



UNTERNEHMEN
DEUTSCH
ARBEITSBLÄTTER
FÜR DEN UNTERRICHT
MODUL 1

WIRTSCHAFTSSTANDORT
DEUTSCHLAND

Niveau B1

GOETHE
INSTITUT

Sprache. Kultur. Deutschland.

STRUKTUR

Module

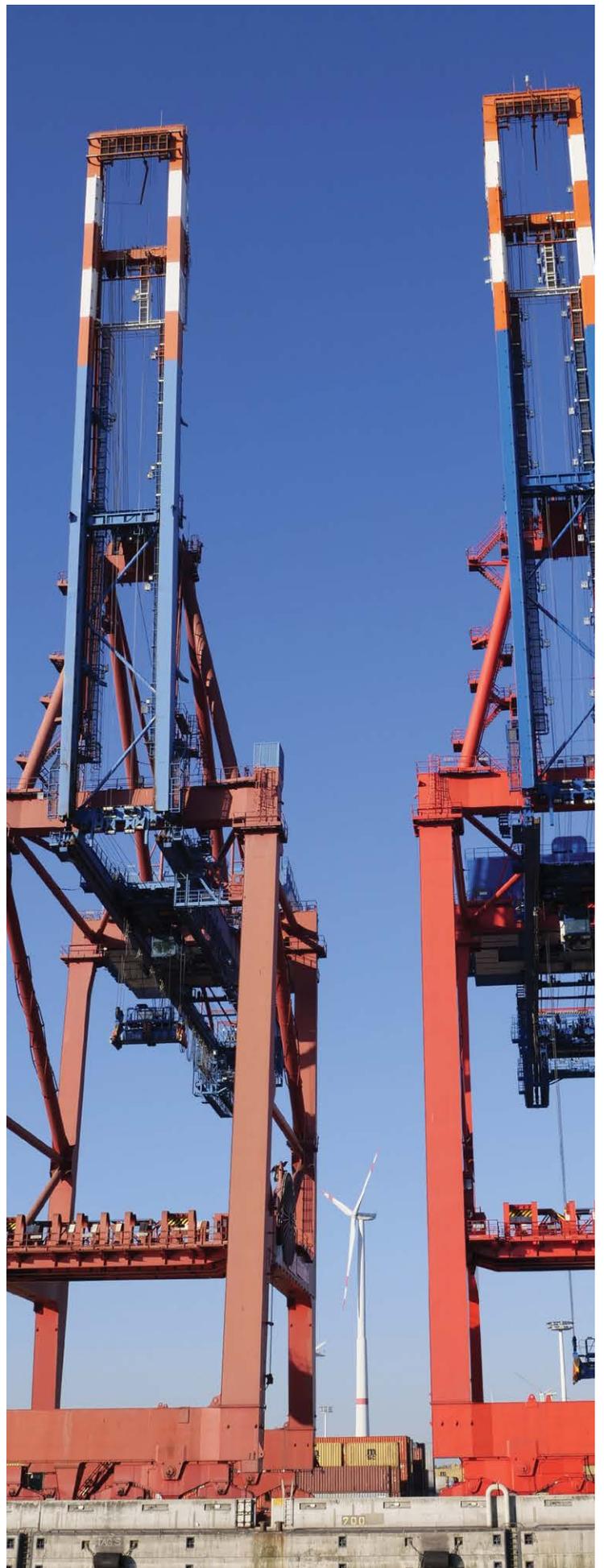
- B1** **MODUL 1** UNSER WIRTSCHAFTSRAUM
- B1** **MODUL 2** UNSER PARTNERUNTERNEHMEN
- B1** **MODUL 3** UNSERE GESCHÄFTSIDE
- B1** **MODUL 4** BERUFSORIENTIERUNG

Arbeitsformen

-  Einzelarbeit
-  Partnerarbeit
-  Gruppenarbeit
-  Plenum

Fertigkeiten

-  Lesen
-  Sprechen
-  Schreiben
-  Hören



DEUTSCHE PRODUKTE TYPISCH DEUTSCH?

Nicht alle Produkte, die man für typisch deutsch hält, stammen aus einem deutschen Unternehmen. Woher stammen die Beispiele in der Tabelle? Aus Deutschland oder aus einem anderen Land?

1. Arbeitet zu zweit und schreibt eure Vermutung in die Tabelle.
2. Tauscht euch mit einem anderen Paar aus. Verwendet dabei die nützlichen Redemittel (siehe folgende Seite).
3. Diskutiert anschließend in der Klasse.
4. Recherchiert im Internet und findet Informationen über die Produkte.



DEUTSCHE PRODUKTE TYPISCH DEUTSCH?

5. Beantwortet die Fragen paarweise:

- Welche typischen deutschen Produkte kennst du?
- Welche deutschen Produkte findest du bei dir zu Hause?
- Diskutiert eure Ergebnisse in der Klasse und macht eine gemeinsame Liste an der Tafel.
Welche Produkte werden oft genannt?



Redemittel

Ich glaube /denke /vermute,

- dass ... ein Produkt aus Deutschland ist, weil ...
- dass ... ein deutsches Unternehmen / ein Unternehmen aus ... ist, weil ...
- dass ... deutsch sein könnte, weil ...
- dass ... vielleicht ein Unternehmen aus ... ist, weil ...

6. Suche dir dein deutsches Lieblingsprodukt aus und recherchiere im Internet. Mache dir Notizen.



- Wie heißt das Unternehmen dazu, und wo hat es seinen Sitz?
- Was ist für dich das Interessanteste an diesem Unternehmen?
- Stelle dein Produkt / dein Unternehmen einer Partnerin / einem Partner vor (Stichworte).

DEUTSCHE PRODUKTE BRANCHEN

1. Ordne die Branchen in den Kästchen den richtigen Bildern zu.

2. Welche Branche macht was? Schreibe Sätze wie im Beispiel.



Möbelindustrie Lebensmittelindustrie Tourismusbranche Elektroindustrie
Textilindustrie Luft- und Raumfahrtindustrie Pharmaindustrie Kosmetikindustrie
Logistik- und Transportindustrie Automobilindustrie Film- und Fernsehindustrie



Die Lebensmittelindustrie stellt Lebensmittel her, wie z. B. Schokolade.

DEUTSCHE PRODUKTE BRANCHEN

Wörterliste

produzieren	produceren
herstellen	produceren
machen	maken
anbieten	aanbieden

UNTERNEHMEN WER MACHT WAS?

1. Fülle die Tabelle aus wie im Beispiel.

- a) Welche Unternehmen produzieren Produkte?
- b) Welche Unternehmen bieten eine Dienstleistung (einen Service) an?
- c) In welcher Branche ist das Unternehmen tätig? Schreibe Informationen wie im Beispiel.



das Unternehmen	das Produkt	die Dienstleistung	die Branche
Audi	das Auto		die Automobilbranche
Bayer			
Birkenstock			
BMW			
Bosch			
DB Schenker			
Adidas			
Zalando			
TUI			
Hugo Boss			
Kühne & Nagel			
Lufthansa			
Rimowa			
Sixt			
Schwarzkopf			

2. Sprecht paarweise. Stellt einander Fragen.



Redemittel	
Was produziert ... ?	... produziert ...
Welches Unternehmen produziert Schuhe / Kleidung / ...?	... produziert Schuhe / Kleidung / ...
Welche Dienstleistung bietet ... an?	Das Unternehmen ... bietet ... an.
Welches Produkt verkauft ... ?	... verkauft ...
Beschreibe das Unternehmen ist ein Unternehmen, das ...
Was hast du über das Unternehmen ... gelernt?	Ich habe über das Unternehmen ... gelernt, dass ...
In welcher Branche ist ... tätig?	...ist in der ...-Branche tätig, weil ...

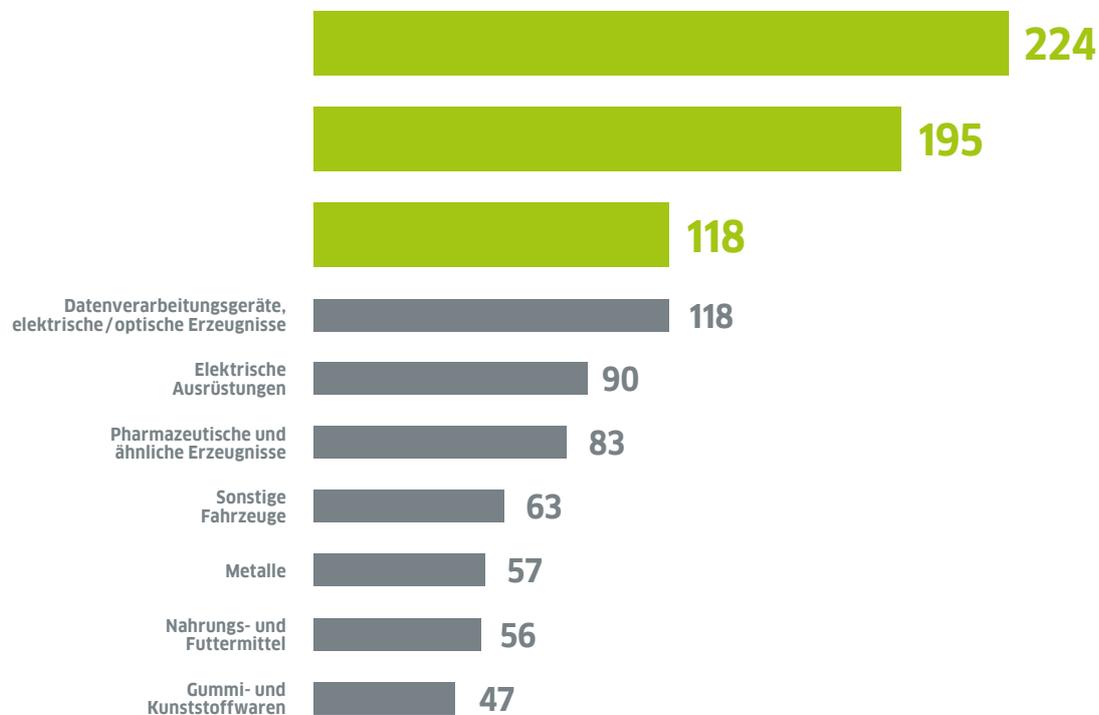
EXPORT DEUTSCHE EXPORTSCHLAGER

Deutschland wird oft eine Exportnation genannt. Eine Zeit lang galt Deutschland sogar als „Exportweltmeister“, bevor es darin von China überholt wurde. Die deutsche Wirtschaft ist aber immer noch sehr am Export orientiert.



1. Was denkt ihr: Welche Produkte aus Deutschland sind besonders beliebt im Ausland und werden am meisten exportiert? Ihr kennt bereits wichtige Branchen. Welche sind die drei führenden Exportbranchen der deutschen Wirtschaft?

DIE WICHTIGSTEN DEUTSCHEN HANDELSWAREN 2019 IN MRD. EUR, EXPORT



Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis), 2020

EXPORT DEUTSCHLAND UND DIE NIEDERLANDE

1. Findet euch paarweise zusammen. Lest die beiden Texte.



TEXT A: AUSSENHANDEL¹ IN DEUTSCHLAND

Die deutsche Wirtschaft² ist in hohem Maße³ exportorientiert und damit auch exportabhängig⁴. Fast jeder vierte⁵ Arbeitsplatz in Deutschland hängt vom Export ab⁶. Gleichzeitig⁷ ist Deutschland als rohstoffarmes⁸ Land auch auf Importe angewiesen⁹ – vor allem im Energiebereich¹⁰. Trotz dieser Import-Abhängigkeit liegen in Deutschland die Warenausfuhren¹¹ seit Jahrzehnten über den Wareneinfuhren¹². Und in den Jahren 2015 bis 2017 wurden neue Rekordüberschüsse¹³ bei der Handelsbilanz¹⁴ erzielt¹⁵: Der Wert¹⁶ der exportierten Waren lag in allen drei Jahren um mehr als 240 Milliarden Euro über dem Wert der importierten Waren.

Quelle: Bundeszentrale für politische Bildung

<http://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/globalisierung/52842/aussenhandel>

Wörterliste

¹ der Außenhandel	de buitenlandse handel	⁹ auf etwas angewiesen sein	afhankelijk zijn van
² die Wirtschaft	de economie	¹⁰ der Energiebereich	de energiesector
³ in hohem Maße	voor een groot deel	¹¹ die Warenausfuhr	de export van goederen
⁴ exportabhängig	exportafhankelijk	¹² die Wareneinfuhr	de import van goederen
⁵ fast jeder vierte	bijna een op de vier	¹³ der Rekordüberschuss	het recordoverschot
⁶ abhängen von	afhangen van	¹⁴ die Handelsbilanz	de handelsbalans
⁷ gleichzeitig	tegelijktijd	¹⁵ erzielen	behalen
⁸ rohstoffarm	arm aan grondstoffen	¹⁶ der Wert	de waarde

EXPORT DEUTSCHLAND UND DIE NIEDERLANDE

TEXT B: AUSSENHANDEL IN DEN NIEDERLANDEN

Der wichtigste Außenhandelspartner¹ der Niederlande ist Deutschland. Im Jahr 2021 wurden Waren im Wert von mehr als 123 Milliarden Euro aus den Niederlanden in das östliche Nachbarland² exportiert. Der Rotterdamer Hafen leistet³ einen großen Beitrag zu³ diesem Export und die Waren gehen hauptsächlich⁴ mit dem Zug und mit dem Binnenschiff nach Deutschland. Es werden insbesondere⁵ Industrieprodukte wie⁶ chemische Produkte, Maschinen und mineralische Brennstoffe nach Deutschland exportiert. Zwei weitere wichtige⁷ Handelspartner der Niederlande sind Belgien und Frankreich.

Quelle: <https://www.dnhk.org/nl/advies/marktinformatie/handelspartner-duitsland>

<https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2018/36/helpt-goederen-uit-rotterdam-gaat-door-naar-buitenland>

Wörterliste

¹ der Außenhandelspartner	de buitenlandse handelspartner
² das Nachbarland	het buurland
³ einen Beitrag leisten zu	een bijdrage leveren aan
⁴ hauptsächlich	vooral
⁵ insbesondere	met name
⁶ wie	zoals
⁷ wichtige	belangrijke

EXPORT DEUTSCHLAND UND DIE NIEDERLANDE

2. Beantwortet die Fragen zu Text A. Schreibt bitte ganze Sätze.



- a) Wie viele Arbeitsplätze in Deutschland hängen vom Export ab?
- b) Seit wann hat Deutschland mehr Export als Import?
- c) Wie sah die Handelsbilanz in den Jahren 2015 bis 2017 aus?

3. Beantwortet die Fragen zu Text B. Schreibt bitte ganze Sätze.



- a) Wer ist der wichtigste Handelspartner der Niederlande?
- b) Wie werden die Güter aus dem Rotterdamer Hafen nach Deutschland transportiert?
- c) Wer sind die anderen wichtigen Außenhandelspartner der Niederlande?
- d) Nennt ein paar wichtige Exportartikel.

4. Diskutiert in der Klasse: Was sind die Hauptaussagen der Texte? Welche Vorteile, aber auch Nachteile gibt es, wenn ein Land einen hohen Exportwert hat?



SCHWERPUNKTREGIONEN FIRMENSTANDORTE

In der Tabelle findet ihr die Logos und die Firmensitze einiger Unternehmen.



1. Zeichnet die Unternehmen in die Deutschlandkarte ein.

Unternehmen	Firmensitze
	Leverkusen
	Neckarsulm
	Stuttgart
	München
	Stein bei Nürnberg
	Bonn
	Stuttgart
	Gütersloh
	Wolfsburg



SCHWERPUNKTREGIONEN FIRMENSTANDORTE

2. Sprecht zu zweit und recherchiert mit einem Partner... / einer Partnerin.

a) Welche dieser Firmen haben auch einen Sitz in den Niederlanden und wo?

b) Kennt ihr andere deutsche Firmen mit einem Sitz/einer Tochterfirma in den Niederlanden?

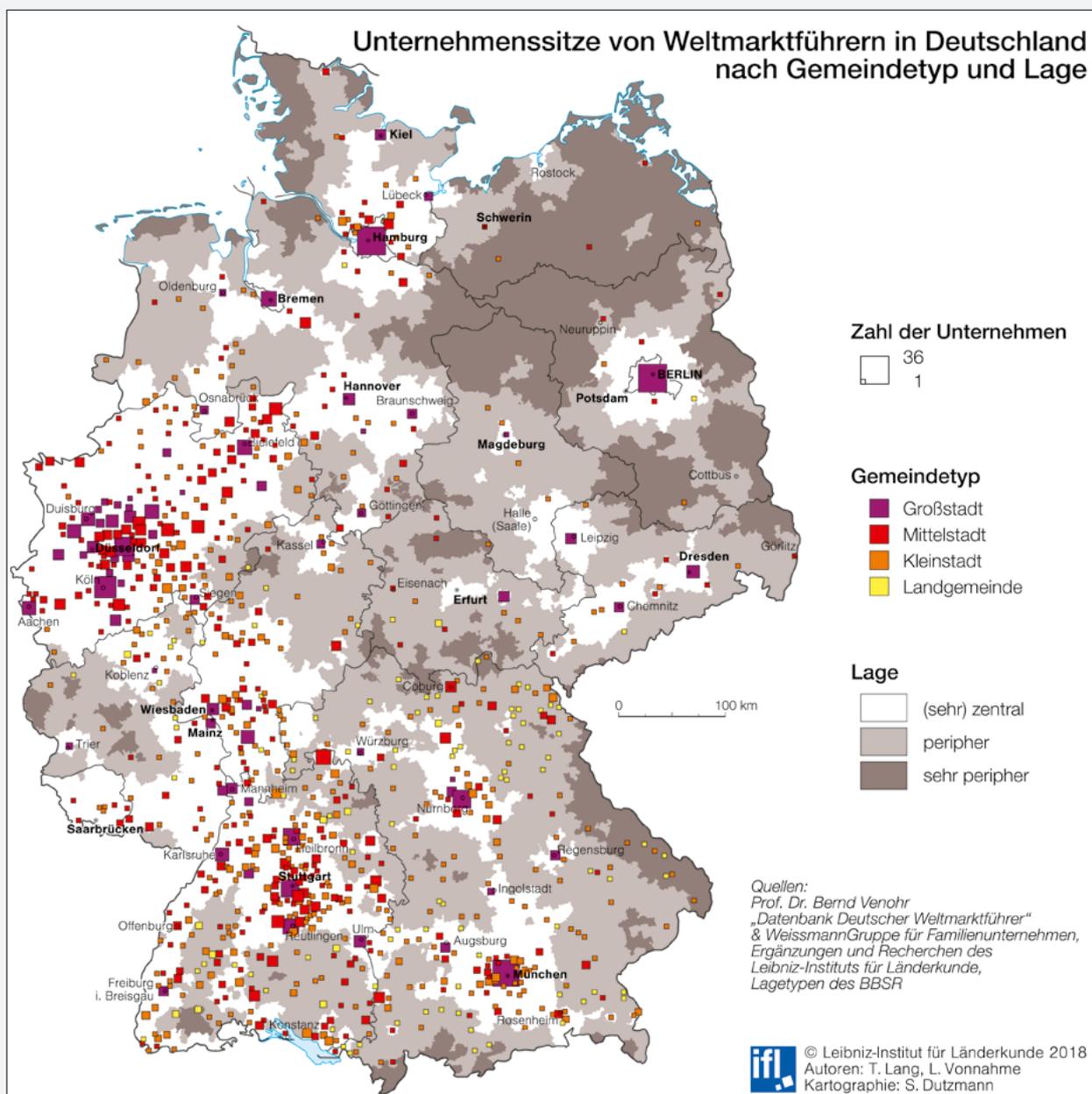
c) Was produzieren sie und/oder welche Dienstleistung bieten sie an?



SCHWERPUNKTREGIONEN ENTWICKLUNG VON WIRTSCHAFTSZENTREN 1

Auf der Karte sieht ihr, wie sich die Unternehmen in Deutschland regional verteilen.

1. Schaut euch die Karte zu zweit an.
 - a) Wo gibt es viele Unternehmen?
 - b) Wo gibt es wenige Unternehmen?
 - c) Habt ihr eine Idee, warum das so ist?
2. Diskutiert anschließend in der Klasse.



SCHWERPUNKTREGIONEN ENTWICKLUNG VON WIRTSCHAFTSZENTREN 2

1. Bestimmt im Paar, wer Text A und wer Text B lesen soll, und lest euren Text.



TEXT A:

In Deutschland gibt es wirtschaftlich¹ stärkere und schwächere Regionen. Das hat in erster Linie² historische Gründe. Städte wie Frankfurt am Main oder Hamburg zum Beispiel hatten sich schon seit dem Mittelalter zu bedeutenden³ Banken- oder Handelsplätzen entwickelt⁴. Mit der Industrialisierung im 19. Jahrhundert bildeten⁵ sich vor allem im Westen und Südwesten neue wirtschaftliche Schwerpunktregionen⁶ heraus, zum Beispiel durch die Gewinnung⁷ von Rohstoffen wie Kohle⁸ und Stahl⁹ im Ruhrgebiet¹⁰ und im Saarland. Um 1900 war die Hauptstadt Berlin das Zentrum der Industrialisierung und wichtigster Standort¹¹ deutscher Unternehmen.

Wörterliste

¹ wirtschaftlich	economisch	⁷ die Gewinnung	de winning
² in erster Linie	op de eerste plaats	⁸ die Kohle	steenkol
³ bedeutend	betekenisvol	⁹ der Stahl	het staal
⁴ sich entwickeln	zich ontwikkelen	¹⁰ Ruhrgebiet	Roergebied
⁵ sich herausbilden	vorm aannemen	¹¹ der Standort	de standplaats
⁶ die Schwerpunktregion	de focusgebieden		

TEXT B:

Der Zweite Weltkrieg und die anschließende¹ Teilung² Deutschlands bedeuteten einen Einschnitt³. Bedeutende⁴ Firmen wie zum Beispiel Siemens verließen⁵ Berlin und die Standorte im Osten und flüchteten in den westlichen Teil Deutschlands. Diese Abwanderung⁶ prägt bis heute die wirtschaftliche Landkarte Deutschlands. Heute finden sich⁷ die wirtschaftlich⁸ stärksten Gebiete⁹ in Bayern, Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und dem Rhein-Main-Gebiet. Auch die Region um die Hafenstadt¹⁰ Hamburg im Norden gehört zu¹¹ den wirtschaftsstarken¹² Gebieten; im Osten gewinnt die Region um Leipzig an Bedeutung¹³.

Wörterliste

¹ anschließend	aansluitend	⁸ wirtschaftlich	economisch
² die Teilung	de deling	⁹ das Gebiet	het gebied
³ der Einschnitt	keerpunt	¹⁰ die Hafenstadt	de havenstad
⁴ bedeutend	betekenisvol	¹¹ gehören zu	horen bij
⁵ verlassen	verlaten	¹² wirtschaftsstark	economisch sterk
⁶ die Abwanderung	het wegtrekken	¹³ an Bedeutung gewinnen	belangrijker worden
⁷ sich finden	bevinden zich		

SCHWERPUNKTREGIONEN ENTWICKLUNG VON WIRTSCHAFTSZENTREN 2

2. Notiere dir zu deinem Text mindestens vier Fragen.



3. Erzählt euch gegenseitig, was in eurem Text steht. Abschließend stellt ihr einander eure Fragen und beantwortet diese.



4. Sucht im Internet Informationen zum Thema „Ruhrgebiet“. Macht euch Notizen.



5. Teilt mündlich eure Informationen mit einem anderen Paar.



6. Gibt es auch in den Niederlanden besonders starke regionale Wirtschaftszentren? Wenn ja, wo liegen sie, und was könnte das für Gründe haben? Sprecht darüber in der Gruppe.



7. Diskutiert im Anschluss darüber in der Klasse.



MADE IN GERMANY VOM MAKEL ZUM MARKENZEICHEN

1. Macht ein Brainstorming in der Klasse: Was verbindet ihr mit dem Zeichen „Made in Germany“?
2. Entscheidet euch paarweise, wer Text A und wer Text B lesen soll und lest euren Text.



TEXT A:

Das Zeichen¹ „Made in Germany“ war nicht immer ein Zeichen für Qualität. „Made in Germany“ wurde Ende des 19. Jahrhunderts das erste Mal² im Ausland³ benutzt⁴: in England. Warum? Die Engländer hatten Angst vor billiger Importware, zum Beispiel⁵ aus Deutschland. England war im 19. Jahrhundert die wichtigste Industrienation. Das Land war sehr produktiv. Zahlreiche⁶ technische Neuheiten⁷ kamen aus England. Viele Produkte wurden jedoch kopiert. Auf dem internationalen Markt gab es viele Duplikate der englischen Produkte, auch aus Deutschland. Deutsche Produkte galten⁸ jedoch⁹ als „billig und schlecht“. Sie waren für die Engländer aber trotzdem¹⁰ eine starke Konkurrenz. Die deutschen Produkte konnte man nicht sofort¹¹ von den englischen unterscheiden¹². Da mussten sich die Engländer etwas einfallen lassen¹³.



Wörterliste

¹ das Zeichen	het symbool	⁸ als etwas gelten	als iets gelden
² das erste Mal	de eerste keer	⁹ jedoch	echter
³ im Ausland	in het buitenland	¹⁰ trotzdem	desondanks
⁴ benutzen	gebruiken	¹¹ sofort	meteen
⁵ zum Beispiel	bijvoorbeeld	¹² von etwas unterscheiden	van iets onderscheiden
⁶ zahlreich	talrijk	¹³ sich etwas einfallen lassen	iets bedenken
⁷ die Neuheit	de nieuwigheid		

MADE IN GERMANY VOM MAKEL ZUM MARKENZEICHEN

TEXT B:

Die Engländer hatten eine Idee. Sie mussten sich vor den billigen und schlechten Kopien aus Deutschland schützen¹. Also kennzeichneten² sie die Ware aus Deutschland mit dem Etikett „Made in Germany“. Jetzt konnte jeder sofort³ sehen, ob es ein englisches Originalprodukt war oder eine deutsche Kopie. Aber die Qualität der deutschen Produkte blieb nicht schlecht, sie wurde mit der Zeit immer besser⁴. Deutschland produzierte immer mehr⁵ eigene Waren. In wenigen Jahren⁶ wurde Deutschland zu einer der wichtigsten Industrienationen. Das Etikett „Made in Germany“ bekam eine neue Bedeutung⁷, es stand nicht länger für schlechte Qualität. Im Gegenteil⁸, es wurde eine Garantie für eine besonders⁹ hohe Qualität und eine gute Verarbeitung¹⁰. Um 1900 war „Made in Germany“ kein Makel¹¹ mehr, sondern¹² wurde zum Markenzeichen¹³. Seitdem¹⁴ ist „Made in Germany“ ein weltbekanntes¹⁵ Symbol für Qualität und noch heute¹⁶ ein beliebtes¹⁷ Marketing-Instrument.



Wörterliste

¹ sich vor etwas schützen	zich tegen iets beschermen	¹⁰ die Verarbeitung	afwerking
² kennzeichnen	markeren	¹¹ der Makel	smet
³ sofort	meteen	¹² sondern	maar
⁴ immer besser	steeds beter	¹³ das Markenzeichen	handelsmerk
⁵ immer mehr	steeds meer	¹⁴ seitdem	sindsdien
⁶ in wenigen Jahren	in een paar jaar	¹⁵ weltbekannt	alom bekend
⁷ eine neue Bedeutung bekommen	een nieuwe betekenis krijgen	¹⁶ noch heute	vandaag de dag
⁸ im Gegenteil	integendeel	¹⁷ beliebt	populair
⁹ besonders	speciaal		

3. Schreibt zu eurem Text fünf Fragen auf.



MADE IN GERMANY VOM MAKEL ZUM MARKENZEICHEN

4. Erzählt euch gegenseitig, wovon euer Text handelt. Stellt Fragen, wenn ihr etwas nicht verstanden habt.
5. Sucht euch ein anderes Paar. Stellt euch gegenseitig die Fragen, die ihr zu eurem Text aufgeschrieben habt.



6. Suche im Internet Informationen zu diesen beiden Begriffen und übersetze sie anschließend ins Niederländische.



Begriff	Informationen	Übersetzung
das Wirtschaftswunder		
die Wiedervereinigung		

7. Folgende Wörter und Wendungen kommen in der Sendung Qualitätssiegel „Made in Germany“ vor (s. Seite 19). Übersetze sie bitte ins Niederländische.



Deutsch	Niederländisch	Deutsch	Niederländisch
der Schnellzug		das Spielzeug	
ein Label tragen		entwickeln	
der Tüftlergeist		die Straßenbahn	
als Billigimporte gelten		das Wirtschaftswunder	
mittelständische Unternehmen		die Wiedervereinigung	
als minderwertig bezeichnen		der Weltmarktführer	
Herkunft erkennbar sein		reicht es, wenn ...	
das Siegel		das Messer / die Schere	
erfinden		die Rasierklinge	
das Siegel ist nicht geschützt		die Ingenieurleistung	
die Kunden abschrecken		die gesetzliche Regelung	
die Kennzeichnungspflicht einführen		die Qualität der Konkurrenz übertreffen	
der Schuss ging nach hinten los		hochwertige Produkte herstellen	

MADE IN GERMANY VOM MAKEL ZUM MARKENZEICHEN

8. Schaut euch gemeinsam in der Klasse den Clip Qualitätssiegel „Made in Germany“ an:
https://www.youtube.com/watch?v=Ww6Jo_dLweo (2:07 Min.).
9. Findet euch in Paaren zusammen und sprecht über den Clip. Was habt ihr verstanden?
10. Seht den Clip ein zweites Mal. Macht euch jetzt Notizen dazu.
11. Setzt euch wieder zu zweit zusammen. Jede*r von euch beschreibt den Inhalt des Clips nun so ausführlich wie möglich – schriftlich!



12. Suche dir eine neue Partnerin/einen neuen Partner und lies ihr / ihm deinen Text vor.
Was sagt sie / er zu deinem Text?
13. Korrigiert gemeinsam eure Texte.
14. Diskutiert in der Klasse folgende Fragen:
 - a) Was bedeutet: „Der Schuss ging nach hinten los“? Und was ist hier damit gemeint?
 - b) Spielt es für euch eine Rolle, woher ein Produkt kommt? Wenn ja, welche? Wenn nein, warum nicht?
 - c) Welche Bedeutung hat die Herkunft eines Produktes im Zeitalter der Globalisierung?



15. Erstellt in Gruppen ein Poster zum Thema „Made in Germany“. Verwendet dabei relevante Informationen aus den obigen Aufgaben und sucht hier weitere Informationen:
<https://www.br.de/themen/wissen/made-in-germany-100.html>.



Das Poster sollte folgende Informationen enthalten:

- a) Geschichte – wann und warum ist das Siegel entstanden?
- b) Wie hat sich das Siegel entwickelt?
- c) Was bedeutet das Siegel heute?

Schreibt auf das Poster nur Stichwörter, damit ihr bei der Präsentation frei sprechen könnt.
Stellt einer anderen Gruppe euer Poster in 3 min vor.

MADE IN GERMANY ERFINDUNGEN UND ERFINDER*INNEN

1. Ordne die Erfindungen in den Kästchen den richtigen Bildern zu.



der Buchdruck

der Computer

die Straßenbahn

die Antibabypille

das Telefon

der Airbag

der Dübel

der Teebeutel

der Zeppelin

der Hubschrauber

das MP3-Format

die Kontaktlinse

die Röntgenstrahlen

das Automobil

die Zahnpasta

der Mikrochip



MADE IN GERMANY ERFINDUNGEN UND ERFINDER*INNEN



MADE IN GERMANY ERFINDUNGEN UND ERFINDER*INNEN

- 2. Bildet Paare. Erklärt euch abwechselnd die Erfindungen, z. B. so:**
„Es ist sehr groß. Es fliegt in der Luft. Es sieht aus wie eine Zigarre.“
Wer errät die meisten?
- 3. Mit den laminierten und von eurer Lehrkraft ausgehändigten Karten spielt ihr Memory. Bild und Wort gehören zusammen.**
- 4. Wer hat diese Dinge erfunden und wann? Recherchiert mindestens drei der Erfindungen und schreibt die wichtigsten Daten in die Kästchen.**
- 5. Stellt eure Erfindungen einem anderen Paar vor.**
- 6. Welche Erfindung findet ihr besonders interessant? Diskutiert in der Gruppe.**



Redemittel

Wir finden X besonders interessant, weil ...
X ist sehr interessant, weil ...
Die Erfindung hilft vielen Menschen, weil ...
Für viele Menschen ist die Erfindung ..., weil ...
Die Erfindung ist gut, weil ...
Die Erfindung hat Erfolg gehabt, weil ...
Aus unserer Sicht ist diese Erfindung ...
Auf der einen Seite ... Auf der anderen Seite ...

MADE IN GERMANY

WIE HEIßEN DIESE ERFINDUNGEN?

1. Ordne die Erfindungen in den Kästchen den richtigen Fragen zu.



- der Zeppelin
- das Telefon
- die Straßenbahn
- die Antibabypille
- der Airbag
- das Auto
- das MP3-Format
- der Buchdruck
- der Computer
- der Chip
- der Dübel
- der Röntgenstrahl
- der Hubschrauber
- die Zahnpasta
- der Teebeutel
- die Kontaktlinse

1. Was öffnet sich bei einem Unfall innerhalb von ca. 20 Millisekunden?	
2. Ein anderes Wort für Luftschiff?	
3. Was fanden die Deutschen zuerst „zu laut, zu schnell und zu gefährlich“?	
4. Womit konnte man Geschriebenes in einer hohen Auflage herstellen?	
5. Was ist in einer Bankkarte?	
6. Womit kann man auch ohne Brille gut sehen?	
7. Was kann senkrecht starten und landen?	
8. Womit passt deine ganze Musiksammlung in ein mobiles Gerät?	
9. Was fährt auf Schienen?	
10. Womit konnte man zunächst nur Geräusche übertragen?	
11. Was schmeckt manchmal nach Pfefferminz?	
12. Womit kann man zum Beispiel einen Armbruch sehen?	
13. Womit kann man ein Regal an der Wand befestigen?	
14. Welche praktische Erfindung erleichtert die Zubereitung eines beliebten Getränks?	
15. Eine Frau, die kein Kind möchte, nimmt ...?	
16. I000I0I000I111?	

JUNGE UNTERNEHMERINNEN UNTERNEHMERIN DES JAHRES

1. Findet im Internet Informationen zum Begriff „Zero-Waste-Bewegung“. Was ist das?
Macht euch Notizen und teilt eure Informationen in der Klasse.



2. Bevor du den Text liest, schau dir einzelne Vokabeln dazu unter diesem Link an und übe sie:
<https://quizlet.com/nl/867546277/goethe-institut-unternehmen-deutsch-modul-1-b1-flash-cards/?funnelUUID=e1dcee10-6e85-42b0-aa2a-2da44bbfdcd1> Hier findest du auch weitere gute Übungen dazu; oder benutze die Wörterliste unter dem Text. Welche Wörter kennst du schon? Welche deutschen Wörter sind den niederländischen sehr ähnlich?



Wörterliste

bedeutend	belangrijk	der Bereich des Alltags	het gebied van het dagelijks leven
unverpackt	onverpakt	zusammentragen	verzamelen
der Ausschnitt	de uitsnede	die Wohngemeinschaft	de woongroep
die Zeitung	de krant	beachten	letten op
müllfrei	afvalvrij	die Geschichte	het verhaal
der Laden	de winkel	herausfordernd	uitdagend
gründen	oprichten	der Zulieferer	de toeleverancier
verpackungsfrei	verpakkingsvrij	voreingenommen sein	bevooroordeeld zijn
gelten	gelden als	anstoßen	beklinken
das Ratgeberbuch	het adviesboek	die Blase	de bubbel
anpreisen	aanprijzen	im Vergleich zu / zum	in vergelijking met
der Jute-Beutel	de jute tas	sinnvoll	zinnvol
das Gemüsenetz	het herbruikbaar zakje	der Vortrag	de lezing
das Einkaufsverhalten	het winkelgedrag	die Bildung	de scholing
anwenden	gebruiken	der Baustein	de bouwsteen
der Haushalt	het huishouden		
gebräuchlich	gebruikelijk		

3. Wenn ihr fertig seid, spielt ihr in der Klasse ein Quizlet Live. Eure Lehrkraft gibt euch weitere Informationen.



JUNGE UNTERNEHMERINNEN UNTERNEHMERIN DES JAHRES

Nicht alle bedeutenden Unternehmen in Deutschland werden von Männern geführt. Auch junge Frauen gründen immer wieder ein eigenes Unternehmen. Milena Glimbovski ist eine von ihnen. Jetzt wurde sie als Berliner „Unternehmerin des Jahres“ 2018/19 für ihren Zero-Waste-Supermarkt „Original Unverpackt“ ausgezeichnet. Im Folgenden lest ihr einen Ausschnitt aus einem Interview mit ihr in der Berliner Zeitung Der Tagesspiegel, in dem sie auch über ihr neues Buch über müllfreies Leben spricht.

4. Lest den Text.



Kreuzberger Unternehmerin im Interview

WIE MAN ES SCHAFFT, MÜLLFREI ZU LEBEN

Milena Glimbovski hat als 22-Jährige den Laden „Original Unverpackt“ in Berlin-Kreuzberg gegründet. Jetzt hat sie ein Buch über müllfreies Leben geschrieben.

Karim El-Helai



Milena Glimbovski in ihrem Laden „Original Unverpackt“ in Kreuzberg
Foto: Christian Kielman

Seit der Gründung ihres verpackungsfreien Supermarkts gilt Milena Glimbovski als die deutsche Stimme der Zero-Waste-Bewegung. Wir sprachen mit ihr darüber und über ihr neues Ratgeberbuch für ein müllfreies Leben „Ohne Wenn und Abfall“*.

* Auf Deutsch gibt es das Sprichwort „Ohne Wenn und Aber“. Es bedeutet auf Niederländisch „zonder mitsen en maren“. Das Wortspiel „Ohne Wenn und Abfall“ ist deshalb so zu verstehen, dass man ohne Vorbehalt müllfrei leben sollte.

Frau Glimbovski, Sie preisen ein müllfreies Leben an. Wie geht das?

Nicht nur immer einen Jute-Beutel dabei haben, sondern darin auch Gemüsenetze. So spart man sich die Plastiktüten im Supermarkt. Falls man sehr gerne Kaffee trinkt, einfach selbst einen To-Go-Becher dabei haben. Man kann auch insgesamt sein Einkaufsverhalten ändern. Wenn man sowieso gerne Bio-Gemüse kauft, dann kann man auch direkt in einen reinen Bioladen gehen, weil dort das Gemüse komplett unverpackt ist. Oder man geht gleich auf den Markt.

Und jetzt haben Sie als Mutter der Zero-Waste-Bewegung einen Ratgeber geschrieben?

Die „Mutter“ des Zero Waste ist die Amerikanerin Bea Johnson. Sie war die erste, die Zero Waste auf den Haushalt angewendet hat. Vorher war der Begriff nur in der Industrie gebräuchlich. Ohne „Wenn und Abfall“ ist ein Ratgeber aus deutscher Perspektive. Ich wollte viele Bereiche des Alltags zusammentragen, die mich interessieren. Wie kann man müllfrei leben, wenn man in einer Wohngemeinschaft lebt? Wie ist es,

JUNGE UNTERNEHMERINNEN UNTERNEHMERIN DES JAHRES

wenn man kleine Kinder hat? Und was kann man beachten, wenn man viel unterwegs ist? Dazu viele Rezepte. Ich bin nicht die „Mutter“ des Zero Waste, aber was ich vielleicht bin: eine Pionierin der Unverpackt-Bewegung.

Sie sprechen von Ihrem verpackungsfreien Supermarkt. Warum schreiben Sie in Ihrem Buch darüber?

Wir waren Inspiration für viele Läden, die nach uns kamen. Nicht nur in Deutschland, sondern weltweit. Ich erhalte immer noch E-Mails von Läden aus Finnland bis Australien, Brasilien und Japan. Es war für mich so wichtig, die Geschichte von „Original Unverpackt“ zu erzählen. Wie herausfordernd das war, wenn man ganz viele Dinge tut, die keiner vorher gemacht hat. Daher ist es für die neuen Läden natürlich leichter. Die Zulieferer wissen jetzt, wie „unverpackt“ funktioniert und sind nicht mehr voreingenommen. Das ist das, was jemanden eigentlich erst zum Pionier macht. [...]

Glauben Sie, dass Sie eine gesellschaftliche Veränderung anstoßen können oder bewegen Sie sich nicht eher in einer Blase?

Zu dem Argument, dass wir zu wenige Menschen sind, die das tun und wir in einer Art Blase sind: Ja das ist so. Nicht nur in Berlin, in Neukölln oder Kreuzberg, sondern auch im Vergleich zum Rest von Deutschland oder weltweit. Aber solch eine Entwicklung fängt immer mit ein paar wenigen Leuten an, und es sind jetzt schon mehr als vor einer Woche und viel mehr als noch vor fünf Jahren. Als wir damit anfangen, kannte noch niemand den Begriff „Zero Waste“ in Deutschland. Aber sobald man sich die eine Minute Zeit nimmt und darüber spricht, kann man viel erreichen. Oft fehlt den Menschen einfach die Info, dass Plastik böse ist. Sobald sie die haben, können sie sofort die Transferleistung machen, dass ein Laden ohne Verpackungen sinnvoll ist. Seit Beginn geben wir Führungen, bloggen über das Thema, und ich halte viele Vorträge. Bildung ist ein wichtiger Baustein. Das Buch gehört dazu.

Quelle: Tagesspiegel

<https://www.tagesspiegel.de/berlin/kreuzberger-unternehmerin-im-interview-wie-man-es-schafft-muellfrei-zu-leben/20636800.html>

JUNGE UNTERNEHMERINNEN UNTERNEHMERIN DES JAHRES

5. Spielt ein Quiz. Richtig oder falsch?

- a) Welche der folgenden Aussagen über den Text sind richtig oder falsch?
b) Korrigiert die falschen Aussagen.



Aussage	Richtig	Falsch
1. Milena Glimbovski hat den Supermarkt „Original Unverpackt“ gegründet.		
2. Der Supermarkt liegt in Hamburg.		
3. Sie hat ein Buch über müllfreies Leben geschrieben.		
4. Der Lebensstil Zero Waste ist ein Trend, bei dem man vermeidet, Müll zu produzieren.		
5. Milena sagt, dass es beim Einkaufen reicht, nur einen Jutebeutel mitzubringen.		
6. Milena Glimbowski hat den Begriff „Zero Waste“ erfunden.		
7. Sie beschreibt sich selbst als keine Pionierin der Zero-Waste-Bewegung.		
8. Ihr Laden „Original Unverpackt“ ist vor allen Dingen für Läden in Berlin eine Inspiration.		
9. In ihrem Buch schreibt sie über die Herausforderungen, die man als Gründerin hat, wenn man einen Laden mit einem neuen Konzept gründen will.		
10. Immer mehr Menschen interessieren sich für den Lebensstil „Zero Waste“.		
11. Wenn Menschen wissen, dass Plastik nicht gut für die Umwelt ist, finden sie auch einen Unverpackt-Laden sinnvoll.		
12. Für Milena Glimbovski ist Bildung nicht wichtig.		

JUNGE UNTERNEHMERINNEN UNTERNEHMERIN DES JAHRES

6. Beantwortet in einer kleinen Gruppe diese Fragen zum Text:

- Was ist das Innovative an Milena Glimbovskis Idee vom „verpackungsfreien Supermarkt“? Beschreibt ihre Idee.
- Beschreibt, warum immer mehr Menschen Müll vermeiden wollen.
- Diskutiert, warum Milena Glimbovski mit ihrer Idee Erfolg gehabt hat.
- Stellt auch vor, dass ihr euch für den Lebensstil „Zero Waste“ entscheidet. Welche Herausforderungen würden euch im Alltag begegnen? Macht eine Stichwortliste und stellt sie der Klasse vor.



Redemittel

Milena Glimbovski hat Erfolg gehabt, weil ...
Ihre Idee ist innovativ, weil ...
Für viele Menschen ist ihre Idee ..., weil ...
Verpackung zu vermeiden ist ...
Ich denke/finde, dass ...
Auf der einen Seite ... Auf der anderen Seite ...
Es könnte schwierig sein ... zu ...
Um ... zu ... müsste ich ...

7. Trotz Recycling und neuer Technologien produziert die Welt immer mehr Abfall, und das ist ein großes Problem für die Umwelt.



- Finde im Internet mindestens drei Bilder mit Müll und beschreibe sie.
Suchwörter könnten sein: „Müll“, „Müllberge“ oder „Abfall“.

Bild 1

Bild 2

Bild 3

- Welches Gefühl bekommst du, wenn du die Bilder siehst? Beschreibe deine Eindrücke.

- Teile deine Bildbeschreibungen und Eindrücke mit einer Partnerin/einem Partner.

JUNGE UNTERNEHMERINNEN UNTERNEHMERIN DER ZUKUNFT

1. Findet zu zweit im Internet Informationen zum Unternehmen „Suntribe“. Welches Produkt produziert das Unternehmen?



2. Macht euch Notizen zum Unternehmen und teilt eure Informationen in der Klasse.

3. Folgende Wörter und Wendungen kommen in der Sendung „Unternehmerinnen der Zukunft – Zu Gast bei Suntribe“ vor. Übersetze sie ins Niederländische.



Deutsch	Niederländisch	Deutsch	Niederländisch
die Mitgründerin/ der Mitgründer		direkt mit Kunden in Kontakt stehen	
gründen		direktes Feedback	
die Sonnencreme		eine Marke aufbauen	
die Umwelt		die Beziehung zum Kunden	
die Haut		die Herausforderung	
im Rahmen des Studiums		der Hersteller	
der Inhaltsstoff		nicht einfach	
Was bedeuten sie wirklich?		der Zuspruch	
Was davon brauche ich wirklich?		die Unterstützung vom Programm erhalten	
anders an die Sache rangehen		auf dem richtigen Weg sein	
mit unserem Produkt in den Laden laufen		Erfahrung und Struktur ins Unternehmen bringen	
die Firma sitzt in ...		ein verführerisches Angebot	
der Abnehmer		ausschlagen	
Camper packen		die richtige Entscheidung für uns	
hätten viel früher anfangen sollen		einen Wandel im Kopf der Menschen bewirken	
im Internet verkaufen		das Ziel	
Vorteile sehen		gut für die Umwelt	

JUNGE UNTERNEHMERINNEN UNTERNEHMERIN DER ZUKUNFT

4. Seht den Clip „Unternehmerinnen der Zukunft - Zu Gast bei Suntribe“ ein erstes Mal:
https://www.youtube.com/watch?v=Qr_oDjpPcmo (2:26 Min.).



5. Findet euch in Paaren zusammen und sprecht über den Clip. Was habt ihr verstanden?



6. Seht den Clip ein zweites Mal. Macht euch jetzt Notizen dazu.



7. Suche dir eine neue Partnerin / einen neuen Partner und lies ihr / ihm deinen Text vor.
Gebt euch gegenseitig Feedback.

8. Korrigiert gemeinsam eure Texte.

9. Beantwortet folgende Fragen in einer kleinen Gruppe schriftlich:



- a) Was war der Grund, weshalb Julia und ihre Mitgründer*innen das Unternehmen gegründet haben?

 - b) Wo haben sie ihre erste Kundschaft gefunden?

 - c) Was ist ihre größte Herausforderung?

 - d) Warum haben sie das Angebot von einem großen amerikanischen Hersteller abgelehnt?

 - e) Was sind die zwei Ziele der Suntribe-Gründerinnen?



JUNGE UNTERNEHMERINNEN UNTERNEHMERIN DER ZUKUNFT

10. Teilt eure Gruppe in zwei Parteien ein. Die einen glauben, dass Suntribe mit ihrer umweltfreundlichen Sonnencreme Erfolg haben wird, die anderen, dass Suntribe keinen Erfolg haben wird. Jede Partei findet schriftliche Argumente für ihren Standpunkt.



Argument 1

Argument 2

Argument 3

Argument 4

Argument 5

Argument 6

Argument 7

11. Setzt euch anschließend zusammen und diskutiert. Setzt euch für euren Standpunkt ein. Die Diskussion darf richtig lebhaft sein. Unten stehende Redemittel helfen euch dabei.

Redemittel

Wir denken/finden / meinen (nicht), dass ...

Aus unserer Sicht ...

Suntribe wird (nicht) Erfolg haben, weil...

Ihre Idee ist (nicht) innovativ, weil ...

Für viele Menschen ist ihre Idee ..., weil ...

Umweltfreundliche Produkte sind ...

Die großen Hersteller ...

Wir stellen uns vor, dass ...

Auf der einen Seite... Auf der anderen Seite ...

WAS WEIß ICH? QUIZ



1. In welcher Branche wird Schokolade produziert?

- a) Lebensmittelbranche
- b) Automobilbranche
- c) Pharmabranche



2. Welches Produkt produziert Birkenstock?

- a) Kuchen
- b) Sandalen
- c) Tee

3. Welche deutsche Exportware steht auf Platz 1?

- a) Computer
- b) Kraftwagen
- c) Elektrische Geräte

4. „Heinz Tomatenketchup“ kommt aus ...

- a) den USA
- b) Deutschland
- c) der Schweiz

5. Deutschland ist auf Importe angewiesen, weil es ...

- a) viele Rohstoffe hat.
- b) wenige Rohstoffe hat.
- c) keine Rohstoffe hat.

6. Der wichtigste Handelspartner der Niederlande ist ...

- a) Schweden
- b) Großbritannien
- c) Deutschland

WAS WEIß ICH? QUIZ



7. Lidl hat seinen niederländischen Hauptsitz in ...

- a) Amsterdam
- b) Huizen
- c) Alkmaar

8. Ostdeutschland ist keine wirtschaftsstarke Region, weil ...

- a) viele Firmen bei der deutschen Teilung ihren Firmensitz nach Westdeutschland verlegt haben.
- b) viele Firmen bei der deutschen Teilung ihren Firmensitz in Ostdeutschland behalten haben.
- c) viele Firmen bei der deutschen Teilung ihren Firmensitz geschlossen haben.

9. „Made in Germany“ ist ...

- a) ein Siegel für gute Qualität.
- b) ein Siegel für schlechte Qualität.
- c) ein Siegel, das nicht mehr existiert.

10. Milena Glimbovski hat den Laden „Original Unverpackt“ gegründet. Er ist ein ...

- a) verpackungsfreier Supermarkt.
- b) verpackungsvoller Supermarkt.
- c) verpackungsliebender Supermarkt.

11. Milena Glimbovski hat viele andere verpackungsfreie Supermärkte in der ganzen Welt ...

- a) inspiriert.
- b) irritiert.
- c) inszeniert.

12. „Suntribe“ ist ein Start-Up, das ...

- a) umweltfreundliche Sonnenbrillen produziert.
- b) umweltfreundliche Sonnenhüte produziert.
- c) umweltfreundliche Sonnencreme produziert.

WAS WEIß ICH? MEINE WÖRTER

1. Notiere in der linken Spalte zehn Wörter aus diesem Modul, die du besonders wichtig findest, davon mindestens drei Verben und drei Substantive. Schreibe einen Beispielsatz mit dem Wort in die rechte Spalte.



2. Spielt „Tabu“. Bildet Dreier- oder Vierergruppen. Abwechselnd erklärt ihr euch eure Wörter, ohne diese zu benutzen. Die anderen Gruppenmitglieder müssen das Wort erraten. Das Gruppenmitglied mit den meisten erratenen Wörtern gewinnt.



EVALUATION EINE 3-2-1 MACHEN

In einer 3-2-1 stellt man Überlegungen über etwas auf, zum Beispiel, was man zu einem Thema gelernt hat.

1. Stelle Überlegungen über das Wissen auf, das du dir in diesem Modul angeeignet hast:



3 Sachen, die du gelernt hast:

2 Sachen, die du besonders interessant gefunden hast:

1 Sache, mit der du gerne weiterarbeiten möchtest:

2. Präsentiere einer Partnerin/einem Partner deine 3-2-1 - Liste. In der Präsentation begründest du deine Überlegungen.

