

	BGF NYTK	C1	Leseverstehen	
	Wirtschaftsdeutsch, Finanzwesen		60 Minuten	20 Punkte
	Aufgabenmuster			

**FÜR IHRE ANTWORTEN BENUTZEN SIE DAS
LÖSUNGSBLATT!**

Lesen Sie die Texte und lösen Sie die Aufgaben!

Text 1

Umgang mit Geld

Preisfrage. Wo leben derzeit die erfolgreichsten Anleger der Welt? Wahrscheinlich in Moskau. Begüterte Russen – so heißt es an den Finanzmärkten – hätten in den letzten zwölf Monaten mit einer konzentrierten Anlagestrategie den Rest der Welt geschlagen. In Russland habe man zwar noch immer nur eine schwache Ahnung von der technischen Analyse und von allen möglichen anderen Prognosemethoden, derer sich die Händler in Europa und an der Wall Street bedienen. Aber auch ohne solche „Krücken“ hätten die Russen mitten in der schwersten Börsenkrise der Nachkriegszeit glänzend verdient: Mit der konzentrierten Anlage ihrer Dollars in purem Gold.

Anfang Januar kostete eine Goldunze auf dem Weltmarkt knapp 270 Dollar. In der abgelaufenen Woche wurden vorübergehend bis 390 Dollar bezahlt. Das war die Reaktion auf die Nahostkrise. Goldkäufe waren indessen in den letzten Monaten nur für solche Anleger ein glänzendes Geschäft gewesen, die "in Dollar dachten". Dazu gehören viele in den letzten Jahren wohlhabend gewordene Russen. In Moskau gibt es noch längst keinen funktionierenden breitgefächerten Kapitalmarkt. Wenn ein Russe seine Ersparnisse in harter Währung anlegen will, muss er zwangsläufig ans Gold denken.

Wer dagegen im Euro-Land lebt und spart, für den war eine Anlage in Gold in jüngster Zeit weniger zufriedenstellend. In Deutschland kostete ein Kilogramm Feingold Mitte vergangenen Jahres noch 11 000 Euro, dies mitten in der Aktienbaisse. Wer dieses Gold heute verkaufen würde, bekäme aber nach Abzug aller Spesen kaum mehr als 10 600 Euro. Im Vergleich zu den schweren Kurseinbußen bei Aktien mag der Verlust erträglich erscheinen. Aber dennoch: Der Anstieg des Euros gegen Dollar war ein schlechtes Geschäft für Goldbesitzer im Euroraum.

Am Finanzplatz Schweiz wird beobachtet, dass russische Handelsfirmen Gold in Barrenform, am liebsten „kleingestückelt“, suchen. Die Goldraffinerie einer Schweizer Großbank stellt – wie Schweizer Zeitungen berichten – sogenannte „Chili Speciale“ her. Das sind Barren mit leicht abwaschbaren Schmelzstempeln und Reinheitsgrad. Dieses Gold kommt auf Umwegen nach Italien. Dort werden die Markierungen der Goldraffinerie „mit wenigen Hammerschlägen unkenntlich gemacht“, um die Herkunft der Barren zu verschleiern. Diese werden schließlich auf dem Seeweg von Genua nach Russland gebracht.

Nun könnte der Goldpreis freilich, falls sich die Krise im Nahen Osten noch zuspitzen sollte, weiter steigen. Dann würde vielleicht auch „in Euro“ vorübergehend am Gold etwas zu verdienen sein. Möglich ist aber auch, dass schon – wenn sich die Krise dem Höhepunkt nähert – die professionelle Goldspekulation Kasse macht. Nach Beendigung der Krise könnte aber auch der Dollar gegen Euro wieder teuer werden. Wahrscheinlich wird dann viel Kapital erneut auf die Wanderschaft von Europa nach Amerika gehen. Das heißt: Sparer, die in nächster Zeit aus Angst vor Krieg noch Gold kaufen, müssen zwangsläufig eine Rechnung mit vielen Unbekannten aufmachen.

I. ¹⁻⁵ **Stellen Sie auf Grund des Textes die richtige Reihenfolge fest! Achtung! Zwei Formulierungen passen nicht in die Reihe!**

- | | |
|-----------------|--|
| 1. | a) Abenteuerlicher Weg des Goldes |
| 2. | b) Die raffinierten Anleger auf dem internationalen Kapitalmarkt |
| 3. | c) Entwicklung des Goldpreises in der Eurozone |
| 4. | d) Die Russen auf dem internationalen Kapitalmarkt |
| 5. | e) Touristen und das Gold |
| | f) „Entgegenkommen“ einer schweizerischen Bank |
| | g) Veränderung des Goldpreises in Dollar |

II. ⁶⁻¹⁰ **Sind folgende Informationen laut Textinhalt richtig (R) oder falsch (F)?**

- 6.** Erst nachdem die Russen genügend Kenntnisse auf dem heimischen Kapitalmarkt erworben haben, erforschten sie die Prognosemethoden auf dem internationalen Kapitalmarkt.
- 7.** Die Analysten der internationalen Kapitalmärkte bedienen die Russen gern, wenn diese ihre harte Währung in purem Gold konzentriert anlegen wollen.
- 8.** Ungeachtet der Börsenkrise haben die russischen Aktienbesitzer glänzend verdient.
- 9.** Im Euroraum haben Aktienbesitzer noch höhere Verluste in Kauf nehmen müssen als Goldbesitzer.
- 10.** Wenn man die Kennzeichnung der Goldbarren mit einem Hammer trifft, kann deren Ursprung geflissentlich verheimlicht werden.

Text 2

Teure mobile Datenwelt

1 Die Mobilfunkbranche wächst weiter überdurchschnittlich. Dennoch sind die Unternehmen aus gutem Grund auf der Suche nach neuen Umsatzquellen. Die Preise für die mobile Sprachübertragung sinken kontinuierlich und werden sich denen im Festnetz angleichen. In Deutschland stehen neue Wettbewerber in den Startlöchern und werden
5 mit eigenen Angeboten in den Mobilfunkmarkt eintreten. Schon jetzt ist abzusehen, dass dies den Preiskampf anheizen wird.

Die mobile Sprachübertragung wird zum Allerweltsprodukt. Das bisher vom Verbraucher bezahlte Premium für Gespräche unterwegs und damit die Marge der Netzbetreiber schmelzen zusammen. Allerdings liegt in dieser Entwicklung auch eine Chance für die
10 Mobilfunkbetreiber: Sie könnten dem Festnetz Konkurrenz machen und das Minutenvolumen in ihren Netzen deutlich erhöhen.

Wachstum versprechen sich die Anbieter aber vor allem von den mobilen Datendiensten. Im Kern geht es um den Zugriff auf das Internet, auf Information und Unterhaltung sowie persönliche Datenkommunikation wie E-Mail mit mobilen Geräten. Musik zum
15 Herunterladen, aktuelle Nachrichten usw. Inzwischen gehören auch mobil vernetzte Spielwelten dazu. Ganz zu schweigen von der Videotelefonie.

Die Hoffnung auf deutlich mehr Umsatz durch die mobilen Datendienste ist allerdings nicht besonders neu, bisher ist nicht viel passiert. Um es klar zu sagen: Die mobilen Datendienste sind bisher ein großer Flop. Ihre Einführung wurde gründlich vermasselt.

20 Der normale Kunde kann den mobilen Portalen der Netzbetreiber offenbar nicht viel abgewinnen. Einzige Ausnahme sind die Geschäftskunden, die der schnellen Datenübertragung positiver gegenüberstehen. Der für die Unternehmen wichtige Massenmarkt aber zeigt sich bockig, die mobilen Dienste kommen nicht recht in Schwung.

Nun mag man dieser Kritik entgegensetzen, dass es Zeit braucht, bis der Nutzer sich an die
25 Dienste gewöhnt. Das ist nur ein kleiner Teil der Wahrheit. Die Unternehmen haben während der Einführung der Vorgängertechnologien schon viele Chancen verpasst. Sie müssen langsam zusehen, dass ihnen nicht die Puste ausgeht, bevor das Ziel auch nur in Sichtweite gelangt ist.

Das Grundproblem lässt sich in zwei einfachen Dimensionen beschreiben. Zum einen ist
30 die Nutzung der Dienste für den normalen Kunden heute zu teuer. Auf der anderen Seite - und das ist bitter - sind die Dienste offenbar nicht attraktiv genug, um eine medienverwöhnte Massenkundschaft zu begeistern.

Die Konsequenz daraus kann auf der einen Seite nur sein, die Preise für die Nutzung der Dienste deutlich zu senken. Erst wenn der Kunde, der seine E-Mails mit dem Handy
35 abgerufen hat, beim Blick auf seine Mobilfunkrechnung keinen Schreck mehr bekommt, gibt es Hoffnung auf eine stärkere Nutzung. Eine Preissenkung allein aber wird noch keinen Nachfragesturm auslösen. Sie räumt nur ein wichtiges Hindernis aus dem Weg.

Im zweiten Schritt müssen die Mobilfunkbetreiber die Inhalte attraktiver gestalten. Die Bandbreite der Angebote muss deutlich ausgeweitet werden. An diesem Punkt aber ist
40 inzwischen Bewegung im Markt erkennbar. Erst im Zusammenspiel von niedrigeren Preisen und attraktiveren Inhalten haben die mobilen Datendienste die Chance, die in sie gesetzten Umsatzerwartungen zu erfüllen. Dann klappt es auch mit dem Wachstum.

III. ¹¹⁻¹⁵ Welche Aussage ist laut Text richtig?

11. Was die Informationsübertragung per Handy betrifft,
 - a) sind noch nicht alle Möglichkeiten von den Marktteilnehmern wahrgenommen worden.
 - b) halten die Kunden das gegenwärtige Angebot für vielfältig und ausreichend.
 - c) zögern die Mobilbetreiber ihre Datendienste zu erweitern.
 - d) bedeutet dieses Jahr den Durchbruch.
12. Die Mobilbetreiber werden angegriffen, weil
 - a) die Einführung der modernen Datendienste nicht nach Wunsch verlaufen ist.
 - b) sie mit ihren Angeboten nur die Ansprüche der Jugend befriedigen.
 - c) sie ihr Ziel schnell aufgegeben haben.
 - d) sie wenig Geld für Weiterentwicklung ihrer Produkte ausgeben.
13. Die mobilen Dienste kommen nicht voran, weil
 - a) die Privatkunden noch abwarten.
 - b) die Unternehmen bei dem für sie besonders bedeutenden Markt auf Widerstand stoßen.
 - c) die Unternehmen die Portale langweilig finden.
 - d) ein Krieg zwischen den Mobilbetreibern herrscht.
14. Als Hauptursache der ausgebliebenen Nachfrage wird
 - a) die unerwogene Geschäftspolitik
 - b) die Gleichgültigkeit der Marktteilnehmer
 - c) die Depression der Wirtschaft
 - d) das Versäumen günstiger Möglichkeiten bei der Verwendung früherer Technologien erwähnt.
15. Was die endgültige Lösung betrifft,
 - a) muss eine große Werbekampagne durchgeführt werden.
 - b) müssen die Marktteilnehmer ihre Preispolitik ändern.
 - c) können die Anbieter mit verlockenden Angeboten und niedrigen Preisen ein Wachstum erreichen.
 - d) müssen weitere Kunden erreicht werden.

IV. ¹⁶⁻¹⁸ Antworten Sie kurz (mit max. 6 Wörtern) auf Grund des Lesetextes.

16. Welche Vorteile haben Mobilfunkbetreiber Analogbetreibern gegenüber? (2 Angaben)
17. Wo gibt es noch Entwicklungsmöglichkeiten in der Mobilfunkbenutzung? (min. 3 Angaben!)
18. Warum sind die mobilen Datendienste bei Normalkunden nicht richtig angekommen? Nennen Sie zwei Gründe.

V. ¹⁹⁻²⁰ In welcher Zeile finden Sie folgende Inhalte? Geben Sie nur eine Zeile an!

19. (etwas ist) ein bedeutender Misserfolg
20. die Energie oder Kraft reicht jm. nicht mehr aus

LÖSUNGSSCHLÜSSEL

FIGYELEM!



**Kérjük, ide ragasszon egy
ÍRÁSBELI
azonosító kódot!**
Hiánya esetén dolgozata érvénytelen.

	BGF NYTK	C1	Leseverstehen	
	Wirtschaftsdeutsch, Finanzwesen		60 Minuten	20 Punkte
	Aufgabenmuster			
1. Korrektor:	2. Korrektor:	Punkte: <input type="text"/>		

Text 1	
1.	d
2.	g
3.	c
4.	f
5.	a
6.	F
7.	F
8.	F
9.	R
10.	R
Text 2	
11.	a
12.	a
13.	b
14.	d
15.	c
16.	Dem Festnetz Konkurrenz machen, Minutenvolumen erhöhen (2 Angaben)
17.	Internetnutzung, Information, Unterhaltung, pers. Datenkommunikation, Videotelefonie (3 Angaben)
18.	hohe Preise, unattraktives Angebot /zu teuer, wenig Attraktivität
19.	(Zeile) 19
20.	(Zeile) 27