

**Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ»
(ПУЕТ)
Кафедра ділової іноземної мови**

О. І. Кобзар

ДРУГА ІНОЗЕМНА МОВА

Німецька мова

НАВЧАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ТА МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
для практичних занять і самостійної роботи студентів
напряму підготовки 6.140103 «Туризм» ПУЕТ

**Полтава
ПУЕТ
2015**

Автор: *О. І. Кобзар*, д. філол. н., доцент, професор кафедри ділової іноземної мови Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

Рецензенти: *В. І. Воскобойник*, к. філол. н., доцент кафедри української та іноземних мов Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»;
С. Д. Щербина, к. філол. н., доцент кафедри ділової іноземної мови Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

*Рекомендовано до видання, розміщення в електронній бібліотеці та використання в навчальному процесі на засіданні кафедри ділової іноземної мови ПУЕТ
26 березня 2014 р., протокол № 8*

Кобзар О. І.

Друга іноземна мова. Німецька мова : навчальні завдання та метод. рек. для практичних занять і самостійної роботи студентів напряму підготовки 6.140103 «Туризм» ПУЕТ / О. І. Кобзар. – Полтава : ПУЕТ, 2015. – 48 с. – Текст укр., нім.

Відповідальні за зміст навчально-методичного видання автор, рецензенти та завідувач кафедри ділової іноземної мови *В. Л. Іщенко*

Повне чи часткове відтворення, тиражування, передрук і розповсюдження цього видання без дозволу Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»
ЗАБОРОНЕНО

ЗМІСТ

Вступ.....	5
Модуль 1. Розділ 1. Міський туризм.....	6
1.1. Теорія.....	6
1.2. Практика. Вибір готелю.....	8
1.3. Домашнє читання. Берлін: світове місто.....	11
Модуль 2. Розділ 2. Гастрономічний туризм.....	13
2.1. Теорія.....	13
2.2. Практика. Харчування в Німеччині.....	15
2.3. Домашнє читання. Щорічне зростання «винного» туризму.....	18
Модуль 3. Розділ 3. Культурний туризм.....	20
3.1. Теорія.....	20
3.2. Практика. У готелі: бронювання, телефонний сервіс готелю ..	23
3.3. Домашнє читання. П'ять найкращих місць Німеччини.....	28
Модуль 4. Розділ 4. Купівельний туризм.....	32
4.1. Теорія.....	32
4.2. Практика. Поселення в готелі + послуги.....	34
4.3. Домашнє читання. Купівельний бум через високі податки.....	39
Розділ 5. Діловий туризм (конгреси, виставки, семінари).....	40
5.1. Теорія.....	40
5.2. Практика. Інформація для гостей.....	41
5.3. Домашнє читання. Види виставок.....	47
Інформаційні джерела.....	48

INHALT

Einführung.....	5
Module 1. Lektion 1. Städtetourismus	6
1.1. Theorie.....	6
1.2. Praxis. Hotel auswählen	8
1.3. Hauslektüre. Berlin: Die Weltstadt zum Anfassen.....	11
Module 2. Lektion 2. Gastronomietourismus/Weintourismus	13
2.1. Theorie.....	13
2.2. Praxis. Essen und Trinken in Deutschland	15
2.3. Hauslektüre. Jährlich neun Prozent mehr Wein-Tourismus.....	18
Module 3. Lektion 3. Kulturtourismus	20
3.1. Theorie.....	20
3.2. Praxis. Im Hotel: Reservierungen, Telefonservice im Hotel	23
3.3. Hauslektüre. TOP 5 Sehenswürdigkeiten Deutschlands.....	28
Module 4. Lektion 4. Einkaufstourismus	32
4.1. Theorie.....	32
4.2. Praxis. Gäste empfangen + Service	34
4.3. Hauslektüre. Einkaufstourismus: Shoppingflucht wegen hoher Steuern.....	39
Lektion 5. Geschäfts- und Kongresstourismus (z.B. Messen, Tagungen)	40
5.1. Theorie.....	40
5.2. Praxis. Gästen und Interessenten Auskünfte geben	41
5.3. Hauslektüre. Ausstellungsarten	47
Quellenangaben	48

ВСТУП

Міжнародний туризм нині – це перспективна індустрія, що інтенсивно та швидко розвивається у світі. Якщо, за статистичними даними, у 2000 р. кількість людей, які працювали в готельному бізнесі, перевищувала 200 тис. чоловік, то у 2010 р. їх кількість, щонайменше, потроїлася. Для фахівців у сфері міжнародного туризму й гостинності особливо важливим є володіння іноземними мовами як засобом комунікації із представниками інших культур, інших націй. Спілкування людей із різних країн світу та різних континентів однією мовою є сутністю міжкультурної комунікації. Свобода руху, спілкування та обміну інформацією об'єднує мільйони людей різних національностей у всьому світі. Глобалізаційні процеси, інтеграція України у світове співтовариство, конкурентоспроможність на ринку праці, мобільність студентів, можливість продовжувати навчання та наукові дослідження у відомих європейських університетах – усе це підвищує статус іноземних мов і вимагає від закладів освіти формування фахівців найвищого рівня.

Методичні рекомендації з дисципліни «Друга іноземна мова» розраховано на студентів факультету харчових технологій, готельно-ресторанного і туристичного бізнесу напряму підготовки б.140103 «Туризм».

Дисципліна є складовою процесу вивчення іноземних мов у професійному аспекті.

Мета вивчення дисципліни – дати студентам ґрунтовні знання з іноземної мови, які допоможуть їм у майбутній професійній діяльності.

Дисципліна «Друга іноземна мова» дає можливість формувати й розвивати у студентів уміння та навички практичного володіння іноземною мовою в різних видах мовленнєвої діяльності в обсязі тематики, що обумовлена професійними проблемами сфери туризму. Рівень володіння другою іноземною мовою згідно із Загальноєвропейськими Рекомендаціями з мовної освіти для бакалаврів є А2, що передбачає формування у студентів загальних і професійно орієнтованих комунікативних мовленнєвих компетенцій (лінгвістичної, соціолінгвістичної і прагматичної) для забезпечення їхнього ефективного спілкування в побутовому та професійному середовищі.

Опрацювавши методичні рекомендації, студенти зможуть:

- ознайомитися з культурними традиціями країни, загальноприйнятими соціальними нормами, а також досвідом і перспективами людей, які живуть у країні, мова якої вивчається;
- установити контакти з носіями мови у рідній країні, а також за кордоном;
- отримати мотивацію до вдосконалення знань із другої іноземної мови.

Module 1. Lektion 1. Städtetourismus

1.1. Theorie

Lexik

die Reisestadt	im Vergleich
attraktiv	mittlerweile
erfassen	der Reisende
Anziehen, die Anziehungskraft	die Landeshauptstadt, Hansestadt, Messestadt
der Besucher, der Besuchergunst	die Tourismus-Branche
beliebt	der Anstieg
im Hinblick	verbuchen
die Übernachtung	ungeniert
die Spitzenposition	das Image
ausbauen	die Fußgängerzone

Der Städtetourismus erfasst vor allem die großen Städte und einzelne, touristisch berühmte Städte. Die attraktivsten Großstädte, allen voran Berlin, ziehen besonders auch internationale Besucher an. Das sind 5 beliebteste Reisestädte.

Platz 1: Berlin

Im Hinblick auf die Übernachtungen vor Ort konnte Berlin seine Spitzenposition weiter ausbauen. Die Hauptstadt verbuchte im Jahr 2012 insgesamt 24,8 Millionen Übernachtungen – das sind 2,5 Millionen (+11,3 Prozent) mehr als im Jahr zuvor. Trotz der nicht enden wollenden Probleme um den neuen Hauptstadtflughafen lockt Berlin nach wie vor viele Touristen an. Mittlerweile findet sich die Hauptstadt auf Platz drei im europäischen Vergleich. Zwar hinter London und Paris, jedoch vor Rom, Madrid oder Wien.

Platz 2: München

Auch in Deutschlands Touristenstadt Nummer zwei, München, kommen mehr Reisende denn je. Fast 12,4 Millionen Übernachtungen zählte man 2012 rund um den Marienplatz - immerhin 620.000 (+5,3 Prozent) mehr als im Jahr 2011. Nicht nur europäische Gäste, Japaner oder Amerikaner findet man vor Ort. Immer beliebter wird die bayrische Landeshauptstadt auch bei wohlhabenden Arabern.

Platz 3: Hamburg

Die Tourismus-Branche in Hamburg boomt eindeutig. Über eine halbe Million Übernachtungen mehr (+11,6 Prozent) konnte die Hansestadt 2012

verzeichnen und somit über 10.6 Millionen Gäste-Übernachtungen verbuchen. Besondere Anziehungskraft für in- und ausländische Besucher haben der berühmte Hafengeburtstag oder das ungenierte Leben auf St. Pauli.

Platz 4: Frankfurt am Main

Frankfurt am Main hält zwar unter Deutschlands Großstädten immer noch eher das Image eines zwar reichen aber architektonischen Schmuddelkindes, dennoch gehört es mit 7,0 Millionen Übernachtungen in 2012 eindeutig zu Deutschlands Reise-Mekka. Die Mainmetropole verzeichnete einen Anstieg bei den Übernachtungen von 10,7 Prozent. Ein Topwert unter den deutschen Metropolen. Und das nicht ohne Grund: Die „Skyline Plaza“, ein riesiges Einkaufszentrum, soll bald im Europaviertel neue Besucher anziehen und die Fußgängerzone „Zeil“ wird stets ausgebaut, um attraktiver für Touristen zu werden.

Platz 4: Köln

Es geht weiter Rhein aufwärts nach Köln. Einen kleinen Sprung in der Besuchergunst machte die Stadt 2012. Knapp 113.000 Übernachtungen (+2,3 Prozent) mehr zählte man um den Dom. Insgesamt verzeichnete man 5,08 Millionen Übernachtungen. Seit Jahren verlassen sich die Kölner auf den Dom als Besuchermagnet und die Bedeutung als Messestadt.

<http://www.handelsblatt.com/panorama/aus-aller-welt/deutschland-tourismus-das-sind-die-beliebtesten-reisestaedte/8066526.html>.

Aufgaben

1. Stimmt das?

Der Städtetourismus erfasst vor allem die großen Städte und berühmte Städte.

Die attraktivsten sind in Deutschland die Großstädte.

Köln zieht besonders viele internationale Besucher an.

Hamburg hält unter Deutschlands Großstädten das Image eines reichen aber architektonischen Schmuddelkindes.

Berlin als die Hauptstadt findet sich auf Platz eins im europäischen Vergleich.

Besondere Anziehungskraft für in- und ausländische Besucher hat der berühmte Hafengeburtstag im Frankfurt am Main.

2. Lückentext. Um welche Stadt geht es?

Finden Sie die passenden Wörter und füllen Sie die Lücken.

Hauptstadt Kulturzentrum Fischerdorf Europas Bundeslandstatus

Diese Stadt mit einer sehr besonderen Vergangenheit hat einen speziellen selbstständigen ... Schon seit ihrem Anfang als ... bis zu ihrer Umstellung als preußischer Hof war sie immer ein besonderer Platz in ... Geschichte. Heute ist sie die neue ... des vereinten Deutschlands und wächst wieder zu einer der wichtigsten Städte der Welt. Die Stadt hat dank ihrer so genannten „Museumsinsel“, den drei Opern, dem Philharmonieorchester, den Kinos und Theaters, dem internationalen Filmfestival, den drei Universitäten, den vier Kunstschulen und den 250 Universitäts-Forschungszentren den verdienten Ruf des europäischen... .

http://www.sprachcaffe-deutschland.com/reco_berl.html

3. Verbinden Sie die passenden Satzteile

Auch in Deutschlands Touristenstadt Nummer zwei,	das ungenierte Leben auf St. Pauli im Hamburg.
Trotz der nicht enden wollenden Probleme um den neuen Hauptstadtflughafen	in Frankfurt am Mein neue Besucher anziehen
Die „Skyline Plaza“, ein riesiges Einkaufszentrum, soll bald	München, kommen mehr Reisende denn je
Seit Jahren verlassen sich die Kölner	lockt Berlin nach wie vor viele Touristen an.
Besondere Anziehungskraft für in- und ausländische Besucher hat	auf den Dom als Besuchermagnet und die Bedeutung als Messestadt

1.2. Praxis. Hotel auswählen

Andrey, Musiker aus Kiev, hat in einem Cafe in Kiev Felix kennengelernt, einen Deutschen, der auch Musik macht; er zeigt ihm die Stadt und abends spielen sie zusammen Gitarre und haben viel Spaß; Felix muss zurück aber Andrey verspricht, nächstes Jahr nach Berlin zu kommen. Er möchte sich die deutsche Hauptstadt anschauen. Aber leider kann er nicht bei Felix übernachten, denn dort wird gerade die Wohnung renoviert. Er muss sich also ein Hotel suchen. Andrey setzt sich mit einer Tasse Tee an den Computer und sucht im Internet nach Informationen...

Aufgaben

1. Beschreiben Sie 3 verschiedene Hotels in Berlin mithilfe kurzer Stichpunkte: Name, Lage, das bietet Ihr Hotel, so wohnen Sie, Sport / Fitness, Verpflegung, Anreise, Preise dann Tabelle zum vervollständigen

	1	2	3
Lage			
Ausstattung			
Unterbringung			
Sport und Unterhaltung			
Verpflegung			
Extras			

2. *Spielen Sie Dialoge. Sie bitten um Informationen, und Ihre Partnerin / Ihr Partner empfiehlt Ihnen ein Hotel.*

„Guten Tag, ich suche ein Einzelzimmer/Doppelzimmer in Berlin nicht weit vom Zentrum.“

„Ab wann denn?“

„Ab...“

„Und für wie lang?“

„Für einen Tag /eine Woche/..“

„Da hätten wir...“

Redemittel

<i>Die Kategorie eines Hotels angeben</i>	<i>Hotelausstattung beschreiben</i>
<p>Unser Haus ist ein 3-/4-/5-Sterne-Hotel.</p> <p>Unser Hotel gehört zur gehobenen Kategorie / zur Luxuskategorie.</p>	<p>Unser Hotel liegt... / ist... / hat... / befindet sich...</p> <p>Bei uns können Sie... / gibt es... / haben Sie die Möglichkeit...</p> <p>Unser Hotel ist mit... ausgestattet.</p> <p>Alle Zimmer haben...</p> <p>Zur Zimmereinrichtung gehören...</p>

3. *Fragen Sie:*

- Sollen wir Handtücher oder Bettwäsche mitbringen?
- Wie oft werden Handtücher und Bettwäsche gewechselt?
- Wird das Zimmer gereinigt? Wie oft?
- Ist das Frühstück inklusive?
- Gibt es eine Waschmaschine?
- Sind Haustiere erlaubt?
- Gibt es im Hotel auch Kinderbetreuung?
- Was kostet ein Abendessen im Restaurant des Hotels?

4. *Welche Eigenschaften passen zur Beschreibung und Bewertung der verschiedenen Eigenschaften eines Hotels?*

Voll klimatisiert – elegant – teuer – groß – beheizt – gut gelegen – klein – gut eingerichtet – nah – billig – gut geführt – gepflegt – erstklassig – freundlich – typisch – sportlich – zentral – modern – günstig – familiär –

einfach – rustikal – komfortabel – großzügig – schön – ungezwungen – geschmackvoll – sonnig – prämiert – ruhig – apart – traditionell – repräsentativ – gemütlich – preiswert – renommiert

Lage	Ausstattung / Unterbringung	Atmosphäre / Image	Preise

5. Spielen Sie zu zweit Dialoge zwischen Kunden und Rezeptionist.

Ein Paar sucht ein Doppelzimmer in ... für eine Woche. Das Hotel soll nicht weit vom Zentrum, die Atmosphäre ungezwungen, der Preis nicht so hoch sein. Usw.

Eine Familie (2 Erwachsene, 2 Kinder, 1 Hund) sucht 2 Zimmer für zwei Wochen im Juli. Sie möchten Sport treiben, z.B. schwimmen, und sie wünschen sich Unterhaltung für die Kinder.

6. Besorgen Sie sich Prospekte von Hotels Ihres Heimatlandes. Verfassen Sie einen Werbetext in deutscher Sprache. Benutzen Sie folgende Punkte:

Lage – Ausstattung – Unterbringung – Sport und Unterhaltung – Verpflegung – Extras

Redemittel

<p><i>Zimmer anbieten</i></p> <p>Wir haben / hätten... Gehen Sie doch zu... Bei ... finden Sie sicher noch etwas. Probieren Sie es dort mal.</p> <p>Was kann man sagen, wenn im Hotel kein Zimmer frei ist?</p> <p>Es tut mir leid. Wir haben leider kein Zimmer mehr frei. Leider sind wir / ist das Hotel voll belegt / ausgebucht.</p>	<p><i>Angebote vergleichen</i></p> <p>Das Hotel X ist nicht so ... wie das Hotel Y. Die Zimmer sind genauso ... wie die Zimmer ... Die Zimmer sind weniger/ ruhiger ... als...</p> <p><i>Preise angeben</i></p> <p>Pro Nacht / Woche / Person kostet das Einzelzimmer / Doppelzimmer (mit Terrasse/ Frühstück / Halbpension/ Vollpension) ... Euro. Eine Woche in einem Einzelzimmer mit Bad vom ... bis zum ... kostet mit Halbpension/Vollpension... Euro.</p>
---	--

7. Beschreiben Sie das Zimmer, das Sie möchten

Es ist im ersten Stock / in der zweiten Etage.

Das Zimmer ist sehr ruhig / klimatisiert / hat eine Klimaanlage.

Hier ist das Badezimmer / der Fernseher / der Balkon.

Hier haben Sie die Minibar / Handtücher / einen Fernseher.

Das Fenster geht auf den Innenhof / den Park / die Terrasse.

1.3. Hauslektüre

Berlin: Die Weltstadt zum Anfassen.

Wer Berlin sagt, denkt wohl zuerst an das Brandenburger Tor, das wohl berühmteste Bauwerk der Hauptstadt. Jahrzehntelang Symbol der Teilung, aber auch Mittelpunkt einer zu allen Zeiten quirligen Metropole voller Ideen und Impulse, voller Kunst, Kultur und Kreativität. Der Kurfürstendamm, Inbegriff des eleganten Stadtboulevards, das Kaufhaus des Westens, besser bekannt als KaDeWe, trendige Boutiquen und schicke Galerien prägen den Westen der Stadt ebenso wie wunderbare Bürgerviertel und natürlich das berühmte Berliner Nightlife. Zu ihm gehört unbedingt ein Abend im Friedrichstadt-Palast, Europas größter und modernster Show-Palast, die mit SHOW ME die dem Vernehmen nach teuerste und glanzvollste Bühnenshow aller Zeiten auf die Beine gestellt hat: Glamour pur, ein Feuerwerk aus Licht, Farben, Kostümen und Effekten. Weltstadtatmosphäre strahlt ohne Zweifel auch das Regierungsviertel aus, das sich vom Brandenburger Tor und dem nahegelegenen Reichstag in Richtung Osten erstreckt. Frieden und Freiheit sind hier gut aufgehoben – anders als zu jener Zeit, als von Berlin aus unfassbare Verbrechen verübt wurden. Das Denkmal für die ermordeten Juden Europas nach dem Entwurf des New Yorker Architekten Peter Eisenman in unmittelbarer Nähe des Brandenburger Tors erinnert daran, ebenso wie die Gedenkstätte „Topographie des Terrors“ am früheren Hauptquartier der Geheimen Staatspolizei.

Nach Osten hin erstreckt sich Berlins große Prachtmeile Unter den Linden in Richtung Alexanderplatz, vorbei am Weltkulturerbe der Museumsinsel, am Berliner Dom, an der Neuen Wache und dem barocken Zeughaus, heute das Deutsche Historische Museum. Weiter geht es zum Fernsehturm, bis heute Deutschlands höchstes Bauwerk. Von hier den Blick über Berlin und weit nach Brandenburg hinein zu genießen gehört zu den – im wörtlichen Sinne – Highlights jedes Berlinbesuchs. Ein kleines Stück nur entfernt breitet sich der Gendarmenmarkt aus, allgemein gerühmt als Berlins schönster Platz, der mit dem Deutschen Dom, dem Französischen Dom und dem Konzerthaus ein Ensemble von besonderer Würde und erhabener

Größe darstellt. Weniger erhaben, dafür extrem lässig, leicht und locker ist hingegen die Atmosphäre in den Hackeschen Höfen, ebenfalls in Berlin-Mitte, das größte geschlossene Hofareal Deutschlands und 1977 unter Denkmalschutz gestellt. Hier lässt sich ein echtes Stück Alt-Berlin erleben, eine bunte Mischung aus Kunstgalerien, Kinos, Theatern und Varietés, Kneipen, Restaurants und Bars, netten kleinen Geschäften und den Flagship Stores großer Konzerne. Hier wird auch das kreative Flair Berlins intensiv spürbar, das die Stadt heute, bald ein Vierteljahrhundert nach dem Mauerfall, vielleicht noch mehr prägt als andere Metropolen. Atelier Deutschlands, Szenestadt, Modestadt

Designstadt, Musikstadt: Die Aufbruchsstimmung in der wieder vereinten Stadt war etwas Einzigartiges – und ist es bis heute. Hunderte Hinterhofateliers sind zu neuem Leben erwacht, die Kunst eroberte Straßen, Hauswände, ganze Stadtviertel. Und natürlich die Reste der Mauer, die als East Side Gallery zwischen Oberbaumbrücke und Ostbahnhof so etwas wie ein illustriertes Lexikon der Street Art geworden ist. Heute sind Kreuzberg und Prenzlauer Berg, Neukölln und Wedding erste Adressen für über 20.000 bildende Künstler; sie prägen Atmosphäre und Ambiente, machen die Stadt zum Kunstzentrum für Alternative und Arrivierte gleichermaßen. Tauchen Sie ruhig ein in diesen Kosmos, lassen Sie sich inspirieren, verführen, begeistern. Und lernen Sie die Menschen Berlins kennen – neben allen Sehenswürdigkeiten vielleicht der beste Grund, diese großartige Stadt zu besuchen. Und immer wiederzukommen.

<http://www.germany.travel/de/staedte-kultur/top-100/top-100.html#>

Diskutieren Sie zu folgenden Themen:

Was hat Berlin, das andere Weltstädte nicht haben.

Ganz eigene Berlin-Atmosphäre, die einen rauhen, aber herzlicheren Charme verbreitet

Das berühmte Berliner Nightlife.

Ein unglaublicher Reichtum der Berliner Museen.

Große Geschichte und die Dramen des 20. Jahrhunderts in Berlins Sehenswürdigkeiten.

Berlin als riesiges Kaufhaus des Westens: trendige Boutiquen und schicke Galerien.

Module 2. Lektion 2. Gastronomietourismus/ Weintourismus

2.1. Theorie

Lexik

im Vordergrund stehen	die weinorientierte Reisemotivation
die Zufriedenheit der Gäste	einen positiven Imagewandel erfahren
Trends erkennen und umsetzen	der Publikumsverkehr
die Kelteranlagen oder Weinhöfen	die Verflechtung
in geringerem Maße	das Angebot
die touristische Aufenthalt	auf dem Laufenden bleiben.
die weinbezogenen Aktivitäten	die Bauelementen
das Merkmal / Bestimmungsmerkmal	verbunden sein
der Weinproduzent	die Einflussgröße
ausbreiten	die Vegetationsperiode der Weinrebe

Weintourismus dient als Bezeichnung für touristische Aufenthalte, bei denen die landschaftlichen und strukturellen Merkmale von Weinregionen und weinbezogene Aktivitäten im Vordergrund stehen.

Die Branchen Gastronomie und Tourismus, mit ihrem Ziel der Zufriedenheit der Gäste, müssen stets auf dem Laufenden bleiben, was die Wünsche der Gäste betrifft; Trends erkennen und umsetzen heißt es da.

In der Literatur existiert keine einheitliche Definition von Weintourismus. Der „Versammlung der Weinbauregionen Europas“ (*assemblée des régions européennes viticoles* – AREV) zufolge umfasst Weintourismus all jene Aktivitäten, „bei denen der Wein und die lokale Gastronomie der jeweiligen Regionen mit der Kultur – materiell oder nicht – verbunden sind.“

Auf die Verflechtung von Kultur und Weintourismus machen diverse Autoren aufmerksam. Dies schlägt sich u. a. in den für Weinbauregionen charakteristischen Bauelementen wie Kelteranlagen oder Weinhöfen nieder. Ebenso wird die weinorientierte Reisemotivation als Bestimmungsmerkmal herangezogen.

Insgesamt wird der Weintourismus von drei verschiedenen Akteuren bestimmt: den Weinproduzenten (Winzer, Weinbauverbände), touristischen Akteuren und den Reisenden. Auch der Faktor Saisonalität ist eine Einflussgröße, zumal sich der Weintourismus weitestgehend mit der Vegetationsperiode der Weinrebe (Mai bis Oktober) deckt.

Weintourismus in Europa

Gebiet der Südtiroler Weinstraße bei Kaltern, Blick zum Kalterer See, Weinanbau so weit das Auge reicht

Anders als der europäische Weinbau blickt der Weintourismus auf eine kurze Geschichte zurück. Obwohl Wein seit Jahrhunderten zur europäischen Lebenskultur zählt, ist das durch den Wein motivierte Reisen ein junges Phänomen. In Deutschland und Österreich breitet sich das touristische Angebot rund um den Wein allmählich aus. Auch in den klassischen Ländern der Weinproduktion – Frankreich, Italien und Spanien – gewinnt der Weintourismus, wenn auch in geringerem Maße als im deutschsprachigen Raum, an Bedeutung. Die weintouristische Infrastruktur verbessert sich hier nur langsam. So bleiben die französischen und italienischen Weingüter mehrheitlich dem Publikumsverkehr verschlossen. In Portugal bilden die Weinstraßen, wie die Rota dos Vinhos do Alentejo, den Schwerpunkt der touristischen Entwicklung. Einen positiven Imagewandel erfährt der Wein derzeit in Großbritannien; der Weintourismus ist ein zunehmend beachtetes Thema.

Aufgaben

1. Stimmt das?

1. Weintourismus bedeutet touristische Aufenthalte, bei denen die landschaftlichen Merkmale von Bergregionen im Vordergrund stehen.
2. Die Branchen Gastronomie und Tourismus müssen stets die Trends nach den Wünsche der Gäste erkennen und umsetzen.
3. Der Wein und die lokale Gastronomie der jeweiligen Regionen mit der Kultur sind materiell getrennt.
4. Die charakteristischen Bauelementen für Weinbauregionen sind Vegetationsperiode der Weinrebe, Kelteranlagen oder Weinhöfen.
5. Insgesamt wird der Weintourismus von den Weinproduzenten, Touristen und den Reisenden abhängig.

2. Verbinden Sie die passenden Satzteile

Bei gezielten Einkäufen im grenznahen Ausland	machen diverse Autoren aufmerksam.
Anders als der europäische Weinbau	. ist das durch den Wein motivierte Reisen ein junges Phänomen.
Auf die Verflechtung von Kultur und Weintourismus	das touristische Angebot rund um den Wein allmählich aus.
In Deutschland und Österreich breitet sich	Frankreich, Italien und Spanien – gewinnt der Weintourismus
Obwohl Wein seit Jahrhunderten zur europäischen Lebenskultur zählt,	keine einheitliche Definition von Weintourismus.
Auch in den klassischen Ländern der Weinproduktion –	blickt der Weintourismus auf eine kurze Geschichte zurück

3. Lückentext. Finden Sie die passenden Wörter und füllen Sie die Lücken.

Trends gesünder Gastronomie-Bereich leichte Kunden schnell

Wellness und Ethno Food als Trends

Nach der Fast Food Welle soll es jetzt wieder etwas ... zugehen. Das zumindest wünschen die Gäste. Gesunde leichte Kost im... und Wellness-Angebote in der Hotellerie liegen demnach voll im Trend. Mehr Zeit dafür lassen sich die ... trotzdem nicht. Die Zauberformel für Zukunftskonzepte heißt hier: frisch, ..., schön.

Neben gesunder, leichter Kost sind kulinarische Weltreisen immer noch starke.... Hier hat sich der Begriff Ethno Food eingebürgert. Er steht für ... Küche á la Asien, India und TexMex.

2.2. Praxis. Essen und Trinken in Deutschland

Aufgaben

1. Was wissen Sie über deutsche Küche? Was haben Sie persönlich schon mal probiert? Interviewen Sie sich gegenseitig.

2. Deutsche Spezialitäten. Verbinden Sie die passenden Wörter und finden Sie die richtige Definition. (noch weitere finden?)

- | | |
|-----------|--------------|
| 1 Maul- | a -schmarren |
| 2 Eis- | b -kraut |
| 3 Sauer- | c -strudel |
| 4 Apfel- | d -taschen |
| 5 Kaiser- | e -bein |

- mit Apfelstücken gefüllte Blätterteigrolle mit Vanilleeis, Vanillesoße oder Sahne

- süße Pfannkuchen, die in der Pfanne in kleine Stücke zerteilt werden

- Weißkohl, der mit Salz eingelegt wird

- gepökeltes oder gekochtes Bein vom Schwein

- Nudeltaschen mit Fleisch- oder Spinatfüllung

3. Getränkekarte mit Lücken

Finden Sie die passenden Wörter und ergänzen Sie die Getränkekarte.

Cola, Apfelsaft, Pils, Martini, Chianti, Grappa, Limonade, Sauvignon Blanc, Apfelschorle, Kirschschaft, heiße Schokolade, Riesling, Spätburgunder, Cappuccino, Tee, alkoholfreies Bier, Weizenbier

Getränkekarte		
Softdrinks		
Mineralwasser	0,25 l	1,50€
_____	0,2 l	1,60€
_____	0,2 l	1,60€
Säfte		
Orangensaft	0,2 l	1,70€
_____	0,2 l	1,70€
usw.		
Heiße Getränke		
Kaffee	Tasse	1,50€
_____	Tasse	2,60€
_____	Tasse	2,40€
_____	Kännchen	3,00€
Bier		
_____	0,3 l	2,20€
_____	0,5 l	2,60€
_____ Flasche	0,3l	2,10€
Rotwein		
Merlot 0,2 l	3,10€	
_____	0,2 l	3,20€
_____	0,2 l	3,40 €
Weißwein		
Chardonnay	0,2 l	3,10€
_____	0,2 l	3,30 €
_____	0,2 l	3,30 €
Spirituosen		
Campari	2 cl	2,00€
_____	5 cl	3,50€
_____	2 cl	2,70€

4. Womit unterscheiden sich diese Gegenstände? Erklären Sie sie mit Pantomima und Wörter.

Die Tasse, das Fass, die Flasche, das Kännchen, das Glas, der Topf, die Pfanne, die Schüssel, der Teller

5. Ergänzen Sie die passenden Wörter.

- "Ich hätte gern ein Bier." - „Vom _____ oder in der _____?“
- "Einen Tee, bitte." - „Möchten Sie eine _____ oder ein _____?“
- "Ich hätte gern einen Rotwein." - „Möchten Sie ein _____
Leitungswasser dazu?“

6. Führen Sie kurze Interviews durch zum Thema Essgewohnheiten.

Was essen/trinken Sie normalerweise zum Frühstück / zum Mittagessen / zum Abendessen?

7. Zu welcher Kategorie gehören diese Lebensmittel? Bitte ordnen Sie zu.

Erbsen, Rindfleisch, Möhren, Schweinefleisch, Salz, Erdbeeren, Sahne, Ente, Joghurt, Lachs, Quark, Birnen, Kirschen, Spargel, Forelle, Paprika, Pfeffer, Pute, Basilikum, Mozzarella, Tomaten, Gurke, Apfel, Lammfleisch, Käse, Hähnchen, Hering, Aal, Knoblauch, Zwiebel, Scholle

Gemüse: _____

Obst: _____

Fleisch: _____

Gewürze: _____

Milchprodukte: _____

Fisch: _____

8. Welche Gerichte finden Sie? Ordnen Sie zu.

1. Schokoladen-
2. Apfel-
3. Schweine-
4. Fisch-
5. Hähnchen-
6. Kartoffel-

A -salat

B -braten

C -pudding

D -kuchen

E -auflauf

F -suppe

G -brust

H -eis

I -filet

Redemittel

Spezialitäten erklären

- Entschuldigung, was ist/sind...?

- Das ist/sind... / Das ist eine Spezialität aus...

Es besteht aus...

Man isst es / sie mit...

Am besten schmeckt er/sie/es mit...

2.3. Hauslektüre

Jährlich neun Prozent mehr Wein-Tourismus.

Etwa 17 Milliarden Euro jährlich wurden nach einer Studie der European School of Management weltweit für Weintourismus ausgegeben. Das war vor fünf Jahren. Die Zuwachsrate beträgt jährlich immerhin neun Prozent.

Weintouristen sind nämlich ein kaufkräftiges Publikum mit überdurchschnittlichem Einkommen. Mehr als ein Drittel übernachteten in Vier- oder Fünfsternehotels. Etwa zwei Prozent der Gäste in Österreich sind derzeit Weintouristen. Laut Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung, beträgt die Wertschöpfung des Weintourismus in Österreich jährlich bis zu 500 Millionen Euro. Eine genaue Zahl gibt es nicht, weil es nur schwer möglich ist, die Tagestouristen herauszurechnen. Stolba sieht Potenzial: „Derzeit sind Weinreisen eine Nischenprodukt, aber die Zeichen stehen auf Wachstum.“

Weintourismus

Als der liebe Gott die Welt erschuf, da müssen die Schwaben ganz laut „Dohanna“ gerufen haben – kaum ein anderes Weinbaugebiet in Deutschland ist mit einer solchen landschaftlichen Vielfalt gesegnet wie Württemberg. Vom südlichsten Zipfel bei Kressbronn am Bodensee über die erloschenen Vulkane am Rand der Schwäbischen Alb bei Neuffen und die steilen Muschelkalk-Terrassen am Mittleren Neckar und seinen Nebenflüssen bis hin zu den Keuperhängen von Stromberg und Heuchelberg und den Steillagen an Kocher, Jagst und Tauber spannt sich ein Kaleidoskop unterschiedlichster Landschaftsbilder. Dazwischen immer wieder hineingestreut: malerische Fachwerkdörfer, Straßen, stolze, traditionsreiche Städte, von schaffigen Menschen bewohnt. Und: auch Industrie, die den allenthalben sichtbaren Wohlstand erst möglich gemacht hat.

Erst in jüngerer Zeit ist den Schwaben so richtig bewusst geworden, welchen Schatz sie da eigentlich vor der Haustüre haben. Die historischen

Keltern von Metzingen, Mercedes- und Porsche-Museum in Stuttgart, die Esslinger Altstadt, das Fachwerk-Kleinod Strümpfelbach im Remstal, Kloster Maulbronn, Ludwigsburg mit seinem Barockschloss, die Staufergründung Besigheim mit ihrem weithin berühmten Winzerfest, Heilbronner Weindorf, Burgruine Weibertreu in Weinsberg, Creglingen mit dem weltberühmten Riemenschneider-Altar in der Herrgottskirche – an Touristenattraktionen mangelt es nicht. Hinzu kommen die vielen Feste, die während der Sommermonate überall gefeiert werden, eine hervorragende Gastronomie und die typisch schwäbischen „Besenwirtschäfte“, im Volksmund kurz „Bäsa“ genannt. Weitere Informationen:

Um den Gästen aus nah und fern das Weinland Württemberg für Ausflüge und Kurzurlaube noch näher zu bringen, gibt es seit 2009 im „Ländle“ knapp 80 eigens ausgebildete Weinerlebnisführer, die individuelle Touren entwickeln und organisieren – von weinbezogenen Erlebnisprogrammen, Weinverkostungen, geführten Weinberg- und Kellerführungen, Weinseminaren bis hin zu Veranstaltungen, Busbegleitungen und mehrtägigen Weinreisen. Als echte Württemberger betreuen sie ihre Gäste stets unterhaltsam und spannend, humorvoll und einfühlsam.

Module 3. Lektion 3. Kulturtourismus

3.1. Theorie

Lexik

das Musik- und Theaterangebote	die Museumsinsel
fließend	das UNESCO-Welterbe
arrangieren	faszinieren
repräsentativ	die Quadriga
die Verbindung	das Zweistromland
die Botschaft	das Mauermuseum
die gläserne Kuppel	die deutsche Teilung
das Regierungsviertel	in unmittelbarer Nähe
das Wahrzeichen / Symbol	die Verfolgung und Ermordung
unpassierbar	die Grenzübergang

Vom Städtetourismus gibt es einen fließenden Übergang zum Kulturtourismus, der um zentrale Musik- und Theaterangebote oder Feste und Festivals herum arrangiert wird.

Die Kultur-Plätze Berlins

Die Eleganz der Macht: das Regierungsviertel

Der Weg durch die Wilhelmstraße quer durch das alte und neue Regierungs- und Botschaftsviertel führt Richtung Brandenburger Tor und Reichstag. Eine gelungene Verbindung von Bestehendem und Neuem und repräsentative, aber nicht abweisende Eleganz kennzeichnen die Ministeriumsbauten und besonders das Bundeskanzleramt. Von hier fällt der Blick auf den Reichstag, eine der ganz großen Sehenswürdigkeiten Berlins. Vor allem die gläserne Kuppel, ein Werk des britischen Stararchitekten Norman Foster, entwickelte sich zu einem Magneten für Touristen aus aller Welt.

Brandenburger Tor Berlin

Kein Berliner Bauwerk ist in der ganzen Welt so bekannt wie das Brandenburger Tor, erbaut 1789-91 nach einem Entwurf von C. G. Langhans am Pariser Platz mitten im Zentrum. Mit dem Bau der Berliner Mauer 1961 war das Brandenburger Tor für 28 Jahre unpassierbar geworden. Als Wahrzeichen und Symbol der Wiedervereinigung repräsentiert es heute beispielhaft Gegenwart und Geschichte der Stadt. Sechs dorische Säulen tragen das Bauwerk, dessen Durchgänge nur noch für Fußgänger offen sind. Die berühmte Quadriga, die die Siegesgöttin Viktoria auf einer Kutsche mit vier vorgespannten Pferden darstellt, wurde 1794 aufgestellt.

Stelldichein der Stars: Berlinale Filmfestspiele

Was für die USA die Oscar-Verleihung ist, ist für Deutschland die Berlinale. Stars und Sternchen, Kunst und Kommerz, Glanz und Glamour auf einem Fest der Superlative: Über 400.000 Kinogänger, 20.000 Fachbesucher, 4.000 Journalisten und vor allem bis zu 400 Filme – die meisten davon Welt- oder Europapremieren.

Schatzkammer der Menschheit: die Museumsinsel

Das UNESCO-Welterbe Museumsinsel im Herzen Berlins ist einer der größten Anziehungspunkte – für Touristen aus aller Welt und für die Berliner selbst.

Kulturschätze von kaum zu übertreffenden Wert finden sich hier in einem der wichtigsten Museumskomplexe der Welt: Altes Museum, Neues Museum, Alte Nationalgalerie, Bode-Museum und Pergamonmuseum nehmen den Besucher mit auf eine faszinierende Kunst- und Kulturreise vom Zweistromland über Ägypten, Griechenland, Rom, Byzanz, die islamische Welt bis ins Mittelalter, in die Neuzeit und die Romantik des 19. Jahrhunderts.

Das Mauermuseum im Haus am Checkpoint Charlie

Das schon 1962, kurz nach dem Bau der Mauer, eröffnete Museum am legendären Grenzübergang Checkpoint Charlie dokumentiert die Geschichte der deutschen Teilung und gehört zu den meist besuchten Museen der Stadt.

Als Symbol für die Auseinandersetzung zwischen den Weltmächten war Checkpoint Charlie zum bekanntesten der innerstädtischen Kontrollpunkte geworden. Das Museum Haus am Checkpoint Charlie zeigt eine ständige Ausstellung zur Geschichte der Berliner Mauer und zu vielen verwandten Themen – von der DDR-Staatssicherheit über Opposition, Widerstand bis zum Fall der Mauer am 9. November 1989.

Das Denkmal für die ermordeten Juden Europas

Dass namenlose Verbrechen in Berlin ihren Ursprung nahmen, davon zeugt das „Denkmal für die ermordeten Juden Europas“ am nördlichen Ende der Wilhelmstraße und in unmittelbarer Nähe des Brandenburger Tors. Auf knapp 19.000 m² wurden nach dem Entwurf des New Yorker Architekten Peter Eisenman 2.711 Stelen installiert. Der unter dem wellenförmigen Stelenfeld gelegene „Ort der Information“ dokumentiert in einer Ausstellung Verfolgung und Ermordung der europäischen Juden. Ein Ort der Trauer, ein Ort der Versöhnung und vielleicht des Verzeihens, nicht aber des Vergessens.

Lexik

vermitteln	die Museumsinsel
der einzigartige Umfeld	das UNESCO-Welterbe
zum Leben erwecken	faszinieren
der Fernsehturm	die Quadriga
in Nachbarschaft zu	das Zweistromland
die Aussichtsplattformen	das Mauermuseum
die gläserne Kuppel	die deutsche Teilung
das Regierungsviertel	in unmittelbarer Nähe
das Wahrzeichen / Symbol	die Verfolgung und Ermordung
unpassierbar	die Grenzübergang

Berlin wie damals: die Hackeschen Höfe

Die Hackeschen Höfe vermitteln in einem einzigartigen Umfeld Geschichte und Geschichten der Lebensart von Berlin-Mitte. Sie bilden das größte geschlossene Hofareal Deutschlands und stehen seit 1977 unter Denkmalschutz. Mit diesem äußerst beliebten Ensemble wurde ein echtes Stück Alt-Berlin wieder zum Leben erweckt. Im einzigartigen Flair typisch berlinerischer Hinterhofatmosphäre residiert eine bunte Mischung aus Kunstgalerien, Kinos, Theatern und Varietés, Kneipen, Restaurants und Bars, netten kleinen Geschäften und den Flagship-Stores großer Konzerne.

Hoch hinaus: der Berliner Fernsehturm

Der Berliner Fernsehturm ist mit 368 Metern das höchste Bauwerk Deutschlands. Er wurde im historischen Zentrum Berlins direkt neben der mittelalterlichen Marienkirche in Nachbarschaft zum Roten Rathaus und unmittelbar westlich des Alexanderplatzes errichtet. Die Aussichtsplattformen auf über 200 Metern Höhe bieten einen grandiosen Rundblick über die Stadt. Der Turm wurde 1969 eröffnet – wie man heute erzählt, waren die Architekten zu diesem Ereignis nicht eingeladen. Der Grund: die damaligen Machthaber ärgerten sich über die kreuzförmige Reflexion in der Verkleidung – genannt „die Rache des Papstes“.

Aufgaben

1. Lückentext. Finden Sie die passenden Wörter und füllen Sie die Lücken.

frisch renovierte Dokumentationszentrum Mauerfall Informationen Berliner

Berliner Mauer

Von 1961 bis 1989 trennte die ... Mauer die Stadt in zwei Hälften. Nach dem ... wurde das Betonwerk größtenteils abgerissen, doch Spuren der Mauer finden sich noch im Stadtbild. Entlang des Mauerstreifens führt der „Berliner Mauerweg“ – ein Rad- und Fußweg, der in 14 Einzelstrecken gegliedert ist. ... über die Geschichte der Berliner Mauer findet man auf

den Tafeln der „Geschichtsmeile Berliner Mauer“, die an 30 Stationen installiert sind. Die farbenprächtige und ... „East Side Gallery“ in Friedrichshain ist ein Stück der „Hinterlandmauer“, das 1990 von Künstlern aus 21 Ländern bemalt wurde. An der Bernauer Straße erinnern eine Gedenkstätte, ein ... sowie die „Kapelle der Versöhnung“ an die Berliner Mauer.

3.2. Praxis. Im Hotel: Reservierungen, Telefonservice im Hotel

(Das ist Larissa aus Poltawa. Larissa hat Tanz studiert und arbeitet jetzt als Tanzlehrerin. Sie studiert Choreografien ein mit mehreren Gruppen von Jugendlichen. Sie liebt alles, was mit Tanz zu tun hat. Wenn sie nicht tanzen kann, weil sie erkältet ist und im Bett liegt, bekommt sie furchtbar schlechte Laune. Seit ihrer Kindheit träumt sie davon, einmal den „Friedrichstadt-Palast“ in Berlin zu besuchen. Dort werden seit Jahrzehnten glamouröse Tanz-Shows aufgeführt. Jedes Jahr vor Silvester sieht sie sich die Übertragungen im Fernsehen an. Nun hat sie Geld gespart und erfüllt sich ihren Traum. Sie fliegt mit ihrer Freundin Natasha ein Wochenende nach Berlin, um eine Tanz-Vorstellung zu sehen. Larissa ruft im Hotel an, um ein Zimmer für sich und Natasha zu reservieren...

Aufgaben

1. Lesen Sie die Dialoge. Bilden Sie Ihre Dialoge nach dem Muster

- Hotel Consul, guten Tag!
- Guten Tag, spreche ich mit dem Empfang?
- Moment, ich verbinde Sie.
- Guten Tag!
- Guten Tag, hier Braun. Ich habe vor zwei Wochen ein Zimmer mit Bad für heute und morgen reserviert. Ich werde aber vier Stunden später als geplant ankommen... also gegen 11...
- Ist in Ordnung. Sie kommen also erst heute Abend so um 23 Uhr. Vielen Dank für den Anruf, Frau Braun!
- Gut, bis dann. Auf Wiederhören!
- Auf Wiederhören!
- Hotel Madeleine, Probst, guten Tag!
- Guten Abend. Hier spricht Becker. Ich rufe aus Hamburg an. Ich möchte für die Zeit vom 21. bis zum 27. April ein Doppelzimmer mit Bad. Haben Sie da noch etwas frei?

- Augenblick... Ja, für die Zeit haben wir noch ein Doppelzimmer mit Dusche.
- Wir brauchen aber bitte ein Extra-Bett für unser Kind.
- Ein normales Bett oder ein Kinderbett?
- Ein Kinderbett, wenn es geht... Wie hoch ist denn der Preis für eine Nacht?
- 120 Euro... das Doppelzimmer mit Frühstück. Für das zusätzliche Bett berechnen wir 20 Euro.
- Okay. Könnten Sie mir das Zimmer bitte jetzt schon reservieren?
- Ja, also vom 21. bis zum 27. April. Und wie ist Ihr Name bitte?
- Wolfgang Becker. Becker mit E.
- Und dann bräuchte ich noch Adresse und Telefonnummer.
- Parkallee 40, 20144 Hamburg. Telefon 040/8937640.
- Ich wiederhole: 040/8937640.
- Richtig.
- Gut. Herr Becker, da wäre noch eine Anzahlung von 150 Euro nötig.
- Ach so, ist gut. Auf welches Konto?
- Zentralsparkasse Wien. Konto Nr. 060 243 606.
- Ich werde den Betrag in den nächsten Tagen überweisen. Und Ihnen natürlich noch mitteilen, wann genau wir ankommen.
- Vielen Dank! Sie bekommen dann von uns eine schriftliche Bestätigung.
- Danke, auf Wiederhören!
- Auf Wiederhören!

2. *Sehen Sie sich den Computerbildschirm an und stellen Sie Ihrer Partnerin / Ihrem Partner fragen. Diese/r antwortet.*

	Name	Zeit	Zimmernummer	Art	Ankunft
1	Herr u Frau Bertram	3.-7.7.	308	DZ	
2	Herr Friege			EZ	
3	...				
4					
5					
6					

- Z.B.: Welche Zimmernummer hat ...?
- Wie lange bleibt Frau im Hotel ...?
- Was für ein Zimmer hat ...?
- Wer kommt am?

3. Notieren Sie wichtige Ausdrücke. Was sagt man in Deutschland am Telefon,

A. wenn man den Hörer abhebt?

privat	beruflich

B. wenn man sich als Anrufer/-in meldet?

privat	beruflich

C. wenn man sich am Telefon verabschiedet

privat	beruflich

D. wenn man einen Anruf weiterleitet

privat	beruflich

Redemittel

<i>Sich am Telefon melden</i>	<i>Telefonate vermitteln</i>
Hier (ist) Hotel X, Schulze, guten Tag. Guten Tag, hier Schulze, Hotel X.	Augenblick/Moment, ich verbinde Sie weiter/ mit... Augenblick, ich stelle sie durch. Bleiben Sie bitte dran / am Apparat. Ich gebe Ihnen meinen Kollegen / meine Kollegin.
<i>Eine Person am Telefon verlangen</i>	<i>Nach dem Namen des Anrufers fragen</i>
Ich möchte gern / Kann ich Herrn / Frau ... sprechen? Ist Herr.../Frau... da? Können Sie mich bitte mit Herrn... / Frau... verbinden?	Mit wem spreche ich, bitte? Wie ist Ihr Name, bitte?
<i>Mitteilen, dass die gewünschte Person nicht da ist</i>	<i>Rückfragen, wenn die Verbindung sehr schlecht ist</i>
Tut mir leid, Herr.../Frau... ist im Moment nicht da. Rufen Sie bitte später noch einmal an. Rufen Sie bitte in 10 Minuten noch einmal an.	Wie bitte? Könnten Sie bitte etwas lauter / langsamer / deutlicher sprechen? Können Sie das bitte wiederholen? Die Verbindung ist schlecht. Ich kann Sie nur schlecht hören/verstehen.

<p><i>Das Hinterlassen einer Nachricht anbieten</i></p> <p>Möchten Sie eine Nachricht hinterlassen? Soll ich ihm/ihr/ihnen etwas ausrichten/ sagen? <i>Eine Nachricht hinterlassen</i></p> <p>Können Sie ihm/ihr/ihnen bitte sagen / ausrichten, dass...? Sagen Sie ihm/ihr/ihnen bitte, dass... Herr.../Frau... soll bitte zurückrufen. Die Telefonnummer ist...</p>	<p><i>Sich am Telefon verabschieden</i></p> <p>Auf Wiederhören. Tschüss, bis nächste Woche / morgen.</p>
---	--

4. Sie sind Rezeptionist und geben Informationen am Telefon. Ergänzen und spielen Sie den Dialog.

- _____
- Guten Tag... ich möchte mit meiner Familie zwei Wochen im Juli bei Ihnen verbringen. Hätten Sie noch zwei Zimmer frei?
- _____
- Vom 16. bis zum 29. Juli.
- _____
- Schön. Könnten Sie mir den Preis für Halbpension sagen?
- _____
- Ja, das geht in Ordnung. Kann ich gleich reservieren?
- _____
- Manfred Riedl.
- _____
- Richard, Ida, Else, Dora, Ludwig.
- _____
- Regnitzstraße 12, 96450 Coburg.
- _____
- Das kann ich im Moment noch nicht sagen. Ich rufe Sie ein paar Tage vorher noch einmal an.
- _____

5. Ergänzen und spielen Sie das Telefongespräch.

- _____
- Guten Tag, kann ich Herrn Wenzel sprechen?
- _____
- Sagen Sie ihm bitte, er soll Herrn Steglitz im Büro anrufen. Die Telefonnummer ist 5932004.

- _____
- 59 32 004.

- _____
- Am besten bis 19 Uhr.

- _____
- Vielen Dank! Auf Wiederhören!

Redemittel

Reservierungen entgegennehmen

Guten Tag, ich möchte ein Einzelzimmer / Doppelzimmer reservieren.

Von wann bis wann / für wie viele Nächte möchten Sie das Zimmer reservieren?

Wann reisen Sie an / ab?

Wie viele Nächte möchten Sie bleiben?

Ja, da haben wir noch ein Zimmer frei.

Wie ist Ihr Name / heißen Sie, bitte?

Wie ist Ihre Adresse?

Wie ist Ihre Telefonnummer /E-Mail-Adresse?

Könnten Sie bitte unser Reservierungsformular / Anmeldeformular (im Internet) ausfüllen?

Was für ein Zimmer möchten Sie reservieren?

Ein EZ / DZ mit Frühstück / mit Halbpension / Vollpension kostet pro Nacht / Woche / Person ... Euro.

Das Zimmer / Apartment / die Suite / die Ferienwohnung kostet pro Nacht / Woche / Person ... Euro.

Möchten Sie ein Zimmer mit einem Doppelbett oder Einzelbetten?

Möchten Sie auch im Hotel essen?

Möchten Sie ein Zimmer mit Frühstück, Halbpension oder Vollpension?

Möchten Sie ein Raucher- oder ein Nichtraucher-Zimmer?

Benötigen Sie einen Internet-Anschluss?

Haben Sie sonst noch irgendwelche Wünsche?

Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

6. Haben Sie schon als Gast im Hotel eine „Notsituation“ erlebt, die durch ein Telefonat gelöst werden konnte? Erzählen Sie.

- Setzen Sie sich Rücken an Rücken. Führen Sie mit Ihrem Partner Gespräche am Telefon. Fragen Sie nach einer Person und reagieren Sie. Hinterlassen Sie eine Nachricht, wenn die Person nicht da ist.

3.3. Hauslektüre

TOP 5 Sehenswürdigkeiten Deutschlands

1 Schloss Neuschwanstein

Die Symbolkraft Neuschwansteins fasziniert weltweit durch die Verwebung einer idealisierten romantischen Architektur mit der tragischen Lebensgeschichte seines Besitzers – mit dem Verlust seiner Souveränität im eigenen Reich schuf Ludwig II. seine eigene Sagen- und Märchenwelt. Die Symbolkraft Neuschwansteins fasziniert weltweit durch die Verwebung einer idealisierten romantischen Architektur mit der tragischen Lebensgeschichte seines Besitzers – mit dem Verlust seiner Souveränität im eigenen Reich schuf Ludwig II. seine eigene Sagen- und Märchenwelt. Schloss Neuschwanstein im südlichen Bayern ist eine der wohl am meist fotografierten Sehenswürdigkeiten Deutschlands. Mit dem Bau des Schlosses ab 1869 vereinte Ludwig II. Elemente der Wartburg mit denen einer Gralsburg aus Wagners Oper „Parsifal“. Schloss Neuschwanstein war für Ludwig II. vor allem eine Fluchtburg. Seit 1864 König von Bayern, war ihm die Residenzstadt München verhasst, da er sich bereits zwei Jahre später den Preußen unterwerfen musste. Obendrein widmete er sich lieber den schönen Künsten. Weil er kein Souverän mehr in seinem realen Reich sein durfte, schuf er sich seine eigene Gegenwelt aus Sagen und Märchen. Zu den prunkvollsten Räumen gehören zwei Säle. Der Sängersaal vereint die Vorbilder des Sänger- und des Festsaaes der Wartburg in einem Saal, größer und prachtvoller als die Originale – nur dass hier nie gesungen oder gar gefeiert wurde. Im zweigeschossigen, 15 Meter hohen Thronsaal mit Arkaden blendet eine überreiche Ausstattung in Gold und Blau. Ludwig II. widmete sich aber vor allem der „Gralshalle“, in der er seiner Sehnsucht nach dem Mittelalter mit damals modernster Technik nachging. Auch beim Essen wollte der König sich im Mittelalter wähen – sein Speisezimmer ist mit Motiven des Wartburger Sängerkriegs dekoriert. Das Schlafgemach war von der Gotik inspiriert, und selbst Details verweisen auf Wagnersche Opern, zum Beispiel der Waschtisch mit einem Wasserspender in Schwanenform, eine Hommage an Wagners „Lohengrin“. Ein weiteres Highlight Neuschwansteins ist die Grotte mit kleinen Wasserfällen und bunter Beleuchtung, die so den Eindruck einer Tropfsteinhöhle erweckt. Empfehlenswert sind auch Ausflüge ins Schloss Hohenschwangau, das aus einer Ruine des 12. Jahrhunderts 1832 im Stil der Neugotik umgebaut wurde, und ins Römerbad am Tegelberg.

2 UNESCO-Welterbe Kölner Dom

Unter den großen Kirchen der Welt verkörpert der Kölner Dom (Baubeginn 1248) den Typus der hochgotischen Kathedrale am reinsten und vollkommensten.

Unter den großen Kirchen der Welt verkörpert der Kölner Dom (Baubeginn 1248) den Typus der hochgotischen Kathedrale am reinsten und vollkommensten.

Der Kölner Dom, erbaut von 1248 bis 1880, gilt als Meisterwerk mittelalterlich-gotischer Architektur. Unter den großen Kirchen der Welt verkörpert der Dom den Typus der hochgotischen Kathedrale am reinsten und vollkommensten, bei seiner Vollendung im 19. Jahrhundert war er das größte Gebäude der Welt. Mit einer Fläche von 7.000 Quadratmetern verfügte der Dom über die größte Kirchenfassade der Welt, sie ist flankiert von zwei mächtigen Türmen zu je 157 Metern Höhe. Der Dom beherbergt eine Fülle bedeutender Kunstwerke: die farbigen Glasmalereien, das ottonische Gero-Kreuz (970 n.Chr.), die älteste Großplastik des Abendlandes, den Dreikönigenschrein (1180–1225), ein überragendes Werk der rheinmaasländischen Goldschmiedekunst, den Altar der Stadtpatrone (um 1450) von Stephan Lochner, das Meisterwerk der Kölner Malerschule, und das Orgelensemble. Kunsthistoriker sehen im Kölner Dom eine einmalige Harmonisierung sämtlicher Bauelemente. Inmitten der Stadt ruht das geliebte Wahrzeichen von Köln wie ein gigantischer Wächter.

3 Loreley im UNESCO-Welterbe Oberes Mittelrheintal

Sagenumwoben und vielfach besungen – der 194m hohe Schieferfelsen thront imposant über der engsten Stelle des Rheins bei St. Goarshausen. Weltberühmt wurde er durch die Legende der schönen, aber unglücklichen Loreley, die auf dem Felsen sitzend ihr blondes Haar kämmte und dabei sang.

Sagenumwoben und vielfach besungen – der 194m hohe Schieferfelsen thront imposant über der engsten Stelle des Rheins bei St. Goarshausen. Weltberühmt wurde er durch die Legende der schönen, aber unglücklichen Loreley, die auf dem Felsen sitzend ihr blondes Haar kämmte und dabei sang.

Sagenumwoben und vielfach besungen – der 194m hohe Schieferfelsen thront imposant über der engsten Stelle des Rheins bei St. Goarshausen. Weltberühmt wurde er durch die Legende der schönen, aber unglücklichen

Loreley, die auf dem Felsen sitzend ihr blondes Haar kämmte und dabei sang. Die vorbeifahrenden Schiffer wurden durch ihren Gesang und ihre Schönheit derart betört, dass sie nicht mehr auf die gefährliche Strömung achteten und ihre Boote an den Felsen zerschellten. Heute ist die Loreley Anziehungspunkt für Touristen aus aller Welt. Im Loreley Besucherzentrum lernt der Besucher die Region auf interaktive Weise kennen. Im Jahr 2002 wurde das Obere Mittelrheintal mit der Loreley in die Liste der UNESCO-Welterbestätten aufgenommen.

4 Naturparke im Schwarzwald

„Schützen durch Nützen“ ist das Motto der Naturparke im Schwarzwald. Mit zusammen 7450 km² Fläche sind es die beiden größten in Deutschland. Entsprechend vielfältig ist das Angebot, Natur und Umwelt zu entdecken.

„Schützen durch Nützen“ ist das Motto der Naturparke im Schwarzwald. Mit zusammen 7450 km² Fläche sind es die beiden größten in Deutschland. Entsprechend vielfältig ist das Angebot, Natur und Umwelt zu entdecken.

Im Westen grenzen sie an das fruchtbare Tal des Rheins, im Osten an hügelige Wiesen- und Ackerflächen. Dazwischen liegen langgestreckte Wälder, bis zu 1.493 m hohe Aussichtsberge, Fachwerkstädtchen und Kulturmetropolen wie Baden-Baden oder Freiburg.

Die 11.100 km² große Region mit Deutschlands höchstem Mittelgebirge können Urlauber mit Bus und Bahn kostenlos durchstreifen. Möglich macht es die „KONUS“-Gästekarte, an der sich fast 140 Ferienorte beteiligen.

5 Schloss Heidelberg

Seit dem 19. Jahrhundert ist die romantische Ruine von Schloss Heidelberg eine der berühmtesten Sehenswürdigkeiten Europas und der Besuchermagnet schlechthin.

Seit dem 19. Jahrhundert ist die romantische Ruine von Schloss Heidelberg eine der berühmtesten Sehenswürdigkeiten Europas und der Besuchermagnet schlechthin.

Es ist wohl die spezielle Mischung aus Präsenz und Vergänglichkeit, die dem Heidelberger Schloss samt Park seine faszinierende Aura verleiht. Es wirkt wie der Welt entrückt und ist der Inbegriff deutscher Romantik. Selbst die efeuüberwucherte majestätische Kulisse der Schlossruine kündigt noch von Macht und Herrlichkeit seiner einstigen Bewohner, der Wittelsbacher. Als Wehrburg mit Türmen, Kasematten und Gräben um 1300 erbaut, entwickelte sich die Anlage hoch über der Stadt in vierhundert Jahren zum feudalen Aushängeschild für die jeweiligen Kurfürsten der Pfalz. Das älteste noch erkennbare Wohngebäude ist der Ruprechtsbau mit prachtvollem Renaissance-Kamin im Inneren. Der Ottheinrichsbau gilt als erster Palastbau auf deutschem Boden mit reichhaltiger Fassadengestaltung.

Das am besten erhaltene Gebäude ist der Friedrichsbau mit der Ahnengalerie der Kurfürsten in der Fassade. Im Erdgeschoss befindet sich die noch unzerstörte Schlosskirche, darüber liegen die Wohnräume. Besonders faszinierend ist der unter Friedrich V. entstandene prachtvolle Lustgarten als Idee eines von Menschenhand geschaffenen irdischen Paradieses. Lange Zeit galt der Hortus Palatinus als achtetes Weltwunder, obwohl er nie vollendet wurde. Um einen Einblick in den Alltag der Bewohner des Heidelberger Schlosses zu bekommen, wird samstags die Sonderführung „Das Leben bei Hofe“ angeboten. Ein Spaß für die ganze Familie! Im Ottheinrichsbau ist das Deutsche Apotheken-Museum untergebracht. Hier lernen Sie die spannende Vergangenheit der Pharmaziegeschichte kennen.

Module 4. Lektion 4. Einkaufstourismus

4.1. Theorie

Lexik

verhältnismäßig	die Körperpflegeartikel
die Entwicklung des Eurokurses	unmittelbar
berücksichtigt	beauftragen
der Preisgefälle	die Grenzhändler
benachbart	günstiger
die Besteuerung	für Schuhe und Bekleidung.
die Onlinekäufe	die Haushaltswaren
das Grenzgebiet	Mehrwertsteuer zurückerhalten
das gezielte Einkäufen	die Interessengemeinschaft
ausgeben	die Schätzungen

Zum Einkaufstourismus kommt es in Grenzgebieten wegen des Preisgefälles zwischen benachbarten Ländern. Ein Beispiel dafür ist die Stadt Flensburg unmittelbar an der dänischen Grenze. Wegen der verhältnismäßig niedrigen Besteuerung von Waren in Deutschland, kaufen die Skandinavier lieber hier. So wird in den grenznahen Shoppingzentren in Flensburg und Umgebung dänisch gesprochen, die deutschen Grenzhändler nennen ihre Verkaufsstätten „Scandinavian Park“ oder „Dansk Vinlager“, um deutlich zu machen, dass Sie sich auf die dänischen Kunden spezialisiert haben. Deutschlandweit ziehen Factory-Outlet-Center Kunden auch aus dem europäischen Ausland in Orte wie Metzingen oder in das *Ingolstadt Village* bei Ingolstadt.

In den vergangenen zwei Jahren wurde der Einkaufstourismus – bedingt durch die Entwicklung des Eurokurses – in der Schweiz ein großes Thema. Eine Frage blieb unbeantwortet: Sind es zwei, fünf oder sechs Milliarden, die über die Grenze getragen und dort ausgegeben werden? Eines war bisherigen Studien gemein: Sie basierten auf Schätzungen.

Jetzt wollte es die Interessengemeinschaft **Detailhandel** Schweiz (IG DHS), hinter der die großen Player wie **Migros** und **Coop** stehen, genau wissen. Sie beauftragte das Marktforschungsinstitut GfK damit, das Problem detailliert und mittels mehrerer Befragungsrunden zu analysieren. In vier sogenannten Wellen wurden 4480 Interviews geführt. Bei Frauen und Männern im Alter zwischen 15 und 74 Jahren. Und dies in der Deutsch- und Westschweiz sowie im Tessin.

Diese Studie liegt nun vor. Und das sind die wichtigsten Resultate für das Jahr 2012:

- Bei gezielten Einkäufen im grenznahen Ausland kauften Schweizer Personen für 4,5 Milliarden Franken ein.
- Bei Einkäufen während Ferien, Besuchen, Geschäftsreisen oder Ausflügen gaben Schweizer 3,8 Milliarden Franken aus.
- 600 Millionen Franken wurden für Onlinekäufe ausgegeben, bei denen die Ware aus dem Ausland versandt wurde.
- Das ergibt ein Total der Auslandseinkäufe von 8,9 Milliarden Franken.
- Am meisten – nämlich 3 Milliarden Franken – wurde für Lebensmittel, Getränke, Körperpflegeartikel oder Haushaltswaren ausgegeben.
- An zweiter Stelle folgen Ausgaben in der Höhe von 2,6 Milliarden Franken für Schuhe und Bekleidung.
- Bei den Lebensmitteln wiederum wurde am meisten für Fleisch und Fisch ausgegeben, nämlich 535 Millionen Franken.
- Nicht berücksichtigt sind Autokäufe im Ausland, Dienstleistungen sowie Restaurantbesuche.
- Von den Nachbarländern der Schweiz profitierte am meisten Deutschland. Dorthin flossen 4,6 Milliarden Franken.
- 44 Prozent der Schweizer Haushalte kaufen zumindest einmal im Monat im Ausland ein.

Warum kaufen Schweizer und Schweizerinnen im Ausland ein? Die Antworten:

- Günstiger einkaufen, günstigere Preise: 81 Prozent
- Wechselkurs, günstiger Eurokurs: 53 Prozent
- Markenprodukte günstiger kaufen: 44 Prozent
- Erhalte Mehrwertsteuer zurück: 41 Prozent

Aufgaben

1. Stimmt das?

1. Zum Einkaufstourismus kommt es in Grenzgebieten wegen den guten Beziehungen zwischen benachbarten Ländern.
2. Es wird in den grenznahen Shoppingzentren in Flensburg und Umgebung russisch gesprochen.
3. Die Leute kaufen im Ausland, da es günstiger ist und sie die Mehrwertsteuer zurückerhalten können.
4. Die deutschen Grenzhändler spezialisieren sich am meisten auf die deutschen Kunden.
5. In den vergangenen zwei Jahren wurde der Einkaufstourismus wegen der Entwicklung des Eurokurses besonders beliebt.

2. Verbinden Sie die passenden Satzteile

Bei gezielten Einkäufen im grenznahen Ausland	wurde für Lebensmittel, Getränke, oder Haushaltswaren ausgegeben.
600 Millionen Franken wurden für Onlinekäufe ausgegeben,	Dienstleistungen sowie Restaurantbesuche.
Nicht berücksichtigt sind Autokäufe im Ausland,	für Fleisch und Fisch ausgegeben, nämlich 535 Millionen Franken.
Bei Einkäufen während Ferien, Besuchen, Geschäftsreisen oder Ausflügen	kauften Schweizer Personen für 4,5 Milliarden Franken ein.
Bei den Lebensmitteln wiederum wurde am meisten	bei denen die Ware aus dem Ausland versandt wurde.
Am meisten – nämlich 3 Milliarden Franken –	gaben Schweizer 3,8 Milliarden Franken aus.

3. Lückentext. Finden Sie die passenden Wörter und füllen Sie die Lücken.

Kleidungsartikel Preise Lederartikel Berlin handgemachte Einkäufen

... in Deutschland

Eine der besten Shopping-Städte Deutschlands ist Frankfurt. Es gibt viele Plätze, an denen die Läden und Geschäfte reichlich vorhanden sind. Die wichtigsten sind die, die ... und Antiquitäten verkaufen; außerdem findet man viele Fotografie-, Schmuck- und Optikangebote.

In Bayern ist der „Löden“ typisch, eine Tracht, die den Australischen sehr ähnlich ist. In ... kann man nahezu alles finden, obwohl die ... recht teuer sind. Die deutsche Hauptstadt hat verschiedene Einkaufszentren wie den Kurfürstendamm mit mehr als 1000 Läden, von denen die meisten ... verkaufen. In Ostberlin, dem alten Teil der Stadt, kann man viele ... Artikel aus Deutschland und den nahe gelegenen Ländern wie Polen oder Russland finden.

4.2. Praxis Gäste empfangen + Service

(Das ist Nikolaj aus Lvov. Nikolaj besitzt ein kleines Restaurant. Es gibt traditionelles Essen und eine große Auswahl an Wein-Sorten. Nikolaj liebt Wein. Im Sommer trinkt er Weißwein, im Winter Rotwein. Jeden Tag ein Glas. Seine Frau hat ihm zum Geburtstag eine Reise geschenkt. Sie fahren zusammen nach Deutschland, nach Rheinhessen. Das ist eine von 13 Anbauregionen für Wein im Land. Es ist sehr idyllisch dort: grüne Hügel erstrecken sich bis zum Horizont, durchzogen vom glitzernden Rhein.

Dazwischen viele kleine Weindörfer. Nikolaj und seine Frau sind gerade im Hotel „Zur Goldenen Traube“ angekommen. Sie stehen an der Rezeption.

Aufgaben

1. *Brainstorming zum Thema Rezeption (reservieren, Schlüssel, Gepäck – Koffer, Meldeschein, etc.*

2. *Dialog zwischen Gästen und Rezeptionist/-in (Die Gäste sind gerade angekommen. Worüber sprechen Gäste und Rezeptionist/-in? Unterhalten Sie sich in kleinen Gruppen.)*

2. *Sie sind Rezeptionist/-in und begrüßen die Gäste. Ergänzen und spielen Sie den Dialog. (Verweis auf Redemittel oder direkt im Anschluss)*

- _____
- Ich hätte gerne ein Einzelzimmer mit Dusche.

- _____
- Drei Tage.

- _____
- Gut, danke.

- _____
- Ja, hier: diese zwei Koffer. Die Tasche kann ich selbst tragen.

- _____
- Ja, natürlich. In dieses Formular hier?

3. *Ausfüllen eines Anmeldeformulars (?) (Tragen Sie die Personalien von in das Formular ein., Perso + Formular)*

- Wie empfängt man einen Stammgast in Ihrem Heimatland? Worüber spricht man mit ihm?

4. *Sie sind Empfangschef/-in und empfangen Ihre Gäste. Ergänzen und spielen Sie den Dialog.*

- _____
- Guten Tag, wie geht es Ihnen?

- _____
- Gut, danke.

- _____
- Schön, aber ziemlich anstrengend...

- _____
- Ja, wir haben vier Koffer. Und noch eine Bitte: Könnten Sie das Etui hier für uns aufbewahren?

- _____
- Danke sehr.

- _____
- Nein, Danke.

5. Lesen Sie die Sätze a-f. In welcher Reihenfolge passiert was? Nummerieren Sie.

- a) Der Rezeptionist lässt das Gepäck holen.
- b) Der Rezeptionist zeigt dem Gast das Zimmer.
- c) Der Gast möchte wissen, wo er sein Handy im Zimmer aufladen kann.
- d) Der Gast fragt, ob der Rezeptionist Deutsch spricht.
- e) Der Rezeptionist bittet um den Personalausweis.
- f) Das Gast fragt, wie viel das Zimmer kostet.

6. Sie sind Rezeptionist/-in und empfangen einen Gast. Ergänzen und spielen Sie den Dialog.

- _____
- Guten Tag, ich habe vorige Woche ein Doppelzimmer mit Bad reserviert.
- _____
- Joseph Klein. Ich habe eine E-Mail geschickt.
- _____
- Ja, genau zehn Tage.
- _____
- Danke. Ist schon Post für mich da?
- _____
- Danke. Und noch eine Frage: Gibt es hier eine Garage?
- _____

7. Rollenspiel: Der Rezeptionist zeigt dem Gast ein Zimmer. Spielen Sie einen Dialog.

Deutsch? - Ja! - Doppelzimmer + Bad – Nr. ... frei – wie viel? - ... - Zimmer sehen? - Ja, bitte! - Minibar? - Hier! - Okay. Gepäck? - Träger! Ausweis? - Bitte!

Redemittel

<p><i>Gäste begrüßen und empfangen</i> (Schönen) Guten Tag / Morgen / Abend. Bitte schön? Sie wünschen? Womit kann ich dienen? Kann ich Ihnen behilflich sein?</p>	<p><i>Stammgäste empfangen</i> Guten Tag / Morgen / Abend Frau / Herr..., wie geht es Ihnen? / wie war die Reise / der Flug / die Fahrt? / hatten Sie eine gute Reise? Ich freue mich / Wir freuen uns, Sie wiederzusehen / wieder bei uns begrüßen zu können / dürfen.</p>
---	---

<p><i>Gäste willkommen heißen</i> (Seien Sie) herzlich willkommen! Wir wünschen/ Ich wünsche Ihnen einen angenehmen / erholsamen / schönen Aufenthalt!</p>	<p><i>Personalien erfragen</i> Wie heißen Sie? / Wie ist Ihr Name / Vorname, bitte? Wann / wo sind Sie geboren? Wo wohnen Sie? / Wie ist Ihre Adresse? Welche Staatsangehörigkeit haben Sie? Was sind Sie von Beruf?</p>
<p><i>Um den Ausweis bitten</i> Kann ich bitte Ihren Ausweis haben? / Ich bräuchte Ihren Ausweis, bitte. Sie müssten bitte noch das Formular hier ausfüllen. / Könnten Sie sich bitte hier eintragen?</p>	<p><i>Nach dem Gepäck fragen</i> Haben Sie Gepäck? Brauchen Sie einen Gepäckträger? Soll ich das Gepäck / die Koffer aufs Zimmer bringen lassen? Ich schicke sofort einen Träger.</p>

8. Spielen Sie zu zweit Dialoge.

<p>Sie sind Stammgast des Hotels. Sie wollen Ihre Mappe aus dem Safe holen und bitten um Nachsendung von Post. Sie verabschieden sich.</p>	<p>Sie sind Rezeptionistin. Sie holen die Mappe aus dem Safe und notieren die Adresse. Sie verabschieden sich von Ihrem Stammgast und wünschen eine gute Reise.</p>
---	---

9. Finden Sie die passenden Wörter und füllen Sie die Lücken.

- Abreisen – Rechnung – brauchen – Minibar – Service – Bescheid –
 Begrüßung – Flug – nachsehen – Ordnung – buchen – wünsche – Hause
 - Guten Abend, Herr Wolff!
 - Guten Abend. Ich muss schon heute _____... Könnten Sie bitte
 meine _____ schon fertigmachen?
 - Sicher. Sie _____ auch eine Rechnung, nicht wahr?
 - Ja, bitte.
 - Haben Sie heute noch etwas aus der _____ entnommen?
 - Mhm...doch, ein Mineralwasser!
 - Aha...wie haben Sie übrigens den _____ diesmal gefunden?
 - Gut... nur aus der Reinigung habe ich gestern meine Sachen erst in der
 letzten Minute bekommen.
 - Oh, das ist ärgerlich! Da haben wir im Moment neues Personal. Nächstes
 Mal sagen Sie mir bitte sofort _____.
 - Okay, werde ich machen.
 - Hat Ihnen unsere neue _____ „Obst auf dem Zimmer“ denn
 zugesagt?

- Ja, das ist eine gute Idee. Es war sehr angenehm... besonders am ersten Abend, nach dem _____...
- Das freut mich. Also, hier ist Ihre Rechnung. Könnten Sie bitte _____, ob alles stimmt?
- Ja, drei Nächte, Reinigung: zwei Hemden und eine Krawatte, 5 Anrufe, Minibar: 3 Mineralwasser, ein Tonic Water. Ja, alles in _____.
- Schön. Wann sehen wir uns denn das nächste Mal? Soll ich schon für Sie _____?
- Ja, bitte. Ich bin am 25. schon wieder da. Ich danke Ihnen für alles. Bis dann!
- Einen guten Flug _____ ich Ihnen. Kommen Sie gut nach _____!

10. Wer sagt was? Spricht hier der Rezeptionist (R) oder der Gast (G)?

Herzlich Willkommen in unserem Hotel! ____

Um wie viel Uhr gibt es Frühstück? ____

Darf ich Sie zu Ihrem Tisch begleiten? ____

Benötigen Sie einen Weckanruf? ____

Guten Abend, wir haben einen Tisch für zwei Personen reserviert. ____

Hier ist Ihr Zimmerschlüssel. ____

Ist das Ihr Gepäck? ____

Guten Tag, wir hatten ein Doppelzimmer reserviert. ____

Hier ist die Speisekarte. Darf ich Ihnen schon einen Aperitif bringen? ____

Sie haben das Zimmer 312. Das ist im dritten Stock auf der linken Seite.

Würden Sie bitte das Reservierungsformular unterschreiben? ____

Redemittel

<p><i>Bei Verständigungsproblemen rückfragen</i></p> <p>Wie bitte? / Bitte? / Wie war das, bitte?</p> <p>Entschuldigung, ich habe Sie leider nicht verstanden.</p> <p>Könnten Sie das bitte nochmal sagen / buchstabieren / wiederholen?</p> <p>Wie schreibt man das? / wird das geschrieben?</p> <p>Schreibt man das mit ...?</p> <p>Würden Sie das bitte aufschreiben?</p>	<p><i>Jemanden beruhigen</i></p> <p>Keine Sorge.</p> <p>Das ist kein Problem.</p> <p>Machen Sie sich keine Sorgen.</p> <p>Das ist nicht so schlimm.</p> <p>Bleiben Sie ganz ruhig.</p>
--	--

<p><i>Die Abrechnung vorlegen und kommentieren</i></p> <p>Hier ist Ihre Rechnung. Könnten Sie prüfen, ob alles stimmt?</p> <p>Für das Extrabett / die Massage / die Exkursion haben wir Ihnen ... Euro berechnet.</p> <p>Haben Sie noch etwas aus der Minibar genommen?</p> <p>Das sind/ macht dann insgesamt ... Euro.</p> <p>Zahlen Sie bar oder mit Kreditkarte?</p> <p>Brauchen Sie eine Quittung / einen Beleg?</p> <p>Würden Sie bitte hier unterschreiben?</p>	<p><i>Gäste verabschieden</i></p> <p>Sie reisen heute ab?</p> <p>Hoffentlich hatten Sie eine schöne Zeit bei uns!</p> <p>Hoffentlich haben Sie sich bei uns wohl gefühlt!</p> <p>Wir hoffen, Sie kommen nächstes Jahr wieder!</p> <p>Kann ich noch etwas für Sie tun?</p> <p>Sollte ich Sie nicht mehr sehen, wünsche ich Ihnen eine gute Heimfahrt / einen guten Rückflug!</p> <p>Kommen Sie gut nach Hause!</p> <p>Alles Gute!</p> <p>Auf Wiedersehen!</p> <p>Bis nächstes Jahr / nächstes Mal!</p> <p>Grüßen Sie ... von mir!</p>
---	--

4.3. Hauslektüre

Einkaufstourismus: Shoppingflucht wegen hoher Steuern

Den Haag. Mit ihren kräftigen Steuererhöhungen in den zurückliegenden Monaten hat sich die amtierende Haager sozialliberale Regierung unter Ministerpräsident Mark Rutte ein Eigentor geschossen. Denn immer mehr Niederländer sind es leid, die hohen Preise für Benzin, Bier, Tabak, Wein und zahlreiche andere Konsumgüter in ihrem Heimatland zu zahlen. Sie fahren zum Tanken und Einkaufen immer häufiger über die Grenze nach Deutschland und nach Belgien. Selbst Luxemburg wird für Niederländer, die im Süden wohnen, als Einkaufsziel jetzt attraktiv.

Es begann mit dem Benzintourismus, dann folgte der Biertourismus, dann der Tabaktourismus – alles Antworten vieler Niederländer auf die Erhöhung der Bier-, Wein- und Tabaksteuer sowie der Mehrwertsteuer, die von 19 Prozent auf 21 Prozent angehoben wurde. Zuerst florierte der Einkaufstourismus hauptsächlich in den Grenzregionen zu Deutschland und zu Belgien. Doch nun fahren schon Einwohner aus Den Haag nach Deutschland zum Einkaufen, weil sich selbst eine Autofahrt von mehr als einer Stunde bis etwa nach Kleve in Deutschland unter dem Strich rechnet – auch dann noch, wenn man die Benzinkosten abzieht.

Lektion 5. Geschäfts- und Kongresstourismus (zb. Messen, Tagungen)

5.1. Theorie

Lexik

zum Geschäftstourismus zählen	das Messtourismus
aus privaten Gründen	der Bereich
die Incentive-Reisen	die Teilnahme an
ohne Unterbrechung	die Tagung
die Ausstellung	außerhalb
die Umgebung	die geschäftlichen und beruflichen Zwecke
ungebräuchlich	aufhalten
die Gesamtheit	die strategischen und operativen Maßnahmen
zuordnen	unternehmen

Der Bereich des Geschäftstourismus umfasst Reisen auf dem Gebiet des Konferenz- und Kongresstourismus, Messtourismus, Incentive-Reisen, bzw. die Teilnahme an Ausstellungen. Reisen die zum Geschäftstourismus zählen, werden also aus beruflichen oder wirtschaftlichen Gründen unternommen. Sie finden somit nicht in der Freizeit oder aus privaten Gründen statt.

Geschäftstourismus ist die Gesamtheit aller strategischen und operativen Maßnahmen zur Planung, Organisation und Kontrolle der Aktivitäten von Personen, die an Orte außerhalb ihrer gewöhnlichen privaten, geschäftlichen und beruflichen Umgebung reisen, um sich dort zu geschäftlichen und beruflichen Zwecken bis zu höchstens drei Monaten ohne Unterbrechung und ohne Gründung eines Zweitwohnsitzes aufzuhalten.

Diese Definition gilt auch für den „öffentlichen Sektor“. Weil der Begriff Dienstreise gänzlich ungebräuchlich ist, wird dieser Bereich an dieser Stelle dem Geschäftstourismus zugeordnet.

Aufgaben

1. Stimmt das?

1. Weintourismus bedeutet touristische Aufenthalte, bei denen die landschaftlichen Merkmale von Bergregionen im Vordergrund stehen.
2. Die Branchen Gastronomie und Tourismus müssen stets die Trends nach den Wünsche der Gäste erkennen und umsetzen.
3. Der Wein und die lokale Gastronomie der jeweiligen Regionen mit der Kultur sind materiell getrennt.

4. Die charakteristischen Bauelementen für Weinbauregionen sind Vegetationsperiode der Weinrebe, Kelteranlagen oder Weinhöfen.
 5. Insgesamt wird der Weintourismus von den Weinproduzenten, Touristen und den Reisenden abhängig.

2. Verbinden Sie die passenden Satzteile

Bei gezielten Einkäufen im grenznahen Ausland	machen diverse Autoren aufmerksam.
Anders als der europäische Weinbau	. ist das durch den Wein motivierte Reisen ein junges Phänomen.
Auf die Verflechtung von Kultur und Weintourismus	das touristische Angebot rund um den Wein allmählich aus.
In Deutschland und Österreich breitet sich	Frankreich, Italien und Spanien – gewinnt der Weintourismus
Obwohl Wein seit Jahrhunderten zur europäischen Lebenskultur zählt,	keine einheitliche Definition von Weintourismus.
Auch in den klassischen Ländern der Weinproduktion –	blickt der Weintourismus auf eine kurze Geschichte zurück

3. Lückentext. Finden Sie die passenden Wörter und füllen Sie die Lücken.
Platz Unterlagen Visitenkarten Wichtigste Veranstaltungen Messe-Profis ANZEIGE

Hier noch einige Tricks und Tipps von ...:

Misten Sie tagsüber beim Messebesuch eingesammelte ... gleich abends im Hotel (oder spätestens sofort nach Ihrer Rückkehr im Büro) aus. Behalten Sie nur das

Notieren Sie konsequent, wem Sie ... und Info-Material übergeben haben und welche Kontakt-Vereinbarungen getroffen wurden. Falls der ... reicht, schreiben Sie diese Notizen am besten auf die Rückseite von Visitenkarten, die Sie selbst bei Ihrem Messebesuch erhalten haben.

Auch und gerade auf ... gilt: Rufen Sie Gesprächspartner an, falls vereinbarte Termine nicht pünktlich eingehalten werden können.

5.2. Praxis. Gästen und Interessenten Auskünfte geben

Das ist Juriy aus Charkiv. Er ist Geschäftsmann. In seinen drei Geschäften verkauft er Teppiche. Und auch privat mag er Teppiche. In seinem Haus am Stadtrand von Charkiv liegt in jedem Zimmer ein originelles Stück. Juriy ist immer auf der Suche nach neuen, interessanten Modellen. Im Januar plant er nach Deutschland, nach Hannover, zu reisen. Dort findet jedes Jahr die „Domotex-Messe“ statt. Das ist eine der größten Teppich-Messen der Welt. Unter anderem wird dort der „Carpet Design Award“ verliehen, ein Preis für den kreativsten Teppich-Designer. Juriy freut sich sehr darauf. Er ist

gerade im Hotel in Hannover angekommen. Jetzt möchte er wissen, wie er am besten zum Messegelände kommt. Und wo man abends essen gehen kann...

Aufgaben

1. Ihre Gästen haben Fragen an Sie. Was empfehlen Sie in welchem Fall? Ordnen Sie zu.

1. „Entschuldigung, meine Frau und ich würden heute Abend ins Konzert oder in die Oper gehen, hätten Sie da einen Tipp für uns?“
2. „Wir möchten heute nachmittag gern etwas mit der ganzen Familie unternehmen. Haben Sie vielleicht eine Idee, was wir machen könnten?“
3. „Wir werden uns gern die Stadt ansehen, aber nicht so viel laufen.“
4. „Entschuldigung, können Sie mir vielleicht helfen? Ich würde nach meinem Seminar heute Abend gern noch etwas Sport treiben.“
5. „Guten Tag. Mein Mann und ich interessieren uns sehr für Technik. Wir haben gehört, dass es da ein gutes Museum in der Stadt gibt.“

A „Warum gehen Sie nicht mit den Kindern in den Zoo? Er ist bis 18 Uhr geöffnet.“

B „Ja, das Museum für Verkehr und Technik ist sehr beliebt. Es ist in der Torstraße.“

C „Sie könnten eine Stadtrundfahrt mit dem Bus machen. Die Haltestelle ist direkt vor dem Rathaus und die Buße fahren an allen - sehenswürdigkeiten vorbei.“

D „Oh, da kann ich Ihnen die Aufführung von „Carmen“ in der Deutschen Oper empfehlen. Ich kann gern einmal anrufen und fragen, ob es noch Karten gibt.“

E „Ganz hier in der Nähe ist ein Fitness-Studio. Dort gibt es auch ein Schwimmbad.“

2. Bilden Sie den Dialog. Stellen Sie die Sätze in richtiger Reihenfolge.

1. Guten Tag, ich möchte gerne einen Wagen mieten.

- Für wie lange möchten Sie den Wagen mieten?

Natürlich. Kein Problem.

- Tja, ein komfortables...

- Und um wie viel Uhr werden Sie ihn abholen?

- 2 Tage.

- Morgen früh

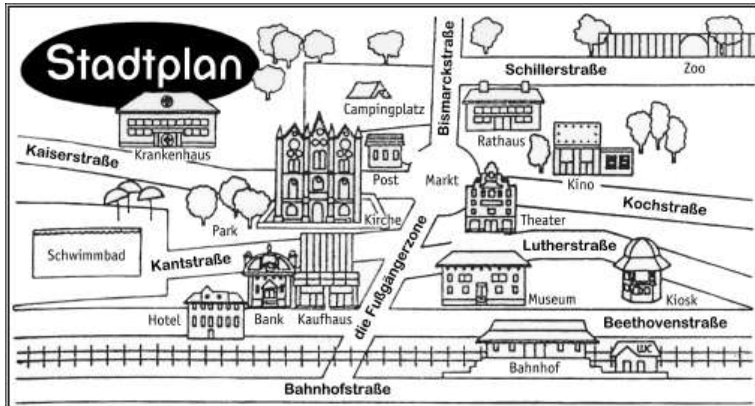
- Selbstverständlich! Was für ein Auto möchten Sie denn?
- Schauen Sie mal hier, unser Katalog mit Preisliste.
- Danke.
- Danke... Ja, ich hätte gerne den BMW, unbedingt mit Klimaanlage.
- Gegen 8.
- Würden Sie dann bitte das Formular hier ausfüllen?
- Wann brauchen Sie das Auto denn?

3. *Wegerklärung. Suchen Sie das Hotel auf dem Stadtplan. Beantworten Sie die Fragen:*

- a) Wie kommt man zur Klinik?
- b) Wie kommt man zum Theater?
- c) Wie kommt man zum Campingplatz?
- d) Wie kommt man zum Zoo?
- e) Wie kommt man zum Schwimmbad?
- f) Wie kommt man zum Rathaus

Redemittel

Richtungsangaben: schräg, gegenüber, an ... vorbei, durch den Park, über die Brücke, nach rechts, über den Platz, nach links/rechts, geradeaus



4. *Schauen sie den Stadtplan an. Suchen Sie die angegebenen Destinationen.*

1. Sie stehen auf dem Markt. Gehen Sie die Bismarckstraße entlang bis zur Schillerstraße. Dort biegen Sie rechts ab. Auf der linken Seite sehen Sie

_____.

2. Sie stehen vor dem Theater. Gehen Sie in die Fußgängerzone, und dann links bis zu der nächsten Kreuzung. Biegen Sie in die Beethovenstraße links ab, und gehen Sie bis zum Ende der Straße. Dort auf der linken Seite sehen Sie _____.
3. Sie stehen vor dem Hotel. Gehen Sie rechts bis zur Fußgängerzone, und dann links bis zum Markt. Am Marktplatz biegen Sie rechts ab. Auf der linken Seite neben einem Baum sehen Sie _____.
4. Sie stehen am Campingplatz. Gehen Sie in die Bismarckstraße, überqueren Sie den Markt, und gehen Sie die Straße entlang bis zur Beethovenstraße. In die Beethovenstraße biegen Sie rechts ab. Das zweite Gebäude auf der rechten Seite ist _____.

5. Lesen Sie den Lückentext. Ergänzen Sie die fehlenden Wörter:

Taxi, Blumen, geschlossen, ruft, Feiertagen, eingeladen, Josephsplatz, Nähe, zweiten, regnen, Blumengeschäft, U-Bahn, Regenschirm

Eine Dame will _____ kaufen und fragt den Portier, wo sie ein _____ befindet. Der Portier _____ zuerst bei einem Blumenladen in der _____ an. Der ist aber _____. Die Frau ist ratlos, weil sie am Abend _____ ist. Der Portier sagt ihr, dass es am _____ einen Laden gibt, der auch an _____ 24 Stunden auf hat, und erklärt ihr den Weg. Sie kann die _____ nehmen und an der _____ Station aussteigen. Da es aber inzwischen angefangen hat zu _____, bittet die Dame um einen _____. Zum Schluss lässt sie ein _____ bestellen.

6. Spielen Sie Dialoge zwischen Gast und Rezeptionist/-in. Beziehen Sie sich dabei auf Ihren Heimatort.

Der Gast sucht dringend eine Apotheke. Es regnet.

Der Gast will ein Spielzeug kaufen. Er ist in Eile.

Der Gast möchte eine deutsche Zeitung kaufen. Er möchte nicht mit dem Taxi fahren.

Der Gast möchte in einem typischen Restaurant zu Abend essen. Sie bittet um Tischreservierung.

Der Gast möchte eine CD mit Musik Ihres Landes kaufen. Er braucht ein Fachgeschäft.

Der Gast muss zur Industriemesse. Sie braucht ein Taxi.

Der Gast braucht dringend einen Zahnarzt. Er möchte einen Termin.

7. Ergänzen und spielen Sie Dialoge.

- Ist das Wetter bei Ihnen gut?

- _____ (leider, Regen)

- Wie ist die Wettervorhersage für morgen?
- _____ (Sonne)
- Wie ist die Temperatur am Tag?
- _____ (20-25 Grad Celsius)
- Kann man bei Ihnen schon Ski fahren?
- _____ (ja, Schnee)
- Wie hoch liegt der Schnee?
- _____ (50-80 cm)
- Sind die Straßen schneefrei?
- _____ (nein, Schnee)
- Wie ist das Wetter?
- _____ (kalt, Sonne) (kann man mit Bilderchen)

8. Ergänzen Sie den Lückentext.

Herr Leonhard bittet den Rezeptionisten darum, _____ zu _____ - Er möchte vier _____ für das Stück _____ für den Abend reservieren.

Die Plätze sollen im _____ sein, möglichst in den ersten _____ und _____.

Der Rezeptionist _____ die Theaterkasse an.

Am Abend sagt er Herrn Leonhard Bescheid.

Er hätte vier Plätze in der _____ und fragt Herrn Leonhard, ob er daran _____ sei. Herr Leonhard nimmt die Plätze zum _____ von 27 Euro und fragt, um wie viel Uhr die _____ beginnt. Er wird die Karten direkt an der _____ abholen.

9. Spielen Sie einen Dialog zwischen Rezeptionist/-in und Gast.

- Sie begrüßen den Gast.
- Er erwidert den Gruß.
- Er bittet um die Bestellung von Theaterkarten.
- Sie fragen, in welche Vorstellung er gehen möchte...
- ...
- ...und wieviele Karten er braucht.
- ...
- ...und wo er sitzen möchte
- ...
- Sie werden da erledigen.
- Er fragt, wann er Bescheidbekommen kann.
- ...

- Sie haben die Karten reserviert und sagen dem Gast, dass er sie an der Abendkasse abholen kann.
- Er bedankt und verabschiedet sich.
- Sie erwidern den Gruß.

Redemittel

<p><i>Jemanden ansprechen</i></p> <p>Entschuldigen Sie?! / Entschuldigung?! - Ja, (bitte)?</p>	<p><i>Ortsangaben im Hotel machen</i></p> <p>Entschuldigung, wie komme ich zu/r/m...? Der/die/das ist im Erdgeschoss / Untergeschoss / im ersten, zweiten, dritten Stock / in der ersten, zweiten, dritten Etage / neben dem / der ... Nehmen Sie die Treppe / den Fahrstuhl. Gehen Sie (hier) den Gang entlang. Es ist die erste, zweite, dritte Tür links / rechts.</p>
<p><i>Sehenswürdigkeiten empfehlen</i></p> <p>In unserer Stadt haben wir / gibt es... Da können Sie ... sehen. Sie könnten zum Beispiel ansehen. Dieser Ort ist sehr berühmt / malerisch/ schön. Fahren Sie unbedingt nach/in/zu... Es lohnt sich! Dort gibt es viele Sehenswürdigkeiten. Ein Muss ist natürlich...</p>	<p><i>Konzert- und Theaterkarten vermitteln</i></p> <p>Für welches Theater/ welche Vorstellung? Möchten Sie lieber Parkett oder Loge? In welcher Reihe? Möchten Sie die Plätze nebeneinander?</p> <p>Die Karten kosten... Sie bekommen die Karten an der Theaterkasse kurz vor / eine Stunde vor Vorstellungsbeginn.</p>
<p><i>Ortsangaben machen</i></p> <p>Kommen Sie, ich zeige Ihnen den Weg. Warten Sie mal, da muss ich überlegen / das muss ich recherchieren. Fahren / Gehen Sie hier links / rechts / geradeaus. Und dann... Nehmen Sie die erste / zweite Querstraße / Parallelstraße ... Biegen Sie in die erste / zweite Straße links / rechts ein... Überqueren Sie... Zur Kreuzung / ...straße sind es ungefähr ... Meter / ... Minuten zu Fuß. Zum Bahnhof sind es ca. ... Minuten mit dem Taxi.</p>	<p><i>Leihwagen vermitteln</i></p> <p>Was für ein Auto möchten Sie? Hier ist der Katalog mit Preisliste. Wann brauchen Sie den Wagen? Um wie viel Uhr werden Sie den Wagen abholen? Für wie lange möchten Sie den Wagen mieten? Dieses Auto hat Klimaanlage / Servolenkung / Airbags / ...</p>

5.3. Hauslektüre

Ausstellungsarten

Zu den dauerhaften Ausstellungen zählen ständig zur Schau gestellte Sammlungen, beispielsweise aus dem Fundus von Museen. Eine thematisch und zeitlich begrenzte Ausstellung wird als Sonderausstellung bezeichnet, wird diese nach dem Abbau an einem anderen Ort neu aufgebaut, so wird sie Wanderausstellung genannt. Stellt ein Künstler eigene Gemälde in einer kommerziell ausgerichteten Galerie aus, wird die Ausstellung auch als Accrochage (frz. für „Aufhängung“) bezeichnet.

Der Vielfalt der Exponate sind keine Grenzen gesetzt. Unterschieden werden kann beispielsweise nach Themen zwischen:

- Ausstellungen zu bestimmten Aspekten der Geschichte und ihrer Spezialgebiete
- kulturell ausgerichtete Ausstellungen (Kunstaussstellungen, Präsentation von archäologischen Funden, Produkten des Kunsthandwerkes und der Volkskunst, usw.),
- wissenschaftlich ausgerichtete Ausstellungen,
- technisch ausgerichtete Ausstellungen, usw.

Wenn es sich bei den Exponaten um käufliche Produkte des Handels und der Industrie oder um Dienstleistungen handelt, die zu ihrer Kommerzialisierung vorgestellt werden, und wenn die Veranstaltung in regelmäßigen Abständen stattfindet, so wird diese als Messe bezeichnet.

Eine Weltausstellung ist eine technisch und kunsthandwerklich ausgerichtete internationale Leistungsschau.

Als Veranstaltungsort kann je nach Art der Ausstellung jede geeignete private oder öffentliche Räumlichkeit dienen. Typische Ausstellungsorte sind unter anderem Museen, Kunsthallen, Galerien, Ausstellungspaläste, Rathäuser, Kirchen, Ausstellungs- und Messehallen.

So bereiten Sie einen Messebesuch vor

Die wichtigsten Punkte, die Sie berücksichtigen sollten, wenn Sie einen Messebesuch planen. Ehe Sie sich überhaupt für einen Messebesuch entscheiden, sollte für Sie eindeutig sein, dass er wirklich notwendig ist.

Wann immer Sie zu dem Ergebnis kommen, dass für die vorgesehenen Kontakte und erhofften Informationen eigentlich kein Messebesuch nötig ist, macht der zeitliche und finanzielle Aufwand keinen Sinn. Überprüfen Sie diese Punkte vor Ihrem Messebesuch:

Über Inhalte der Veranstaltung sind Sie genau informiert

Ziele des Besuchs sind abgesteckt

Geklärt: Lässt sich der Messebesuch mit anderen Terminen vor Ort oder auf der Reise kombinieren?

Geplant: Mit wem sollen konkrete Gesprächstermine beim Messebesuch verabredet werden?

Informiert: Gibt es interessante Begleitveranstaltungen (Vorträge, Seminare), deren Besuch sich lohnen könnte?

Zu besuchende Firmen, Personen und Zusatzveranstaltungen sind festgelegt

Zeitplan für die Reise ist aufgestellt

Übernachtung ist geklärt

Anfahrt ist geklärt

Tageszeitpläne für den Messebesuch sind geklärt

Fragen und Gesprächsthemen sind als Notizen schriftlich vorbereitet

Visitenkarten und Notizpapier sind ausreichend vorhanden

Eigenes Informationsmaterial ist ausreichend vorhanden

Technische Hilfsmittel (Notebook, Diktiergerät) sind mobil einsatzbereit

Bequemes „eingelaufenes“ Schuhwerk ist vorhanden, auch zum Wechseln abends

Quellenangaben

1. Barberis P. Deutsch im Hotel / Barberis P., Bruno E. – Ismaning : Max Hueber Verlag, 2008. – 144 S.
2. Born K. Erfolgreich in Gastronomie und Hotellerie / Born K., Burghard S., Lehmann C. – Berlin : Cornelsen Verlag, 2011. – 88 S.
3. Hering A. Geschäftskommunikation / Hering A., Matusser M. – Ismaning : Max Hueber , 2000. – 240 S.
4. Aus aller welt/deutschland tourismus das sind die beliebtesten reisestaedte [Elektronischer ресурс]. – Режим доступа: <http://www.handelsblatt.com/panorama/aus-aller-welt/deutschland-tourismus-das-sind-die-beliebtesten-reisestaedte/>. – Назва з екрана.
5. Was touristen an deutschland lieben [Elektronischer ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nzz.ch/aktuell/panorama/was-touristen-an-deutschland-lieben>. – Назва з екрана.
6. Sprachcaffe deutschland [Elektronischer ресурс]. – Режим доступа: http://www.sprachcaffe-deutschland.com/reco_berl.html. – Назва з екрана.

Навчально-методичне видання

КОБЗАР Олена Іванівна

ДРУГА ІНОЗЕМНА МОВА

Німецька мова

Навчальні завдання та методичні рекомендації

Головний редактор М. П. Гречук
Редактор-коректор В. Л. Яременко
Комп'ютерна верстка О. С. Корніліч

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 3.
Тираж 14 пр. Зам. № 233/103.

Видавець і виготовлювач
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,
к. 115, вул. Коваля, 3, м. Полтава, 36014; ☎ (0532) 50-24-81

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців,
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 3827 від 08.07.2010 р.