

Muster für die Aufnahmeprüfung für die Vorklasse der BOS

Deutsch

Name des Prüfungsteilnehmers (m/w/d):

Datum:

Arbeitszeit: 60 Minuten

Hilfsmittel: keine

1. Textzusammenfassung

Tourismus – neu gedacht

VON HELMUT KARG

Jedes Jahr das gleiche spannende Szenario – kommt er oder kommt er nicht? Gemeint ist der Schnee. Die bekannten bayerischen Wintersportorte wie Oberstdorf oder Garmisch-Partenkirchen bangen jedes Jahr darum, ob sich ihr Wunsch erfüllt, der Wunsch nach einem schnee-
5 reichen Winter von November bis März, nach immer steigenden Touristenzahlen und satten Gewinnen für alle, die am Skizirkus und an der Wintersportindustrie gut verdienen wollen.

Doch Vorsicht. Der Urlauber tickt anders. Wenn deutsche Urlauber drei Wünsche frei hätten, dann würde das für viele bedeuten: Muße, Erholung und eindrucksvolle Landschaften, dies haben Marktforscher herausgefunden. Wenn dann noch der Preis passt, steht dem Urlaubs-
10 vergnügen nichts mehr im Weg. Eigentlich scheint es doch gar nicht kompliziert, diese Wünsche zu erfüllen. Doch das Beharrungsvermögen der Verantwortlichen in Wintersportregionen ist groß, allzu groß.

Und die Urlauber selbst? Vor allem die Deutschen scheinen große Lust zu haben, ihre Koffer zu packen. Die Stimmung im Land ist zwar durchwachsen, die Konjunkturaussichten sind aus der Sicht des einzelnen Bürgers nicht immer positiv; trotzdem gönnt sich mancher gerne den
15 Luxus einer winterlichen Urlaubsreise. Die Reiseveranstalter freuen sich über stabile Buchungszahlen, die sogar über den eigenen Erwartungen liegen. Und der Verbraucher nutzt das Internet wie nie zuvor. Immer mehr Urlauber stellen sich nämlich im Netz ihre Reise selbst zusammen – die Wachstumsraten waren in den letzten Jahren dreistellig.

Doch wie sieht nun die Zukunft aus, wenn traditionelle Formen des Winterurlaubs nicht mehr
20 in gewohnter Weise möglich sein werden? Einen wahren Boom konnte das Geschäftsfeld „Gesundheit“ verzeichnen. Von Wellness bis zu Wohlfühltherapien reicht das Spektrum der Angebote. Vielen Gesundheitsorten mit ihren Wellness- und Gesundheitsbetrieben gelingt zudem ein ansprechendes Marketing. Im Rahmen der Internationalen Tourismusmesse Berlin erfolgte zum Beispiel die Markteinführung des Tourismusproduktes „Gesundheitsregion Bayern“. Das
25 Naturerlebnis mit der Komponente Wellness führt zu reizvollen Angeboten, die professionelle, oft jahreszeitbezogene Medienkampagnen an die Kunden herantragen.

So wird deutlich, dass vor allem der Erholungsfaktor als Verkaufsargument in den Mittelpunkt der Werbung zu stellen ist. Nur eine Kombination von gesellschaftlichem Umdenken und den richtigen Informationen, sei es aus den Medien oder über die Werbung der Reisebüros, kann
30 zu einem anhaltenden Wandel des bisher einseitigen Wintertourismus führen. Dass damit auch Ökologie und Klima profitieren, ist mehr als erfreulich.

1. Formulieren Sie in einem vollständigen Satz, worum es im vorliegenden Kommentar von Helmut Karg geht. (3 BE)

2. Der Kommentar ist in fünf Abschnitte unterteilt, die durch Absätze kenntlich gemacht sind. Fassen Sie den Inhalt eines jeden Abschnitts in einem vollständigen Satz zusammen. (15 BE)

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

2. Begriffsverständnis

Ordnen Sie den folgenden Begriffen aus dem Text (links) die passende Bedeutung (rechts) zu. (10 BE)

	Formulierung im Text	Nr.	Nr.	Bedeutung
a)	Muße (Z. 7)		1	Gebiet, in dem man Ski fahren kann
b)	Beharrungsvermögen (Z. 10)		2	Blick in die Zukunft der Wirtschaft
c)	Wintersportregion (Z. 10)		3	wirtschaftliche Entwicklung eines Landes in einem bestimmten Zeitraum
d)	Konjunkturaussicht (Z. 13)		4	Zeit für selbstbestimmte Erholung
e)	Wachstumsrate (Z. 18)		5	ungestörter Haushalt der Natur
f)	Boom (Z. 20)		6	Bandbreite
g)	Spektrum (Z. 21)		7	Verknüpfung
h)	Komponente (Z. 25)		8	stures Festhalten an Positionen
i)	Kombination (Z. 28)		9	Bestandteil
j)	Ökologie (Z. 31)		10	plötzlich gesteigerte Nachfrage

3. Leseverständnis

Massentourismus – Fluch und Segen

VON HELMUT KARG

Als Massentourismus bezeichnet man eine Form des Tourismus, welche für die breite Masse der Bevölkerung attraktiv und erschwinglich ist. Vor allem All-Inclusive-Angebote locken verschiedene Zielgruppen an, die bei der Planung ihres Urlaubs sparsam haushalten müssen: Studenten und Familien, oft auch Singles und ältere Menschen. Das Leistungspaket hat nahezu immer die gleiche Struktur: Flug, Übernachtung, Transfer vom Wohnort bzw. zum Hotel, Halbpension und bestimmte hotelinterne Leistungen werden werbewirksam als sensationell günstiges Festpreisangebot dem Kunden offeriert.

Massentourismus zeichnet sich also vor allem durch günstige Preise und einen eher niedrigen Standard am Urlaubsort aus. Um diese geringen Preise möglich zu machen, gibt es international in allen Kontinenten zahlreiche Urlaubsorte, welche für den Massentourismus speziell konzipiert sind. Hinzu kommt, dass die Anreise der Massen auch sehr gut geplant ist. Leistungsfähige Flughäfen, die in den letzten Jahren nochmals ausgebaut oder neu errichtet wurden, finden sich in fast allen Hochburgen des Massentourismus. Diese rasante globale Entwicklung ist dabei nicht unumstritten.

Das Hauptargument der Befürworter des herkömmlichen Massentourismus ist oftmals, dass die meisten Urlaubsregionen stark vom Tourismus profitieren. So sind diese meist im Mittelmeerraum gelegenen Urlaubsziele für andere Wirtschaftsformen oft nicht attraktiv genug, sei es aufgrund der fehlenden Infrastruktur oder der geografisch ungünstigen Lage in einer globalisierten Wirtschaftswelt. Für die Nutzung als Touristenziel sind diese Faktoren jedoch oft nicht so stark von Bedeutung. Konkrete Beispiele hierfür sind viele Inseln im Mittelmeer wie Mallorca, Sardinien oder Ibiza. Dort wurde die komplette Infrastruktur für die Touristen sehr konsequent und intensiv ausgebaut, von der dann auch die Einheimischen profitieren.

Die Tatsache jedoch, dass die persönliche Erholung zu kurz kommt, spricht für eine kritische Einstellung gegenüber dem Massentourismus. So konzentrieren sich die Urlauber oft an wenigen Orten, wo natürlich die speziellen Wünsche jeder Zielgruppe erfüllt werden.

Vielfach führt der Krach von Diskotheken – für die jugendlichen Urlauber als attraktives Angebot eigens errichtet – zu einer Belästigung der älteren Generation. In vielen Touristenhochburgen sind aufgrund des herrschenden Platzmangels viele Clubs, Bars und Diskotheken in direkter Nähe zu den Unterkünften gelegen. Eine Belästigung durch Lärm bis spät in die Nacht ist hier keine Seltenheit. Dass hier die ersehnte Erholung auf der Strecke bleibt, steht natürlich nicht im Reiseprospekt.

„Der Tourismus zerstört, was er sucht, indem er es findet“. Der Schriftsteller Hans-Magnus Enzensberger appelliert mit seiner Warnung an unser Gewissen. Es kommt auf unsere Einstellung zum Reisen an, ob Natur und Kultur in Urlaubsregionen eine Zukunft haben können.

Entscheiden Sie, welche der folgenden Aussagen zutreffen. (7 BE)

Multiple Choice: Mindestens eine Aussage trifft zu. Es können auch mehrere Antworten richtig sein. Beachten Sie, dass falsch angekreuzte Ergebnisse zu Punktabzug führen.

a) In dem Text ...

- wird ein gelungener Badeurlaub dargestellt.
- werden Vorzüge und Nachteile des Massentourismus erörtert.
- wird Massentourismus als Urlaubsmodell für alle Schichten der Gesellschaft vorgestellt.
- geht es um die Beliebtheit von Diskothekenbesuchen bei Jugendlichen.

b) Massentourismus steht für ...

- in großem Umfang betriebenen Fremdenverkehr.
- Spezialangebote in der Mittelmeerregion.
- geringe Rücksichtnahme auf die Umwelt.
- einen Ausflug mit dem Auto.

c) Ein Vorteil des Massentourismus ist ...

- ein hoher Anteil gut ausgebauter Infrastruktur.
- die langsame wirtschaftliche Entwicklung rückständiger Länder.
- die Chance auf Erholung für viele Menschen.
- eine intensive Werbung für landschaftlich attraktive Regionen.

d) Konflikte aufgrund von Massentourismus entstehen ...

- zwischen Alt und Jung.
- zwischen Umweltschützern und Reisebüros.
- zwischen Erholungsbedürfnis und Vergnügungsangeboten.
- zwischen der Bahn und Fluglinien.

e) Für die Zukunft ist von Bedeutung, dass ...

- die individuelle Urlaubsplanung selbstkritisch erfolgen sollte.
- weltweit kostengünstige Reiseangebote geplant werden.
- Flughäfen kundenfreundlicher werden.
- nur ein Bewusstseinswandel eine nachhaltige Wirkung haben kann.

4. Synonyme

Ersetzen Sie folgende Begriffe aus dem Text mit einem anderen Wort oder einer Wortgruppe. (10 BE)

sensationell (vgl. Z. 6) _____

offeriert (vgl. Z. 7) _____

konzipiert (vgl. Z. 11) _____

rasant (vgl. Z. 13) _____

Infrastruktur (vgl. 21) _____

5. Rechtschreibung, Zeichensetzung und Grammatik

Der folgende Text enthält zehn Fehler. Unterstreichen Sie die falsch geschriebenen Wörter im Text und verbessern Sie diese in der rechten Spalte. Setzen Sie ein Komma, wo es nötig ist. Beachten Sie, dass falsche Ergebnisse zu Punktabzug führen. (10 BE)

Die Bayerischen Alpen bieten ein unvergleichliches einzigartiges Naturpanorama; sie sind ein Paradies für Wintersportler und Bergwanderer. Die Seen stellen ein ideales Revier für Segler, Windsurfer und Badegäste dar. Sie laden zu oft unvergeßlichen Urlaubsfreuden ein. Ob Sportler, Radler, Spaziergänger, Genusswanderer oder Kulturfreund; auf wunderschönen Wegen mit verschiedenen Schweregraden findet jeder seinen passenden Pfad um die vielseitigen Landschaftsformen Bayerns zu erkunden und intensiv zu genießen. Insbesondere das Verkehrsnetz erfährt immer wieder eine deutliche Verbesserung, indem zusätzliche Straße und Autobahnen gebaut werden bzw. der Zustand der Straßen verbessert werden. Auch eine bessere Anbindung an leistungsfähige Bahnhöfe und kundenfreundliche Flugplätze werden oftmals neu geplant und umgesetzt, sodass die Touristen und damit auch die Einheimischen zügig ihre gewünschte Ziele erreichen. Ein Ausbau der Infrastruktur führt somit auch zu einer Verbesserung der persönlichen Lebenssituation der dort lebenden Einwohner.	