

**Олимпиадные задания
для республиканского этапа
2018-2019 уч.год
11 класс**

I – тур

1. Аудирование – 20 баллов
2. Чтение – 20 баллов
3. Лексико-грамматический тест – 20 баллов
4. Письмо – 40 баллов

Всего: 100 баллов

II –тур

1. Монологическая речь – 50 баллов
2. Диалогическая речь – 50 баллов

Всего: 100 баллов

11.Klasse

Die erste Runde

Aufgabe 1: Hörverstehen (20 P.)

Zeit: 35 Min.

Hörverstehen, Teil 1

Aufgabe:

In den Medien wird sehr oft über die Adoption von Kindern durch Schauspieler berichtet. Sie hören im deutschsprachigen Radio ein Gespräch mit zwei Medizinerinnen zur Thematik „Kinderadoption“. Der Moderator stellt im Auftrag der Zuschauer einige Fragen zu der Thematik.

Sie hören die Sendung zweimal. Bevor Sie sich die Sendung anhören, lesen Sie bitte alle Aussagen durch. Dafür haben Sie 90 Sekunden Zeit. Achten Sie auf das Beispiel.

Beispiel:

0. In der letzten Zeit gibt es ...

A/ nicht mehr so viele Bedenken zum Thema „Adoption“.

- B/ gar kein Interesse am Thema „Adoption“.
C/ viele Auseinandersetzungen zum Thema „Adoption“.

1. Der bürokratische Prozess ...

- A/ ist allen bekannt.
B/ dauert lange.
C/ ist kostenaufwendig.

2. Die zukünftigen Eltern müssen nachweisen, dass sie ...

- A/ genügend Geld haben, um ein Kind zu adoptieren.
B/ nicht vorbestraft sind.
C/ Erfahrungen im Umgang mit Kindern haben.

3. Eine Adoption ist gut, wenn ...

- A/ eine Familie zu scheitern droht.
B/ die Adoptiveltern unter 50 sind.
C/ sich Paare eine Familie wünschen.

4. Probleme nach der Adoption liegen darin begründet, dass ...

- A/ die Eltern wenige Erfahrungen mit Kindern haben.
B/ die Eltern nur wenig vom bisherigen Leben des Kindes wissen.
C/ das Kind sich in der Familie nicht wohl fühlt.

5. Es gibt viele Adoptivkinder, die ...

- A/ wissen wollen, wer ihre richtigen Eltern sind.
B/ die nicht wissen wollen, wer ihre leiblichen Eltern sind.
C/ die wieder zu ihren richtigen Eltern zurück wollen.

11.Klasse

6. Für das Verhalten gegenüber einem adoptierten Kind gibt es ...

- A/ nur wenige Regeln.
B/ keine allgemeinen Empfehlungen.
C/ bestimmte Verhaltensmuster.

7. Die Adoptiveltern sollten wissen, dass

- A/ die Beziehung zum Kind nicht immer wolkenlos ist.
B/ die Kontakte zum Kind sich langsam gestalten.
C/ die Verbindungen zum Kind schnell wachsen.

8. Nach der Klärung der bürokratischen Probleme ...

- A/ vergeht noch viel Zeit, bis ein Adoptivkind gefunden wird.
B/ kann es sehr schnell gehen, dass ein Adoptivkind gefunden wird.
C/ können die Eltern das Adoptivkind gleich abholen.

9. Auf der Vermittlungsstelle erfahren die Adoptiveltern ...

- A/ Details über die Geburt des Kindes.

- B/ etwas zum bisherigen Leben des Kindes.
C/ etwas von den leiblichen Eltern des Kindes.

10. Ältere Kinder ...

- A/ machen beim Treffen mit den Adoptiveltern Probleme.
B/ möchten gleich zu den Adoptiveltern.
C/ sind beim ersten Treffen mit den Adoptiveltern unruhig.

11.Klasse

Hörverstehen, Teil 2

Aufgabe:

Sie wollen Ihren Urlaub in der Schweiz verbringen und hören in Vorbereitung auf den Urlaub einen Kurzkommentar im deutschsprachigen Radio.

Beantworten Sie danach die Fragen kurz, in Stichworten wie im Beispiel. Überflüssige oder alternative Informationen, die keinen Bestandteil der richtigen Antwort bilden, werden als falsch gewertet. Sie hören den Vortrag zweimal.

Versuchen Sie die Fragen schon beim ersten Hören zu beantworten.

Bevor Sie sich den Vortrag anhören, lesen Sie sich bitte die Fragen durch. Dafür haben Sie 90 Sekunden Zeit. Sie finden zuerst ein Beispiel.

Beispiel:

0	Warum gab es früher in der Schweiz so wenige Urlauber? <i>man hatte Angst vor Bergen und wilden Tieren</i>
---	---

11	Wann kam es zu einem Anstieg des Tourismus in der Schweiz?
12	Wer waren in dieser Zeit die Touristen?
13	Woher kamen die meisten Touristen im 18. Jahrhundert?
14	Zu welcher Zeit kamen die meisten Touristen?
15	Wer konnte sich nach dem ersten Weltkrieg auch eine Reise in die Schweizer Berge leisten?
16	Was war das Schlagwort des Massentourismus in der Nachkriegszeit?
17	Wozu führten die unterschiedlichen technischen Innovationen in der Schweiz?
18	In welchem Jahresabschnitt wurden die meisten Erträge erzielt?
19	Was lockt die Sommertouristen in die Schweizer Berggebiete?
20	Wo wird am meisten in Europa Ski gelaufen?

11.Klasse

Aufgabe 2: Leseverstehen (20 P.)

Zeit: 45 Min.

Leseverstehen, Teil 1

Aufgabe:

Sie interessieren sich für das Einkaufsverhalten der Deutschen und die Gestaltung der Supermärkte und haben den folgenden Artikel in einer deutschsprachigen Zeitschrift gefunden. Lesen Sie den Text und beantworten Sie danach die Fragen kurz, in Stichworten wie im Beispiel. Überflüssige oder alternative Informationen, die keinen Bestandteil der richtigen Antwort bilden, werden als falsch gewertet.

Die Psychologie des Einkaufens

Die Mehrzahl der Supermärkte hat sich dem menschlichen Verhalten in allen seinen Stärken und Schwächen und den physischen Voraussetzungen angepasst. Physische Voraussetzungen bedeutet, dass immer Einkaufskörbe bereit stehen sollten, damit der Kunde mehr als zwei Produkte kaufen kann. Es ist eine Tatsache, dass Kunden mehr kaufen, als sie ursprünglich planen. Der normale Kunde ist ein Impulskäufer, und die Supermärkte müssen die Artikel einfach nur entsprechend präsentieren, dann werden sie auch gekauft.

Direkt hinter dem Eingang sollte eine Art Landezone sein. Diese dient dazu, dass der Kunde, der von draußen eintritt, sich orientiert und an die Atmosphäre gewöhnt. Danach sollte man an einer Bäckerei, der Obst- und Gemüse-Abteilung oder Blumenständen vorbeikommen, damit man gleich einen frischen, angenehmen und anregenden Duft in der Nase hat. Dann ist es wichtig, dass die Fleisch- und Wurstabteilung hinten rechts und die Milch- und Käseprodukte hinten links platziert sind. Der Kunde soll bei seinem Einkauf durch das gesamte Geschäft laufen und an möglichst vielen Produkten vorbeikommen. Übrigens hat sich an der Gestaltung von Supermärkten in Deutschland seit den 1930er Jahren kaum etwas verändert.

Oftmals sprechen die Kunden von Tricks der Supermärkte, um sie zum Kaufen zu animieren. Es geht hier aber nicht um Tricks, sondern um Werbung. Jeder Betreiber eines Supermarktes platziert seine Waren so, dass möglichst viele Kunden zugreifen. Und nur der Kunde ist dafür verantwortlich, dass seine Einkäufe im Rahmen seines Budgets und seiner Bedürfnisse liegen. Dennoch gibt es in diesem Zusammenhang auch einige Probleme, wenn zum Beispiel bei einem Produkt mehr als 10 Sorten angeboten werden. Das kann dazu führen, dass sich der Kunde bei dieser Überfülle nicht entscheiden kann und ein Produkt nicht kauft.

Man kann sagen, dass in einem Supermarkt kein Produkt zufällig an seinem Platz steht. In Sichthöhe der Kunden sind zum Beispiel die Artikel platziert, die Markenartikel und höherpreisig sind. Unten, in der so genannten Bückzone, werden die günstigeren Produkte aufgestellt. Außerdem hat jeder Gang eine dominante Laufrichtung, in der sich die Kunden bewegen. Sie haben meistens einen Rechtsdrall. Gute Supermärkte bedenken das und führen die Kunden gegen den Uhrzeigersinn durch den Markt. Die Regale bremsen den Rechtsdrall, die

11.Klasse

Kunden müssen ihren Weg korrigieren, das erhöht die Aufmerksamkeit. Außerdem werden die Artikel, die zusammen konsumiert werden, auch gemeinsam präsentiert: Bier und Chips, Fleisch und Grillsaucen, Eier und Speck. Ein Problem besteht darin, dass die meisten Supermärkte von Männern geführt und von Männern entworfen werden. Sie wollen aber auch Frauen ansprechen, deren Einkaufsverhalten anders als das der Männer ist. Frauen legen mehr Wert darauf, sich wohl zu fühlen. Sie wollen durch die Gänge schlendern und schauen, was angeboten wird. Frauen geben mehr Geld aus, sie sind die dominanten Käufer. Männer dagegen wirken bremsend. In Zukunft werden Supermärkte Stühle und Sessel am Eingang anbieten, wo die Frau ihren Freund oder Mann für die Dauer des Einkaufs abgeben kann, damit sie mehr Geld ausgeben kann.

Das meiste Geld wird im Supermarkt in der Obst- und Gemüseabteilung ausgegeben. Es wird dort so viel gekauft, dass zu Hause mehr als ein Drittel davon weggeschmissen wird, weil es nicht gegessen wird oder die Produkte schlecht geworden sind. Wichtig ist natürlich die Kassenzone, wo die Schokoriegel und Zeitschriften platziert sind.

Wer diszipliniert einkaufen will, sollte sich an drei Regeln halten. Erstens: Gehen Sie nie müde einkaufen. Zweitens: Gehen Sie nie hungrig einkaufen. Drittens:

Am besten ist es, früh in der Woche und zwischen 10 und 12 Uhr in den Supermarkt zu gehen.

Fragen:

Beispiel:

0	Was müssen die Betreiber von Supermärkten vor Augen halten? <i>die Stärken und Schwächen der Kunden</i>
1	Wie nennt man die Personen, die sich zum Kauf verführen lassen?
2	Wie bezeichnet man den Ankunftsbereich eines Supermarktes?
3	Was ist die Absicht bei der Produktplatzierung?
4	Wie könnte sich der Käufer bei der Überzahl der Sorten entscheiden?
5	Welche Waren werden in Augenhöhe untergebracht?
6	Wie würden sich die meisten Käufer im Supermarkt bewegen?
7	Wie werden Produkte, die zu einem Gericht gehören, angeboten?
8	Wie verhalten sich viele Männer im Gegensatz zu Frauen beim Einkaufen?
9	Durch welchen Trick könnten Geschäfte Frauen zum Geldverschwenden veranlassen?
10	Welche Artikel werden in der Regel überschüssig eingekauft?

11.Klasse

Leseverstehen, Teil 2

Aufgabe:

Viele bekannte Sportler, auch in Deutschland, verdienen sehr viel Geld durch Werbeverträge. Ihr deutscher Freund hat Ihnen einen Artikel zu diesem Thema geschickt.

Lesen Sie diesen Artikel

Ordnen Sie danach den Textabschnitten je eine passende Teilüberschrift zu. Achten Sie auf das Beispiel.

Werbeverträge in der Welt des Sports

(0) Immer wieder sprechen Kritiker von der Kommerzialisierung des Sports. Sie vergessen dabei, dass Sport in der heutigen Zeit ein wichtiger Wirtschaftsbereich ist, dessen Anteil am Bruttosozialprodukt in Deutschland in den vergangenen Jahren regelmäßig bei 1,8 Prozent lag. Nicht nur Ticketerlöse, sondern auch Fernsehrechte, Sponsorengelder und Lizenzeeinnahmen tragen dazu bei.

(11) Diese Verflechtung mit der Wirtschaft ist eine Folge gesellschaftlicher Veränderungen, die in den 1970er Jahren einsetzten. Der Wohlstand in den westlichen Industriestaaten wuchs, die Arbeitszeiten sanken, die Freizeitausgaben

stiegen. Mit Jogging und Aerobic entstanden Trendsportarten, die von vielen ausgeübt wurden. Durch professionelle Vermarktung und das Privatfernsehen explodierten die Einnahmen in populären Zuschauersportarten.

(12) Von dem Geld leben nicht nur Spitzensportler, sondern auch Angestellte bei Sportartikelherstellern oder in den Vereinen. Aber nur außergewöhnliche Talente können im Sport außergewöhnlich verdienen. Man spricht in dem Zusammenhang vom Siegermarkt, in dem die Besten überproportional mehr einnehmen als der Durchschnitt.

(13) Als der moderne Sport im 19. Jahrhundert in England erfunden wurde, galt es noch als verpönt, damit Geld zu verdienen. Sport sollte eine zweckfreie Übung sein. Dieses Ideal war leider nicht so edel wie es klingt. Nur eine dünne Oberschicht konnte es sich erlauben, Sport als Spiel und Zeitvertreib zu sehen. Die Amateurregel diente dazu, die unteren Klassen auszuschließen, die durch ihre körperliche Arbeit fit genug waren für den Wettkampf.

(14) Heute sind Spitzensportler Teil der Unterhaltungsindustrie. An ihrem Glanz wollen nicht nur Sportartikelhersteller, sondern auch andere Wirtschaftszweige teilhaben. Das sind zum Beispiel Uhrenhersteller, Kreditkartenfirmen oder auch Autohersteller. Vielfach übersteigen diese Werbeeinnahmen das Drei- bis Vierfache der Preis- und Antrittsgelder.

(15) Für viele Sponsoren sind Sportler Leitfiguren, die Werte wie Leistungsbewusstsein und Selbstdisziplin verkörpern. Die Abhängigkeit, die dadurch entsteht, ist vielen Sportlern durchaus bewusst. Oftmals weigerten sich Sportler bei der Siegerehrung die Kleidung des Teamausrüsters zu tragen. Sie wurden aber dazu gezwungen und suchten nach Möglichkeiten, die Logos der Firmen zum Beispiel durch die Fahne des Landes, aus dem sie kamen, zu verdecken.

11.Klasse

(16) Große Sportartikelfirmen treiben die Verflechtung noch einen Schritt weiter und schaffen sich selbst einen Sportler, der für die Firma werben soll. Dass eine Firma einen Sportler eigenständig auf einen Wettkampf vorbereitet, sorgte für Diskussionen um die Frage, wie weit der Einfluss reichen darf.

(17) Die aufgezählten Fälle zeigen auch, worauf die wirtschaftliche Bedeutung des Sports beruht: auf dem Interesse des Zuschauers, der von der Kommerzialisierung profitiert. Geld, das durch Vermarktung in den Sport fließt, ermöglicht es Sportlern, professionell zu trainieren und neue Rekorde aufzustellen und Fernsehsendern, den Wettkampf für ihre Zuschauer spektakulär in Szene zu setzen.

(18) Die Vermarktungschancen hängen von der öffentlichen Aufmerksamkeit ab, die ein Sportler auf sich ziehen kann. Weniger begabte Profis, Athleten in Randsportarten mit geringem Vermarktungsgeschick sind auf staatliche Förderung angewiesen oder haben weit geringere Einnahmen. So sind in Deutschland eine Reihe von Sportlern Soldaten und erhalten ein Monatsgehalt.

(19) 33 Euro bekommt ein Markenunternehmen, wenn ein Paar Sportschuhe im Geschäft für 100 Euro verkauft wird. Laut dieser 100-Euro-Beispielrechnung erhalten der Hersteller außerdem rund 17 Euro und der Händler 50 Euro. Doch

von den 33 Euro, die das Markenunternehmen bekommt, bleiben letztendlich nur 13,50 Euro übrig. Das Unternehmen hat doch vorher Ausgaben gehabt, unter anderem für die Entwicklung des Schuhs und für Werbung und Sponsoring.

(20) Sportartikelfirmen reden nicht gern über ihre Kalkulationen, weil schnell der Vorwurf im Raum steht, dass Fabrikarbeiterinnen, in erster Linie junge asiatische Frauen, ausgebeutet werden. Tatsächlich haben viele Markenhersteller ihre Produktion nach Asien ausgelagert. Das Material und der Lohn einer Näherin kosten in Asien weniger als das, was die Markenfirmen für Werbung und Sponsoring ausgeben.

Überschriften

Wirtschaftssektor Sport	I
Missbrauch des Amateurstatus	A
Verkaufsstrategien der Sportartikelfirmen	B
Produktionsverlagerung der Sportartikelunternehmen	C
Sportler als Werbeträger verschiedener Branchen	D
Faktoren für den Aufschwung des Sports	E
Finanzielle Verhältnisse weniger erfolgreicher Sportler	F
Korruption im Sport	G
Geldeinnahmen der Supersportler	H
Sport und Fernsehen	J
Schwieriges Verhältniss der Sportler zu ihren Geldgebern	K
Reingewinn der Sportartikelunternehmen	L
Eigene Sportler als Markenzeichen einer Firma	M

11.Klasse

Aufgabe 3: Sprachbausteine (Lexik und Grammatik) (20 P.)

Zeit: 25 Minuten

Sprachbausteine, Teil 1

Lesen Sie den folgenden Text und entscheiden Sie, welches Wort (a, b oder c) in die jeweilige Lücke passt. Markieren Sie Ihre Lösungen bei den Aufgaben 1–10.

Liebe Daniela,

ich habe schon ein ganz schlechtes Gewissen, denn 1 wollte ich dir schon vor zwei Monaten schreiben. Aber du weißt ja, wie das ist: Wenn man sich auf eine Prüfung vorbereitet, hat 2 überhaupt keine Zeit mehr für seine Hobbys – alles dreht sich nur noch ums Lernen.

Nun habe ich es aber geschafft: Gestern war die Prüfung und ich bin zuversichtlich, dass ich sie bestanden habe. Mein Freund, mit 3 Hilfe es mir überhaupt nur möglich war, diese ganze Zeit zu 4 , hat mich für heute Abend in ein tolles Restaurant eingeladen. Danach gehen wir auch noch tanzen.

In deinem letzten Brief hast du mich gefragt, 5 ich Lust hätte, mit dir zusammen ein Wochenende in London zu verbringen. Natürlich habe ich Lust!

Nach dem ganzen Stress der letzten Wochen fände ich es super, mal ein paar Tage lang mit einer Freundin etwas Tolles zu 6. London ist eine wunderbare Stadt, ich habe schon viele Berichte darüber gelesen. Ich würde mich 7 besonders 8 die Tate Gallery und das Filmmuseum interessieren.

Mach 9 einfach ein paar Vorschläge, wann du Zeit hast. Ich bin sicher, dass wir 10 auf ein Wochenende einigen können. In der Zwischenzeit drucke ich schon mal ein paar Angebote aus dem Internet aus: preiswerte Flüge, ein schönes und günstiges Hotel für uns usw. Ich freue mich schon auf deinen nächsten Brief.
Herzliche Grüße

Andrea

- | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------|------------------|
| 1 a außerdem | 4 a übersetzen | 7 a ganz | 10 a euch |
| b eigentlich | b überstehen | b recht | b sich |
| c überhaupt | c übertragen | c zwar | c uns |

- | | | |
|---------------|-----------------|----------------|
| 2 a er | 5 a dass | 8 a auf |
| b es | b falls | b für |
| c man | c ob | c in |

- | | | |
|-----------------|------------------------|---------------------|
| 3 a der | 6 a unternehmen | 9 a bestimmt |
| b dessen | b verbringen | b doch |
| c seiner | c verplanen | c sicher |

11.Klasse

Sprachbausteine, Teil 2

Lesen Sie den folgenden Text und entscheiden Sie, welches Wort aus dem Kasten (a–o) in die Lücken 11–20 passt. Sie können jedes Wort im Kasten nur einmal verwenden. Nicht alle Wörter passen in den Text.

Es gibt immer weniger Deutsche

11 Angaben des Statistischen Bundesamtes in Wiesbaden wird die Bevölkerungszahl in Deutschland in den nächsten Jahrzehnten 12 sinken. Die Statistiker 13 damit, dass die Zahl der Deutschen bis zum Jahr 2050 von jetzt 82 Millionen auf nur noch 65 Millionen zurückgehen wird. Diese Entwicklung sei, so kommentieren die Statistiker, deswegen so dramatisch, weil sich gleichzeitig mit dem Rückgang der Einwohnerzahl die Altersstruktur Deutschlands sehr stark verändern wird: Fast die Hälfte der Bevölkerung wird dann im Rentenalter sein. Das Gesundheitssystem und die Altersversorgung werden 14 dieser Entwicklung vor großen Problemen stehen und möglicherweise nicht mehr bezahlbar sein.

Diese ungünstige Bevölkerungsentwicklung in Deutschland hat nach Auskunft der Statistiker mehrere Aspekte. Zum einen werden die Deutschen immer älter:

Das durchschnittliche Lebensalter für Frauen wird bis 2050 auf 84, das der Männer auf 78 Jahre 15 . Gleichzeitig werde zum anderen die Zahl der Geburten zurückgehen: Im Jahr 2050 werden voraussichtlich nur noch 1400 Kinder pro 1000 Frauen geboren. Die Zahl der Erwerbstätigen werde um fast 10 Millionen auf nur noch 30 Millionen sinken.

Die Auswirkungen auf das politische und gesellschaftliche Leben in Deutschland im Jahr 2050 lassen sich 16 unschwer erahnen. Wenn nahezu fünfzig Prozent der Bevölkerung Senioren sind, werden sich Politik und Geschäftswelt 17 diesen Personenkreis einstellen. Für junge Leute wird sich dann das Problem ergeben, dass sich Politiker mehr 18 die alten Wähler interessieren werden. Die Produktivität der Wirtschaft wird abnehmen, da Arbeitnehmer den größten Teil ihres Einkommens 19 in den Konsum in die Kranken- und Rentenversicherungen stecken müssen. Diese Probleme könne man nur 20 , so das Statistische Bundesamt, wenn ab sofort eine hohe Zahl von jungen Arbeitskräften aus dem Ausland zuwandere. Diese würden dann für eine ausgeglichene Bevölkerungsentwicklung in Deutschland sorgen.

- | | | |
|-------------|------------|------------------|
| a ABMILDERN | f ERHÖHEN | k RECHNEN |
| b AN | g FÜR | l STATT |
| c AUF | h IM | m STEIGEN |
| d AUFGRUND | i INDESSEN | n ÜBERHEBLICH |
| e DRASTISCH | j NACH | o UNTERSCHIEDEND |

11.Klasse

Aufgabe 4: Schreiben (40 P.)

Zeit: 60 Minuten

Aufgabe:

In Ihrem Land führt man eine Meinungsumfrage zum Thema „Arbeiten und Studieren im Ausland“ durch. Sie wurden gebeten, Ihre Meinung zu diesem Thema zu äußern. Schreiben Sie einen Essay (ca. 200 Wörter), in dem Sie auf die folgenden Punkte eingehen:

- Was bewegt Ihre Landsleute dazu, im Ausland zu studieren/arbeiten?*
- Welche Altersgruppen gehen hauptsächlich ins Ausland und welches sind die beliebtesten Zielländer?*
- Wie wirken sich die im Ausland gesammelten Erfahrungen auf die Karrierechancen im Heimatland aus?*
- Wie wird sich künftig die zurzeit enorme Nachfrage nach ausländischen Arbeits- und Studienplätzen gestalten?*

