

Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования «Витебский государственный
университет имени П.М. Машерова»
Кафедра иностранных языков

О.А. Агабалаева

**DEUTSCH
FÜR DIE TOURISMUSBRANCHE
НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

Практическое пособие

Часть II

*Витебск
ВГУ имени П.М. Машерова
2013*

УДК 811.112.2'38(075.8)

ББК 81.432.4-923.7

A23

Печатается по решению научно-методического совета учреждения образования «Витебский государственный университет имени П.М. Машерова». Протокол № 4 от 20.12.2012 г.

Автор: старший преподаватель кафедры иностранных языков ВГУ имени П.М. Машерова **О.А. Агабалаева**

Рецензент:

исполняющий обязанности заведующего кафедрой немецкой филологии ВГУ имени П.М. Машерова, кандидат филологических наук

Н.О. Лапушинская

Агабалаева, О.А.

A23 Deutsch für die Tourismusbranche = Немецкий язык в сфере туризма : практическое пособие / О.А. Агабалаева. – Витебск : ВГУ имени П.М. Машерова, 2013. – Часть II. – 51 с.

Цель практического пособия – подготовить студентов к использованию немецкого языка в будущей профессиональной деятельности в сфере туризма как в устной, так и письменной форме общения.

Данное издание предназначено для студентов высших учебных заведений, имеющих базовые знания по немецкому языку и обучающихся по специальности 1-23 01 12-04 «Музейное дело и охрана историко-культурного наследия (культурное наследие и туризм)». Настоящее практическое пособие может быть рекомендовано студентам смежных специальностей, а также всем лицам, изучающим немецкий язык и работающим в сфере туризма или интересующимся туристической индустрией.

УДК 811.112.2'38(075.8)

ББК 81.432.4-923.7

© Агабалаева О.А., 2013

© ВГУ имени П.М. Машерова, 2013

Предисловие (Vorwort)

Данное издание предназначено для студентов высших учебных заведений, имеющих базовые знания по немецкому языку и обучающихся по специальности 1-23 01 12-04 «Музейное дело и охрана историко-культурного наследия (культурное наследие и туризм)»; также может быть рекомендовано студентам высших и средних специальных учебных заведений, обучающихся по смежным специальностям; лицам, избравшим для себя туризм как вид профессиональной деятельности; всем, кто изучает немецкий язык и желает расширить свои знания о Германии.

Основной целью практического пособия является подготовка студентов к использованию немецкого языка в будущей профессиональной деятельности в устной и письменной формах общения. Данный учебный материал позволяет также расширить и углубить знания учащихся по специальности.

В основу учебного издания положены аутентичные материалы из немецкой современной литературы по туризму. При отборе текстового материала в качестве основного критерия служила информативная ценность текстов, т.е. их соответствие будущей специальности и интересам студентов.

Учебный материал организован по модульно-тематическому принципу. Модуль состоит из нескольких тем. Каждая тема представлена двумя типами текстов, предназначенных для обучения разным видам чтения: текст А предназначен для обучения изучающему чтению, текст В – для обучения ознакомительному чтению.

Каждый текст предваряет список лексических единиц (Wortschatz), употребление, управление и сочетаемость которых с другими словами демонстрируется в примерах.

Предтекстовые упражнения направлены на снятие лексических и некоторых грамматических трудностей, возникающих при чтении текста.

Послетекстовые упражнения направлены на закрепление нового лексического материала, формирование речевых умений и навыков, развитие монологической и диалогической речи, а также на умение анализировать прочитанный текст, организовывать и интерпретировать информацию, выделять смысловые вехи и определять главную мысль, размышлять о полученной информации.

Таким образом, разработанные упражнения способствуют как формированию иноязычной коммуникативной компетенции учащихся, так и развитию их речемыслительной деятельности.

MODUL III. TOURISMUSWIRTSCHAFT: ZENTRALE AKTEURE UND BEDEUTUNG

Thema 1. Reiseveranstaltung und Reisevermittlung

Text A

1. Machen Sie sich mit den Wörtern zum Text A bekannt.

eine Funktion wahrnehmen (a, o) брать на себя функцию

Der traditionelle Reiseveranstalter nimmt die Funktion der Organisation/Veranstaltung der Pauschalreise wahr.

die Wertschöpfungskette цепочка видов деятельности, создающих стоимость

Man kann verschiedene Stufen der Wertschöpfungskette in einem Unternehmen integrieren.

der Anbieter, -s, = продавец

bündeln связывать

Der Reiseveranstalter bündelt touristische Leistungen von einzelnen Anbietern zu Leistungspaketen (=Pauschalreisen).

vertreiben an A. (ie, ie) продавать, сбывать

der Reisemittler / der Reisevermittler, -s, = туристический посредник

Die Reiseveranstalter vertreiben meist über die Reisemittler die Pauschalreisen an den Kunden.

Beziehungen aufnehmen (a, o) zu D. od. mit D. устанавливать связи

Der Reiseveranstalter nimmt wirtschaftliche Beziehungen zu anderen Anbietern der einzelnen touristischen Leistungen auf.

einerseits ... andererseits с одной стороны ... с другой стороны

Einerseits wollte er mit dem Flugzeug reisen, andererseits hatte er nicht so viel Geld.

die Beratung, =, -en консультация

Die Reisevermittler übernehmen die Beratung der Kunden.

vereinen объединять

Der integrierte Reiseveranstalter vereint alle Stufen der Wertschöpfungskette in einem Unternehmen.

hinzukommen (a, o) присоединяться, добавляться

die interne Steuerung внутреннее управление

Dem integrierten Reiseunternehmen kommt zusätzliche Aufgabe, nämlich die interne Steuerung innerhalb des Reisekonzerns hinzu.

erwirtschaften зарабатывать; достигать, добиваться в результате хозяйственной деятельности

Das Unternehmen erwirtschaftete in diesem Jahr den größten Umsatz.

eigen собственный

die Fluggesellschaft, =, **-en** авиакомпания

Große Reisekonzerne haben ihre eigenen Fluggesellschaften.

zusammenfassen объединять, соединять

Unter dem Begriff „Reisemittler“ werden Unternehmen zusammengefasst, die den Verkauf und die Buchung von Reiseangeboten übernehmen.

es handelt sich um A. речь идёт о

Es handelt sich um Pauschalreisen der Veranstalter.

umfassen охватывать

die Versicherung, =, **-en** страхование; страховка

die Versicherungsleistung страхование

das Visum, -s, Visa u. Visen виза

die Devisen девизы, иностранная валюта

die Beschaffung, =, **-en** приобретение

der Fotoartikel, -s, = фотостатья

Das Angebot der Reisemittler ist reich. Es umfasst die Beratung der Kunden, den Verkauf der Pauschalreisen sowie der Reiseliteratur und Fotoartikel, Versicherungsleistung, Beschaffung von Visen und Devisen usw.

auftreten (a, e) als A. выступать в качестве

die Buchungsstelle, =, **-n** пункт бронирования

Als Vermittler treten Reisebüros, Buchungsstellen, Agenturen auf.

2. Übersetzen Sie die folgenden Verben und Substantive.

bündeln – der Bündel, vertreiben – der Vertrieb, durchführen – die Durchführung, befördern – die Beförderung, übernehmen – die Übernahme, unterscheiden – der Unterschied, vereinen – die Vereinigung, der Verein, steuern – die Steuerung, verkaufen – der Verkauf, der Verkäufer, buchen – die Buchung, versichern – die Versicherung, wechseln – der Wechsel, beschaffen – die Beschaffung, veranstalten – die Veranstaltung, der Veranstalter, beraten – die Beratung, der Berater.

3. Erschließen Sie die Bedeutung der zusammengesetzten Substantive.

Muster: *der Endkunde* → *das Ende (конец) + der Kunde (клиент)* → *конечный клиент*

der Geschäftspartner, das Flugticket, die Tourismuswirtschaft, die Beförderungsleistung, die Beratungsaufgabe, Reservierungsaufgabe, das Touristikunternehmen, das Reiseangebot, der Handelsbetrieb, die Eintrittskarte, das Bahnticket, die Kulturveranstaltung, der Geldwechsel, die Visabeschaffung, das Leistungspaket, das Schiffsticket.

4. Finden Sie die entsprechenden Synonyme.

1. die Karte
2. die Reservierung
3. der Anbieter
4. vereinen
5. die Luftverkehrsgesellschaft
6. der Vertrieb
7. das Sortiment

- a. der Verkauf
- b. zusammenfassen
- c. das Angebot
- d. die Fluggesellschaft
- e. die Buchung
- f. das Ticket
- g. der Verkäufer

5. Finden Sie zu den deutschen Wortverbindungen russische Äquivalente.

1. im eigenen Namen
2. die interne Steuerung
3. eigenverantwortlich übernehmen
4. der gesamte Reiseveranstalterumsatz
5. die einzelnen Wertschöpfungsstufen
6. unternehmerische Aufgabe
7. vor allem
8. auf eigenes Risiko

- a. внутреннее управление
- b. на свой страх и риск
- c. отдельные ступени создания стоимости
- d. взять под личную ответственность
- e. общий оборот от туроператорской деятельности
- f. прежде всего
- g. от своего имени
- h. предпринимательская задача

6. Welche Verben passen zu den folgenden Wortgruppen? Verbinden Sie sie. Übersetzen Sie die Wortgruppen.

1. an den Endkunden ...
2. wirtschaftliche Beziehungen ...
3. die Durchführung der einzelnen Leistungen ...
4. als zusätzliche unternehmerische Aufgabe ...
5. verschiedene Stufen der Wertschöpfungskette in einem Unternehmen ...
6. zwei Drittel des gesamten Reiseveranstalterumsatzes ...
7. als Reisevermittler auf dem Markt ...

- a. erwirtschaften
- b. vertreiben
- c. auftreten
- d. vereinen
- e. aufnehmen
- f. übernehmen
- g. hinzukommen

7. Bilden Sie die Sätze mit den Wortgruppen aus der Übung 6.

8. Übersetzen Sie den Text A.

Arbeit der Reiseveranstalter und Reisemittler

Der traditionelle Reiseveranstalter nimmt innerhalb der touristischen Wertschöpfungskette der Pauschalreise die klassische Funktion wahr, touristische Leistungen von einzelnen Anbietern zu Leistungspaketen (=Pauschalreisen) zu bündeln und diese im eigenen Namen und auf eigenes Risiko meist über die Reisemittler an den Endkunden zu vertreiben. Die Reiseveranstalter nehmen wirtschaftliche Beziehungen zu den Geschäftspartnern der Tourismuswirtschaft auf, die einerseits die Durchführung der einzelnen Leistungen eigenverantwortlich übernehmen (Beförderungs-, Unterkunfts-, Transferleistungen usw.), andererseits die Informations-, Beratungs- und Reservierungsaufgaben für den Reiseveranstalter als Reisemittler übernehmen.

Im Unterschied zum traditionellen Reiseveranstalter sind beim integrierten Reiseveranstalter verschiedene Stufen der Wertschöpfungskette in einem Unternehmen vereint. Als neue



Abb. 1: TUI - Hauptsitz in Hannover

zusätzliche unternehmerische Aufgabe kommt hier die interne Steuerung der einzelnen Wertschöpfungsstufen innerhalb

des Touristik Konzerns hinzu. Typische integrierte Reiseveranstalter sind in

Deutschland „TUI (Touristik Union International)“, „Thomas Cook“ und „Rewe

Touristik“. Diese drei Reisekonzerne erwirtschaften zwei Drittel des gesamten

Reiseveranstalterumsatzes. Sie haben eine

Reihe touristischer Unternehmen in Deutschland und im Ausland. So ist die TUI heute das größte Touristikunternehmen Europas mit etwa 3.500 Reisebüros, 35 Incoming - Agenturen (Zielgebietsagenturen) in 70 Ländern, 285 Hotels, eigenen Fluggesellschaften, 100 Reiseveranstaltern.

Unter dem Begriff „Reisemittler“ werden Handelsbetriebe zusammengefasst, die den Verkauf und die Buchung von Reiseangeboten übernehmen, dabei handelt es sich vor allem um die Pauschalreisen der Veranstalter sowie Bahn-, Flug-, Schiffstickets. Das Sortiment der Reisemittler umfasst auch Versicherungsleistungen, Eintrittskarten für Sport- und Kulturveranstaltungen, Geldwechsel, Visa- und Devisenbeschaffung, Verkauf von Reiseliteratur und Fotoartikeln. Als Vermittler treten Reisebüros, Buchungsstellen, Agenturen auf.

9. Beantworten Sie die Fragen zum Text.

1. Welche klassische Funktion nimmt der traditionelle Reiseveranstalter innerhalb der touristischen Wertschöpfungskette der Pauschalreise wahr?

2. Über wen vertreibt der traditionelle Reiseveranstalter die Pauschalreisen an den Kunden? 3. Nehmen die Reiseveranstalter wirtschaftliche Beziehungen zu den anderen Geschäftspartnern der Tourismuswirtschaft auf? 4. Welche Aufgaben übernehmen die Geschäftspartner der Reiseveranstalter? 5. Wodurch unterscheidet sich der integrierte Reiseveranstalter von dem traditionellen Reiseveranstalter? 6. Welche zusätzliche unternehmerische Aufgabe kommt zum integrierten Reiseveranstalter hinzu? 7. Welche drei Reisekonzerne erwirtschaften in Deutschland zwei Drittel des gesamten Reiseveranstalterumsatzes? Haben sie eine Reihe touristischer Unternehmen in Deutschland und im Ausland? 8. Was versteht man unter dem Begriff „Reisemittler“? 9. Was umfasst das Sortiment der Reisemittler?

10. Füllen Sie die Lücken mit den unten gegebenen Wörtern aus.

Der traditionelle Reiseveranstalter nimmt innerhalb der touristischen ... der Pauschalreise die klassische Funktion wahr. Er ... touristische Leistungen von einzelnen Anbietern zu Pauschalreisen und ... diese meist über die Reisemittler an den Endkunden. Die Reiseveranstalter nehmen wirtschaftliche ... zu den Geschäftspartnern der Tourismuswirtschaft auf. Die Geschäftspartner der Reiseveranstalter sind einerseits die Beförderungs- und Unterkunftsunternehmen, andererseits die Die Reisemittler ... für den Reiseveranstalter Informations-, Beratungs- und Reservierungsaufgaben. Der integrierte Reiseveranstalter ... verschiedene Stufen der Wertschöpfungskette in einem Unternehmen. Typische integrierte ... sind in Deutschland „TUI (Touristik Union International)“, „Thomas Cook“ und „Rewe Touristik“. Sie ... zwei Drittel des gesamten Reiseveranstalterumsatzes. Als ... treten Reisebüros, Buchungsstellen, Agenturen auf. Ihr ... kann sehr groß sein. Es ... nicht nur den Verkauf und die Buchung der Pauschalreisen, Bahn-, Flug-, Schiffstickets, sondern auch Versicherungsleistungen, Eintrittskarten für Sport- und Kulturveranstaltungen, Geldwechsel, Visa- und Devisenbeschaffung, Vertrieb von Reiseliteratur und Fotoartikeln.

umfasst	Reisemittler (2)	übernehmen	Reiseveranstalter
erwirtschaften	vereint	Wertschöpfungskette	
Sortiment	vertreibt	Beziehungen	bündelt

11. Erzählen Sie anhand der Fragen über die Tätigkeit des traditionellen Reiseveranstalters.

1. Welche Aufgaben erfüllt der traditionelle Reiseveranstalter in der Tourismuswirtschaft?

2. Nehmen die Reiseveranstalter wirtschaftliche Beziehungen zu den anderen Geschäftspartnern der Tourismuswirtschaft auf?

3. Was sind die Geschäftspartner des Reiseveranstalters in der Tourismuswirtschaft?

4. Welche Aufgaben und Funktionen übernehmen seine Geschäftspartner?

12. Erzählen Sie anhand der Fragen und der Abbildung über die TUI.

1. Ist die TUI das größte Touristikunternehmen Europas?

2. Tritt sie als traditioneller oder integrierter Reiseveranstalter auf?

3. Wodurch unterscheidet sich der integrierte Reiseveranstalter von dem traditionellen Reiseveranstalter? Welche zusätzliche Aufgabe kommt zu dem integrierten Reiseveranstalter hinzu?

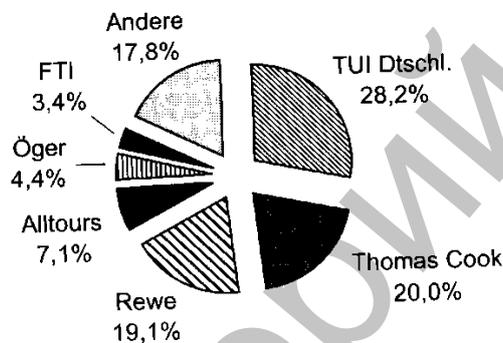


Abb. 2: Marktanteil bundesdeutscher Reiseveranstalter

4. Wie viel Prozent des gesamten Reiseveranstalterumsatzes erwirtschaftet die TUI?

5. Hat die TUI eine Reihe touristischer Unternehmen in Deutschland und im Ausland?

6. Wie viel und welche Betriebe besitzt der Reisekonzern?

13. Erzählen Sie anhand der Fragen über die Tätigkeit der Reisemittler.

1. Was gehört zu den Hauptaufgaben der Reisemittler?

2. Was umfasst das Sortiment der Reisemittler?

3. Welche Betriebe treten als Reisemittler auf?

14. Erzählen Sie, als was und wo Sie arbeiten wollen. Warum?

Text B

1. Machen Sie sich mit den Wörtern zum Text B bekannt.

hinsichtlich касательно, относительно (чего-либо)

die Geschäftstätigkeit экономическая деятельность

Hinsichtlich der dominierenden Geschäftstätigkeit unterscheidet man verschiedene Arten von Reisebüros.

die Lizenz, =, -en лицензия

die Verkaufslizenz лицензия на сбыт / продажу

Die Reisemittler haben die Verkaufslizenzen von Reiseveranstaltern.

die Deutsche Bahn (DB) немецкая железная дорога

Die Deutsche Bahn ist ein deutsches Verkehrsunternehmen mit Sitz in Berlin.

IATA *engl.* [i:'a:tə, ai:'a:tə] (**International Air Transport Assoziation**) ИАТА (Международная ассоциация воздушного транспорта)

die IATA-Mitgliedsgesellschaften компании, являющиеся членами ИАТА

Viele Reisebüros besitzen eine IATA-Lizenz, d. h. sie dürfen die Linienflugtickets aller IATA-Mitgliedsgesellschaften an den Kunden vertreiben.

das Zielgebiet, -s, -e *здесь*: место назначения туриста, место отдыха

ansiedeln селить

angesiedelt sein in D. располагаться

Die Incoming-Agenturen sind in Zielgebieten angesiedelt.

vermitteln оказывать посреднические услуги, посредничать; способствовать, содействовать

Leistungen an A. vermitteln оказывать кому-либо помощь в получении услуг

betreuen обслуживать, заботиться

vor Ort на месте

Die Incoming-Agenturen vermitteln Leistungen an ausländische Reiseveranstalter und betreuen die Gäste vor Ort.

der Reiseleiter, -s, = руководитель туристской группы

zuständig sein für A. быть ответственным за что-либо

Der Reiseleiter ist für die Organisation der Gruppenreise und die Betreuung der Gäste vor Ort zuständig.

die Abteilung, =, -en отдел, подразделение

Die Reisebüros sind in der Regel in einige Abteilungen gegliedert.

die Dienstreise, =, -en служебная командировка

die Reiestelle, =, -en *здесь*: отдел организации служебных командировок

Die Reiestellen sind die Abteilungen in großen (nicht touristischen) Unternehmen, die für die Organisation der Dienstreisen der Mitarbeiter zuständig sind.

das Callcenter [ˈko: lɛntə] центр телефонного обслуживания, центр обработки звонков

Online-Reisebüros arbeiten oft mit einem Callcenter zusammen.

das Franchise engl. ['fræntʃaɪz] *экон.* франшиза (разрешение на использование товарных знаков, марок, авторских прав, ноу-хау и патентов для продажи товаров и услуг конечным клиентам)

das Franchiseunternehmen, -s, = / der Franchisenehmer, -s, = франчайзи, франшизное предприятие

In Europa steigert sich die Zahl der Franchiseunternehmen.

der Franchisegeber, -s, = франчайзер, компания, выдающая франшизу

die Gebühr, =, -en плата, взнос

das Gut, -(e)s, · -er товар

Der Franchisegeber bietet dem Franchiseunternehmen gegen Zahlung einer Gebühr bestimmte Rechte und Güter (Knowhow, Markennamen, Inventar) an.

2. Lesen Sie die folgenden Wörter richtig vor.

IATA [i:'a:tə, engl. ai:'a:tə]

das Callcenter ['ko:lsentə]

das Franchise ['fræntʃaɪz]

das Knowhow [nou'hau]

3. Finden Sie die entsprechenden Synonyme.

1. haben

2. ausländisch

3. arbeiten als

4. die Flugkarte

5. verschiedene

6. die Zielgebietsagentur

7. sorgen für A.

8. zuständig sein

9. buchen

10. die Reisen zu Sonderpreisen

a. die Incoming-Agentur

b. verantwortlich sein für A.

c. die Last-Minute-Reisen

d. verfügen über A.

e. reservieren

f. ortsfremd

g. tätig sein als

h. mehrere

i. betreuen

j. der Linienflugschein

4. Übersetzen Sie die folgenden Wortgruppen.

1. als Reisemittler tätig sein

2. über Verkaufslizenzen von Reiseveranstaltern verfügen

3. per Mausclick buchen

4. Flugtickets zu Sonderpreisen verkaufen

5. gegen Zahlung einer Gebühr bestimmte Rechte und Güter bekommen

6. nicht einer Kette oder einem Franchisesystem angehören

7. niedrigere Umsätze erzielen/erwirtschaften.

5. Erschließen Sie die Bedeutung der zusammengesetzten Substantive.

die Reiseveranstalterlizenz, die Produktart, der Geschäftsreisemarkt, die Internetseiten, der Direktvertrieb, die Kundenberatung, die Reisemittlerbranche, die Reisebüroketten.

6. Lesen Sie den Text B.

Arten von Reisebüros

Ein Reisebüro ist ein Unternehmen, das sowohl als Reisemittler als auch als Reiseveranstalter tätig ist. Hinsichtlich der dominierenden Geschäftstätigkeit unterscheidet man mehrere Arten von Reisebüros:

- Voll-Reisebüros verfügen über Verkaufslizenzen von Reiseveranstaltern, Deutscher Bahn und IATA (für den Verkauf von Linienflugscheinen aller IATA-Mitgliedsgesellschaften). Zahlreiche Voll-Reisebüros treten auch selbst als Reiseveranstalter auf und haben manchmal einen eigenen Reisekatalog.

- Klassische Reisebüros besitzen mehrere Reiseveranstalterlizenzen sowie eine Lizenz zum Verkauf von Beförderungsleistungen (entweder DB- oder IATA-Lizenz).

- Touristik-Reisebüros verkaufen die Angebote von mehreren Reiseveranstaltern.

- Buchungsstellen verkaufen die Angebote nur eines einzigen Reiseveranstalters.

- Spezial-Reisebüros konzentrieren sich auf eine spezielle Produktart, zum Beispiel Seereisen oder Studentenreisen.

- Incoming-Agenturen sind in Zielgebieten angesiedelt. Sie vermitteln Leistungen an ortsfremde Reiseveranstalter (Pauschalreisen, Transfers, Ausflüge, Reiseleiter) und betreuen die Gäste vor Ort.

- Firmenreisebüros spezialisieren sich auf den Geschäftsreisemarkt.

- Reisestellen sind die Abteilungen in großen (nicht touristischen) Unternehmen, die für die Organisation der Dienstreisen der Mitarbeiter zuständig sind.

- Online-Reisebüros bieten auf Internetseiten eigene Reiseleistungen (Direktvertrieb) und fremde Reiseleistungen (indirekter Vertrieb) an, die man per Mausklick buchen kann. Oft arbeiten sie mit einem Callcenter zur Kundenberatung zusammen.

- Billigflug-Reisebüros spezialisieren sich auf den Verkauf von Flugtickets zu Sonderpreisen bzw. von Last-Minute-Reisen.

Die Reisemittlerbranche ist in Deutschland durch einen starken Konzentrationsprozess gekennzeichnet. Bei 98 % der Reisebüros handelt es sich um Reisebüroketten der Reiseveranstalter, Franchiseunternehmen (darunter versteht man rechtlich selbständige Unternehmen, die vom Franchisegeber gegen Zahlung einer Gebühr bestimmte Rechte und Güter wie

Knowhow, Markennamen, Inventar bekommen) und Reisebürokooperationen. Nur noch 2% der Betriebe sind freie Reisebüros, die nicht einer Kette, einem Franchisesystem oder einer Kooperation angehören. Diese Betriebe erzielen wesentlich niedrigere Umsätze als die übrigen Büros.

7. Sagen Sie, ob die folgenden Aussagen dem Inhalt des Textes entsprechen.

Muster: – Ja, das stimmt/es ist richtig. ...
– Nein, das stimmt nicht/es ist falsch. ...

1. Ein Reisebüro kann als Reisemittler oder als Reiseveranstalter auftreten.
2. Man unterscheidet verschiedene Arten von Reisebüros.
3. Voll-Reisebüros verfügen über mehrere Reiseveranstalterlizenzen sowie eine Lizenz zum Verkauf von Beförderungsleistungen (entweder DB- oder IATA-Lizenz).
4. Klassische Reisebüros treten auch selbst als Reiseveranstalter auf und haben manchmal einen eigenen Reisekatalog.
5. Touristik-Reisebüros verkaufen die Angebote nur eines einzigen Reiseveranstalters.
6. Spezial-Reisebüros konzentrieren sich auf eine spezielle Produktart, zum Beispiel Seereisen oder Studentenreisen.
7. Incoming-Agenturen sind in Zielgebieten angesiedelt.
8. Incoming-Agenturen spezialisieren sich auf den Geschäftsreisemarkt.
9. Reisestellen befinden sich in großen, nicht touristischen Unternehmen und sind für die Organisation der Dienstreisen der Mitarbeiter zuständig.
10. Billigflug-Reisebüros bieten die Reiseleistungen auf Internetseiten an.
11. Online-Reisebüros spezialisieren sich auf den Verkauf von Flugtickets zu Sonderpreisen bzw. von Last-Minute-Reisen.
12. Für die Reisemittlerbranche ist ein starker Konzentrationsprozess typisch.
13. 2% der Reisebüros gehören den Reisebüroketten der Reiseveranstalter, Franchiseunternehmen und Reisebürokooperationen an.
14. Die meisten Betriebe sind freie Reisebüros.
15. Die freien Reisebüros erzielen niedrigere Umsätze als die übrigen Büros.

8. Was passt zusammen? Verbinden Sie.

- | | |
|--|--|
| 1. Online-Reisebüros verkaufen | a. Angebote von Reiseveranstaltern, DB und IATA und können selbst als Reiseveranstalter auftreten. |
| 2. Firmenreisebüros konzentrieren sich | b. Reiseveranstalterlizenzen sowie eine DB- oder IATA-Lizenz. |
| 3. Incoming-Agenturen betreuen | c. Angebote von mehreren Reiseveranstaltern. |

- 4. Reisestellen organisieren
- 5. Billigflug-Reisebüros spezialisieren sich
- 6. Touristik-Reisebüros verkaufen
- 7. Klassische Reisebüros verfügen über
- 8. Buchungsstellen verkaufen
- 9. Voll-Reisebüros verkaufen
- 10. Spezial-Reisebüros konzentrieren sich
- d. Angebote eines einzigen Reiseveranstalters.
- e. auf eine spezielle Produktart.
- f. die Gäste vor Ort.
- g. auf den Geschäftsreisemarkt.
- h. die Dienstreisen der Mitarbeiter.
- i. Reiseangebote über das Internet.
- j. auf den Verkauf von Last-Minute- Reisen.

9. Beantworten Sie die Fragen zum Text.

1. Kann ein Reisebüro sowohl als Reisemittler als auch als Reiseveranstalter tätig sein? 2. Unterscheidet man hinsichtlich der dominierenden Geschäftstätigkeit mehrere Arten von Reisebüros? 3. Welche Arten von Reisebüros gibt es? 4. Wodurch unterscheiden sich Voll-Reisebüros von den klassischen Reisebüros? 5. Wodurch unterscheiden sich Touristik-Reisebüros von den Buchungsstellen? 6. Was sind Incoming-Agenturen? 7. Worauf spezialisieren sich Billigflug-Reisebüros / Spezial-Reisebüros / Firmenreisebüros? 8. Wie heißen die Reisebüros, die ihre Reiseangebote über das Internet vertreiben? 9. Ist die Reisemittlerbranche in Deutschland durch einen starken Konzentrationsprozess gekennzeichnet? 10. Wie viel Prozent der Reisebüros gehören den Reisebüroketten der Reiseveranstalter, Franchiseunternehmen und Reisebürokooperationen an? 11. Wie viel Prozent der Reisebüros sind freie Betriebe? 12. Erzielen die freien Reisebüros niedrigere oder höhere Umsätze?

10. Erläutern Sie das Schaubild. Benutzen Sie dabei die unten gegebenen Wörter und Wortverbindungen.

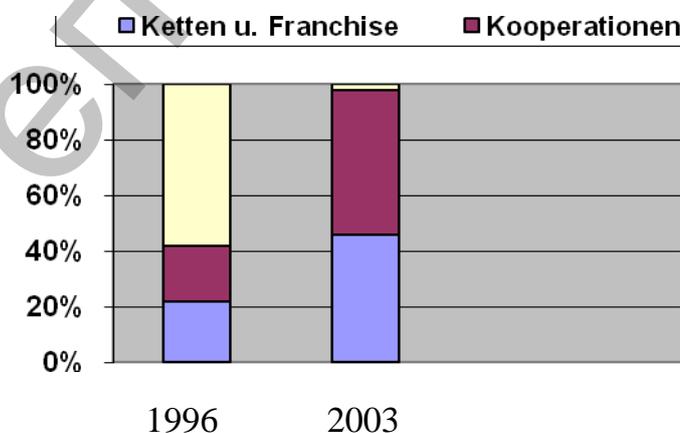


Abb. 3: Der Konzentrationsprozess in der Reisebürobranche

in der Reisemittlerbranche, in Deutschland, stattfinden (a, u), der starke Konzentrationsprozess, die Zahl der Reisebüroketten von Reiseveranstaltern und Franchiseunternehmen / Reisebürokooperationen / der freien Reisebüros, steigen (ie, ie), sinken (a, u), 22 / 20 / 58 / 46 / 52 / 2 Prozent, gehören zu D./ angehören D., (im Jahre) 1996 / 2003.

11. Arbeiten Sie in den kleinen Gruppen:

a) Schreiben Sie auf kleinen Blättchen Definitionen zu jeder Reisebüroart, lesen Sie danach die Definitionen einer anderen Gruppe vor. Die andere Gruppe muss die entsprechende Reisebüroart nennen.

b) Schreiben Sie auf kleinen Blättchen die Benennungen der Reisebüroarten, lassen Sie danach die anderen Gruppen die Blättchen ziehen und die Reisebüroarten definieren.

12. Erzählen Sie in Ihrer Gruppe über die wichtigen Reisebüroarten zusammen! Ein Student bzw. eine Studentin beginnt, der andere setzt fort usw.

Thema 2. Beherbergungsgewerbe

Text A

1. Machen Sie sich mit den Wörtern zum Text A bekannt.

das Beherbergungsgewerbe гостиничный бизнес

Zum Beherbergungsgewerbe gehören die Betriebe der Hotellerie und Parahotellerie.

benötigen A. нуждаться

Die Touristen als Ortsfremde benötigen Unterkunftsmöglichkeiten.

gegen Entgelt за плату

gewähren предоставлять, давать

vorübergehend временный; временно

Die Hotels gewähren vorübergehend den Touristen gegen Entgelt die Unterkunft.

das Gasthof, -s, die Gasthöfe гостиница

die Pension [paŋ'sjo:n], =, -en пансионат; пансион

das Hotel garni отель гарни (предлагает ночлег и завтрак)

Hotels, Gasthöfe, Pensionen, Hotels garni gehören zu den klassischen Betriebsarten der Hotellerie.

die Rezeption, =, -en ресепшен, стол / бюро регистрации (в отеле)

das WC [ve: 'tse:] (das Wasserklosett) туалет

ausstatten mit D. оборудовать, оснащать, снабжать

erheblich значительный

Ein erheblicher Teil der Gästezimmer ist mit Bad/Dusche und WC ausgestattet.

der Passant, -en, -en прохожий

Das Hotelrestaurant bedient nicht nur die Gäste des Hotels, sondern auch die Passanten.

die Einrichtung, -en, -en учреждение

Viele Hotels haben auch zusätzliche Einrichtungen für Sport, Freizeit, Erholung, Konferenzen, Seminare.

die Speise, -en, -en блюдо, кушанье

das Getränk, -(e)s, -e напиток

Die Hotels und Gasthöfe bieten den Gästen Speisen und Getränke an.

vermieten сдавать внаём / в аренду

An den Erholungsorten vermietet man oft Privatzimmer.

verabreichen an A. отпускать, выдавать кому-либо

In Pensionen werden die Speisen und Getränke nur an Hausgäste verabreicht.

höchstens максимум, самое большое, в крайнем случае

Hotels garni verabreichen an die Gäste nur Frühstücke, Getränke und höchstens kleine Speisen.

das Erholungsheim, -(e)s, -e дом отдыха

die Hütte, -en, en хижина

das Boarding-House *engl.* ['bo: diŋhaus] (*auch: das Boardinghaus*), =, -s пансионат (небольшая гостиница), меблированные комнаты со столом

Erholungsheime, Hütten, Boarding-Houses gehören zu den Beherbergungsbetrieben der Parahotellerie.

die Umgebung, -en, -en окрестность

Die Boarding-Houses befinden sich in der städtischen Umgebung.

Dienstleistungen erbringen (erbrachte, erbracht) предоставлять услуги

eingeschränkt ограничено

In der Parahotellerie werden die Dienstleistungen der Hotels nur eingeschränkt erbracht.

2. Von welchen Verben sind die folgenden Substantive abgeleitet? Schreiben Sie zu den Substantiven entsprechende Verben. Übersetzen Sie sie.

Muster: die Einschränkung (ограничение) ← einschränken (ограничивать)

die Umgebung, die Beherbergung, die Miete, die Reinigung, die Gewährung, der Unterschied, die Speise, die Einrichtung, die Verabreichung, die Ausstattung.

3. Finden Sie die entsprechenden Synonyme.

1. das Ziel
2. benötigen
3. verschiedene
4. die Beherbergung
5. der Wettbewerber
6. gehören zu D.
7. ermöglichen
8. der Ortsfremde
9. die Speisen verabreichen
10. das Klosett

- a. das Essen geben
- b. der Konkurrent
- c. zählen zu D.
- d. die Toilette
- e. der Ausländer
- f. unterschiedliche
- g. der Zweck
- h. brauchen
- i. die Unterkunft
- j. möglich machen

4. Schreiben Sie zu den folgenden Wörtern Antonyme.

1. die Einheimischen – ?
2. die Speisen – ?
3. mieten – ?
4. die Hotellerie – ?
5. die Gäste des Hotels – ?

5. Finden Sie zu den deutschen Wörtern russische Äquivalente.

1. das Appartementhaus
2. der Bauernhof
3. der Ferienlager
4. das Ferienhaus
5. die Hütte
6. das Erholungsheim
7. die Jugendherberge
8. das Privatzimmer
9. die Ferienwohnung

- a. молодёжная турбаза
- b. хижина
- c. квартира для отдыхающих
- d. летний лагерь
- e. крестьянская усадьба
- f. летний дом
- g. частная комната
- h. дом отдыха
- i. дом с небольшими квартирами

6. Übersetzen Sie die folgenden Wortgruppen ins Russische.

1. verschiedene Betriebsarten
2. einfachere Beherbergungsbetriebe
3. als Hauptleistung anbieten
4. kleinere und mittlere Städte
5. ländliche Bezirke
6. längere Aufenthalte ermöglichen
7. hotelähnliche Serviceleistungen anbieten
8. in der städtischen Umgebung
9. zu einem wichtigen Konkurrenten werden
10. im Wesentlichen
11. einige Zimmer vermieten

7. Bilden Sie Sätze. Übersetzen Sie sie.

1. die Touristen, Unterkunfts- und Verpflegungsmöglichkeiten, benötigen.
2. das Hotel, gegen Entgelt, gewähren, vorübergehend, die Unterkunft.
3. ein erheblicher Teil, die Gästezimmer, ausgestattet sein mit D., das WC.
4. Hotels, auch, verfügen über A., weitere Einrichtungen, für, verschiedene Zwecke.
5. der Gasthof, anbieten, Getränke, Speisen, die Gäste, und.
6. ich, das Zimmer, mieten, in einem Gasthof.
7. man, in Pensionen, verabreichen an A., die Speisen und Getränke, die Hausgäste.
8. Boarding Houses, in der städtischen Umgebung, längere Aufenthalte, ermöglichen, hotelähnliche Dienstleistungen erbringen, und.

8. Übersetzen Sie den Text A.

Beherbergungsgewerbe

Touristen sind Ortsfremde, deshalb benötigen sie Unterkunfts- und Verpflegungsmöglichkeiten. Zum Beherbergungsgewerbe gehören Betriebe, in denen gegen Entgelt Personen vorübergehend Unterkunft gewährt wird. Im Beherbergungsgewerbe unterscheidet man verschiedene Betriebsarten. Zu den klassischen Betriebsarten der Hotellerie gehören Hotels, Gasthöfe, Pensionen, Hotels garni.

Hotels verfügen über eine Rezeption und mindestens 20 Gästezimmer, davon ist ein erheblicher Teil mit Bad/Dusche und WC ausgestattet. Sie haben auch ein Restaurant (für Gäste und Passanten) und

weitere Einrichtungen oder Räume für unterschiedliche Zwecke (Sport, Freizeit, Erholung, Konferenzen, Seminare).

Gasthöfe sind einfachere Beherbergungsbetriebe. Als Hauptleistung bieten sie Speisen und Getränke den Gästen an und daneben vermieten einige Zimmer. Gasthöfe befinden sich im Wesentlichen in kleineren und mittleren Städten und ländlichen Bezirken.

In Pensionen werden die Speisen und Getränke nur an Hausgäste verabreicht.

Hotels garni sind Hotels, die neben der Beherbergung nur Frühstück, Getränke und höchstens kleine Speisen anbieten.



*Abb. 4: Zimmer im
Appartementhaus Alpenpark*

Zum Beherbergungsgewerbe gehört auch die Parahotellerie. Dazu zählen Appartementshäuser, Ferienwohnungen, Ferienhäuser, Erholungsheime, Sanatorien, Ferienlager, Jugendherbergen, Hütten, Campingplätze, Bauernhöfe und Privatzimmer. Eine Beherbergungsart bilden hier auch Boarding-Houses. Sie ermöglichen längere Aufenthalte in der städtischen Umgebung und bieten verschiedene hotelähnliche Serviceleistungen wie zum Beispiel Reinigung an.

Gewöhnlich werden die Dienstleistungen der Hotels (wie Speisen, Getränke, Reinigung der Zimmer usw.) in der Parahotellerie nicht oder nur eingeschränkt erbracht. Trotzdem ist die Parahotellerie in den letzten Jahren zu einem wichtigen Konkurrenten der Hotellerie geworden.

9. Beantworten Sie die Fragen zum Text.

1. Was benötigen die Touristen als Ortsfremde? 2. Welche Betriebe gehören zum Beherbergungsgewerbe? 3. Unterscheidet man im Beherbergungsgewerbe verschiedene Betriebsarten? 4. Welche Betriebsarten gehören zur Hotellerie? 5. Worüber verfügen die Hotels? Welche Ausstattung haben die Gästezimmer? 6. Welche Dienstleistungen bieten die Gasthöfe an? 7. Wo befinden sich die Gasthöfe im Wesentlichen? 8. In welchem Beherbergungsbetrieb werden die Speisen und Getränke nur an Hausgäste verabreicht? 9. Wodurch unterscheiden sich Hotels garni von den üblichen Hotels? 10. Welche Betriebsarten gehören zur Parahotellerie? 11. Was sind Boarding-Houses? 12. Werden die Dienstleistungen der Hotels (Speisen, Getränke, Reinigung der Zimmer usw.) auch in der Parahotellerie erbracht? 13. Ist die Parahotellerie in den letzten Jahren zu einem wichtigen Konkurrenten der Hotellerie geworden?

10. Füllen Sie die Lücken mit den unten gegebenen Wörtern aus.

1. Touristen als Ortsfremde ... Unterkunfts- und Verpflegungsmöglichkeiten. 2. Die Beherbergungsbetriebe ... den Touristen gegen Entgelt vorübergehend Unterkunft. 3. Zu den Betriebsarten der ... gehören Hotels, Gasthöfe, Pensionen, Hotels garni. 4. Hotels verfügen über eine Rezeption, mindestens 20 Gästezimmer, ein Restaurant und weitere ... für Sport, Freizeit, Erholung, Konferenzen usw. 5. Die Gästezimmer sind mit Bad oder Dusche und WC 6. ... bieten den Gästen als Hauptleistung Speisen und Getränke an und daneben vermieten einige Zimmer. 7. ... verabreichen Speisen und Getränke nur an Hausgäste. 8. ... bieten den Gästen im Unterschied zu den Hotels nur Frühstück, Getränke und ... kleine Speisen an. 9. Zu den Betriebsarten der ... gehören Appartementshäuser, Ferienwohnungen, Ferienhäuser, Erholungsheime, Sanatorien, Ferienlager, ... , Jugendherbergen, Hütten, Campingplätze, Bauernhöfe und Privatzimmer. 10. Gewöhnlich werden in den Betriebsarten der Parahotellerie hotelähnliche Dienstleistungen wie zum Beispiel Speisen, Getränke, Reinigung der Zimmer usw. nicht oder nur ... erbracht.

höchstens Hotellerie gewähren Gasthöfe Pensionen
Parahotellerie Einrichtungen Boarding-Houses
eingeschränkt ausgestattet benötigen Hotels garni

11. Welche Betriebsarten werden definiert? Ordnen Sie zu.

Nº? Hotels *Nº? Gasthöfe* *Nº? Pensionen*
Nº? Hotels garni *Nº? Boarding-Houses*

1. ... sind einfachere Beherbergungsbetriebe als Hotels, befinden sich in kleineren und mittleren Städten und ländlichen Bezirken.
2. ... bieten neben der Beherbergung nur Frühstück, Getränke und höchstens kleine Speisen an.
3. ... bieten den Touristen längere Aufenthalte in der städtischen Umgebung und verschiedene hotelähnliche Serviceleistungen wie zum Beispiel Reinigung an.
4. ... haben mindestens 20 Gästezimmer, eine Rezeption, ein Restaurant und weitere Einrichtungen.
5. ... verabreichen die Speisen und Getränke nur an Hausgäste.

12. Erzählen Sie Ihrem Freund bzw. Ihrer Freundin über die Betriebsarten der Hotellerie. Nehmen Sie den folgenden Plan zu Hilfe.

Plan

1. Klassische Betriebsarten der Hotellerie
2. Hotels
3. Gasthöfe
4. Pensionen
5. Hotels garni

13. Erzählen Sie Ihrem Freund bzw. Ihrer Freundin über die Betriebsarten der Parahotellerie. Nehmen Sie den folgenden Plan zu Hilfe.

Plan

1. Betriebsarten der Parahotellerie
2. Boarding-Houses
3. Serviceleistungen in der Parahotellerie

14. Lesen und übersetzen Sie das folgende Gespräch.

Betriebsarten im Beherbergungsgewerbe

Journalist: Es ist gewiss, dass Touristen als Ortsfremde Unterkunfts- und Verpflegungsmöglichkeiten benötigen. Welche Betriebsarten kann das Beherbergungsgewerbe in Deutschland vorschlagen?

Tourismusfachmann: Es gibt hier viele Möglichkeiten. Man unterscheidet die Betriebsarten der Hotellerie und Parahotellerie.

Journalist: Welche Betriebsarten gehören zur Hotellerie?

Tourismusfachmann: Die klassischen Betriebsarten der Hotellerie sind Hotels, Gasthöfe, Pensionen, Hotels garni.

Journalist: Wodurch unterscheiden sie sich?

Tourismusfachmann: Ein Hotel soll mindestens 20 Gästezimmer mit Bad oder Dusche und WC, dazu auch eine Rezeption und ein Restaurant haben.

Journalist: Sie haben oft auch Räume für Sport, Erholung und Freizeit, Konferenzen, nicht wahr?

Tourismusfachmann: Ja genau. Im Gegensatz zu den Hotels sind Gasthöfe einfachere Beherbergungsbetriebe und befinden sich im Wesentlichen in kleineren und mittleren Städten und auf dem Lande.

Journalist: Und wie ist es mit den Pensionen und Hotels garni?

Tourismusfachmann: Pensionen verabreichen die Speisen und Getränke nur an Hausgäste. Hotels garni bieten im Unterschied zu den üblichen Hotels den Gästen nur Frühstück, Getränke und höchstens kleine Speisen an.

Journalist: Das ist sehr interessant. Und welche Betriebsarten zählen zur Parahotellerie?

Tourismusfachmann: Das sind Campingplätze, Bauernhöfe, Appartementshäuser, Boarding-Houses, Ferienwohnungen, Ferienhäuser, Jugendherbergen, Privatzimmer usw.

Journalist: In den letzten Jahren ist die Parahotellerie zu einem wichtigen Konkurrenten der Hotellerie geworden. Immer mehr Touristen bevorzugen die Betriebsarten der Parahotellerie. Was meinen Sie dazu? Warum ist es so?

Tourismusfachmann: Erstens hat die Parahotellerie heute das große Angebot an verschiedenen Betriebsarten. Zweitens sind die Preise in der Parahotellerie niedriger.

Journalist: Die niedrigeren Preise sind wohl mit der Leistungsqualität verbunden.

Tourismusfachmann: Genau. In der Parahotellerie werden den Gästen die Dienstleistungen nicht oder nur eingeschränkt erbracht.

Journalist: Danke sehr für die interessante Information.

Tourismusfachmann: Gern geschehen. Auf Wiedersehen!

Journalist: Auf Wiedersehen!

Erläuterungen zum Gespräch

Es ist gewiss. – Известно; *Ja genau.* – Да, верно; *Nicht wahr?* – Не правда ли?; *bevorzugen* – предпочитать; *die niedrigeren Preise* – более низкие цены.

15. Inszenieren Sie das Gespräch mit verteilten Rollen.

16. Stellen Sie ein Gespräch zum Thema „Beherbergungsgewerbe in Deutschland“ zusammen:

a) zwischen einem Journalisten und einem Tourismuswissenschaftler Professor Klaus Reiner zum Thema „Differenzierung der Betriebsarten in der Hotellerie“;

b) zwischen einem deutschen Studenten, der Tourismus studiert, und seinem Freund aus Belarus, der sich auch für Tourismus interessiert, zum Thema „Beherbergungsgewerbe in Deutschland“.

17. Nehmen Sie sich die folgende Information zur Kenntnis.

Das Motel ist ein Beherbergungsbetrieb, der sich auf die Autofahrer orientiert. Deshalb befinden sich die Motels an den Autobahnen und haben in der Regel kostenlose Parkplätze.



Abb. 5: Ein Motel der Kette „Econolodge“ in New York

Text B

1. Machen Sie sich mit den Wörtern zum Text B bekannt.

der DEHOGA (Deutscher Hotel- und Gaststättenverband) Союз гостиниц и предприятий общественного питания ФРГ

Der DEHOGA nimmt (vertritt) als Unternehmer- und Berufsorganisation die Interessen der Hotellerie und Gastronomie in der Bundesrepublik wahr.

das Niveau [ni'vo:], -s, -s уровень

auf bundesweitem Niveau на федеральном уровне

gelten (a, o) действовать, быть действительным, иметь силу

Der DEHOGA gilt auf bundesweitem Niveau.

der Zusatz, -es, -e дополнение, добавление

lat. superior первый (из названных), превосходящий

Einige Hotels in Deutschland haben den Zusatz „Superior“.

aufweisen обнаруживать (в себе), показывать, проявлять

das Maß, -es, -e степень; размер

Die Hotels mit dem Zusatz „Superior“ weisen in ihrer Kategorie ein besonders hohes Maß an Dienstleistungen auf.

die Anlage, =, -n сооружение

Die Hotels können zusätzliche Anlagen haben.

arrangieren [arã'zi:rən] организовывать

das Arrangieren организация

der Ausflug, -s, -e экскурсия, туристская поездка, поход

Zu unseren Aufgaben gehört auch das Arrangieren der Ausflüge.

die Anforderung, =, -en an A. требование

Die heutigen Touristen stellen hohe Anforderungen an Hotels.

die Mindestgröße минимальная величина

das Einzelzimmer, -s, = одноместный номер

das Doppelzimmer, -s, = двухместный номер

inklusive [inklu'zi:və] включая

In einem Standardhotel beträgt die Mindestgröße der Zimmer 12 qm (Quadratmeter) für Einzelzimmer und 16 qm für Doppelzimmer (inklusive Bad/WC).

TV [te:'vi:], auch [ti:'vi:] телевидение

Farb-TV цветное телевидение

die Fernbedienung дистанционное управление

Das Zimmer hat Farb-TV mit Fernbedienung.

die Sitzgelegenheit, =, -en сиденье (stuhl, kreslo и т.п.)

Alle Gästezimmer sind mit Betten und einer Sitzgelegenheit pro Bett ausgestattet.

zugänglich доступный

In diesem Hotel sind Telefon und Telefax dem Gast zugänglich.

die Transparenz прозрачность

Die Hotelklassifizierung schafft für die Kunden eine höhere Transparenz bezüglich (относительно) der Angebote.

2. Lesen Sie die folgenden Wörter richtig vor.

das Service ['zø: ɐvis]

der Portier [por'ti:ɐ]

das Arrangieren [arã'zi:rən]

die Hygiene [hy'g̊i:ɐnə]

3. Erschließen Sie die Bedeutung der zusammengesetzten Substantive.

die Zimmergröße, die Zimmerausstattung, die Zimmerreinigung,
das Schuhputzservice, das Wäscheservice, die Portierleistungen,

die Nachttischlampe, der Einmal-Rasierer, die Angebotstransparenz, die Kundensicht, die Unternehmenssicht, die Produktpositionierung.

4. Übersetzen Sie die folgenden Sätze.

1. Der DEHOGA verleiht einem Hotel ein bis fünf Sterne.
2. Die Beschlüsse des DEHOGA gelten auf dem bundesweiten Niveau für drei Jahre.
3. Das Drei-Sterne-Hotel „Königshof“ weist ein sehr hohes Maß an Dienstleistungen auf. Vor kurzem bekam es den Zusatz „Superior“.
4. Die Fünf-Sterne-Hotels verfügen über viele zusätzliche Anlagen.
5. Wir haben in einem Vier-Sterne-Hotel ein Doppelzimmer gemietet. Das Zimmer ist sehr komfortabel, natürlich mit Bad und WC, einer Sitzgelegenheit pro Bett, Telefon, Tisch, Farb-TV mit Fernbedienung, Kleiderschrank, Spiegel, Nachtlampe. Die Mindestgröße des Doppelzimmers beträgt hier 22 qm.
6. In vielen Hotels sind Telefon, Telefax und Internet den Gästen zugänglich.
7. Die Hotelklassifikation schafft eine gute Angebotstransparenz und erleichtert somit dem Kunden die Wahl.

5. Lesen Sie die Definitionen zu den folgenden Wörtern. Übersetzen Sie diese Wörter.

1. **Die Wäschefächer** sind die Fächer für die Wäsche in einem Schrank.
2. **Das Badetuch** ist ein Handtuch, das man nach dem Waschen benutzt.
3. **Die Hygieneartikel** sind Gegenstände für die persönliche Hygiene.
4. **Die Öffnungszeiten** sind Zeiten der Arbeit bzw. Öffnung einer Einrichtung.

6. Übersetzen Sie die folgende Wortgruppen.

1. auf freiwilliger Basis durchführen
2. die bundesweit einheitliche Klassifizierung
3. eine deutlichere Produktpositionierung auf dem Markt
4. die angebotenen Dienstleistungen

7. Merken Sie sich die Bedeutung der Doppelkonjunktion „je ... desto“. Übersetzen Sie die Sätze mit der Doppelkonjunktion.

Je ... desto – чем ... тем

1. Je mehr ein Hotel Dienstleistungen anbietet, desto höher ist der Preis.
2. Je mehr Sterne ein Hotel hat, desto besser ist seine Leistungsqualität.

8. Lesen Sie den Text B.

Deutsche Hotelklassifizierung



Abb. 6: Ein offizieller DEHOGA - Schild

Die deutsche Hotelklassifizierung wurde 1996 vom DEHOGA auf bundesweitem Niveau eingeführt. Die Klassifizierung wird auf freiwilliger Basis durchgeführt und gilt für drei Jahre. Bis Sommer 2007 wurden 7.950 Hotels klassifiziert. Anhand objektiver Kriterien werden die Hotels mit Hilfe von Sternen in fünf Kategorien eingeteilt: Touristhotels (1 Stern), Standardhotels (2 Sterne), Komforthotels (3 Sterne), First-Class-Hotels (4 Sterne) und Luxushotels (5 Sterne). Zusätzlich kann das Hotel den Zusatz „Superior“ bekommen, was bedeutet, dass dieses Hotel in seiner Kategorie ein besonders hohes Maß an Dienstleistungen aufweist.

Die Klassifizierung erfolgt nach den baulichen Anlagen und angebotenen Dienstleistungen. Die Kriterien sind Zimmergröße, Zimmerausstattung, sanitäre Ausstattung, zusätzliche Anlagen (Fittnesseinrichtungen, Banketteinrichtungen, Schwimmbad, Seminarräume usw.), Öffnungszeiten der Rezeption (24 Stunden im Fünf-Sterne-Hotel), Zimmerreinigung, Gastronomie, zusätzliche Dienstleistungen (Wäsche- und Schuhputzservice, Portierleistungen wie das Arrangieren von Ausflügen und das Beschaffen von Flug- und Theatertickets usw.). Je höher die Kategorie des Hotels ist, desto höher sind die Anforderungen.

In einem Standardhotel zum Beispiel beträgt die Mindestgröße der Zimmer 12 qm für Einzelzimmer und 16 qm für Doppelzimmer (inklusive Bad/WC). Die Zimmerausstattung umfasst Farb-TV mit Fernbedienung, eine Sitzgelegenheit pro Bett, eine Nachttischlampe am Bett, Badetücher, Wäschefächer, Hygieneartikel (Zahnbürste, Zahncreme, Einmal-Rasierer usw.). Zum Angebot gehören tägliche Zimmerreinigung, ein dem Gast zugängliches Telefon und Telefax, Getränkeauswahl, Frühstück im Restaurant.

Die bundesweit einheitliche Klassifizierung erreicht verschiedene Ziele: Aus Kundensicht wird eine höhere Angebotstransparenz und damit eine bessere Orientierung geschaffen, aus Unternehmenssicht erfolgt eine deutlichere Produktpositionierung auf dem Markt.

Neben den Hotels werden in Deutschland auch Gasthöfe und Pensionen, Ferienhäuser und Ferienwohnungen, Privatzimmer, Campingplätze klassifiziert.

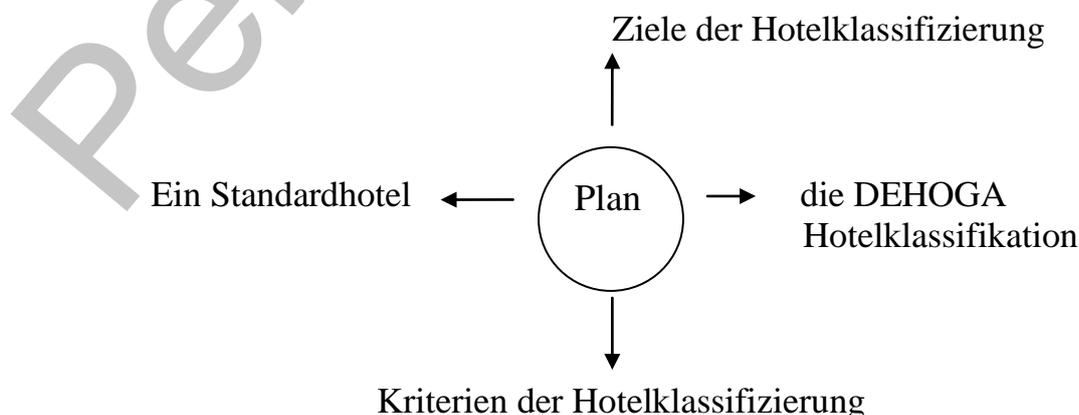
9. Sagen Sie, ob die folgenden Aussagen dem Inhalt des Textes entsprechen.

1. Die deutsche Hotelklassifizierung wurde 1996 vom DEHOGA in einigen Bundesländern eingeführt.
2. Die Klassifizierung ist freiwillig und gilt für drei Jahre.
3. Alle Hotels werden mit Hilfe von Sternen in sechs Kategorien eingeteilt.
4. Wenn ein Hotel besonders viele bauliche Anlagen hat, bekommt es den Zusatz „Superior“.
5. Die Hotelklassifikation erfolgt nur nach den baulichen Anlagen wie Zimmergröße, sanitäre Ausstattung, Fittnesseinrichtungen, Banketteinrichtungen, Schwimmbad usw.
6. Die einheitliche Hotelklassifizierung in Deutschland erreicht verschiedene Ziele: Sie schafft für die Kunden eine höhere Angebotstransparenz und damit eine bessere Orientierung, und aus Unternehmenssicht erfolgt eine deutlichere Produktpositionierung auf dem Markt.
7. In Deutschland werden auch Gasthöfe und Pensionen, Ferienhäuser und Ferienwohnungen, Privatzimmer, Campingplätze klassifiziert.

10. Beantworten Sie die Fragen zum Text B.

1. Wann und von wem wurde die deutsche Hotelklassifikation eingeführt?
2. In welche Kategorien werden die Hotels eingeteilt?
3. In welchem Fall bekommt ein Hotel den Zusatz „Superior“?
4. Nach welchen Kriterien erfolgt die Hotelklassifizierung?
5. Wie groß ist das Einzelzimmer in einem Standardhotel?
6. Welche Dienstleistungen bietet ein Standardhotel den Gästen an?
7. Welche Ziele erreicht die bundesweit einheitliche Hotelklassifizierung?
8. Werden in Deutschland Gasthöfe und Pensionen, Ferienhäuser und Campingplätze auch klassifiziert?

11. Ordnen Sie die Benennungen der Abschnitte des Textes in der richtigen Reihenfolge an.



12. Geben Sie zu jedem Abschnitt des Textes eine wichtige Information (2–3 Sätze).

13. Erzählen Sie Ihrem Freund, was Sie von der deutschen Hotelklassifizierung wissen.

Thema 3. Transportgewerbe

Text A

1. Machen Sie sich mit den Wörtern zum Text A bekannt.

bevorzugen предпочитать

der Pkw ['pe:ka:ve:], -s, -s (Personenkraftwagen) легковой автомобиль

Die Deutschen bevorzugen mit dem eigenen Pkw zu reisen.

verreisen уезжать, отправляться в путешествие

Er musste dienstlich für eine Woche verreisen.

die Strecke, =, -n расстояние, дистанция; маршрут

Er musste noch eine Strecke von 25 km fahren.

Wir fahren diese Strecke oft.

versorgen A. mit D. снабжать, обеспечивать кого-либо чем-либо

Das Land ist gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln versorgt.

der ADAC [a:de:|a:tse:], -s (Allgemeiner Deutscher Automobil-Club) Всеобщий немецкий автоклуб

die Umfrage, =, -n опрос

Der ADAC führt regelmäßig die Umfrage der Autofahrer per Telefon und Internet durch, um seine Mitglieder besser zu unterstützen.

einen Platz einnehmen (a, o) занимать место

Sie will im Wettbewerb den ersten Platz einnehmen.

die Anreise, =, -n an A. заезд, поездка (к месту назначения); прибытие, приезд

Die Anreise dauerte mit dem Auto vier Stunden.

kostengünstig экономичный, требующий меньших затрат / издержек

Die Anreise an Erholungsort mit dem Pkw ist in vielen Fällen kostengünstig.

die Route ['ru:tə], =, -n маршрут

Unser Reisebüro bietet den Kunden schöne Routen durch die mittelalterlichen Städte Deutschlands an.

jmdm. zur Verfügung stehen быть / находиться в чьем-либо распоряжении

der Autofahrer, -s, = водитель (автомобиля)

die Autobahn, =, -en (скоростная) автомагистраль, автострада, автобан

Den Autofahrern stehen an den Autobahnen gute Motels zur Verfügung.

die Bundesstraße, =, **-n** федеральная дорога

lokal местный

Deutschland ist mit guten Autobahnen, Bundesstraßen und lokalen Straßen versorgt.

es ist empfehlenswert рекомендуется

die Geschwindigkeit, =, **-en** скорость

Es ist empfehlenswert, auf den Autobahnen mit einer Geschwindigkeit von etwa 120 km/h (Stundenkilometer) zu fahren.

sicher безопасный

Gute Autobahnen garantieren ein sicheres Fahren.

die Tankstelle, =, **-n** автозаправочная станция

rund um die Uhr круглосуточно

Die Tankstellen arbeiten rund um die Uhr.

die Raststätte, =, **-n** станция отдыха (расположена на автобане)

In Raststätten können die Autofahrer verschiedene Dienstleistungen wie Speisen, Getränke und andere bekommen.

vertreten (a, e) представлять, защищать (чьи-либо интересы)

Der ADAC vertritt die Interessen seiner Mitglieder.

die Panne, =, **-n** техническая поломка, повреждение

der Unfall, -s, **die Unfälle** несчастный случай; авария, ДТП

der Notfall, -s, **die Notfälle** крайний / экстренный случай

Der ADAC leistet seinen Mitgliedern die Hilfe bei Panne, Unfall sowie Notfall.

der Reiseantritt начало поездки

vor dem Reiseantritt перед тем, как отправиться в путь

Es ist empfehlenswert, vor dem Reiseantritt sein Auto kontrollieren zu lassen.

2. Ersetzen Sie die fettgedruckten Wörter durch Synonyme. Benutzen Sie die unten gegebenen Wörter zu Hilfe.

1. Mein Vetter **zieht vor**, seinen Urlaub an der Ostsee zu verbringen.
2. Die Familie will zum Erholungsort mit dem **Auto** fahren.
3. Im Reisebüro wurde uns für die Anreise an Erholungsort eine malerische **Strecke** angeboten.
4. Man will mit einer **Befragung** die Meinungen der Menschen zu einem Thema erfahren.
5. Um mit dem Flugzeug zu reisen, **brauchen** Sie mehr Geld.
6. Die Autobahnen und Bundesstraßen sind mit Tankstellen und Raststätten versorgt. Dort können Sie **Tag und Nacht** alles **bekommen**, was Sie brauchen.
7. Jede Botschaft muss ihren Bürgern in **Notsituation** helfen.
8. Viele **Kraftfahrer** sind ADAC-Mitglieder. Der ADAC berät seine Mitglieder in rechtlichen, technischen sowie touristischen Fragen und hilft ihnen bei **Autoschaden**.

Notfall (m) bevorzugen rund um die Uhr Pkw (m) Route (f)
Panne (f) Umfrage (f) erhalten benötigen Autofahrer (m)

3. Finden Sie zu den folgenden Wörtern Antonyme.

1. verreisen – ?
2. öffentlich – ?
3. der Fußgänger – ?
4. die Speisen – ?
5. der Anbieter/Verkäufer – ?

4. Leiten Sie von den folgenden Verben die Substantive ab. Übersetzen Sie sie.

Muster: verleihen (давать напрокат) → der Verleih (прокат)

umfragen, fahren, anbieten, anreisen, helfen, reparieren, versorgen.

5. Bilden Sie Sätze mit den folgenden Wortgruppen.

Muster: mit der Geschwindigkeit 100 km/h fahren → Er fuhr auf der Autobahn mit der Geschwindigkeit 100 km/h.

1. einen Platz einnehmen →
2. jmdm. zur Verfügung stehen →
3. mit dem Pkw reisen →
4. jmds. Interessen vertreten →
5. kostengünstige Anreisen und schöne Routen anbieten →
6. ein sicheres Fahren ermöglichen →

6. Erschließen Sie die Bedeutung der zusammengesetzten Substantive und Adjektive.

1. die Straßenkarte, der Rollstuhlverleih, der Gepäcktransport, die Autoreparatur, die Streckenbeschreibung, die Geschwindigkeitsbegrenzung, die Urlaubsreisenden.
2. stressfrei, kostenfrei, benzinsparend.

7. Übersetzen Sie den Text A.

Autoreisen

Das Auto ist das wichtigste Verkehrsmittel für Urlaubsreisende in Deutschland. Die Reisenden bevorzugen den eigenen Pkw sogar auf Strecken, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut versorgt sind. Laut einer ADAC-Umfrage wollten 55% der Bundesbürger im Jahre 2010 mit ihrem Auto verreisen. Den zweiten Platz nimmt das Flugzeug mit 35,7 Prozent ein. Weit

dahinter liegen die Verkehrsmittel Bus mit 5,4 Prozent, Zug mit 3,7 Prozent und Schiff mit 2,7 Prozent.

Daher bieten immer mehr Reiseveranstalter individuelle kostengünstige Anreisen an Erholungsorte mit dem eigenen Pkw sowie Straßenkarten, Streckenbeschreibungen, gute Unterkünfte unterwegs, schöne Routen an.

Den deutschen Autofahrern stehen gute Autobahnen, Bundesstraßen sowie lokale Straßen zur Verfügung. Sie ermöglichen sicheres, stressfreies



Abb. 7: Deutsche Briefmarke von 2003 "100 Jahre ADAC"

und benzinsparendes Fahren. Es gibt keine Geschwindigkeitsbegrenzung auf den Autobahnen, aber es ist empfehlenswert, zwischen 100 und 130 km/h zu fahren. Auf den Bundesstraßen liegt die Geschwindigkeitsbegrenzung bei 80–100 km/h und in den Städten bei 50 km/h. An Tankstellen kann man rund um die Uhr alles bekommen, was während der Fahrt benötigt wird. In Raststätten finden

die Reisenden ein großes Angebot an Speisen, Getränken und anderen Dienstleistungen wie Autoreparaturen, Gepäcktransport, Rollstuhlverleih usw. Die Interessen der Kraftfahrer vertritt auch der ADAC. Er bietet seinen Mitgliedern 24 Stunden am Tag Hilfe bei Panne, Unfall und Notsituationen an. Heute ist ADAC-Reisen eine bekannte Reiseveranstalter-Marke, die zu einem der führenden Handels- und Touristikkonzerne Rewe Group gehört. Die Kunden können auch eine kostenfreie Pkw-Kontrolle vor dem Reiseantritt sowie Gutscheine auf Autoreparaturen im Notfall erhalten.

8. Beantworten Sie die Fragen zum Text.

1. Welches Verkehrsmittel bevorzugen die Urlaubsreisenden in Deutschland? Warum? 2. Was hat eine ADAC-Umfrage ergeben? 3. Was bieten immer mehr Reiseveranstalter an? 4. Stehen den deutschen Autofahrern gute Autobahnen, Bundesstraßen sowie lokale Straßen zur Verfügung? 5. Mit welcher Geschwindigkeit darf man auf den Autobahnen und Bundesstraßen fahren? 6. Was beträgt die Geschwindigkeitsbegrenzung in den Städten? 7. Können die Kraftfahrer an Tankstellen rund um die Uhr alles Nötige für die Fahrt bekommen? 8. Welche Dienstleistungen bieten den Reisenden die Raststätten an? 9. Welche Organisation vertritt die Interessen der Kraftfahrer? 10. Welche Hilfe bietet diese Organisation ihren Mitgliedern an? 11. Was ist ADAC-Reisen? 12. Welche zusätzlichen Dienstleistungen können die Kunden des Reiseveranstalters ADAC-Reisen erhalten?

9. Was passt zusammen? Verbinden Sie.

1. Die meisten Deutschen reisen mit dem eigenen Pkw sogar auf Strecken, a. die den Reisenden Getränke, Speisen, Autoreparaturen anbieten.

2. Laut einer ADAC-Umfrage wollen nur 35,7 % der Bundesbürger
3. Viele Reiseveranstalter bieten ihren Kunden
4. Den deutschen Autofahrern stehen Autobahnen, Bundesstraßen sowie lokale Straßen zur Verfügung,
5. Es ist empfehlenswert, auf den Autobahnen
6. Die Geschwindigkeitsbegrenzung in den Städten
7. Die Geschwindigkeitsbegrenzung auf den Bundesstraßen
8. Den deutschen Autofahrern stehen die Tankstellen zur Verfügung,
9. An den Autobahnen liegen Raststätten,
10. Die Interessen der Kraftfahrer vertritt der ADAC,
- b. die ein sicheres Fahren ermöglichen.
- c. der seinen Mitgliedern Hilfe bei Panne und Unfall anbietet.
- d. wo sie alles Nötige für die gute Fahrt bekommen können.
- e. die mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut versorgt sind.
- f. kostengünstige Anreisen an Erholungsorte mit dem Auto.
- g. mit dem Flugzeug reisen.
- h. beträgt 50 km/h.
- i. mit der Geschwindigkeit von die 100 bis 130 km/h zu fahren.
- j. beträgt 80 bis 100 km/h.

10. Erläutern Sie das Schaubild. Benutzen Sie dabei die gegebenen Wörter und Wortverbindungen.

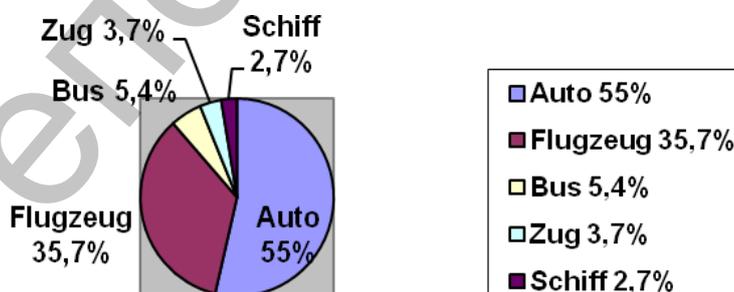


Abb. 8: Eine ADAC-Umfrage 2010

der ADAC, eine Umfrage der Urlaubsreisenden durchführen/machen, laut der Umfrage, bevorzugen/vorziehen, den zweiten Platz einnehmen, danach folgen, dahinter liegen.

11. Schreiben Sie zehn Fragen zum Thema „Autoreisen“. Stellen Sie Fragen an Ihre Studiengenossen. Antworten Sie auf die Fragen Ihrer Studiengenossen.

12. Nehmen wir an: Sie sind Deutscher und sie sind bei den belorussischen Freunden zu Gast. Erzählen Sie Ihren Freunden, warum die Autoreisen bei den Deutschen beliebt sind.

Text B

1. Machen Sie sich mit den Wörtern zum Text B bekannt.

das Dutzend, -s, -e дюжина

Täglich verkauft das Reisebüro ein Dutzend von Pauschalreisen.

der Flughafen, -s, die Flughäfen аэропорт

Deutschland verfügt über mehr als 45 Flughäfen.

der Luftverkehr воздушное сообщение

Viele Flughäfen sind für den internationalen Luftverkehr von großer Bedeutung.

der Bahnhof, -(e)s, die Bahnhöfe вокзал

Die Touristen wurden vom Bahnhof mit einem Auto abgeholt.

das Netz, -es, -e сеть

verknüpfen mit D. связывать, соединять с чем-либо

Der Flughafen ist durch den Bahnhof mit dem Netz der Deutschen Bahn verknüpft.

anbinden an A. привязывать; присоединять к чему-либо

Alle Flughäfen in Deutschland sind gut an das jeweilige städtische Verkehrsnetz angebunden.

der Linienflug, -(e)s, -e регулярный рейс

der Charterflug [ˈtʃartɐ], -(e)s, -e чартерный рейс

Die meisten Fluggesellschaften bieten Linien- und Charterflüge an.

meiden (ie, ie) избегать

Er meidet teure Flüge.

der Flugbegleiter, -s, = бортпроводник

die Reduktion, =, -en сокращение

Die Fluggesellschaften können durch die Reduktion der Flugbegleiter Geld sparen.

die Kosten издержки, расходы, затраты

senken снижать, понижать

Er will seine Kosten senken.

betreiben (ie, ie) приводить в движение, эксплуатировать

AG (die Aktiengesellschaft) АО (акционерное общество)

Das Eisenbahnnetz wird in Deutschland von der Deutschen Bahn AG betrieben.

der Nahverkehr ж.-д. местное (пригородное) сообщение

der Fernverkehr ж.-д. дальнее следование (сообщение)

2008 nutzten in Deutschland 2,3 Milliarden Menschen die Züge des Nah- und Fernverkehrs.

die Fernverbindung, =, -en ж.-д. дальнее следование (сообщение)

Die Deutsche Bahn verliert ihr Monopol auf Fernverbindungen.

Am Hauptbahnhof halten alle Züge der Fernverbindung / des Fernverkehrs.

bedienen обслуживать

Die Fernverbindungen werden von schnellen und komfortablen Zügen bedient.

versehen mit D. снабжать чем-либо

Die Deutsche Bahn ist mit einem guten Eisenbahnnetz versehen.

der Liegewagen, -s, = плацкартный вагон

Es gibt noch freie Plätze im Liegewagen.

die Hälfte половина

Die Hälfte der Reisenden suchen in ihrem Urlaub Sonne und Meer.

die Gattung, =, -en вид; тип; род

die Zuggattung тип поезда

Die meisten Reisenden mit dem Zug bevorzugen Zuggattungen mit hoher Geschwindigkeit.

zum Einsatz kommen (a, o) использоваться

In Deutschland kommen immer mehr moderne Hochgeschwindigkeitszüge zum Einsatz.

in Betrieb nehmen (a, o) вводить в эксплуатацию

Der erste Hochgeschwindigkeitszug wurde in England bereits 1970 in Betrieb genommen.

je nach D. в зависимости от чего-либо

Je nach Zuggattung und Klasse des Wagens werden den Reisenden verschiedene Dienstleistungen angeboten.

das Abteil, -s, -e ж.-д. купе

In manchen Zügen gibt es Abteile für kleine Kinder.

die Vergünstigung, =, -en льгота

Die Deutsche Bahn bietet oft ihren Kunden interessante Vergünstigungen.

2. Erschließen Sie die Bedeutung der zusammengesetzten Substantive.

das Verkehrsnetz, der Billigflug, die Umsteigeverbindung, der Schlafwagen, der Speisewagen, die Fernreisenden, das Handy-Ruhezonen, der Hochgeschwindigkeitszug, das Kleinkinderabteil, die Reisegruppe.

3. Enträtseln Sie die Wörter.

1. □□□□□□□□□□
2. □□□□□□□□□□
3. □□□□□□□□□□
4. □□□□□□
5. □□□□□□□□□□
6. □□□□□□□□□□
7. □□□□□□□□□□
8. □□□□□□□□
9. □□□□□□□□□□□□
10. □□□□□□□□□□□□

1. Eisenbahnwagen mit den Sitzplätzen, die in Liegebänke umgewandelt werden können.
2. Eisenbahnwagen mit den kojenartigen Betten für die Reisenden.
3. Wagen in einem Zug, wo die Reisenden wie in einem Restaurant etwas zum Essen und Trinken nehmen.
4. abgeteilter Raum in einem Zugwagen, wo gewöhnlich 4 oder 6 Personen je nach dem Preis Platz haben.
5. Ein großer Platz für den Luftverkehr.
6. Flug mit dem Linienflugzeug.
7. Flug mit dem von einem Reiseveranstalter für eine Reise gemieteten Flugzeug bzw. Charterflugzeug.
8. Ein Typ oder eine Art.
9. Dienststelle an Bord des Flugzeuges, bedient die Flugreisenden.
10. Ein Vorteil oder Rabatt, den man aufgrund bestimmter Voraussetzungen genießt.

4. Von welchen Verben sind die folgenden Substantive abgeleitet? Schreiben Sie zu den Substantiven entsprechende Verben. Übersetzen Sie sie.

die Verknüpfung, die Reduktion, der Verzicht, die Senkung, die Benutzung, das Sparen.

5. Lesen Sie die folgenden Wörter richtig vor.

a. Fluggesellschaften:

Germania [ger'ma: n̩ja]

Condor ['kondo:ɐ]

Hamburg Airways engl. ['ɛəweɪz]

Senator Aviation Charter engl. ['sɛnətə eɪvi'eɪʃ(ə)n]

Ryanair engl. ['raɪnɛə]

b. Zuggattungen:

Intercity-Express [inte'siti eks'pres]

CityNightLine *engl.* ['siti , nait , lain].

6. Lesen Sie den Text B.

Teil I. Mit dem Flugzeug

Das zweitwichtigste Verkehrsmittel bei den Deutschen ist das Flugzeug. Es ist das schnellste und das teuerste Verkehrsmittel. Deutschland verfügt über ein Dutzend internationale Flughäfen, von denen Frankfurt am Main der Wichtigste für den internationalen Luftverkehr ist. Durch den Bahnhof ist der Flughafen mit dem Netz der Deutschen Bahn verknüpft. Von hier erreicht man viele Städte in Deutschland und Nachbarländern. Zweitgrößter Flughafen ist Düsseldorf, an dritter Stelle steht München und an vierter Stelle Berlin mit zwei Flughäfen (Tegel und Schönefeld). Andere Städte mit internationalen Flughäfen sind Hamburg, Köln, Hannover, Bremen, Nürnberg, Stuttgart, Dresden, Leipzig, Münster. Alle Flughäfen sind gut an das jeweilige städtische Verkehrsnetz angebunden.



Abb. 9: Lufthansa Airbus A 380

Die Deutsche Lufthansa ist eine der größten Luftverkehrsgesellschaften der Welt. Weitere Fluggesellschaften mit dem Sitz in Deutschland sind TUIfly, Germania, Condor, Hamburg Airways, Senator Aviation Charter u. a. Die meisten Unternehmen bieten Linien- und Charterflüge.

Es gibt auch Billigfluggesellschaften. Sie bieten Flüge zu niedrigen Preisen bzw. Billigflüge. Die meisten Billigfluggesellschaften meiden die großen Flughäfen und konzentrieren sich auf Regionalflughäfen (zum Beispiel Lübeck, Friedrichshafen). Sie sparen auch durch den Verzicht auf Bordservice und die Reduktion der Flugbegleiter. Die meisten verzichten auch auf Umsteigeverbindungen und senken damit ihre Kosten. Als Billigfluggesellschaften arbeiten Germanwings, Air Berlin, Ryanair, InterSky u. a.

Teil II. Die Eisenbahn

Das Eisenbahnnetz wird in Deutschland von der Deutschen Bahn AG betrieben. Die Deutsche Bahn verfügt über die schnellen und komfortablen Züge im Nah- und Fernverkehr. Die Fernverbindungen werden meistens von IC (Intercityzug), ICE (Intercity-Express), EN (EuroNight) und CNL (CityNightLine) bedient. Die Nachtzüge sind mit Schlaf- und Liegewagen versehen.

Laut der Statistik benutzt die Hälfte der Fernreisenden mit dem Zug den ICE. Die Zuggattung gehört zu den Hochgeschwindigkeitszügen. Der ICE 1 kam in Deutschland erstmals 1990 zum Einsatz. Er fährt mit der Geschwindigkeit von 280 km/h (Stundenkilometern). 2000 wurde der ICE 3 in Betrieb genommen. Seine Geschwindigkeit beträgt 300 km/h, auf manchen Strecken erreicht er 320 km/h. Je nach ICE-Typ und Klasse werden Dienstleistungen wie Audio- und Videoprogramme, Kleinkinderabteile, Speisewagen, Bistro, Handy-Ruhezonen, Konferenzräume usw. angeboten.



Abb. 10: ICE 3 auf der Ausbaustrecke München -

Über das ganze Jahr bietet die Deutsche Bahn Vergünstigungen für Reisegruppen, Jugendliche, Familien, ältere Menschen.

7. Sagen Sie, ob die folgenden Aussagen dem Inhalt des Textes entsprechen.

1. Das zweitwichtigste Verkehrsmittel bei den Deutschen ist der Zug.
2. Der Zug ist das schnellste und das teuerste Verkehrsmittel.
3. Der Flughafen Berlin ist der Wichtigste für den internationalen Luftverkehr.
4. Deutschland verfügt über zwei internationale Flughäfen.
5. Alle Flughäfen sind gut an das städtische Verkehrsnetz angebunden.
6. Die größte Fluggesellschaft in Deutschland und eine der größten Fluggesellschaften der Welt ist die Deutsche Lufthansa.
7. Die meisten großen Luftverkehrsgesellschaften in Deutschland bieten Linien- und Charterflüge.
8. Die Billigfluggesellschaften bieten Flüge zu niedrigen Preisen.
9. Die meisten großen Luftverkehrsgesellschaften sparen durch den Verzicht auf Bordservice, Umsteigeverbindungen und die Reduktion der Flugbegleiter.
10. Die Deutsche Bahn verfügt über die schnellen und komfortablen Züge im Nah- und Fernverkehr.
11. Alle Züge sind mit Schlaf- und Liegewagen versehen.
12. Die Hälfte aller Fernreisenden mit dem Zug bevorzugt den Intercity-Express, der zu den Hochgeschwindigkeitszügen gehört.
13. Der schnellste Zug in Deutschland ist ICE 1 mit der Geschwindigkeit von 280 km/h.
14. Zu Weihnachten bietet die Deutsche Bahn Vergünstigungen für Reisegruppen, Jugendliche, Familien, ältere Menschen.

8. Beantworten Sie die Fragen zum Text.

1. Welches Verkehrsmittel ist bei den deutschen Reisenden das zweitwichtigste? 2. Hat Deutschland mehr als zehn internationale Flughäfen? 3. Wo befindet sich der wichtigste Flughafen für den internationalen Luftverkehr? 4. Sind alle Flughäfen gut an das jeweilige städtische Verkehrsnetz angebunden? 5. Wie heißt die größte Luftverkehrsgesellschaft Deutschlands? 6. Was sind Billigfluggesellschaften? Wie sparen sie Geld? 7. Verfügt die Deutsche Bahn über die schnellen und komfortablen Züge im Nah- und Fernverkehr? 8. Welche Züge bedienen die Fernverbindungen? 9. Womit sind die Nachtzüge versehen? 10. Welche Zuggattung benutzt die Hälfte der Fernreisenden mit dem Zug? Warum? 11. Mit welcher Geschwindigkeit fährt der ICE 1 / ICE 3? 12. Welche Dienstleistungen werden den Reisenden je nach ICE-Typ und Klasse angeboten? 13. Für welche Personen bietet die Deutsche Bahn über das ganze Jahr Vergünstigungen?

9. Was passt zusammen? Verbinden Sie.

- | | |
|---|---|
| 1. Deutschland verfügt über ... | a. Linien- und Charterflüge. |
| 2. Die deutschen Flughäfen sind gut ... | b. befindet sich in Düsseldorf. |
| 3. Der größte deutsche Flughafen ... | c. den Reisenden Billigflüge. |
| 4. Der zweitgrößte deutsche Flughafen ... | d. ein Dutzend internationale Flughäfen. |
| 5. Die großen Fluggesellschaften bieten ... | e. befindet sich in Frankfurt am Main. |
| 6. Die Billigfluggesellschaften verzichten auf Bordservice, Umsteigeverbindungen, reduzieren die Flugbegleiter und bieten ... | f. mit dem Netz der Deutschen Bahn verknüpft. |

10. Übersetzen Sie den folgenden Text ins Deutsche.

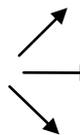
Немецкая железная дорога имеет в своём распоряжении быстрые и комфортабельные поезда местного и дальнего сообщения. Ночные поезда обеспечены спальными и плацкартными вагонами. Половина пассажиров, путешествующих на далёкие расстояния поездом, предпочитает Интерсити-Экспресс. Этот тип поезда относится к высокоскоростным поездам. На протяжении всего года Немецкая железная дорога предлагает льготы туристским группам, молодёжи, семьям, пожилым людям.

11. Erzählen Sie anhand folgender Wörter, Wortverbindungen und Daten über die Geschichte der Hochgeschwindigkeitszüge in Deutschland.

1990, der erste Intercity-Express 1, in Deutschland, zum Einsatz kommen, mit der Geschwindigkeit 280 km/h fahren, 2000, der Intercity-Express 3, in Betrieb nehmen, die Geschwindigkeit, betragen, 300 km/h, auf manchen Strecken 320 km/h erreichen, je nach Typ und Klasse des Zuges, den Reisenden verschiedene Dienstleistungen wie ... anbieten, heute, die Hälfte der Zugfernsreisenden, wählen, der ICE.

12. Formulieren Sie mit 2–3 Sätzen den Hauptgedanken jedes Abschnitts des Textes B.

13. Sie bevorzugen die Reise per Flugzeug. Warum ist es bequem? Erzählen Sie hier über die Dienstleistungen und Möglichkeiten der Flughäfen und Luftverkehrsgesellschaften.

Beginnen Sie  Ich bevorzuge die Reise per Flugzeug, denn S Vk
Ich reise immer mit dem Flugzeug, weil S ... Vk.
Für die Reise wähle ich das Flugzeug, ...

S – Subjekt (подлежащее), Vk – konjugiertes Verb (спрягаемый глагол)

14. Sie bevorzugen, mit dem Zug zu reisen. Warum? Erzählen Sie über die Dienstleistungen und Möglichkeiten der Deutschen Bahn.

Thema 4. Wirtschaftsfaktor Tourismus

Text A

1. Machen Sie sich mit den Wörtern zum Text A bekannt.

die Ausgestaltung, =, -en оформление; *здесь*: организация

Für viele Leute spielt die Ausgestaltung ihrer Freizeit eine große Rolle.

prosperieren процветать, преуспевать

Das Unternehmen prosperiert.

im Zuge в ходе чего-либо

Im Zuge der Umstrukturierung wird sich der Konzern prosperieren.

im Zuge dessen в ходе этого

der Umsatz, -es, .. -e (товаро) оборот

Im Zuge dessen erwirtschaftete das Unternehmen in diesem Jahr den größten Umsatz.

die Angaben данные, сведения

nach Angaben по / согласно данным

Nach Angaben der Welttourismusorganisation erzielte die Tourismusbranche einen Umsatz von etwa 623 Milliarden US-Dollar.

absorbieren абсорбировать, поглощать, вбирать

der Konsum потребление

die Konsumausgaben потребительские расходы

Die Tourismuswirtschaft absorbiert einen großen Anteil an Konsumausgaben der westlichen Industriestaaten.

der Dienstleistungsbereich сфера услуг, сфера обслуживания

allenfalls пожалуй, во всяком случае

Die meisten Menschen Westeuropas sind allenfalls im Dienstleistungsbereich tätig.

inwiefern насколько, в какой степени

die Einnahmen доходы

Inwiefern konnte das Unternehmen seine Einnahmen steigern?

entstehen (a, a) возникать, появляться

der Gewinnabfluss, -es, -e отток прибыли

Durch den Import von Gütern für den touristischen Konsum oder durch Tätigkeiten von ausländischen Unternehmen entstehen Gewinnabflüsse ins Ausland.

unbestritten бесспорно

der Wert, -(e)s, -e ценность, значение; стоимость

Die Tourismuswirtschaft in Deutschland ist unbestritten ein ökonomischer und gesellschaftlicher Faktor von hohem Wert.

der Bruttoumsatz валовой (общий) оборот

Der Bruttoumsatz in der Berliner Tourismus-Branche betrug für das Jahr 2011 rund 10,31 Milliarden Euro.

das Bruttosozialprodukt / das Bruttonationaleinkommen валовой национальный продукт

beinhalten содержать, охватывать

Das Bruttosozialprodukt beinhaltet alle von Inländern erwirtschafteten Einkommen (egal ob im Inland oder im Ausland erzielt).

quantifizieren квантифицировать, определять количество

Da jedoch der Tourismussektor die verschiedensten Wirtschaftszweige beinhaltet, ist es sehr problematisch, die tourismusbedingten Umsätze zu quantifizieren.

die Reederei, =, -en пароходная компания

Da die Reedereien am Tourismus verdienen, zählt man sie zu den unmittelbaren Tourismusunternehmen.

verzeichnen здесь: фиксировать, констатировать, отмечать

2009 verzeichnete die deutsche Tourismusbranche 314 Millionen Übernachtungen deutscher Besucher und 55 Millionen Übernachtungen ausländischer Besucher.

die Beherbergungsstätte, =, -n сдаваемое в наем жилое помещение

Beherbergungsstätten sind Gebäude oder Gebäudeteile, die ganz oder teilweise für die Beherbergung von Gästen bestimmt sind.

2. Erschließen Sie die Bedeutung der zusammengesetzten Substantive.

der Wirtschaftszweig, die Welttourismusorganisation, der Gesamtumsatz, die Mineralölindustrie, die Beschäftigungsgrundlage, die Volkswirtschaft, der Kernbereich, der Randbereich, der Kaufkraftstrom, das Herkunftsgebiet, der Fremdenverkehrsort, der Onlinemarkt, die Onlinebuchung, der Welthandel.

3. Welches Wort passt nicht in die Reihe? Warum?

1. die Einkommen – die Gewinne – die Einnahmen – die Ausgaben
2. erreichen – verteilen – erzielen
3. die Buchung– die Beschäftigung – die Arbeit – die Tätigkeit
4. betragen – ausmachen – gewinnen
5. der Zweig – der Wert – die Branche – der Bereich
6. allenfalls – dennoch – gleichwohl

4. Übersetzen Sie die folgenden Wortgruppen ins Russische.

1. als einer der prosperierendsten Wirtschaftszweige weltweit gelten
2. der größte Arbeitgeber unter den Branchen
3. grenzüberschreitende Reisen
4. die Einkommen höchst ungleich verteilen
5. den Umsatz an Gütern und Dienstleistungen beleben
6. Einkommen und Arbeitsplätze schaffen
7. die tourismusbedingten Umsätze quantifizieren
8. touristische Leistungen erbringen
9. zur wichtigsten Beschäftigungsgrundlage werden
10. vom Kaufkraftstrom abhängen

5. Bilden Sie Sätze mit den oben gegebenen Wortgruppen.

6. Übersetzen Sie den Text A.

Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus

Die Freizeit gewinnt in unserer Gesellschaft immer mehr an Bedeutung, und im Zuge dessen spielt die Ausgestaltung dieser freien Zeit eine zunehmend wichtige Rolle. Die Freizeit- und Tourismuswirtschaft gilt als einer der prosperierendsten Wirtschaftszweige weltweit.

2004 erzielte die Branche nach Angaben der Welttourismusorganisation einen Gesamtumsatz von etwa 623 Milliarden US-Dollar. Er absorbiert

11 Prozent der Konsumausgaben der westlichen Industriestaaten. Mit weltweit rund 100 Millionen Beschäftigten ist er der größte Arbeitgeber unter den Branchen. Grenzüberschreitende Reisen machen 25 bis 30 Prozent des Welthandels im Dienstleistungsbereich aus. Höhere Umsätze werden allenfalls noch in der Auto- und der Mineralölindustrie erzielt. Für viele Regionen ist der Tourismus zur wichtigsten Beschäftigungsgrundlage geworden. Gleichwohl sind die Einkommen höchst ungleich verteilt, 50 Prozent davon werden in nur sieben Ländern (USA, Großbritannien, Frankreich, Italien, Spanien, Deutschland, Österreich) erzielt.

Für nationale Volkswirtschaften ist auch von Bedeutung, inwiefern die Einnahmen aus dem Tourismus in dem jeweiligen Land verbleiben. Durch den Import von Gütern für den touristischen Konsum (z.B. Lebensmittel) oder durch Tätigkeiten von ausländischen Unternehmen entstehen Gewinnabflüsse ins Ausland.

Die Tourismuswirtschaft in Deutschland ist unbestritten ein ökonomischer und gesellschaftlicher Faktor von hohem Wert. In keiner anderen Branche finden so viele Menschen Arbeit und Beschäftigung wie in den Kern- und Randbereichen des Tourismus. In keiner anderen Branche stehen mehr Arbeitsplätze zur Verfügung als im Tourismus. 2,9 Millionen Menschen arbeiten in Deutschland in der Tourismuswirtschaft. In Deutschland beträgt der Brutto-Umsatz der Tourismuswirtschaft 100 Mrd. Euro, mit einem durchschnittlichen Anteil am Bruttosozialprodukt von 9%.

Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus hängt vom Kaufkraftstrom ab, der durch die Touristen aus den Herkunftsgebieten in einen Fremdenverkehrsort fließt. Dieser belebt den Umsatz an Gütern und Dienstleistungen, schafft Einkommen und Arbeitsplätze. Da jedoch der Tourismussektor die verschiedensten Wirtschaftszweige beinhaltet, ist es sehr problematisch, die tourismusbedingten Umsätze zu quantifizieren. Touristische Leistungen werden in vielen Bereichen erbracht, die von Touristen und Nicht-Touristen genutzt werden (bspw. Dienstleistung, Handel, Verkehr). Zu den unmittelbaren Tourismusunternehmen zählt man doch Reiseveranstalter, Fluggesellschaften, Hotels, Gaststätten und Reedereien.

2009 verzeichnete die deutsche Tourismusbranche 314 Millionen Übernachtungen deutscher Besucher und 55 Millionen Übernachtungen ausländischer Besucher. Dabei bilden die Niederlande mit 10 Millionen Übernachtungen das Herkunftsland, aus dem die meisten Touristen in Deutschland stammen. Aus den USA übernachteten 4 Millionen Touristen in deutschen Beherbergungsstätten.

Für die Tourismuswirtschaft wächst die Bedeutung des Onlinemarktes. 2009 machte die deutsche Tourismuswirtschaft 41% ihres Umsatzes mit Onlinebuchungen. 2005 waren es erst 25%. Der Umsatz mit Onlinebuchungen im Jahr 2005 betrug 9,45 Milliarden Euro.

7. Beantworten Sie die Fragen zum Text.

1. Welche Rolle spielt die Tourismusbranche in der Weltwirtschaft?
2. Welcher Gesamtumsatz erzielte die Branche nach Angaben der Welttourismusorganisation 2004? 3. Wie viele Menschen sind in der Tourismusbranche weltweit beschäftigt? 4. Ist der Tourismus für viele Regionen zur wichtigsten Beschäftigungsgrundlage geworden? 5. Wie werden die Einkommen aus dem Tourismus verteilt? In welchen Ländern werden die höchsten Gewinne erzielt? 6. Was ist für nationale Volkswirtschaften von großer Bedeutung? 7. Wodurch entstehen Gewinnabflüsse ins Ausland? 8. Welche Rolle spielt die Tourismuswirtschaft in Deutschland? Warum? 9. Wovon hängt die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus ab? 10. Was belebt den Umsatz an Gütern und Dienstleistungen, schafft Einkommen und Arbeitsplätze? 11. Warum ist es sehr problematisch, die tourismusbedingten Umsätze zu quantifizieren? 12. Welche Unternehmen gehören unmittelbar zur Tourismusbranche? 13. Wie viele Übernachtungen verzeichnete die deutsche Tourismusbranche 2009? 14. Aus welchem Land stammen die meisten Touristen in Deutschland? 15. Wächst die Bedeutung des Onlinemarktes für die deutsche Tourismuswirtschaft? 16. Wie groß war der Anteil der Onlinebuchungen am Tourismusumsatz 2009?

8. Füllen Sie die Lücken mit den unten gegebenen Wörtern aus.

Die ... der freien Zeit spielt in der modernen Welt eine zunehmend wichtige Rolle, deshalb gilt die ... als einer der prosperierendsten Wirtschaftszweige weltweit. 2004 erzielte die Branche nach ... der Welttourismusorganisation einen ... von etwa 623 Milliarden US-Dollar. In der Branche sind rund 100 Millionen Menschen Damit ist sie der größte ... unter den Branchen. Für viele Regionen der Welt ist der Tourismus zur wichtigsten ... geworden. Gleichwohl sind die ... höchst ungleich verteilt. 50 Prozent davon werden in nur sieben Ländern (USA, Großbritannien, Frankreich, Italien, Spanien, Deutschland, Österreich) Für nationale Volkswirtschaften ist es sehr wichtig, inwiefern ... aus dem Tourismus in dem jeweiligen Land verbleiben. Durch den Import von Gütern für den touristischen ... und durch Tätigkeiten von ausländischen Unternehmen entstehen ... ins Ausland.

Die Tourismuswirtschaft in Deutschland ist ... ein ökonomischer und gesellschaftlicher Faktor von hohem Wert. 2,9 Millionen Menschen finden Arbeit und ... in der Tourismuswirtschaft. Der ... der Tourismuswirtschaft beträgt hier 100 Mrd. Euro. Das macht 9% des ... aus.

Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus hängt vom ... ab. Dieser ... den Umsatz an Gütern und Dienstleistungen, schafft Einkommen und Arbeitsplätze. Es ist sehr schwer, die tourismusbedingten Umsätze zu ... , denn touristische Leistungen werden in vielen Bereichen erbracht (bspw. Dienstleistung, Handel, Verkehr). Zu den unmittelbaren

Tourismusunternehmen zählt man doch Reiseveranstalter, Fluggesellschaften, Hotels, Gaststätten und ...

2009 übernachteten 314 Millionen Deutsche und 55 Millionen Ausländer in deutschen ... Die meisten ... kommen nach Deutschland aus den Niederlanden. Die deutsche Tourismusbranche ... 10 Millionen Übernachtungen aus diesem Land. Danach folgen ... mit 4 Millionen Touristen.

Für die Tourismuswirtschaft wächst die Bedeutung des ... 2009 machte die deutsche Tourismuswirtschaft 41% ihres Umsatzes mit ...

quantifizieren Reedereien Beherbergungsstätten verzeichnete
Onlinemarktes Onlinebuchungen Ausländer Kaufkraftstrom
Ausgestaltung Beschäftigung Arbeitgeber Gewinnabflüsse die USA
unbestritten Bruttoumsatz Gesamtumsatz Einkommen
Beschäftigungsgrundlage Angaben Bruttosozialprodukts beschäftigt
Einnahmen erzielt Konsum belebt Tourismuswirtschaft

9. Erzählen Sie über die Bedeutung der Tourismuswirtschaft weltweit.

10. Erzählen Sie über die Bedeutung der Tourismuswirtschaft in Deutschland.

Text B

1. Machen Sie sich mit den Wörtern zum Text A bekannt.

veranlassen вызывать, служить причиной, побуждать

Geschäftsreisen bzw. Dienstreisen sind die Reisen, die geschäftlich oder dienstlich veranlasst sind.

begehren (страстно) желать что-либо

begehrt (страстно) желаемый

Gute Bedingungen machen Deutschland zu einem begehrten Geschäftsreiseland.

die deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) Национальный комитет Германии по туризму

Die DZT präsentiert das Reiseland Deutschland auf dem globalen Markt durch vielfältige Veranstaltungen: internationale Touristikmessen, Workshops und Medienveranstaltungen.

aus Anlass по поводу

tätigen совершать, осуществлять

Von allen europäischen Reisen nach Deutschland wurden 10,7 Millionen im Jahr 2010 aus Anlass einer Geschäftsreise getätigt.

ausgeben (a, e) расходовать, тратить (деньги)

Die Reisenden geben im Tourismusort Geld aus.

der od. das Event [♥'ð↔→×], -s, -s событие

promotable [prə'məutəb(ə)] **Geschäftsreisen** нетрадиционные деловые поездки

die Tagung, =, **-en** съезд; конференция

Zu den promotablen Geschäftsreisen gehören Messen, Ausstellungen, Kongresse, Events, Tagungen.

die Geschäftsbesprechung / die Dienstbesprechung, =, **-en**

производственное (служебное) совещание

Dienstbesprechungen zählt man im Unterschied zu den Tagungen und Events zu den traditionellen Geschäftsreisen.

in Anbetracht G. принимая во внимание, учитывая что-либо

sich erweisen (ie, ie) als A. und N. оказываться, обнаруживаться

Die traditionellen Geschäftsreisen erwiesen sich in Anbetracht der weltweiten Wirtschaftskrise als das stabilere Segment.

abnehmen (a, o) уменьшаться

Die Einkommen nahmen im Vergleich zum vorigen Jahr um vier Prozent ab.

entfallen (ie, a) auf A. приходиться, выпадать (на чью-либо) долю

Die größeren Umsätze im Geschäftsreisemarkt in Deutschland entfallen auf die Reisebüros BCD und FCM (DER)/Derpart.

das Messegelände, -s, = территория ярмарки (выставки)

Aussteller aus der ganzen Welt kommen nach Köln, um auf dem fünftgrößten Messegelände der Welt Produkte und Trends zu präsentieren.

die Leitmesse, =, **-en** ведущая ярмарка

Die Internationale Tourismusbörse (ITB) ist die Leitmesse der internationalen Tourismus-Wirtschaft. 2012 sammelte die Leitmesse in Berlin 132.348 Besucher, davon 34.225 aus dem Ausland.

hochwertig высококачественный

Auf dem fünftgrößten Messegelände der Welt bieten 11 hochwertige Messehallen und 2 Congress-Centren viel Raum für Messen, Kongresse, Tagungen und Events.

2. Erschließen Sie die Bedeutung der zusammengesetzten Substantive.

das Tagungshotel, das Geschäftsreiseaufkommen, die Gesamtkosten, die Vertragsverhandlungen, das Geschäftsreisevolumen, der Messestandort, die Eventlocation.

3. Lesen Sie den Text B.

Geschäftsreisemarkt in Deutschland

Geschäftsreisen bzw. Dienstreisen sind die Reisen, die geschäftlich oder dienstlich veranlasst sind und vom Arbeitgeber finanziert werden. Der Geschäftsreisemarkt ist unabhängig von der Reisesaison und ist ein wichtiger Umsatzfaktor für Unternehmen aus dem Tourismus-Sektor in Deutschland. Nach den jährlichen Geschäftsreiseanalysen des Verbands Deutsches Reisemanagement (VDR) ist das Geschäftsreisevolumen in Deutschland nach dem Umsatz fast gleich groß wie das der Privatreisen.

Eine ausgezeichnete Infrastruktur, das gute Preis-Leistungs-Verhältnis, die große Palette an hochwertigen Tagungshotels, Kongresszentren und Eventlocations, Sicherheit, gut ausgebildetes Personal, vernetzte Verkehrswege sind Deutschlands Stärken als begehrtes Geschäftsreiseziel.

Laut der deutschen Zentrale für Tourismus erzielte der Geschäftsreisemarkt in Deutschland im Jahr 2010 einen Umsatz von 66 Milliarden Euro. Von allen europäischen Reisen nach Deutschland wurden 10,7 Millionen im Jahr 2010 aus Anlass einer Geschäftsreise getätigt. Das entspricht einem Marktanteil von rund 27 Prozent. Internationale Gäste geben in Deutschland jährlich etwa 15 Milliarden Euro für Geschäftsreisen aus. Deutschland hat sich zur beliebtesten Geschäftsreisedestination europäischer Reisender entwickelt.

Vor allem die deutschen Geschäftsleute sind im eigenen Land unterwegs. Die Gesamtkosten bei deutschen Geschäftsreisen betragen 43,5 Milliarden Euro im Jahr 2010. Der Bereich Flug machte dabei den größten Anteil von 11,35 Milliarden Euro aus. Die Übernachtungskosten von Geschäftsreisen betragen rund 11 Milliarden Euro. Die größten Reisebüros nach Umsatz im Geschäftsreisemarkt in Deutschland sind BCD Travel mit rund 2 Milliarden Euro im Jahr 2009 und FCM (DER)/Derpart mit einer Milliarde Umsatz. Unter den Top-Städten weltweit bei deutschen Geschäftsreisen ist Berlin mit 7,5 Prozent am gesamten deutschen Geschäftsreiseaufkommen an erster Stelle. Auf Platz zwei ist London mit 7,1 Prozent und auf Platz drei kommt München mit 6,5 Prozent.

Der Geschäftsreisemarkt wird in zwei Segmente geteilt: traditionelle Geschäftsreisen wie Geschäfts- und Dienstbesprechungen, Vertragsverhandlungen und promotable Geschäftsreisen wie Messen, Ausstellungen, Kongresse, Tagungen, Events sowie Incentivereisen. Die traditionellen Geschäftsreisen machen mit 54 Prozent den größeren Anteil an allen Geschäftsreisen aus. Die traditionellen Geschäftsreisen erwiesen sich in Anbetracht der weltweiten Wirtschaftskrise als das stabilere Segment. Während die traditionellen Geschäftsreisen nur ein relativ moderates Minus von drei Prozent im Jahresvergleich 2008/2009 verzeichneten, nahmen die promotablen Geschäftsreisen im gleichen Zeitraum um zwölf Prozent ab.

Damit sind die promotablen Geschäftsreisen besonders stark von der wirtschaftlichen Lage abhängig.

Doch entfällt fast die Hälfte des Geschäftsreisevolumens in Deutschland auf die promotablen Geschäftsreisen. 2012 sind die promotablen Geschäftsreisen aus Europa nach Deutschland laut der DZT um sieben Prozent gewachsen. Anbieter und Organisatoren prognostizieren internationalen Veranstaltungen sogar eine noch positivere Zukunft.

Insbesondere als Messestandort spielt Deutschland eine wichtige Rolle. Der Messeplatz Deutschland ist weltweit die Nr. 1 in der Durchführung internationaler Messen. Von den global führenden Messen der einzelnen Branchen finden fast zwei Drittel in Deutschland statt. Jährlich werden rund 150 internationale Messen und Ausstellungen mit bis zu 170.000 Ausstellern und 9 bis 10 Mio. Besuchern durchgeführt. Drei der fünf größten Messegelände der Welt liegen in Hannover, Frankfurt und Köln. In Deutschland finden solche globalen Leitmessen wie die Internationale Automobil-Ausstellung IAA in Frankfurt und die Computermesse CEBIT in Hannover statt.

4. Sagen Sie, ob die folgenden Aussagen dem Inhalt des Textes entsprechen.

1. Geschäftsreisen sind die Reisen, die geschäftlich oder dienstlich veranlasst sind und vom Arbeitgeber finanziert werden.

2. Der Geschäftsreisemarkt ist von der Reisesaison stark abhängig und spielt keine große Rolle für die Tourismuswirtschaft in Deutschland.

3. Niedrige Preise machen Deutschland zu einem beliebten Geschäftsreiseland.

4. Internationale Gäste geben in Deutschland jährlich knapp 15 Milliarden Euro für Geschäftsreisen aus.

5. Vor allem die deutschen Geschäftsleute wählen als Geschäftsreisedestination die Hauptstadt Englands London.

6. BCD Travel, das größte Reisebüro nach Umsatz im Geschäftsreisemarkt, erzielte 2009 rund 1 Milliarde Euro.

7. Der Geschäftsreisemarkt wird in zwei Segmente geteilt: traditionelle Geschäftsreisen und promotable Geschäftsreisen.

8. Zu den traditionellen Geschäftsreisen gehören Messen, Ausstellungen, Kongresse, Tagungen, Events, Incentivereisen.

9. Die promotablen Geschäftsreisen erwiesen sich in Anbetracht der weltweiten Wirtschaftskrise als das stabilere Segment und sind damit weniger von der wirtschaftlichen Lage abhängig.

10. Fast die Hälfte des Geschäftsreisevolumens entfällt in Deutschland auf die promotablen Geschäftsreisen.

11. Als Messestandort spielt Deutschland eine führende Rolle in der ganzen Welt.

12. Von den global führenden Messen der einzelnen Branchen finden fast ein Drittel in Deutschland statt.

13. Drei der fünf größten Messegelände der Welt liegen in Berlin, Frankfurt und München.

5. Übersetzen Sie ins Deutsche! Nehmen Sie den Text B zu Hilfe.

1) не зависеть от туристического сезона; 2) хорошее соотношение цены и качества; 3) объединенные в сети транспортные пути; 4) большая палитра высококачественных отелей для проведения съездов; 5) достигать товарооборота в 66 миллиардов евро; 6) соответствовать рыночной доли в 27%; 7) ежегодно расходовать около 15 миллиардов евро; 8) развиваться в популярную дестинацию делового туризма; 9) делить рынок деловых поездок на традиционные и нетрадиционные командировки; 10) составлять большую часть от чего-либо; 11) оказаться наиболее стабильным сегментом; 12) констатировать относительно умеренный минус в 3%; 13) уменьшаться на 12%; 14) увеличиваться на 7%; 15) международные мероприятия; 16) предсказывать чему-либо ещё более позитивное будущее; 17) играть важную роль в качестве места проведения ярмарок.

6. Bilden Sie die Sätze mit den Wortgruppen aus der Übung 5.

Beginnen Sie $\begin{cases} \nearrow \text{Im Text habe ich davon gelesen, dass S ... Vk.} \\ \longrightarrow \text{Jetzt weiß ich, dass S ... Vk.} \\ \searrow \text{Im Text steht es, dass S ... Vk.} \end{cases}$

7. Äußern Sie sich zum Thema „Deutschland ist ein begehrtes Geschäftsreiseziel“. Nehmen Sie sich die folgenden Fragen zu Hilfe.

1. Wie groß ist das Geschäftsreisevolumen in Deutschland?
2. Welche Umsätze erzielt der Geschäftsreisemarkt in Deutschland?
3. Wie viel Geld geben internationale Gäste in Deutschland jährlich für Geschäftsreisen aus?
4. Warum hat sich Deutschland zur beliebtesten Geschäftsreisedestination europäischer Reisender entwickelt?

8. Äußern Sie sich zum Thema „Deutsche Geschäftsreisen“. Nehmen Sie sich die folgenden Fragen zu Hilfe.

1. Reisen die Deutschen geschäftlich im eigenen Land gern?
2. Welche Stadt ist weltweit bei den deutschen Geschäftsreisen an erster Stelle?
3. Was betragen die Gesamtkosten bei deutschen Geschäftsreisen?
4. Welche Unternehmen machen die größten Anteile an Gesamtkosten aus?

9. Äußern Sie sich zum Thema „Geschäftsreisemarkt in Deutschland“. Nehmen Sie sich die folgenden Fragen zu Hilfe.

1. In welche zwei Segmente wird der Geschäftsreisemarkt geteilt?
2. Was zählt man zu den traditionellen Geschäftsreisen?
3. Was stellen die promotablen Geschäftsreisen dar?
4. Welche Geschäftsreisen erweisen sich als das stabilere Segment? Warum?
5. Wie groß ist der Anteil der promotablen Geschäftsreisen an allen Geschäftsreisen in Deutschland?
6. Welche Zukunft prognostizieren Anbieter und Organisatoren den promotablen Geschäftsreisen?
7. Wie heißen die größten Reisebüros im Geschäftsreisemarkt in Deutschland? Welche Umsätze erzielen sie?

10. Erzählen Sie über Deutschland als Messestandort. Nehmen Sie sich die folgenden Fragen zu Hilfe.

1. Welche Rolle spielen die Messen in Deutschland?
2. Wie viele global führende Messen finden in Deutschland statt?
3. Wie viele internationale Messen und Ausstellungen werden in Deutschland jährlich durchgeführt?
4. Wie viele Besucher ziehen sie an?
5. Liegen in Deutschland drei der fünf größten Messegelände der Welt? In welchen Städten befinden sie sich?
6. Welche globalen Leitmessen sind in Deutschland besonders populär? Wo finden sie statt?

11. Diskutieren Sie in der Gruppe über die Rolle der Geschäftsreisen in Belarus.

12. Machen Sie Ihre Vorschläge für die Entwicklung und Verbesserung des Geschäftsreisetourismus in Belarus. Nehmen Sie sich die folgenden Klischees zu Hilfe.

Meiner Meinung nach muss/sollte man (erstens) ... **V-en**.

Ich meine/denke/glaube, dass man ... **V-en** muss/sollte.

Ich bin der Meinung, dass man ... **V-en** muss/sollte.

Ich schlage vor, ... zu **V-en**.

Zweitens (drittens) schlage ich vor, ... zu **V-en**.

V-en – глагол в форме инфинитива

13. Erarbeiten Sie ein Projekt zum Thema „Entwicklung des Geschäftsreisetourismus in Belarus“. Präsentieren Sie es in der Gruppe.

INHALTSVERZEICHNIS

Предисловие (Vorwort)	3
Modul III. Tourismuswirtschaft: zentrale Akteure und Bedeutung	4
Thema 1. Reiseveranstaltung und Reisevermittlung	4
Text A. Arbeit der Reiseveranstalter und Reisemittler	4
Text B. Arten von Reisebüros	9
Thema 2. Beherbergungsgewerbe	15
Text A. Beherbergungsgewerbe	15
Text B. Deutsche Hotelklassifizierung	22
Thema 3. Transportgewerbe	27
Text A. Autoreisen	27
Text B. Reisen mit dem Flugzeug und der Eisenbahn	32
Thema 4. Wirtschaftsfaktor Tourismus	38
Text A. Wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus	38
Text B. Geschäftsreisemarkt in Deutschland	43

LITERATURVERZEICHNIS

1. Steinecke, A. Tourismus. Eine geographische Einführung / A. Steinecke. – Braunschweig: Westermann GmbH, 2006. – 358 S.
2. Fuchs, W. Lexikon Tourismus / W. Fuchs u. a. – München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, 2008. – 804 S.
3. Haedrich, G. Tourismus-Management: Tourismus - Marketing und Fremdenverkehrsplanung / G. Haedrich u. a., – 3., völlig neu bearb. und wesentlich erw. Aufl. – Berlin: de Gruyter, 1998. – 955 S.
4. Freyer, W. Geschäftsreise - Tourismus - Geschäftsreisemarkt und Business Travel Management. / W. Freyer u. a. – Dresden: Forschungsinstitut für Tourismus, 2004. – 200 S.
5. de.statista.com/statistik/faktenbuch/377/a/branche-industriemarkt/tourismusbranche/geschaeftsreisemarkt
6. dmm.travel/news/article/lesen/2012/03/studie-geschaeftsreisen-sind-wichtiger-wirtschaftsfaktor-48477

Учебное издание

АГАБАЛАЕВА Оксана Андреевна

**DEUTSCH
FÜR DIE TOURISMUSBRANCHE
НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК В СФЕРЕ ТУРИЗМА**

Практическое пособие

Часть II

Технический редактор
Компьютерный дизайн

Г.В. Разбоева
И.В. Волкова

Подписано в печать . 2013. Формат 60x84¹/₁₆. Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 2,96. Уч.-изд. л. 2,52. Тираж . Заказ .

Издатель и полиграфическое исполнение – учреждение образования
«Витебский государственный университет имени П.М. Машерова».

ЛИ № 02330/110 от 30.01.2013.

Отпечатано на ризографе учреждения образования
«Витебский государственный университет имени П.М. Машерова».

210038, г. Витебск, Московский проспект, 33.