



# 3 MEDIEN

## 1 Mediennutzung → AB 43/Ü2

a Sehen Sie das Bild an. Welche Medien benutzt die junge Frau im Zug? Was kann sie damit alles machen?

b Welche Medien benutzte man vor circa 20 Jahren für diese Aktivitäten? Sammeln Sie zu zweit und vergleichen Sie dann im Kurs.

Smartphone / Tablet  
mobil telefonieren  
Nachrichten im Internet  
lesen  
...

früher  
nur zu Hause telefonieren  
...

c Haben Sie selbst ein Smartphone oder einen Tablet-PC? Wo und wofür nutzen Sie das Gerät am häufigsten?

d Gibt es Situationen, in denen Sie lieber ein „traditionelles“ Medium nutzen? Wenn ja, wofür?

## 2 Lesegewohnheiten

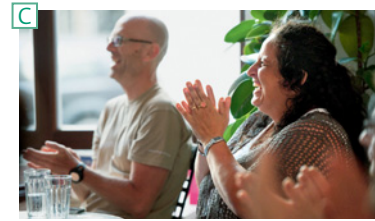
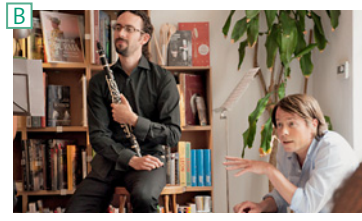
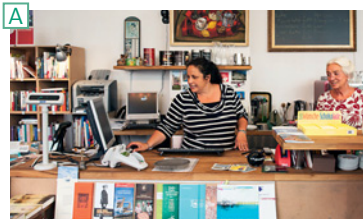
a Arbeiten Sie zu viert. Schreiben Sie Orte, an denen man lesen kann, jeweils auf ein Kärtchen.

b Ziehen Sie nun reihum ein Kärtchen und erzählen Sie, was, wie häufig und mit welchem Medium Sie an diesem Ort lesen.

# SEHEN UND HÖREN 1

## 1 Ein erster Eindruck

Sehen Sie die Bilder an. Wo wurden sie wohl aufgenommen? Was wird dort angeboten?



## 2 Ein besonderer Laden → AB 44/Ü3

09  
DVD1

a Sehen und hören Sie eine Fotoreportage zu diesem Laden. Bringen Sie die Themen der Reportage in die richtige Reihenfolge.

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Veranstaltungen in der Buchhandlung   | <input type="checkbox"/> Sitzgelegenheiten vor dem Buchladen |
| <input type="checkbox"/> Einrichtung und Angebote im Buchladen | <input type="checkbox"/> Zielgruppe des Ladens               |
| <input type="checkbox"/> Lebensstationen der Buchhändlerin     | <input type="checkbox"/> Kommentare der Kunden               |

b Sehen und hören Sie die Fotoreportage nun in Abschnitten.

10  
DVD1

**Abschnitt 1: Beantworten Sie die Fragen.**

1 Was bietet der Laden seinen Kunden?

2 Wie heißt der Laden?

11  
DVD1

**Abschnitt 2: Beantworten Sie die Fragen.**

1 Was ist im Zentrum des Buchladens?

3 Was bekommt man an der „Hörbar“?

2 Welche Bücher werden von Frau Geier im Hauptraum präsentiert? Notieren Sie. *Neuheiten*, ...

4 Warum gibt es eine Landkarte?

5 Was ist für die kleinen Gäste geboten?

12  
DVD1

**Abschnitt 3: Welcher Kunde sagt was? Ordnen Sie zu.**

Kundin 1 ...	findet die Veranstaltungen im Buchladen toll.
Kunde 2 ...	unterhält sich gern mit der Besitzerin.
Kunde 3 ...	kauft fast immer ein Buch.
	lässt sich Bücher empfehlen.
	findet, dass der Laden die Kunden zum Kaufen animiert.
	hat den Laden zufällig entdeckt.

13  
DVD1

**Abschnitt 4: Was hat die Buchhändlerin in ihrem Leben gemacht? Ergänzen Sie Stichworte.**

- in Budapest \_\_\_\_\_
- in Mannheim \_\_\_\_\_
- in München \_\_\_\_\_

14  
DVD1

**Abschnitt 5: Beantworten Sie die Fragen.**

1 Wer liest einmal im Monat in der Buchhandlung?

2 Was soll „Buch & Bohne“ für das Stadtviertel sein?

3 Wie beurteilt Frau Geier die Entwicklung ihrer Buchhandlung?

## 3 Ihr Buchladen. Berichten Sie.

- Wo kaufen Sie Ihre Bücher meistens ein?
- Würden Sie auch gern einmal zu „Buch & Bohne“ gehen? Warum (nicht)?

Ich kann jetzt ...

- in einer Fotoreportage verstehen, was eine Buchhandlung ihren Kunden alles bietet.
- Kundenbewertungen zu dieser Buchhandlung verstehen.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 1 Sophies Geburtstag

Sophies Clique will gemeinsam ein Geburtstagsgeschenk für Sophie kaufen. Lesen Sie die E-Mail, die ein Freund aus ihrer Clique geschrieben hat. Welche Geschenkvorschlage macht er?

Liebe Freunde,

wie Ihr wisst, feiert Sophie in zwei Wochen ihren 30. Geburtstag und hat uns alle eingeladen. Was haltet Ihr davon, wenn wir ihr zusammen ein tolles Geschenk machen? Ich hätte da auch schon eine Idee: Wie wäre es mit neuem „Stoff“ für unsere „Leseratte“? Seid Ihr einverstanden?

Ich könnte mir vorstellen, dass sie sich über einen großformatigen Bildband freuen würde. Wie wäre es mit „Deutschland – Entdeckung von oben“? Das sind Luftaufnahmen von Deutschland. Passt doch zu ihr als Gleitschirmfliegerin, oder? ☺



Eine Alternative wäre, ihr ein elektronisches Buch und ein dafür geeignetes Lesegerät zu schenken. Ich hab ja zu Weihnachten den ReaderXpress bekommen. Einerseits bin ich persönlich total begeistert von diesem Lesegerät und habe seitdem kein Buch mehr angerührt. Andererseits ist das auch nicht jedermanns Sache, so ein E-Book. Viele greifen noch gern zum gedruckten Buch, vor allem Ältere. Und Sophie ist ja (jetzt) auch nicht mehr die Jüngste. (Ha, ha...)

Der schöne Bildband und das Lesegerät würden übrigens in etwa gleich viel kosten. Bitte schreibt mir doch bald Eure Meinung zu meinen Vorschlägen, dann werden wir sicher etwas Passendes für unsere liebe Sophie finden!

Herzliche Grüße  
Euer Stefan

## 2 Argumentieren und überzeugen

Welche Argumente sprechen *für* und welche *gegen* ein E-Book als Geschenk? Arbeiten Sie zu zweit.

Argumente für E-Books	Argumente gegen E-Books
<p>man kann viele Bücher auf dem Lesegerät speichern</p> <p>...</p> 	<p>man muss zuerst ein Lesegerät kaufen</p> <p>...</p> 

## 3 Antwort an Stefan → AB 44–45/U4–5

Welches Geschenk würden Sie Sophie machen? Verfassen Sie mithilfe der Redemittel eine Antwort an Stefan. Denken Sie auch an Anrede, Einleitung, Schluss und Grüß.

Argumente formulieren

„Die Idee, ... zu ..., ist prima!  
Beide Vorschläge finde ich interessant, denn ...  
Ich habe bereits Erfahrungen mit ...  
... hat ... den Vorteil, dass man ...  
Andererseits spricht auch einiges für ...

Zum Beispiel braucht man dafür kein/e ...  
Ich könnte mir gut vorstellen, dass ...  
Alles in allem scheint mir ... das passendere Geschenk zu sein.“

Ich kann jetzt ...

- Argumente für unterschiedliche Geschenkvorschlage in einer E-Mail verstehen.
- Argumente für und gegen ein E-Book als Geschenk sammeln.
- eine Antwortmail mit Argumenten für ein bestimmtes Geschenk verfassen.

☺	☹	☹
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1 Sehen Sie das Bild an.

- a Beschreiben Sie die Situation.
- b Haben Sie so etwas Ähnliches auch schon erlebt? Erzählen Sie.



2 Das Leseverhalten der Jugend → AB 45/Ü6

- a Lesen Sie den Anfang eines Zeitungsartikels. Worum geht es? Markieren Sie.

Im Artikel steht, dass ...

- Jugendliche bald überhaupt nicht mehr Zeitung lesen.
- junge Leute trotz intensiver Internet-Nutzung noch gern Zeitung lesen.
- die „Young digital natives“ nur noch im Internet Zeitung lesen.

**Das Leseverhalten der Jugend**

Entgegen aller Befürchtungen erfreuen sich Tageszeitungen auch bei Heranwachsenden nach wie vor großer Beliebtheit: Wie eine repräsentative Umfrage ergeben hat, nutzen Jugendliche zwischen 13 und 20 Jahren zwar erwartungsgemäß vor allem das Internet, um sich Informationen aller Art zu besorgen. Doch auch die „Young digital natives“ – Teenager also, die bereits mit dem Internet aufgewachsen sind – lesen dennoch weiterhin gern Printmedien. Dieser Trend ist für die Entwicklung der Medienbranche sehr interessant. Deshalb beschäftigen sich zunehmend mehr Experten damit und suchen nach Erklärungen.

- b Welche Gründe könnte es Ihrer Meinung nach für diese Entwicklung geben?
- c Lesen Sie nun den Artikel weiter und ordnen Sie die Zwischenüberschriften zu. Zwei Überschriften passen nicht.

*Gleichaltrige als Vorbilder*

*Jugend imitiert Verhalten der Eltern*

*Printmedien erfreuen sich wachsender Beliebtheit*

*Zeitungen in Deutschland fast doppelt so beliebt wie in Nordamerika*

*Keine großen Veränderungen im Medienkonsum*

*Printmedien wegen ihres übersichtlichen Aufbaus beliebt*

1 \_\_\_\_\_

10 Jeder Dritte (35 Prozent) gibt an, dass Tageszeitungen zu seinen liebsten Printprodukten gehören – gleich nach Romanen (64 Prozent) und vor Nachrichtenmagazinen (34 Prozent). Man stellte Jugendlichen unter anderem die Frage, wie sich ihr Medienverhalten in den vergangenen zwei Jahren verändert

15 habe. Fast ein Drittel der Befragten (31 Prozent) antwortete, heute sogar mehr Tageszeitungen als früher zu lesen. Den Fernsehkonsum haben nur 15,4 Prozent der Jugendlichen ausgebaut. Die Nutzung von Handys und Smartphones dagegen ist bei jedem zweiten Befragten gestiegen. Diese Zahlen deuten darauf hin, dass sich der Medienkonsum nicht so stark wie erwartet zugunsten der digitalen Medien gewandelt hat.

20 \_\_\_\_\_



2 \_\_\_\_\_

Tatsächlich greift auch in Zeiten der digitalen Revolution noch immer ein Großteil der deutschen Bevölkerung zu Zeitungen und Zeitschriften, statt sich nur im Netz über das nationale und internationale Weltgeschehen zu informieren. Zwar sind die Auflagen seit Jahren rückläufig, aber es ist

25 dennoch in vielen Haushalten noch immer an der Tagesordnung, lokale oder überregionale Zeitungen zu lesen. Hierzulande schauen 70 Prozent der Erwachsenen regelmäßig in ihre Tageszeitung, in den USA tun dies nur rund 40 Prozent.

# LESEN 1

3

30 Dass viele Jugendliche nach wie vor gerne Zeitungen lesen, erklären Experten folgendermaßen:  
Die Artikel in den Printmedien würden nach Themenkomplexen zusammengestellt. Außerdem  
schätzten Heranwachsende das optisch ansprechende, übersichtliche Angebot von Artikeln über  
nationale Politik, über Wirtschaft und Sport bis hin zu Kultur in einer bestimmten Reihenfolge.  
Viele Internetseiten könnten da bislang nicht mithalten.

4

35 „Die lebenslangen Wertevorstellungen werden in der Jugend von den Eltern geprägt“, meint Beraterin  
Goldhammer. „Das ist eine andere Erklärung für die Popularität der Tagespresse.“  
Er sagt, die Mehrzahl der heutigen Teenager sei in Haushalten aufgewachsen, in denen Zeitungen  
einfach dazugehörten. Diese Gewohnheit zeige oft ein Leben lang Wirkung.

- d Welche Gründe für das Leseverhalten der Jugendlichen werden im Text genannt?  
Vergleichen Sie mit Ihren Vermutungen aus 2b.

### 3 Verweiswörter im Text → AB 46–47/Ü7–9

GRAMMATIK

Übersicht → S. 52/1

- a Lesen Sie folgende Sätze aus dem Text. Wofür stehen die fett gedruckten  
Pronomen? Formulieren Sie zunächst die passende Frage und beantworten Sie diese dann.

Deshalb beschäftigen sich zunehmend mehr Experten **damit** (...). (Zeile 8/9)

Frage: **Womit** beschäftigen sich zunehmend mehr Experten?

Antwort: **Mit diesem Trend.**

- 1 Diese Zahlen deuten **darauf** hin, dass sich der Medienkonsum nicht so stark wie erwartet  
zugunsten der digitalen Medien gewandelt hat. (Zeile 19/20)

Frage: \_\_\_\_\_ ?

Antwort: **Darauf, dass**

- 2 ..., in den USA tun **dies** nur rund 40 Prozent. (Zeile 27)

Frage: **Was** \_\_\_\_\_ ?

Antwort: \_\_\_\_\_

- 3 **Das** ist eine andere Erklärung für die Popularität der Tagespresse. (Zeile 36)

Frage: \_\_\_\_\_ ?

Antwort: **Dass**

- b Ergänzen Sie in den folgenden Sätzen **dadurch, daran, damit, das**.

1 Die digitale Revolution hat dazu geführt, dass fast alle Informationen im Internet zur Verfügung  
stehen. **Dadurch** braucht man eigentlich immer weniger Printmedien.

2 Jugendliche lesen heutzutage mehr Zeitung als vor einigen Jahren.  
\_\_\_\_\_ hat mich überrascht.

3 In den Familien der jungen Leute **gab es meist eine Tageszeitung**.  
\_\_\_\_\_ hatten sie sich gewöhnt.

4 Zeitungsartikel sind **thematisch klar geordnet und optisch gut präsentiert**.  
\_\_\_\_\_ überzeugen sie auch jugendliche Leser.

Ich kann jetzt ...

■ darüber spekulieren, warum Jugendliche immer noch gern Zeitung lesen.

■ einem Zeitungsartikel Erklärungen für das Leseverhalten junger Menschen entnehmen.

■ Verweiswörter verstehen und anwenden.



3

# WORTSCHATZ

## 1 Medienbranche

a Sehen Sie die Bilder an. Wie heißen die Berufe der abgebildeten Personen? Ergänzen Sie.

Redakteur/in • Fotograf/in • Regisseur/in • Journalist/in • Nachrichtensprecher/in • Stylist/in / Maskenbildner/in • Schauspieler/in • Kamerafrau/mann • Drehbuchautor/in



A \_\_\_\_\_

C \_\_\_\_\_

E \_\_\_\_\_

B \_\_\_\_\_

D \_\_\_\_\_

F \_\_\_\_\_



G \_\_\_\_\_

H \_\_\_\_\_

I \_\_\_\_\_

b Was tun die Personen in a? Ordnen Sie zu. Manche Tätigkeiten passen zu mehreren Berufen.

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> einen Artikel verfassen      | <input type="checkbox"/> einen Artikel überarbeiten            |
| <input type="checkbox"/> eine Rolle spielen           | <input type="checkbox"/> ein Drehbuch verfassen                |
| <input type="checkbox"/> einen Film drehen            | <input type="checkbox"/> Prominente fotografieren              |
| <input type="checkbox"/> Hintergründe recherchieren   | <input type="checkbox"/> Interviews führen                     |
| <input type="checkbox"/> hinter der Kamera stehen     | <input type="checkbox"/> die Maske machen                      |
| <input type="checkbox"/> Nachrichten vorlesen         | <input type="checkbox"/> Pressefotos machen                    |
| <input type="checkbox"/> zum Fernsehpublikum sprechen | <input type="checkbox"/> Regie führen                          |
| <input type="checkbox"/> eine Seite gestalten         | <input type="checkbox"/> eine Buchvorlage umschreiben          |
| <input type="checkbox"/> das Skript auswendig lernen  | <input type="checkbox"/> die Schauspieler schminken und stylen |
| <input type="checkbox"/> eine Szene filmen/aufnehmen  | <input type="checkbox"/> einen Drehort aussuchen               |

c Quiz: Schreiben Sie zu zweit Sätze wie im Beispiel. Notieren Sie die Lösung auf der Rückseite. Tauschen Sie dann Ihre Sätze mit einem anderen Team und lösen Sie die Aufgaben.

Die Regisseurin  
 Die Nachrichtensprecherin muss Hintergründe für einen Artikel recherchieren.  
 Die Journalistin

# WORTSCHATZ

## 2 Filmgenres → AB 48/Ü10

- a Lesen Sie die Adjektive. Welche passen aus Ihrer Sicht zu den verschiedenen Filmgenres? Arbeiten Sie zu zweit und ordnen Sie jeweils 3 Adjektive zu. Manche passen mehrmals.

aktuell • authentisch • turbulent • bilderreich • gefühlvoll • grausam • gruselig • handlungsarm • humorvoll • informativ • langweilig • lehrreich • lustig • amüsant • reißerisch • temporeich • un/sachlich • abwechslungsreich • romantisch • traurig • un/interessant • unterhaltsam • witzig • ereignisreich • ...

Komödie: \_\_\_\_\_ Liebesfilm: \_\_\_\_\_  
 Krimi: \_\_\_\_\_ Thriller: temporeich, \_\_\_\_\_  
 Horrorfilm: \_\_\_\_\_ Science-Fiction: \_\_\_\_\_  
 Dokumentarfilm: \_\_\_\_\_ Literaturverfilmung: \_\_\_\_\_  
 Historienfilm: \_\_\_\_\_ Western: \_\_\_\_\_

- b Welche Filme sehen Sie gern? Welche nicht so gern? Warum? Arbeiten Sie zu viert und nennen Sie auch Beispiele.

Also, ich mag **Liebesfilme** total gern. Ich finde sie so **romantisch** und **gefühlvoll**. Ich kenne einen deutschen Film – **Keinohrhasen** –, der ist auch sehr **lustig**. ...

## 3 Wortbildung: Nachsilben bei Adjektiven → AB 48/Ü11

**GRAMMATIK**  
Übersicht → S. 52/2

- a Notieren Sie alle unterschiedlichen Endungen und ordnen Sie die Adjektive zu.

-isch: authentisch \_\_\_\_\_  
-ig: gruselig \_\_\_\_\_  
-ent, -ant: \_\_\_\_\_  
-... \_\_\_\_\_

- b Welche Endungen haben eine Bedeutung? Erklären Sie.  
 c Was fällt bei den Adjektiven mit den Endungen **-ent**, **-ant**, **-iv** und **-ell** auf? Markieren Sie.

„humorvoll“ bedeutet sicher, dass da viel Humor drin steckt!

- Sie drücken alle etwas Positives aus.  
 Sie werden von einem Nomen abgeleitet.  
 Sie kommen aus einer anderen Sprache.

### Lerntipp Wortbildung

In der deutschen Sprache gibt es zahlreiche Möglichkeiten zur Wortbildung durch Endungen. Von Verben kann man Adjektive oder Nomen ableiten, z. B. sich unterhalten – unterhaltsam – die Unterhaltung. Von Adjektiven lassen sich häufig Nomen und Verben ableiten, z. B.: aktuell – die Aktualität – etwas aktualisieren. Aus manchen Nomen kann man Adjektive bilden, z. B. der Witz – witzig oder das Tempo – temporeich.



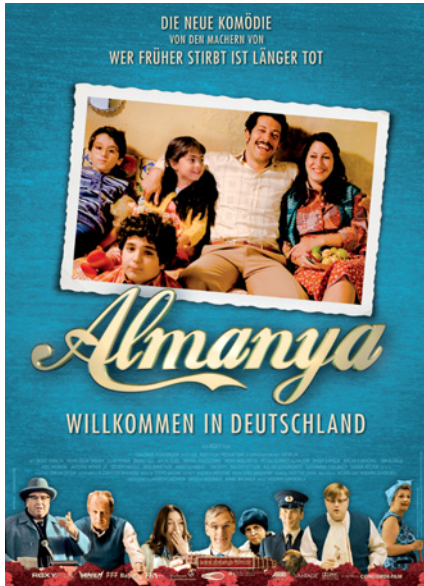
Ich kann jetzt ...

- beschreiben, was man in verschiedenen Berufen der Medienbranche macht.
- Filmgenres mit Hilfe von Adjektiven charakterisieren.
- einige Wortbildungsregeln bei Adjektiven verstehen und anwenden.

😊	😐	☹️
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

# HÖREN

## 1 Sehen Sie die Filmplakate an. Welcher Film würde Sie interessieren?



## 2 „Almanya – Willkommen in Deutschland“

Hören Sie einen Radiokommentar zum Film in Abschnitten.

CD 13  
CD 1

### Abschnitt 1

Was ist richtig? Markieren Sie.

- 1 Der kleine Cenk steht wie seine Cousine Canan manchmal gefühlsmäßig zwischen zwei Kulturen.
- 2 Hüseyin und Fatma, ihre türkischen Großeltern, fühlen sich inzwischen in Deutschland zu Hause.
- 3 Die Großeltern verraten niemandem, dass sie vor Kurzem offiziell Deutsche geworden sind.
- 4 Hüseyin möchte aber bald für immer in das neu gekaufte Haus in der Türkei zurückziehen.
- 5 Die Familie unternimmt gemeinsam eine Reise in die Türkei.
- 6 Während dieser Reise erfährt Cenk die Geschichte seiner Familie.

CD 14  
CD 1

### Abschnitt 2

1 Wie findet der Kritiker den Film? Markieren Sie.

- unterhaltsam, aber nicht sehr authentisch       einfühlsam und humorvoll

2 Warum gelingt es den Filmemacherinnen so gut, die Welt in „Almanya“ darzustellen?

---

3 Wie viele Menschen haben den Film im ersten Jahr in Deutschland gesehen?

---

4 Bei welchem Wettbewerb erhielt der Film zwei Preise?

---

## 3 Würden Sie den Film gern ansehen? Warum (nicht)? → AB 50/Ü13

**Wussten Sie schon?** → AB 49/Ü12

Als deutsch-türkisches Kino werden Filme von Regisseuren aus der türkischen Zuwanderergruppe im deutschsprachigen Raum bezeichnet. In den 1970er- und 1980er-Jahren wurden nur einige wenige Filme über Migranten und ihre Schwierigkeiten im Leben in der neuen Heimat produziert, wie z. B. „40 qm Deutschland“ von Tevfik Baser (1985). Erst ab Ende der 1990er-Jahre entwickelte sich ein vielfältigeres „Kino der doppelten Kulturen“ von Filmemachern aus der zweiten Einwanderergeneration, wie beispielsweise Fatih Akin („Gegen die Wand“). Ein beliebtes Filmgenre sind inzwischen Komödien, deren Komik durch das Aufeinandertreffen unterschiedlicher Kulturen und Wertvorstellungen entsteht.





## 4 Wir brauchen Kinokarten.



- a Was macht die Person auf dem Bild? Markieren Sie.
- die Sterntaste drücken
  - die Rautetaste drücken
- b Benny und seine Freundin Rebecca wollen zusammen ins Kino gehen. Hören Sie die Telefonansage in Abschnitten. Ergänzen Sie und markieren Sie.

C15  
CD1

### Abschnitt 1

- 1 Wo ruft Benny an? \_\_\_\_\_
- 2 Was kann man mit der Tastatur des Telefons noch machen?
  - Karten \_\_\_\_\_
  - den aktuellen \_\_\_\_\_ hören
  - einen anderen \_\_\_\_\_ wählen
- 3 Welche Taste drückt Benny? \_\_\_\_\_

C16  
CD1

### Abschnitt 2

- 1 Wie viele Filme werden angekündigt? \_\_\_\_\_
- 2 Sind alle für Kinder freigegeben? \_\_\_\_\_
- 3 Welche Taste muss man für eine Reservierung drücken? \_\_\_\_\_
- 4 Was kann man über das Telefon alles eingeben? Markieren Sie.
  - Filmauswahl
  - Uhrzeit
  - Sitzplatznummer
  - Anzahl der Karten
  - Platzkategorie

C17  
CD1

### Abschnitt 3

- 1 Was hat Benny reserviert? Ergänzen Sie.  
Den Film um für Kategorie
- 2 Was müssen die beiden bis spätestens 19.45 Uhr machen? \_\_\_\_\_

## 5 Uneingeleitete *wenn*-Sätze → AB 50/Ü14

GRAMMATIK  
Übersicht → S. 52/3

- a Lesen Sie den Satz. Welcher Satz drückt das Gleiche aus? Markieren Sie.

*Möchten Sie reservieren oder Informationen zum Spielplan erhalten, drücken Sie bitte die 1.*

- Möchten Sie reservieren oder Informationen zum Spielplan erhalten oder die 1 drücken?
- Wenn Sie reservieren oder Informationen zum Spielplan erhalten möchten, drücken Sie die 1.

- b Bilden Sie Nebensätze mit *wenn*.

- 1 Möchten Sie in der vorderen Kategorie sitzen, drücken Sie bitte die 2.
- 2 Möchten Sie einen anderen Tag auswählen, drücken Sie bitte die 3.
- 3 Haben Sie keine Cinecard, drücken Sie bitte die 1.
- 4 Brauchen Sie noch weitere Informationen, warten Sie bitte auf den nächsten freien Mitarbeiter.
- 5 Suchen Sie einen bestimmten Film, geben Sie den Namen auf der Tastatur ein.

1 Wenn Sie in der vorderen Kategorie sitzen möchten, drücken Sie bitte die 2.

- c Wortstellung: Ergänzen Sie jeweils die Wörter *wenn* und *das Verb*.

- Im normalen Nebensatz steht \_\_\_\_\_ in Position 1, \_\_\_\_\_ steht am Ende.
- Im uneingeleiteten Nebensatz steht \_\_\_\_\_ in Position 1, \_\_\_\_\_ fällt weg.

Ich kann jetzt ...

- den Filminhalt und die Meinung einer Filmkritikerin verstehen.
- verstehen, wie man Kinokarten per Telefonansage bestellt.
- uneingeleitete *wenn*-Sätze verstehen und anwenden.



### 1 Wozu lädt das Schild ein? Markieren Sie.

- am Sonntagabend gemeinsam Spiele zu spielen
- sonntags den Tatort eines Verbrechens zu besuchen
- sonntags in einer Kneipe gemeinsam einen Fernsehkrimi anzusehen



### 2 Das „Tatort-Public-Viewing“

Lesen Sie die folgende Reportage und beantworten Sie die Fragen.

- 1 Was sehen Gäste in manchen Lokalen am Sonntagabend?  
die Krimiserie „Tatort“
- 2 Was hat man in einer Publikumsbefragung herausgefunden?
- 3 Wie kam Christian Rotzler auf die Idee, in seiner Kneipe den „Tatort“ zu zeigen?
- 4 Was ist an „Tatort-Sonntagen“ dort anders als sonst?
- 5 Wo gibt es „Kalte Morde – heiße Suppe“ und welche Idee steckt dahinter?
- 6 Wodurch hebt sich der „Tatort“ in den Augen des Publikums von anderen Sendungen ab?

## TATORT Kneipe

Sonntagabend: Um die 60 Menschen drängen sich auf engstem Raum in einer kleinen Bar zusammen und starren gebannt auf eine Großleinwand. Es kommt kein Fußball im Fernsehen, es gab auch kein welterschütterndes Ereignis, das man im Fernsehen verfolgen muss und es wird kein internationaler Song-Wettbewerb gezeigt. Wie seit mittlerweile gut 40 Jahren flimmert auch diesen Sonntag wieder der „Tatort“ über die Bildschirme – und inzwischen sogar über Großleinwände. Die deutscheste aller Krimiserien überhaupt ist nach so langer Zeit immer noch die erfolgreichste: Er wurde gerade erst in einer Umfrage gleich nach „Wer wird Millionär?“ von den Zuschauern zu ihrer Lieblingsserie gekürt. Besonders bemerkenswert ist aber, dass „Tatort“ auch beim jungen Publikum beliebt ist. Die Serie ist mittlerweile Kult bei jungen Menschen, und um das „Tatort“-Schauen zu einem besonderen und gemeinschaftlichen Erlebnis zu machen, haben sich einige Kneipenwirte etwas Besonderes einfallen lassen: das „Tatort-Public-Viewing“.

In der Bar von Christian Rotzler läuft der Sonntag-Abend-Krimi bereits seit ein paar Jahren. Denn Rotzler ist „Tatort“-Fan. Er dachte sich, wenn er schon Sonntagabend arbeiten muss, dann könnte er seinen „Tatort“ ja am Arbeitsplatz schauen und gleich ein Event daraus machen. Nachdem die Bar für die Fußball-WM 2006 einen Beamer angeschafft hatte und seitdem „Tatort“ auf Großleinwand zeigt, kam der große



Ansturm. Christian kann sich inzwischen gar nicht mehr vorstellen, den Krimi alleine anzuschauen. Der Wirt sorgt dafür, dass die Gäste ihre Getränke haben, denn zum „Tatort“ ist der Laden immer voll mit „netten, gemütlichen Saft- und Rotwein-Trinkern“. Selbstverständlich ist Wirt Christian interessiert daran, dass die Gäste zufrieden sind. Und er findet es großartig, so viele Menschen mit seinen Kneipen-Fernsehhabenden glücklich zu machen.

Essen zum „Tatort“ auf der Großleinwand gibt es auch anderswo – und das sogar umsonst. In der Freiburger Mensabar hat der „Internationale Club“ damit begonnen, das „Tatort“-Schauen im großen Stil zu organisieren. Seit einiger Zeit gibt es hier jeden Sonntagabend „Tatort-Public-Viewing“ unter dem Motto „Kalte Morde – Heiße Suppe“. Die Studenten bekommen einen Teller Suppe umsonst, um das durchgefeierte Wochen-

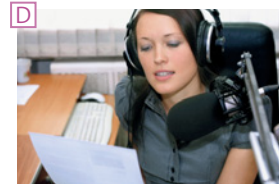


# SPRECHEN

## 1 Nachrichtenquellen

Ordnen Sie den Nachrichtenquellen die Bilder zu.

- Radionachrichten    Tageszeitungen    Fernsehnachrichten    Live-Ticker



## 2 Projekt: Meldungen aus Nachrichten präsentieren → AB 54/Ü19

- a Entscheiden Sie sich nun für eine Nachrichtenquelle. Lesen, hören oder sehen Sie die Nachrichten des Tages und wählen Sie eine interessante Meldung aus.
- b Analysieren Sie als Vorbereitung für Ihre Präsentation die ausgewählte Meldung nach folgenden Punkten:

- Wie wird die Nachricht präsentiert?
  - als Lesetext    als Hördatei    mit Bildern    als ...
- Wie finden Sie die grafische/bildliche Darstellung der Nachrichten?
 

(un-)übersichtlich • gut bebildert • ansprechend • weckt Neugierde • ...
- Wie ist die sprachliche Gestaltung in Bezug auf ...?
  - Logik
  - Komplexität
  - Verständlichkeit
- Schlagen Sie schwierige Wörter im Wörterbuch nach und erklären Sie sie später in Ihrer Präsentation.
- Notieren Sie nun kurze Antworten auf die W-Fragen.  
**Was ist geschehen? Wer steht im Mittelpunkt der Nachricht?**  
**Wo und wann hat es sich ereignet? Wie kam es dazu? Warum ...?**

- c Halten Sie jetzt mithilfe folgender Redemittel Ihre Nachrichtenpräsentation.

eine Nachrichtenmeldung zusammenfassen und bewerten

- „Die folgende Nachricht stammt aus ... vom ...  
 Sie ist dort als ... mit ... präsentiert.  
 Die Nachricht ist auf ... Weise präsentiert/dargestellt, denn ...  
 Der Text ist gut verständlich/logisch aufgebaut / ...  
 Sprachlich anspruchsvoll/gelungen/interessant ... finde ich ...  
 Diese Wörter aus dem Text möchte ich zuerst erklären/erläutern:  
 Am ... ereignete sich in ... Folgendes: ...  
 Man erfährt außerdem, dass ...  
 Ich habe die Nachricht gewählt, weil ...  
 Aus folgendem Grund habe ich den Artikel ausgesucht: ... “

Ich kann jetzt ...

- Nachrichten aus den Medien auswählen und anhand eines Fragenkatalogs analysieren.
- anderen Nachrichten verständlich und klar strukturiert präsentieren.



# SEHEN UND HÖREN 2

## 1 „KOKOWÄÄH“ [kɔkovɛ]

- a Sehen Sie die beiden Bilder aus einem deutschen Kinofilm an. Um was für ein Filmgenre handelt es sich wohl?
- b Was meinen Sie? Wovon handelt der Film? Arbeiten Sie zu zweit und vergleichen Sie im Kurs.



## 2 Sehen Sie den Filmtrailer zu „KOKOWÄÄH“ in Abschnitten. → AB 55/Ü20

15  
DVD1

### Abschnitt 1

Was erfährt Henry aus dem Brief?

16  
DVD1

### Abschnitt 2

1 Sehen Sie den Film zunächst ohne Ton und beantworten Sie die Fragen.

- Mit wem spricht Henry wohl per Skype?
- Worüber sprechen die beiden vermutlich miteinander?
- Wer könnte der andere Mann sein?
- Was passiert, als Henry und Magdalena zusammen essen?

16  
DVD1

2 Sehen Sie den Film nun mit Ton und beantworten Sie die Fragen.

- Waren Ihre Vermutungen richtig?
- Was bedeutet der Titel des Films „Kokowääh“?
- Warum wird er wohl falsch geschrieben?
- Wie könnte die Geschichte weitergehen?

17  
DVD1

### Abschnitt 3

1 Berichten Sie:

- Was passiert in Henrys und Magdalenas Alltag?
- Wer ist die dunkelhaarige Frau?

2 Was möchte der andere Mann von Henry? Markieren Sie.

- Er will Henry Magdalena wegnehmen.
- Henry soll Magdalena zu ihrer Mutter zurückbringen.
- Henry soll sich wie ein richtiger Vater um Magdalena kümmern.

### Abschnitt 4

18  
DVD1

1 Hören Sie den Abschnitt ohne Bild. Henry schüttet „sein Herz aus“. Was ist mit ihm passiert und wem erzählt er das wohl?

19  
DVD1

2 Sehen Sie den Abschnitt nun mit Bild. War Ihre Vermutung richtig?

3 Was meinen Sie? Wie geht die Geschichte weiter?

20  
DVD1

### Abschnitt 5

Was erleben Henry und Magdalena zusammen? Beschreiben Sie die Vater-Tochter-Beziehung.

## 3 Würden Sie den Film gern ansehen? Warum (nicht)?

Ich kann jetzt ...

- Vermutungen zu Filmausschnitten anstellen.
- verstehen, in welcher Beziehung die Personen im Film zueinander stehen.
- darüber spekulieren, wie die Geschichte im Film weitergeht.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3

## 1 Verweiswörter im Text ← S. 43/3

Verweiswörter sind Präpositionalpronomen (*damit, darauf, ...*) oder Demonstrativpronomen (*das, dies, ...*). Sie nehmen Bezug auf einen vorhergehenden oder nachfolgenden Satz/Satzteil.

Bezug	Satz mit Verweiswort	Bezug
Dieser Trend ist für die Medienbranche sehr interessant.	Deshalb beschäftigen sich zunehmend mehr Experten <b>damit</b> .	
	Diese Zahlen deuten <b>darauf</b> hin,	dass sich der Medienkonsum nicht gewandelt hat.
Wertevorstellungen werden in der Jugend von den Eltern geprägt.	<b>Das</b> ist eine andere Erklärung für die Popularität der Tagespresse.	
Hier schauen 70 Prozent der Erwachsenen in ihre Tageszeitung.	In den USA tun <b>dies</b> nur rund 40 Prozent.	

## 2 Wortbildung: Nachsilben bei Adjektiven ← S. 45/3

Adjektive werden häufig von einem Nomen oder Verb abgeleitet. Meist haben sie eine Endung. Typische Adjektivendungen sind die Nachsilben *-lich, -ig, -isch, -sam, -arm, -reich, -voll, -iv, -ent, -ant, -ell*. Adjektive, die aus dem Lateinischen stammen, enden oft auf *-iv, -ant, -ell*, z. B. *informativ, intensiv, interessant, tolerant, aktuell, sensationell*.

## 3 Uneingeleitete wenn-Sätze ← S. 47/5

Konditionale Nebensätze mit *wenn* können verkürzt werden. Sie beginnen dann mit dem konjugierten Verb, *wenn* entfällt.

**Wenn** Sie reservieren **möchten**, drücken Sie die 1. → **Möchten** Sie reservieren, drücken Sie die 1.

## 4 dass-Sätze und ihre Entsprechungen

### a dass-Satz oder Infinitiv + zu ← S. 49/4

Ist das Subjekt oder Objekt im Hauptsatz identisch mit dem Subjekt im *dass*-Satz, bildet man den Nebensatz häufig mit Infinitiv + *zu*.

Nach Verben des Sagens (*sagen, antworten, berichten, ...*) der Wahrnehmung (*sehen, hören, bemerken, lesen*) und des Wissens (*wissen, vermuten, zweifeln*) steht **kein** Infinitiv + *zu*.

dass-Satz	Nebensatz mit Infinitiv + zu
Der Wirt kann sich inzwischen gar nicht mehr vorstellen, <b>dass er den Krimi allein anschaut</b> .	Der Wirt kann sich inzwischen gar nicht mehr vorstellen, <b>den Krimi allein anzuschauen</b> .
Ich bitte <b>ihn, dass er die Rechnung bezahlt</b> .	Ich bitte ihn, <b>die Rechnung zu bezahlen</b> .
<b>Er</b> weiß, dass <b>er</b> mit den Stammgästen rechnen kann.	<i>nicht möglich</i>

### b dass-Sätze als Ergänzung ← S. 49/5

*dass*-Sätze stehen häufig anstelle einer Nominativ-, Akkusativ- oder Präpositionalergänzung im Satz.

Satz mit Ergänzung	Nebensatz mit dass
Besonders bemerkenswert ist <b>der Erfolg von „Tatort“ bei jüngeren Leuten</b> . ( <i>Nominativergänzung</i> )	Besonders bemerkenswert ist, <b>dass „Tatort“ bei jüngeren Leuten erfolgreich ist</b> .
Viele geben <b>ihre Schwäche für den „Tatort“ zu</b> . ( <i>Akkusativergänzung</i> )	Viele geben zu, <b>dass sie eine Schwäche für den „Tatort“ haben</b> .
Der Wirt <b>sorgt für die Getränke der Gäste</b> . ( <i>Präpositionalergänzung</i> )	Der Wirt <b>sorgt dafür, dass die Gäste ihre Getränke haben</b> .

## Quellenverzeichnis

Cover: © Bader-Butowski/Westend61/Corbis

### Kursbuch

- Seite 13: © Hueber Verlag/Florian Bachmeier
- Seite 14: von oben nach unten: © fotolia/contrastwerkstatt, © Thinkstock/iStockphoto, © iStockphoto/Andresr, © Thinkstock/Digital Vision
- Seite 18: oben © Thinkstock/Wavebreak Media; unten © istock/Elenathewise
- Seite 19: oben © Thinkstock/iStockphoto; unten © fotolia/Irina Fischer
- Seite 20: 1 © Thinkstock/iStockphoto; 2 © PantherMedia/Paul Simcock; 3 © iStockphoto/PinkTag; 4 © fotolia/Gordon Grand
- Seite 21: © Thinkstock/iStockphoto
- Seite 22: 1, 3 und 4 © Thinkstock/iStockphoto; 2 © Hueber Verlag
- Seite 23: © Filmakademie Baden-Württemberg, „Annie und Boo“, Johannes Weiland, 2003
- Seite 25: © Alessandra Schellnegger/SZ Photo
- Seite 26: A © Mitteldeutsche Zeitung/Lutz Winkler; B © fotolia/contrastwerkstatt; C © Thinkstock/iStockphoto
- Seite 27: © Thinkstock/Stockbyte
- Seite 29: © Thinkstock/iStockphoto
- Seite 30: links © Thinkstock/Ciaran Griffin; rechts © Thinkstock/iStockphoto; Texte Berufsporträts Corporate Blogger/Social Media Manager und Text Web-Guerillas: „Überraschung auf allen Kanälen“, Jutta Pilgram, SZ vom 06.08.2011
- Seite 34/35: Text „Das kann den Job kosten“, Nicola Holzapfel, www.sueddeutsche.de vom 21.12.2009
- Seite 36: © Uwe Fenner
- Seite 39: © picture-alliance/Bodo Marks
- Seite 40: A, B und C: © Erol Gurian
- Seite 41: links © Thinkstock/iStockphoto; rechts © iStockphoto/ajt
- Seite 42: © picture-alliance/David Ebener
- Seite 42/43: Text „Junge Menschen lesen immer noch Zeitung“, Ileana Grabitz, WELT ONLINE vom 19.05.2011
- Seite 46: links © Roxy Film; rechts © barefoot films GmbH/Béla Jarzyk Production GmbH/Warner Bros. Entertainment GmbH
- Seite 48: oben © Thinkstock/iStockphoto; unten © Hueber Verlag
- Seite 48/49: Text „TATORT Kneipe“ nach „Schimanskis Fanmeile: Das Tatort-Public-Viewing“, fudder, Neuigkeiten aus Freiburg, online verlag gmbh freiburg
- Seite 50: A © fotolia/svort; B © iStockphoto/Alexander Podshivalov; C © fotolia/ag visuell; D © Thinkstock/iStockphoto
- Seite 51: © barefoot films GmbH/Béla Jarzyk Production GmbH/Warner Bros. Entertainment GmbH
- Seite 53: © Diakonie Württemberg
- Seite 55: A © Thinkstock/iStockphoto; B © Thinkstock/Brand X Pictures; C © fotolia/Ralf Hahn; D © www.auszeit-weltweit.de; E © picture-alliance/Andreas Gebert; F © mauritius images/Cusp
- Seite 57: links © Getty Images/Digital Vision; rechts © iStock/MissHibiscus
- Seite 58: links © action press/Jochen Zink; rechts © imago/CHROMORANGE
- Seite 60: © Caro/Oberhaeuser
- Seite 65: © Unilever/Dove
- Seite 66: © iStockphoto/Ronald Hope
- Seite 68: © RelaXimages.com
- Seite 69: © glowimages/imagebroker.com
- Seite 72/73: Text „Wie fit sind Sie?“ © www.netigo.de
- Seite 74: © fotolia/Alexander Rochau
- Seite 75: links © iStockphoto/Steve Debenport; rechts © iStockphoto/Christopher Futcher
- Seite 77: Logo und Foto © Kerstin Klauer-Hartmann
- Seite 78: A © picture-alliance/Robert B. Fishman; B © Thinkstock/iStockphoto; C © Thinkstock/Fuse
- Seite 80: Landkarte Schweiz © fotolia/artalis; A und C © Thinkstock/iStockphoto; B © Thinkstock/Hemera
- Seite 82: von oben nach unten: © fotolia/Pfluegl, © Thinkstock/iStockphoto, © iStock/tupungato, © Thinkstock/iStockphoto, © Thinkstock/iStockphoto, © fotolia/johas
- Seite 83: von oben nach unten: © iStockphoto/vincevoigt, © Thinkstock/Top Photo Group, © Thinkstock/Medioimages/Photodisc, © PantherMedia/Andreas Weber
- Seite 84: 1 © picture-alliance/Wolfram Stein; 2 © picture-alliance/Eventpress Herrmann; 3 © fotolia/Ingo Wiederoder; A © Thinkstock/Ron Chapple Studios; B © Thinkstock/iStockphoto
- Seite 85: C © Thinkstock/iStockphoto
- Seite 86: © Thinkstock/iStockphoto
- Seite 87: von oben nach unten: © Thinkstock/Top Photo Group, © Thinkstock/Image Source, © iStockphoto/nonimatge, © Thinkstock/iStockphoto
- Seite 86/87: Text „Zehn Dinge die Sie noch nicht wussten über... Städte“, www.sueddeutsche.de
- Seite 88: A © www.sportfoto.ws; B © SZ Photo/Catherina Hess; C © Gregor Feindt
- Seite 89: A © action press/Sebastian Widmann; B © Thinkstock/iStockphoto

## Arbeitsbuch

- Seite 9: © Thinkstock/iStock  
Seite 10: © Thinkstock/Fuse  
Seite 11: oben: © iStockphoto/Stalman;  
unten: © iStockphoto/Yuri\_Arcurs  
Seite 12: © iStockphoto/Nikola Miljkovic  
Seite 13: © iStockphoto/attator  
Seite 14: © iStockphoto/redmal  
Seite 15: © iStockphoto/victorhe2002  
Seite 17/18: Wie man Freunde fürs Leben findet:  
© Elite Partner/Dr. Wolfgang Krüger  
Seite 19: © Thinkstock/Photodisc  
Seite 20: © www.Tigerfriends.com  
Seite 21: © Thinkstock/Hemera; Text aus „Annie und  
Boo“, Johannes Weiland, 2003 © Filmaka-  
demie Baden-Württemberg GmbH  
Seite 26: © Thinkstock/iStockphoto  
Seite 27: © Thinkstock/Pixland  
Seite 28: © fotolia/contrastwerkstatt  
Seite 29: Entspannungspausen-Tipps: © www.zeit.de  
Seite 31: © Thinkstock/Creatas  
Seite 32: © Shotshop.com/marcus  
Seite 35: © Thinkstock/iStockphoto  
Seite 38: oben: © fotolia/Robert Kneschke; unten:  
© Thinkstock/Hemera  
Seite 39: oben: © Speed-Der Film, www.speed-  
derfilm.de; unten: © PantherMedia/Dmitry  
Kalinovsky  
Seite 43: oben: © Thinkstock/iStockphoto;  
unten: © iStockphoto/wdstock  
Seite 44: alle: © Erol Gurian  
Seite 47: © Thinkstock/iStockphoto  
Seite 49: © picture alliance/Sueddeutsche Zeitung  
Photo/Alessandra Schellnegger;  
Interview von Linda Tutmann „Auch mit  
Kopftuch kann man die Hosen anhaben“ aus  
Focus Schule, 08.04.2011 © Magazin Schule,  
www.magazin-schule.de  
Seite 50: © Thinkstock/Wavebreak Media  
Seite 51: © Thinkstock/iStockphoto  
Seite 52: oben: © Suhrkamp, © Thinkstock/iStock-  
photo; unten v.l.n.r. © iStock/Stalman,  
© Thinkstock/Banana Stock, © iStockphoto/  
kevinruss, © PantherMedia/Yuri Arcurs  
Seite 53: oben: © Thinkstock/Digital Vision;  
unten: © PantherMedia/Thomas Kohring  
Seite 55: unten © Thinkstock/iStockphoto; Plakat  
Kokowääh © barefoot films GmbH/Béla  
Jarzyk Production GmbH/Warner Bros.  
Entertainment GmbH  
Seite 56: Gedicht lichtung: Ernst Jandl, poetische  
Werke, hrsg. von Klaus Siblewski © 1997  
Luchterhand Literaturverlag, München, in  
der Verlagsgruppe Random House GmbH  
Seite 59: oben: © iStockphoto/vgajic; unten links:  
© iStockphoto/Donna Coleman; unten  
rechts: © Thinkstock/iStockphoto  
Seite 60: © Thinkstock/iStockphoto  
Seite 61: oben: © Thinkstock/iStockphoto;  
unten: © iStockphoto/ImagesbyTrista,  
© Thinkstock/Digital Vision, © Thinkstock/  
iStockphoto  
Seite 63: © Thinkstock/iStockphoto  
Seite 64: oben: © PantherMedia/Ferli Achirulli; unten:  
© Digitalstock/V. Goegele  
Seite 65: oben: © Hueber Verlag/Florian Bachmeier;  
unten: © Thinkstock/iStock/tyler olson  
Seite 66: alle © HWK-Stuttgart, Leonardo da Vinci-  
Projekt „Team Volterra“  
Seite 67: oben: © HWK-Stuttgart, Leonardo da Vinci-  
Projekt „Team Volterra“; unten:  
© iStockphoto/Alberto Pomares  
Seite 68: © Thinkstock/Stockbyte  
Seite 69: © www.vorstudium-kunst.de  
Seite 71: oben: © www.theater-wuerzburg.de; unten:  
© Thinkstock/iStockphoto  
Seite 78: © Thinkstock/iStockphoto; Model-Bilanz:  
© www.brigitte.de  
Seite 79: oben: © RelaXimages.com 2011; unten:  
© Thinkstock/iStockphoto  
Seite 82: oben: © Thinkstock/iStockphoto; unten:  
© Thinkstock/iStockphoto  
Seite 83: © Thinkstock/Brand X Pictures  
Seite 87: oben: © Thinkstock/Wavebreak Media;  
unten: © Thinkstock/iStockphoto  
Seite 88: oben: © Medico&Vital Center; unten:  
© Hueber Verlag/Katharina Huber; Meer-  
salzgrotte in Baden-Baden: © [http://www.  
baden-baden.de/gesundheitskur-wellness/  
salina-meersalzgrotte/](http://www.baden-baden.de/gesundheitskur-wellness/salina-meersalzgrotte/)  
Seite 91: Stadt(ent)führung Dresden, Text und Bilder:  
© Kerstin Klauer-Hartmann; unten: © Think-  
stock/iStockphoto  
Seite 92: oben: © Thinkstock/iStockphoto; unten:  
© fotolia/Thomas Reimer  
Seite 95: von oben: © fotolia/paul prescott, © iStock-  
photo/Loic Bernard, © Thinkstock/iStock-  
photo, © fotolia  
Seite 96: von oben: © Thinkstock/iStockphoto,  
© fotolia/Werner Heiber,  
© PantherMedia/Dieter Brockmann  
Seite 97: Was ist diese Woche in Zürich los:  
© www.zuerich.com  
Seite 98: A © Liechtenstein Marketing, B © Liechten-  
steiner Alpenverein, C © iStockphoto/Dirk  
Baltrusch, D © Thinkstock/Hemera,  
E © PantherMedia/Ruslan Olinchuk,  
F © Bankenverband Liechtenstein  
Seite 100: © fotolia/photo 5000  
Seite 101: v.l.n.r.: © Thinkstock/iStockphoto, © iris-  
blende.de, © Clipdealer/Darren Baker, ©  
Thinkstock/Purestock  
Audios: zu Arbeitsbuch, Lektion 5, Übung 9: mit  
freundlicher Genehmigung von Kenta Kuhne