

Lingua Tedesca

ESEMPIO DI COMPrensIONE SCRITTA

Livello B1

440 parole

Argomento: Modernes Leben – Alltagskultur und Lebensart

Gute Küche und feine Weine, Erholung in der Natur, Feste und Feiern, Urlaub, Design und Mode, inspirierende Architektur. Davon hat Deutschland viel zu bieten – und das fern von allen Klischees, die sich über Lederhosen und Kalbshaxen noch immer halten mögen. Das wissen auch die vielen Urlauber aus dem Ausland, die Deutschland zunehmend als interessantes Ferienziel kennen lernen. Nicht nur, weil es hier viele kulturhistorische Sehenswürdigkeiten zu entdecken gibt, sondern auch wegen der vielfältigen Regionalküche und der abwechslungsreichen Landschaften. Und auch die Deutschen, nach wie vor Reiseweltmeister, machen am liebsten Ferien zwischen Nordsee und Alpen.

„Weltoffen und gastfreundlich“ – dieses Prädikat erhielt Deutschland von den Gästen der Fußball-Weltmeisterschaft 2006. Laut einer Umfrage der Deutschen Zentrale für Tourismus erhielten Deutschland und die Deutschen durchweg positive Beurteilungen von den Reisenden. Gründe für ein positives Bild gibt es genug. Etwa die Modernität des Landes, seine Aufgeschlossenheit, die Lebensqualität, die multinationale Vielfalt und die Kreativität, mit der Deutschland seine kulturelle Identität gleichzeitig erneuert und bewahrt. In fast allen Lebensbereichen zeigt sich heute eine erfreulich entspannte Leichtigkeit und weltoffene Neugier.

Als Reiseland wird Deutschland immer beliebter: 54,8 Millionen Übernachtungen ausländischer Gäste verzeichnete die Deutsche Zentrale für Tourismus 2009 zwischen Nordsee und Alpen. Damit hat der Deutschland-Tourismus sein hohes Niveau trotz Wirtschaftskrise halten und seine Marktanteile im internationalen Vergleich sogar steigern können. Berlin, München, Hamburg, Frankfurt am Main und Köln sind die beliebtesten Städte bei den internationalen Gästen. Insbesondere Geschäftsreisende schätzen Deutschland als Zielland. Mit elf Prozent Marktanteil an allen internationalen Geschäftsreisen weltweit ist Deutschland der Marktführer im Geschäftstourismus.

In Berlin wächst die Zahl der Übernachtungen seit vielen Jahren: 2009 stieg sie um mehr als eine Million auf rund 19 Millionen. Die meisten Deutschland-Touristen kommen aus dem europäischen Ausland, aus den USA und Asien. Als Bundesländer punkten bei den ausländischen Reisenden Bayern, Nordrhein-Westfalen, Berlin und Baden-Württemberg.

Magnete für Deutschland-Urlauber sind neben den kulturhistorischen Sehenswürdigkeiten auch die anspruchsvollen Konzertreihen, Kunstausstellungen und Theateraufführungen oder die großen Sportereignisse auf internationalem Niveau, die Straßenfeste oder stimmungsvollen Weihnachtsmärkte, um nur einige Höhepunkte zu nennen. In Deutschland wird gern und viel gefeiert. Und manche Volksfeste – wie etwa das Oktoberfest in München oder der Christopher Street Day in Köln, der Karneval der Kulturen in Berlin, die Fastnacht in Mainz oder der Karneval in Köln – sind längst international Synonym für gute Laune und eine weltläufige Atmosphäre geworden.

Während es die Gäste aus dem Ausland überwiegend in die Großstädte zieht, reisen die Deutschen im eigenen Land lieber in kleinere Gemeinden und ländliche Regionen: Bei ihnen gehören die Nord- und Ostseeküste, der Schwarzwald und der Bodensee zu den beliebtesten Ferienzeilen. Aber auch für Aktivurlauber gewinnen Küste, Seen, Mittel- und Hochgebirge an Bedeutung.

A Was steht im Text?

1. Die meisten Urlauber aus dem Ausland haben familiäre Beziehungen zu Deutschland.
2. Als Reiseweltmeister verbringen die Deutschen ihre Ferien am liebsten im Ausland.
3. Urlauber aus dem Ausland schätzen die vielfältigen Aspekte Deutschlands als Urlaubsland.
4. Viele Gäste aus dem Ausland kommen nur wegen der guten regionalen Küche nach Deutschland.

B Was steht im Text?

1. Eine positive Meinung über Deutschland gab es nur während der Fußballweltmeisterschaft 2006.
2. Die Deutsche Zentrale für Tourismus bekämpft das eklatante Imageproblem Deutschlands.
3. In vielen Lebensbereichen zeigen sich in Deutschland heute noch längst veraltete Lebensformen.
4. Die Fußball-WM 2006 verhalf Deutschland zu einem ausschließlich positiven Erscheinungsbild.

C Was steht im Text?

1. Trotz der allgemein schlechten wirtschaftlichen Lage nahm der Tourismus im eigenen Land zu.
2. Marktwirtschaftlich gesehen konnte sich Deutschland im internationalen Vergleich nicht behaupten.
3. Die übergroße Mehrheit der Touristen kommt aus beruflichen Gründen nach Deutschland.
4. Geschäftsreisende legen nicht so viel Wert auf das hohe Niveau der Hotels in den Großstädten.

D Was steht im Text?

1. Berlin nimmt, was die Zahl der Übernachtungen von Ausländern betrifft, eine Spitzenposition ein.
2. Asiatische und amerikanische Touristen machen gerne in den südlichen Bundesländern Urlaub.
3. Im internationalen Vergleich kommen die meisten Geschäftstouristen aus dem nahen Ausland.
4. Das Niveau der kulturellen Veranstaltungen kann auf europäischem Niveau nicht mithalten.

E Was steht im Text?

1. Nur in den Großstädten fand das Marketingkonzept für mehr Internationalität seine Umsetzung.
2. Viele kulturelle und landestypische Veranstaltungen wurden zum Symbol für Weltoffenheit.
3. Ferien auf dem Land und Städtereisen liegen in der Beliebtheitsskala ganz am Ende.
4. Viele hochwertige kulturelle Veranstaltungen werden in der Kritik als Volksfest abgestempelt.

A3 - B4 - C1 - D1 - E2