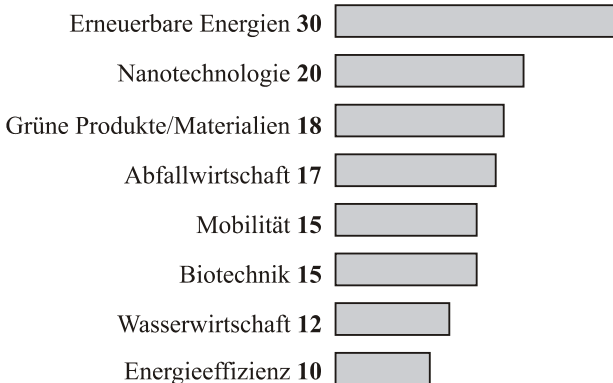


* Moderate Abschätzung der Wachstumsrate und des Basiswertes 2005;
** Umsatz (exklusive Handelsware), real, Basisjahr 2000

h)

BOOMBRANCHE UMWELTECHNIK

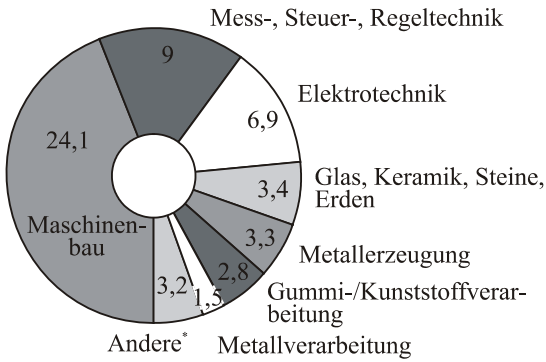
Wachstum ausgewählter Märkte für Umwelttechnik (weltweit, 2005, in Prozent)



i)

STARKER MASCHINENBAU

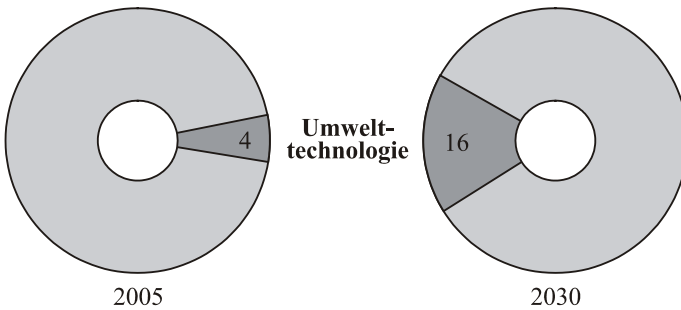
Produktion von Umweltschutzgütern in Deutschland
(in Milliarden Euro)



* Chem. Industrie (1,3), Elektronik, Medientechnik (0,9), Textilindustrie (0,5), Papierindustrie (0,5); Quelle: Statistisches Bundesamt, Niedersächsisches Institut für Wirtschaftsforschung

j)

Anteil am Umsatz aller Wirtschaftsbereiche
(in Prozent)



Quelle: Roland Berger

Kapitel 4: Vortrag

I. Was ist ein Vortrag?

Ein Vortrag ist eine längere Rede über ein bestimmtes Thema, die man vor dem Publikum hält. Das ist die optimale Form zur Vermittlung der betreffenden Inhalte.

Diejenigen, die einen Vortrag halten müssen, werden oft durch ein solches Vorhaben in Unruhe gesetzt. Die meisten Menschen verschieben den Beginn der Arbeit von Tag zu Tag, kommen dann irgendwann in Zeitnot, schreiben schließlich unter Druck etwas zusammen, mit dem sie dann mehr oder weniger unzufrieden sind, leiden unter Lampenfieber — und nehmen sich anschließend vor: Beim nächsten Vortrag wird alles anders!

1. Was ist ein Vortrag? Erkundigen Sie sich in Nachschlagewerken und Internetquellen nach weiteren Bestimmungen dieses Begriffs. Vergleichen Sie die gefundenen Informationen. Schreiben Sie an die Tafel alle Wesenszüge eines Vortrags.

2. Welche Verben lassen sich mit dem Wort «Vortrag» kombinieren. Bilden Sie Sätze mit diesen Wortverbindungen.

Gehen — herstellen — gestalten — denken — studieren — halten — besuchen — vermarkten — gliedern (in ... Teile) — durchdenken — vorbereiten — veranstalten — erzählen

3. Welche Adjektive lassen sich mit dem Wort «Vortrag» kombinieren. Bilden Sie Sätze mit diesen Wortverbindungen.

Öffentlich — umstritten — lebendig — schmackhaft — schwungvoll — angepasst — gelungen — begeisternd — misslungen — ehrgeizig — vielschichtig — informationsreich

II. Was wollen Sie mit Ihrem Vortrag erreichen?

Wenn Sie ruhig und gelassen und ohne Zeitnot Ihren Vortrag vorbereiten wollen, können die folgenden Hinweise Ihnen dabei hilfreich sein.

Am Anfang soll eine wichtige Frage geklärt werden: Was wollen Sie mit Ihrem Vortrag eigentlich erreichen? Diese Frage ist keineswegs trivial und je nachdem, wie Sie die Frage beantworten, ändert sich auch Ihr Vortrag. Hier sind einige mögliche Antworten:

- meine Zuhörer beraten,
- meinen Zuhörern etwas beibringen,
- meinen Zuhörern einen Überblick verschaffen,
- meine Zuhörer unterhalten,
- einen guten Eindruck hinterlassen,
- meine Pflicht tun,
- mein eigenes Ziel verfolgen.

Natürlich geht es nicht immer nur um das eine oder das andere. Meist können Sie mehr als eine Antwort formulieren, doch meist steht eine im Mittelpunkt.

4. Bilden Sie Sätze im Perfekt mit den oben angeführten Antworten.

Beispiel: meine Zuhörer unterhalten — Während des Vortrags **hat** der Redner / der Referent seine Zuhörer mehr **unterhalten** als informiert.

III. Aufbaustruktur eines Vortrags

Ihre Antwort auf die Frage «Was wollen Sie mit Ihrem Vortrag erreichen?» beeinflusst die zentrale Frage: **Was gehört alles in einen Vortrag?** Und hier muss betont werden, dass jeder Vortrag aus drei Teilen besteht:

- einer Einleitung,
- einem Hauptteil und
- einem Schluss.

3.1. Einleitung (ca. 10% der Zeit)

3.1.1. Aufgaben der Einleitung

Die erste Frage, die hier zu klären ist, ist die, welche Aufgaben die Einleitung überhaupt hat. Seit altersher — also seit der Zeit der griechischen Rhetoriker — werden drei Funktionen unterschieden.

Die Einleitung soll schaffen:

- Wohlwollen,
- Aufmerksamkeit und
- Aufnahmebereitschaft.

Wohlwollen

Wie erreichen Sie schon zu Beginn Ihres Vortrags Wohlwollen? Versuchen Sie, aktiv zu erscheinen und zu signalisieren, dass Sie sich freuen etwas Interessantes mitteilen zu können.

Aufmerksamkeit

Das Publikum soll nichts an Ihnen auszusetzen haben und es ist wohlwollend eingestellt. Nun muss es Ihnen gelingen, die Aufmerksamkeit auf das Thema zu lenken. Gehen Sie bitte nicht davon aus, dass die Aufmerksamkeit doch automatisch gegeben sei, da das Publikum ja das Thema Ihres Vortrages kennt. Sie sollten sich etwas überlegen, mit dem Sie die Aufmerksamkeit erzeugen können. Das kann eine gut gemachte Folie sein, ein Poster, ein Gegenstand. Es empfiehlt sich auch eine Mind-Map (Gedankenkarte) zu verwenden, in der das Themenbereich visuell dargestellt werden kann. Es wird flexibel auf die Schlüsselbegriffe eingegangen, die rund um einen Themenbereich angeordnet sind.

Aufnahmebereitschaft

Vielleicht haben Sie Ihren Vortrag mit einem Paukenschlag eingeleitet, vielleicht auch etwas subtiler. Es bleibt aber dennoch die Frage, warum sollen Ihre Zuhörer Ihnen zuhören? Man kann die Frage zuspitzen: Warum sollen erwachsene Menschen ihre Zeit opfern, um Ihnen zuzuhören. Ihre Zuhörer haben — sofern Sie nicht von irgendjemandem geschickt worden sind — in der Regel nur einen einzigen Grund Ihnen zuzuhören: Sie erwarten einen Nutzen von Ihren Ausführungen, die investierte Zeit muss sich lohnen. Fehlt der Nutzen, wird man sich enttäuscht von Ihnen abwenden.

3.1.2. Was gehört in die Einleitung?

Es sind zwei Bereiche der Einleitung zu unterscheiden:

- den formalen Bereich und
- den Aufhänger.

3.1.2.1. Der formale Bereich

Anrede und Begrüßung

Ohne Zweifel eine Selbstverständlichkeit. Aber einen Moment lang sollten Sie doch darüber nachdenken. Am sichersten ist es, wenn Sie Ihre Zuhörer mit «Sehr geehrte Damen und Herren» anreden. Häufig reicht auch ein «Meine Damen und Herren!»

Das Thema

Lassen Sie es sich nicht nehmen, Ihr Thema noch einmal selbst zu nennen und zwar auch, wenn es schon allen Zuhörern bekannt ist. Es ist bei einem Vortrag angemessen, das Thema bewusst interessant zu formulieren. Häufig wird es schon allein dadurch interessant, dass man es als Frage formuliert.

Die Übersicht

Ihre Zuhörer wollen wissen, was Sie erwartet. Geben Sie eine kurze und prägnante Übersicht darüber, was Sie vorhaben. Kurz und prägnant heißt, dass Sie einfache Worte wählen sollten, so dass die Chance besteht, dass Ihre Zuhörer diese Übersicht auch behalten. Dann geht der rote Faden weniger leicht verloren.

Organisatorisches

Es lohnt sich in der Einleitung auf die organisatorischen Dinge einzugehen, die für den Ablauf des Vortrages wichtig sind. Das kann z.B. die Frage nach der Pause sein. Sind Ihnen Zwischenfragen während des Vortrages angenehm oder möchten Sie während Ihres Vortrages nicht unterbrochen werden?

3.1.2.2. Der Aufhänger (*herausragende Sache, interessantes Ereignis, von der/dem her eine Darstellung entwickelt wird*)

Mit dem Aufhänger soll das Interesse der Zuhörer zum Thema geweckt werden. Ihrer Phantasie sind dabei keine Grenzen gesetzt. Es gibt aber einige Fundorte für Aufhänger, die sich bewährt haben und wo die Chance, dass Sie fündig werden, besonders groß ist.

Aktueller Bezug

Gibt es aktuelle Nachrichten aus Presse und Fernsehen, die einen Bezug zu Ihrem Thema haben? Nutzen Sie sie! Erläutern Sie Ihren Zuhörern den Bezug. Besonders wirksam ist es natürlich, wenn Sie davon ausgehen können, dass auch Ihre Zuhörer die Nachricht zur Kenntnis genommen haben.

Witz, Anekdote

Wenn Sie einen Witz oder eine Anekdote kennen, die zum Thema passen, können Sie Ihren Vortrag damit beginnen. Vor einem schmunzelnden Publikum lässt sich auch ein trockener Stoff besser vortragen.

Und wenn Ihnen keine guten Witze einfallen, dann sollten Sie einmal ins Internet schauen. Die Suchmaschine «Alta Vista» liefert Ihnen beim Suchwort «Witze» z.B. über 1000 deutschsprachige Seiten, wo Sie fündig werden können, wenn es Ihnen gelingt, die Vielzahl der dummen und schlechten Witze zu ignorieren.

Problemschilderung

Vom Nutzen war oben schon die Rede. Schildern Sie das Problem detailreich und farbig und auch wie es dann gelöst wurde.

Der Start eines Spannungsbogens

Wenn Sie zu Beginn eines Vortrages versprechen, dass der Vortrag eine wichtige Frage beantwortet, können Sie damit rechnen, dass die Aufmerksamkeit erhalten bleibt. Das ist wie bei einem Kriminalroman. Man muss viele Seiten lesen, um zu erfahren, wer der Täter ist. Erst am Schluss Ihres Vortrages kommt es dann zu einer Lösung.

Dies alles sind aber nur Fundorte, in denen Sie suchen können. Ihrer Phantasie sind tatsächlich keine Grenzen gesetzt. Lassen Sie sie spielen. Machen Sie sich nur Gedanken, wie Sie Ihr Publikum so an

das Thema heranzuführen können, dass Interesse geweckt wird und dass man Ihnen zuhört.

5. Wie kann man Wohlwollen, Aufmerksamkeit und Aufnahmebereitschaft der Zuhörer erreichen? Machen Sie sich Notizen und erläutern Sie die hier angeführten Tipps. Erweitern und vertiefen Sie diese Erläuterungen mit Ihren eigenen Ideen.

<i>Wohlwollen</i>	
<i>Aufmerksamkeit</i>	
<i>Aufnahmebereitschaft</i>	

6. Welche Bedeutung haben die vier im formellen Bereich genannten Aspekte? Begründen Sie Ihre Antworten.

7. Formulieren Sie ein Thema Ihrer Wahl und geben Sie eine kurze und prägnante Übersicht seiner eventuellen Erläuterung.

8.1. Was versteht man in diesem Kontext unter einem Aufhänger? Welche Fundorte für einen erfolgreichen Aufhänger werden genannt?

8.2. Überlegen Sie sich einen Aufhänger für ein Thema Ihrer Wahl und tragen Sie diesen vor Ihren Kommilitonen vor.

3.2. Hauptteil (ca. 80 % der Zeit)

Im Hauptteil sind einige Elemente zu unterscheiden, die den Zuhörern das Zuhören erleichtern. Sie helfen ihnen, die Struktur Ihres Vortrages zu erkennen, für die Sache Interesse zu entwickeln und das Gehörte besser zu behalten.

3.2.1. Strukturierende Elemente

Wegweiser

Wegweiser werden aufgestellt, damit der Zuhörer weiß, wohin es geht. Zum Beispiel so:

«Ich möchte Ihnen heute drei Fragen beantworten:

- *woher kommen wir,*
- *wo sind wir heute und*
- *wohin gehen wir».*

Die Wegweiser sind sehr wichtig, sie kennzeichnen die einzelnen Abschnitte des Vortrages, sie sind so etwas wie ein Inhaltsverzeichnis. Sie bereiten den Zuhörer auf das Kommende vor, sie erleichtern ihm die Orientierung. Deshalb ist es so wichtig, dass der Wegweiser ganz klar und in einfachen Worten formuliert ist, dass er vielleicht auch noch einmal wiederholt wird und dass immer wieder auf ihn zurückgegriffen wird. Nutzen Sie auch ruhig Ihre Gestik, zählen Sie mit den Fingern auf.

Brücken

Mit Brücken werden Verbindungen zum Vorwissen geschlagen. Zuhörer schätzten es, wenn sie in Ihrem Vortrag etwas finden, was sie bereits kennen. Das kann etwas sein, was Sie ihnen schon vorher berichtet haben, das kann ein Verweis auf Schulwissen oder auch ein Rückgriff auf ihre Berufspraxis sein. Für die Gestaltung eines Vortrages bedeutet dies, dass Sie systematische Überlegungen anstellen sollten, was Zuhörer über die Sache bereits wissen, notfalls — wenn Sie keine objektiven Quellen anzapfen können — sollten Sie mit plausiblen Vermutungen arbeiten.

Unter lernpsychologischen Gesichtspunkten stellt sich der Lernprozess beim Zuhörer dann so dar, dass Sie Ihre neuen Informationen mit dem Netz der vorhandenen Erfahrungen und des Wissens der Zuhörer systematisch verknüpfen. Dass dieser Weg sehr erfolgreich ist, wusste bereits Aristoteles. Die pädagogische Psychologie hat uns um die Erkenntnis bereichert, dass das Wichtigste beim Lernen das ist, was die Lernenden über eine Sache bereits wissen.

3.2.2. Motivierende Elemente

Fragen

Fragen sind ein interaktives Element. Sie stellen eine Beziehung zu den Zuhörern her. Stellt man Zuhörern eine Frage, fordert man sie zur Mitarbeit auf und lässt sie an der Entwicklung des Stoffes teilhaben.

Stellen Sie eine Frage, dann sollte die Frage klar, kurz und eindeutig sein, und Sie sollten Ihrem Publikum eine kurze Pause zum Nachdenken geben. Es ist keineswegs immer nötig, konkrete Antworten zu sammeln. Das können Sie natürlich tun, Sie können aber auch nach der kurzen Pause fortfahren — dann haben Sie eine rhetorische Frage gestellt.

Beispiele

Beispiele stellen den Bezug zur Praxis her. Nur wenn dies gelingt, haben sie einen Sinn. Praxis ist aber immer anschaulich und die von Ihnen gewählten Beispiele sollten es daher auch sein. Sie sollten farbig und detailliert sein, damit sie einen hohen Erinnerungswert haben.

Vergleiche

Vergleiche wirken für den Zuhörer erhellend, weil sie einen Perspektivwechsel bewirken. Dazu muss natürlich sichergestellt werden, dass die Zuhörer die Vergleichsebene kennen. Besonders bewährt sind Vergleiche zwischen Lebendem und Unbelebtem und umgekehrt. So kann man das Herz eines Menschen durchaus mit einem Automotor vergleichen und die Kläranlage einer Stadt mit der Niere eines Menschen.

Personen

Es ist nicht immer leicht, Personen im Vortrag auftreten zu lassen. Fast immer gelingt es aber, die eigene Person ins Spiel zu bringen. Unter einem vortragstechnischen Gesichtspunkt ist es eine falsche Bescheidenheit, seine eigenen Erfahrungen und Erlebnisse mit dem Stoff den Zuhörern zu verschweigen.

3.2.3. Attention getter

Attention getter sind rhetorische Elemente, mit denen es fast immer gelingt, die Aufmerksamkeit der Zuhörer zu gewinnen oder — falls sie sich bereits langweilen — wiederzugewinnen. Attention getter können überall verwendet werden, bereits in der Einleitung aber auch im Hauptteil. Nur einmal, aber auch häufiger. Attention getter sollten aber sparsam gebraucht werden, sie sind wie Gewürze beim Kochen. Ein Zuviel kann ein ganzes Gericht verderben — ein Zuwenig aber auch.

Eigene Lebensgeschichte

Fordern Sie Ihre Zuhörer auf, sich an wichtige Stationen der eigenen Lebensgeschichte zu erinnern. Mit etwas Geschick lassen sich fast immer und zu fast jedem Thema Anlässe finden:

- Erinnern Sie sich doch bitte einmal an Ihren ersten Computer!
- Wie war es damals, als Sie Ihre erste Wohnung bezogen haben?
- Können Sie sich noch daran erinnern, als Sie Ihren ersten Vortrag gehalten haben?

Zuhörer schätzen in der Regel eine solche Erinnerungspause, denn was gibt es Interessanteres als die eigene Person!

Ungewöhnliches

Alles was aus dem Rahmen fällt erregt Aufmerksamkeit. Sie sollten also nach ungewöhnlichen und unerwarteten Aspekten Ihres Stoffes suchen.

Geld, Schatz, Vermögen

Alles, was mit viel Geld und Vermögen zu tun hat, beflügelt unsere Phantasie. Nutzen Sie diese Tatsache. Wenn Sie darauf hinweisen können, dass ein Softwarefehler der Firma einen Schaden von 1,8 Millionen Euro beschert hat, so können Sie sich der Aufmerksamkeit Ihrer Zuhörer gewiss sein.

9. Füllen Sie die folgende Tabelle aus und erläutern Sie Ihren Kommilitonen in einem Kurzvortrag die Begriffe «Wegweiser» und «Brücken». Denken Sie dabei an die Tipps, mit denen Sie sich bereits vertraut gemacht haben.

	<i>Wegweiser</i>	<i>Brücken</i>
<i>Begriffsbedeutung</i>		
<i>Wichtigkeit</i>		
<i>Formulierung / Gestaltung</i>		

10. Beantworten Sie folgende Fragen.

1. Worin besteht die Rolle von Fragen an die Zuhörer während eines Vortrags? 2. Wie sollte man Fragen an die Zuhörer formulieren? 3. Sollte man immer auf Antworten auf die gestellte Frage beharren? 4. Warum sind Beispiele in einem Vortrag wichtig? 5. Welche Beispiele sollte man für einen Vortrag wählen? 6. Welche Vergleiche haben sich in Vorträgen besonders bewährt? 7. Wie sollte man mit eigenen Erfahrungen, die das Thema betreffen, während eines Vortrags umgehen? 8. Welche gemeinsame Aufgabe haben in einem Vortrag Fragen, Beispiele und Vergleiche?

11. Versuchen Sie zu einem Thema Ihrer Wahl einige Aufmerksamkeit fördernde Aussagen (attention getter) zu formulieren.

3.4. Schluss (ca. 10 % der Zeit)

(1) Natürlich gehört die Zusammenfassung in den Schluss. Lassen Sie das Gesagte noch einmal Revue passieren, und bemühen Sie sich um eine kurze und prägnante Darstellung. Das fällt Ihnen leichter,

wenn Sie Ihre in der Einleitung genannte Gliederung präzise eingehalten haben. Neue Informationen sollten an dieser Stelle vermieden werden.

(2) Wenn es Ihnen gelingt, eine Take-home-Message zu formulieren, steigern Sie den Behaltenseffekt. Eine Take-home-Message bringt die Kernaussage Ihres Vortrages in einen prägnanten Satz.

(3) Auch die noch offenen Fragen sollten an dieser Stelle genannt werden. Ihre Zuhörer schätzen es, wenn Sie nicht den Eindruck der Endgültigkeit erwecken, sondern dass es noch viel zu klären gibt. Diese offenen Fragen strukturieren darüber hinaus sehr häufig die sich anschließende Diskussion.

(4) Sehr viele Redner formulieren am Schluss Ihres Vortages den Dank für die Aufmerksamkeit der Zuhörer. Meist dient diese Floskel allerdings als Signal, dass man am Ende angekommen ist. Es macht einen besseren und souveräneren Eindruck, wenn Sie auf diesen Dank verzichten und sich erst für den — hoffentlich kommenden — Beifall bedanken. Da sich die Dankfloskel für die Aufmerksamkeit aber in unserer Redekultur eingebürgert hat, machen Sie sicher keinen gravierenden rhetorischen Fehler, wenn Sie sie am Schluss Ihres Beitrages benutzen.

(5) Nach dem Vortrag lohnt es sich, das Feedback zu organisieren. Man muss es immer als Möglichkeit betrachten, dazuzulernen. Rückmeldungen sind keine Angriffe, sondern Chancen, mehr über die eigene Außenwirkung zu lernen und darüber, was man daran noch verbessern kann. Feedback zeigt, wie etwas auf andere gewirkt hat oder wie sie es verstanden haben. Deshalb sind diese subjektiven Sichtweisen weder richtig noch falsch. Anhand des Feedbacks reflektiert man, was gut war und was das nächste Mal geändert werden sollte.

(Wie gibt man Feedback? Feedback ist nicht nur negative Kritik, sondern ausdrücklich auch positive Rückmeldung:

- Zunächst dem Redner sagen, was er richtig gemacht hat.
- Dann sagen, was er verbessern kann/könnte (nicht, was er falsch gemacht hat!).
- Zum Abschluss am besten noch einen positiven Eindruck äußern.

Feedback erfolgt in der Ich-Form: Ich habe das so verstanden, dass ...)

12.1. Geben Sie jedem der fünf Absätze eine passende Überschrift und tragen Sie sie in die Tabelle ein.

12.2. Ordnen Sie die unten angeführten Redemittel den einzelnen Absätzen/Themen zu.

(1)	
(2)	
(3)	
(4)	
(5)	

Nicht den Eindruck der Endgültigkeit erwecken — kurze und prägnante Darstellung / Formulierung — Signal über das Ende des Vortrags — Impulse für die sich anschließende Diskussion geben — die Kernaussage in einem prägnanten Satz formulieren — Rückmeldungen — Informationen über seine eigene Außenwirkung bekommen — sich für den Beifall bedanken — das Gesagte Revue passieren lassen — Chance zur Verbesserung seiner Redekunst — Widerspiegelung dessen, wie die Zuhörer den Stoff verstanden haben — sich für die Aufmerksamkeit der Zuhörer bedanken — Hinweise auf eventuelle Änderungen seines Vortrags — eingebürgert in der heutigen Redekultur — das Interesse für die weitere Auseinandersetzung mit dem Stoff wecken

IV. Checkliste zur Vortragsgestaltung

1. Haben Sie geklärt, was Sie mit Ihrem Vortrag erreichen wollen?
2. Wie wollen Sie Wohlwollen, Aufmerksamkeit und Aufnahmebereitschaft in der Einleitung fördern?
3. Welchen Nutzen soll Ihr Vortrag für Ihre Zuhörer haben?
4. Wie wollen Sie Ihre Zuhörer ansprechen?
5. Haben Sie Ihr Thema attraktiv formuliert?
6. Haben Sie eine kurze und prägnante Übersicht vorbereitet?
7. Müssen Sie auf Organisatorisches hinweisen?
8. Haben Sie sich Gedanken um einen effektiven Aufhänger gemacht?
9. Haben Sie strukturschaffende Elemente — Wegweiser und Brücken — berücksichtigt?
10. Haben Sie motivationsschaffende Elemente — Fragen, Beispiele, Vergleiche und Personen — berücksichtigt?
11. Haben Sie attention getter — Lebensgeschichte, Ungewöhnliches — berücksichtigt?

12. Haben Sie eine Zusammenfassung geplant?
13. Haben Sie eine Take-home-message formuliert?
14. Haben Sie diskussionsvorbereitende Fragen formuliert?
15. Haben Sie an die offenen Fragen gedacht?
16. Haben Sie einen Dank an Ihre Zuhörer formuliert?

V. Nützliche Redemittel

Es ist auch wichtig, folgende Formulierungen im mündlichen Vortrag zu gebrauchen:

Einleitung

Guten Morgen/Guten Tag, meine Damen und Herren/liebe Kommilitonen!

Mein Name ist ... und ich möchte Ihnen/euch heute folgendes Thema vorstellen...

Mein Vortrag wird ... Minuten dauern und danach haben Sie/habt ihr die Gelegenheit, mir Fragen zu stellen.

Sie können/Ihr könnt mich auch gerne während meines Vortrages unterbrechen, falls Ihnen/euch irgendetwas unklar ist.

Hauptteil

Erstens, zweitens, drittens, viertens, ...

Dann, danach, ...

Als allererstes

Um anzufangen, ...

Jetzt komme ich zum ... Teil meiner Ausführungen.

Schluss

Zum Schluss / Um zu schließen,...

Ich möchte meinen Vortrag mit folgendem Zitat/Satz beenden...

Ich danke Ihnen/euch, für Ihre/eure Aufmerksamkeit!

Sich beziehen auf visuelle Hilfsmittel

Wenn man diesen Poster, diese Graphik, dieses Bild, dieses Photo betrachtet, kann man feststellen, dass...

Wenn Sie sich/ihr euch das Blatt, das ich Ihnen/euch ausgeteilt habe, ansehen, so können...

Sie können/ihr könnt feststellen, dass...

Weitere nützliche Formulierungen

Ich bin sicher, Sie werden/ihr werdet mit mir übereinstimmen, wenn ich sage, dass...

Ich denke, Sie wissen/ihr wisst alle, dass...

Ich muss dabei an ... denken.

Wie viele von Ihnen/euch haben nicht schon davon gehört, dass.../haben nicht schon versucht...

Fragen

Haben Sie/Habt ihr Fragen an mich?

Möchten Sie/Möchtet ihr mich etwas fragen?

Können Sie/Kannst du Ihre Frage/deine Frage bitte wiederholen?

Ich bin nicht sicher, Ihre/deine Frage verstanden zu haben. Können Sie/Kannst du sie bitte noch einmal stellen?

Ich fürchte, auf Ihre/deine Frage nicht antworten zu können.

Darauf kann ich leider nicht antworten.

Das ist wirklich eine interessante Frage/ein interessanter Aspekt.

Ich danke Ihnen/dir, dass Sie/du diesen Punkt/diesen Aspekt ansprechen/ansprichst.

13. Gestalten Sie einige Minivorträge aus maximal 10 Sätzen. Gebrauchen Sie dabei ein bis zwei Redemittel aus jeder Rubrik.

VI. Viel Spaß beim Vortragen! (Weiterführende Aufgaben)

14. Arbeitslosigkeit ist eines der wichtigsten Probleme der Gegenwart. Analysieren Sie die Hauptursachen und Folgen dieser Erscheinung. Beleuchten Sie dabei folgende Fragen:



Welche Arten der Arbeitslosigkeit unterscheidet man? Wie beeinflusst die zunehmende Globalisierung der Weltwirtschaft das Niveau der Arbeitslosigkeit? Warum gibt es «verdeckte Arbeitslosigkeit»? Wie kann man Arbeitslosigkeit bekämpfen?

Tragen Sie die ausgearbeiteten Ergebnisse im Unterricht vor.

Berücksichtigen Sie dabei die Hinweise für die Gestaltung eines mündlichen Vortrags, die oben dargelegt sind. Setzen Sie auch passende Redemittel in Ihren Vorträgen ein.

15. Das Thema «Globalisierung» macht (lässt) niemanden gleichgültig. Was ist eigentlich Globalisierung: Bedrohung oder Chance? Gehen Sie auf folgende Fragen ein:

Was sind die Folgen der Globalisierung?

Sind regelmäßige Krisen eine zwangsläufige Folge der Globalisierung?

Kann sie dazu beitragen, die Armut zu verringern?

Schadet die Globalisierung den Interessen der Arbeitnehmer?

Haben sich die Lebensbedingungen (bei Berücksichtigung des Wohlergehens) in der globalisierten Welt verbessert?

Halten Sie einen Vortrag.

16. Informieren Sie sich zum Thema «Die Welthandelsorganisation».

Zu welchem Zweck wurde diese Organisation geschaffen?

Wie viele Mitglieder hat sie?

Welche Aufgaben hat die WTO?

In welchen Sektoren ist sie aktiv?

Was ist das höchste Organ der WTO?

Worauf basiert die Tätigkeit dieser Organisation?

Tragen Sie die Ergebnisse im Unterricht vor.

17. Sammeln Sie Materialien und Informationen zu folgenden Themen und halten Sie Vorträge in Ihrem Unterricht.

1. Wirtschaftssysteme.

2. Wettbewerb und Monopol.

3. Die Entstehung der sozialen Marktwirtschaft in Deutschland.

4. Mit dem Einkommen auskommen — richtige Verwendung des Einkommens.

5. Die EU in der Globalisierung.

6. Wirtschaftswachstum in der BRD.

7. Korruption — Verbreitung, Ausmaß, Auswirkung und Bekämpfung am Beispiel der Europäischen Union und der Ukraine.

8. Wirtschaftswachstum in Deutschland / in der Ukraine.

9. Marketing-Philosophie «Finde Wünsche und erfülle sie».

10. Die globale Erwärmung.

11. Perspektiven der EU-Mitgliedschaft der Ukraine.

Kapitel 5: Präsentation

I. Was ist eine Präsentation?

Eine Präsentation ist eine Darstellung von unterschiedlichen Informationen vor dem Publikum. Präsentieren heißt: Zum Ansehen aufbereiten. Gekennzeichnet ist eine Präsentation durch einen gegenseitigen Prozess des Gebens und Nehmens von Informationen und Meinungen, in dem es gewisse — individuell bestimmbare — Regeln zu beachten gibt, die dem Kommunikationsprozess dienlich sein können.

Präsentation heißt vor allem Wissens- und Informationsvermittlung, bei der es wichtig ist, die Wahrnehmungskapazität der Zuhörer (Zuseher) möglichst optimal auszuschöpfen. Die Wahrnehmung des Menschen wird durch viele Faktoren beeinflusst, vor allem durch Erwartungen, Motivation und die Aufmerksamkeit.

1.1. Wie heißen die entsprechenden Verben?

Die Präsentation — _____, die Darstellung — _____, die Information — _____, die Meinung — _____, die Vermittlung — _____, die Wahrnehmung — _____, die Motivation — _____.

1.2. Bilden Sie mit den festgestellten Verben Sätze. Beziehen Sie sich dabei auf den Text.

Beispiel: wahrnehmen — Wie Zuhörer Ihre Präsentation wahrnehmen, hängt von vielen Faktoren ab.

2.1. Schreiben Sie aus dem Text alle wesentlichen Züge einer Präsentation heraus.

Präsentation: _____ unterschiedliche _____ Informationen präsentieren/darstellen, ...

2.2. Erläutern Sie anhand Ihrer Notizen, was eine Präsentation ist. Sie können dabei die Textinformationen mit eigenen Angaben und Meinungen ergänzen und vertiefen.

II. Einige wichtige Tipps

Damit eine Präsentation die gewünschte Wirkung erzielt, gilt es, einige Punkte zu beachten.

Die Vorbereitung auf die Präsentation

Eine gute Vorbereitung ist in mehrerlei Hinsicht wichtig. Zum einen sollte der Redner natürlich wissen, worüber er überhaupt berichtet, denn von Inhalten, die er selbst nicht genau kennt, wird er auch seine Zuhörer kaum überzeugen können.

Eine solide Vorbereitung wirkt jedoch auch positiv der eigenen Nervosität und Anspannung entgegen. Insofern sollten vor allem Redner, die wenig Erfahrung im Halten von Vorträgen haben, ihre Präsentation mehrfach laut zu Hause vortragen.

Der richtige Zeitpunkt für den Beginn

Der Redner sollte seine Präsentation grundsätzlich erst dann beginnen, wenn er sicher ist, dass ihm die Aufmerksamkeit des Publikums gilt.

Es bringt nichts, einfach so zu beginnen und darauf zu hoffen, dass das Publikum schon bemerken wird, dass der Vortrag bereits begonnen hat. Stattdessen sollte sich der Redner dem Publikum zuwenden und durch eine aufrechte Körperhaltung oder ein entsprechendes akustisches Signal verdeutlichen, dass er gerne anfangen möchte.

Der Einstieg in die Präsentation

«Der Anfang ist die Hälfte des Ganzen.» (Platon)

Für eine erfolgreiche und gelungene Präsentation sind die ersten Sätze von entscheidender Bedeutung. Denken Sie dabei an:

- Begrüßung der Zuhörer
- eigene Vorstellung
- Erläuterung des Grunds der Präsentation
- Erläuterung des Verlaufs der Präsentation (die Dauer der Präsentation, die Aufteilung in Abschnitte, welche Medien eingesetzt werden und ob und wann es eine Pause gibt)

—Regeln für die Zuhörer nennen (sollen auftretende Fragen sofort oder im Anschluss gestellt werden).

Wie kann man bei den Zuhörern von Anfang an Interesse und Neugier wecken? Vielleicht durch themenbezogene, «überraschende» Fragen; eine lustige, ungewöhnliche Geschichte; eine themenbezogene Anekdote; die aktuelle Schlagzeile einer Zeitung als «Aufhänger», eine passende Grafik oder ein interessantes Video.

Die Stimme und die Körpersprache

Für Zuhörer gibt es kaum etwas Schlimmeres als einen Redner, den sie nicht oder nur schwer verstehen können. Insofern ist zunächst elementar, ausreichend laut und deutlich zu sprechen. Ebenso wichtig ist jedoch auch, wie gesprochen wird.

Monoton ausgesprochene Sätze, die alle gleich klingen, sind nicht nur äußerst langweilig, sondern wirken zudem sehr einschläfernd. Daneben sollte der Redner nicht vergessen, dass er die Präsentation für seine Zuhörer hält.

Das bedeutet, er sollte sein Publikum anschauen und nicht nur mit seiner Vorlage oder seinem Beamer oder Overhead-Projektor kommunizieren. Zum Vortragen gehört außerdem eine passende Körpersprache. Das bedeutet, der Redner sollte auch seine Hände einsetzen, um wichtige Aspekte zu betonen. Das bedeutet nun natürlich nicht, dass er wild herumfuchteln sollte, allerdings wirkt es schnell unsicher und unbeholfen, wenn sich der Redner die ganze Zeit über nur an seinen Unterlagen oder dem Rednerpult festhält.

Der Abschluss der Präsentation

Damit sich die Kernaussagen einprägen und die Zuhörer nochmals die wichtigsten Punkte der Präsentation vor Augen haben, sollte eine Präsentation immer mit der Wiederholung der wesentlichen Botschaften enden.

Ob der Redner seinen Zuhörern die Möglichkeit einräumt, weitergehende Fragen zu stellen oder bestimmte Punkte zu diskutieren, bleibt letztlich seinem Geschmack überlassen. Generell sollten die Zuhörer jedoch nicht nur wissen, wann eine Präsentation beginnt, sondern auch unmissverständlich erkennen können, wann sie beendet ist. Das Ende des Vortrags sollte stark sein, damit die Präsentation im Gedächtnis der Zuhörer bleibt.

3.1. Machen Sie sich Notizen zu den Kerngedanken jedes Abschnitts.

Vorbereitung	...
Zeitpunkt für den Beginn	...
Einstieg	...
Stimme und Körpersprache	...
Abschluss	<i>Wiederholung der wesentlichen Botschaften (Ideen, Gedanken, Schlussfolgerungen etc.); ...</i>

3.2. Arbeit in Kleingruppen: Stellen Sie anhand Ihrer Notizen aneinander Fragen zu den wesentlichen Aussagen jedes Textabschnitts und beantworten Sie diese Fragen.

3.3. Fassen Sie die Kerninhalte der angeführten Tipps zusammen.

III. Hilfreiche Redemittel

Es empfiehlt sich, folgende Redemittel zu benutzen, welche für die grundlegende Strukturierung einer Präsentation behilflich sein sollten:

<i>Einleitung</i>	<i>das Thema vorstellen</i>
<ul style="list-style-type: none">• Mein Name ist ... und ich bin (der/die)...• Hallo, mein Name ist ... und ich bin ... von Firma ...• Mein Name ist ... und ich freue mich heute mit Ihnen über... zu sprechen.• Ich würde Ihnen gerne meinen/e Kollegen/in ... vorstellen• Hallo zusammen, ich bin ... und heute möchte ich mit Ihnen über ... sprechen.	<ul style="list-style-type: none">• Heute möchte ich gerne folgende Thematik besprechen...• Wie Sie alle wissen werde ich heute das Thema ... mit Ihnen besprechen.• Ich möchte gerne diese Gelegenheit ergreifen, um mit Ihnen über ... zu sprechen.• Ich freue mich heute bei Ihnen zu sein und über ... zu sprechen.• Heute möchte ich gerne ... noch einmal erläutern.

<p>die Präsentation strukturieren</p>	<p>die Präsentation beginnen</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Meine Präsentation ist in ... Teile unterteilt. • Ich beginne zuerst mit.../ Zuerst werde ich über...reden/ Ich beginne mit... • Dann werde ich mich ... zuwenden • Als Nächstes... • Und schließlich... • Ich freue mich auch auf alle Ihre Fragen, die sich zu diesem Thema ergeben sollten. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ich beginne mit einigen allgemeinen Informationen zu... • Zu Beginn möchte Ihnen einfach ein paar Hintergrundinformationen zu ... geben. • Bevor ich beginne, weiß jemand von Ihnen... • Wie Ihnen sicherlich allen bewusst / bekannt ist, ...
<p>das Thema / den Redner wechseln</p>	<p>ermutigen, Fragen zu stellen</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Okay, weiter geht's es mit... • Das führt uns zu dem nächsten Punkt, nämlich... • Ich würde nun gerne auf ... (die Frage ... / den Punkt ...) eingehen. • Nun werde ich das Wort an ... weitergeben. • Hat jemand irgendwelche Fragen, bevor ich fortfahre? 	<ul style="list-style-type: none"> • Hat jemand Fragen? • Ich würde mich freuen, Ihre Fragen nun zu beantworten. • Wenn Sie irgendwelche Fragen haben, dann zögern Sie bitte nicht, diese zu stellen. • Wenn sich noch weitere Fragen ergeben haben, dann würde ich mich freuen, diese am Ende des Vortrags mit Ihnen genauer erörtern zu dürfen.
<p>Beispiele / Veranschaulichung</p>	<p>Zusammenfassung und Abschluss</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Ich darf das mit einigen Beispielen belegen. • Ich erwähne in diesem Zusammenhang nur das Beispiel X. • Hierzu ein Beispiel: ... • Dies möchte ich Ihnen anhand des folgenden Schaubildes erläutern. 	<ul style="list-style-type: none"> • Um zusammenzufassen... • Um die wichtigsten Punkte meines Vortrags noch einmal zusammenzufassen... • Im Folgenden eine kurze Zusammenfassung meiner Hauptpunkte... • Ich möchte zusammenfassend festhalten, dass... • Das führt mich auch zum Ende meiner Präsentation, vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit. • Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit, es war mir eine Ehre heute hier sein zu dürfen. • So, das war es soweit von meiner Seite. Vielen Dank!

Es gibt ein Mittel, die Zuhörer stärker an der Präsentation zu beteiligen, diese direkt anzusprechen. Hier können die sogenannten «Für-Sie-Formulierungen» helfen. Wenn Sie den Zuhörernutzen herausstellen, verwenden Sie die Formulierung «Dies bedeutet für Sie

...» oder «Für Sie bringt dieses Seminar...». Greifen Sie auch Beispiele aus dem Publikum auf und sprechen Sie Personen direkt an.

4. Viele der angeführten Redemittel enden mit drei Punkten. Ergänzen Sie diese Sätze. Bilden Sie dabei möglichst viele eigene Beispiele.

Beispiel: Als Nächstes erläutere ich Ihnen die Wesenszüge einer PowerPoint-Präsentation.

5. Bringen Sie die Redemittel in eine logische Reihenfolge.

Dann werde ich mich ... zuwenden. / Ich möchte gerne diese Gelegenheit ergreifen, um mit Ihnen über ... zu sprechen. / Ich würde mich freuen, Ihre Fragen nun zu beantworten. / Mein Name ist ... und ich freue mich heute mit Ihnen über... zu sprechen. / Ich möchte zusammenfassend festhalten, dass... / Dies möchte ich Ihnen anhand des folgenden Schaubildes erläutern. / Das führt uns zu dem nächsten Punkt, nämlich... / Ich beginne mit... Dann werde ich mich ... zuwenden.

6. Gestalten Sie eine erste — verkürzte und vereinfachte — Präsentation zu einem Thema Ihrer Wahl. Verwenden Sie dabei ein bis zwei Redemittel aus jedem der oben angeführten Blöcke. (So kommen Sie auf maximal 16 Sätze.)

IV. Wie man PowerPoint richtig einsetzt

Der Einsatz von verschiedenen Medien macht eine Präsentation lebendig und interessant. Man muss sich überlegen, welche Medien eingesetzt werden können. Verfügt man über einen Beamer, so soll auf jeden Fall eine PowerPoint-Präsentation erstellt werden. Das wird heutzutage schon nahezu als Standard angesehen und erwartet. Der Hauptvorteil ist, dass alle Elemente von Multimedia (Ton, Bild, Video) hier voll zum Einsatz kommen. Eine gut vorbereitete PowerPoint-Präsentation kann mehr Leben in die Rede bringen.

Eine gute PowerPoint-Präsentation sollte nicht mehr als 10 Folien umfassen, nicht länger als 20 Minuten dauern und eine Schriftgröße als 30-Punkt verwenden.

Auf die Reihenfolge kommt es an. Falsch ist: erst projizieren, dann vorlesen. Dann hört Ihnen niemand zu, weil das Publikum erst selbst liest. Hören die Leute danach, was sie schon wissen, schalten sie zudem ab. Deshalb sollte eine Folie nur Stichworte oder einprägsame Zahlen beinhalten. Und die sollten Sie exakt dann einblenden, wenn sie auch im Vortrag kommen.

Nur eine Botschaft pro Folie! Die Aufmerksamkeit des Publikums ist begrenzt. Zu viele Fußnoten, unbedacht eingesetzte Grafiken und Bilder verwirren nur. Je mehr Informationen eine Folie erhält, desto mehr verschwimmt die Kernaussage.

Grafiken entfalten Überzeugungskraft vor allem, wenn diese animiert werden. Wenn Sie einen dramatischen Anstieg darstellen wollen, zeigen Sie nicht fünf Balkendiagramme in Reihe, sondern einen Balken, der während Ihres Vortrags drastisch wächst. Das ist viel anschaulicher und prägt sich dem Publikum ein.

Erregen Sie Aufsehen. Zuschauer wollen bei Präsentationen erstens beeindruckt, zweitens unterhalten, drittens angeregt und erst an vierter Stelle informiert werden. Nach diesem Prinzip sollten Sie Folien gestalten. Aufsehen erregen Sie mit interessanten Einblicken, überraschenden Vergleichen und unbekanntem Fakten.

Nicht die PowerPoint-Folien spielen die Hauptrolle, sondern Sie. Entsprechend sollte die Leinwand, auf der Sie die Folien zeigen, nicht in der Mitte der Bühne stehen — das ist Ihr Ort. Sie sind der Mittelpunkt der Präsentation!

Wenn Sie etwas Bleibendes hinterlassen wollen, geben Sie nach (!) der Präsentation ein umfassendes Handout mit Zahlen, Daten und Tabellen aus. Aber nicht die PowerPoint-Folien! Wenn Sie alles richtig gemacht haben, sind diese ohne Ihren Vortrag nutzlos.

(Nach Liane Borghardt, Wirtschaftswoche, 22.10.2007)

7.1. Notieren Sie sich in Stichpunkten die wichtigsten Tipps zur Foliengestaltung.

7.2. Vergleichen Sie nun Ihre Notizen mit den unten folgenden Hinweisen.

- ✓ Schriftgröße sehr gut lesbar!
- ✓ Weniger aber präziser Inhalt pro Seite
- ✓ Design durchgängig
- ✓ Bilder passend (inhaltlich bzw. emotional)

- ✓ Diagramme passend zum Inhalt
- ✓ Farben ja (aber nicht übertrieben)
- ✓ unterstützen und nicht verwirren, bzw. das Lesen erschweren
- ✓ Animationen (sachte und nur dort, wo sinnvoll)
- ✓ Die Folien sollen den Redner unterstützen und nicht ihn ersetzen

7.3. Welche Gemeinsamkeiten und Unterschiede bzw. Ergänzungen haben Sie festgestellt?

V. Kritischer Blick auf PowerPoint-Präsentationen

8.1. Lesen Sie den Artikel und veranstalten Sie danach eine Diskussion. Gehen Sie dabei auf folgende Fragen ein:

Warum ist PowerPoint in Kritik geraten? Wird dieses Präsentationsprogramm zu Recht kritisiert? Teilen Sie die Ansicht des Autors, dass PowerPoint Intelligenz tötet und die Kreativität des Vortragenden bremst? Hat eine PowerPoint-Präsentation Ihrer Meinung nach eine gute Wirkung auf den Lerneffekt? Welchen der Aussagen des Autors stimmen Sie zu und welchen nicht? Geben Sie Ihre Argumente an.

PowerPoint of no return¹

Die Ausgangslage: Das weltweit meistverkaufte Präsentationsprogramm wird 20. **Das Problem:** PowerPoint nervt, weil es Intelligenz tötet, langweilt, Zeit raubt. **Die Lösung:** Nicht präsentieren! Reden!

Was PowerPoint und Popsongs gemeinsam haben? Mit beiden kann man eine Menge Spaß haben — vorausgesetzt sie dienen als Vorlage für einen Karaoke-Abend. «PowerPoint-Karaoke» heißt das im Fall der Präsentationssoftware und bereichert das Nachtleben in deutschen Großstädten. Dabei handelt sich der Kandidat fünf Minuten lang von Bulletpoint zu Bulletpoint und von Folie zu Folie einer Präsentation, die er noch nie zuvor gesehen hat. Themen wie «Strategische und operative Steuerung durch Balanced-Scorecard-basierte Führungsformationssysteme» oder «Erfolgsfaktor Dienstleistung für Dentallabore» garantieren beste Unterhaltung.

¹ Wortspiel: Point of no return = Zeitpunkt, ab dem Entwicklungen nicht mehr rückgängig gemacht bzw. ab dem Entscheidungen nicht mehr revidiert werden können.

Aber nur im Spiel. In Konferenzräumen, Hörsälen oder Klassenzimmern bedeutet das Schaumschlagen und Phrasendreschen mit Hilfe von PowerPoint für die Zuhörer oft stundenlange Qualen. Komplexe Inhalte werden auf die immer gleiche Darstellung reduziert, Gedanken in Einbahnstraßen gelenkt und das Auge mit skurrilen Überblendeffekten und unüberschaubaren Datenbergen gepeinigt.

Und das nicht zu knapp: Seit Microsoft das Präsentationsprogramm mit seinem Office-Paket ausliefert, verfügen rund 400 Millionen Menschen über eine Version auf ihrem Rechner. Schätzungen zufolge werden damit täglich 30 Millionen Präsentationen weltweit zusammengeschestert¹ — allen voran von Unternehmensberatern, PR-Agenten und Werbern.

Nun aber — zum 20. Geburtstag — mehren sich die kritischen Stimmen. Zu Recht: Der inflationäre Gebrauch von PowerPoint war nie im Sinne seiner Erfinder. Die lineare Struktur des Programms brems nicht nur die Kreativität des Nutzers, der seine Gedanken in Folien und Gliederungspunkte zwingt. Sie schläfert auch die Zuhörer ein. Besonders, wenn der Vortragende aus Angst vor der freien Rede seine überfrachteten Folien vorliest.

Zu den bissigsten PowerPoint-Verächtern gehört der ehemalige Informatik- und Grafikdesignprofessor Edward Tufte von der amerikanischen Elite-Universität Yale. In Kampfschriften wie «PowerPoint ist böse» («PowerPoint is evil») wütet er, das Produkt sei darauf angelegt, beim Publikum jede Form von Widerspruch zu ersticken und es so zu manipulieren.

Mit gefährlichen Folgen. Gelegentlich sogar tödlichen. So zitierte die «New York Times» einen Nasa-Bericht, demzufolge PowerPoint mehr oder weniger Mitschuld am Absturz der Raumfähre Columbia haben soll. Ingenieure hatten im Kontrollzentrum die Gefahren durch Einschläge an den Tragflächen der Columbia präsentiert — auf völlig unübersichtlichen PowerPoint-Folien. Deshalb merkte die Flugleitung nicht, «dass es um eine lebensbedrohliche Situation ging», so der nüchterne Befund später.

(Liane Borghardt, Wirtschaftswoche, 22.10.2007).

8.2. Welche Konsequenzen haben Sie für Ihre zukünftigen Präsentationen aus den Überlegungen von Liane Borghardt gezogen?

¹ unprofessionell herstellen, zusammenfügen

VI. Aufgaben

9. Sammeln Sie Informationen und präsentieren Sie das Thema «Die Bundesrepublik Deutschland als Wirtschaftsmacht». Beleuchten Sie dabei folgende Fragen:

—Was sind heutzutage die größten Herausforderungen für die deutsche Wirtschaft?

—Was ist die stärkste Seite der deutschen Wirtschaft?

—Was sind die typischen deutschen Tugenden, die Deutschland zur wirtschaftlichen Weltspitze machen?

—Wie sieht das Modell der sozialen Marktwirtschaft in Deutschland aus?

—Welche Probleme sind in den östlichen Bundesländern noch nicht gelöst?

—Wie ist Deutschland in Europa wirtschaftlich positioniert?

10. Recherchieren Sie im Internet oder in anderen Quellen nach Informationen zum Thema «Gruppe der Acht» und präsentieren Sie Ihre Ergebnisse im Unterricht.

11. «Alterung der deutschen Gesellschaft» ist eines der wichtigsten Probleme, denen Deutschland derzeit gegenübersteht. Der Anteil der älteren Menschen wird immer größer. Doch wieso kommt es zu diesem Phänomen? Analysieren Sie die Ursachen des demographischen Wandels in Deutschland und bereiten Sie eine Präsentation vor.

12. Jeder Mensch hat ja bestimmte Vorstellungen, die sein Leben und Verhalten bestimmen. Was strebt man in seinem Leben eigentlich an? Welche Dinge sind am wichtigsten? Informieren Sie sich darüber und vergleichen Sie die Wertvorstellungen der Deutschen und Ukrainer. Präsentieren Sie danach Ihre Analyseergebnisse.

13. Bereiten Sie eine Präsentation zum Thema «Bedeutung und Perspektiven der erneuerbaren Energien» vor. Untersuchen Sie, welche Rolle sie bei der Bewältigung des Klimawandels spielen. Äußern Sie auch Ihre persönliche Meinung zu diesem Thema.

Kapitel 6: Diskussion

I. Was ist eine Diskussion?

Das Wort «Diskussion» stammt vom lateinischen Substantiv *discussio* Untersuchung, Prüfung. Das Verb dazu heißt *discutiare* und bedeutet eine Sache diskutieren (=untersuchen), erörtern, besprechend erwägen.

Es gibt viele Bestimmungen dieses Begriffes, zum Beispiel:

Eine Diskussion ist ein lebhaftes, oft kontrovers geführtes Gespräch über ein bestimmtes Thema oder Problem, wobei jede Seite ihre Argumente vorträgt. Oder:

Eine Diskussion ist eine Gegenüberstellung von verschiedenen fundierten Meinungen. Der Austausch kann dazu führen, dass eine Meinung sich als die plausibelste erweist.

Bei einer Diskussion müssen die Teilnehmer in der Lage sein, zu einem Sachverhalt Meinungen auszutauschen, die vorliegenden Tatsachen zu analysieren, eigene Lösungen für ein Problem vorzuschlagen, ihre Vorschläge zu verteidigen, zu präzisieren, in Verbindung zu anderen zu bringen, notfalls zu modifizieren und Schlussfolgerungen zu ziehen.

1. Beantworten Sie die Fragen.

1. Woher stammt das Wort «Diskussion»? 2. Gibt es eine einheitliche Bestimmung des Begriffes «Diskussion»? 3. Welche der oben angeführten Bestimmungen finden Sie treffender — die erste oder die zweite? 4. Worauf müssen sich die Teilnehmer einer Diskussion gefasst machen?

2.1. Schreiben Sie aus dem Text alle Nomen-Verb-Verbindungen heraus, die wichtige Züge einer Diskussion widerspiegeln. Zum Beispiel: Argumente vortragen, Vorschläge modifizieren, ...

2.2. Was wird in einer Diskussion gemacht? Bilden Sie Passivsätze mit den festgestellten Nomen-Verb-Verbindungen.

Beispiel: Meinungen austauschen — *In einer Diskussion werden Meinungen zu einem bestimmten Thema ausgetauscht.*

2.3. Verzichten Sie auf das Verb. Bilden Sie — wo es geht — ausschließlich nominale Verbindungen.

Beispiel: Meinungen austauschen — *Austausch von Meinungen.*

II. Rollenaufteilung bei einer Diskussion

Man muss sich dessen bewusst sein, dass Diskussion kein Selbstzweck ist. Eine sachlich geführte Diskussion trägt dazu bei, ein Problem effizienter zu lösen oder ein Projekt schneller in den Gang zu bringen. Deshalb ist die Entwicklung notwendiger Fähigkeiten zur Beteiligung an einer Diskussion von großer Bedeutung. Und dies gilt für alle Bereiche — für das berufliche Leben eines Menschen und genauso für seinen privaten Alltag.

Deswegen wollen wir nun *praktisch* lernen, wie man sich an einer Diskussion beteiligt bzw. eine Diskussion führt.

Als Erstes muss das Thema der Diskussion festgelegt werden. In der Praxis ist es meistens so, dass aktuelle Probleme am Arbeitsort oder in der Entwicklung eines Landes Diskussionen entstehen lassen. In solchen Fällen werden Diskussionsthemen vom Leben vorgegeben. Im Rahmen dieses Lehrwerkes werden Ihnen einige Diskussionsthemen zu Lernzwecken empfohlen, Sie können sich aber auch auf andere Thematik einigen, die Sie besonders bewegt und für Sie von besonderem Interesse ist.

Ein weiterer Schritt besteht in der Aufteilung der Rollen unter den Diskutanten. Es werden gebraucht:

—ein Diskussionsleiter

—eine Pro-Gruppe

—eine Kontra-Gruppe

—Beobachter (die auf Inhalt (Pro- und Kontra-Argumente) und Form (Diskussionsverhalten) achten).

Der Diskussionsleiter eröffnet und leitet das Gespräch. Er muss Beiträge zusammenfassen, Gemeinsamkeiten und Unterschiede herausstellen, die Diskussion in Gang halten, z.B. auf Widersprüche hinweisen oder neue Gedanken einbringen, keine eigenen Standpunktbeiträge liefern, die Ergebnisse formulieren.

Die Befürworter und *Gegner* verteidigen ihre jeweilige Position und versuchen, Gegenargumente zu entkräften. *Die Beobachter* verfolgen nach vorher festgelegten Kriterien die Diskutanten. Die Beobachtungsergebnisse können in eine Tabelle eingetragten werden.

3. Formulieren Sie Fragen zu diesem Textabschnitt und lassen Sie diese von Ihren Kommilitonen beantworten.

4. Ergänzen Sie die angeführten Sätze mit Themen Ihrer Wahl.

Beispiel: ... ist für mich von besonderem Interesse. — Die Frage nach weiteren Globalisierungstendenzen ist für mich von besonderem Interesse. Oder: Die Problematik der Führungsstile ist für mich von besonderem Interesse.

1. ... verdient einer besonderen Aufmerksamkeit. 2. ... ist (zweifelsohne) diskussionswürdig. 3. ... ist für mich von besonderem Interesse. 4. ... ist jetzt besonders aktuell. 5. ... bewegt jetzt viele Gemüter. 6. ... muss (unbedingt) diskutiert werden.

5.1. Welche Aufgaben haben Teilnehmer einer Diskussion? Füllen Sie die Tabelle aus.

Diskussionsleiter	Diskutanten	Beobachter
...

5.2. Bilden Sie anhand Ihrer Notizen Sätze.

III. Einige wichtige Tipps für die Diskutanten

- von Anfang an kontinuierlich mitarbeiten;
- aufmerksam zuhören;
- sich zu Wort melden /durch Handzeichen/;
- warten, bis der Diskussionsleiter das Wort erteilt;
- beim Thema bleiben und dabei möglichst an Gedanken der Vorredner anknüpfen;
- seine Beiträge knapp und zielstrebig formulieren, keine Monologe halten;
- Sachargumente bringen, keine Behauptungen ohne Beleg;
- gezielt nachfragen, wenn man etwas nicht genau verstanden hat;

- möglichst viele eigene Meinungen und Informationen beisteuern und die anderen erfragen;
- widersprechende Meinungen so formulieren, dass andere nicht persönlich getroffen werden, zuerst zeigen, in welchen Punkten man dem anderen doch recht gibt;
- das Gespräch offen halten, d.h. seine Meinung nicht durchsetzen wollen, sondern den anderen zuhören, ihnen Gelegenheit geben, ihre eigene Meinung vorzutragen;
- Unterbrechungsversuche anderer freundlich, aber konsequent verhindern;
- Fragen stellen ist genauso gut wie Antworten geben.

Kritik an den Standpunkten anderer ist möglich, sollte aber nie ins Persönliche gehen (nicht: «Sie haben Unrecht», sondern: «Ihren Argumenten kann ich mich aus diesen und jenen Gründen nicht anschließen».)

Vorteil hat, wer in der Lage ist, den Gesprächsverlauf und Einzelergebnisse zusammenzufassen und den Gesprächsverlauf auf einem konstruktiven Kurs zu halten. Notizen wirken hierbei Wunder.

Alle Beiträge sollten immer in einem sachlichen und höflichen Ton gehalten sein. Man kann ohne weiteres vor anderen Menschen tiefsten Respekt haben und diesen auch zum Ausdruck bringen und dennoch eine eigene, möglicherweise vollkommen anderslautende Meinung über ein bestimmtes Thema oder Problem haben.

Es ist ratsam vor der geplanten Diskussion Zeitungen zu lesen oder sich aus anderen Quellen zu informieren, denn aktuelles Geschehen sowie Allgemeinwissen sind sehr wichtig.

6. Bilden Sie anhand der angeführten Tipps möglichst viele Sätze oder einen zusammenhängenden Text.

Zum Beispiel: Es ist ratsam, seine Gedanken knapp zu formulieren. Man darf / Es empfiehlt sich nicht, lange Monologe zu halten. Oder: Keine Monologe sollen gehalten werden. Usw.

IV. Zwei Schlussbemerkungen

Am Schluss empfiehlt es sich, eine Auswertungsrunde durchzuführen. Hier sollten alle (Beobachter, Gesprächsleiter, Pro- und Kontra-Gruppe) zu Wort kommen.

Keiner soll am Ende einer Diskussion seine Meinung ändern und die Meinung des anderen übernehmen. Es gibt bei Diskussionen keine Verlierer — nur Gewinner, denn keiner weiß so viel, wie wir alle zusammen.

V. Nützliche Redemittel

Es empfiehlt sich, für eine erfolgreiche Diskussion die folgenden Redemittel einzusetzen:

<i>eigene Überzeugung ausdrücken</i>	<i>sich gegen eine Unterbrechung wehren</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Ich bin der Auffassung, dass ... • Ich bin der Überzeugung, dass ... • Ich bin der Meinung, dass... • So sieht das aus meiner Sicht aus: ... • Ich denke Folgendes ... • Ich glaube, dass ... • Ich finde/meine, ... • Meiner Meinung nach ... • Ich würde sagen, ... • Ich kann/könnte mir vorstellen, ... • Das scheint mir ... zu sein. 	<p><i>Höflich</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Bitte lassen Sie mich kurz noch meinen Gedanken zu Ende führen! • Geben Sie mir bitte noch einige Sekunden! • Einen Augenblick bitte, darf ich das noch eben abschließen? • Einen Moment Geduld bitte, ich bin gleich fertig. • Gleich, bitte noch einen Moment. • <i>Sehr bestimmt</i> • Könnten Sie mich bitte aussprechen lassen? • Darf ich das bitte erst einmal zu Ende führen?

<i>Eine andere Meinung einschränken, relativieren oder in Frage stellen</i>	<i>eine andere Meinung ablehnen</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Ich stimme dem nur teilweise zu. • Ich glaube, das spielt in diesem Zusammenhang keine Rolle. • ..., das kann man nicht sagen. • Das überzeugt mich nicht. • Es ist nicht ganz richtig, dass... • Kann sein, dass Aber... • Natürlich ..., aber ... • Es kommt drauf an ... • Das hört sich gut an, aber ... • Das mag richtig sein, aber ... • Wenn ich Sie richtig verstehe, ... Aber ...? 	<ul style="list-style-type: none"> • Ich bin nicht der Auffassung, dass ... • Da bin ich anderer Meinung. • Das überzeugt mich nicht. • Das halte ich für falsch. • Dem stimme ich nicht zu. • Das lehne ich ab. Das finde ich nicht. • Es stimmt einfach nicht, dass ... • Aber davon kann keine Rede sein. • In diesem Punkt bin ich ganz anderer Meinung! • Ich sehe das (Problem) anders: ... • Ich halte es für falsch.

<i>Einer Meinung zustimmen</i>	<i>zur Stellungnahme, zur Informationswiedergabe auffordern</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Das überzeugt mich. Das stimmt. • Das ist richtig. • Ich teile diese Auffassung. • Genau! • Ich finde, das ist richtig. • Ja, das stimmt, denn ... • Ich halte ... für richtig. Denn ... • Sie haben recht, weil ... • Ich bin auch der Meinung, dass ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Was meinen Sie zu ...? • Was halten Sie von ...? • Was verstehen Sie unter ...? • Glauben Sie auch, dass ...? • Stimmt es, dass ...? • Wissen Sie, ob ...?

<i>jemanden unterbrechen</i>	<i>Beschwichtigung</i> □
<ul style="list-style-type: none"> • Darf ich hier kurz einhaken? • Darf ich mal eine Zwischenfrage stellen? • Darf ich Sie hier unterbrechen und noch auf einen anderen Punkt aufmerksam machen? 	<ul style="list-style-type: none"> • Das habe ich nicht so gemeint, ich sprach von ... • So krass wollte ich das nicht sagen. • Ich glaube, ich habe mich falsch ausgedrückt, ich wollte damit sagen: ...

<i>sich gegen unfaire Angriffe zur Wehr setzen</i>	<i>sich korrigieren</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Das geht jetzt aber nun wirklich zu weit / unter die Gürtellinie. • Könnten Sie bitte diese persönlichen Angriffe unterlassen? • Ich verbitte mir diese Unterstellungen. • Jetzt vergeifen Sie sich aber wirklich im Ton. 	<ul style="list-style-type: none"> • Darf ich kurz etwas richtig stellen? • Ich habe mich eben vielleicht nicht ganz klar / korrekt ausgedrückt, ... • Lassen Sie es mich noch einmal anders formulieren: ... • Ich habe vorhin gesagt, dass ... Das war vielleicht etwas missverständlich formuliert. • Ich wollte eigentlich Folgendes sagen: ...

<i>jemanden überzeugen</i>	<i>Schlussfolgerung</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Das kann man nicht bestreiten. • Ich möchte daran erinnern, dass ... • Es geht darum, dass ... • Da bin ich ganz sicher! • Das weiß ich genau! • Es kommt hinzu, dass ... • Das können Sie mir glauben. • Meinen Sie nicht auch, dass ... • Wie wäre es, wenn wir ... • Stimmen Sie mir zu, wenn ich sage, dass ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Das bedeutet also, dass ... • Daraus schließe ich, dass ... • Zusammenfassend stellen wir fest, dass ... • Unsere Erfahrung lehrt, dass ... • Die Schlussfolgerung ist, dass... • Daraus ergibt sich, dass...

7. Nehmen Sie ein Thema, zum Beispiel «Investitionsklima in der Ukraine» oder «Wie kann man die Ukraine für ausländische Touristen attraktiver machen?» oder drittes und bilden Sie 10—15 Sätze mit den angeführten Redemitteln.

Beispiel: Was verstehen Sie unter dem Investitionsklima? Ich bin der Überzeugung, dass die Ukraine ein großes Investitionspotential hat. Usw.

8. Bringen Sie in wenigen Sätzen Ihre Zustimmung oder Ihre Widerlegung der folgenden Thesen zum Ausdruck.

Beispiel: Lebenslanges Lernen ist nur ein Modeausdruck. — Ich bin aber ganz anderer Meinung. / Dieser These kann ich nicht zustimmen. / Ich sehe es aber anders. Ich bin überzeugt, dass mein universitäres Wissen für eine erfolgreiche dreißig bis vierzig Jahre lange Berufskarriere nicht ausreicht. Deshalb ist es wichtig und notwendig, das ganze Leben lang zu lernen.

1. Ohne Fremdsprachenkenntnisse hat man keine Karrierechancen. 2. Bei der Stellensuche ist das Fachwissen entscheidend. 3. Beruf oder Familie? — Eine ewige Frage für alle Frauen. 4. Der Computer bietet alles an — bald lesen wir keine Zeitungen und Bücher. 5. Bei Geld hört die Freundschaft auf. 6. Geld regiert die Welt.

9. Spielen Sie Minidialoge zu den Thesen der Übung 8: Der eine äußert seine Zustimmung, der andere ist damit nicht einverstanden und bringt eine verneinende Meinung zum Ausdruck.

Beispiel: Lebenslanges Lernen ist nur ein Modeausdruck.

— *Ja, ich teile diese Aussage / das stimmt, denn die heutigen Universitäten vermitteln solides Wissen und entwickeln eine richtige Handlungskompetenz. Nach der Uni braucht man kaum noch etwas zu lernen, das kannst du mir glauben.*

— *Nein, da bin ich aber der Überzeugung, dass das universitäre Wissen nur für die ersten Arbeitsjahre ausreicht. Du kannst doch nicht abstreiten, dass sich alle Bereiche unseres Lebens ständig entwickeln. Die Schlussfolgerung daraus ist, dass man permanent lernen muss, um mit dieser Entwicklung Schritt zu halten.*

VI. Einige weitere Tipps aus einem Zeitungsartikel

10. Lesen Sie den folgenden Zeitungsartikel. Einige Übungen und Aufgaben folgen danach.

Entschieden auftreten

Wie man in Diskussionen die Wirkung seiner Worte verstärkt

(1)

In Diskussionen geht es häufig nicht um die Suche nach den besten Argumenten und vernünftigsten Lösungen, sondern darum, Recht zu haben (und zu behalten). Wer Diskussionen als Kampfplatz begreift, verliert Gelassenheit, Nerven und Sympathien. Deshalb sollte man nicht gegen andere, sondern für die eigene Meinung, für die eigenen Vorschläge antreten.

(2)

«Wenn ich auch einmal etwas dazu sagen dürfte», «Ich würde gerne einmal fragen»: Beginnen Sie einen Diskussionsbeitrag nicht mit der Bitte um Rederecht. Dieses Recht steht Ihnen zu. Sprechen Sie deshalb einleitungsfrei. Wenn Sie höflich sein möchten, dann richtig: «Das ist eine interessante These. Ich stimme ihr ...», «Das sind spannende Befunde. Haben Sie auch Daten über ...?»

(3)

«Ich würde sagen, es geht an diesem Punkt um die Entscheidung, ob . . .», «Ich fände es besser, ...» Ihre Botschaft im Konjunktiv kann man auch so deuten: Gestatten Sie mir, dass ich das sage. Ich bin aber bereit, es jederzeit anders zu sehen. Sprechen Sie deshalb «würde»-los: «Ich meine, es geht um die Entscheidung, ob ...», «Ich finde es besser, ...»

(4)

Reden Sie nicht «ohne Punkt und Komma»; das schmälert die Wirkung eines Beitrags. Machen Sie Pausen. Pausen sind ein rhetorisches Mittel: Lassen Sie eine wichtige Aussage oder Frage wirken, indem Sie eine kurze Pause anschließen. Der beeindruckende «Brustton der Überzeugung» kommt zustande, wenn Sie das Sprechtempo und die Lautstärke wechseln. Sprechen Sie mal langsamer, mal schneller (aber nie zu schnell) und mal lauter, mal leiser (aber immer gut hörbar).

(5)

Halten Sie stets Blickkontakt und legen Sie die Unterarme auf den Tisch, um Ihre Ausführungen mit Gesten unterstreichen zu können. Bleiben die Hände unter dem Tisch, sinken die Schultern nach vorne. Die Folge: Man macht sich kleiner und sitzt nicht gerade — kein ideales Bild.

(6)

Wer lange Sätze formuliert, hat es schwer, angemessen zu betonen. Ein klarer Satzbau und kurze Sätze sind gute Voraussetzungen, um eindringlich sprechen und Wichtiges deutlich hervorheben zu können.

(7)

Vor allem Begriffe wie Standpunkt, Schlussfolgerung verleihen Argumenten Nachdruck, denn sie signalisieren, ich habe nachgedacht und bin sicher: «Ich behaupte, ...», «Diese Behauptung begründe ich ...», «Aus diesen Überlegungen ziehe ich den Schluss ...», «Diese Argumente verdichte ich in der Schlussfolgerung ...».

(8)

Visualisieren Sie Ihre Diskussionsbeiträge mit Worten — zum Beispiel mit konkreten und verständlichen Beispielen, mit Vergleichen (Mit einem Tropfen Honig fängt man mehr Fliegen als mit einem Fass Essig), mit anschaulichen Bildern oder Analogien (Wenn diese Landesregierung eine Aktie wäre, dann würde ich sie noch heute verkaufen). Die Aufmerksamkeit der Zuhörer ist Ihnen sicher.

(Norbert Franck, Süddeutsche Zeitung, 15/16.11. 2008)

11. Geben Sie jedem Absatz eine passende Überschrift.

12.1. Schreiben Sie aus jedem Absatz die Tipps des Autors zum richtigen Sprechen während einer Diskussion heraus.

Absatz 2	...
Absatz 3	<i>ohne Konjunktiv («würde»-los) sprechen</i>
Absatz 4	...
Absatz 5	...
Absatz 6	<i>keine langen Sätze formulieren, ...</i>
Absatz 7	...
Absatz 8	...

12.2. Bilden Sie Sätze mit den herausgeschriebenen Ausdrücken. Beginnen Sie Ihre Sätze mit: Weißt du, dass ...; Es geht darum, dass ...; Es stimmt, dass ...; Ich halte es für richtig, dass ...; Ich teile die Meinung, dass ... oder ähnlichen Ausdrücken.

13. Kombinieren Sie richtig und bilden Sie mit den festgestellten Wortverbindungen eigene Sätze.

1) die Wirkung eines Beitrags	a) ziehen
2) das Sprechtempo und die Lautstärke	b) visualisieren
3) Blickkontakt	c) begründen
4) einleitungsfrei	d) behalten
5) Recht	e) wechseln
6) Behauptung	f) kommen
7) den Schluss	g) schmälern
8) Diskussionsbeiträge	h) sprechen
9) für eigene Meinung	i) antreten
10) zustande	j) halten

14. Welche Aussagen stimmen mit dem Inhalt des Textes überein und welche nicht? Korrigieren Sie die falschen Aussagen.

Nº	Aussage	richtig	falsch
1.	In Diskussionen geht es stets um die Suche nach den besten Argumenten und vernünftigen Lösungen.		
2.	Es empfiehlt sich, einen Diskussionsbeitrag mit der Bitte um Rederecht zu beginnen.		
3.	Man muss in Diskussionen gegen andere Meinung antreten.		
4.	Bei einem Diskussionsbeitrag ist Blickkontakt sehr wichtig.		
5.	Es lohnt sich ohne Konjunktiv zu sprechen.		
6.	Die Aufmerksamkeit der Hörer ist sicher, wenn man in seinem Diskussionsbeitrag Beispiele, Vergleiche sowie Bilder einsetzt.		
7.	Es ist auch hilfreich, starke Begriffe wie Standpunkt oder Schlussfolgerung zu verwenden.		
8.	Man muss immer laut sprechen.		
9.	Mit kurzen Sätzen kann man Wichtiges deutlicher hervorheben.		
10.	Das Sprechtempo des Beitrags muss stets gleich sein.		

15. Schreiben Sie aus dem Text Redemittel heraus, die der Autor für die Verwendung in Diskussionen empfiehlt. Ergänzen Sie damit den Abschnitt V «Nützliche Redemittel».

Beispiel: Aus diesen Überlegungen ziehe ich den Schluss, (dass ...) — Schlussfolgerung.

Aufgaben für die Gruppenarbeit

16. Vergleichen Sie die Erläuterungen im Abschnitt III «Einige wichtige Tipps für die Diskutanten» mit den Empfehlungen des Autors des Textes. Was stimmt überein? Gibt es Widersprüche? Gibt es im Artikel neue Informationen?

17. Was halten Sie von der folgenden These? Argumentieren Sie Ihre Antwort. Vergleichen Sie diese Meinung mit der Idee des ersten Absatzes des Textes.

Jeder Diskussionsteilnehmer sollte von der übermächtigen Haltung Abstand nehmen, gewinnen bzw. über andere triumphieren zu wollen. Wer nur Recht haben möchte und nicht offen für andere Meinungen ist, ist diskussionsunfähig.

18. Welche Assoziationen verbinden Sie mit dem Begriff «Diskussion»? Erstellen Sie eine Mind-Map (Gedankenkarte) zu diesem Begriff. Dies kann man auf einem großen Blatt Papier sowie am Computer ausführen und über den Beamer an die Leinwand projizieren.

(Zu Aufgabe 11: So hat Norbert Frank die einzelnen Absätze seines Artikels betitelt: (1) Für eigene Meinung antreten; (2) Sich das Reden gestatten; (3) Ohne Konjunktiv sprechen; (4) Betonung wechseln; (5) Nonverbale Verstärker einsetzen; (6) Kurze Sätze; (7) Starke Begriffe verwenden; (8) Bilder nutzen.)

VII. Übung macht den Meister

VII.I. Nun folgen einige Artikel aus der deutschsprachigen Presse. Die Autoren dieses Lehrwerkes fanden sie interessant und diskussionswürdig und empfehlen auch Ihnen, sich mit den darin aufgeworfenen Fragen auseinanderzusetzen. Nach dem Lesen jedes Textes finden Sie einige Übungen und Aufgaben.

Artikel 1: Plädoyer gegen die Leitkultur der Verschwendung

Das Jahr 2010 hatte einen weitgehend unbeachteten Rekord verzeichnet: Nie zuvor in der Menschheitsgeschichte wurde nämlich mehr Energie verbraucht. Um 5,6 Prozent stieg der globale Energiekonsum an; die damit einhergehenden klimarelevanten Emissionen sogar um 5,8 Prozent. Trotz Kyoto, Kopenhagen und Cancún erhöhen sich Energieverbrauch und Emissionen jedes Jahr. Kurzzeitig unterbrochen nur durch die Weltwirtschaftskrise ist eine kontinuierliche Beschleunigung im Abbau von Ressourcen und in der Zerstörung des Planeten und seiner Atmosphäre zu verzeichnen. Allein in den vergangenen zwei Jahrzehnten hat sich der weltweite Ausstoß von Treibhausgasen nahezu verdoppelt, und für die nächste Verdoppelung wird es nur noch ein Jahrzehnt brauchen, falls der Energiehunger der Industrie- und Schwellenländer weiterhin so schnell wächst wie im Augenblick. Der Erdölverbrauch, der gegenwärtig ein Drittel des Primärenergieverbrauchs ausmacht, wird heutigen Prognosen zufolge von 84 Millionen Barrel täglich im Jahr 2005 auf 116 Millionen Barrel bis 2030 ansteigen, bei kontinuierlich erschwertem Zugang und damit erhöhten Umweltrisiken.

Aber wie kann das eigentlich alles sein? Wieso zeigen die Kurven zu Ressourcen- und Umweltverbrauch steil nach oben? Die Antwort ist einfach: Weil der Konsum kontinuierlich angestiegen ist, und mit ihm der Materialverbrauch und damit die Mengen an Müll und Emissionen... Die Menge an gekaufter Kleidung hat sich in der westlichen Welt in nur einem Jahrzehnt verdoppelt.

Die Verwandlung langlebiger Konsumgüter in kurzlebige, schreitet mit irrsinniger Geschwindigkeit voran. Die Nutzungszeit bei elektronischen Geräten verkürzt sich rasant (den unermüdlichen Steve Jobs und Bill Gates sei Dank), und mittlerweile werden in den USA 40 Prozent und in Europa 30 Prozent der Nahrungsmittel als Dreck entsorgt, weil sie nur noch gekauft, aber nicht mehr gegessen werden.

Von der Globalisierung heißt es, sie entwickle allgemeinen Wohlstand, lasse neue Mittelklassen entstehen und reduziere soziale Ungleichheit und Armut. Der Stand der Dinge: Ein Siebtel der Menschheit ist unterernährt, zwei Milliarden Menschen haben keine ausreichende medizinische Versorgung, eine Milliarde hat keinen Zugang zu sauberem Wasser, mehr als 200 Millionen Kinder sind Soldaten, Prostituierte oder Wanderarbeiter.

Die Ungleichheit national wie global nimmt keineswegs ab: Ungefähr 1200 Menschen verfügen gegenwärtig über rund drei Prozent des weltweiten Privatvermögens, die Hälfte der Menschheit dagegen nur

über weniger als zwei Prozent. Und wenn man davon spricht, dass die Leitkultur des Verbrauchs und der Verschwendung, der die westlich geprägten Industrieländer frönen, zurückgeführt werden müsse auf ein überlebensverträgliches Maß, kriegt man zu hören, man könne doch den nachrückenden Gesellschaften nicht den Lebensstandard verwehren, den man für sich selbst in Anspruch nehme.

Dieses Argument ist nichts anderes als eine psychologisch leicht durchschaubare Legitimation unseres idiotischen Lebensstils: Wenn alle das nachmachen, muss es richtig sein, auch wenn die Zukunft dabei draufgeht. Denn das ist ja der Fall: Nicht nur wird die wachsende Zerstörungswut der Konsumgesellschaften damit erkaufte, dass die Gewinner reicher und die Verlierer ärmer werden, sie bedeutet auch eine Generationenungerechtigkeit in historisch neuem Maßstab. Da wir in jeglicher Hinsicht mit wachsender Geschwindigkeit die vorhandenen Ressourcen übernutzen, bleibt denjenigen, die heute Kinder und Jugendliche sind, nicht allzu viel übrig, jedenfalls nicht die Freiheit, ihre Zukunft so zu gestalten, wie es den Angehörigen meiner Generation ganz fraglos möglich war.

Die Rückgewinnung von Zukunftsfähigkeit ist eine politische Aufgabe. Eine «Energiewende» reicht da nicht aus, vonnöten ist eine ganz neue Intoleranz gegenüber der chronischen Verletzung des Menschenrechts auf künftiges Überleben...

Aus diesem Grund sind unsere Gegenwartsgesellschaft und ihre Politik so antiquiert: weil sie darauf verzichten, Privilegien der Ressourcennutzung so einzuschränken, wie es in der Geschichte der Moderne immer der Fall war. Die Politik tritt auf der Stelle, weil Privilegiensicherung zum einzigen Inhalt des Politischen geworden ist. Man kann das als Diktatur der Gegenwart auf Kosten der Zukunft bezeichnen. Oder als Gegenteil von Intelligenz. Auf keinen Fall aber als Menschenrecht.

(Harald Welzer, Der SPIEGEL, Nr.28/2011)

19.1. Schreiben Sie aus dem Text alle statistischen Angaben heraus, die der Autor zur Bekräftigung seiner Ideen nutzt. Sie können dabei eine Tabelle aufstellen.

<i>Themenbereich</i>	<i>Zahl</i>	<i>Zeitspanne</i>
Unterernährung	Siebtel der Menschheit	
gekaufte Kleidung	Verdoppelung	ein Jahrzehnt
...

19.2. Bilden Sie möglichst viele Sätze anhand der gemachten Notizen. Gebrauchen Sie dabei nach Möglichkeit Ausdrücke aus den Spalten «Jemanden überzeugen» oder «Schlussfolgerung» im Abschnitt V «Nützliche Redemittel».

20.1. Der Autor spricht in diesem Artikel unter anderem von unserem «idiotischen» Lebensstil oder davon, dass «Privilegiensicherung zum einzigen Inhalt des Politischen geworden ist». Greifen Sie zu entsprechenden Redemitteln aus dem Abschnitt V und äußern Sie Ihre Meinung (Zustimmung oder Widerlegung) zu diesen Gedanken.

20.2. Schreiben Sie andere Thesen bzw. Schlussfolgerungen des Autors heraus und kommentieren Sie diese.

21. Wenn Sie die Problematik des Artikels interessant finden, diskutieren Sie darüber. Formulieren Sie vorher Fragen, die Sie zur Diskussion stellen möchten, bestimmen Sie den Diskussionsleiter und vergessen Sie nicht, Bezug auf die Ukraine zu nehmen.

Artikel 2: Zusammen gewinnen oder einzeln verlieren?

Die EU ist eine Schicksalsgemeinschaft, so wird es von den Politikern unermüdlich beschworen. Das war sie schon bei der Gründung. Die Europäische Union ist die Idee, die nach dem Zweiten Weltkrieg aus der physischen und moralischen Verwüstung kam. Oder anders ausgedrückt ist die Europäische Union eine transnationale Regierungsinstitution, die aus der Agonie der Niederlage und aus dem Erschrecken über den Holocaust geboren wurde.

Heute, wo es nicht mehr um Krieg und Frieden geht, macht die existentielle Bedrohung durch die Finanz- und Euro-Krise den Europäern wieder bewusst, dass sie nicht in Deutschland oder Frankreich, sondern in Europa leben.

... In jedem Fall hat die Finanzkrise eines bewirkt: Alle (auch die Experten und Politiker) sind in eine Welt katapultiert worden, die niemand mehr versteht. Wie kann Europa sich dabei behaupten? Paradoxaerweise ist der Erfolg der Europäischen Union zugleich eines ihrer größten Hemmnisse. Viele ihrer Errungenschaften sind den Menschen so selbstverständlich geworden, dass sie diese vielleicht erst dann bemerken würden, wenn sie nicht mehr existierten. Man stelle sich vor, Passkontrollen an Grenzen würden wieder eingeführt, es gäbe keine verlässlichen Lebensmittelvorschriften an allen Orten,

keine Meinungs- und Pressefreiheit nach den gleichen Standards; nicht nur bei Reisen nach Budapest, Kopenhagen oder Prag, sondern auch nach Paris, Madrid und Rom müsste man Geld umtauschen und sich Wechselkurse merken. Die «Heimat Europa» ist uns zur zweiten Natur geworden, und gerade das könnte ein Grund sein, sie leichtfertig aufs Spiel zu setzen.

Es geht darum, die Realität zu erkennen und anzuerkennen, dass Deutschland ein Teil der Schicksalsgemeinschaft Europa geworden ist, und zwar in dem Sinne, wie Willy Brandt es während der ersten Sitzung des gesamtdeutschen Bundestags sagte: «Deutsch und europäisch gehören jetzt und hoffentlich für alle Zukunft zusammen.» Statt ein Superstaat zu werden oder ein Mechanismus, der im besten Fall aufgeklärte Interessen repräsentiert, hat sich die EU in eine dritte Form verwandelt. Ihre wichtigste Rolle ist eine orchestrierende. Sie ermöglicht die Vernetzung von Engagements und Instanzen, zu denen Nationalstaaten gehören, aber nach außen auch nationenübergreifende Organisationen und nach innen Stadt- und Regionalregierungen sowie zivilgesellschaftliche Organisationen...

Was die ewige Krise namens Europa betrifft, so stellt sich hier unter anderem die Frage, welche der großen Parteien beispielsweise in Deutschland den Mut aufbringt, den Bürgern zu erklären, was ihnen die Heimat Europa wert ist.

Mehr Gerechtigkeit durch mehr Europa — darin steckt auch der Appell im Sinne der transnationalen Solidargemeinschaft: «Empört euch, Europäer». Ähnlich wie seinerzeit die Rede von der Annäherung an den kommunistischen Block von vielen als Vaterlandsverrat verteufelt wurde, ist heute die Forderung «Mehr Europa!» ein Schlag ins Gesicht des nationalen Selbstbewusstseins...

(Nach Ulrich Beck, Der SPIEGEL, Nr. 34/2011)

22. Beantworten Sie die folgenden Fragen und äußern Sie dabei auch Ihre eigene Meinung, d.h., ob Sie mit dem Autor des Artikels einverstanden sind oder nicht. Begründen Sie Ihre Gedanken.

1. Warum ist die Europäische Union für Ulrich Beck eine Schicksalsgemeinschaft? Welche Gründe führt er an? 2. Welche (für die Bürger selbstverständlichen) Vorteile der Europäischen Union hebt der Autor besonders hervor? 3. Wie versteht der Autor die wichtigste Rolle der Europäischen Union? 4. Warum meint Ulrich Beck, dass die Forderung «Mehr Europa!» ein Schlag ins Gesicht des nationalen Selbstbewusstseins ist?

23. Nach der Überzeugung von Ulrich Beck ist «die Heimat Europa» für ihre Bürger sehr viel wert. Und was ist für Sie Europa? Wie sehen Sie die Rolle / den Platz der Ukraine in Europa? Diskutieren Sie diese und ähnliche Fragen.

Artikel 3: Was Macht aus uns macht

Gib einem Menschen Macht und du erkennst seinen wahren Charakter, lautet ein geläufiges Sprichwort. Falsch, sagen Psychologen. Nicht der wahre Charakter wird dann sichtbar, sondern ein neuer. «Wenn Sie in eine Position mit Macht kommen, dann kommen Sie in eine neue Situation. Sie sind nicht mehr der alte Mensch», sagt etwa Philip Zimbardo, emeritierter Professor für Psychologie an der amerikanischen Stanford University. «Macht verändert unweigerlich — zum Guten oder zum Schlechten», formuliert Zimbardo seine These. Leider meist zum Schlechten.

Nur in «den seltensten Fällen kann jemand Machtmissbrauch widerstehen»

Das gilt für viele Bereiche. Auch in Unternehmen kann Macht korrumpieren, Karrieren zerstören und den Erfolg eines Betriebes ernsthaft behindern. Ethisch fragwürdige Praktiken zur Machtsicherung mündeten zum Beispiel im Fall der Deutschen Telekom und der Deutschen Bahn in Bespitzelungsmaßnahmen. Bei Siemens, MAN und VW halfen Manager ihrem Erfolg mit Schmiergeldzahlungen aus schwarzen Kassen nach.

«Machtbeziehungen gibt es überall, in jedem sozialen Gefüge», sagt Erich Witte, Professor für Sozialpsychologie an der Universität Hamburg. «Und nur in den seltensten Fällen kann jemand Machtmissbrauch widerstehen.» Wenn ein Mensch erst einmal Macht bekomme, falle es äußerst schwer, sie nicht zum eigenen Vorteil einzusetzen. Es handele sich dabei um einen evolutionär begründeten Mechanismus, der automatisch ablaufe, wenn man nicht bewusst dagegen ankämpfe. Doch genau das scheint für viele Machthabenden unmöglich zu sein. Psychologen sprechen von dem «Paradoxon der Macht»: Gewöhnlich erhält niemand Macht, weil er unfreundlich, despotisch und rücksichtslos ist.

«Nach Macht zu streben, ist etwas zutiefst Menschliches»

Michael Paschen von der Personalberatung Profil M sieht nichts Verwerfliches darin. «Nach Macht zu streben, ist etwas zutiefst Menschliches», sagt er. «Denn Macht bedeutet Freiheit.» Dass Macht

den Charakter verändere, findet er nicht grundsätzlich bedenklich. So wirke schließlich jede andere einschneidende Erfahrung auch. «Macht ist wichtig, wenn man Ziele verwirklichen will, die über die eigene Kraft hinausreichen», sagt Paschen. «Wenn man Ziele verfolgt, für die man Kräfte bündeln muss. Ohne Macht wäre auf der Erde noch nichts Bedeutendes geschaffen worden.»

Eine gute Führungskraft müsse deshalb geradezu zwingend über eine milde Form von Narzissmus verfügen. «Sie müssen Ihre Wahrheiten gegen andere verteidigen können. Wie wollen Sie sonst neue Produktideen umsetzen oder Strukturreformen erfolgreich einführen, wenn Sie ständig zweifeln und angreifbar sind?»

Wenn uns keiner mehr etwas vorschreibt, woran orientieren wir uns?

Was passiert also mit uns, wenn wir Macht bekommen? Viele Regeln, die vorher noch galten, sind dann mit einem Mal obsolet. Wenn uns niemand mehr vorschreibt, an was wir uns halten sollen, woran orientieren wir uns dann? Vor allem dann, wenn die eigenen Ideen bisher dem Unternehmen so viel Erfolg eingebracht haben? Wann boxen wir ein visionäres Projekt zu Recht auch gegen Widerstände durch? Wann dagegen gehört die eigene Vision in den Papierkorb?

Immer wieder gilt es auch im Arbeitsalltag die feine Linie zwischen Machtgebrauch und Machtmissbrauch zu erkennen und einzuhalten. Fehlschläge haben nichts mit Charakterschwäche zu tun, tröstet Philip Zimbardo, der Psychologe aus Stanford. Entscheidend sei vielmehr, ob eine Organisation für diese Fälle Regeln aufstelle oder dies versäume.

Transparenz, Offenheit und Feedback auf allen Ebenen

Denn wenn ein gewisses Getriebensein die Voraussetzung für Höchstleistungen ist, wie Personalberater Paschen sagt, dann können sich Führungskräfte vor ihrer eigenen Veränderung zum tyrannischen Boss selbst kaum schützen. Institutionalisierte Transparenz und Offenheit, regelmäßig eingefordertes Feedback auf allen Ebenen - das sind die Schutzvorkehrungen, die Philip Zimbardo empfiehlt. Damit das Rezept fruchtet, sogar dafür ist nach seiner Überzeugung die Ausübung von Macht unumgänglich: Nur ein Top-Down-Prozess verspreche Erfolg, die Selbstreflektion der Manager reiche nicht aus. «Wichtig ist, dass die Unternehmensleitung das als Erstes kommuniziert und nie aus den Augen verliert.»

*(Nach Anna Catherin Loll,
Frankfurter Allgemeine Zeitung, 2.12.2010)*

24. Klären Sie die Bedeutung von folgenden Ausdrücken und bilden Sie damit Sätze.

Nach Macht streben — Macht bekommen / erhalten — an die Macht kommen — die Macht ergreifen — Macht ausüben — Macht haben — Macht sichern — Macht missbrauchen.

25.1. Im Artikel werden drei Personen zitiert. Machen Sie sich Notizen zu ihren Aussagen.

Philip Zimbardo	...
Erich Witte	...
Michael Paschen	...

25.2. Erläutern Sie anhand Ihrer Notizen die zitierten Standpunkte und äußern Sie Ihre eigenen Meinungen dazu. Vergessen Sie dabei nicht, bereits gelernte Redemittel zu verwenden.

26. Beantworten Sie die folgenden Fragen.

1. Was verstehen Sie unter dem «Paradoxon der Macht»? 2. Warum verändert Macht «leider meist zum Schlechten»? 3. Welche Empfehlungen gegen Machtmissbrauch sind im Text zu finden? 4. Albert Camus gehört die folgende Aussage: «Kein Mensch besitzt so viel Festigkeit, dass man ihm die absolute Macht zubilligen könnte». Bestätigt der Artikel von A.C.Loll diese These? Argumentieren Sie Ihre Antwort.

27. Alle vier Abschnittsüberschriften im Text sind eine Diskussion wert. Diskutieren Sie die darin enthaltenen Meinungen. Um besser zu argumentieren, beziehen Sie sich auf geschichtliche und gegenwärtige Beispiele, darunter auch aus der Ukraine, oder Fälle aus Ihrem privaten Bereich.

VII.II. Sie haben bis jetzt vieles gelernt und geübt. Zum Schluss möchten wir Ihnen einige weitere Diskussionsthemen vorschlagen. Wenn Sie diskutieren, denken Sie an die Tipps für eine erfolgreiche

Diskussion und vergessen Sie nicht, in Ihre Äußerungen entsprechende Redemittel einzubauen. Viel Erfolg!

1. Sind wir in der heutigen Gesellschaft wirklich frei oder doch nur Gefangene unseres eigenen Fortschritts?
2. Was bedeutet für Sie der Begriff «Lebensqualität»?
3. Verführt Werbung zu einem falschen Verbraucherverhalten?
4. Was ist Armut? Was sind ihre Ursachen? Welche sind die richtigen Strategien zur Armutsreduzierung?
5. Steht für einen Pharmakonzern wirklich der Patient an erster Stelle?
6. Kann man mit Krieg den Terrorismus besiegen?
7. Ohne permanentes Lernen kann man im Berufsleben nicht mehr bestehen.
8. Ein Auslandsaufenthalt fördert den Aufstieg.
9. Die Steuererhöhungen haben eine positive Auswirkung auf die wirtschaftliche Entwicklung eines Landes.
10. Die Deutschen sind in besonderem Maße umweltbewusst.
11. Globalisierung: Privatisierung der Welt.
12. Wer auf Qualität setzt, macht Karriere.

Kapitel 7: Aneignung der wirtschaftlichen Begriffe auf phonetischer Ebene

Die **Wirtschaftssprache** Deutsch hat zahlreiche **Entlehnungen** aus anderen, insbesondere europäischen Sprachen, was gewisse Schwierigkeiten bei der Aneignung der Aussprache und Wortbetonung bereitet. In manchen Fällen stimmt die phonetische Struktur der Fremdwörter nicht ganz mit der originellen überein, sondern weist **spezifische artikulatorische und rhythmische Merkmale** auf, was beim Erlernen der wirtschaftlichen Begriffe zu beachten ist.

I. Regeln der Wortbetonung

1.1. Betonte Suffixe und vokalisch-konsonantische Finalgruppierungen (alphabetisch geordnet):

—Suffixe **-abel/ibel**: disku'tabel, komfor'tabel, mise'rabel, ren'tabel, repa'rabel, transpor'tabel; fle'xibel, kompa'tibel, plau'sibel, sen'sibel.

—Suffix **-age**: Mon'tage, Plan'tage, Repor'tage, Sabo'tage, Triko'tage.

—Vokalisch-konsonantische Finalgruppierung **-akt**: abst'rakt, e'xakt, in'takt, Kon'takt.

—Suffix **-al**: "Eigenkapi'tal, föde'ral, glo'bal, Ka'nal, Kanto'nal'bank, Konsor'tialvert'rag, Lo'kal, Mate'rial, monumen'tal, Mo'ral, multinatio'nal, Origi'nal, pau'schal, Perso'nal, Potenzi'al, ratio'nal, so'zial, spe'zial, territo'rial, to'tal, ver'bal, zent'ral.

—Suffixe **-all, -ell, -oll**: Me'tall; ak'tuell, Baga'tellaus'gaben, even'tuell, finan'ziell, for'mell, industri'ell, Kar'tell, konzeptio'nell, mate'riell, ma'nuell, Mo'dell, offi'ziell, origi'nell, poten'tiell, prinzi'piell, professio'nell, spe'ziell, traditio'nell, tenden'ziell; Proto'koll.

—Suffixe **-am, -em, -om**: mono'gam; extrem, Prob'lem, Theo'rem, Ver'triebssys'tem; Agro'nom, Dip'lom, Öko'nom, Symp'tom.

—Suffix **-an**: hu'man, Or'gan, Porzel'lan, (aber: 'Slogan).

—Suffix **-ant**: arro'gant, Dilet'tant, ele'gant, Fabri'kant, Liefe'rant, Pas'sant, Prakti'kant, ris'kant, Speku'lant, tole'rant.

—Vokalisch-konsonantische Finalgruppierungen **-anz/nce**: Akzep'tanz, Al'lianz, Bi'lianz, Dis'tanz, Domi'nanz, Ele'ganz, Fi'nanz'ziele, Igno'ranz, Ins'tanz, Subs'tanz, Tole'ranz; An'nonce, Ba'lance, Nu'ance.

—Suffix **-ar**: Ag'rarbet'rieb, Archi'var, Formu'lar, Exemp'lar, Hono'rar, Inven'tar, No'tar.

—Suffixe **-är/äre**: Aktio'när, arbit'rär, Deposi'tär, famili'är, Komplen'tär, legen'där, Millio'när, Sa'lär, Sekre'tär, totali'tär, Veteri'när, Volon'tär, vul'gär; Atmo'sphäre.

—Suffix **-at**: Bürokr'at, Deri'vat, deli'kat, "Geldauto'mat, "Goldzertifika't, "Halbfabri'kat, Kombi'nat, pa'rat, pri'vat, Plagi'atskont'rolle, Quad'rat'meter, Syndi'kat, Telefo'nat.

—Suffix **-ät**: Aktuali'tät, Autori'tät, Boni'tät, Flexibili'tät, Intensi'tät, Kapazi'tät, Kollegiali'tät, Liquidi'täts'nachweis, Nationali'tät, Produktivi'tät, Quanti'tät, Reali'tät, Rentabili'tät, Stabili'tät.

—Suffix **-ege**: Kol'lege, Stra'tege.

—Suffix **-ei**: Aller'lei, Arz'nei'mittel, "Eingabeda'tei, Kanz'lei, Kondito'rei, Lände'reien, Reede'rei, Tischle'rei.

—Suffix **-ek**: Biblio'thek, Disko'thek, Hypo'thek, Video'thek.

—Vokalisch-konsonantische Finalgruppierung **-ekt**: De'fekt, Ef'fekt, In'sekt, Pros'pekt, Res'pekt.

—Suffix **-end**: Divi'dend, Divi'dende.

—Suffix **-ent**: Argu'ment, Doku'ment, Funda'ment, Instru'ment, intelli'gent, Konkur'rent, Kontin'gent, Konsu'ment, Mo'ment, Parla'ment, Produ'zent, Pro'zent, "Preisse'gment, Sorti'ment, Stu'dent, Ta'lent (aber: In'vestment, 'Management).

—Suffix **-enz**: Absti'nenz, Effizi'eniz, Exis'tenz, Fre'quenz, Intelli'genz, Insol'venz, Konfe'renz, Konku'rrenz, Li'zenz'kosten, Prä'senz'geld, Präze'denz'fall, Refere'renz, Ten'denz.

—Suffixe **-ese, -ise, ose**: Chi'nese, Hypo'these, Vietna'mese; Fran'chise; Prog'nose, Sym'biose.

—Suffixe **-et, -ett**: Alpha'bet, Äs'thet, Bud'get, disk'ret, konk'ret, Mag'net, Pla'net, Pro'phet (aber: 'Internet); Eti'kett, komp'lett, Par'kett.

—Suffix **-eur /ör/**: Akquisi'teur, Arbitra'geur, Chauff'feur, Impor'teur, Inge'nieur, Installa'teur, Instruk'teur, Kontrol'leur, Redak'teur.

—Suffixe **-id/ide**: li'quid, O'xid, ra'pid/ra'pide, so'lid/so'lide, stu'pid/stu'pide.

—Suffix **-ie**, das wie [i:] ausgesprochen wird: Analo'gie, Ener'gie, Garan'tie, Hierar'chie, Indust'rie, Katego'rie, Maschine'rie, Ökolo'gie, Ökono'mie, Paro'die, Strate'gie, Technolo'gie.

—Suffixe **-ier/ir** [i:r]: Ban'kier, dele'gieren, Diskon'tierung, Finan'zierung, Juwe'lier, kontinu'ierlich, Ku'rier, Mar'kierung, Ma'nier, Orien'tierung, Pa'pier, paten'tieren, Pensio'nierung, Quar'tier, Rationali'sierung, Revier, stag'nieren, standardi'siert, transpor'tieren, typi'sieren, vari'ieren; Kasch''mirpul'lover, Souve''nir'laden.

—Suffix **-ige**: Pres'tige.

—Suffix **-ik** mit dem langen [i:]: Fab'rik, Katho'lik, Kri'tik, Mathema'tik, Mu'sik, Ra''battpoli'tik, Repub'lik, Rub'rik.

—Vokalisches-konsonantische Finalgruppierung **-ikt**: De'likt, Konf'likt.

—Suffixe **-il/ille**: Automo'bil, diffi'zil, Domi'zil, Kroko'dil, mo'bil, Pro'fil, tex'til, zi'vil; Ka'mille, Pro'mille, Pu'pille.

—Suffixe **-in/ine** in Fremdwörtern: Ben'zin, Diszip'lin, Maga'zin, Medi'zin, Ter'min; Ma'schine, Rou'tine, Vit'rine.

—Suffix **-ion**: Desinfla'tion, Fu'sion, Illu'sion, Innova'tion, Investi'tion, Kau'tion, ''Kostendimen'sionen, Posi'tion, Produk'tionser'trag, Provi'sion, Reak'tion, Refle'xion, Re'gion, Revi''sionsbericht, Rezes'sion, Spedi''tions'kosten, Stagna'tion, U'nion.

—Suffix **-ip**: ''Mindestwertprin'zip.

—Suffix **-ise**: Ak'zise, De'visen, Fran'chise.

—Suffix **-ist**., Kommandi'tist, Proku'rist, Tou'rist.

—Suffix **-it**: Appe'tit, Au'dit, Defi'zit, Favo'rit, Kre'dit, Pro'fit, Satel'lit (aber : 'Fazit).

—Suffix **-iv**: Akkredi'tiv, ak'tiv (abrer : Áktiv /gramm./), Ak'tiva, alterna'tiv, Ar'chiv, attrak'tiv, demonstra'tiv, distribu'tiv, effek'tiv, initia'tiv, innova'tiv, inten'siv, lukra'tiv, Mo'tiv, offen'siv, pa'ssiv, Pas''sivbi'lanz (aber: 'Passiv /gramm./), Pas'siva, posi'tiv, repräsen'ta'tiv, speku'la'tiv.

—Suffix **-iz**: In'diz, Jus'tiz, No'tiz.

—Vokalisches-konsonantische Finalgruppierung **-ode**: Me'thode, Peri''oden'rechnung.

—Suffixe **-og/-oge/-ege**: Dia'log, Kata'log; Metro'loge, Psycho'loge, Sozio'loge, Techno'loge; Kol'lege, Stra'tege.

—Suffixe **-ol/ole**: Alko'hol, Ben'zol, Mono'pol, Oligo'pol, Poly'pol, Sym'bol; Metro'pole, Pa'role, Pis'tole.

—Suffix **-on**: Hor'mon, Kan'ton, Per'son, synch'ron.

—Suffix **-or** bei den Substantiven im Plural: Auto'toren, Debi'toren, Dok'toren, Expedi'toren, Fak'toren, Indika'toren, Inves'toren, Genera'toren, Kredi'toren, Moni'toren, Mo'toren, Sek'toren, Trak'toren (aber: De'kor, Hu'mor, Kon'tor, La'bor)

—Vokalisches-konsonantische Finalgruppierung **-ort**: Ex'port, Im'port, Trans'port.

—Suffixe **-os/ös**: du'bios, gran'dios; myste'riös, ner'vös, pom'pös, reli'giös, se'riös, strapa'ziös.

—Suffixe **-ot/ott, -ont**: De''pot'konto; Bank'rott; Dis''kontge'schäft.

—Suffix **-ur**: Agen'tur, Infrastruk'tur, Klau'sur, Konjunk''tur'forschung, Manufak'tur, Na'tur, Repara'tur, Proze'dur, Unter'nehmenskul'tur.

—Vokalisch-konsonantische Finalgruppierung/Suffix **-ut**: a'kut, abso'lut, Attri'but, Insti'tut, reso'lut, Sta'tut.

—Suffix **-ym /üm/**: ano'nym, Anto'nym, Pseudo'nym, Syno'nym.

—Suffix **-yse**: Ana'lyse, Elektro'lyse, Hydro'lyse, Kata'lyse.

1.2. Unbetonte Suffixe oder konsonantische Finalgruppierungen (alphabetisch geordnet):

—Suffix **-el**: 'Adels'titel, Ar'tikel, 'Klausel, profi'tabel, 'Stempel.

—Suffix **-ie** mit dem **unsilbischen** Vokal [i], das wie [ie] ausgesprochen wird: 'Aktie, 'Folie, Immo'bilie, 'Prämie, Pro''dukt'linie, Pro''duktfa'milie, 'Serie, 'Studie.

—Suffix **-ig**: /g wie ukr. **хб**: 'ansässig, 'Arbeitslosigkeit, ''Billigart'ikel, fab''rik'mäßig, 'fällig, ge''mein'nützig, ''kurz'fristig, ''nach'haltig, ''rück'läufig, ''selbst'ständig, sta''tut'widrig.

—Suffix **-ik** mit dem kurzen [i]: Ana'lytik, At'lantik, 'Chronik, Diag'nostik, Er''zeugnissyste'matik, 'Grafik, Gram'matik, 'Hektik, Infor'matik, 'Klassik, 'Klinik, Kos''metik'branche, 'Lexik, 'Logik, Lo'gistik, Me'chanik, Öko'nomik, 'Panik, Pa'zifik, Proble'matik, 'Plastik, Sta'tistik, Syn'thetik, 'Technik, The'matik.

—Suffix **-in** in deutschen Wörtern: Be''triebs'wirtin, 'Zeppelin.

—Suffix **-ing**: 'Dumping, 'Marketing.

—Suffix **-is**: ''Bankge'heimnis, 'Basis, Disposi''tionsbe'fugnis, 'Skepsis, 'Unkenntnis.

—Suffix **-isch**: auto'matisch, 'ausländisch, bürok'ratisch, 'chemisch, diszipli'narisch, elekt'ronisch, euro'päisch, geo'zentrisch, gi'gantisch, ''kauf'männisch, 'malerisch, öko'logisch, ökon'o'metrisch, öko'nomisch, po'litisch, pharma'zeutisch, phleg'matisch, 'psychisch, stra'tegisch, 'technisch, 'typisch, 'zyklisch.

—Suffix **-ium/um**: 'Gremium, Kon'sortium, Kri'terium, Mini'sterium, Provi'sorium, 'Stadium; 'Eigentum, 'Optimum, 'Praktikum, 'Publikum, 'Reichtum, summa su'marum, ''Tages'pensum, 'Technikum (aber: Kon'sum).

—Suffix **-or** bei den Substantiven im Singular: Áutor, 'Debitor, 'Doktor, Expe'ditor, 'Faktor, Gene'rator, Indi'kator, In'vestor, Kommen'tator, 'Kreditor (aber auch: Kredi'tor), Liqui'dator,

Mode'rador, 'Monitor, 'Motor (aber auch: Mo'tor, Ter'ror), Re'visor, 'Sektor, 'Traktor.

— Suffix **-us**: Ak'tions'radius, 'Campus, 'Fiskus, 'Globus, 'Rhythmus, "Statussym'bol, 'Terminus, 'Zyklus (aber: di'ffus, kon'fus).

1.3. Merken Sie sich die Betonung in einigen weiteren gebräuchlichen Wörtern:

An'tike, Bü'ro, Cafete'ria, Ho'tel, 'Karneval, Kilo'meter, 'Kino, Kon'takt, Kon'text, Kon'zert, 'Moskau, 'Partner, Pro'zess, 'Schema, 'Warschau, 'Zone.

1. Betont oder unbetont? Ordnen Sie die fettgedruckten Suffixe zu. Lesen Sie vor.

betont

.....

unbetont

.....

Agronomie, **agronomisch**, Bonität, Differenz, digital, Effizienz, Emittent, **exklusiv**, **exotisch**, **exzellent**, Fabrik, familiär, Fiskus, Fleischerei, Fluktuation, **Fundament**, Führungsmodell, global, Grafik, Humanmedizin, illegal, Imkerei, Importeur, impulsiv, industriell, Informatik, Institut, **Institution**, Kalkulation, **Klassik**, Klausel, Komet, Kompetenz, Konferenz, konkret, konkurrenzfähig, kostenintensiv, Kritik, Logistik, Molkerei, monetär, Monopol, Montage, monumental, Motorenbau, **Obligationär**, offiziös, Ökonom, Parabel, Parlament, **Parteifunktionär**, Penum, Person, pharmazeutisch, philosophisch, Planet, Politik, populär, Prinzip, Problem, Problematik, **Produktionskapazität**, Profil, Prominenz, rapid/rapide, rasant, Realität, real, Technik, technologisch, Sanktionen, Segment, segmentieren, Serienproduktion, Signal, skandalös, Sklaverei, Sozialkritik, speziell, strategisch, Subjekt, Symbol, System, **Technologe**, Termin, total, Transport, Werbeagentur, **Zentralorgan**, Zielkriterium.

2. Setzen Sie die richtige Wortbetonung. Beachten Sie den Unterschied bei der Akzentuierung von Wörtern im Singular und im Plural.

Aggressor — Aggressoren, Akkumulator — Akkumulatoren, Debitor — Debitoren, Diktator — Diktatoren, Direktor — Direktoren, Doktor — Doktoren, Expeditor — Expeditoren, Faktor — Faktoren, Generator — Generatoren, Indikator — Indikatoren, Investor —

Investoren, Inspektor — Inspektoren, Isolator — Isolatoren, Katalysator — Katalysatoren, Kommentator — Kommentatoren, Kreditor — Kreditoren, Liquidator — Liquidatoren, Mentor — Mentoren, Moderator — Moderatoren, Monitor — Monitoren, Motor — Motoren, Operator — Operatoren, Organisator — Organisatoren, Radiator — Radiatoren, Rektor — Rektoren, Revisor — Revisoren, Sektor — Sektoren, Sensor — Sensoren, Traktor — Traktoren, Ventilator - Ventilatoren.

3. /i:/ oder /ie /? Ordnen Sie zu. Beachten Sie die Unterschiede bei der Wortbetonung.

[i:]

.....

/ie /

.....

Aktie, Akademie, Analogie, Autoritätslinie, Betriebspsychologie, Biografie, Biochemie, Bürokratie, Drogeriemarkt, Enzyklopädie, Exportprämie, Familie, Fluglinie, Führungshierarchie, Galerie, Garantieleistungen, Gastronomie, Gewinnserie, Harmonie, Hysterie, Immobilie, Industriegebiet, Kalorie, Kolonie, Konfiserie, Kopie, Lotterie, Markenmanie, Marktstudie, Methodologie, Mumie, Nostalgie, Ökologie, Ökonomie, Parfümerie, Partie, Pistazie, Produktlinie, Raffinerie, Sinfonie, Strategie, Studie, Sympathie, Technologie, Tragödie, Unternehmensphilosophie, Utopie, Warenkategorie, Wirtschaftstheorie, Zeremonie.

4. Welche Betonung ist richtig? Unterstreichen Sie das Wort.

Anar'chie — A'narchie, 'Artikel — Ar'tikel, Ästhe'tik — Äs'thetik, Biblio'thekar — Bibliothe'kar, 'Brennerei — Brenne'rei, Com''putersys'tem — Com''puter'system, Deposi'tion — Depo'sition, Diffe'renz — 'Differenz, Dy'namik — Dyna'mik, Ef'fizienz — Effi'zienz, 'Emittent — Emi'ttent, Emis'sion — E'mission, ener''gieinten'siv — ener''giein'tensiv, E'xistenz — Exis'tenz, Ex''portstruk'tur — ''Exportst'ruktur, 'Fabrik — Fab'rik, Ge''bietsö'konomik — Ge''bietsöko'nomik, 'Grafik — Gra'fik, Hek'tik — 'Hektik, 'Humor — Hu'mor, Im'puls — 'Impuls, Informa'tik — Infor'matik, Iro'nie — I'ronie, 'Japan — Ja'pan, 'japanisch — ja'panisch, 'Kanada — Ka'nada, Kar''toffel'salat — Kar''toffelsa'lat, Katego'rie — Kate'gorie, Katholik — Katho'lik, Koe'xistenz — Koexis'tenz, Kolo'nie — Ko'lonie, kom'merziell — kommer'ziell, Kosme'tik — Kos'metik, Klas'sik — 'Klassik, 'Klinik

— Kli'nik, Komp'lex — 'Komplex, 'Konkurs — Kon'kurs, Kri'tik — 'Kritik, 'Magazin — Maga'zin, Mathe'matik — Mathema'tik, 'Methode — Me'thode, Mo'dul — 'Modul, 'Moment — Mo'ment, 'Musik — Mu'sik, Mys'tik — 'Mystik, Zent'ralor'gan — Zent'ral'organ, "Passivge'schäfte — Pas"sivge'schäfte, Per'gament — Perga'ment, Pe'rrioden'rechnung — Peri'oden'rechnung, Pharmazeu'tik — Pharma'zeptik, 'Plastik — Plas'tik, Po'litik — Poli'tik, Präfe'renz — Präferenz, "Preisstra'tegie — "Preisstrate'gie, im Prin'zip — im 'Prinzip, Problema'tik — Proble'matik, Re'publik — Repub'lik, 'Sortiment — Sorti'ment, 'sozial — sozi'al, 'speziell — spe'ziell, Stabili'tät — Sta'bilität, Stan'dard — 'Standard, Tak'tik — 'Taktik, Techno'krate — Technokra'tie, Telepa'thie — Tele'pathie, The'orie — Theo'rie, Tradi'tionsunter'nehmen — Tra'ditionsunter'nehmen, "Transport'kosten — Trans"port'kosten, 'Technik — Tech'nik, Thema'tik — The'matik.

1.4. In zusammengesetzten deutschen Wörtern und Entlehnungen tragen die Hauptbetonung (ˊ) das Bestimmungswort und die Nebenbetonung (ˋ) das Grundwort. Z.B.:

"Abgabeter'min, "Absatzstrate'gie, "Aktienge'sellschaft, Alterna'tiv'kosten, "Anlagekapi'tal, "Arbeitsmobili'tät, "Arbeitsmo'ral, "Auswahlkri'terien, autori'täts'gläubig, "Bau'sparkre'dit, Be"triebs-sys'tem, Bi'lanz'abschluss, "Billig'anbieter, "Branchen'schwer'punkte, "Buchrevi'sion, Bud'get'abweichung, Defi"zitfinan'zierung, De"visenre'serven, Dis"kont'satz, Ener'gie'vorräte, "Führungsap'parat, Garan'tie'lohn, "Geld'zirkulation, Gene'ralver'sammlung, Ge"samtbil'anz, Hypo"theken'bankge'schäft, Immo"bilienagen'tur, Intelli'genz'test, Kapazi'tätsre'serven, Kapi'talren'dite, Kommi'sionsa'gent, Kommu"nal'steuer, Materi'al'wirtschaft, "Nachrichten'technik, "Ökosys'tem, Pa"tent'recht, Pau"schalent'gelt, Plagi"atskont'rolle, "Plastik'geld, "Sach'kenntnis, "Stammkapi'tal, Ta"rif'löhne, Ter"minge'schäft, "Währungspari'tät.

5. Gruppieren Sie die Wörter je nach der Hauptbetonung (ˊ). Beachten Sie beim Lesen auch die nebenbetonten Silben (ˋ).

Hauptbetonung auf der 1. Silbe	Hauptbetonung auf der 2. Silbe	Hauptbetonung auf der 3. Silbe	Hauptbetonung auf der 4. Silbe	Hauptbetonung auf der 5. Silbe
.....

Aktienspekulant, Aktionärsbrief, Aktivsaldo, Arbeitskonflikt, Ausgangsbilanz, Börsennotar, Bruttoproduktivität, Dateiorganisation,

Debitorenrechnung, Defizitausgleich, Delegationsleiter, Devisenreserven, Differenzialkosten, Dokumentarbericht, Elektrizitätswerk, Endmontage, Etikettenfälschung, Eurosystem, Exportkonjunktur, Eventualananspruch, Fabrikabgabepreis, Fabrikationsablauf, Filialsystem, Finanzdefizit, Fotokopie, Garantiebrief, Großkredit, Havarieklausel, Honorarbasis, Hypothekarzinsen, Individualverkehr, Industriezeitalter, Kapazitätsbedarf, Karteikarte, Kausalfaktor, Konsumterror, Kostenvoranschlag, Kreditfazilität, Lizenzvertrag, Naturtalent, Nominaleinkommen, Papiergeld, Partieartikel, Patentrecht, Personalabbau, Prioritätsaktie, Quartalabschluss, Renditeaktie, Solidaritätszuschlag, Spezialgebiet, Systemanalyse, Technologieaktie, Telefonzentrale, Termingeschäft, Transportagentur, Verbraucherzentrale, Vermarktungschancen, Vertriebskanal, Vorzugsaktie, Vorzugsaktionär, Zielkriterien, Zivilgericht.

II. Besonderheiten der Realisation von einigen Phonemen und Phonemverbindungen im Deutschen

2.1. Realisation vom Konsonanten /s/:

[z] (ukr. /з/)	[s]		
Wort-und Silben anlaut (oft intervokale Position)	Wort-und Silben auslaut	Schreibung /ss; ß/	Wort-und Silbenanlaut bei einigen Fremdwörtern
Autorisierung, Börsenkurse, Devisen, Personalwesen, Saldo, Sanktionen, sensationell, Situation, Serviceangebot, Surrogat, System	Auslandskapital, Investment, Kurs, Preisindex, System, Tourismus	Assekuranz, Außenhandel, Bausparkasse, Großauftrag, Kommissionär, Rezession, Überschuss	Skonto, Stil (auch [ʃti:l] ukr. /штїл/), Szenariotechnik, Werbespots

6. Welche Realisierungsvarianten hat der Konsonant /s/? Ordnen Sie zu.

[z] [s]

Assistent, bewusst, Depositionskonto, Disposition, Geländesanie- rung, genießen, Gesellschafter, Großhändler, Insolvenzgesetz, intensiv,

Konsument, Kurswert, Lebenshaltungspreisindex, Marktzulassung, Maßnahmen, Messeprofile, Mindestreserven, Pension, Personenschutz, präsent, Präzision, Preise, Preisnachlass, professionell, Sachgüter, Sanatorium, Sauerstoff, Sektor, Selbstbeherrschung, Serienproduktion, Sorgenkind, Sortiment, Sozialpartner, standardisierter Kredit, Steueroase, Symposium, Szene, Umsatz, Universalbanken, Verzugszinsen, Zusendung.

2.2. Konsonant [t] wird vor dem akzentlosen unsilbischen Vokal [i] wie [ts] (ukr. /ц/) realisiert:

Aktie [aktsie], Funktion [funktсион], Option [optsion].

7. Lesen Sie folgende Wörter, achten Sie auf die richtige Aussprache vom Konsonanten [t] in Verbindung mit dem unsilbischen Vokal [i]:

Aktionär, Amortisation, Auktion, Delegation, Dispositionskredit, Fabrikation, Industrienation, Informationsaustausch, Initiativbewerbung, Investition, Isolation, Konditionenpolitik, Kreation, Motivation, Negation, Obligation, potentiell, Produktion, Publikation, Qualifikation, Quotient, rational, sensationell, Spendenaktion, Zivilisationsschäden.

2.3. Realisation vom Konsonanten /g/:

[g] wie russ. /г/	[ʒ] wie ukr. /ж/ oft in der Verbindung mit den bevorstehenden Vokalen [a:], [e:], [i:]	[dʒ] wie ukr. /дж/	[ç] wie ukr. /хь/
Analogie, Anlage, Garage, Garantie, Gardinen, Generation, Generaldirektor, genial, Gewinn, gigantisch, Globalisierung, Gage, Giralgeld, imaginär, Kollege, Kommissionsagent, Logistik, Logo, Ökologie, Psychologe, Region, Stagnation, Strategie, Technologiekonzern	Agio, Arbitrage, Courage, Etage, Gage, Garage, Genie, Genre, Giralgeld, Girokonto, Montage, Manege, Prestige, Regie (aber nicht in den deutschen Wörtern wie «Klage», «Lage», «Montage»/Pl.vom «Montag»/nicht verwechseln!)	Budget, Image, Management, Manager	Fähigkeit, planmäßig (aber: planmäßige wie russ. /г/)

8. Welche Realisierungsvarianten hat der Konsonant /g/? Ordnen Sie zu.

[g]

.....

[ʒ]

.....

[ç]

.....

Agent, arrangieren, Aubergine, Blamage, Bourgeoisie, Budgetierung, Energievorräte, Engagement, fällig, Geldsurrogat, Generalreparatur, Generation, Genie, sich genieren, Genre, Geografie, Georgien, Germanen, Geste, gratis, Gremium, kollegial, konkurrenzfähig, leger, leichtgläubig, Loge, Logik, Massage, Neuigkeit, Obrigkeitsstaat, Orange, originell, Passagier, Plage, Plantage, Postgiroamt, Qualitätsimage, Rage, Register, Religion, Reportage, Sabotage, Spionage, Stratege, Tätigkeit, Tonnage, Trikotage, wichtigstes Ziel.

2.4. Realisation vom Konsonanten /j/:

[j] wie ukr. /й + Vokal /	[ʒ] wie ukr. /ж/	[dʒ] wie ukr. /дж/
Jasmintee, Jubilar, Jura, Justiz, juristische Person, Dienstjubiläum, Jugendschutz, Junior, Juwelier, Majorität, Projekt	Jackett, Jalousie, Jargon, Jury, Journalist, Journal, Sujet	Jazz, Jeans, Jeep, Job, jobben, Jogginganzug, Joint Venture

9. Welche Realisierungsvarianten hat der Konsonant /j/? Ordnen Sie zu.

[j]

.....

[ʒ]

.....

[dʒ]

.....

Januar, Japan, 'Jetset, 'Jockey, jonglieren, Jordanien, Journalistik, 'Joystick, 'Judo, Juice, Juli, 'Jumbojet, Juni, Junkie, Jupe, Ju'weldiebstahl, Jux, Konjunktur, Objektiv, Subjekt.

2.5. Besonderheiten der Realisation von der Konsonantenverbindung /ch/ in Fremdwörtern:

[ʃ]: wie ukr. /ш /	[tʃ] wie ukr. /ч /	[ç] wie ukr. /хь /	[k] wie ukr. /к /
Branche, Chance, Champignon, Charme, Chef, Eurocheque, Chauffeur, Champagner, Chiffre	Champion, Charter, Checkliste, Chipkarte, Chili	Chemiindustrie, Chirurg, China, chinesisches, Hierarchie, Technik	Chaos, Charakter, Charta, Charisma (auch mit /хь/ möglich), Chlor, Christdemokrat, Chronik

10. Welche Realisierungsvarianten hat die Konsonantenverbindung /ch/? Ordnen Sie zu.

[ʃ] [tʃ] [ç] [k]

Attache, blanchieren, Chamäleon, Chancengleichheit, charakteristisch, Charité, charmant, chaotisch, Charakteristik, Chaussee, Chauvinist, checken, Chefredakteur, Chemikalien, Cherrytomaten, chic, chiffrieren, Choleriker, Christstollen, Chronologie, Couchgarnitur, hierarchisch, Kanzlermonarchie, Machokultur, Orchester, Techno, Technologie, Sketch.

2.6. Realisation vom Ypsilon /y/:

wie dt. /ü / (am häufigsten)	wie dt. [i]	wie dt. [j] (selten)	wie dt. [ai] (sehr selten)
Arbeitshygiene, Dynamik, Hypothekarzinsen, Hypo'these, Logotyp, psychisch, Rhythmus, Symbol, Symptom, System, Zyklus	City, Handy, Hobby	Yacht (öfter: Jacht), Yen, Yoga (auch Joga), Yuppie	Byte

11. Ordnen Sie die Aussprache vom Ypsilon /y/ folgenden Varianten zu:

/ü/ [i] [j]

Ägypten, Analysten, anonym, Asyl, Baby, Body, Boykott, Brandy, Copyright, Cowboy, Currywurst, dynamisch, Dynastie, Erfolgsstory, Gymnasium, Hyperinflation, Idylle, Kybernetik, kyrillisch, Lyrik, Mythos, Mystik, Psychoanalyse, Rhythmus, Rowdy, Symmetrie, Sympathieträger, Symposium, Syndikat, synchron, synthetisch, typisch, Tyrannei, Unternehmenstypologie, Zylinder, zynisch.

12. Lesen Sie folgende Sätze. Setzen Sie die richtige Betonung bei den kursiv gedruckten Wörtern. Beachten Sie die Aussprache der fettgedruckten Laute.

1. Das tragende *Prinzip* bei Corporate Social Responsibility-Maßnahmen ist die *Freiwilligkeit*. 2. Die *Fähigkeit* Mitarbeiter zu *motivieren*, *Effektivität* und *Rentabilität* zu *maximieren* ist für diese

Position grundlegend. 3. Unsere *Programmierer* arbeiten in kleinen Teams ohne starke *Hierarchien*. 4. *Gewinnmaximierung*, bei der der Unternehmer nur an seine *Profite* denkt und *ethische* und *soziale Prinzipien* außer Acht lässt, kann nicht *zentrale* Zielsetzung der Unternehmungen sein. 5. Viele *multinationale* Unternehmen übertrugen am Anfang der *Internationalisierung* ihre *Personalpolitik* auf alle *ausländischen* Niederlassungen. 6. *Zeitarbeit* ist zu einem wichtigen *Faktor* in der Wirtschaft geworden. 7. Deutsche *Manager* haben ein überwiegend *positives* Bild von Gewerkschaften. 8. Der Versuch einer *Radikalmethode* zum Ausgleich der *Zahlungsbilanz* ist, den Wechselkurs frei schwanken zu lassen. 9. Für *Güterimporte* und *Kapitalexporte* werden *Devisen* benötigt. 10. Von zunehmender Bedeutung sind *Kreditkartensysteme*. 11. Die *Einlösungsgarantie* auf dem Scheck kann nur von der *Landeszentralbank* gegeben werden. 12. Ich habe mein *Girokonto* bei der Deutschen Bank in Lübeck. 13. Worin besteht das Bezugsrecht der *Aktionäre*? 14. Bei *Präsenzbörsen* sind die Händler persönlich am gleichen Ort, dem *Parkett*, anwesend. 15. Sein Erfolg führte zur Eröffnung weiterer spanischer Restaurants durch *Konkurrenten*, sodass sein Umsatz bald *stagnierte*. 16. Die traditionsreiche *Uhrenfabrik* Junghaus setzt auf neue *Technologien*. 17. Mit dem Begriff «*Hypothek*» bezeichnet man das Pfandrecht an einem Grundstück zur Sicherung einer Forderung. 18. Als *absolute Optionsprämie* bezeichnet man die *Differenz* zwischen dem *aktuellen* Börsenkurs und dem Preis, den man für eine *Aktie* über den Optionsschein bezahlen müsste. 19. *Leasing* ist für rasch *expandierende* kleinere und mittlere Unternehmen oft die *einzig* echte *Finanzierungsalternative*. 20. *Unternehmungsstrategien* können grundsätzlich in *Überlebensstrategien* und in *Wachstumsstrategien* unterteilt werden. 21. Die *nominelle* Gehaltserhöhung von 3 *Prozent* wird durch die *Inflation* ausgeglichen. 22. In den ersten Jahren des Einsatzes der *Informationstechnik* in Unternehmungen stand die *Rationalisierung* der Abläufe im Vordergrund. 23. Das *Projektportfolio* fasst die laufenden und geplanten Projekte einer Unternehmung zusammen. 24. Die Begriffe «*Ökonomie*» und «*Ökologie*» gehen beide auf das griechische Wort «*oikos*» zurück, welches mit «*Haus*» bzw. «*Haushalt*» übersetzt werden kann. In der *Ökonomie* wird der Wirtschaftshaushalt, in der *Ökologie* der *Naturhaushalt* betrachtet.

Kapitel 8: Anreden im Deutschen

I. Allgemeines



Die Anrede ist die Bezeichnung, mit der man eine Person oder Personengruppe anredet, das heißt über die Sprache sozialen Kontakt zu ihr herstellt und aufrechterhält.

Für die Anrede werden verwendet:

- Name, also gegebener Name (Vorname, Rufname, Taufname, Milchname und dergleichen) und Familienname: *Christina, Jürgen, Ulli, Döring, Steilmann;*

- Namenszusatz wie ein Berufstitel: *Direktor, Doktor, Staatssekretär;*

- Bezeichnung der Personenkategorie wie *Herr, Frau, Dame;*
- an Stelle der Namen Pronomen der 2. Person Singular (*du*), der 2. Person Plural (*ihr*), die Höflichkeitsform *Sie* (Singular und Plural);
- Ausdrücke der Wertschätzung, beispielsweise Adjektive wie *gnädig* («*gnädige Frau*»), *geehrt* («*sehr geehrter Herr*»);
- Bezeichnungen der Beziehung zwischen Anredendem und Angeredetem, beispielsweise *Kamerad, Genosse, Bruder.*

Diese Bestandteile der Anrede werden allein oder in Kombinationen verwendet.

Die Anredeform ist verschieden nach geographischem Gebiet, nach Alter und gesellschaftlicher Stellung der angeredeten Person, nach gesellschaftlicher Beziehung des Anredenden zum Angeredeten, nach der augenblicklichen Situation, beispielsweise in intemem Dialog oder in förmlicher Öffentlichkeit, und nach der Form der Kommunikation, ob mündlich oder schriftlich.

Sollte eine unbekannte Person angesprochen werden, kann ein Ansprechen ohne Anredeform verwendet werden: *Entschuldigen Sie,*

...; Verzeihung,...; Einen Augenblick, bitte! Kann ich Ihnen helfen?
Hallo! He!

(Nach: <http://de.wikipedia.org/wiki/Anrede>)

1. Beantworten Sie die folgenden Fragen.

1. Was ist eine Anrede? 2. Welche Wörter können in einer Anrede verwendet werden? 3. Wovon hängt die Anredeform ab? 4. Wie werden unbekannte Personen angesprochen? 5. Wie reden Sie Ihre Kommilitonen an? 6. Wie wenden Sie sich an Ihre Dozenten?

II. Formelle und informelle Anrede

Die Verwendung formeller bzw. informeller Anrede ist ein komplexes kulturelles Phänomen. Grundsätzlich gilt:

Informelle Anrede «du» (Sg.) / «ihr» (Pl.):

- in der Familie und in der gesamten Verwandtschaft
- unter jungen Leuten (Jugendliche, junge Erwachsene)
- unter Angehörigen derselben sozialen Gruppe: Studenten, Arbeiter, Personen aus demselben Dorf, Schulkameraden (aber nicht in hohen sozialen Gruppen: Manager, Politiker, Ärzte, Juristen)
- (meist) in festen Gruppen mit (halb)privatem Charakter z. B. im Sportverein

Formelle Anrede «Sie» (Sg., Pl.):

- alle Personen, die man nicht kennt (Fremde, Unbekannte)
- alle Personen, mit denen man nicht ausdrücklich die informelle Anrede vereinbart hat.

(Quelle: <http://www.deutschegrammatik20.de/verbformen/die-formen-des-verbs-einfuehrung/formelle-und-informelle-anrede/>)

2.1. Welche Anredeform verwenden Sie, wenn Sie mit den folgenden Personen sprechen?

— Ihre Mutter, der Vater Ihres Freundes, Ihre Großmutter, Ihre Kommilitonen, Ihr Dekan, ein unbekannter Mann Ihres Alters, die Frau am Schalter einer U-Bahn-Station, ein Student des höheren Studienjahres, Ihr Freund.

2.2. Gibt es Unterschiede im Vergleich zu den obigen Erläuterungen? Wenn ja, wodurch sind diese Unterschiede bedingt?

III. Business-Knigge¹: Die richtige Anrede

In den meisten Fällen lautet die korrekte formelle Anrede: *Gruß, Herr/Frau Nachname*. Tückisch wird die Sache erst, wenn Adelstitel oder akademische Grade hinzukommen, diese sollten auf jeden Fall genannt werden. Der Adelstitel ist zudem Bestandteil des Namens.

Den anderen beim Namen nennen

Jeder hört gerne seinen Namen, aber nur wenn er auch korrekt ausgesprochen wird. Den Namen wiederholt falsch auszusprechen oder ihn zu verwechseln, wirkt sehr unhöflich. Doch ist es nicht immer die leichteste Übung, sich die Namen seiner Geschäftspartner auf Anhieb zu merken. Das Nachfragen beim Erstkontakt ist kein Verbrechen. Fragen Sie aber bitte nicht drei Mal nach. Auch das wäre unhöflich. Nennen Sie Ihren Gesprächspartner im Laufe Ihrer Unterhaltung ab und zu beim Namen oder verabschieden Sie sich mit der Nennung seines Namens. Übertreiben Sie dabei aber nicht.

Anrede bei Titeln und Adelstiteln

Bei Adelstiteln

Treffen Sie auf einen Gesprächspartner, der einen Adelstitel hat, wird dieser in der Anrede mit genannt. Die einfachste Variante ist, wenn es sich um das bloße «*von*» handelt. Dann heißt es «*Guten Abend, Herr von Münchhausen*». Wissen Sie, dass Ihr Gegenüber Baron bzw. Freiherr ist oder einen Grafentitel trägt, sprechen Sie ihn mit: «*Guten Abend, Graf Schönberg*» an. Das kleine Wörtchen «*von*» fällt bei dieser Anrede weg. Sobald ein Graf oder Baron vor Ihnen steht, entfällt die Anrede mit *Herr/Frau, Herr Graf* oder *Frau Gräfin* sagten früher nur die Angestellten und drückten damit ihre Untertänigkeit aus. Bei einem Geschäftskontakt gibt es diese Differenzierung nicht, sondern man steht auf der gleichen Stufe. Einen Adelstitel allerdings dürfen Sie bei der Anrede erst weglassen, wenn er Ihnen vom Träger erlassen wird. Gleiches gilt auch für

¹ **der Knigge**, — [s], — [nach der Sammlung von Verhaltensregeln für den täglichen Gebrauch «Über den Umgang mit Menschen» des deutschen Schriftstellers A. Freiherr von Knigge (1752—1796)]: *Buch mit Verhaltensregeln in einem bestimmten Bereich*: ein Knigge für Studenten, Wohnungssuchende. (Duden)

akademische Grade. Wenn ein dritter Gesprächspartner Ihren adeligen Geschäftskollegen ohne Titel anspricht, kommen Sie also nicht auf die Idee, es ihm gleich zu tun. Sie wissen nicht, wie sich die beiden bezüglich der Ansprache geeinigt haben.

Bei akademischen Graden

Bei akademischen Graden wird in der Anrede immer nur der höchste Titel genannt. Wird Ihnen ein Professor Dr. Huber vorgestellt, sprechen Sie ihn mit «*Guten Tag, Herr Professor Huber*» an. Auf der Adresse eines Briefumschlages sollten Sie aber alle Titel hinschreiben. Haben Sie einen Gesprächspartner, der Dr. Dr. h.c. Caesar heißt, sprechen Sie ihn bei der Anrede nur mit *einem* Dokortitel an.

Bei der Anrede von Frauen steht es dem Absender anheim, diese mit «*Frau Professor*» anzureden oder mit «*Frau Professorin*». Etwas gängiger ist die erste Variante in der Anrede, die zweite in anderen Dokumenten aller Art, z. B. Einladungen. In Deutschland ist die Amtsbezeichnung eines weiblichen Professors «*Professorin*», da Frauen Amtsbezeichnungen in der weiblichen Form führen müssen.

Verwirrung kann aufkommen, wenn jemand sowohl akademische als auch adelige Titel hat. Beide Titel werden bei der Anrede genannt. Dabei gilt folgende Reihenfolge: akademischer Grad, Adelstitel, Nachname (z. B. *Guten Tag, Dr. Graf Edelmann*). In naher Zukunft werden weitere Titel wie Bachelor und Master in Europa üblich sein. Sie werden aber ebenso wenig wie der Diplom-Ingenieur oder Diplom-Betriebswirt bei der Begrüßung oder Anrede mit genannt.

Doppelnamen

Beispiel: *Ihre Kollegin hat geheiratet und Sie haben erfahren, dass sie sich für einen Doppelnamen entschieden hat. Trotzdem meldet sie sich immer noch ausschließlich mit Ihrem Geburtsnamen am Telefon. Wie sollen Sie sie denn nun ansprechen?*

Sprechen Sie Ihre Kollegin ab dem Zeitpunkt, ab dem Sie wissen, dass sie einen Doppelnamen hat, mit diesem an. Hier gilt dieselbe Regel wie bei den Titeln: Sollte Ihre Kollegin Ihnen ihren neuen Zweitnamen erlassen, dürfen Sie sie wieder mit dem «alten» Namen ansprechen.

*(Nach Quittschau A., Tabernig Ch.
Business-Knigge. Die 100 wichtigsten Benimmregeln)*

3.1. Füllen Sie anhand der obigen Erläuterungen die folgende Tabelle aus.

Den anderen beim Namen nennen	
korrekt	unkorrekt
— den Namen richtig aussprechen	— den Namen falsch aussprechen
— ...	— ...
— ...	— ...
Anrede bei Adelstiteln	
korrekt	unkorrekt
— den Adelstitel mit nennen (<i>Guten Morgen, Herr von Fellenberg</i>)	— den Adelstitel weglassen (<i>Guten Morgen, Herr Fellenberg</i>)
— ...	— ...
— ...	— ...
Anrede bei akademischen Graden	
korrekt	unkorrekt
— ...	— ...
— ...	— ...
Anrede bei Doppelnamen	
korrekt	unkorrekt
— ...	— ...
— ...	— ...

3.2. Formulieren Sie anhand Ihrer Notizen einige wichtige Merksätze.

Beispiel: Der Adelstitel muss immer mit genannt werden. / Man muss immer den Adelstitel mit nennen.

IV. Anreden in der Geschäftskommunikation

4.1. Geschäftskorrespondenz

4.1.1. Anrede- und Schlussformeln im E-Mail- und Briefverkehr

4.1.1.1. Anredeformeln

		Kommentar
formell:	• «Sehr geehrter Herr Müller»	Sehr formell; bei Geschäftspartnern, die man bereits kennt, könnte es etwas zu distanziert klingen.

		Kommentar
unverbindlich:	<ul style="list-style-type: none"> • «Guten Tag, Herr Müller» • «Grüß Gott, Herr Müller» • «Hallo, Herr Müller» 	(Erst) zu empfehlen, wenn man den Geschäftspartner bereits kennt.
persönlich:	<ul style="list-style-type: none"> • «Lieber Herr Müller» 	Bei Geschäftspartnern, die man nicht kennt oder nicht gut kennt, könnte diese Anrede zu intim sein.
sehr vertraut:	<ul style="list-style-type: none"> • «Hallo, (lieber) Klaus» 	Anrede vor allem im näheren Kollegenkreis.
für geschäftliche Korrespondenz ungeeignet:	<ul style="list-style-type: none"> • «Hi» / «Hey» • «SgH (Abkürzung für «Sehr geehrter Herr») • «SgF» (Abkürzung für «Sehr geehrte Frau») 	

— **Anrede bei mehreren Empfängern**

In der Anrede sollten die Familiennamen beider Ehegatten bzw. Lebenspartner geschrieben werden.

— **Anrede bei Personen mit akademischen Graden**

Inhaber akademischer Grade werden in Anschrift und Anrede mit dem ihnen verliehenen Grad genannt; z.B. «Doktor/Doktorin», «Professor/Professorin».

— **Anrede bei Amtsträgern**

In der schriftlichen Anrede ist das Amt nicht näher zu spezifizieren; der Bundesminister des Innern wird z.B. als «Herr Bundesminister / Herr Minister» angedredet.

4.1.1.2. Schlussformeln

		Kommentar
Standardformeln:	<ul style="list-style-type: none"> • «Mit freundlichen Grüßen» • «Mit freundlichem Gruß» • «Hochachtungsvoll» • «Mit vorzüglicher Hochachtung» • «Mit ausgezeichneter Hochachtung» 	Empfiehl sich, wenn man den Empfänger noch nicht kennt. Wird z.T. als etwas steif empfunden. Gilt als konservativ und veraltet, wird aber bei Schreiben an hohe Amtsträger durchaus noch verwendet. Siehe http://www.protokoll-inland.de

		Kommentar
alternative Formulierungen:	<ul style="list-style-type: none"> • «Freundliche Grüße aus Köln» • «Mit sonnigen/ herbstlichen/vorweihnachtlichen Grüßen aus Wien» • «Freundlicher Gruß nach Krakau» • «Es grüßt Sie freundlich nach Krakau ...» • «Ein schönes Wochenende wünscht Ihnen ...» • «Mit guten Wünschen für ein entspanntes Wochenende» • «Einen guten Start in die Woche / Ein angenehmes Wochenende wünscht Ihnen ...» • «Ich wünsche Ihnen einen guten Start in die Woche» • «Für heute grüßt Sie freundlich ...» • «Bis zum 20. Juni in Konstanz» 	
eher persönlich:	<ul style="list-style-type: none"> • «Bis dahin grüßt Sie herzlich(st) ...» • «Mit herzlichen Grüßen vom Niederrhein» • «Viele Grüße» • «Bis dahin alles Gute» 	
vertraut:	<ul style="list-style-type: none"> • «Viele Grüße» • «Liebe Grüße» 	
für geschäftliche Korrespondenz ungeeignet:	<ul style="list-style-type: none"> • «MfG» (Abkürzung für «Mit freundlichen Grüßen) • «LG» (Abkürzung für «Liebe Grüße») • «Ciao» • «Tschüss» • «Bye, bye» 	Derartige Abkürzungen werden mittlerweile von fast allen Empfängern als negativ empfunden, unabhängig davon, ob es sich um privaten oder beruflichen Schriftverkehr handelt.

Bei der Schlussformel sollte man darauf achten, dass sie mit einer Zeile Abstand zum übrigen Text geschrieben wird. Der vorangegangene Text sollte mit einem Punkt beendet worden sein.

4. Offiziell oder persönlich? Ordnen Sie richtig zu, füllen Sie die Tabelle aus!

Lieber Stefan • Viele Grüße • Mit freundlichen Grüßen • Sehr geehrter Herr Kästner • Herzliche Grüße • Sehr geehrte Frau Biegler • Beste Grüße • Liebe Studierende • Freundliche Grüße • Liebe Kolleginnen und Kollegen • Liebe Grüße • Hallo, Susi • Sehr geehrte Damen und Herren • Lieber Freund • Hochachtungsvoll • Alles Liebe

	offiziell	persönlich
Anreden		
Grußformeln		

5. Anrede und Grußformel eines Briefes (oder einer Mail) zeigen, wie Schreiber und Empfänger zueinander stehen, welche Beziehung sie haben. Es gibt formelle Anreden (besonders höflich), freundliche und vertraute, herzliche Anreden und natürlich auch die passenden Grüße am Ende des Briefes. Welche Anrede passt zu welcher Grußformel? Ordnen Sie zu! (Es können mehrere Grußformeln zu den Anreden passen.)

1. Mein Schnuffelchen	a) Mit vorzüglicher Hochachtung
2. Sehr geehrte Damen und Herren	b) Mit freundlichen Grüßen
3. Hallo Alex	c) Tschüss
4. Maria, mein Liebling	d) Hochachtungsvoll
5. Liebster Robert	e) Gruß und Kuss
6. Sehr geehrte Frau Müller	f) In Liebe
7. Verehrter Herr Professor	g) Mit bestem Gruß
8. Liebe Frau Schmidt	h) Tausend Küsse
9. Liebe Steffi und lieber Tom	i) Herzlichst
10. Robert, alter Freund	j) Herzliche Grüße

*(Quelle: Deut(sch)lich — Deutsch lernen macht Spaß!
Das Blog des Sprachzentrums TANDEM Göttingen, 20.09.2010)*

6. Wenden Sie sich an die folgenden Zuhörer:

1. an die Teilnehmer einer Konferenz; 2. an die Mitglieder der staatlichen Prüfungskommission und an alle Anwesenden bei der Diplomverteidigung; 3. an Studenten bei einer Seminargruppenversam-

mlung; 4. an die Vertreter einer Firma bei einem diplomatischen Empfang; 5. an Ihren wissenschaftlichen Betreuer.

7. Bestimmen Sie, zu welchen Anreden folgende Abschiedsformeln gehören:

Hochachtungsvoll; Mit freundlichem Gruß; Bis dahin alles Gute; Liebe Grüße; Tschüs; Beste Grüße; Freundliche Grüße aus Stuttgart; Mit besten Empfehlungen.

8. Wenden Sie sich mit der Bitte, Sie anzurufen:

1. an Ihre Freundin; 2. an einen Fachberater; 3. an einen alten Bekannten Ihrer Eltern; 4. an die Sekretärin im Dekanat; 5. an die Marketingassistentin in Ihrer Firma; 6. an Ihren potentiellen Kunden; 7. an Ihren Bekannten, einen Gleichaltrigen.

9. Wählen Sie die Anreden, zu denen folgende Antworten passen:

1. ... — Was kann ich für Sie tun? 2. ... — Was möchten Sie gerne wissen? 3. ... — Ja, gerne. 4. ... — Kann ich Ihnen irgendwie behilflich sein?

4.1.2. Anrede und Schlussformel gemäß DIN 5008

4.1.2.1. Die Anrede

Position:

Die Anrede beginnt nach zwei Leerzeilen unter dem Wortlaut des Betreffs mit einem Abstand von 24,1 mm von der linken Blattkante. Hinter der Anrede wird ein Komma gesetzt, danach folgt eine Leerzeile.

Anredeformeln:

➤ In der geschäftlichen Korrespondenz ist die geläufige Anrede:

«Sehr geehrter Herr ... / «Sehr geehrte Frau ... »

In einigen Branchen haben sich auch die informelleren Anredeformeln eingebürgert, sofern bereits ein Gesprächskontakt besteht.

«Guten Tag, Herr / Frau ...» / «Grüß Gott, Herr / Frau...» (nur in Süddeutschland)

«Hallo Herr / Frau...»

«Lieber Herr Müller» (nur wenn eine engere persönliche Beziehung besteht.)

- Wenn Personengruppen angeschrieben werden, gibt es folgende Möglichkeiten:

A: «Sehr geehrte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter» / «Liebe Kollegen und Kolleginnen»

B: «Sehr geehrte Frau ...,»
«Sehr geehrte Frau ...,»

- Personen mit einem akademischen Grad werden in der schriftlichen Anrede mit dem ausgeschriebenen Grad angesprochen. (In der Anschrift wird der Grad abgekürzt geschrieben):

«Sehr geehrter Herr / geehrte Frau Professor/in Meier,»

- Ist bei der Korrespondenz mit Behörden und Ämtern der Ansprechpartner nicht bekannt, verwendet man die Formel:

«Sehr geehrte Damen und Herren,»

- Bei Amtsträgern erfolgt die Anrede mit dem Titel, wobei der Titel nicht genauer spezifiziert wird. Bei einigen Titeln wird nur die männliche Form verwendet, auch wenn der Amtsträger weiblich ist:

«Sehr geehrte Frau Bundesministerin,» / «Sehr geehrter Herr Landrat,»

4.1.2.2. Die Schlussformel

Position

Der Schlussgruß wird vom Text durch eine Leerzeile abgesetzt. Er beginnt auf der Höhe der Fluchtlinie (24,1 mm vom linken Blattrand).

- Standardformulierungen im geschäftlichen Bereich sind:

«Mit freundlichen Grüßen», «Mit freundlichem Gruß», «Freundliche Grüße»

- Bei Schreiben an hohe Amtsträger werden immer noch die folgenden in der normalen Geschäftskorrespondenz als

konservativ und veraltet geltenden Formulierungen verwendet (siehe: <http://www.protokoll-inland.de>):

«Hochachtungsvoll» / «Mit vorzüglicher Hochachtung» / «Mit ausgezeichneter Hochachtung»

(Quelle: Institut für Internationale Kommunikation Düsseldorf / Udo Tellmann: <http://www.iik-duesseldorf.de>)

9. Sie schreiben an die folgenden Personen, wählen Sie passende Anreden und Schlussformeln.

1. Rektor Ihrer Universität, 2. Bildungsminister der Ukraine, 3. Prof. Dr. Friedrich Heinemann, 4. Personalleiter der Firma Rehau, 5. Leiter des DAAD-Informationszentrums in Kiew, 6. Finanzdirektor einer Firma, den Sie sehr gut kennen, 7. Leiterin der Auslandsabteilung der Universität Konstanz, 8. Dr. Brigitte Helfrich.

4.2. «Du» oder «Sie»?

Das Siezen ist historisch betrachtet ein eher junger Brauch. Im Frühmittelalter (um 500 n. Chr.) war das Du die gängige Anredeform. Erst vier Jahrhunderte später wurde das Ihr für hochrangige Personen eingeführt. Unser heutiges Sie hat sich erst im 19. Jahrhundert entwickelt und damit sind auch unsere heutigen Anreden im alltäglichen Leben entstanden.

Die Deutschen sind in der Anrede sehr förmlich. In fast allen anderen europäischen Ländern wird sich im privaten wie geschäftlichen Umfeld geduzt. Diese Anredeform scheint sich in Deutschland nicht durchzusetzen. In einer RTL-Umfrage im Januar 2007 sprachen sich 80 % der Befragten gegen eine Einführung des allgemeinen Duzens aus.

Das Du anbieten

Wer darf im Berufsleben das *Du* anbieten? Hier gilt die Regel: Der Ranghöhere darf entscheiden, wem er wann das «*Du*» anbieten möchte. Für ein «*Du*» reicht ein Händeschlag oder die Übereinkunft, sich ab jetzt zu duzen, indem man seinen Vornamen nennt.

Es ist nicht immer ganz einfach festzustellen, wie ernst das Duz-Angebot gemeint ist. Gerade zur Weihnachtszeit oder bei anderen Firmenveranstaltungen werden solche Angebote zur fortgeschrittenen Stunde ausgesprochen. Im Zweifelsfall kehren Sie hinterher einfach

zum üblichen *Sie* zurück. Sie sind immer auf der sicheren Seite, nach einem feucht-fröhlichen Abend beim *Sie* zu bleiben. Der Ranghöhere wird Ihnen schon ein Zeichen geben, dass er das *Du* ernst gemeint hat.

Heute dürfen sowohl Männer als auch Frauen das *Du* anbieten. Wer wem das *Du* anbietet, hängt von der Rangordnung ab, ist keine vorhanden, ist das Alter ausschlaggebend: Der Ältere bietet dem Jüngeren das *Du* an. Sind Mann und Frau ungefähr gleich alt, sollte die Frau das *Du* anbieten.

Das Du ablehnen

Ein *Du* darf abgelehnt werden. Tun Sie dies aber auf eine freundliche Art und Weise und rechnen Sie damit, dass Ihnen dieses Angebot kein zweites Mal gemacht wird. Beispiel: *«Vielen Dank für Ihr nettes Angebot. Ich halte es allerdings im Geschäftsleben so, dass ich mich mit meinen Kunden/Lieferanten/Kollegen nicht duze. Ich fühle mich aber sehr geehrt, dass Sie mir so ein Vertrauen aussprechen.»*

Das Du in Firmen

Einige Firmen in Deutschland versuchen, die Duzkultur von heute auf morgen einzuführen, was bei einigen Mitarbeitern auf Unbehagen trifft oder zumindest sehr ungewohnt ist. Andere Firmen einigen sich darauf, sich untereinander mit Vornamen und *Sie* anzusprechen, diese Variante scheint oft größeren Anklang zu finden.

Sie bietet sich besonders für Firmen mit Kontakten im anglophonen Sprachraum an. Gerade in Situation mit englischsprachigen Kunden kann es in Besprechungen befremdlich wirken, wenn Sie Ihre Kunden beim Vornamen nennen, Ihren eigenen Kollegen aber mit Nachnamen ansprechen. Wenn in einer Firma die Variante Vorname und *Sie* nicht üblich ist, sollte man sich mit seinen Kollegen wenigstens vor Meetings absprechen, an denen englischsprachige Kunden teilnehmen, und sich darauf einigen, sich im Englischen mit Vornamen anzusprechen.

Eine ähnliche Situation gibt es bei Besprechungen mit deutschen Teilnehmern. Duzen Sie einen Ihrer Mitarbeiter, müssen Sie diese Tatsachen vor Ihren Kunden nicht verheimlichen. In der direkten Ansprache reden Sie den Kollegen mit Vornamen an, sprechen Sie über ihn, verwenden Sie seinen Nachnamen. Sie können sich selbstverständlich auch darauf einigen sich in Besprechungen auch unter Kollegen zu siezen.

(Quelle: Quittschau A., Tabernig Ch. Business-Knigge. Die 100 wichtigsten Benimmregeln)

10. Welche Aussagen sind richtig? Korrigieren Sie die falschen Aussagen.

		<i>richtig</i>	<i>falsch</i>
1.	Das Sie ist seit vielen Jahrhunderten eine gängige Anredeform.		
2.	Das Duzen hat sich in der geschäftlichen Kommunikation in Deutschland ziemlich schnell durchgesetzt.		
3.	Die Rangordnung spielt keine Rolle bei der Entscheidung seinem Gesprächspartner das Du anzubieten.		
4.	Das Geschlecht der Kommunikatuiionspartner spielt keine Rolle beim Duz-Angebot.		
5.	Die Duz-Angebote während verschidener «feuchtfröhlicher» Firmenveranstaltungen sind besonders ernst zu nehmen.		
6.	Wenn Sie das Duz-Angebot ablehnen, bekommen Sie es kein zweites Mal.		
7.	Die Verbindung des Vornamens mit dem Sie setzt sich in den deutschen Firmen kaum durch.		
8.	Englischsprachige Kunden haben keine Probleme damit, wenn Sie sie beim Namen nennen und Ihre Kollegen mit Nachnamen ansprechen.		

11. Welche Anrede wird in den folgenden Situationen verwendet? Warum? Sprechen Sie über Ihre Überlegungen bei der Entscheidung für das Du/Sie.

		<i>duzen</i>	<i>siezen</i>
1.	Angestellte bei einer Versicherung unter sich		
2.	Vorstandsmitglieder eines Industrieunternehmens		
3.	Arbeiter in einer Autowerkstatt unter sich		
4.	IKEA-Mitarbeiter in Deutschland		
5.	Leiter der Personalabteilung/Bewerber für einen neuen Job		
6.	Junge Leute in ihrer kleinen, eigenen Computerfirma		
7.	Professor/Student		
8.	Empfang zum 60. Geburtstag des Chefs		
9.	Verkäufer/Kunde im Kaufhaus		
10.	Betriebsfeier in einer Bank		

12. Wie verhalten sich Ukrainer und Deutsche in den folgenden Situationen?

1. Wie wird das Problem des Duzens und Siezens gehandhabt? Beachten sie dabei Alter, Geschlecht, Status und Rang. 2. Welche Anredeformen werden je nach Bekanntheitsgrad gebraucht? 3. Welche Anredeformen werden in Briefen benutzt? Beachten sie dabei Alter, Geschlecht, Status und Rang. 4. Wann werden akademische oder andere Titel benutzt? 5. Gibt es geschlechterspezifisch unterschiedliche Anredeformen im Deutschen? Vergleichen Sie mit Ihrer Kultur.

V. Landeskundliches: Andere Länder, andere Sitten

5.1. Deutschland

FRÄULEIN — ZAHLEN BITTE! *(Die Geschichte einer Anrede)*

Fräulein — gelegentlich hört man die Anrede immer noch, obwohl sie eigentlich schon lange einer vergangenen Zeit angehört. Im späten 19. Jahrhundert war das Wort eine Anrede für alle Frauen, die arbeiten gingen — in dieser Zeit war weibliche Berufstätigkeit nämlich nur in der Zeit vor der Ehe erlaubt. Verkäuferinnen, Kellnerinnen und auch Lehrerinnen hatten grundsätzlich als «Fräulein» zu gelten. Zwischen 1880 und 1919 existierte in Deutschland sogar ein «Lehrerinnenzölibat», das die Ledigkeit der Fachkraft zwingend festschrieb; in der Schweiz galt eine ähnliche Verfügung von 1912 bis immerhin 1962. Kein Wunder also, wenn die Lehrerin selbst im fortgeschrittenen Alter als «Fräulein» angedredet wurde — der Definition nach war sie eins.

Doch der Fortschritt ließ sich nicht aufhalten. Spätestens ab 1951 konnten Lehrerinnen in Deutschland berufstätig sein und gleichzeitig eine Familie gründen — obwohl das BGB bis 1957 dem Ehemann die Möglichkeit einräumte, der werten Gattin die Arbeit zu untersagen. Auch die Bezeichnung «Fräulein» wurde weniger strikt angewendet. Schon während des Nationalsozialismus hatte es Ausnahmen gegeben; ab 1955 war es jedem «Fräulein» grundsätzlich möglich, sich «im amtlichen Verkehr» als «Frau» anreden zu lassen. Lediglich in der DDR nahm man es mit dem Zeitgeist nicht so genau, dort war die Anrede bis 1989 üblich. Im Westen verschwand der Begriff 1972 auf Anordnung von behördlicher Seite in der Mottenkiste der

Geschichte. Seitdem wird behördlicherseits das Fräulein nur noch auf speziellen Wunsch verwendet und ist aus dem Sprachgebrauch weitgehend verschwunden.

(Nach Kai U. Jürgens)

5.2. Österreich

PROTOKOLLGERECHTE ANREDE: IN ÖSTERREICH IMMER MIT TITEL

In Deutschland wird heute viel weniger Wert auf die Anrede mit Titeln gelegt als früher. Und wenn schon mit Titel, dann nimmt man es nicht so genau. In Österreich ist das anders. Da gehört der korrekte Titel zur protokollgerechten Anrede.

Die Inflation an Professortiteln etwa hat dazu beigetragen, dass die beamteten Hochschullehrer sich von den außerplanmäßigen Professoren und den Honorarprofessoren inzwischen dadurch abgrenzen, dass sie sich «Universitätsprofessoren» nennen. Aber niemand käme auf die Idee, sie auch als «Herr Universitätsprofessor» anzureden. Es reicht weiterhin «Herr Professor».

Die Anrede mit dem beruflichen Rang oder der Funktion ist nur noch beim Militär («Herr Hauptmann») und vergleichbaren hierarchisch gegliederten Einrichtungen (z.B. Polizei) zwingend. Würden Sie ansonsten in Deutschland einen unteren oder mittleren Rang, etwa einen Oberinspektor oder Regierungsrat, mit der dazugehörigen Anrede ansprechen, wäre das unpassend, weil unterwürfig.

Die protokollgerechte Anrede in Österreich gilt auch für untere oder mittlere Ränge

Nur oberste Funktionsträger werden in Deutschland noch mit ihrer Funktionsbezeichnung angedredet: «Herr Minister», «Frau Präsidentin» (das gilt allerdings auch für einfache Sitzungspräsidentinnen/-präsidenten). Niemand käme in Deutschland auf die Idee, einen Menschen mit seinem Diplomtitel anzusprechen.

In Österreich ist das weiterhin anders, dort gehört der Titel immer noch für protokollgerechte Anrede eng zur Person. Und während in Deutschland lediglich ein M.A. hinter dem Namen Zeugnis davon ablegt, dass jemand ein Magisterexamen abgelegt hat, ist in Österreich die Anrede «Herr Magister» beziehungsweise «Frau Magistra» angebracht.

(Quelle: <http://www.experto.de/b2b/kommunikation/korrespondenz/protokollgerechte-anrede-in-oesterreich.html>)

5.3. Frankreich

FEMINISTINNEN GEGEN DIE «MADEMOISELLE»

(Streit über traditionelle Anrede in Frankreich)

Sexistisch, überholt und diskriminierend: Das verbinden französische Feministinnen mit der Anrede «Mademoiselle» (deutsch: Fräulein). Sie stehe für die Ungleichheit von Mann und Frau — und solle abgeschafft werden.

«Haben Sie sich nie gefragt, warum man einen unverheirateten Mann nicht Herrlein (Mondamoiseau) nennt?» Mit diesem Slogan werben die Feministinnen dafür, die traditionelle «Mademoiselle» abzuschaffen.

Das Synonym zum deutschen «Fräulein» ist in Frankreich nach wie vor weit verbreitet. Vor allem Behörden und Unternehmen sollten die Unterscheidung zwischen «Madame» (verheiratet) und «Mademoiselle» (ledig) mit sofortiger Wirkung aufgeben, fordern die Feministinnen.

Der Titel «Mademoiselle» erinnere an eine Epoche, in der die Frauen mit der Heirat von der Obrigkeit des Vaters in die Obrigkeit des Ehemannes übergeben wurden, schreiben die Feministinnen in einem Aufruf zu Protestbriefen an Regierungsmitglieder und Parlamentarier.

In Frankreich ist es bis heute üblich, dass Frauen sich auf Behörden- oder Unternehmensformularen «outen» müssen. Wer das Kreuzchen an der falschen Stelle macht, riskiert, dass Verträge wegen falscher Angaben für ungültig erklärt werden.

Eine gesetzliche Grundlage für die Unterscheidung gibt es allerdings nicht. «Seit mehr als 40 Jahren werden Verwaltungen mit Rundschreiben darin erinnert, dass Frauen kein Dokument vorenthalten werden darf, weil sie den Titel «Madame» gebrauchen wollen», schimpfen die Feministinnen. Dennoch hätten es viele Frauen immer noch schwer, ihre Rechte durchzusetzen.

In Deutschland ist der Gebrauch des Wortes «Fräulein» auf Behördenformularen bereits seit 1972 tabu. Damals gab das Innenministerium die Weisung aus, volljährige Frauen auch als solche zu bezeichnen. In Kanada sei der Begriff sogar eine Beleidigung, merken die Gruppen «Osez le féminisme!» (deutsch: Mut zum Feminismus) und «Chiennes de garde» (Wachhündinnen) an.

In Deutschland bestehen allerdings weit weniger Berührungsängste. Seit dem vergangenen Jahr nennt sich eine neue Zeitschrift selbstbewusst «Fräulein». Für Frauen, die noch Mädchen

sind, heißt es in der Werbung. Und auch in Frankreich freuen sich manche Frauen, wenn sie «Mademoiselle» genannt werden: Sie sehen es als Kompliment für ihr jugendliches Aussehen.

(Quelle: <http://www.heute.de/ZDFheute/inhalt/9/0,3672,8354601,00.html>)

13. Lesen und vergleichen Sie die Texte «Fräulein — zahlen bitte!» und «Feministinnen gegen die «Mademoiselle». Welche rechtlichen und psychologischen Aspekte werden im zweiten Artikel erwähnt? Diskutieren Sie das Problem der Anredeformen für Frauen in verschiedenen Sprachen.

14. Nennen Sie die wichtigsten Unterschiede in den Anreden mit Titeln zwischen Deutschland und Österreich. Lesen Sie dazu den Text «Protokollgerechte Anrede: in Österreich immer mit Titel».

15. Kennen Sie deutsche Kosenamen? Versuchen Sie die Kosenamen Schatzi/ Schätzchen, Liebling, Mäuschen, Süße, Dickerchen ins Ukrainische zu übersetzen. In welchen Situationen und von wem werden Kosenamen verwendet?

Unterhaltungslektüre

KNIGGE GESELLSCHAFT SUCHT ANREDE FÜR KELLNERIN

Wer weiß schon, wie man eine Kellnerin korrekt, höflich und eindeutig herbei ruft? Niemand. Das sagt auch die Deutsche Knigge Gesellschaft. Deshalb werden jetzt Vorschläge dafür gesammelt.

Wie spricht man eine Kellnerin korrekt an? «Hallo, Fräulein» ist unhöflich, meint die Deutsche Knigge Gesellschaft (DKG). Und «Frau Oberin»? Auch falsch. Das ist nämlich die Vorsteherin eines Klosters, also die Äbtissin. Jetzt suchen die Benimm-Experten bundesweit nach der passenden Anrede.

Bisher habe die Knigge-Gesellschaft empfohlen, die Kellnerin mit dezentem Handzeichen herbeizuwinken, sagte der DKG-Vorsitzende Hans-Michael Klein am Donnerstag am Sitz der Gesellschaft auf Schloss Eringerfeld bei Geseke. «Toll! Da winkt sich mancher wund, viele Kellnerinnen gehen mit dem berühmten «Tunnelblick» durchs Restaurant.»

Mit dieser Namenlosigkeit soll es jetzt vorbei sein, forderte Klein. Die Deutsche Knigge Gesellschaft ruft darum alle interessierten Bürger auf, Vorschläge einzureichen. «Der beste Vorschlag wird dann Eingang in die modernen Knigge-Regeln finden und damit Geschichte machen.»

(Quelle: Dpa, 22.04.10)

Lösung zu Übung 5: 1. Mein Schnuffelchen, h; 2. Sehr geehrte Damen und Herren, b und g; 3. Hallo Alex, c; 4. Maria, mein Liebling, e und h; 5. Liebster Robert, i und j; 6. Sehr geehrte Frau Müller, d; 7. Verehrter Herr Professor, a; 8. Liebe Frau Schmidt g und j; 9. Liebe Steffi und lieber Tom, i und j; 10. Robert, alter Freund, i und j.

Kapitel 9: Länder- und Ortsnamen

Ihre Grammatik: Nullartikel bei Länder- und Ortsnamen sowie bei den Namen der Erdteile

Merken Sie sich: Orts- und Ländernamen sächlichen Geschlechts sowie die Namen der Erdteile *Afrika, Amerika, Asien, Europa* (nicht aber die *Antarktis*) stehen ohne Artikel, wenn kein Attribut dabei steht: *Wir fahren nach Rothenburg / nach England / nach Amerika*. Mit Attribut stehen sie mit dem bestimmten Artikel: *das mittelalterliche Rothenburg; das Wien der Kaiserzeit*.

Besonderheit: Einige Ländernamen haben den bestimmten Artikel:

<i>maskulin</i>	<i>feminin</i>	<i>Plural</i>
der Libanon	die Schweiz	die Niederlande
der Sudan	die Türkei	
(der) Irak	und alle anderen Namen auf <i>-ei</i>	
(der) Iran	die Antarktis	
(der) Jemen	die Ukraine	

Ländernamen, die mit politischen Bezeichnungen zusammengesetzt sind, haben den Artikel des politischen Begriffs:

die Bundesrepublik Deutschland
das Vereinigte Königreich
die Vereinigten Staaten von Amerika / die USA (= Pl.)

Merken Sie sich: Die Namen der Flüsse, Berge, Seen, Meere, Ozeane, Wüsten, Täler, Inseln, Gestirne werden mit dem bestimmten Artikel gebraucht: *der Rhein, das Eismeer, die Sahara, der Saturn* u.a.

Die Kanarischen Inseln / die Kanaren sind nach den Erzählungen meines Freundes ein wahres Paradies.

1. Mit oder ohne Artikel?

1. Nach dem Ersten Weltkrieg fiel _____ Südtirol an Italien. 2. _____ mittelalterliche Tirol wirbt für den Fremdenverkehr. 3. In der Tat ist _____ Rothenburg eine wunderschöne Stadt. 4. Für Reisen in _____ Slowakei benötigt man einen Reisepass. 5. Ingenieur Kiehl muss

morgen zu einem Kunden nach _____ Norwegen fliegen. 6. Anfang des Monats war ich in _____ Vereinigten Staaten. 7. In _____ Österreich beträgt die Höchstgeschwindigkeit auf den Autobahnen 130 km/h, in _____ Schweiz 120 km. Nur in _____ BRD ist die Geschwindigkeit auf den Autobahnen nicht begrenzt. 8. _____ Russische Föderation ist _____ größte Staat der Erde, aber _____ China ist _____ Staat mit _____ meisten Menschen. 9. Nach _____ Russland ist _____ Kanada _____ Staat mit _____ größten Fläche.

2. Ergänzen Sie den bestimmten oder unbestimmten Artikel, wo es nötig ist.

1. _____ Rhein ist _____ größte Strom _____ BRD. 2. Er entspringt in _____ Schweiz und fließt durch _____ Bodensee, zwischen _____ Schwarzwald und _____ Schweizer Jura. 3. Der Strom durchbricht _____ Rheinische Schiefergebirge, teilt sich in _____ Niederlanden in ein Delta und mündet in _____ Nordsee. 4. An _____ Rhein liegen viele schöne Städte. 5. _____ schönste und älteste Stadt heißt _____ Köln. 6. _____ Kölner Dom ist weltbekannt. Viele Jahrhunderte hat man daran gebaut. 7. Trotz des alten Doms und vieler Kirchen aus _____ Mittelalter ist _____ Köln von heute sehr modern. 8. Nur _____ Karneval feiert man dort wie früher.

3. Ergänzen Sie den bestimmten Artikel im richtigen Kasus, aber nur, wo es notwendig ist.

1. ... Rom ist die Hauptstadt von ... Italien. 2. Er liebt ... Deutschland und kommt jedes Jahr einmal in ... Bundesrepublik. 3. ... Dresden, ... Stadt des Barocks, liegt in ... Sachsen. 4. ... schöne Wien ist ... Österreichs Hauptstadt. 5. ... Bern ist die Hauptstadt ... Schweiz, aber ... Zürich ist die größte Stadt des Landes. 6. Die Staatssprache in ... Tschechischen Republik ist Tschechisch. 7. ... Ankara ist die Hauptstadt ... Türkei; ... schöne Istanbul ist die größte Stadt des Landes. 8. ... GUS (= Gemeinschaft Unabhängiger Staaten) ist ungefähr 62-mal größer als ... Deutschland. 9. ... Mongolei, genauer ... Mongolische Volksrepublik, liegt zwischen ... Russland und ... China. 10. In ... Nordamerika spricht man Englisch, in ... Kanada auch Französisch, in ... Mittel- und Südamerika spricht man hauptsächlich Spanisch, außer in ... Brasilien; dort spricht man Portugiesisch. 11. In ... Vereinigten Staaten leben 250 Millionen Menschen. 12. In ... Nordafrika liegen die arabischen Staaten, das Gebiet südlich davon ist ... sogenannte Schwarzafrika. 13. ... Arktis ist im Gegensatz zu ...

Antarktis kein Erdteil. 14. Der offizielle Name von ... Holland ist «... Niederlande».

4. Verwenden Sie den richtigen Artikel. Begründen Sie Ihre Wahl.

1. ___ USA sind sein Heimatland. 2. ___ Moskau von heute kenne ich nicht. 3. ___ Slowakei ist ___ Staat in Mitteleuropa. 4. Er kennt ___ heutige Riga gut. 5. ___ Wolga ist ___ großer Fluss in Russland. 6. Ich fahre morgen nach ___ Deutschland. 7. Er besucht nächstes Jahr noch ___ Slowakische Republik. 8. ___ Main ist ___ verkehrsreicher Strom Europas. 9. ___ Bundesrepublik Deutschland wurde 1949 gegründet. 10. ___ Elsass ist ___ Landschaft in Ostfrankreich. 11. ___ Residenz des Papstes in Rom ist ___ Vatikan. 12. ___ tschechische Bier hat viele Freunde. 13. Jetzt sehen wir ___ berühmte Universität Berlins. Das ist ___ Humboldt-Universität. 14. Er hat dreimal ___ Äquator überquert.

5. Setzen Sie, wenn nötig, den Artikel ein. Begründen Sie Ihre Wahl.

1. ___ Tschechische Republik ist durch ___ böhmisches Glas bekannt. 2. Er hat ___ französischen Wein angeboten. 3. Für dieses Gericht braucht man ___ holländischen Käse. 4. Prag ist ___ Hauptstadt ___ Tschechischen Republik. 5. Mein Freund war aus ___ Türkei. 6. ___ Krim ist eine Halbinsel zwischen Asowschem und Schwarzem Meer. 7. ___ Berliner Bär ist ___ Wappentier von Berlin. 8. ___ Philippinen sind ___ Inselgruppe und ___ Staat in Südostasien. 9. In ___ Mongolei hat er drei Monate verbracht. 10. ___ Iran grenzt im Norden an Armenien, Aserbaidshan und Turkmenistan. 11. ___ Bretagne ist ___ französische Halbinsel und Landschaft. 12. ___ Finnen haben im Endspiel gegen ___ großen Rivalen Schweden in Stockholm gesiegt. 13. ___ alte Prag hat ihn sehr begeistert. 14. ___ UNO ist das Kurzwort für die Vereinten Nationen. 15. ___ DDR (Deutsche Demokratische Republik) existierte von 1949 bis 1990. 16. ___ Schweiz möchte ich einmal im Leben besuchen. 17. ___ Frankreich Napoleons ist ___ Thema seiner Dissertation. 18. ___ hohe Norden ist durch ___ strenges Klima gekennzeichnet. 19. ___ Sudan ist ein Staat in Zentralafrika. 20. Die Hauptstadt von Iran / ___ Irans ist Teheran. 21. ___ Pfalz ist ___ Gebiet in Rheinland-Pfalz.

6. Setzen Sie, wenn nötig, den Artikel ein. Begründen Sie Ihre Wahl.

1. ___ Karpaten sind besonders im Winter schön. 2. ___ Prellerstraße liegt nicht weit von hier. 3. ___ Alexanderplatz mit seiner Weltzeituhr wurde zum Treffpunkt für viele Berliner und Touristen. 4. ___ Brocken ist ___ höchste Berg des Harzes. 5. ___ Baikal ist ___ größte See in Südsibirien. 6. ___ Bosphorus ist ___ Meerenge bei Istanbul. 7. ___ Kölner Dom ist eine der schönsten Sehenswürdigkeiten der Stadt. 8. ___ Gobi ist ___ Wüste in Innerasien. 9. ___ 8. März ist internationaler Frauentag, der aber meist nur in ___ GUS-Staaten gefeiert wird. 10. ___ Bodensee ist ___ größte See in Deutschland. 11. ___ Kyjiw von heute ist von schön angelegten Straßen und neu gestrichenen Häusern sowie von seiner Sauberkeit geprägt. 12. ___ Dobrudscha ist ___ rumänische und bulgarische Landschaft. 13. Das Gebirge und die Halbinsel in Südosteuropa heißen ___ Balkan. Auf ___ Balkan wurde der 1. Weltkrieg entfesselt. 14. Der nordöstliche Teil Chinas heißt ___ Mandschurei. 15. Der Präsident besuchte ___ Vereinigten Arabischen Emirate. 16. Er kannte ___ Deutschland der Nachkriegszeit. 17. ___ Sahara ist ___ Wüste in Nordafrika. 18. ___ Champagne ist ___ nord-französische Landschaft, wo weißer oder roter Schaumwein (Champagner) hergestellt wird. 19. ___ Bundesrepublik Deutschland wird im Nordwesten von ___ Nordsee umspült. 20. ___ Dardanellen sind eine Meerenge zwischen Ägäis und Marmarameer. 21. ___ Jemen ist ein Staat im Süden ___ Arabischen Halbinsel. 22. ___ Ferne Osten ist ___ Gesamtheit der östlichen Gebiete Asiens. 23. ___ Norddeutsche Tiefebene erstreckt sich sehr weit. 24. Auf dem Territorium ___ einstigen Tschechoslowakei wurden nach dem Zerfall zwei Staaten gebildet: ___ Tschechien und ___ Slowakei. 25. ___ Irak ist ein vorderasiatischer Staat.

Genitiv der Ländernamen

Ihre Grammatik: Der Singular ohne Artikel

Bei artikellosen Substantiven im Singular gebraucht man statt des Genitivs oft *von + Dativ*, besonders wenn sie auf *-s* oder *-z* enden: *Die Autobahnen von Los Angeles sind berühmt.*

Sonst wird im Allgemeinen auch bei Eigennamen der Genitiv gebraucht: *Die Straßen Venedigs sind eng. Wir fliegen jetzt über die Wälder Kanadas.*

7. Üben Sie den Genitiv der Ländernamen

Beispiel: Madrid / Spanien — Madrid ist die Hauptstadt Spaniens.

1. Aden / Jemen
2. Amsterdam / Niederlande
3. Ankara / Türkei
4. Beirut / Libanon
5. Bern / Schweiz
6. Canberra / Australien
7. Helsinki / Finnland
8. Khartum / Sudan
9. Lissabon / Portugal
10. Kyjiw / Ukraine
11. London / Großbritannien
12. Teheran / Iran
13. Tirana / Albanien
14. Ulan Bator / Mongolei
15. Washington / USA

Dativ der Flussnamen

8. Wo liegen die Städte?

Beispiel: Köln / Rhein — Köln liegt am Rhein.

1. Budapest / Donau
2. Dresden / Elbe
3. Frankfurt / Oder
4. Heidelberg / Neckar
5. Kairo / Nil
6. New Orleans / Mississippi
7. Kanpur / Ganges
8. Kasan / Wolga
9. London / Themse
10. Manaus / Amazonas
11. Paris / Seine
12. Rom / Tiber
13. Rostow / Don
14. Kyjiw / Dnipro

9. Gebrauchen Sie die in Klammern stehenden Eigennamen im Genitiv.

1. Am Ufer (der Nil) hielt der Reisebus an. 2. Der Erzreichtum (der Ural) ist weltbekannt. 3. Die Bergsteiger haben den Gipfel (der Elbrus) erreicht. 4. Die Straßen (das heutige Kyjiw) sind sehr gepflegt. 5. Er interessiert sich für die Geschichte (Deutschland). 6. Der Gipfel (der Brocken) funkelte im Abendsonnenschein. 7. Die Wirtschaft (das heutige Deutschland) ist hoch entwickelt. 8. In den Schluchten (der Balkan) wurde das Wrack des abgestürzten Flugzeuges entdeckt. 9. Er hat viele Städte (das nördliche Spanien) bereist. 10. Die Überquerung (der Atlantik) ist ein nachhaltiges Ereignis. 11. Im Artikel handelt es sich um die Idee (ein vereinigtes Europa). 12. Er bewunderte die Schönheit (der Harz).

Ihre Grammatik: Bezeichnung der Einwohner von Ländern und Erdteilen

Deklination I

Nominativ — Genitiv

der Afghane — des Afghanen
 der Brite — des Briten
 der Bulgare — des Bulgaren
 der Chilene — des Chilenen
 der Chinese — des Chinesen
 der Däne — des Dänen
 der Finne — des Finnen
 der Asiate — des Asiaten

Deklination II

Nominativ — Genitiv

der Ägypter — des Ägypters
 der Algerier — des Algeriers
 der Araber — des Arabers
 der Argentinier — des Argentiniers
 der Belgier — des Belgiers
 der Brasilianer — des Brasilianers
 der Engländer — des Engländers
 der Afrikaner — des Afrikaners
 der Amerikaner — des Amerikaners
 der Australier — des Australiers
 der Europäer — des Europäers

Merken Sie sich die Ausnahmen:

1. der Israeli — des Israelis — (Pl.) die Israelis
 der Saudi — des Saudis — (Pl.) die Saudis
 der Somali — des Somalis — (Pl.) die Somalis
 der Pakistani — des Pakistanis — (Pl.) die Pakistanis
2. der Deutsche wird wie ein Adjektiv dekliniert:
 mask.: der Deutsche / ein Deutscher; fem.: die Deutsche / eine Deutsche; Pl.: die Deutschen / Deutsche

Merken Sie sich:

Abgesehen von den obigen Ausnahmen wird bei Frauen immer die Endung *-in* gebraucht, z.B.:
 die Polin, die Russin, die Französin (!) etc.
 die Spanierin, die Iranerin etc.
 die Asiatin, die Europäerin etc.

10. Üben Sie — gegebenenfalls im Gruppenwettbewerb - nach folgendem Muster.

<i>I</i>	<i>II</i>	<i>III</i>	<i>IV</i>	<i>V</i>
<i>Polen</i>	<i>der Pole</i>	<i>des Polen</i>	<i>die Polen</i>	<i>die Polin</i>
<i>Spanien</i>	<i>der Spanier</i>	<i>des Spaniers</i>	<i>die Spanier</i>	<i>die Spanierin</i>
<i>Ukraine</i>
<i>Schweiz</i>
<i>Afrika</i>
<i>Asien</i>

11. Bilden Sie selbstständig 10 Minidialoge nach dem folgenden Beispiel:

der Grieche — *Kennst du einen Griechen?*
 — *Nein, einen Griechen kenne ich leider nicht.*

12. Üben Sie den Dativ.

A: Der Ire singt gern. B: *Ja, man sagt vom Iren, dass er gern singt.*

Sie können Ihre Zustimmung verstärken:

Ja, das stimmt, man sagt vom Iren, ... oder:

Ja, richtig, ...; Ja, da haben Sie / hast du Recht, ...

1. Der Grieche handelt gern. 2. Der Deutsche trinkt gern Bier. 3. Der Holländer ist sparsam. 4. Der Japaner ist besonders höflich. 5. Der Türke ist besonders tapfer. 6. Der Italiener liebt die Musik. 7. Der Chinese ist besonders fleißig. 8. Der Araber ist ein guter Reiter. 9. Der Spanier ist stolz. 10. Der Engländer isst morgens gern, gut und kräftig. 11. Der Ungar ist sehr musikalisch. 12. Der Franzose kocht gern und gut. 13. Der Österreicher liebt Mehlspeisen. 14. Der Schweizer wandert gern. 15. Der Pole tanzt gern und gut.

Ihre Grammatik: Nullartikel bei Nationalitätsbezeichnungen

Merken Sie sich:

Nach den Verben *sein, werden und bleiben* steht bei Nationalitätsbezeichnungen der Nullartikel: *Er ist Spanier. — Sie ist Türkin / Österreicherin / Deutsche. Aber: Die Schweizer galten als ein wehrhaftes Volk. — Vorhin habe ich die Ägypter aus unserem Hotel getroffen.*

13. Ergänzen Sie den Artikel im richtigen Kasus, aber nur, wo es notwendig ist.

1. Juan ist ___ Chilene. Er ist zurzeit in ___ Schweiz, um ___ Tiermedizin zu studieren. 2. Da sind wieder ___ Österreicher, die wir vorhin im Museum getroffen haben. 3. Seine Mutter war ___ Französin, sein Vater ___ Deutscher aus ___ ehemaligen DDR. 4. ___ Engländer Conan Doyle erlangte ___ Weltruhm mit seinen Kriminalgeschichten.

14. Geografisches - Bitte ergänzen Sie!

1. Der Argentinier fragt den _____ nach einem preiswerten Hotel in seiner Heimatstadt Sofia. 2. Der französische Student bittet den _____ um ein paar Informationen über Beirut. 3. Die äthiopische Studentin aus Köln fragt den eriträischen _____ aus Berlin nach seinem Geburtsort. 4. Der Saudi und der Pakistani treffen sich beim _____ und essen Chop Suey (süß-sauer). 5. Cheng redete

über die Identitätsprobleme des _____, die weder der Amerikaner noch der Europäer, weder der Australier noch der Afrikaner verstehen könne. 6. Die Frau des Engländers geht regelmäßig mit dem _____ aus Helsinki essen.

Kreuzen Sie den Buchstaben des passenden Substantivs an. Von oben nach unten gelesen ergeben die Buchstaben ein Lösungswort.

- | | | |
|-----------------|---------------|----------------|
| 1. Bulgaren (D) | Bulgarin (B) | Bulgare (Z) |
| 2. Libanese (Y) | Libanesen (I) | Libanesin (A) |
| 3. Student (W) | Studentin (Ö) | Studenten (E) |
| 4. Chinesen (S) | China (A) | chinesisch (F) |
| 5. Asiatin (K) | Asien (V) | Asiaten (E) |
| 6. Finnin (T) | Finnen (L) | Finninnen (S) |

Präpositionen zur Ortsangabe

Merken Sie sich:

nach

Ortsangabe ohne Artikel:

bei Städten, Ländern, Kontinenten und Himmelsrichtungen. Unsere Überfahrt *nach England* war sehr stürmisch.

Aber: Wir fahren in die Türkei / die Ukraine / die Schweiz.

Die Kompassnadel zeigt immer *nach Norden*.

Aber: Im Sommer reisen viele Deutsche in den Süden.

von

Ortsangabe:

Ich bin gerade *von Schottland* zurückgekommen. Der Wind weht *von Südwesten*.

15.1. Wohin sind Sie gereist? — Beispiel: Ich bin ... gereist.

1. in: die Türkei, die Schweiz, der Sudan, die Vereinigten Staaten, die Niederlande, der Bayerische Wald, das Hessenland, die Antarktis, die GUS, die Hauptstadt der Schweiz, der Nordteil von Kanada, die Alpen, das Engadin, das Burgenland, meine Heimatstadt.

2. nach: Kanada, Australien, Österreich, Ägypten, Israel, Kroatien, Russland, Bolivien, Nigeria, Hessen, Bayern, Bern, Klagenfurt, Sylt, Helgoland, Sri Lanka

3. auf: die Insel Sylt, die Seychellen und die Malediven (Pl.) (= Inselgruppe im Indischen Ozean), die Insel Helgoland, der Feldberg, die Zugspitze, das Matterhorn, der Mont Blanc

4. an: der Rhein, die Elbe, die Ostseeküste, der Bodensee, die Donau, der Mississippi, der Amazonas, die Landesgrenze

15.2. Wie lange sind Sie dort geblieben?

1. *Im / In der / den ...* bin ich ... Tage / Wochen geblieben.
2. *In Kanada / ...* bin ich ... geblieben.
3. *Auf dem / der / den ...* bin ich geblieben.
4. *Am Rhein / An der ...* bin ich geblieben.

15.3. Üben Sie — wenn möglich in der Gruppe.

	<i>Wohin sind Sie gereist?</i>	<i>Wie lange sind Sie dort geblieben?</i>
der Feldberg	<i>A: Auf den Feldberg</i>	<i>Auf dem Feldberg bin ich bis zum Vormittag geblieben</i>
Kanada	<i>B: Nach Kanada.</i>	<i>In Kanada bin ich ...</i>
Der Neusiedler See	<i>C: An den Neusiedler See.</i>	<i>Am Neusiedler See ...</i>

1. Spanien 2. die Schweiz 3. Australien 4. Hamburg 5. meine Heimatstadt 6. New York	7. die Vereinigten Staaten 8. die Zugspitze (Deutschlands höchster Berg) 9. der Vierwaldstätter See 10. die Atlantikküste	11. Polen 12. Großbritannien 13. der Urwald 14. der Äquator 15. die Insel Helgoland 16. der Bodensee
--	--	---

16. Wohin fahren / steigen Sie?

(Manchmal gibt es mehrere Möglichkeiten.)

Ich fahre	in nach an zu	1. Brasilien 2. Mongolei 3. Los Angeles 4. ein fernes Land 5. die Schwarzmeerküste	6. die Wüste 7. der Urwald 8. der Tunnel 9. die Oper 10. meine Freunde
Ich fliege	in nach zu auf	1. meine Heimatstadt 2. der Schwarzwald 3. das Gebirge 4. Dänemark 5. Tschechien	6. der Nordpol 7. die Türkei 8. Südamerika 9. Spanien 10. die Krim

17. Jeder hat im Urlaub etwas anderes vor. - Ergänzen Sie die Endungen und Präpositionen (auch: ins, zur, zum usw.).

A. fährt ... München. B. fliegt ... d__ Insel Helgoland. C. fliegt ... Kanada. D. geht ... Land (z.B. ... ein Dorf). E. fährt ... Finnland. F. fährt ... d__ Schweiz. G. fährt ... ihr__ Onkel ... Wien. H. reist ... ein __

Freundin ... Österreich. I. bleibt ... d__ Bundesrepublik und zwar ... ihr__ Eltern. J. lernt Französisch ... Nancy. K. geht ... Irland angeln. L. fliegt ... Brasilien und geht ... d__ Urwald. M. fliegt ... Ostasien. N. fährt jeden Tag ... Schwimmbad. O. spielt täglich zwei Stunden Fußball ... Stadion oder ... d__ Fußballplatz. P. fährt ... Wandern ... d__ Berge. Q. macht eine Klettertour ... d__ Alpen. R. geht ... Krankenhaus und lässt sich operieren. S. geht ... ein Hotel ... d__ Feldberg ... Schwarzwald. T. verbringt den Urlaub ... ein__ Bauernhof ... Odenwald.

18.1. Lesen Sie nun den Text «Land und Leute» und notieren Sie sich 10 oder mehr Wörter zum Thema «Nationalitätsbezeichnungen».

Allen Zweiflern zum Trotz: Es geht nicht um unsere Sprache.

Sie ist so einfach, so logisch, so unkompliziert — und über meinen Freund Marcel Dupont aus Frankreich kann ich nur lachen, wenn er mir weismachen will, dass irgend etwas in der Beziehung bei uns nicht stimmt.

Neulich wollte er mir eine Falle stellen. «Wie nennt ihr die Einwohner von Italien?»

«Natürlich Italiener», erwiderte ich. «Und von Sizilien?»

«Siziliener», hätte ich beinahe gesagt, besann mich jedoch im letzten Moment und verkündete: «Sizilianer!»

«Dann müsste es auch Italianer heißen», meinte Marcel. «Die von Kastilien nennt ihr jedenfalls Kastilianer».

«Das schon», bemerkte ich. «Aber die von Indien sind keine Indianer — das sind wieder andere — und die von Spanien keine Spanier».

«Sondern?»

«Spanier», erklärte ich kurz.

Marcel grinste. «Warum sagt ihr dann nicht Italier?» «Weil Italiener italienischer klingt», gab ich gereizt zur Antwort. «Und Spanier klingt nicht spanienischer?» Ich rang die Hände. «Es heißt spanisch!» Er sah mich unbeirrt an. «Und warum nicht italisch?» Tief durchatmen! war mein nächster Gedanke. Ich legte nachsichtig die Hand auf seine Schulter. «Was du hier treibst, nennen wir Haarspalterei. In Wirklichkeit ist unsere Sprache ohne Fehl und Tadel».

«Lass uns noch ein bisschen fachsimpeln», meinte er. «Wie nennt ihr die Einwohner von Belgien?»

«Belgier».

Er nickte. «Dann wohnen in Bulgarien die Bulganer». «Nein», stöhnte ich, «das sind Bulgaren. Wir sagen auch nicht Jugoslawier, sondern Jugoslawen».

«Aber Belgen sagt ihr nicht», beharrte er, «das sind auf einmal Belgier. Warum?» «Warum! Warum!» rief ich aus. «Das ist nun mal so!»

Er lächelte undurchsichtig. «Drollige Sprache», stellte er fest. «Ein Einwohner von Polen ist für euch ein Pole».

«Allerdings».

«Und einer von Schweden ein Schwede», führte er fort.

«Logisch», bemerkte ich.

«Dann ist einer von Norwegen ein Norwege».

«Nein!» fuhr ich auf. «Das ist ein Norweger!»

Marcel sah mich erstaunt an. «Warum sagt ihr dann nicht Poler oder Schweder?»

Mir platzte der Kragen. «Solche Winkelzüge!» ächzte ich. «Solche willkürlichen Beispiele!»

«Machen wir es ganz einfach», sagte Marcel sanft. «Ein Einwohner von Finnland ist bei euch ein Finne, von Russland ein Russe — also wohnt in Island ein Isse».

«Isländer!» verbesserte ich. «Das ist wie mit Österreich. Dort wohnen nämlich Österreicher».

«Jetzt verstehe ich», murmelte Marcel. «Dann leben bei uns in Frankreich die Frankreicher».

«Aber nein!» rief ich aus. «Ihr seid Franzosen!»

«Und in Österreich sind keine... Österrosen?» fragte Marcel.

«Österrosen!» stammelte ich verächtlich. «So ein Wort gibt es überhaupt nicht. Höchstens Osterrosen. Aber das sind Blumen».

«Keine Menschen?» raunte Marcel.

Ich fühlte, wie mir der Boden unter den Füßen entwand. Unsere schöne, herrliche, treffsichere Sprache wurde von meinem französischen Freund arg angeschlagen. Meine ganze Kraft musste ich zusammennehmen.

«Sprechen wir einmal von Zaire», bemerkte Marcel ungerührt. «Wie nennt ihr die dortigen Einwohner?»

«Das sind Zairer», antwortete ich, «oder Zairen...oder Zairaner...» Mir stand der Schweiß auf der Stirn. «Zairenen», stammelte ich.

«Ich sehe, du weißt es selbst nicht», erklärte Marcel, «da will ich nach den Einwohnern von Kenia gar nicht erst fragen.»

«Aber das kannst du!», trumpfte ich auf. «Unsere Sprache ist schließlich logisch. Da in China die Chinesen leben, sind in Kenia natürlich Keniesen!»

Marcel lachte aus vollem Halse. «Und in Amerika Amerikesen!» spottete er. «Oh, eure Sprache! Eure kluge, logische Sprache!» Dann wurde er vertraulicher: «Euer Rundfunkreporter bei den Olympischen

Spielen war jedenfalls klüger. Er hat den Marathonläufer aus Kenia ganz einwandfrei bezeichnet».

«Hat er Keniaer gesagt», fragte ich.

«Nein».

«Vielleicht Keniat?»

«Auch nicht.»

Ich blickte hilflos auf Marcel. «Wie dann?»

Mein französischer Freund lächelte nachsichtig. «Darauf kommst du nie», erklärte er.

«Was hat er denn gesagt?», fragte ich gespannt.

«Das Allereinfachste», erwiderte Marcel. «Er sagte nur immer wieder: der Mann aus Kenia!»

«Aus Kenia», wiederholte ich.

«Und das musste er ziemlich oft sagen», meinte Marcel. «Die Strecke ist immerhin zweiundvierzig Kilometer lang».

Ich nickte ergriffen.

«Aber jetzt mal zu dir», fuhr er fort. «Wir kennen uns nun schon dreißig Jahre. Willst du nicht endlich anfangen, Französisch zu lernen?»

«Ausgeschlossen», erwiderte ich und hob abwehrend beide Hände. «Dazu hat eure Sprache viel zu viele Ausnahmen!»

18.2. Formulieren Sie 7—10 Fragen zum Inhalt des Textes und lassen Sie diese von Ihren Kommilitonen beantworten.

18.3. Fassen Sie den Inhalt des Textes zusammen.

SCHLÜSSEL

Übung 1: 1. - 2. Das 3. - 4. die 5. - 6. den 7. -; der; der 8. Die; der; -; der; den 9. -; -; der; der

Übung 2: 1. Der; der; der 2. der; den; dem; dem 3. das; den; die 4. Am / an dem 5. Die; -; 6. Der 7. dem; das 8. den

Übung 4: 1. die 2. - 3. Die; ein 4. einen 5. das 6. - 7. die 8. Der; ein 9. Die 10. Das; eine 11. Die; der 12. - 13. eine; von; die 14. den

Übung 5: 1. Die; - 2. - 3. - 4. die; der 5. der 6. Die 7. Der; das 8. Die; eine; ein 9. der 10. (Der) 11. Die; eine 12. Die; den 13. Das 14. Die 15. Die 16. Die 17. Das; das 18. Der; ein 19. Der 20. des 21. Die; ein

Übung 6: 1. Die 2. Die 3. Der 4. Der; der 5. Der; der 6. Der; eine 7. Der 8. Die; eine 9. Der 10. Der; der 11. Das; 12. Die; eine 13. der; dem 14. die 15. die 16. das 17. Die; eine 18. Die; eine 19. Die; der 20. Die 21. (Der); der 22. Der; die 23. Die 24. -; die 25. (Der)

Übung 7: 1. des Jemen 2. der Niederlande 3. der Türkei 4. des Libanon 5. der Schweiz 6. Australiens 7. Finnlands 8. des Sudan 9. Portugals 10. der Ukraine 11. Großbritanniens 12. des Iran 13. Albaniens 14. der Mongolei 15. der USA

Übung 8: 1. der Donau 2. an der Elbe 3. an der Oder 4. am Neckar 5. am Nil 6. am Mississippi 7. am Ganges 8. an der Wolga 9. an der Themse 10. am Amazonas 11. an der Seine 12. am Tiber 13. am Don 14. am Dnipro

Übung 9: 1. des Nil(s) 2. des Ural(s) 3. des Elbrus 4. des heutigen Kyjiw(s) 5. Deutschlands 6. des Brocken(s) 7. des heutigen Deutschland 8. des Balkan(s) 9. des nördlichen Spanien(s) 10. des Atlantik(s) 11. eines vereinigten Europa(s) 12. des Harz(es)

Übung 13: 1. -; der -; 2. die; 3. -; ein; der 4. Der; -

Übung 14: DIESEL

Kapitel 10: Maß-, Gewichts- und Mengenangaben

Ihre Grammatik: Der Singular ohne Artikel

Ohne Artikel werden gebraucht:

Substantive nach Maß-, Gewichts- und Mengenangaben: z.B. ein Kilo Fleisch, ein halbes Pfund Wurst, ein Stück Torte, eine Flasche Sekt, ein Becher Margarine:

Ich kaufe ein Pfund *Butter*. Er trinkt ein Glas *Milch*.

Wir besitzen eine große Fläche *Wald*. Wir hatten 20 Grad *Kälte*.

Merken Sie sich:

• Preise, Maß-, Gewichts- und Mengenangaben des männlichen und des sächlichen Geschlechts (Maskulin / Neutrum) stehen im Singular:

zwei Kilo, zwanzig Cent, drei Pfund, hundert Gramm. Das Verb steht im Singular oder Plural: *Ein Liter kostet 1,10 Euro. Vier Liter kosten 4,40 Euro*.

• **Aber Mengenangaben des weiblichen Geschlechts (Feminin) stehen im Plural:** drei Schachteln, vier Tafeln, zwei Dosen, fünf Flaschen.

1. Ergänzen Sie die Sätze.

1. Er kaufte zwei _____ (Dose) Cola. 2. Er hat fünf _____ (Glas) Orangensaft nacheinander getrunken. 3. Wie viel Zucker brauchst du? — Drei _____ (Stück) reichen, danke. 4. Wir nehmen vier _____ (Tasse) Kaffee. 5. Ich habe fünf _____ (Bierglas) gekauft. 6. Sie brachte zwei _____ (Tafel) Schokolade. 7. Haben wir genug _____ (Glas) für die Party? 8. Kauf bitte zwei _____ (Bund) Radieschen und zwei _____ (Dutzend) Eier! 9. Wir brauchen noch drei _____ (Fass) Bier. 10. Jedes der Kinder trank drei _____ (Glas) Apfelsaft. 11. Das Buch kostet vierzig _____ (Hrywnja). 12. Ich brauche zwei _____ (Liter) Milch. 13. Sie bekommen auf das Fernsehgerät 10 _____ (Prozent) Rabatt. 14. 10 _____ (Prozent) von 50 Euro sind fünf Euro. 15. 95 _____ (Prozent) der Studenten haben alle Prüfungen abgelegt. 16. Diese Zeitschrift kostete früher fünf _____ (Euro). 17. Ich habe einen _____ (Zentner) Kartoffeln gekauft, nicht zwei. 18. Er hat zwei _____ (Sack) gekauft. 19. Von der letzten Ernte sind nur zwei _____ (Sack Kartoffel) geblieben. 20. Es ist zwölf _____ (Grad) unter Null. 21. Der LKW war mit dreißig _____ (Tonne) Kies beladen. 22. Ich möchte 500 _____ (Gramm) Butter. 23. Hier darf man nicht die Höchstgeschwindigkeitsgrenze von 70 _____ (Stundenkilometer)

überschreiten. 24. Das Päckchen wiegt 1 bis 2 _____ (Kilo(gramm)). 25. Ich habe mir zwei _____ (Paar) Schuhe gekauft.

Ihre Grammatik: Der unbestimmte Artikel bei den Maßangaben

Achtung: Sie hat ein Gewicht von 42 Kilogramm. (Nicht: das Gewicht)

Merken Sie sich: Bei Maßangaben steht immer der unbestimmte Artikel vor dem Substantiv: *eine Größe von; eine Weite von; eine Entfernung von; eine Reichweite von; eine Schnelligkeit von usw.*

• **Mit Ausdrücken wie** *eine gute Viertelstunde, eine gute Woche, ein gutes Jahr* usw. ist etwas mehr als der angegebene Zeitraum gemeint: *Die Reparatur Ihres Fernsehers wird eine gute Woche in Anspruch nehmen*, d. h. wird etwa acht bis zehn Tage dauern.

• Das Gleiche gilt bei Gewichts-, Mengen- oder Längenangaben: *ein gutes Pfund (oder: gut ein Pfund)* ist etwas mehr als ein Pfund (= 500g), *ein gutes Dutzend (oder gut ein Dutzend)* (= ist etwas mehr als ein Dutzend (= 12 Stück). Ebenso: *ein guter Kilometer (gut ein Kilometer); ein guter halber Meter (gut ein halber Meter)* usw.

2. Bilden Sie Sätze nach folgendem Beispiel: *Das Auto fährt 180 km/h. Das Auto hat eine Geschwindigkeit von 180 Kilometern in der / pro Stunde.*

1. Das Zimmer ist 6 m lang und 4 m breit. (die Länge, die Breite).
2. Der Mann wiegt 75 kg. (das Gewicht). 3. Die Wolken sind 2000 m hoch. (die Höhe). 4. Der Behälter fasst 200 Liter. (das Fassungsvermögen). 5. Das Netz hat 220 Volt. (die Spannung). 6. Das Mondjahr hat 336 Tage. (die Dauer).

3. Ergänzen Sie.

1. (Frau Müller verlangte ein Kilogramm Rindfleisch. Sie bekam etwas mehr.) Es war ein _____ Kilo Fleisch.

2. (Herr Münz hatte einen Doppelzentner Bausand bestellt; er bekam fast 220 kg.) Es war also ein _____ Doppelzentner Sand.

3. (Von Nixdorf nach Armenhof sind es 5,2 km.) Es sind also _____ fünf Kilometer zu gehen. Man braucht _____ eine Stunde für den Weg.

Ihre Grammatik: Mengenangaben im Vergleich

Merken Sie sich: Eine Zahl ist *groß (größer als)* oder *hoch (höher als)* bzw. *klein (kleiner als)* oder *gering (geringer als)*: *Die Zahl der Frauen ist größer als die der Männer* (nämlich *als die Zahl der Männer*). Aber: *Es gibt mehr Frauen als Männer. Die Zahl der Erfolge ist höher als die der Misserfolge. Aber: Es gibt mehr Erfolge als Misserfolge.*

Achtung: Die Zahl ... **ist höher.** (Nicht: *mehr*) — *Es gibt mehr ...*

Die Zahl der Frauen ist *höher als die der Männer.* (Nicht: *als die Männer*)

4. Üben Sie nach folgendem Beispiel:

Schiffspassagiere/Matrosen (war niedriger / es gab weniger) *Die Zahl der Schiffspassagiere war niedriger als die der Matrosen. Es gab weniger Schiffspassagiere als Matrosen.*

1. Schüler/Studenten (ist weit höher / es gibt viel mehr) 2. Arbeiter/Angestellte* (ist größer / es gibt mehr) 3. Motorräder/Autos (ist sehr viel geringer / es gibt sehr viel weniger) 4. Insekten/Säugetiere (ist viel größer / es gibt viel mehr) 5. Tote**/Vermisste** (war höher / es gab mehr) 6. Erdbeben in Deutschland/Erdbeben in Italien (ist viel geringer / es gibt viel weniger)

* *der Angestellte* (Adjektivdeklinaton): *ein Angestellter, die Angestellten*

** *der Tote, ein Toter, die Toten; der Vermisste, ein Vermisster, die Vermissten*

Ihre Grammatik: Menschen — Bevölkerung

eine Milliarde Menschen - eine Bevölkerung von einer Milliarde

Achtung: Über sieben Milliarden Menschen leben auf der Erde.

(Nicht: Über sieben Milliarden Bevölkerung)

Merken Sie sich: *Bevölkerung* ist Singular! Daher: *Die Erde hat eine Bevölkerung von über sieben Milliarden. Aber: Auf der Erde leben über sieben Milliarden Menschen.*

5. Bilden Sie Sätze nach folgenden Beispielen:

China /1,3 Milliarden Menschen: In China leben *1,3 Milliarden Menschen.*

China hat *eine Bevölkerung von über 1,3 Milliarden.*

1. Die Schweiz / 7,9 Millionen 2. Österreich / 8,3 Millionen 3. die Bundesrepublik Deutschland / 82,5 Millionen

Ihre Grammatik: Mengenangaben

Das nachgestellte Attribut steht a) im gleichen Fall, b) im Genitiv, c) mit «von» im Dativ

verschiedene Arten Säugetiere /... der Säugetiere /... von Säugetieren

Merken Sie sich:

Die nähere Bestimmung eines Wortes kann nachgestellt sein. Wenn es ein Substantiv ist, so steht es dann entweder

- a) im gleichen Fall wie das Beziehungswort: verschiedene Arten *Insekten*, oder:
 b) im Genitiv: verschiedene Arten *stechender Insekten* oder: verschiedene Arten *der stechenden Insekten*, oder:
 c) mit von + Dativ: verschiedene Arten *von Insekten*.

Faustregel: Man halte sich an Beispiel b, wenn der Genitiv erkennbar ist: ein Teil (sein Geld) → *ein Teil seines Geldes*; eine Gruppe (junge Leute) → *eine Gruppe junger Leute*. In anderen Fällen in der Regel an Beispiel c: eine Reihe (Möglichkeiten) → *eine Reihe von Möglichkeiten*.

Besonderheit: das Wort *Mehrzahl* verlangt immer den Genitiv: *die Mehrzahl der Einwohner*.

Es gibt Mengenbezeichnungen, nach denen meist der Genitiv (umgangssprachlich auch von + Dativ) steht: *ein Teil des Hauses, die Hälfte der Fragen, die Vielzahl der Angebote* (auch: *Vielzahl von Angeboten*).

6. Bilden Sie Ausdrücke nach den in Klammern angegebenen Beispielen.

1. einige Arten (Giftpflanzen) (a, c)
2. eine geringe Zahl (Schmetterlinge) (a, c)
3. eine Gruppe (Nagetiere) (a, c)
4. eine Anzahl (junge Studenten) (b)
5. ein Teil (die nächtlichen Ruhestörer) (b)
6. die Mehrzahl (die Bewerber) (b)
7. die Hälfte (seine Ersparnisse) (b)
8. ein Viertel (die Bäume) (b)
9. Hunderte (Verletzte) (c)
10. Tausende (amerikanische Soldaten) (b)

Ihre Grammatik: Leute - Personen - Männer — (zwei) Mann

Achtung: (Zeitungsnotiz:) Bei dem Unfall wurden *drei Personen* verletzt. (Nicht: *Leute*)

Leute (nur Pl.) — nichtoffizieller Ausdruck für eine Anzahl von Personen: *Kennst du die Leute dort drüben? - Die Leute gehen in die Kirche.*

Personen (Pl. von «Person») — Menschen als Individuen (im Gegensatz zu *Leute*), im offiziellen Sprachgebrauch üblich: *Bei dem Unfall wurden vier Personen verletzt. - Personen ohne Ausweis mussten mit auf die Polizeiwache kommen.*

Männer (Pl. von «Mann») — im Gegensatz zu *Frauen*: *Drei Männer und zwei Frauen stellten sich für den Versuch zur Verfügung.*

Mann (Pl.) — mit einem Zahlwort davor steht *Mann* für *Personen*, nicht für *Männer*: *Mit fünf Mann haben wir den Umzug durchgeführt.* (Die *fünf Mann* können Männer, Frauen oder Kinder sein.)

7. Ergänzen Sie die Sätze mit «Männer», «Leute», «Personen» oder «Mann»?

1. Das Auto ist für fünf _____ zugelassen.
2. Bei dem Zugunglück wurden zwölf _____ schwer verletzt.
3. Unsere Nachbarn sind sehr nette _____.
4. Am Wochenende sind viele _____.

_____ unterwegs um einzukaufen. 5. Die Besatzung des Bootes bestand aus fünf _____ und einer Frau. 6. Wir brauchen noch zwei _____ zum Kartenspielen. 7. Wie viel _____, Kinder mitgerechnet, nehmen an der Reise teil?

Ihre Grammatik: Kardinalzahlen als Substantive

Kardinalzahlen können als Substantive gebraucht werden. Sie werden dann großgeschrieben:

- **Eine Null** hinter einer Ziffer bedeutet einen Zehnerabstand. Der Schüler bekam **eine Eins** für seine Arbeit. **Die Zehn** hält da hinten. (Straßenbahn)
- **ein Paar** (Großschreibung) bedeutet zwei Personen oder Sachen, die zusammengehören: Die beiden heiraten heute; sie sind **ein hübsches Paar**.
- **ein paar** (Kleinschreibung) bedeutet einige Personen oder Sachen: Ich habe für den Balkon **ein paar** Blumen gekauft.
- Zwölf gleichartige Personen oder Sachen nennt man **ein Dutzend: Ein Dutzend** Eier sind zwölf Eier.
- **Hunderte, Tausende usw.** (= mehrmals die Zahl 100 oder 1000) wird als Subjekt oder Objekt gebraucht und dekliniert. Seit dem Erdbeben leben noch **Hunderte** in Baracken. Zum Oktoberfest kommen **Tausende** nach München. Bei der nächsten Demonstration rechnet die Polizei mit **Zehntausenden**.
- Als Substantiv gebrauchte Zahlen mit der festen Endung **-er** sind deklinierbar: Für den Automaten fehlt mir **ein Zehner**. (= 10 Eurocent oder 10 €) Man spricht oft von dem raschen Wirtschaftswachstum **in den Fünfzigern**. (als Adjektiv aber undeklinierbar: **in den fünfziger / 50er Jahren / Fünfzigerjahren**)
Bewundernswert war die sportliche Leistung eines **Achtzigers**. (= eines Mannes zwischen 80 und 90 Jahren)

8. Ergänzen Sie die Sätze. Üben Sie die Kardinalzahlen.

1. Er hat in seinem Zeugnis sechs _____ (1), fünf _____ (2) und eine _____ (3). 2. Er bekam eine _____ (1) für seine Arbeit. 3. Die _____ (10) hält hier. (Straßenbahn) 4. Die _____ (13) soll ihre Unglückszahl sein. 5. Endlich schlug die Glocke _____ (12). 6. Der kleine Uhrzeiger steht auf der _____ (10). 7. Er malte eine _____ (8) in der Luft. 8. Er hat die _____ (40) längst überschritten. 9. Wenn am Sonntag das Wetter schlecht wird, dann bleiben wir in unseren _____ (4) Wänden. 10. Ich möchte mit dir unter _____ (4) Augen sprechen. 11. Eine _____ (0) hinter einer Ziffer bedeutet 12. Im Deutschen spricht man die _____ (1) vor den _____ (10). 13. Ein Dutzend Eier sind _____ (12) Eier. 14. Für den Automaten fehlt mir ein _____ (10) (Cent). 15. Können Sie mir einen _____ (100) (Schein) wechseln? 16. Bewundernswert war die sportliche Leistung eines _____ (60). 17. Er ist in den _____ (60). 18. Ende der _____ (20) Jahre brach die Weltwirtschaftskrise aus. 19. Man spricht von dem raschen

Wirtschaftswachstum in den ____ / ____ (50) Jahren. 20. Bei dem Geschäft verdiente er eine ____ (1 000 000). 21. Seit dem Erdbeben leben noch ____ (100) (mehrere) in Baracken. 22. Die ____ (1000) ist eine vierstellige Zahl. 23. Viele ____ (1000) Besucher haben das Konzert besucht. 24. ____ (100) (mehrere) davon haben keine Karten mehr bekommen. 25. Zum Oktoberfest kommen ____ (1000) nach München. 26. Bei der nächsten Demonstration rechnet die Polizei mit ____ (10 000) (mehreren).

9. Üben Sie nach folgendem Beispiel. Lassen Sie die schräg gedruckten Wörter weg.

eine Briefmarke für 80 Cent/eine Frau von neunzig Jahren
eine achtziger Briefmarke/eine Neunzigerin

- | | |
|--|--------------------------------|
| 1. eine 40-Watt-Birne | 7. ein Fünf-Cent-Stück |
| 2. eine 100-Watt-Birne | 8. ein Zwanzig-Euro-Schein |
| 3. ein Wein aus dem Jahr 82 | 9. die Jahre von 70 bis 79 |
| 4. ein rüstiger Mann von 80 Jahren | 10. ein Tennisspiel zu viert |
| 5. eine freundliche Dame von 70 Jahren | 11. ein Kanu für zwei Personen |
| 6. eine Buskarte, mit der man sechsmal fahren kann | |

Ihre Grammatik: Ordinalzahlen

1. Ordinalzahlen werden wie Adjektive dekliniert

a) Ohne Artikel und Substantiv:

Beim Pferderennen wurde er *Erster*.

Sein Konkurrent kam erst als *Dritter* durchs Ziel.

b) Datumsangaben:

Der 2. Mai (= der zweite Mai) ist kein Feiertag. Er kommt *am Freitag, dem 13. (= dem Dreizehnten)*. Wir haben heute *den 7. Juli (= den siebten Juli)*.

c) Briefkopf: Frankfurt am Main, den 20.8.2012 (= *den Zwanzigsten Achten ...*). Heute habe ich Ihren Brief vom 28.8. (= *vom Achtundzwanzigsten Achten*) dankend erhalten.

d) Römische Ordinalzahlen:

Karl I. (= Karl der Erste) wurde im Jahr 800 zum Kaiser gekrönt. Unter Kaiser *Karl V. (= Karl dem Fünften)* waren Deutschland und Spanien vereint.

2. Ordinalzahlen ohne Endung nach zu zur Angabe der Anzahl der Personen: Zu meinem Geburtstag waren wir nur *zu dritt*.

Er brachte seine gesamte Familie mit; sie waren *zu sechst*.

3. Ordinalzahlen ohne Endung mit einem Superlativ: Der *zweitschnellste* Läufer kam aus Argentinien.

Die besten Skiläufer kamen aus Österreich, die *drittbesten* aus Schweden.

Anmerkungen

• **Am Anfang einer Reihe steht der erste; am Ende steht der letzte:**

Die ersten Besucher bekamen gute Plätze, die letzten mussten stehen.

• **Wenn in einem vorhergehenden Zusammenhang zwei Personen oder Sachen erwähnt werden, gebraucht man zur besseren Unterscheidung der/die/das erstere und der/die/das letztere (auch im Plural):**

Der Geselle und der Meister stritten sich. Der erstere fühlte sich unterdrückt, der letztere (fühlte sich) ausgenutzt.

10. Lesen Sie die folgende Übung laut und ergänzen Sie dabei die fehlenden Endungen.

1. Bitte schicken Sie mir die Unterlagen bis spätestens Donnerstag, d__ 8.4. 2. Ostern ist ein beweglicher Feiertag. 1983 fiel Ostern auf d__ 11./12.4. 3. Weihnachten hingegen ist immer a__ 25./26.12. 4. Hamburg, d__ 28.2.2012. 5. Vielen Dank für Ihren Brief v__ 28.2.! 6. Heute ist d__ 1. Mai! 7. Auf d__ 1. Mai haben wir uns sehr gefreut. 8. In der Zeit v__ 27.12. bis 2.1. bleibt unser Geschäft geschlossen.

11. Ergänzen Sie die Sätze. Üben Sie die Ordinalzahlen.

1. Der Papst Johannes II. (____) ist nach Rom zurückgekehrt. 2. Unter Peter I. (____) wurde Petersburg gebaut. 3. Dieses Ereignis trat unter Katharina II. (____) ein. 4. Kaiser Karl V. (____) war ein deutscher König. 5. Ludwig XV. (____) war ein König von Frankreich. 6. Dieses Gemälde ist das Porträt Heinrichs VIII. (____).

12. Lesen Sie laut.

1. Karl V., ein Enkel Maximilians I., wurde 1520 in Aachen zum Kaiser gekrönt. 2. Ludwig XIV. ließ das Schloss von Versailles bauen. Viele deutsche Fürsten richteten sich in ihrem verschwenderischen Lebensstil nach Ludwig XIV. 3. Der Preußenkönig Friedrich II., ein Sohn Friedrich Wilhelms I. und Enkel Friedrichs I., erhielt später den Beinamen «der Große». 4. Mit 361 gegen 360 Stimmen des Konvents verurteilte man Ludwig XVI. 1793 zum Tode.

13. Ergänzen Sie die Sprichwörter bzw. Redewendungen. Üben Sie die Ordinalzahlen.

1. Ich möchte nicht das _____ (5.) Rad am Wagen sein. 2. Er will immer die _____ (1) Geige spielen. 3. Sie will nicht zeit ihres

Lebens die _____ (2.) Geige spielen. 4. Seitdem er sie kennen gelernt hat, lebt er wie im _____ (7.) Himmel. 5. Wenn zwei sich streiten, freut sich der _____ (3.) 6. Ich spreche nicht mit dem _____ (1.) besten. 7. Die Redner kamen immer vom _____ (100.) ins _____ (1000.). 8. Die _____ (1.) hatten es leichter.

Ihre Grammatik: Weitere Zahlwörter

Bruchzahlen bezeichnen einen Teil eines Ganzen.

a) Die Hälfte des Ganzen ist ein halb:

$\frac{1}{2} \times \frac{1}{2} = \frac{1}{4}$ (ein halb mal ein halb ist ein viertel)

als Adjektiv: Ein *halbes* Kilo Kirschen, bitte.

Zahl + Bruchzahl: Wir müssen noch ca. *viereinhalb* Kilometer laufen.

Achtung: Er war *anderthalb* Jahre in Persien. (= ein und ein halbes Jahr)

b) als Substantiv: Bruchzahl + Substantiv:

Alle weiteren Bruchzahlen bildet man aus den Ordinalzahlen und -el. Sie werden nicht dekliniert.

Ich gebe *ein Drittel* meines Gehalts für Miete aus. *Ein Fünftel* der Einwohner sind Bauern. Sie bearbeitet ein Maschinenteil in einer *achtel* Minute. Die letzte *viertel* Stunde (oder: Viertelstunde) war quälend.

c) Zahl + Bruchzahl:

Er lernte die Sprache in einem *dreiviertel* Jahr. Er siegte mit einem Vorsprung von *fünfachtel* Sekunden.

14. Ergänzen Sie die Sätze. Üben Sie die Bruchzahlwörter.

1. _____ ($\frac{1}{2}$) Kilo Kirschen, bitte. 2. Es ist (13.15 Uhr). 3. Wir müssen noch _____ ($4 \frac{1}{2}$) Kilometer laufen. 4. Er war _____ ($1 \frac{1}{2}$) Jahre in Polen. 5. Ich gebe ($\frac{1}{3}$) meines Gehaltes für Miete aus. 6. Die letzte _____ ($\frac{1}{4}$) Stunde war quälend. 7. Er nimmt _____ ($\frac{1}{2}$) Hähnchen. 8. Sie hat _____ ($\frac{1}{2}$) des Kuchens allein aufgegessen. 9. Er lernt die Sprache in einem ($\frac{3}{4}$) Jahr. 10. Sie bearbeitet ein Maschinenteil in _____ ($\frac{1}{8}$) Minute. 11. Wir treffen uns um _____ (7.15). 12. _____ ($\frac{1}{5}$) der Einwohner sind Bauern. 13. Die Prüfung wurde von _____ ($\frac{4}{5}$) der Studenten bestanden. 14. Er hat _____ ($2 \frac{1}{2}$) Jahre in Deutschland studiert. 15. Der Mond steht im ersten _____ ($\frac{1}{4}$). 16. _____ ($\frac{2}{3}$) der Klasse sind krank. 17. Er siegte mit einem Vorsprung von _____ ($\frac{5}{8}$) Sekunden. 18. _____ ($\frac{3}{4}$) er Einwohner sind katholisch. 19. _____ ($2 \frac{1}{2}$) Jahre war er in Hamburg. 20. Wir trafen uns auf _____ ($\frac{1}{2}$) Weg. 21. _____ ($\frac{1}{2}$) Paris war auf den Beinen. 22. _____ ($2 \frac{1}{2}$) Stunden habe ich auf sie gewartet.

Ihre Grammatik: Einteilungszahlen

Einleitungszahlen bezeichnen die Reihenfolge in Aufzählungen. Man bildet sie aus

den **Ordinalzahlen** und **-ens**. Sie werden nicht dekliniert.

Aufzählung in Ziffern:

Bei uns herrscht Chaos:

1. Die Waschmaschine ist ausgelaufen.
2. Ich habe meinen Autoschlüssel verloren.
3. Morgen kommt Tante Emma!

Im fortlaufenden Text:

Bei uns herrscht Chaos. Erstens ist die Waschmaschine ausgelaufen, zweitens habe ich meinen Autoschlüssel verloren und zu allem Unglück kommt drittens morgen Tante Emma!

Zur Satzstellung: Als Ziffern werden 1., 2., 3. etc. meistens vor den Satz gestellt. Als Wörter werden erstens, zweitens usw. als Satzglieder gebraucht. Sie stehen meistens in der Position I.

15. Ergänzen Sie die Sätze. Üben Sie die Einteilungszahlen.

1. Er war von dem Sprachkurs begeistert, weil _____ (1.) der Unterricht gut war, _____ (2.) die anderen Teilnehmer sehr nett waren und _____ (3.) er eine Menge gelernt hat. 2. Repariert wurden: _____ (1.) die Bremsen, _____ (2.) der Auspuff, _____ (3.) der Blinker. 3. Dieser tragbare Fernseher ist _____ (1.) besonders preisgünstig, _____ (2.) einfach zu bedienen, _____ (3.) niedrig im Stromverbrauch, _____ (4.) sehr genau in der Ton- und Bildwiedergabe, _____ (5.) von geringem Gewicht und kleinen Abmessungen. 4. Ihm wurde der Führerschein entzogen, denn _____ (1.) ist er zu schnell gefahren, und _____ (2.) hatte er 0,4 Promille Alkohol im Blut, _____ (3.) hatte er die Kreuzung bei Rot überfahren, _____ (4.) hat er sechs andere Fahrzeuge beschädigt.

Ihre Grammatik: Wiederholungszahlen und Vervielfältigungszahlen

1. Wiederholungszahlen antworten auf die Frage *wie oft? wievielmals?* Als Adverbien werden sie mit **-mal** gebildet und nicht dekliniert. Als Adjektive bildet man sie mit **-malig** und der entsprechenden Adjektivendung.

Als Adverb: Ich bin ihm nur *einmal* begegnet. Wir haben bei euch schon *fünfmal* angerufen.

Als Adjektiv: Das war eine *einmalige* Gelegenheit. Nach *viertmaliger* Behandlung war der Patient geheilt.

Anmerkungen

a) Nach *einmal* zählt man oft mit einer Ordinalzahl und *-mal* oder *Mal* weiter:

Wir klingelten einmal, dann zum zweiten Mal, aber erst beim dritten Mal machte jemand die Tür auf.

b) Unbestimmte Wiederholungszahlen sind *vielmals*, *mehrmals*, *oftmals*:
Ich bitte *vielmals* um Entschuldigung. Im Kaufhof ist schon *mehrmals* eingebrochen worden.

2. Vervielfältigungszahlen bezeichnen Angaben, die in gleicher Weise immer wieder vorkommen. Man bildet sie aus den Kardinalzahlen und *-fach*. Sie können als Adverb (undekliniert) oder als Adjektiv (dekliniert) verwendet werden.

Als Adverb: Die Tür ist *dreifach* gesichert.

Als Adjektiv: Man muss den Antrag in *fünfacher* Ausfertigung vorlegen.

Anmerkungen

a) Wenn etwas zweimal vorhanden ist, nennt man es *doppelt*:

Wir müssen *doppelt* so viel arbeiten wie die anderen. Das nützt nichts, das bringt nur *doppelten* Ärger.

b) Unbestimmte Vervielfältigungszahlen sind *mehrfach*, *vielfach*: Man kann Kohlepapier *mehrfach* benutzen.

c) Wenn die Art und Weise besonders hervorgehoben werden soll, gebraucht man *vielfältig*: Er erhielt eine *vielfältige* Ausbildung.

16. Ergänzen Sie die Sätze. Üben Sie Vervielfältigungszahlwörter.

1. Für den Rückweg brauchen wir die _____ (2) Zeit. 2. Er klingelte _____ (1x), dann zum _____ (2x), aber erst beim _____ (3x) hat man die Tür geöffnet. 3. Es ist _____ (1000x) besser, das schon von Anfang an zu wissen. 4. Im Kaufhaus ist schon _____ (mehr) eingebrochen worden. 5. Man muss den Antrag in _____ (4) Ausfertigung vorlegen. 6. Man kann Kohlepapier _____ (mehr) benutzen. 7. Ich habe Weimar _____ (3x) besucht. 8. In kurzer Zeit ist der Wasserstand auf das _____ (7) gestiegen. 9. Er trank einen _____ (1+1) Kognak. 10. Du hast mir das schon _____ (100x) versprochen. 11. Er bat _____ (viel) um Entschuldigung. 12. Wir müssen _____ (1+1) soviel arbeiten wie die anderen. 13. Sie war schon _____ (3x) verheiratet. 14. Die Preise wurden um das _____ (3) vergrößert. 15. Er hat heute schon _____ (3x) angerufen. 16. - Was machst du hier? - _____ (3x) darfst du raten! 17. Die Tür ist _____ (3) gesichert. 18. Das nützt nichts, das bringt nur _____ (1+1) Ärger. 19. Er ist _____ (3) Olympiasieger (= hat auf einer Olympiade in drei Disziplinen gesiegt). 20. Sei _____ (1000x) begrüßt! 21. Die Maschine fliegt mit

_____ (2x) Schallgeschwindigkeit. 22. Sie ist _____ (4x) Olympiasiegerin. **Sprichwörter bzw. Redewendungen:** 23. Geteilte Freude, _____ (1+1) Freude. 24. _____ (1+1) genährt hält besser. 25. _____ (1+1) gemoppelt. 26. Der Koffer mit _____ (1+1) Boden.

17. Ergänzen Sie sinngemäß: -erlei (z.B. dreierlei), -fach (z.B. sechsfach), -mal (z.B. zimal).

1. Bei Ihrer Reise gibt es (viel) ... zu bedenken: Sie benötigen einen Impfschein in (3) ... Ausfertigung. (3) ... müssen Sie bedenken: 1. Die Reise birgt (1000) ... Gefahren. 2. Das Benzin ist dort (1½) ... so teuer wie bei uns. 3. Sie bekommen (kein) ... Ersatzteile.

2. In diesem vornehmen Hotel zahlst du bestimmt das (3)... für die Übernachtung. (10) ... Menüs stehen auf der Speisekarte.

3. Wenn du mich besuchen willst, musst du (2) ... an der Haustür klingeln. Das erzähle ich dir jetzt schon zum (3) ...

4. Der Trapezkünstler im Zirkus machte einen (3) ... Salto. Nach (all-) Kunststücken ließ er sich ins Netz fallen.

5. Auf (viel) ... Wunsch wiederholen wir heute das Konzert vom Sonntag.

6. Ich habe nun schon (zig)...versucht dich zu erreichen; wo warst du bloß so lange?

7. Wenn du so umständlich arbeitest, brauchst du die (3) ... Zeit.

8. Die Bluse gibt es in (2)... Ausführung: mit kurzem und mit langem Arm.

Übungen zum Thema

1. Zahlenvergleiche

Es stehen D für Deutschland, A für Österreich und CH für die Schweiz. (km² = Quadratkilometer)

	D	A	CH
Fläche in 1000 km ²	357.031	83.858	41.285
Einwohner in Mill.	82,5	8,2	7,5
Einwohner pro km ²	228	95	174
Ausländer in Mill.	6,9	0,7	1,3
Ausländer im Verhältnis zur Gesamtbevölkerung	8,5 %	8,9 %	18,8 %

Lesen Sie die obige Tabelle laut in folgender Weise:

Deutschland hat eine Fläche von dreihundertsiebenundfünfzigtausend Quadratkilometern und ... Millionen Einwohner, das sind ... pro ...; es leben sechs Komma neun Millionen Ausländer in Deutschland, d.h. auf hundert Einwohner kommen mehr als acht Ausländer.

2. Flächen

(D) ist fast (9) ... wie die Schweiz.

Deutschland ist fast neunmal so groß wie die Schweiz.

1. (CH) ist weniger als (1/2) ... (A). 2. (D) ist etwa (4) wie (A). 3. (CH) ist rund (1/9) ... (D). 4. (A) ist rund (1/4) ... (D). 5. (A) ist mehr als (2) ... (CH).

3. Einwohnerzahlen

Verglichen mit (CH) hat (D) fast die (12) ... Einwohnerzahl.

Verglichen mit der Schweiz hat Deutschland fast die zwölfwache Einwohnerzahl.

1. ... (A) ... (D) ... (10). 2. ... (A) ... (CH) ... (1) (fast die gleiche).

4. Bevölkerungsdichte

Die Bevölkerungsdichte in (D) ist etwa (2,5) ... (A).

Die Bevölkerungsdichte in Deutschland ist etwa zwei Komma fünf mal so groß wie in Österreich.

1. ... (CH) ... (1,8) ... (A). 2. ... (D) ... (über 1,3) ... (CH).

5. Zahl der Ausländer im Verhältnis zur Gesamteinwohnerzahl

In (D) ist jeder (11) ein Ausländer.

In Deutschland ist jeder Elfte ein Ausländer.

1. (A) (11) 2. (CH) (5)

6. Zahl der Ausländer im Vergleich

Wie viel mehr Ausländer gibt es in Deutschland,

a) verglichen mit Österreich, b) verglichen mit der Schweiz?

7. Große Städte im deutschsprachigen Raum (in Tausend)

Bundesrepublik Deutschland	Österreich	Schweiz
Berlin 3475		
Hamburg 1702	Wien 1539	Zürich 343
München 1255	Graz 238	Basel 175
Köln 962	Linz 203	Genf 173
Frankfurt am Main 660	Salzburg 144	Bern 128
Essen 622	Innsbruck 118	
Dortmund 602		
Stuttgart 594		
Düsseldorf 575		
Bremen 552		
Duisburg 537		
Hannover 525		
Nürnberg 499		
Leipzig 491		
Dresden 479		

Lesen Sie die obige Tabelle laut.

Zürich hat dreihundertdreißigtausend Einwohner.

8. Wie heißen die drei größten Städte der drei angeführten Staaten?

Die größte Stadt Österreichs ist Wien, die zweitgrößte ist...

9. An wievielter Stelle der Städte des Landes stehen: München und Köln?

München und Köln stehen an der dritten und vierten Stelle der Städte in der Bundesrepublik.

1. Dortmund und Düsseldorf? 2. Bern? 3. Salzburg und Innsbruck? 4. Wien und Graz? 5. Leipzig und Dresden?

10. Basel ist die zweitgrößte Stadt der Schweiz.

Und Bern? Stuttgart? Leipzig? Salzburg? Innsbruck? Dresden? Essen? Graz?

11. Vergleichen Sie die Größe der angegebenen Städte.

Hamburg — Stuttgart: *Hamburg ist ungefähr dreimal so groß wie Stuttgart.*

1. Zürich — Basel 2. Köln — Nürnberg 3. Frankfurt — Zürich 4. Berlin — Dortmund 5. Köln — Graz 6. Wien — Innsbruck

Gesamttest zum Thema

1. In den fünf ____ neuen Bundesländern ist die Umweltbelastung hoch.

a) -en b) -ten c) -er d) -

2. Die Zahl der Arbeitslosen könnte noch _____ .

a) reduzieren b) steigern c) vermindern d) steigen

3. Die Kurzarbeit hat um 20 _____ zugenommen.

a) Prozente b) Prozenten c) Prozent d) Prozents

4. Der Zoll _____ auf 500 Euro.

a) beträgt b) liegt c) dreht sich d) beläuft sich

5. Die Arbeitslosigkeit ist _____ die Vier-Millionen-Marke gesunken.

a) über b) unter c) unten d) oben

6. Die jüngste Prognose liegt _____ zwei Prozent Wachstum.

a) um b) bei c) an d) noch

7. Diese Zahl entspricht _____ einer Arbeitslosenquote von 11 %.

a) zu b) an c) - d) mit

8. In Deutschland betragen die Ausgaben für Kommunikationstechnik 1500 Euro _____ Einwohner.

a) jeden b) je c) jenen d) -

9. ... beginnt jetzt in _____ Deutschland.
 a) ganzem b) gänzlich c) ganzer d) ganz
10. Die Einnahmen sind _____ 15 Prozent _____ 12 Prozent gesunken.
 a) um / bis b) von / zu c) von / auf d) - / bis
11. Wir haben eine Bestellung _____ 100 Fax-Geräte aufgegeben.
 a) auf b) an c) um d) über
12. Ein Arbeiter kann eine vorgezogene Rente _____ 60. Lebensjahr beziehen.
 a) von dem b) bis zum c) ab dem d) an dem
13. Die Zahl der Auslandsreisen hat sich innerhalb der _____ 10 Jahre ...
 a) letzteren b) letzter c) letzten d) Letzten
14. ... _____ siebzig Prozent erhöht.
 a) über b) um c) gegen d) von
15. Die bisherigen Zahlen deuten _____ einen Rückgang hin.
 a) - b) an c) über d) auf
16. Die 15 größten Unternehmen teilen zwei _____ des Gesamtumsatzes unter sich.
 a) Fünftel b) fünftel c) Fünften d) Fünfter
17. Was Sie verlangen, ist viermal _____ wie vor zehn Jahren.
 a) vieler b) plus c) meist d) so viel
18. Ein _____ teil der Dienstleistungen wird von Freiberuflern erbracht.
 a) Groß- b) Größt- c) Größtens- d) Größen-
19. Die _____ Jahre wurden durch die asiatische Krise geprägt.
 a) neunzig b) Neunzigern b) neunzigsten d) neunziger
20. Das Defizit dürfte halb _____ wie in der abgelaufenen Periode ausfallen.
 a) größer b) so groß c) groß d) große
21. Die Produktionsstörung hat ein _____ paar Kunden geschadet.
 a) - b) -em c) -en d) -er
22. Über die _____ des Gebiets wird nicht genutzt.
 a) Hälfte b) Drittel c) Viertel d) Fünftel
23. Die Ausgaben werden auf anderthalb Million _____ ansteigen.
 a) -e b) -e c) -en d) -s
24. Vor kurzem war Deutschland noch der _____ größte Waffenexporteur der Welt.
 a) dritt- b) drei- c) dreier- d) dritten-
25. Die Investitionen sind doppelt _____ hoch _____ im Vorjahr.
 a) - / als b) - / wie c) so / als d) so / wie
26. Das Minus ist geringer _____ in den Jahren _____.
 a) - / bevor b) wie / vorher c) als / zuvor d) wie / vor

27. Nach _____ Jahren konnte der Betrieb saniert werden.
 a) eineshalb b) einenhalb c) eineinhalben d) eineinhalb
28. Er kaufte _____ neue Schuhe.
 a) ein paar b) ein Paar c) paar d) Paar
29. Unsere Firma ist die _____-größte der Stadt.
 a) zweite- b) zweit- c) zwei- d) zweiten-
30. Die Kosten betragen zwei Euro _____ Erwachsenen.
 a) jeden b) jenen c) je d) jeweils

Merken Sie sich die folgenden Sprüche zum Thema:

Geteilte Freude, doppelte Freude.

Doppelt genährt hält besser.

Zwei Katzen und eine Maus, zwei Weiber in einem Haus, zwei Hunde an einem Bein, kommen selten überein.

Wer im zwanzigsten Jahr nichts weiß, im dreißigsten nichts kann, im vierzigsten nichts hat, der wird die Zeit seines Lebens bleiben, wer er ist.

Das ist so sicher, wie zwei mal zwei vier ist.

Zwei Ärzte, dreierlei Meinungen.

Dreitägiger Fisch taugt auf keinen Tisch.

Wenn es der Dritte weiß, so weiß es die Welt.

Wer einmal trifft, ist noch kein Schütze.

SCHLÜSSEL

1. 1. Dosen 2. Glas 3. Stück 4. Tassen 5. Biergläser 6. Tafeln 7. Gläser 8. Bund; Dutzend 9. Fass 10. Glas 11. Hrywnja 12. Liter 13. Prozent 14. Prozent 15. Prozent 16. Mark 17. Zentner 18. Säcke 19. Sack 20. Grad 21. Tonnen 22. Gramm 23. Stundenkilometer 24. Kilo(gramm) 25. Paar
2. 1. hat eine Länge von 6 Metern und eine Breite von 4 Metern. 2. hat ein Gewicht von 75 kg. 3. haben eine Höhe von 2000 Metern. 4. hat ein Fassungsvermögen von 200 Litern. 5. hat eine Spannung von 220 Volt. 6. hat eine Dauer von 336 Tagen.
3. 1. gutes 2. guter 3. gute, gut
4. 1. Die Zahl der Schüler ist weit höher als die der Studenten. Es gibt viel mehr Schüler als Studenten. 2. ist größer als die der Angestellten. - Es gibt mehr Arbeiter als Angestellte. 3. als die der — Motorräder als Autos. 4. als die der Säugetiere. — Insekten als Säugetiere. 5. der Toten war höher als die der Vermissten. — mehr Tote als Vermisste. 6. als die der Erdbeben in Italien. — Erdbeben in Deutschland als in Italien.

6. 1. einige Arten Giftpflanzen; einige Arten von Giftpflanzen 2. ... Zahl Schmetterlinge; ... Zahl von Schmetterlingen 3. ... Nagetiere; von Nagetieren 4. junger Studenten 5. nächtlicher Ruhestörer; der nächtlichen Ruhestörer 6. der Bewerber 7. seiner Ersparnisse 8. der Bäume 9. von Verletzten 10. amerikanischer Soldaten (der amerikanischen Soldaten)
7. 1. Personen 2. Personen 3. Leute 4. Leute 5. Männern 6. Mann (Leute) 7. Personen
8. 1. Einsen; Zweien; Drei 2. Eins 3. Zehn 4. Dreizehn 5. Zwölf 6. Zehn 7. Acht 8. Vierzig 9. vier 10. vier 11. Null 12. Einer; Zehnern 13. zwölf 14. Zehner 15. Hunderter 16. Sechzigers 17. Sechzigern 18. zwanziger 19. Fünfzigern/50er 20. Million 21. Hunderte 22. Tausend 23. Tausende/Viele Tausend 24. Hunderte 25. Tausende 26. Zehntausenden
11. 1. der Zweite 2. dem Ersten 3. der Zweiten 4. der Fünfte 5. der Fünfzehnte 6. des Achten
13. 1. fünfte 2. erste 3. zweite 4. sieb(en)ten 5. dritte 6. Erstbesten 7. Hundertsten; Tausendste 8. Ersten
14. 1. Ein halbes 2. Viertel nach eins / Viertel zwei 3. Viereinhalb 4. anderthalb / ein(und)einhalb 5. ein Drittel 6. viertel Stunde / Viertelstunde 7. ein halbes 8. die Hälfte / den halben Kuchen 9. einem dreiviertel 10. einer achtel 11. Viertel nach sieben / Viertel acht 12. Ein Fünftel 13. vier Fünftel(n) 14. zwei(und)einhalb 15. Viertel 16. Zwei Drittel 17. Fünffachtel 18. Drei viertel 19. Zwei und ein halbes Jahr / Zweieinhalb Jahre 20. halbem 21. Halb 22. Zwei und eine halbe / Zweieinhalb Stunden
15. 1. erstens; zweitens; drittens 2. erstens; zweitens; drittens 3. erstens; zweitens; drittens; viertens; fünftens 4. erstens; zweitens; drittens; viertens
16. 1. zweifache/doppelte 2. einmal; zweitemal; drittemal 3. tausendmal 4. mehrmals 5. fünffacher 6. mehrfach 7. dreimal 8. siebenfache 9. doppelten 10. hundertmal 11. vielmals 12. doppelt 13. dreimal 14. Dreifache 15. dreimal 16. Dreimal 17. dreifach 18. doppelten 19. dreifacher 20. tausendmal 21. zweifacher 22. dreimalige 23. doppelte 24. Doppelt 25. Doppelt 26. doppeltem

Schlüssel zum Gesamtttest: 1. d, 2. d, 3. c, 4. d, 5. b, 6. b, 7. c, 8. b, 9. d, 10. c, 11. d, 12. c, 13. c, 14. b, 15. d, 16. a, 17. d, 18. a, 19. d, 20. b, 21. a, 22. a, 23. c, 24. a, 25. d, 26. c, 27. d, 28. b, 29. b, 30. c.

Kapitel 11: Ähnliche, aber trotzdem verschiedene Verben

anbauen — einbauen

— etwas (A) **anbauen** (baute an, hat angebaut)

a) auf großen Flächen anpflanzen: Zuckerrüben kann man nur auf guten Böden anbauen.

b) etwas (z. B. ein Gebäude) erweitern: Unser Nachbar hat an sein Haus einen Büroraum angebaut.

— etwas (A) **einbauen** (baute ein, hat eingebaut) — etwas in etwas hineinssetzen, montieren: Ich habe ein Radio mit vier Lautsprechern in mein Auto eingebaut.

1. «anbauen» oder «einbauen»? Setzen Sie das passende Verb in der richtigen Form ein.

1. In Mitteleuropa werden vielerlei Getreidesorten _____.
2. Wir haben noch eine Garage an unser Haus _____.
3. Die Werkstatt hat einen neuen Motor in meinen Wagen _____.
4. Unser Hausherr hat eine neue Heizung im Keller _____.
5. Der Redner hatte in seinen Vortrag sehr anschauliche Beispiele _____.
6. Früher wurde Mais bei uns nicht _____.
7. Das Regal wurde im Badezimmer _____.
8. Es lohnt sich für die Bauern, Zuckerrüben _____.

bieten — bitten — beten

Häufiger Fehler: Verwechslung der Verben bzw. der Stammformen.

— **jmdm. (D) etwas (A) bieten (bot, hat geboten)** bezieht sich auf Genüsse und Vorteile, die nicht unmittelbar greifbar sind: Diese Lösung bietet viele Vorteile.

— **jmdn. bitten (bat, hat gebeten) (um + A)** — sich mit einer Bitte an jmdn. wenden: Er bat seinen Vater um Geld.

— **beten (betete, hat gebetet) (zu + D)** — mit Gott sprechen: Die Kinder haben zu Nacht gebetet.

2. «bieten», «bitten» oder «beten»?

2.1. Setzen Sie das passende Verb im Imperfekt ein.

1. Die Firma _____ dem tüchtigen Angestellten gute Aufstiegsmöglichkeiten. 2. Die Bauern _____ zu Gott und flehten um Regen. 3. Der Kunde _____ den Apotheker um ein gutes Kopfschmerzmittel. 4. Tausende waren gekommen, _____ und sangen Kirchenlieder. 5. Nach dem furchtbaren Erdbeben _____ die Regierung das Ausland um Hilfe. 6. Das Hotel _____ seinen Gästen allen Komfort. 7. Mein Freund _____ um ein Glas Wasser.

2.2. Setzen Sie das passende Verb im Perfekt ein.

1. Der Lehrer hat um Ruhe _____. 2. Meine Freunde haben mir viel Interessantes _____, darunter auch mehrere Ausflüge und einige Theaterbesuche. 3. Hast du ihn wieder um Geld _____. 4. Die Gemeinde hat zu Gott _____. 5. Auf der Auktion sind ganz unwahrscheinliche Preise _____. 6. Man hat für den Weltfrieden _____. 7. Er hat sie um ihre Telefonnummer _____.

auflösen - auslösen

— etwas (A) auflösen (löste auf, hat aufgelöst)

a) etwas in einer Flüssigkeit zergehen lassen: Du musst 100 g Salz im Wasser auflösen.

b) sich auflösen = zergehen, verschwinden: Der Zucker hat sich aufgelöst. Der Verein löste sich am 1.10. auf.

c) verschwinden lassen, nicht mehr länger bestehen lassen: Sie lösten ihr Geschäft schließlich auf.

d) eine Lösung, ein Ergebnis finden: ein Rätsel auflösen (häufiger: ein Rätsel lösen)

— jmdn./etwas auslösen (löste aus, hat ausgelöst)

a) einen Mechanismus in Gang setzen: Die Skiläufer hatten eine Lawine ausgelöst.

b) eine Wirkung hervorrufen: Seine Worte lösten Begeisterung aus.

c) jmdn. freikaufen: Die in Mittelamerika inhaftierten Schweizer wurden von ihrer Regierung ausgelöst.

3. «auflösen» oder «auslösen»?

1. Beifall _____ 2. eine Versammlung _____ 3. eine Katastrophe _____ 4. einen Schuss _____ 5. eine Ehe _____

_____ 6. den Kameraverschluss _____ 7. einen Protest
_____ 8. Gefangene _____ 9. ein Rätsel _____ 10. eine
Firma _____ 11. Zucker im Wasser _____ 12. Einen Club _____

aufwachen — aufwecken

— **aufwachen (wachte auf, ist aufgewacht)** — vom Schlaf erwachen, wach werden: Ich bin heute spät aufgewacht.

— **aufwecken (weckte auf, hat aufgeweckt)** — jmdn. wach machen: Weck bitte das Kind nicht auf!

Übertragene Bedeutung: aufgeweckt = lebhaft, klug, intelligent: Christian ist ein aufgeweckter Junge.

4. «aufwachen» oder «aufwecken»? Setzen Sie das passende Verb in der richtigen Form ein.

1. Warum hast du mich so früh _____? 2. Gegen Mittag ist er endlich _____. 3. Von dem Lärm _____ wir alle _____. (Impf.) 4. Der Wecker _____ mich jeden Morgen um sieben Uhr _____. (Perf.) 5. Ich _____ in der Nacht mehrere Male _____. (Perf.) 6. Ein Donnerschlag _____ mich _____. (Perf.) 7. Der Patient _____ nicht mehr aus der Narkose _____. (Perf.) 8. Der Hotelportier _____ mich um 6 Uhr _____. (Perf.)

bewegen (bewog, bewogen) — bewegen (bewegte, bewegt)

— **jmdn. zu etwas (D) bewegen (bewog, hat bewogen)** — veranlassen: Ich konnte ihn dazu bewegen, diese Arbeit zu übernehmen.

— **(sich) bewegen (bewegte, hat bewegt)**

a) die Lage ändern, fortbewegen: Der Sturm bewegte die Wellen.

b) jmdn. erregen: Ihr Verlust hat ihn tief bewegt.

5. Setzen Sie die richtige Form von «bewegen» ein. Achten Sie auf die Zeit.

1. Meine Gedanken haben sich um unsere Liebe _____. 2. Was hat dich zur Abreise _____? 3. Der Wind _____ die Äste. (Impf.) 4. Diese Nachricht _____ mich heftig. (Impf.) 5. Die kritische Situation hat ihn zum Handeln _____. 6. Der Polizist _____ den Arm. (Impf) 7. Seine Worte _____ mich, einen richtigen Entschluss zu fassen. (Impf.) 8. Mein Freund _____ sich im kriminellen Milieu. (Impf.)

berichten — berichtigen

— **jmdm. (über/von) etwas berichten (berichtete, hat berichtet)**
— sachlich darstellen, mitteilen, melden: Das Fernsehen berichtete über das Ereignis.

— **jmdn./etwas berichtigen (berichtigte, hat berichtigt)** —
jmdn./etwas verbessern: Ich muss dich berichtigen: Morgen, nicht heute ist die Versammlung!

6. «berichten» oder «berichtigen»? Setzen Sie das passende Verb in der richtigen Form ein.

1. Die Schüler _____ die Fehler. (Präs.) 2. Die Zeitung hat nichts von dem Unfall _____. 3. Er wusste nicht, ob er die falsche Aussage _____ sollte. 4. Im letzten Brief _____ Inge von ihren Erlebnissen in der Schweiz. (Präs.) 5. Gerhard hat viele Neuigkeiten _____. 6. Heute hat die Zeitung ihre Meldung von vorgestern _____; nicht 1000, sondern 10000 Menschen waren gekommen. 7. Ich muss mich _____.

besetzen — besitzen

— **etwas besetzen (besetzte, hat besetzt)**

a) benutzen, reservieren: Die Zuschauer besetzen ihre Plätze im Theater.

b) vergeben, ausstatten: Die Hauptrolle im neuen historischen Film ist noch nicht besetzt.

c) mit Truppen belegen: Die Soldaten haben eine Höhe besetzt.

d) benähen, ausschmücken: Ich möchte meine Bluse mit Perlen besetzen.

— **jmdn./etwas besitzen (besaß, hat besessen)**

a) haben: Diese Familie hat drei Kinder. Sie besitzt mein volles Vertrauen.

b) verfügen über: Wir besitzen ein großes Einfamilienhaus.

7. «besetzen» oder «besitzen»? Setzen Sie das passende Verb in der richtigen Form und in der angegebenen Zeit ein.

1. Er _____ Talent zum Schreiben. (Impf.) 2. Ich habe bereits diese beiden Stühle _____. 3. Die ausgeschriebene Stelle wird mit einem Experten _____. 4. Der Milliardär _____ mehrere Luxusjachten. (Impf.) 5. Das Telefon ist seit einer Stunde _____. 6. Sie haben früher einen Garten _____. 7. Maria _____ ihren

Mantel mit Pelz. (Impf.) 8. Seit kurzem _____ mein Freund einen Sportwagen. (Präs.)

betrauen — betrauern

— **jmdn. mit etwas betrauen (betrachte, hat betraut)** — jmdn. einen Auftrag erteilen: Man betraute ihn mit der Gründung des Unternehmens.

— **jmdn./etwas betrauern (betruerte, hat betrauert)** — um jmdn. weinen: Die Familie betrauert ihren umgekommenen Verwandten.

8. «betrauen» oder «betrauern»? Setzen Sie das passende Verb in der richtigen Form und in der angegebenen Zeit ein.

1. Man _____ ihn mit einer verantwortungsvollen Tätigkeit. (Impf.) 2. Der Chef hat sie damit _____, ein Hotelzimmer zu buchen. 3. Man _____ viele Opfer der Flugzeugkatastrophe. (Impf.) 4. Du _____ mit größeren Aufgaben _____. (Pass. Fut.) 5. Ich _____ damit _____, die Kinder zu begleiten. (Pass. Impf.) 6. Er hat lange seine verlorene Liebe _____.

dringen — drängen

— **dringen (drang, hat/ist gedrungen)**

a) gelangen: Das Wasser drang ins Haus.

b) zwingen, auf etwas bestehen: Wir dringen auf Ihre Pünktlichkeit.

— **drängen (drängte, hat gedrängt)**

a) jmdn. zu etwas (an)treiben: Dränge doch nicht so!

b) jmdn. schieben, pressen: Ich drängte ihn vorwärts.

c) keinen Aufschub leiden: Die Gefahr drängt zur Entscheidung.

9. «dringen» oder «drängen»? Setzen Sie das passende Verb in der richtigen Form und in der angegebenen Zeit ein.

1. In dem Gewühl wurde ich zur Seite _____. 2. Die Zeit hat sehr _____. 3. Die Nachricht ist bis zu uns _____. 4. Sabine _____ ihn zur Hochzeit, weil sie schwanger war. (Impf.) 5. Die Opposition hat auf eine Gesetzesänderung _____. 6. Die in Panik geratene Menge _____ sich zum Notausgang. (Impf.) 7. Die Kugel _____ ihm direkt ins Herz. (Impf.) 8. In der Asylfrage hat man auf schnelle Entscheidungen _____. 9. Der Kreditgeber _____ auf

Zahlung. (Impf.) 10. Ich habe ihn mit meinen Fragen ganz schön in die Ecke _____.

drucken — drücken

— **etwas (A) drucken (druckte, hat gedruckt)** — Zeitungen und Bücher werden in Druckereien gedruckt.

— **jmdn. oder etwas drücken (drückte, hat gedrückt)**

a) etwas durch Druck bewirken: Wenn du den Knopf am Automaten drückst, gibt er das Geld zurück.

b) pressen: Er drückt den Saft aus den Früchten.

c) eng umschließen: Sie nahm den Jungen in die Arme und drückte ihn an sich. Die Schuhe drücken. (sind zu eng). Übertragene Bedeutung: Ihn drücken große Sorgen.

d) bewirken, dass die Preise fallen: Die Konkurrenz drückt (auf) die Preise.

10. «drucken oder drücken»? Setzen Sie das passende Verb in der richtigen Form und in der angegebenen Zeit ein.

1. Anzeige in der Zeitung: Wir _____ Ihren Namen auf Ihr Briefpapier. 2. Die Last der Verantwortung _____ ihn. (Impf.) 3. Er hat mir sehr herzlich die Hand _____. 4. Die ganz großen Zeitungen _____ an verschiedenen Orten der Welt _____. (Pass. Präs.) 5. Haben Sie nicht etwas breitere Schuhe? Diese _____ etwas. 6. Die interne Mitteilung _____ von der Hausdruckerei _____. (Pass. Präs.) 7. Der Großhändler hat den Einkaufspreis _____. 8. Charlotte _____ farbige Motive auf ihr T-Shirt. (Impf.)

erfolgen — folgen

— **erfolgen (erfolgte, ist erfolgt)**

a) bezeichnet ein Resultat, eine Reaktion, aber niemals einen Erfolg: Auf unseren Brief ist immer noch keine Antwort erfolgt.

b) geschehen: Der Unfall erfolgte bei schlechter Sicht.

— **jmdm./etwas folgen (D) (folgte, ist/hat gefolgt)**

a) nachgehen: Er ist mir bis ins Haus gefolgt.

b) *folgen auf (A)* drückt die zeitliche Folge aus: Auf Regen folgt Sonnenschein.

c) *folgen aus (D)* = sich ergeben, hervorgehen: Daraus folgt eine Änderung unseres Planes.

d) gehorchen, sich nach jmds. Weisung oder Rat richten: Das Kind hat der Mutter nicht gefolgt.

11. Ergänzen Sie die Endung.

1. Er folgt d... Rat des Automobilclubs. 2. D... Experiment folgte eine genaue Untersuchung. 3. Der Hund folgt sein... Herrn aufs Wort. 4. Jed... Winter folgt ein Frühling. 5. Aus dies... Tatsache folgt, dass ... 6. Auf ein... Ursache folgt eine bestimmte Wirkung.

12. «erfolgen» oder «folgen»? Setzen Sie das passende Verb in der richtigen Form ein.

1. Ich kann Ihrem Vorschlag unmöglich _____. 2. Auf unsere Bestellung ist immer noch keine Lieferung _____. 3. Aus seinen Angaben _____, dass er keine Berufserfahrung hat. 4. Zu unserem Katalog _____ hier noch die Preisliste. 5. Unsere Lieferung kann immer noch nicht _____, da Ihre Vorauszahlung noch nicht eingetroffen ist. 6. Ich gehe voraus. Wollen Sie mir bitte _____. 7. Und was _____ daraus? — Gar nichts. 8. Die Zahlung ist inzwischen _____.

erschrecken (erschreckte, erschreckt) — erschrecken (erschrak, erschrocken)

Hast du mich aber erschreckt! — Bin ich aber erschrocken!

MERKVERS

Hundertzwei Gespensterchen
Sassen irgendwo
Hinter meinem Fensterchen.
Da **erschrak** ich so.
Hundertzwei Gespensterchen
Haben mich **erschreckt**.
Weit entfernt vom Fensterchen
Hab ich mich versteckt.
Hundertzwei Gespensterchen —
Denkt euch, wie famos! —
Waren an dem Fensterchen
Regentropfen bloß!

(J. Kruss)

— jmdn. **erschrecken (erschreckte, hat erschreckt)** — jmdm. Angst machen, jmdm. einen Schrecken einjagen: Die Nachricht von deinem Unfall hat mich sehr erschreckt.

erschrecken (schwaches Verb) drückt Aktivität aus: jmd./etwas erschreckt jmdn.

— **erschrecken (erschrickt, erschrak, ist erschrocken)** — einen Schreck bekommen: Sie war so blass, dass die Eltern erschrakten.

erschrecken (starkes Verb) hat passive Bedeutung: jmdn. bekommt durch jmdn./etwas einen Schreck.

Besonderheit: sich erschrecken (erschreckte sich, hat sich erschreckt) hat die Bedeutung von erschrecken als starkes Verb: Ich bin sehr erschrocken. = Ich habe mich sehr erschreckt.

13. Setzen Sie die richtige Form von «erschrecken» ein. Achten Sie auf die Zeit.

1. Der plötzliche Erdstoß hat uns furchtbar _____. 2. Als ich ihn nach zehn Jahren wiedersah, _____ ich; er war alt geworden. 3. Wir _____ alle, als plötzlich heftig an die Tür geklopft wurde. 4. Der Flugkapitän _____ die Gäste mit der Mitteilung, Das Flugzeug habe technische Probleme. (Impf.) 5. Die Frau _____ über die schlimme Nachricht. (Impf.) 6. Die Gasexplosion _____ die Hausbewohner. (Impf.) 7. Das Kind ist vor dem Hund _____. 8. Wir _____ darüber, wie schnell die Preise gestiegen waren. (Impf.)

fallen — fällen

Sprichwörter

Von einem Streiche **fällt** keine Eiche.

Viele Streiche **fällen** die Eiche.

— **fallen (fällt, fiel, ist gefallen)**

a) zur Erde fallen, unbeabsichtigt abwärts bewegen: Im Herbst fällt das Laub von den Bäumen. / Das Kind ist aus dem Kinderwagen gefallen.

b) sinken, niedriger werden: Das Fieber ist gefallen.

c) sein Leben im Krieg verlieren: Im zweiten Weltkrieg sind viele Millionen Menschen gefallen.

d) eine schnelle Bewegung machen: Er fiel vor ihr aufs Knie.

e) auf etwas treffen: Das Licht fällt durch dieses Fenster.

f) in übertragener Bedeutung:

— ins Gewicht fallen = eine große Rolle spielen

— nicht in den Schoß fallen = viel Mühe kosten

— jmdm. ins Wort fallen, in die Rede fallen = jmdn. unterbrechen

— aus der Rolle fallen = sich nicht entsprechend benehmen

- ins Wasser fallen = nicht stattfinden
- nicht auf den Kopf gefallen sein = klug, schlau sein
- jmdm. auf die Nerven, auf den Wecker fallen = nervös machen, nerven
- nicht auf den Mund gefallen sein = sprachgewandt sein
- zur Last fallen = jmdm. lästig werden
- **fällen (fällte, hat gefällt)**
- a) hauen: Im Sommer fällt er Bäume.
- b) aussprechen: Man fällt das Urteil über diesen Verräter.

14. «fallen» oder «fällen»? Setzen Sie das passende Verb in der richtigen Zeitform ein.

1. Im Theater _____ der Vorhang. (Präs.) 2. Zwei Brüder meines Vaters _____ im Krieg _____. (Perf.) 3. Die Waldarbeiter _____ viele Bäume _____. (Perf.) 4. Ostern _____ voriges Jahr in den Mai. (Impf.) 5. Alle Entscheidungen _____ der Chef persönlich. (Präs.) 6. Ihm _____ die Brille zu Boden _____. (Perf.) 7. Das _____ doch in die Augen. (Präs.) 8. Der Richter _____ ein salomonisches Urteil _____. (Perf.) 9. Die Temperatur _____ unter den Gefrierpunkt _____. (Perf.) 10. Ich _____ meiner Freundin um den Hals. (Impf.)

15. Welche Präpositionen passen in die Lücken? Übersetzen Sie auch die Sätze.

1. Der Preis fällt beim Kauf _____ Gewicht. 2. Seine steile Karriere ist ihm nicht _____ den Schoß gefallen. 3. Unterbrich mich nicht immer! Du fällst mir dauernd _____ Wort. 4. Langer Besuch kann einem leicht _____ Last fallen. 5. Wie taktlos! Der ist wieder mal _____ der Rolle gefallen. 6. Wenn du nicht arbeitest, fällst du _____ die Prüfung. 7. Das Fußballspiel ist _____ Wasser gefallen. 8. Ein echter Berliner ist nicht _____ den Mund gefallen. 9. Es fällt kein Meister _____ Himmel. (Sprichwort)

fördern — fordern

- **jmdn./etwas fördern (förderte, hat gefördert)**
- a) etwas aus dem Inneren der Erde gewinnen: Russland fördert Erdgas in großen Mengen.
- b) jmdn./etwas in seinem Vorankommen, in seiner Existenz unterstützen: Er hat mit seinem Vermögen viele Künstler gefördert.

— etwas (A) **fordern (forderte, hat gefordert)** verlangen, haben wollen: Der Staatsanwalt fordert eine harte Bestrafung des Täters.

16. «fördern» oder «fordern»? Setzen Sie das passende Verb in der richtigen Form und in der angegebenen Zeit ein.

1. Die Stiftung Volkswagenwerk _____ Wissenschaft und neue Technologien. (Präs.) 2. In Saudi-Arabien _____ viel Öl _____. (Pass. Präs.) 3. Die Vereinigung der Kunstfreunde _____ dieses Jahr erstmals einen jungen Maler mit einem Geldbetrag _____. (Perf.) 4. Die Studenten _____ eine Änderung des Stundenplans. (Impf.) 5. Die Regierung _____ die Entwicklung von Industrie und Handel. (Präs.) 6. Die Gewerkschaft _____ acht Prozent Lohnerhöhung. (Impf.) 7. Sie _____ eine hohe Summe von ihrer Versicherung _____. (Perf.) 8. An den deutschen Universitäten gibt es Stipendien für besonders begabte Studenten, die mit Sondermitteln aus staatlichen oder privaten Spenden _____. (Pass. Präs.)

genesen — genießen

— **genesen (genest, genas, ist genesen)** — gesund werden: Ist deine Tochter schon genesen?

— **genießen (genoss, hat genossen)**

a) Freude, Genuss haben: Willst du genießen, so lass dich die Mühe nicht verdrießen. (Sprichwort)

b) erhalten: Der Vater genießt unsere Liebe und Achtung.

17. «genesen» oder «genießen»? Setzen Sie das passende Verb in der richtigen Form und in der angegebenen Zeit ein.

1. Wir _____ unseren Urlaub in vollen Zügen _____. (Perf.) 2. Der hat heute schlechte Laune. Der ist nicht zu _____. 3. Sie _____ von einer schweren Krankheit. (Impf.) 4. Er _____ auf der Eliteschule eine gute Erziehung _____. (Perf.) 5. Mein Freund _____ noch nicht _____. (Perf.) 6. Unser Chef _____ ein hohes Ansehen. (Präs.) 7. Er _____ das Glück, mit ihr bekannt zu sein. 8. Das Kind _____ schnell. (Präs.)

hängen (hängte, hat gehängt) — hängen (hing, hat gehangen)

— **jmd./etwas hängen (hängte, hat gehängt)** — schwaches Verb: *Bewegung* auf ein Ziel hin — Frage *wohin?* Wir haben das Bild an die Wand gehängt.

- in übertragener Bedeutung:
- etwas an den Nagel hängen = freiwillig aufgeben
- etwas an die große Glocke hängen = überall erzählen
- **hängen (hing, hat gehangen)** — starkes Verb: keine Bewegung mehr — Frage *wo?* Das Bild hat an der Wand gehangen.
- in übertragener Bedeutung:
- etwas hängt an einem Haar, Faden = etwas misslingt beinahe
- jmdm. an den Lippen hängen = aufmerksam zuhören

18. Setzen Sie die richtige Form von «hängen» ein. Achten Sie auf die Zeit.

1. Das Poster hat über seinem Bett _____. 2. Hast du schon ihr Abendkleid in den Schrank _____. 3. Der Bergsteiger _____ am Felsen. (Impf.) 4. Der Massenmörder wurde _____. 5. Die Wolken _____ über den Bergen. (Impf.) 6. Florian hat sehr an seiner Oma _____. 7. Ihr Lottogewinn wurde nicht an die große Glocke _____. 8. Sein Leben _____ an einem seidenen Faden. (Impf.) 9. Er hat seinen Beruf an den Nagel _____. 10. An dieser Stelle hat früher das Porträt von Dürer _____.

legen — liegen, setzen — sitzen, stellen — stehen

Häufige Fehler: a) Verwechslung der Verben *legen, setzen, stellen* mit ihren Entsprechungen *liegen, sitzen, stehen*; b) Verwechslung der Stammformen.

Merken Sie sich:

a) Die Verben (*sich*) *legen, (sich) setzen, (sich) stellen* sind schwache Verben:

(sich) legen, legte (sich), hat (sich) gelegt

(sich) setzen, setzte (sich), hat (sich) gesetzt

(sich) stellen, stellte (sich), hat (sich) gestellt

Sie haben entweder ein Reflexivpronomen oder ein Akkusativobjekt bei sich: Er legt sich ins Bett. Er setzt sich auf den Stuhl. Er stellt die Tassen in den Schrank.

b) Die Verben *liegen, sitzen, stehen* sind starke Verben:

liegen, lag, gelegen; sitzen, saß, gesessen; stehen, stand, gestanden

Sie haben ein Dativobjekt bei sich: Er liegt im Bett. Er sitzt auf dem Stuhl. Das Buch steht im Bücherschrank.

Zum Sprachgebrauch:

a) Im Deutschen sagt man: Der Vogel *sitzt* auf dem Ast. Eine Fliege sitzt auf der Butter. Die Brille sitzt auf der Nase. Der Hut sitzt auf dem Kopf. Der Anzug sitzt, aber die Farbe steht ihm nicht.

b) Man sagt zwar: Messer und Gabel liegen auf dem Tisch. Aber: Teller und Tassen stehen auf dem Tisch.

19. «setzen», «stellen» oder «legen»?

1. die Teller in den Schrank _____ 2. das Besteck (= Messer, Gabel, Löffel) in die Schublade _____ 3. die Schüssel aufs Regal _____ 4. die Bücher in den Bücherschrank _____ 5. die Hände auf den Rücken _____ 6. den Stuhl an den Tisch _____ 7. sich aufs Pferd _____ 8. die Hand zum Gruß an die Mütze _____

20. «sitzen», «stehen» oder «liegen»? Ergänzen Sie die passende Präsensform.

1. Die Vögel _____ auf dem Baum. 2. Besen und Staubsauger _____ in der Ecke. 3. Auf deinem Arm _____ eine Stechmücke! 4. Wo ist meine Brille? — Die _____ auf deiner Nase. 5. Lass das Geschirr nur _____! 6. Die neue Telefonnummer von Christian _____ noch nicht im Telefonbuch. 7. Berlin _____ in Norddeutschland an der Spree. 8. Die Telefonkabel _____ unter der Erde.

21. «gelegt» oder «gelegen»? — Ergänzen Sie auch die fehlenden Endungen.

1. Ich habe das Geld in d_____ Schreibtisch _____. 2. Das Geld hat gestern noch hier in dies_____ Schublade _____. 3. Ich habe dir das Buch auf d_____ Nachttisch _____. 4. Als ich kam, hat sie schon (im/in das) _____ Bett _____. 5. Sie hatte sich schon früh (im/ins) _____ Bett _____. 6. Hast du die Kinder schon (in dem/ins) _____ Bett _____. 7. Gestern haben auf dein_____ Tisch drei Briefe _____. 8. Er hat das Paket vor d_____ Tür _____.

22. «gesetzt» oder «gesessen»? - Ergänzen Sie auch die fehlenden Endungen.

1. Sie hat sich auf ein_____ Stuhl _____. 2. Die Kleine hat die Puppe in d_____ Kinderwagen _____. 3. Der Tourist hat sich in ein_____ Taxi _____. 4. Hast du schon mal in ein_____ Flugzeug _____.

_____ ? 5. In dies _____ Sessel hat sie _____, als plötzlich ihr Freund kam. 6. Sie hat das Kind auf d _____ Rücksitz _____. 7. Er hat den ganzen Tag an d _____ Computer _____. 8. Sie hat sich auf sein _____ Schoß _____.

23. «gestellt» oder «gestanden»? - Ergänzen Sie auch die fehlenden Endungen.

1. Hast du schon die Teller auf d _____ Tisch _____? 2. Haben die Bücher nicht in mein _____ Bücherschrank _____? 3. Das Geschirr (= Teller, Tassen usw.) hat immer in dies _____ Küchenschrank _____. 4. Hast du den Topf mit der Milch auf d _____ Herd _____? 5. Ich habe die Kisten in d _____ Keller _____. 6. Die Leute haben drei Stunden in d _____ Kälte _____. 7. Ich habe d _____ Wecker auf 6 Uhr _____. 8. Die Kirschbäume haben in voll _____ Blüte _____.

24. Übersetzen Sie die folgenden Sätze.

1. Sie legt besonderen Wert auf solide Sprachkenntnisse. 2. Mir liegt es daran, die Deutschprüfung gut zu bestehen. 3. Er hat etwas Geld auf die hohe Kante gelegt. 4. Die Arbeitszeitverkürzung liegt im Interesse der Arbeitnehmer. 5. Bitte setzen Sie mich von Ihren Plänen in Kenntnis. 6. Er setzt auf sein Lieblingsspferd. 7. Für alle Beamten steht eine Gehaltserhöhung in Aussicht. 8. Stell deinen Antrag auf Wohngeld bei der Wohngeldstelle. 9. Die Qualität steht unter Kontrolle unseres Prüfers. 10. Die Kosten für den Versand müssen wir in Rechnung stellen. 11. Er steht bei seinem Freund mit 500 Euro in der Kreide. 12. Die Versicherung stellte den Unfallbericht in Frage.

löschen — erlöschen

— **löschen (löschte, hat gelöscht)** zeigt eine Handlung: Brätst du mir die Wurst, so lösche ich dir den Durst. (Sprichwort)

— **erlöschen (erlischt, erlosch, ist erloschen)** zeigt den Zustand, in dem sich das Subjekt befindet: Das Feuer ist erloschen.

25. «löschen» oder «erlöschen»? Setzen Sie das passende Verb in der richtigen Form und in der angegebenen Zeit ein.

1. Seine Liebe zu Rosemarie _____ nie. (Präs.) 2. Die Wanderer _____ ihren Durst _____. (Perf.) 3. Der Kirchendiener _____ die

Kerzen. (Impf.) 4. Das Holz brannte aus, und das Feuer _____.
(Impf.) 5. Vor dem Schlafengehen _____ ich das Licht. (Impf.) 6.
Der Vulkan _____. (Perf.) 7. Er _____ schon seine Schuld
_____. (Perf.) 8. Das Interesse der Zuschauer _____.
(Perf.)

mahlen — malen

— **etwas (A) mahlen (mahlte, hat gemahlen)** (mit einer Mühle),
z. B. den Kaffee/den Weizen mahlen: Er hat das Korn gemahlen.

— **jmdn./etwas malen (malte, hat gemalt)** — z. B. ein Bild
malen: Sie hat das Bild gemalt.

26. «gemahlen» oder «gemalt»?

1. Der Künstler hat sich selbst _____. 2. Die Kaffeemühle hat
den Kaffee zu feinem Pulver _____. 3. Das Kind hat ein hübsches
Bild auf die Tapete _____. 4. Elisabeth hat sich die Lippen rot
_____. 5. Mit seiner kleinen Handmühle hat er den Pfeffer selbst
_____. 6. Die Körner werden zu Mehl _____. 7. Er hat ein
Landschaftsbild _____.

schaffen (schuf, geschaffen) — schaffen (schaffte, geschafft)

— **schaffen (schuf, hat geschaffen)** — etwas Neues machen,
bauen, errichten, gründen:

Im Beginn *schuf* Gott die Sonne,
Dann die nächtlichen Gestirne;
Hierauf *schuf* er auch die Ochsen,
Aus dem Schweiß seiner Stirne.

(H. Heine)

— **schaffen (schaffte, hat geschafft)** — etwas erledigen, leisten,
bewältigen: Endlich habe ich meine Arbeit geschafft.

27. «schuf» oder «schaffte»?

1. Leider _____ er die Prüfung nicht. 2. Gott _____ den
Menschen nach seinem Bilde. 3. Die schwierige Übersetzung
_____ die Studenten noch nicht. 4. Wir _____ es, für dieses
Projekt staatliche Subventionen zu erhalten. 5. Der Bildhauer _____
eine faszinierende Skulptur. 6. Verdi _____ berühmte Opern. 7. Ich
_____ meine Hausaufgaben nicht ganz. 8. Schiller _____ in
seinem kurzen Leben viele Werke.

28. «geschaffen» oder «geschafft»?

1. Im letzten Jahr wurden viele neue Arbeitsplätze im Tourismusgewerbe _____. 2. Nach zwei Stunden habe ich die Reparatur _____. 3. Goethe hat viele bedeutende Werke _____. 4. In einer Woche habe ich alle Prüfungen _____. 5. Hier soll ein neues Bankinstitut _____ werden. 6. Für dieses Projekt müssen günstige Voraussetzungen _____ werden. 7. Er hat es nicht _____, ihn zu überzeugen. 8. Neue Angebotspaletten müssen von Banken _____ werden.

schleifen (schliff, geschliffen) — schleifen (schleifte, geschleift)

— **schleifen (schliff, hat geschliffen)** — etwas schärfen, glätten, gravieren: Die Diamanten werden geschliffen.

— **schleifen (schleifte, hat geschleift)** — etwas über den Boden ziehen, sich reibend hinbewegen: Der zu lange Mantel schleifte am Boden.

29. Setzen Sie die richtige Form von «schleifen» ein. Achten Sie auf die Zeit.

1. Ich habe schon meine Schere _____. 2. Der Verkäufer _____ die Waren auf dem Boden. (Impf.) 3. Der Bauer _____ die Axt, bevor er den Baum fällte. (Impf.) 4. Vor dem Rennen hat der Sportler die Schlittschuhe sorgfältig _____. 5. Wir haben die schwere Kiste ins Zimmer _____. 6. Er _____ das Schwert. (Impf.) 7. Der Sack war zu schwer für mich, und ich _____ ihn am Boden. (Impf.) 8. Das Brautkleid hat am Boden _____.

senden (sandte, gesandt) — senden (sendete, gesendet)

— **senden (sandte, hat gesandt)** — etwas schicken: Sie senden ihren Freunden Weihnachtsgrüße.

— **senden (sendete, hat gesendet)** — etwas über Rundfunk/Fernsehen ausstrahlen: Das Radio sendete gestern eine Veranstaltung aus der Kongresshalle.

30. Setzen Sie die richtige Form von «senden» ein. Achten Sie auf die Zeit.

1. Man hat das Telegramm an die falsche Adresse _____.
2. Der Rundfunk hat Trauermusik _____. 3. Nach den Nachrichten

_____ man den Wetterbericht. (Impf.) 4. Er _____ an alle Kunden einen Serienbrief. (Impf.) 5. Das Oratorium «Die Jahreszeiten» von Haydn _____ man im Rundfunk schon mehrmals. (Impf.) 6. Wir haben ihm ein Geburtstagsgeschenk _____. 7. In diesem Monat hat er seiner Familie 1000 Euro _____. 8. Um 20 Uhr werden die Nachrichten _____.

sinken — senken, steigen — steigern

Merken Sie sich:

a) Die Verben (*sich*) *senken*, (*sich*) *steigern* sind schwache Verben:
(*sich*) senken — senkte (*sich*) — hat (*sich*) gesenkt
(*sich*) steigern — steigerte (*sich*) — hat (*sich*) gesteigert

Sie haben ein Akkusativobjekt bei *sich*: Wir senken den Stromverbrauch. Der Stromverbrauch senkt sich. // Das Bruttosozialprodukt steigert sich. Wir steigern das Bruttosozialprodukt.

b) Die Verben *sinken*, *steigen* sind starke Verben:

sinken — sank — ist gesunken

steigen — stieg — ist gestiegen

Sie werden intransitiv benutzt: Der Stromverbrauch sinkt. Das Bruttosozialprodukt steigt.

31. «(sich) senken — sinken» oder «(sich) steigern — steigen»? Welche Verben fehlen in den Lücken?

1. Im Sommer _____ die Temperaturen, im Winter _____ sie. 2. Die Inflation ist zu hoch. Wir müssen die Ausgaben _____. 3. Der Trend zur Arbeitslosigkeit _____ sich glücklicherweise. 4. Die Verkehrsdichte in den Städten _____ weiter. 5. Auf der Messe _____ sich die Besucherzahl von Tag zu Tag. 6. Bei einer Inflation _____ die Preise schnell. 7. Er _____ seine Stimme.

32. Bilden Sie neue Sätze.

Beispiel: Die Sportler steigern die Leistungen. — Die Leistungen der Sportler steigern sich. // Die Leistungen der Sportler steigen.

1. Der Staat senkt das Einkommen der Beamten. 2. Der Hausbesitzer steigert die Miete. 3. Man senkt die Zahl der Wochenarbeitsstunden. 4. Diese neue Maschine steigert die Produktion um 40 %. 5. Jedes Jahr steigern die deutschen Haushalte die Ausgaben. 6. Das Unternehmen senkt ständig die

Produktionskosten. 7. Bei Erhöhung der Motorleistung steigt der Benzinverbrauch.

33. «sinken» oder «senken»? Setzen Sie das passende Verb in der richtigen Form und in der angegebenen Zeit ein.

1. Sie _____ verlegen die Augen. (Impf.) 2. Das Fieber _____ glücklicherweise _____. (Perf.) 3. Er _____ bewusstlos zu Boden. (Impf.) 4. Der Händler _____ die Preise _____. (Perf.) 5. Der Wert des Autos _____ von Jahr zu Jahr. (Präs.) 6. Der Wasserspiegel _____ sich _____. (Perf.) 7. In Deutschland _____ einige Verbrauchsteuern _____. (Perf.)

34. «steigen» oder «steigern»? Setzen Sie das passende Verb in der richtigen Form und in der angegebenen Zeit ein.

1. Nach den Regenfällen _____ der Wasserstand stark _____. (Perf.) 2. Mein Freund _____ auf Dach. (Impf.) 3. Die Erträge der Arbeiter sollen um 20% _____. (Pass. Inf.) 4. Der Weg _____ steil den Berg hinauf. (Impf.) 5. In unserem Land _____ sich die Kohlenförderung. (Impf.) 6. Die populäre deutsche Zeitschrift «Stern» _____ ihre Auflage _____. (Perf.) 7. Das Benzin _____ um einige Euro im Preis _____. (Perf.)

verbreiten — verbreitern

— etwas/sich **verbreiten** (**verbreitet, verbreitete, hat verbreitet**)
— ausdehnen, ausbreiten, um sich greifen: Der Nebel verbreitete sich bis in alle Seitentäler.

— etwas/sich **verbreitern** (**verbreitert, verbreiterte, hat verbreitert**) — breiter machen, breiter werden: Die Baufirma verbreitert die Straße.

35. «verbreiten» oder «verbreitern»? Setzen Sie das passende Verb in der richtigen Form und in der angegebenen Zeit ein.

1. Der Sender _____ eine falsche Nachricht. (Impf.) 2. Die Straße wird um einen Meter _____. 3. Die Startbahn für Flugzeuge wurde um zehn Meter _____. 4. Die Grippenwelle _____ sich in ganz Europa. (Impf.) 5. Unser Hausherr hat die Terrasse vor dem Haus _____. 6. Überall _____ sich Schrecken. (Impf.) 7. Diese Meldung wurde über alle Sender _____.

verschreiben — vorschreiben

— **verschreiben (verschrieb, hat verschrieben)**

a) *sich verschreiben*: etwas irrtümlich falsch schreiben: Du hast dich hier verschrieben!

b) *jmdm. etwas (A) verschreiben*: (als Arzt) etwas schriftlich verordnen: Der Arzt hat mir Tabletten gegen die Halsschmerzen verschrieben.

— **jmdm. etwas (A) vorschreiben (schrieb vor, hat vorgeschrieben)** — befehlen, anordnen: Du kannst mir nichts vorschreiben.

36. «verschreiben» oder «vorschreiben»? Setzen Sie das passende Verb in der richtigen Form ein.

1. Ich lasse mir von dir nichts _____! Ich kann tun und lassen, was ich will. 2. Der Arzt hat meiner Freundin die Pille _____. 3. Die Hausaufgabe musst du noch mal machen, du hast dich zu oft _____. 4. Die Mutter will ihrer erwachsenen Tochter immer noch _____, was sie zu tun hat. 5. Ich habe mich bei diesem Fremdwort _____. 6. Sie lässt sich vom Arzt ein Mittel gegen Rheuma _____. 7. Das Gesetz _____ folgende Maßnahme ____: ... 8. Er hat sich ganz der Musik _____.

verschwenden — verschwinden

— **etwas verschwenden (verschwendete, hat verschwendet)** ist schwaches Verb und hat Akkusativobjekt bei sich: Der Sohn hat das Geld verschwendet.

— **verschwinden (verschwand, ist verschwunden)** ist starkes Verb und zeigt das Ergebnis einer Handlung: Das Geld ist verschwunden.

37. «verschwenden» oder «verschwinden»? Setzen Sie das passende Verb in der richtigen Form und in der angegebenen Zeit ein.

1. Er _____ zu viel Zeit für diese Arbeit _____. (Perf.) 2. Das Geld _____ aus dem Tresor _____. (Perf.) 3. Der Taschendieb _____ in der Menge _____. (Perf.) 4. Mit diesem Mittel _____ jeder Fleck sofort. (Präs.) 5. Er _____ sein ganzes Vermögen. (Impf.) 6. Der Zug _____ in der Ferne. (Impf.) 7. Du _____ immer wieder deine

Bemühungen. (Präs.) 8. Der Politiker ____ plötzlich von der Bildfläche _____. (Perf.)

versenken — versinken

— **(sich) versenken (versenkte, hat versenkt)** hat entweder ein Reflexivpronomen oder Akkusativobjekt bei sich: Man versenkte das Schiff.

— **versinken (versank, ist versunken)** zeigt das Ergebnis einer Handlung: Das Schiff versank.

38. «versenken» oder «versinken»? Setzen Sie das passende Verb in der richtigen Form und in der angegebenen Zeit ein.

1. Die Kinder ____ bis zu den Knien im Schnee _____. (Perf.)
2. Man ____ den Behälter für Heizöl in die Erde. (Impf.)
3. Die Insel ____ im Meer _____. (Perf.)
4. Der Junge ____ die Hände in die Taschen. (Impf.)
5. Bei einem schweren Erdbeben ____ ganze Städte in Schutt und Asche. (Impf.)
6. Er ____ ganz in seine Arbeit _____. (Perf.)
7. Ich ____ mich in meine Bücher _____. (Perf.)
8. Der Feind ____ das Schiff mit einer Rakete. (Impf.)

sich wenden (wandte sich, sich gewandt) — wenden (wendete, gewendet)

— **an jmdn. (A) sich wenden (wandte sich, hat sich gewandt)** — eine Frage oder Bitte an jemanden richten: Der Student wendet sich mit einer Frage an den Professor.

— **etwas wenden (wendete, hat gewendet)** — umdrehen, umkehren: Der Bauer wendete Heu.

39. Setzen Sie die richtige Form von «wenden» ein. Achten Sie auf die Zeit.

1. Das Kind ____ kein Auge von der Mutter. (Impf.)
2. Der Rettungswagen hat mitten auf der Autobahn _____. 3. Sie hat die Tischdecke _____, weil sie schmutzig war.
4. Das Blatt hat sich bei der Schachpartie _____.
5. Der Vortragende hat sich an den Fragesteller _____.
6. Er hat sich mit der Bitte an seinen Chef _____.
7. Der Koch _____ den Braten. (Impf.)
8. Der Kranke _____ sich an den Arzt. (Impf.)

weichen (wich, gewichen) — weichen (weichte, geweicht)

— **weichen (wich, ist gewichen)** - weggehen, nachgeben: Wir wichen keinen Schritt vom Wege.

— **weichen (weichte, hat/ist geweicht)** - weich machen: Das Brot ist im Wasser geweicht.

40. Setzen Sie die richtige Form von «weichen» ein. Achten Sie auf die Zeit.

1. Ich _____ lange meine Wäsche. (Impf.) 2. Die Schmerzen _____ durch die Betäubungsspritze _____. (Perf.) 3. Die Brötchen _____ in der Milch _____. (Perf.) 4. Die Soldaten _____ vor der gegnerischen Übermacht _____. (Perf.) 5. Der Boden _____ unter unseren Füßen. (Impf.) 6. Das Fleisch _____ genug _____. (Perf.) 7. Die Katze _____ nicht von der Stelle _____. (Perf.) 8. Inge erschrak, dass die Farbe aus ihren braunroten Wangen _____. (Impf.)

wiegen (wog, gewogen) — wiegen (wiegte, gewiegt)

— **wiegen (wog, hat gewogen)** - ein bestimmtes Gewicht haben oder feststellen: Die Verkäuferin hat genau gewogen.

— **wiegen (wiegte, hat gewiegt)** - schaukeln: Die Mutter wiegte das Kind auf den Armen.

41. Setzen Sie die richtige Form von «wiegen» ein. Achten Sie auf die Zeit.

1. Heute Morgen habe ich 65 Kilo _____. 2. Der Postbeamte _____ das Paket, bevor er es frankiere. (Impf.) 3. Er hat bedenklich den Kopf _____. 4. Die Verkäuferin hat die Wurst auf der Waage _____. 5. Unsere Oma hat uns als Kinder immer in den Schlaf _____. 6. Die junge Mutter _____ ihr Baby jeden Tag. (Präs.) 7. Der Händler _____ die Äpfel. (Impf.) 8. Sie _____ sich in schönen Träumen. (Impf.)

Kapitel 12: Abkürzungen

I. Allgemeines

Als Abkürzung (auch Abbréviatur) wird verkürzte Darstellungsform eines Wortes oder einer Wortgruppe bezeichnet.

Unter den Oberbegriff Abkürzung fallen die Worttypen:

- Akronym: aus Buchstaben mehrerer Wörter oder mehrerer Wortteile entstandenes Wort, das als eigenes Wort ausgesprochen werden kann, z. B. CDU, LKW.
- Kurzwort: durch Abkürzen oder Weglassen von Wortteilen entstandenes Wort, z. B. Auto, Kilo.
- Initialwort: aus den Anfangsbuchstaben mehrerer Wörter gebildetes Wort, z. B. UNESCO.
- Silbenwörter: wie zum Beispiel Persil oder Drupa.
- Buchstabenkette: als Wort nicht aussprechbare Buchstabenreihe.
- Kürzel: eine festgelegte Buchstabenfolge als Kennzeichnung, z. B. Wertpapierkürzel oder eine Vielzahl von Codes eines Schriftzeichens.

Was man abkürzt, ist auch gesellschaftlich bedingt. So erscheinen Abkürzungen wie AB für Anrufbeantworter oder HP für Homepage als regional, national oder durch die Textsorte begrenzt. Weiterhin sind auch Abkürzungen gebräuchlich, die nur in einem bestimmten Umfeld verwendet werden, wie zum Beispiel in Kleinanzeigen von Zeitungen oder in einem Fachgebiet. Abkürzungen sind Schreib- und Leseerleichterungen, sie dienen der schnelleren und konzentrierteren Kommunikation. Des Weiteren dienen Abkürzungen auch der Platzersparnis.

Abkürzungen entstehen meist in der geschriebenen Sprache und finden manchmal Aufnahme in der Umgangssprache (zum Beispiel NATO, EU, UNO). Es ist interessant zu wissen, dass auch das Wort «Abkürzung» durch die Abkürzung «Abk.» abgekürzt wird.

1. Beantworten Sie die folgenden Fragen.

1. Was verstehen wir unter einer Abkürzung? 2. Welche Worttypen umfasst der Begriff «Abkürzung»? 3. Wo entstehen die meisten Abkürzungen? 4. Mit welchem Ziel werden Abkürzungen gebildet? 5. Haben alle Abkürzungen eine allgemeine Verbreitung?

II. Besonderheiten von Abkürzungen

2.1. Abkürzungen ohne Punkt und Leerzeichen

Wird eine Abkürzung abgekürzt ausgesprochen, so wird sie grundsätzlich ohne Punkt und stets ohne Leerzeichen geschrieben. Beispiele: ARD, GmbH, FDP, UdSSR.

Maßeinheiten werden als Wort gesprochen, aber dennoch ohne Punkt abgekürzt.

Beispiel: 10 m — gesprochen «10 Meter».

Bei Bahnhofsnamen wird der Zusatz in Klammern (im Beispiel: (Westf)) und die Abkürzung der Bahnart (im Beispiel: Hbf) ohne Punkt geschrieben.

Beispiele: Münster (Westf) Hbf, Brake (b Bielefeld).

2.2. Abkürzungen mit Punkt und Leerzeichen

Abkürzungen, die nicht abgekürzt ausgesprochen werden, werden grundsätzlich mit Punkten abgekürzt. Wenn die Abkürzung mehrteilig ist, stehen Leerzeichen zwischen den Bestandteilen. Beispiele: Dr., z. B., d. h., i. d. R., Mio., Mrd.

Eine Ausnahme stellt das verbreitete «usw.» dar, das sich anstelle des eigentlich korrekten «u. s. w.» als Abkürzung für «und so weiter» durchgesetzt hat, ebenso wie die lateinische Variante «etc.» bzw. «&c.» für «et cetera». Weitere Ausnahmen bilden «svw.» für «so viel wie» und (insbesondere in der Mathematik) «gdw.» für «genau dann, wenn».

2.3. Pluralbildung und Deklination

Die Deklination von Abkürzungen ist eher unüblich, aber grundsätzlich möglich. Bei Abkürzungen mit Punkt wird unterschieden: Enden sie (undekliniert) mit dem letzten

Buchstaben der Vollform (z. B. Hr.), so wird die Deklination sendung unmittelbar angehängt (z. B. Hrn. (= Herrn)), ansonsten wird die Endung hinter dem Punkt angefügt (Jh. wird z. B. zu Jh.e (= Jahrhunderte)), bei Abkürzungen ohne Punkt wird die Endung schlicht angehängt (z. B. des BGBs). Dieselben Regeln gelten für die Bildung der weiblichen Form (z. B. Prof.in (= Professorin)).

Der Plural von Abkürzungen wird gelegentlich durch eine Buchstabenverdoppelung ausgedrückt (z. B. Jgg. (= Jahrgänge), ff. (= folgende)). Im Übrigen wird der Plural, sofern die Abkürzung nicht unverändert verwendet wird, immer durch ein angehängtes -s gebildet (z. B. CDs), selbst wenn die Vollform eine andere Pluralendung hat (z. B. AGs, Pkws). Eine Ausnahme bilden nur wenige (meist fachsprachliche) Abkürzungen, die nie in der gesprochenen Sprache verwendet werden (z. B. RAe (= Rechtsanwälte)). Gerade bei weiblichen Abkürzungen empfiehlt sich die Verwendung des Plural-s, um Verwechslungen mit dem Singular vorzubeugen (z. B. die GmbH/GmbHs).

2. Formulieren Sie zu den Arten von Abkürzungen und Möglichkeiten ihrer Pluralbildung und Deklination 5—6 Fragen und lassen Sie diese von Ihren Kommilitonen beantworten.

III. Abkürzungen in verschiedenen Bereichen

Im 20. Jahrhundert kam es zu einer Fülle von Abkürzungen. Gerade Großorganisationen (UNO, EU-Staaten, politische Parteien, öffentliche Verwaltungen, Großunternehmen etc.) haben umfangreiche Abkürzungssysteme in Gebrauch.

3.1. Politische Systeme

3.1. Merken Sie sich die Abkürzungen der führenden deutschen Parteien.

CDU — Christlich-Demokratische Union

CSU — Christlich-Soziale Union






SPD — Sozialdemokratische Partei Deutschlands

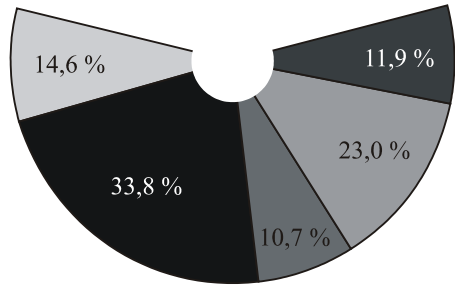
FDP — Freie Deutsche Partei

3.2. Schauen Sie sich die Tabelle links an und ordnen Sie die Namen der Parteien dem richtigen "Tortenstück" in der Grafik zu.

Wahlergebniss 2009: Sitzverteilung im 17. Deutschen Bundestag

Abgeordnete im Bundestag

Fraktion	Abgeordnete
CDU/CSU 	239
SPD 	146
FDP 	93
Die Linke 	76
Bündnis 90/ Die Grünen 	68
Bundestag gesamt	622



4. Lesen Sie den Text und setzen Sie die passenden Abkürzungen ein: CSU, SPD, FDP, CDU.

Deutschland hat gewählt

Deutschland wird seit dem 28. Oktober 2009 von einer schwarz-gelben Koalition aus .../... und ... regiert. Sie hatten bei der Bundestagswahl am 17. September 2009 zusammen eine stabile Mehrheit erreicht und damit die seit 2005 regierende große Koalition aus .../... und ... abgelöst. An der Spitze der neuen Bundesregierung stehen Bundeskanzlerin Angela Merkel und Außenminister Guido Westerwelle. Seit Jahren gehört die ...-Politikerin in Umfragen zu den beliebtesten Politikern in Deutschland. Guido Westerwelle gilt als guter Rhetoriker. In den vergangenen Jahren hat er die ... entscheidend geprägt.

3.2. Internationale Organisationen

5. Merken Sie sich die Abkürzungen von großen internationalen Organisationen.

a) Jeder Buchstabe wird hier getrennt ausgesprochen.

EWG — Europäische Wirtschaftsgemeinschaft

EU — Europäische Union

EWS — Europäisches Wirtschaftssystem

ECU — Europäische Währungseinheit, engl. European Currency

Unit

EWWU — Europäische Wirtschafts- und Währungsunion
 EZB — Europäische Zentralbank
 ESZB — Europäisches System der Zentralbanken
 IWF/IMF — Internationaler Währungsfonds, engl. International Monetary Fund
 WTO — Welthandelsorganisation, engl. World Trade Organization
 OECD — Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, engl. Organization for Economic Cooperation and Development
b) Diese international üblichen Abkürzungen werden als Wörter ausgesprochen.
 EFTA — Europäische Freihandelszone, engl. European Free Trade Association
 OPEC — Organisation der Erdöl exportierenden Länder, engl. Organization of Petroleum Exporting Countries
 BIZ — Bank für internationalen Zahlungsausgleich
 UNESCO — Organisation für Erziehung, Wissenschaft und Kultur, engl. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
 VN/UNO — die Vereinten Nationen, engl. United Nations Organization
 NATO — der Nordatlantikvertrag

6. Was bedeuten die folgenden Abkürzungen? Fragen Sie Ihre Partnerin / Ihren Partner.

ECU, EZB, WTO, EWWU, OECD, UNO, ESZB, IMF

7. Welche Organisation ist der Urheber des gemeinsamen Marktes in Europa?

a) die OECD b) die NATO c) die EWG d) die WTO

8. Bestimmen Sie. Die EFTA ist ...

a) eine Zollunion b) ein Zolllager
 c) eine Handelsgesellschaft d) eine Freihandelszone

9. Setzen Sie die passenden Abkürzungen ein und übersetzen Sie die Sätze: die WTO, die OPEC, die EZB, der IMF, der ECU, die UNO, das EWS, die EWWU, die OECD, die EU.

1. Durch seine Tätigkeit soll der ... zur Steuerung der internationalen Finanzierung und Linderung von Währungskrisen beitragen. 2. Der ... wurde am 1.01.1999 im Zuge der Europäischen

Währungsunion vom Euro abgelöst, existiert jedoch noch zwischen den nicht dem Euro angeschlossenen Ländern des 3. Im Vordergrund der Tätigkeit der ... steht vor allem das Erreichen wirtschafts- und sozialpolitischer Ziele. Außerdem erarbeitet die ... Abkommen auf wissenschaftlichem und technischem Gebiet. 4. Die ... muss vor allem dafür sorgen, dass die Preisniveaustabilität in Europa gesichert und Inflation verhindert wird. 5. Die ... wurde am 14. September 1960 in Bagdad, Irak, gegründet. Der Grund für die Schaffung dieser Organisation war die Absicht, gemeinsam über die Produktion, Preise und zukünftige Konzessionen mit den multinationalen Erdölfirmen zu verhandeln. 6. Die ... ist ein Schritt zur Vollendung der wirtschaftlichen Integration in der 7. Die ... ist in der internationalen Handels- und Wirtschaftspolitik die dritte Säule neben der Weltbank und dem 8. Die 1945 gegründete ... mit heute 192 Mitgliedsstaaten ist die einzige internationale Organisation, deren Handeln universal legitimiert ist.

3.3. Deutsche Konzerne und Unternehmungsformen

10.1. Deutschland zählt zu den führenden Wirtschaftsnationen der Welt. Machen Sie sich mit den Abkürzungen von großen deutschen Unternehmen bekannt.

VW — Volkswagen, Wolfsburg

BMW — Bayrische Motoren Werke, München

BASF — Badische Anilin- und Sodafabrik, Ludwigshafen

MAN — Maschinenfabrik Augsburg-Nürnberg

LH — Lufthansa, Fluggesellschaft in Frankfurt/Main

SAP — Systeme, Anwendungen, Programme, Software-Konzern in Waldorf

Degussa — Deutsche Gold- und Silberscheideanstalt, Frankfurt/Main

E.ON — Energie der Zukunft, Düsseldorf

RWE — Rheinisch-Westfälisches Elektrizitätswerk, Essen

TUI — Touristik Union International, Hannover

T — Deutsche Telekom, Bonn

10.2. Was bedeuten die folgenden Abkürzungen?

SAP, BMW, MAN, LH, BASF, RWE

10.3. Eine der Abkürzungen ist kein Name eines deutschen Industrieunternehmens:

a) Degussa b) MAN c) EDV d) E.ON e) WMF

11. Zu welcher Branche gehören die Unternehmen?

1. BASF a) Maschinenbau
2. TUI b) Elektroenergie, Gas
3. E.ON c) Chemie
4. MAN d) Software
5. SAP e) Tourismus

12. Ergänzen Sie die Sätze mit entsprechenden Abkürzungen: MAN, LH, BASF, VW, SAP, TUI, BMW.

1. Die ... Gruppe ist das größte Chemiekonzern der Welt. Alle Bereiche der chemischen Produktion, von Rohstoffen bis zu hoch entwickelten Endprodukten, sind hier vertreten. 2. ... ist eine der wertvollsten internationalen Automarken und einer der profitabelsten Automobilhersteller Deutschlands. 3. ... ist ein Marktführer auf dem Weltmarkt im Softwarebereich für die Unternehmen. 4. ... setzt auf Innovationen im Maschinenbau und hat starke Positionen auf dem Markt. 5. ... ist weltweit eine der führenden Fluggesellschaften, die jährlich fast 25 Mio. Fluggäste befördert. 6. ... ist der zweitgrößte Automobilhersteller in der Welt. Zum Konzern gehören solche Marken, wie VW, Skoda, Bentley, Bugatti, Audi, Seat und Lamborghini. 7. ... ist einer der führenden Reisekonzerne der Welt. Zurzeit gehören zum Konzern ungefähr 80 Reisefirmen, 7 Fluggesellschaften mit über 100 Flugzeugen und 290 Hotels.

13.1. Machen Sie sich nun mit den Abkürzungen der Unternehmungsformen bekannt.

- AG — Aktiengesellschaft
- GmbH — Gesellschaft mit beschränkter Haftung
- UG — Unternehmergesellschaft
- OHG — Offene Handelsgesellschaft
- KG — Kommanditgesellschaft
- eG — eingetragene Genossenschaft

13.2. Was bedeuten die Abkürzungen?

UG, KGaA, OHG, GmbH, eG

14. Unternehmen werden in Personen- und Kapitalgesellschaften eingeteilt. Ordnen Sie zu.

- Kapitalgesellschaft
- Personengesellschaft
- KG
- GmbH
- AG
- UG

15. Ordnen Sie den Erklärungen der Unternehmensrechtsformen die entsprechende Abkürzung zu: KGaA, eG, GmbH, OHG, AG, KG.

Die Gesellschafter (Aktionäre) sind durch Anteile (Aktien) am Kapital beteiligt und haften nur mit ihrer Kapitaleinlage. Die Geschäfte werden von einem «Vorstand» geführt, d. h. von Managern, die nicht unbedingt finanziell am Unternehmen beteiligt sein müssen.	
Die Gesellschafter erwerben Geschäftsanteile und haften nur mit ihrer Kapitaleinlage. Die «Geschäftsführer» sind im allgemeinen selbst Gesellschafter.	
Es handelt sich um einen Zusammenschluss von Personen mit gemeinsamen wirtschaftlichen Zielen, die sich auf diese Weise gewisse Vorteile eines Großbetriebs verschaffen (z. B. beim Einkauf oder beim Absatz).	
Alle Gesellschafter haben die gleichen Rechte und Pflichten und haften für die Schulden unbeschränkt mit ihrem Geschäfts- und Privatvermögen.	
Es gibt zwei Arten von Gesellschaftern: die Komplementäre, die voll haften, und die Kommanditisten, die nur mit ihrer Kapitaleinlage haften und nicht an der Geschäftsführung beteiligt sind.	
Es handelt sich um eine Kommanditgesellschaft, bei der die Kommanditisten Aktionäre sind.	

3.4. Gewerkschaften und Arbeitgebervertretungen

16.1. Machen Sie sich mit den Abkürzungen der deutschen Gewerkschaften und Arbeitgebervertretungen bekannt.

DIHK — Deutscher Industrie- und Handelskammertag

IHK — Industrie- und Handelskammer

AHK — Auslandshandelskammer

BDI — Bundesverband der deutschen Industrie

DGB — Deutscher Gewerkschaftsbund

DAG — Deutsche Angestelltengewerkschaft

DBB — Deutscher Beamtenbund

ver.di — Dienstleistungsgewerkschaft

CGB — Christlicher Gewerkschaftsbund

BDA — Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände

16.2. Ordnen Sie die zusammengehörenden Begriffe aneinander zu.

BDA Angestelltengewerkschaft

IHK Dienstleistungsgewerkschaft

DAG Bundesverband der deutschen Industrie
ver.di Industrie- und Handelskammer
BDI Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände

17. Lesen Sie den Text und ergänzen Sie die passenden Abkürzungen: DAG, IHK, DGB, DIHK, CGB, AHK, DBB, BDA, ver.di, BDI.

Der größte Zusammenschluss von Einzelgewerkschaften ist der ... mit rund sieben Millionen Mitgliedern. Der ... vertritt die Interessen von acht Mitgliedsgewerkschaften, die größte ist die Dienstleistungsgewerkschaft Neben dem DGB gibt es noch einige weitere Arbeitnehmerverbände: die ..., der ... und der Tarifpolitischer Partner der Gewerkschaften sind die Arbeitgeberverbände. Deren Dachorganisation, die ..., vertritt rund zwei Millionen Unternehmer. Weitere Unternehmerverbände: Deutscher Industrie- und Handelskammertag -..., Bundesverband der Deutschen Industrie - Der ... vertritt das Gesamtinteresse der deutschen Wirtschaft. 3,5 Millionen Unternehmen sind gesetzliche Mitglieder der 81 deutschen ... 120 bilateral organisierte ..., Delegiertenbüros und Repräsentanzen der deutschen Wirtschaft weltweit fördern die außenwirtschaftlichen Beziehungen der deutschen Unternehmen.

18. Welche der Abkürzungen bezeichnet die größte deutsche Arbeitnehmervereinigung?

a) DGB b) BDA c) BGB d) DAG e) DRK

3.5. Messen und Ausstellungen

19.1. Deutschland gilt international als Messeland Nr. 1. Hier finden fast 150 Messen und Ausstellungen statt. Merken Sie sich die Abkürzungen der bedeutendsten Messen Deutschlands.

ANUGA — Allgemeine Nahrungs- und Genussmittelausstellung, Köln

BAUMA — Baumaschinen, Baustoffmaschinen und Baufahrzeuge, München

CeBIT — Centrum der Büro-, Informations- und Telekommunikationstechnik, Hannover

CPD — Collections Premierien Düsseldorf, eine der führenden Modemessen Europas

DRUPA — Druck und Papier, Düsseldorf

IGEDO — Internationale Modemesse, Düsseldorf

IAA — Internationale Automobilausstellung, Frankfurt/Main
IFA — Internationale Funkausstellung, Berlin
IHM — Internationale Handwerksmesse, München
ITB — Internationale Tourismus-Börse, Berlin
Ispo — Internationale Sportartikelmesse, München
K — Kunststoff und Kautschuk, Düsseldorf
SMM — Schiffbaufachmesse, Hamburg
SPOGA — Sportartikel, Campingbedarf und Gartenmöbel, Köln

19.2. Was bedeuten die folgenden Abkürzungen?

Ispo, Cebit, IAA, DRUPA, ITB, BAUMA, IFA

19.3. Was gehört zusammen?

ANUGA	1. Tourismus	a) Berlin
IGEDO	2. Schiffbau	b) Hamburg
ITB	3. Mode	c) Köln
SMM	4. Nahrungs- und Genussmittel	d) Düsseldorf

3.6. Mobilität und Transport

20.1. Machen Sie sich mit den Abkürzungen im Verkehrsbereich bekannt.

A — Autobahn
Pkw — Personenkraftwagen
Lkw — Lastkraftwagen
ÖPNV — Öffentlicher Personennahverkehr
DB — Deutsche Bundesbahn
Hbf — Hauptbahnhof
ICE — InterCityExpress
EC — EuroCity-Zug
IC — InterCity-Zug
IR — InterRegio
D — Schnellzug
RSB — RegionalSchnellBahn
E — Eilzug
N — Zug des Nahverkehrs
S — S-Bahn, Stadt-Bahn
ADAC — Allgemeiner Deutscher Automobilclub
U — U-Bahn, U-Bahn, U-Bahn

20.2. Was bedeuten die Abkürzungen?

ÖPNV, LKW, DB, ICE, A, S

21. Setzen Sie die passenden Abkürzungen ein: IR, ÖPNV, Lkw, ICE, Pkw, RSB, A, DB.

1. Busse, Eisenbahnen, Straßenbahnen, Taxis gehören zum ... 2. Die ... 3 Nürnberg-Frankfurt war auch am häufigsten von Staus über 20 Kilometer betroffen, nicht viel weniger waren es auf der ... 9 Nürnberg-Berlin. 3. ... ist ein überregionaler Zug mit gehobenem Komfort. 4. Mit dem eigenen ... zu fahren ist bequem. 5. Der ... ist Hochgeschwindigkeitszug mit bis zu 250 km/h mit besonderem Fahrpreis. 6. ICE ist der High-Tech-Zug der ... 7. Die ... überbrückt die längeren Distanzen zwischen größeren Orten der Region. 8. Auf den deutschen Autobahnen wird von der Bundesregierung eine Maut auf schwere ... erhoben. «Maut» bedeutet die Erhebung einer Gebühr für die Nutzung einer Straße.

22. Welche dieser Abkürzungen hat nichts mit Verkehr zu tun?

a) Hbf. b) LH c) Lkw d) IC e) UKW

3.7. Geschäftskorrespondenz

23.1. Merken Sie sich die wichtigsten Abkürzungen im Bereich des kaufmännischen Schriftverkehrs.

Abb. — Abbildung	l. J. — laufenden Jahres
Abs. — Absender, Absatz	l. M. — laufenden Monats
Abt. — Abteilung	lfd. — laufend
Adr. — Adresse	lt. — laut
AGB — Allgemeine Geschäftsbedingungen	m. E. — meines Erachtens
allg. — allgemein	mfG — mit freundlichen Grüßen
Art. — Artikel	MWSt — Mehrwertsteuer
Best.-Nr. — Bestellnummer	n. J. — nächsten Jahres
Betr. — der Betreff	n. M. — nächsten Monats
betr. — betreffend/betrifft	No./Nr. — Nummer
bez. — bezahlt	ntto — netto
bfn. — brutto für netto	n. W. — nächste Woche
BLZ — Bankleitzahl	o. a. — oben angeführt, oben angegeben
bspw. — beispielsweise	o. Ä. — oder Ähnliches
btto. — brutto	o. O — ohne Obligo
b.w. — bitte wenden	p. — per, für
bzgl. — bezüglich	p.a. — per anno/jährlich
bzw. — beziehungsweise	PC — persönlicher Computer
ca. — zirka, circa	PLZ — Postleitzahl
d. i. — das ist	pp. (ppa.) — per procura

<p>d. h. — das heißt DIN — Deutsche Industrie-Norm div. — diversed. J. — dieses Jahr d. M. — diesen Monat Dtzd. — Dutzend e.h. — eigenhändig einschl. — einschließlich etc. — et cetera, und die Übrigen = usw. etw. — etwaig, etwas evtl. — eventuell exkl. — exklusive Expl. — Exemplar Fa. — Firma f./ff. — folgende fs (Fs) — Fernschreiben fndl. — fernmündlich fr. — frei, franko gem. — gemäß ggf. — gegebenenfalls gez. — gezeichnet i. A. — im Auftrag i. Allg. — im Allgemeinen i. d. R. — in der Regel i. G. — im Ganzen i. w. S. — im weitesten Sinne inkl. — inklusive i. V. — in Vollmacht / in Vertretung Jg. — Jahrgang Jh. — Jahrhundert kg — Kilogramm Kto. — Konto k. J. — kommendes Jahr k. M. — kommenden Monat k. W. — kommende Woche</p>	<p>PS: (P.S.) — post scriptum rd. — rund Rechn. — Rechnungs. — siehe Sa. — Summa s.o. — siehe oben s.u. — siehe unten sog. — sogenannte(r/s/n) Tel. — Telefon TLX — Telex Tr. — die Tratte T/Ta. — die Tara u. a. — unter anderem /n, und andere(s) u. Ä. — und ähnliche(s/n) u. a.(m.) — und anderes (mehr) ult. — ultimo/das Monatsende usw. — und so weiter u.U. — unter Umständen V — der Vertrag Val. — die Valuta vgl. — vergleiche v. H. — von Hundert (Prozent) v. a. — vor allem v. J. — voriges Jahr v. M. — voriges Monat v. T. — von Tausend w. n. — wie nachstehend w. v. — wie vorstehend z. B. — zum Beispiel z. Hd./z. H. — zu Händen z. T. — zum Teil zw. — zwecks zz. — zurzeit zzgl. — zuzüglich</p>
--	--

23.2. Was bedeuten die Abkürzungen?

Fa., z. T., lt., evtl., l. J., Kto., u. U., vgl., u. Ä., sog., zz.

23.3. Was bedeuten die folgenden Abkürzungen in einem Brief?

ppa., i. A., z. H., betr.

24.1. Die Abkürzung mfG in Fernschreiben heißt. . .

- a) mittelfristig
- b) montags und freitags geschlossen
- c) Made for Germany
- d) Mindestfreigrenze
- e) mit freundlichen Grüßen

24.2. Die Abkürzung i. A. vor der Unterschrift bedeutet:

- a) in Anwesenheit b) im Auftrag c) in Abwesenheit
d) in Ansehung e) im Anfang

24.3. Die Abkürzung b. w. heißt...

- a) bis auf weiteres b) bei weitem c) bitte wenden d) bitte warten e)
bisweilen

25. Wie lauten die Abkürzungen?

bezüglich, beziehungsweise, eventuell, gegebenenfalls, in der
Regel, im Allgemeinen, laufend, sogenannten, vergleiche, zuzüglich

**26. Schreiben Sie die durch Abkürzungen gekennzeichneten
Bestandteile des Briefes in der richtigen Reihenfolge.**

Betr.	Adr.	mfG
i. V.	PLZ	Abs.

Inhaltsverzeichnis

Передмова	3
Kapitel 1: Referieren	6
Kapitel 2: Zusammenfassung	23
Kapitel 3: Beschreibung von Diagrammen, Grafiken und Schaubildern	51
Kapitel 4: Vortrag	79
Kapitel 5: Präsentation	93
Kapitel 6: Diskussion	103
Kapitel 7: Aneignung der wirtschaftlichen Begriffe auf phonetischer Ebene	122
Kapitel 8: Anreden im Deutschen	134
Kapitel 9: Länder- und Ortsnamen	152
Kapitel 10: Maß-, Gewichts- und Mengenangaben	165
Kapitel 11: Ähnliche, aber trotzdem verschiedene Verben	181
Kapitel 12: Abkürzungen	201

Навчальне видання

**ГАВРИШ Михайло Михайлович
ГАВРИШ Олена Олександрівна
КАПУШ Алла Володимирівна та ін.**

ДІЛОВА НІМЕЦЬКА МОВА

**Практикум для студентів
економічних спеціальностей**

Видано в авторській редакції
Художник обкладинки *Зябліцева Т.*
Верстка *Я. Ткаченко*

Підп. до друку 31.08.12. Формат 60×84/16. Папір офсет. № 1.
Гарнітура Тип Таймс. Друк офсетний. Ум.-друк. арк. 12,55.
Обл.-вид. арк. 14,29. Наклад 475 пр. Зам. 12-4475.

Державний вищий навчальний заклад
«Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»
03680, м. Київ, проспект Перемоги, 54/1

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи (серія ДК, № 235 від 07.11.2000)

Тел./факс (044) 537-61-41; тел. (044) 537-61-44
E-mail: publish@kneu.kiev.ua