

Bijlage HAVO
2018

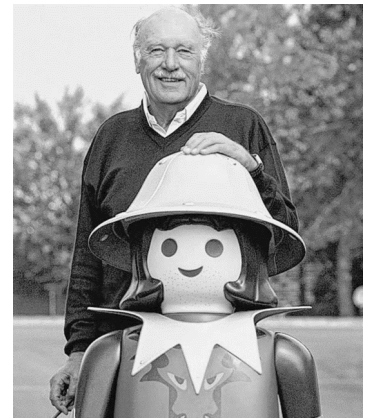
tijdvak 2

Duits

Tekstboekje

Der Vater der lächelnden Männchen

(1) Horst Brandstätter, der Männchenmacher aus dem fränkischen Zirndorf, wäre Ende des Monats 82 geworden – und damit genau doppelt so alt wie die Bauarbeiter, Astronauten, Piraten, Cowboys und Indianer, die 1974 auf der Nürnberger Spielwarenmesse das Licht der Warenwelt erblickten. Wenn sie könnten, würden die rund 2,8 Milliarden Playmobil-Männchen ihre Mundwinkel hängen lassen. Denn ihr Vater ist gestorben – gewissermaßen.



(2) Geboren wurden die 7,5 Zentimeter großen Figuren aus der Not heraus. Die Ölkrise machte dem Familienunternehmen *Geobra* (für Georg Brandstätter, seinem Onkel) zu schaffen: Kunststoff wurde zu teuer, um vor allem mit Hula-Hoop-Reifen und diversen anderen Kunststoffprodukten „Made in Germany“ noch Geld zu verdienen.

(3) Schon 1971 hatte sein Mitarbeiter Hans Beck die kleinen Männchen erfunden, aber erst jetzt, in der Krise, holte Brandstätter sie hervor und ein niederländischer Großhändler war bereit, die ersten drei Sets auf den Markt zu bringen: Bauarbeiter (die anfänglich sogar noch mit einer Kiste Bier auf den Markt kamen), Cowboys und Indianer sowie die Ritter eroberten von da an die Kinderzimmer in Deutschland und Europa, später der ganzen Welt, 1976 kamen Frauen in die Playmobil-Welt, 1981 auch Kinder.

(4) „Seine Idee hat den Spielwarenmarkt revolutioniert und Kindern auf der ganzen Welt ein Lächeln ins Gesicht gezaubert.“ So steht es auf der Internetseite des Unternehmens, das heute rund 600 Millionen Euro Jahresumsatz macht und fast 4200 Mitarbeiter zählt. Rund die Hälfte davon arbeitet immer noch in der Heimat. Daneben gibt es Produktionsstätten in Malta, Tschechien und Spanien. Den Weg in asiatische Billiglohnländer hat Horst Brandstätter bewusst vermieden. Genauso wie den Börsengang: Unabhängig und bodenständig sollte die Firma bleiben – auch nach seinem Ableben. Das Unternehmen, so hat er es verfügt, wird in eine Stiftung überführt. Bereits zu Lebzeiten hatte Brandstätter die Stiftung *Kinderförderung von Playmobil* gegründet.

(5) Keine aktuellen Krisen und Konflikte darstellen, keine Soldaten – das war eine der Leitlinien, die allerdings 5 betrachtet werden muss. Denn die Wildwest-Figuren waren früh mit Pistolen und Gewehren ausgestattet, die Piraten ebenfalls. Die Figuren, die gewissermaßen die moderne

40 Variante des Zinnsoldaten sind, sollten mit ihren Klauenhänden die
Fantasie von Kindern beflügeln.

(6) Und das gelang nicht nur bei Kindern: Legendär sind die Sagen und
Opern, die Harald Schmidt mit den Figuren in seiner TV-Show nachstellen
ließ. Das Bistum Essen beispielsweise hat die Geschichte um die Arche
45 Noah und den Heiligen Martin als Filme mit Playmobil-Figuren nach-
gestellt und erst in diesem Frühjahr stellte ein Playmobil-Martin-Luther
neue Verkaufsrekorde für die Plastikmännchen auf.

(7) Bis zu seinem Tod am 3. Juni war Horst Brandstätter noch regelmäßig
in seinem Büro am Firmensitz präsent. Dort blickte ihm ein mannshoher
50 Playmobil-Indianer über die Schulter und wachte lächelnd darüber, dass
er die selbstgesetzten Leitlinien der weitgehend friedlichen Playmobilwelt
einhielt.

naar: Westdeutsche Allgemeine Zeitung, 09.05.2015

Tekst 2

Unternehmer-Chefin lobt Rauchpausen



Qualmende Mitarbeiter vor der Tür sind für viele
Chefs ein Ärgernis – nicht aber für Lencke
Wischhusen, 27. Die neue Bundesvorsitzende
der *Jungen Unternehmer* sieht in den
gemeinsamen Rauchpausen Vorteile für den
Betrieb: „Wenn sich die Mitarbeiter zwischen-
durch auf eine Zigarette oder einen Kaffee
treffen, unterhalten sie sich meistens über die
Arbeit“, hat die Chefin von 50 Angestellten
festgestellt. „Bei diesen Gesprächen vor dem
Fabriktor oder im Hof entstehen viele gute Ideen,
die ein Unternehmen voranbringen.“ Die verbummelte Arbeitszeit
lasse sich so schnell wieder aufholen. „Chefs sollten Rauchpausen
deshalb nicht verteufeln“, so Wischhusen, die schon mit 24 Jahren
Geschäftsführerin im Bremer Familienbetrieb *W-Pack Kunststoffe
GmbH & Co* wurde. Allerdings freue sie sich über jeden, der vom
Rauchen loskomme. Persönlich kann Wischhusen dem blauen Dunst
wenig abgewinnen. Sie ist überzeugte Nichtraucherin.

naar: Focus, 25.01.2013

Sommerschlussverkauf im Netz

Bei Europas größtem Online-Shopping-Club *Vente-Privée* sorgt der Sommerschlussverkauf für 9 unter der Kundschaft. Nach mehreren Ausverkaufswochen beschwerten sich viele Mitglieder über Frust bei der virtuellen Schnäppchenjagd. „Unverschämtheit“, „Sauerei“, „So geht man nicht mit Kunden um“ lauten nur einige der Kommentare im Forum des französischen Internethändlers, der 2001 von Jacques-Antoine Granjon und weiteren Partnern gegründet wurde. Der Grund für die Klagen: Jeden Morgen um neun Uhr werden die bis zu 80 Prozent reduzierten Artikel feiner Markenhersteller ins Netz gestellt – und sind bereits wenige Sekunden später ausverkauft. Auch die dynamische Suchmaschine, die noch verfügbare Produkte aufspüren soll, taugt kaum. Aufgrund der attraktiven Preise sei die Nachfrage ganz besonders hoch, räumt *Vente-Privée* ein. Er rät seinen Mitgliedern, ihr Glück etwas später zu versuchen, wenn viele Kunden ihre Käufe rückgängig gemacht haben. Das sei ja nur praktikabel für Hausfrauen und Arbeitslose, spotten die Kunden. Da sehnt man sich doch nach dem guten alten Wühltisch-Nahkampf zurück.

naar: Der Spiegel, 22.08.2011

Schillernde Aussichten für Solarhäuser



(1) Solarzellenplatten sollen künftig Häuser schmücken, statt sie zu verschandeln. Eine neue Beschichtungstechnik ermöglicht nun die Herstellung von farbigen Solarzellen.

(2) Die Wissenschaftler des *Fraunhofer-Instituts für angewandte Optik und Feinmechanik* in Jena und Forscher der dortigen Universität wollen damit Architekten endlich mehr Gestaltungsfreiheit beim energieeffizienten Bauen geben. Gleichzeitig erhöhen die Ingenieure mit dieser Konstruktionsweise auch den Wirkungsgrad der Energiemodule.

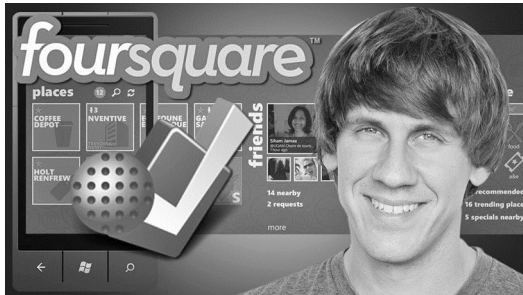
(3) Das Geheimnis der farbigen Fassaden ist eine transparente, leitfähige Schicht. Sie lenkt die eintreffenden Lichtpartikel in die darunterliegende Halbleiterschicht. An Farbe gewinnt das Solarmodul durch die Variation der Schichtdicke und ihrer Brechzahl. 12 eignet sich nicht jede Farbe gleichermaßen: Bei einigen Rot-, Blau- und Grünmischönen muss man mit Energieverlusten rechnen.

naar: Focus, 08.07.2013

Lees bij de volgende tekst eerst vraag 13 voordat je de tekst zelf raadpleegt.

Tekst 5

Wer ist wo wann und wie oft?



Das amerikanische Unternehmen *Foursquare* kennt die beliebtesten Orte der Internet-Nutzer. Gründer Dennis Crowley muss aus diesem Wissen jetzt nur noch ein Geschäftsmodell formen.

- (1) Was hat das Café *St. Oberholz* in Berlin mit dem Düsseldorfer Café *Toykio* und dem *Augustiner-Keller* in München gemeinsam? Alle erfreuen sich besonderer Beliebtheit bei Online-Fans. Drei Milliarden Mal haben die Nutzer der amerikanischen Internet-Firma *Foursquare* bislang an 50 Millionen Orten in aller Welt „eingchecked“. Sie haben also ihren Freunden mitgeteilt, wo sie sich gerade aufhalten und was sie dort besonders gut finden. Daraus entstand die wohl größte lokale Datenbank der Welt, eine Art *Wikipedia* für Orte.
- (2) Nun hat das New Yorker Gründerunternehmen daraus Ranglisten für die beliebtesten Örtlichkeiten, Cafés und Restaurants erstellt. In Berlin erhielt darin das Café *St. Oberholz* den ersten Platz mit 9,6 von 10 möglichen Punkten, dicht gefolgt vom *Five Elephant* und dem Steakhaus *The Bird*. Populärster Ausflugsort in der Hauptstadt ist demnach der Volkspark *Friedrichshain*. Sieger in Düsseldorf ist das Café *Toykio*. In Frankfurt gaben die Onliner dem Burger-Restaurant *Die Kuh, die lacht* die höchste Wertung. Tim Mälzers¹⁾ Restaurant *Bullerei* liegt in Hamburg ganz vorn. In München steht der *Augustiner-Keller* bei den *Foursquare*-Nutzern als erster im Kurs, während den Kölnern die Brauerei *Früh am Dom* am besten gefällt.
- (3) Die Listen entstehen durch die „Generation *Facebook*“, die andere Maßstäbe als klassische Restauranttester anlegt. Neben einem guten Verhältnis zwischen Preis und Leistung ist den Internet-Nutzern wichtig, dass ein Lokal interessante Gäste und ein Funknetz für den schnellen Internetzugang hat.
- (4) Der spielerische Ansatz ist jetzt weg. Bei dem Start-Up wächst vier Jahre nach der Gründung der Druck, auch einmal Geld zu verdienen. 71 Millionen Dollar haben die Investoren in das junge Unternehmen gesteckt – sie wollen möglichst bald eine Rendite sehen. Crowleys Plan:

„Wir haben als einziges Unternehmen eine atmende Landkarte und
30 können sehen, wo die Menschen sind. Es gibt genügend Händler, die
daraus Kapital schlagen wollen“, hofft der New Yorker.

(5) *Foursquare* könnte lokalen Händlern helfen, Kunden in ihre Läden zu bekommen. Crowley: „Wer zehnmals in einem Café war, bekommt den elften Kaffee geschenkt oder einen Rabatt, wenn er in der Nähe ist“. Auf
35 der Plattform seien eine Million lokale Händler bewertet. „Diese dazu zu bewegen, bei uns Werbung zu schalten, ist das Ziel“, sagt Crowley.

(6) Für ihn ist es nur eine Frage der Zeit, bis Geld fließt: „Wir sind erst vier Jahre alt und stecken in einer Übergangsphase, die *Facebook* und *Twitter* schon hinter sich haben. Man braucht eben einige Jahre, um ein
40 funktionierendes Geschäftsmodell zu entwickeln.“

(7) Crowley hat noch ein anderes Problem: Die Nutzer bewerten nicht mehr so oft. Obwohl sich jeden Monat 1,5 Millionen Menschen neu anmelden, stagniert die Zahl der „Check-ins“ bei etwa fünf Millionen pro Tag. Im Verhältnis zu den angemeldeten Nutzern sinkt die Eincheckquote
45 rapide. „Der Prozess der Check-ins ist noch zu kompliziert“, muss Crowley zugeben. Eine Lösung ist die neue Funktion „Radar“: Wer in einer Stadt unterwegs ist, wird auf interessante Orte hingewiesen. „Wir müssen nur noch herausfinden, ob der Nutzer Einheimischer oder Tourist ist. Die Hinweise müssen sich natürlich unterscheiden.“

naar: Focus, 28.03.2013

noot 1 Tim Mälzer: Duitse tv-kok

Tekst 6



Flinkes Hirn durch Musik

Wer ein Instrument spielt, denkt schneller. Neuroforscher an der

Universität Greifswald hatten Pianisten und Nichtmusiker im Kernspintomografen untersucht, während sie Reihen von Symbolknöpfen drücken mussten. Die Gehirne der Musiker arbeiteten viel ökonomischer. „Während die Amateure sich die Symbole ansahen und zu merken versuchten, aktivierten die Pianisten bereits die motorischen Hirnbereiche, weil sie die Aufgabe sofort im Kopf durchspielten“, erklärt Studienleiter Martin Lotze.

naar: Focus, 18.03.2013

Weniger Datenklau am Geldautomaten

(1) Im Kampf gegen das Ausspähen von EC-Karten sehen sich in diesem Jahr die Banken als Sieger: Die Zahl der Skimming¹⁾-Fälle sei im Vergleich zum Vorjahr um mehr als die Hälfte zurückgegangen. Die Schadenssumme sei um mehr als 40 Prozent gesunken, sagte Margit Schneider von der *Euro Kartensysteme GmbH* der deutschen Kreditwirtschaft in Frankfurt. Im Vorjahr hatte das *Bundeskriminalamt (BKA)* von 3183 Angriffen auf Geldautomaten und einem Schaden von 60 Millionen Euro gesprochen.

(2) Auch das *BKA* rechnet in diesem Jahr mit deutlich weniger Fällen. „Wir gehen davon aus, dass die eingeführten Sicherungsmechanismen greifen“, sagte eine *BKA*-Sprecherin. Seit Jahresbeginn werden EC-Karten in Deutschland flächendeckend über einen eingebauten Chip geprüft. Da dies auch im europäischen Ausland so ist, müssen die Täter nach Russland oder Übersee ausweichen, um Kartendublekken einzusetzen. Zuvor hatte ein kurzer Trip über die Grenze gereicht.

(3) Banken hätten daneben Störsender gegen Skimming-Module installiert, sagte Schneider. Schnelle Meldewege verhinderten zudem den Einsatz abgegriffener Daten. Von Januar bis November seien 156 000 womöglich manipulierte Bankkarten gemeldet worden. In 88 Prozent der Fälle seien die betroffenen Karten so rasch gesperrt worden, dass sie den Tätern nichts nutzten. In Deutschland gibt es 97 Millionen EC-Karten.

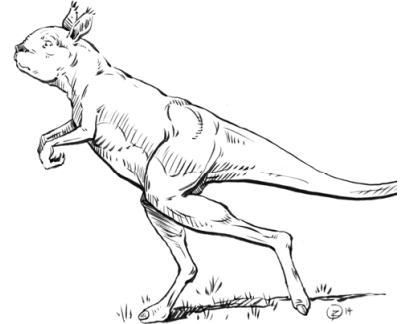
(4) Allerdings weichen die Täter nach Beobachtung von *BKA* und Banken jetzt auf Fahrkartenautomaten, Tankstellen und Einkaufsmärkte aus. Die Tankstellenbetreiber seien gewarnt und sollten ihre Geräte häufiger kontrollieren, sagte Schneider. Erstmals seit längerem habe es seit September wieder Fälle manipulierter Kartenterminals an Ladenkassen gegeben. Für Verbraucher ist dies 24, weil manipulierte Geräte an der Ladenkasse von außen nicht erkennbar sind. Sie werden meist bei Einbrüchen von den Tätern umgebaut.

naar: Badische Zeitung, 24.12.2011

noot 1 Skimming: het op onrechtmatige wijze bemachtigen van betaalkaartgegevens door middel van het kopiëren van de magneetstrip van een pas

Ex ohne Hopp

(1) Das Wandern war einst seine Last. Vor 100 000 Jahren nämlich mühte sich ein früher Verwandter der heutigen Kängurus offenbar noch schrittweise durch Australiens Steppe. Ohne die kraftvollen Sprünge, die wir heute von den Beutelhüpfern kennen.



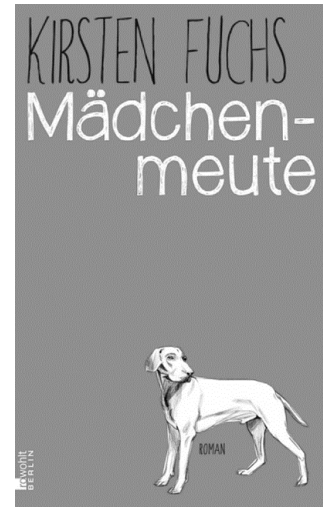
(2) Das behauptet jedenfalls die Evolutionsbiologin Christine Janis von der *Brown University* in Neuengland. Sie hat Fossilien der heute ausgestorbenen Kurzschnauzenkängurus und die Knochen von heutigen Arten biomechanisch analysiert.

(3) Das Ergebnis: Im Vergleich mit modernen Formen hatten die Kurzschnauzenkängurus eine recht feste Wirbelsäule. Das Hopsen hätte ihnen daher vermutlich heftige Rückenschmerzen eingebracht; zumal die Urzeitexemplare aus dem Pleistozän ziemlich groß und schwer gewesen sein müssen: So ein Riesenkänguru wog wohl bis zu 240 Kilogramm. Auch die fürs Gehen besser geformten Füße sprechen für Janis' Theorie.

naar: GEO, 01.12.2014

Mädchenmeute

Nur widerwillig fährt Charlotte Nowak, fünfzehn und sehr schüchtern, mit sieben anderen Mädchen ins Sommerferiencamp. Doch dort ist schnell alles anders als erwartet: Dinge verschwinden, und als eines Morgens die Gruppenleiterin ausrastet, flüchten die Mädchen, klauen ein Hundefängerauto samt Hunden und fahren ins Erzgebirge.



Es war der Sommer, in dem ich aufhörte, einen knallroten Kopf zu bekommen, wenn ich mehr als drei Wörter sagen sollte. Ich hatte am Ende eine Narbe an der Hand und meinen ersten Kuss bekommen. Ich war sogar fast ein bisschen berühmt geworden. Aber der Reihe nach.

Am Anfang hielt mir meine Mutter eine Anzeige aus der Zeitung unter die Nase. Ein Ferien-Fun-Survival-Camp. Mein Muskel zum Schulterzucken war zu der Zeit super trainiert und ungeschlagen im Fliegen-gewicht der fünfzehnjährigen Mädchen.

Meine Mutter wusste eigentlich, dass Schulterzucken zwar «ja» und «nein» heißen konnte, meistens aber «nein» hieß.

«Das Camp liegt bei Bad Heiligen», las sie aus der Anzeige vor. «Das ist ein beliebtes Seebad. In Heiligen war dieser Maler.»

«Ach, der!», sagte ich.

Drei Wochen später überreichte meine Mutter mir ein Anmeldeformular. Ihrem Gesicht nach zu urteilen, hätte ich ihr mit einem Jubelschrei um den Hals fallen sollen: «O Mutsch, du bist einfach die Beste!» Sie hatte zu viel Fernsehen gesehen, echt.

«Da muss man sogar eine Bewerbung schicken. Da wollen bestimmt total viele hin. Stell dir mal vor, und von allen Bewerberinnen nehmen sie dann dich.»

Das klang für mich, als ob ein Typ mit Luftballons aus dem Gebüsch springt, wenn man in einen Rest Hundekacke gelatscht war. Mit einem Schild: Sie sind der einhundertste Besucher dieser Hundekacke.

«Oder willst du lieber mit zu Oma?»

Ich zuckte die Schultern. Das Aufregendste im Dorf meiner Oma war, dass manchmal ein Schuppen einfach so zusammenfiel. Im ganzen Ort wohnten nur alte Frauen, denen die Männer weggestorben waren. Die einzige Sehenswürdigkeit dort war der Apothekersohn. Die Witwen humpelten jeden Tag zu ihm.

Wenn ich dort war, begann ich schon nach wenigen Minuten, Schimmel anzusetzen. Oma würde höchstens fragen, ob ich die Haare

anders hätte. Sie wollte immerzu über Haare reden. Wahrscheinlich, weil sie nur noch so wenige hatte. Am Kinn zum Beispiel.

Meine Mutter und mein Vater ackerten sich immer durch den Garten. Ging ich raus, musste ich helfen. Blieb ich drin, brüllte mich ein Shopping-Kanal an, den Oma gern sah, obwohl sie nie etwas bestellte.

Also, warum nicht stattdessen in so ein Survival-Camp?

Meine Mama meinte, das wäre gut für mich. War es ja auch, aber sie hatte sicherlich eine andere Art «gut für mich» gemeint.

Je mehr Tage vergingen, umso lieber wollte ich mit zur Oma. Der Apothekersohn war wirklich hübsch. Eine Augenweide, sagte Oma. Vielleicht könnte ich mich mit Absicht in ihn verlieben, dann wäre ich schon mal verliebt gewesen.

Im Café neben der Apotheke gab es sogar Internetempfang. Ich könnte mir ein Eis bestellen, und während es schmilzt, im Rätselforum Rätsel aus der Kategorie «Profi» knacken. Ich war in dem Forum als «Schlaufrau» angemeldet. Man konnte sich dort selber Rätsel ausdenken und Punkte vergeben. Je nachdem, wer am schnellsten auf die Lösung gekommen war. Anfang des Sommers lag ich noch knapp in Führung.

Außerdem könnte ich viel zu lesen mitnehmen. Ich fraß Abenteuerromane. Und Krimis. Ich begann, mir Hoffnung zu machen, dass sie mich bei diesem Camp nicht nehmen würden. Warum auch? Ich war ja nicht bei den Pfadfindern oder so.

Dann kam ein dicker Umschlag, der nicht in den Briefkasten passte. Die Postbotin klingelte extra. Ich konnte durch die Milchglasscheibe sehen, wie sie draußen stand und sich den Umschlag ansah. Sie war ein Mädchen aus dem Nachbarort, das dieses Jahr seine Ausbildung bei der Post abgeschlossen hatte.

«Post für Sie», sagte sie. Letztes Jahr hätten wir uns noch geduzt.

Auf dem Umschlag waren drei Aufkleber. Solche, die man mit Adressen bedrucken kann. Auf einem stand meine Adresse. Auf dem zweiten stand: «Wilde Mädchen.» Auf dem dritten: «Der Wald will nichts von dir. Du willst was vom Wald.» Im Umschlag drin wurde es noch besser: «Herzlichen Glückwunsch, du wirst einen tollen Sommer haben.» Drei Ausrufezeichen. Dann folgte eine Erklärung, warum es besser ist, wenn wir ohne Mobiltelefone anreisen. Wir sollten im Camp lernen, uns zu orientieren. Ganz ohne Technik und Internet. Unser selbständiges Handeln und Denken sollte gefördert werden, ebenso das Erleben der Natur. Unten war ein kleiner Zettel zum Abtrennen. «Hiermit berechtige ich Sie, meine Tochter Pünktchen, Pünktchen, Pünktchen das Mobiltelefon abzunehmen; falls sie doch eines bei sich hat, blabla ... wird dieses für die Zeit des Camps einbehalten. Erziehungsberechtigter eins und zwei.»

naar: Kirsten Fuchs, Mädchenmeute, Rowohlt, 2015

Duits für Anfänger



(1) „Streichholzschächtelchen“ ist das deutsche Lieblingswort von Linda de Mol. „Ein enormer Zungenbrecher, aber ideal, um die Aussprache zu üben“, sagt die TV-Moderatorin. Als Botschafterin der *Actiegroep Duits* (Aktionsgruppe Deutsch) versucht de Mol, niederländischen Schülern Deutsch als Fremdsprache schmackhaft zu machen: „Ich habe oft gedacht: Hätte ich nur Deutsch statt Jura studiert!“

(2) 71 Prozent aller jungen Niederländer haben kein Interesse an der deutschen Sprache. 61 Prozent finden sie sogar hässlich. Viele Fachhochschulen und Berufsschulen haben das Fach Deutsch 29. Deren Studenten und Schüler müssen nur noch Englisch lernen. Gymnasiasten wählen als Zweitsprache oft Französisch oder Spanisch.

(3) Dabei sind die Niederlande ein Exportland, Deutschland ist ihr wichtigster Wirtschaftspartner. Bis zu acht Milliarden Euro Umsatz pro Jahr entgehen den Unternehmen durch fehlende Deutschkenntnisse, hat die *Deutsch-Niederländische Handelskammer (DNHK)* berechnet. Das soll nun anders werden. Unter dem Motto „Mach mit!“ werben *Goethe-Institut*, *Botschaft, Deutschlandinstitut* und *DNHK* für Deutschunterricht. Ihr zweiter Trumpf neben prominenten Botschaftern wie Linda de Mol: zwei orangefarbene *BMW*s, mit denen Dozenten vom *Goethe-Institut* an den Schulen vorfahren und informieren.

naar: Focus, 18.02.2012

Preis klein, Erlebnis groß

Noch zählt Deutschland deutlich weniger Outlet-Center für bekannte Marken als das restliche Europa. Das könnte sich bald ändern.

- (1) Wenn reiseerprobte Russen und Chinesen die Namen Ingolstadt, Metzingen oder Wertheim hören, horchen sie auf. Die Weltreisenden fühlen sich dort vielmehr im Shoppingparadies. Denn hier haben sich Outlet-Center angesiedelt, in denen bekannte Markenhersteller ihre
5 Waren zu hohen Nachlässen anbieten. Üblich sind mindestens 25 Prozent, oft bekommt man die Produkte aber auch 60 oder 80 Prozent günstiger als im Einzelhandel.
- (2) Der Grund für die Rabatte: Im Outlet werden ausschließlich die Produkte der vergangenen Saison verkauft. Aktuelle Kollektionen
10 vertreiben die Hersteller in den Läden der Innenstädte. Immer mehr Menschen jedoch 31, wenn das Hemd der Designermarke aus dem vergangenen Winter stammt. Für sie zählt nur der gute Name – und der niedrige Preis.
- (3) Es ist für beide Seiten ein Geschäft. Die Hersteller können so ihre
15 ältere Ware noch verkaufen, ohne ihr Image durch Rabatte am Wühltisch zu beschädigen. Outlet-Center werden deshalb als Vertriebskanal immer wichtiger. Innerhalb von zehn Jahren verdoppelte sich ihre Zahl in Europa auf 149. In Deutschland gibt es erst neun. Deutlich weniger als in Italien (23) oder Frankreich (17).
- (4) Bislang sei die Expansion bei uns „extrem zäh“ gelaufen, räumt
20 Joachim Will von der Strategieberatung *Ecostra* ein. Doch inzwischen komme Bewegung in die Szene. In zehn Jahren könnten bereits 25 Outlet-Center in Deutschland stehen, prognostiziert der Fachmann. „Die Hersteller haben großes Interesse daran und auch Investoren gäbe es
25 genügend. Was fehlt, sind Baugenehmigungen für geeignete Flächen“, erklärt Will. Städte und Gemeinden fürchten, dass der örtliche Einzelhandel unter der Konkurrenz leidet. In den vergangenen Jahren habe sich aber herausgestellt, dass dies nur selten geschehe. Vielmehr profitiere die Region häufig von den neuen Arbeitsplätzen.
- (5) Die Outlets gleichen sich immer mehr den schicken Innenstadt-Läden
30 an. Vorbei sind die Zeiten, in denen auf Wühltischen Kollektionen zweiter Wahl verramscht wurden. Marketing-Chef bei *Value Retail* Mark Mangold: „Die Kunden wollen heute kleine Preise und trotzdem eine hochwertige Einkaufserfahrung.“ Das bedeutet: viel Platz zum Flanieren, Cafés und
35 Restaurants, und, ganz wichtig: viele Gratisparkplätze direkt vor der Tür.

naar: Focus, 14.11.2013

Angriff der Klon-Kapseln



Die Deutschen packen immer mehr portionierten Kaffee in Espresso-Maschinen. Aldi, Lidl, Tchibo & Co. attackieren Marktführer Nespresso.

(1) Vom Kaffeeverkäufer George Clooney konnten die Deutschen nicht genug bekommen. Jahrelang führte der Hollywood-Star die Kapselmarke *Nespresso* als Werbeträger in immer neue Höhen. Sogar zweistellige Zuwachsraten für die bunten Aluminiumbehälter waren üblich.

5 (2) Die Hoch-Zeiten sind vorbei. Auf dem drittgrößten Kaffeemarkt der Welt wird es für die Marke mit dem exklusiven Image schwieriger. Konzernkenner sprechen von zehn Prozent Umsatzeinbruch, gerade wurde der Deutschland-Chef ausgetauscht. Offiziell will *Nespresso* sich zum deutschen Geschäft nicht äußern. Man verweist lediglich auf eine
10 „global starke Leistung“. Im Jahresbericht der Mutter *Nestlé* taucht Deutschland allerdings nicht unter den aufgezählten regionalen „Höhepunkten“ auf.

(3) Es herrscht Unruhe im erfolgsverwöhnten *Nespresso*-Reich. Das wundert den Markenexperten Alexander Biesalski nicht: „Die Konkurrenz
15 wird immer stärker. Viele Menschen sehen inzwischen bei den Wettbewerbern deutlich billigere Kapseln.“ Seit das Patent auf die *Nespresso*-Kapseln gefallen ist, dürfen Nachahmer ganz legal Nachahmungen anbieten, die in die Geräte der *Nestlé*-Tochter passen. Weltweit machen das inzwischen 50 Hersteller. Bei fast allen gibt es den
20 Kaffeegenuss deutlich preiswerter als beim Original.

(4) Und während *Nespresso* die Ware nur online und in wenigen Geschäften anbietet, verkauft die Konkurrenz ihre Klon-Kapseln fast an jeder Ecke im Lebensmitteleinzelhandel. „Die laufen sehr gut“, heißt es einhellig bei den Händlern. Kaffeekönig *Tchibo* hat sogar erstmals eine
25 Kapselmaschine in Elektronikmärkten präsentiert. *Saturn*, *Media Markt* &

Co. sind zu einem der wichtigsten Absatzgebiete für dieses Kaffeesegment geworden.

(5) So gilt 39 der Probleme bei *Nespresso*: Das Geschäft mit KaffEEKapseln 39. In Deutschland stieg die Zahl der Kapselkäufer im vergangenen Jahr um gut 20 Prozent auf 5,8 Millionen. Der Umsatz des portionierten Kaffees wuchs sogar um 27,5 Prozent. Immer mehr Menschen zahlen für das in Alu oder Plastik abgefüllte Pulver einen kräftigen Aufpreis zum Traditionskaffee. Der kostet im Schnitt 4,50 Euro pro Pfund, dieselbe Menge in Kapseln hingegen gut 30 Euro.

(6) Bei solchen Gewinnspannen machte *Nespresso* bislang ein Riesengeschäft. Zumal die Preise für die Alu-Kapseln – anders als der deutlich gesunkene Rohkaffeepreis – seit Jahren unverändert hoch liegen. *Nespresso*'s Umsatz wird in Deutschland auf 300 Millionen Euro geschätzt. Weitere 350 Millionen Euro teilen sich die Kopien von *Dolce Gusto*, *Tassimo*, *Senseo* und *Cafissimo*.

(7) Seit Herbst gibt es mit *Aldi Süd* zudem einen weiteren mächtigen Mitspieler. Von der Kapselmaschine *Expressi* verkaufte der Discounter Branchenexperten zufolge innerhalb weniger Monate mehr als 300 000 Stück. Da ist es wohl nur eine Frage der Zeit, bis andere nachziehen. Die Billigketten halten schon heute fast die Hälfte des Kaffeeabsatzes.



naar: Focus, 22.02.2014

Lees bij de volgende tekst eerst vraag 42 voordat je de tekst zelf raadpleegt.

Tekst 13

Ostertipps

Der Ton macht's

Keramikwerkstätten aus allen Bundesländern laden zu Ostern zum „Tag der offenen Töpferei“ ein. Dann können Besucher die Werkstätten, Studios und Ateliers besichtigen und den Töpfern bei der Arbeit über die Schulter gucken. Natürlich kann man auch bereits fertiggestellte Gegenstände kaufen.

30. bis 31. März, 10 bis 18 Uhr. tag-der-offenen-toepferei.de



Grün und gesund

Im idyllischen rheinhessischen Weinort Siefersheim haben die Siefersheimer Kräuterhexen ihr Domizil. Die drei ausgebildeten Kräuterführerinnen recherchieren und bewahren altes Wissen

und heimische Nutz- und Heilpflanzen. Zum Start der Kräutersaison wird eine „Hexensuppe“ serviert.

30. März, ab 10.30 Uhr, 20 € p.P.

Anmeldung erforderlich unter sieferheimer-kraeuterhexen@gmx.net

Oster-Insel

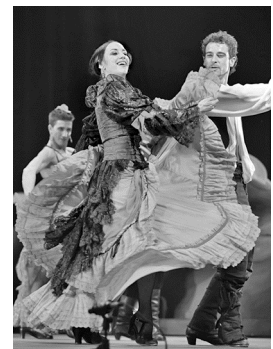
Ein bisschen frischer Wind tut immer gut. Und wenn er einem so hübsch um die Nase pfeift wie im traditionsreichen Ostseebad Binz auf Rügen – umso besser. Zu Ostern bietet das luxuriöse Hotel Kurhaus Binz, direkt an der Strandpromenade gelegen, ein Special mit 2Ü/DZ/F für 412 € p.P. an. Inklusiv Abendessen und Karfreitags-Fischbuffet. Da staunt der Osterhase.

29. März bis 1. April. kurhaus-binz.de

Feurige Fiesta

Der gute Ruf eilt dem Festival voraus: Wenn sich auf Würzburger Bühnen der Vorhang für den Flamenco öffnet, darf sich das Publikum auf namhafte Künstler freuen. So werden auch in diesem Jahr vom 30. März bis zum 7. April sowohl Altmeister als auch junge Interpreten ihr Können im *Mainfrankentheater* und der *Zehntscheune* unter Beweis stellen. Parallel zu den Aufführungen lernen die Besucher in Workshops die ersten Schritte des Flamenco-Tanzes.

wueflamencofestival.com



Großes Kino

Die schönste Nebensache der Welt – in Berlin wird sie vom 20. bis 31. März auf der Leinwand zelebriert. Beim Fußballfilmfestival zeigen Produktionsfirmen aus aller Welt ihre Dokumentar- und Spielfilme. Neben Neuerscheinungen soll auch der „beste Fußballfilm aller Zeiten“ prämiert werden. Zu den nominierten Beiträgen gehören bekannte Produktionen wie *Das Wunder von Bern* und die Verfilmung des Bestsellers *Fever pitch* wie auch *The other Final* aus den Niederlanden, *Fimpen, der Knirps* aus Schweden und *Liverpool Goalie* aus Norwegen. 11-mm-de



Ei, Ei, Ei

Schon Wochen vor Ostern stimmen zahlreiche Märkte in Deutschland auf die Festtage ein. Im Schloss Schwetzingen zeigen am 2. und 3. März mehr als 50 Künstler aus Europa außergewöhnlich gestaltete Ostereier, in Wiesbaden (29. März bis 1. April) wird die Schau des bunten Osterschmucks noch um einen Stoffmarkt erweitert und können Kinder bis zehn Jahre auch selber aktiv werden und ein Ei bemalen. Im hessischen Bad Arolsen bieten

Glasbläser aus Lauscha in Thüringen einen Einblick in die Herstellung ihrer farbenfrohen Werke (29. März bis 1. April), während an diesem Wochenende auch Lindenfels im Odenwald und Cochem an der Mosel österlichen Schmuck, Keramikarbeiten und kunstvoll verzierte Eier präsentieren.

www.veranstaltungen-in-deutschland.de

naar: mobil, 3/2013