

3 Schmeckt's?



Käse-Nachos



Möhren



Schokoladenkekse



Dinkelkekse

1 Wählen Sie 1 oder 2, a oder b: Am liebsten würde ich 1 2 essen und dann a b.
 → Gruppe 1 erklärt Ihnen, warum Sie so gewählt haben.

2 a) Meine Zunge nimmt den Geschmack wie auf der Abbildung wahr.

ja nein

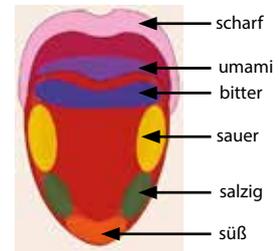
b) Manche Menschen haben einen sehr feinen (»Superschmecker«), andere einen normalen (»Normalschmecker«) und wiederum andere haben einen undifferenzierten Geschmack (»Nichtschmecker«). Und Sie?

Ich bin ein

Superschmecker

Normalschmecker

Nichtschmecker



→ Gruppe 2 erklärt Ihnen, ob Sie eine normale (= menschliche) Zunge haben und was für ein Schmecker Sie sind.

3 Sie planen den ultimativen Härtetest. Ein Jahr lang wollen Sie auf einer einsamen Insel überleben, auf der es keine Nahrung gibt. Wasser und ein einziges Lebensmittel dürfen Sie mitnehmen – so viel Sie wollen. Welches Lebensmittel sichert Ihr Überleben?



Alfalfa-Sprossen



Bananen



Hotdog



Mais



Pfirsiche

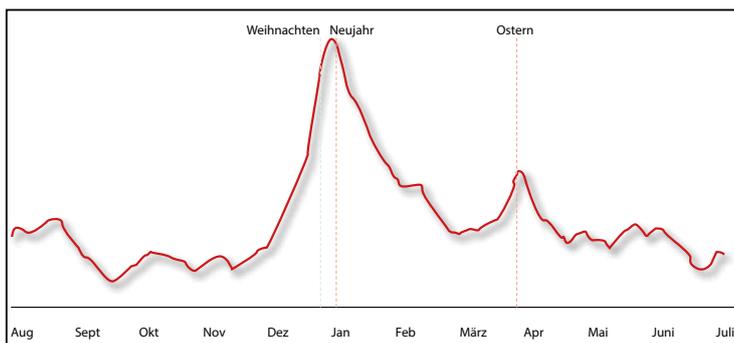


Milkschokolade



Spinat

→ Gruppe 3 sagt Ihnen, ob Sie überleben würden.



4 Was zeigt diese Grafik? Was vermuten Sie?

→ Gruppe 4 erzählt Ihnen, ob Sie richtig gelegen haben.

- Ich vermute, dass ...
- Möglicherweise zeigt die Grafik ...
- Ich nehme an, dass ...



Gesund?

1 Einmal angenommen, auf Ihrem Teller liegen zwei verschiedene Sorten Kekse. Bei der einen Sorte handelt es sich
2 um Dinkelkekse, bei der anderen um Schokoladenkekse mit Karamellglasur. Welche Sorte schmeckt besser?

3 Wahrscheinlich tippen Sie intuitiv auf die Schokoladenkekse. Die Vorstellung, dass Ungesundes gut, ja sehr
4 viel besser als Gesundes schmeckt, ist weit verbreitet.

5 Zahlreiche Studien belegen, dass allein die Ankündigung, gesunde Nahrung serviert zu bekommen,
6 die Geschmackserwartung sinken lässt. Beim »Mango-Lassi-Experiment« der Universität Texas fanden
7 Versuchsteilnehmer ein Lassi (Joghurtgetränk) mit Mangogeschmack weniger schmackhaft, wenn sie vorher die
8 Information erhielten, dass es sich um ein gesundes Getränk handle. Wurde dagegen betont, dass es viele Kalorien
9 habe, lobten die Probanden dessen Geschmack.

10 Der Mensch ist genetisch darauf programmiert, Zucker und Fett zu lieben. Der einzige Profiteur ist die
11 Lebensmittelindustrie. Sie macht aus unserer genetischen Veranlagung ein Geschäft und manipuliert Lebensmittel.
12 Hell und dunkel, süß und salzig, knusprig und seidig gelten als besonders stimulierend für das Gehirn. Großartig
13 finden wir Speisen, die sich im Mund erwärmen und knuspern. Ein Beispiel dafür sind Käse-Nachos.

14 In Frankreich allerdings gilt das Gegenteil der Gleichung »ungesund = schmackhaft«, d. h., die Franzosen
15 erwarten von gesunden Lebensmitteln den besseren Geschmack. Vielleicht liegt das an ihrem Qualitätsbewusstsein.
16 Anstatt mit künstlichen Aromen arbeiten dort mehr Köche mit Kräutern und Gewürzen.

⇒ Bearbeiten Sie die Aufgaben **1, 2, 3** und **4** im Plenum.

⇒ Bilden Sie Gruppen. Jede Gruppe beschäftigt sich mit einem Text.

⇒ Berichten Sie den anderen, welche Informationen Sie erhalten haben. Orientieren Sie sich an den
Aufgaben 1 bis 4.

Schmecken Sie es?

1 Lange Zeit hat man geglaubt, dass die Zunge eine Art Landkarte ist, auf der die Geschmacksrichtungen süß, sauer,
2 salzig, bitter und umami streng voneinander getrennt existieren.

3 Tatsächlich können die Geschmäcker süß, sauer, salzig, bitter und würzig von allen Bereichen der Zunge
4 wahrgenommen werden. Das gilt für alle Geschmacksrichtungen – mit einer Ausnahme: Vor allem die Empfindung
5 »bitter« wird sehr empfindlich im hinteren Bereich der Zunge wahrgenommen. Dies ist anscheinend eine
6 Schutzfunktion, damit wir giftige oder verdorbene Lebensmittel oder Stoffe rechtzeitig ausspucken können.

7 Sehr häufig wird die Empfindung »scharf« als Geschmacksrichtung beschrieben. Aber die Wahrnehmung
8 »scharf« ist keine Geschmacksrichtung, sondern ein Schmerzsignal der Nerven. Mit Chili gewürzte Speisen rufen
9 durch den Stoff »Capsaicin« eine Schmerz- und Heißwahrnehmung hervor.

10 Menschen sind unterschiedlich empfindlich gegenüber einzelnen Geschmacksstoffen. Das hängt von Anzahl
11 und Größe der Geschmackspapillen ab.

12 Menschen, die Geschmack mit einer extremen Intensität wahrnehmen, werden als Superschmecker
13 bezeichnet. Für sie sind Äpfel oft zu sauer, Gewürzgurken zu salzig, Pampelmusen zu bitter und Karamellbonbons
14 zu süß. Superschmecker nehmen Experten zufolge Geschmäcker dreimal so intensiv wahr wie Menschen mit
15 einem durchschnittlichen Geschmacksempfinden. Die Folge: Gerade gegen bittere Lebensmittel entwickeln
16 Superschmecker starke Abneigungen. Kaffee, Kohl, Grapefruit, Spinat, Soja und Brokkoli mögen sie nicht.

17 Wer ohne Mühe Camembert, Chicorée und Salzstangen essen kann, gehört nicht zu den 25 Prozent der
18 Superschmecker. Entweder fällt er in die Kategorie Normalschmecker, zu der etwa 50 Prozent aller Menschen
19 zählen, oder er ist ein Nichtschmecker (25 Prozent), der Geschmacksrichtungen schlecht differenzieren kann.

Lebenswichtig

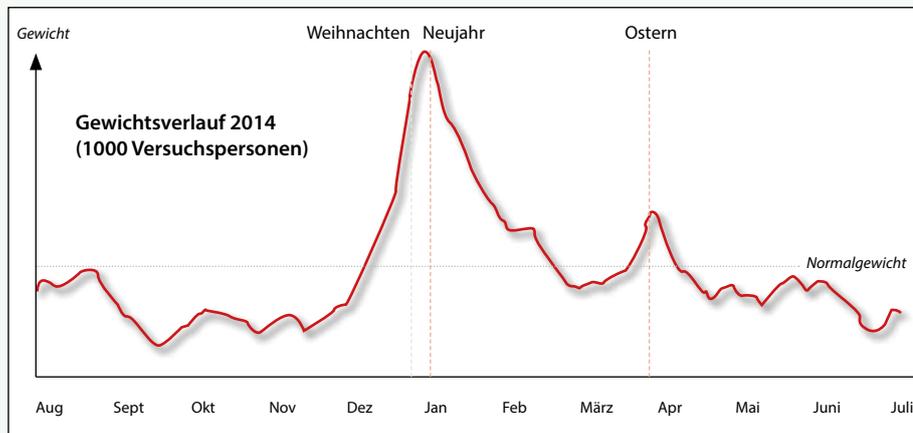
1 Sie verbringen ein Jahr auf einer einsamen Insel, auf die Sie nur Wasser und ein weiteres Lebensmittel mitnehmen
 2 können. Wählen Sie das Lebensmittel, von dem Sie glauben, dass es Ihr Überleben am besten sichert: 1. Mais,
 3 2. Alfalfa-Sprossen, 3. Hotdogs, 4. Spinat, 5. Pfirsiche, 6. Bananen, 7. Milkschokolade. Für welches Lebensmittel
 4 entscheiden Sie sich?

5 Exakt diese Frage stellte der Psychologe Paul Rozin vor Jahren einer Gruppe von US-Amerikanern. Am
 6 besten schnitten die Bananen ab, die 42 Prozent der Befragten gewählt hätten, gefolgt von Spinat (27 Prozent),
 7 Mais (12 Prozent), Alfalfa-Sprossen (7 Prozent), Pfirsichen (5 Prozent), Hotdogs (4 Prozent) und Milkschokolade
 8 (3 Prozent). Insgesamt entschieden sich damit nur 7 Prozent für diejenigen Nahrungsmittel, welche die Chance,
 9 auf der Insel zu überleben, wahrscheinlich machen: Hotdogs und Milkschokolade.

10 Warum? Hotdogs und Milkschokolade haben reichlich Fett und Kohlenhydrate, für die Energiedepots im
 11 Körper ist das ideal. Auf der einsamen Insel geht es ums Überleben, nicht ums Abnehmen. Das Ergebnis der Studie
 12 zeigt, wie sehr wir dazu neigen, Nahrungsmittel mit Etiketten wie »gesund«, »ungesund«, »darf man essen«, »darf
 13 man nicht essen« zu versehen – manchmal ohne triftigen Grund.

Rauf geht's schneller als runter

1 Ende September, Anfang
 2 Oktober erreicht das durch-
 3 schnittliche Körpergewicht
 4 der Deutschen seinen
 5 niedrigsten Stand. In den
 6 nächsten Wochen aber steigt
 7 es kontinuierlich. Grund
 8 dafür sind die Festtage, die
 9 schon mit der Adventszeit
 10 Anfang Dezember beginnen
 11 und mit Silvester/Neujahr
 12 ihren Höhepunkt erreichen.



13 Süßwaren aller Art, alkoholische Getränke, üppige Fleischportionen in Verbindung mit mangelnder Bewegung bei
 14 schlechtem Wetter führen zu einem deutlichem Anstieg des Körpergewichts.

15 Die Kurve zeigt auch, dass es deutlich länger dauert, bis man die Pfunde wieder losgeworden ist. Das beweist,
 16 wie schwer es ist, Fettspeicher im Körper wieder abzubauen. Aber kaum ist das Normalgewicht wieder erreicht, steht
 17 Ostern vor der Tür, und die Völlerei geht von vorne los. Allerdings zeigt die Studie auch, dass Ostern weniger als
 18 Weihnachten gegessen wird. Nach Ostern weist der Trend abwärts: Trotz zahlreicher Grillfeste sorgen ausreichend
 19 Bewegung und der geringere Konsum von Süßigkeiten für eine Gewichtsreduktion, die bis in den Herbst anhält.

20 Die Probanden mussten übrigens nicht selbst Buch über ihr Gewicht führen: Die Daten wurden von einer
 21 Digitalwaage automatisch an Ernährungswissenschaftler für eine Studie übertragen.

Im Text der Gruppe 3 heißt es in Zeile 5/6: »Am besten **schnitten** die Bananen ab, die 42 Prozent der Befragten gewählt hätten«. Möglicherweise »stolpern« Sie beim Lesen über das Wort »schnitten«. Im Wörterbuch finden Sie:

a) einsprachiges Wörterbuch	Schnit-te die; -, -n; nordd; eine Scheibe Brot -K: Schwarzbrotsschnitte, Weißbrotsschnitte; Butterschnitte, Wurstschnitte
b) zweisprachiges Wörterbuch (Deutsch-Englisch)	Schnitte: slice, sandwich, cuttings, serrations, chick, bird

1 Die Bedeutung von »schnitten« gibt im Kontext keinen Sinn. Außerdem taucht es im Wörterbuch als Nomen auf, im Text aber ist es klein geschrieben. **Besprechen Sie, was Sie in einem solchen Fall machen können.**

2 Was sind Ihre Erfahrungen mit Wörterbüchern? Lesen Sie, was Cariba dazu schreibt.

3 Markieren Sie zur Orientierung im Wörterbuch-Auszug unten auf der Seite mit verschiedenen Farben die vier verschiedenen Bedeutungen von »versprechen« (nur die Ziffern, siehe Beispiel 1).

4 Ergänzen Sie in den folgenden Sätzen das Verb »versprechen« und die Pronomen. Schreiben Sie in die Kreise die Nummern der Bedeutungen.

- a) Das _____ ein leichter Test zu werden. ○
- b) Sie _____, dass sie mich anruft. Leider tat sie es nicht. ○
- c) Von dem einsprachigen Wörterbuch _____ ich genauere Worterklärungen. ○
- d) »Feleton«? Ich glaube, da hast du _____. Du meinst wahrscheinlich »Telefon«. ○



»Am Anfang fand ich es schwer, mit einem einsprachigen Wörterbuch zu arbeiten. Ich wusste nicht, was die Abkürzungen bedeuten, es gibt immer viele Möglichkeiten usw. Es ist viel bequemer, Wörter in einem zweisprachigen Wörterbuch nachzuschlagen. Aber das ist nur scheinbar bequemer, denn oft macht man Fehler oder versteht den Text ganz falsch, weil die Übersetzung nicht gepasst hat. Bei einsprachigen Wörterbüchern kann man die verschiedenen Bedeutungen von Wörtern besser verstehen. Außerdem gibt es immer Beispiele, wie man die Wörter richtig benutzt. Es ist besser, man gewöhnt sich früh an einsprachige Wörterbücher. Hinterher im Beruf oder Studium braucht man sie auf jeden Fall immer. Noch ein Tipp: Gebt euch nicht mit der ersten Bedeutung des Wortes zufrieden. Lest alle Bedeutungen und prüft, welche Bedeutung in den Text passt. (Cariba, 3. Semester)

5 Schlagen Sie die grün gedruckten Wörter in einem einsprachigen Wörterbuch nach und ergänzen Sie die Lücken. In Klammern [] Hinweise auf die zu ergänzenden Wörter.

- a) Unsere Treffen **beschränkten** _____ das Wochenende. [Reflexivpronomen, Präposition]
- b) Er **ging** _____ Frage **nach**, ob Fernbeziehungen stabil bleiben können. [bestimmter Artikel]
- c) Man **sagt** _____ große mathematische Fähigkeiten **nach**. [Personalpronomen]
- d) Als er eine Schlägerei anfang, wurde er _____ Disco **gewiesen**. [Präposition, bestimmter Artikel]

6 In (guten) einsprachigen Wörterbüchern finden Sie auch Komposita und idiomatische Wendungen. Schlagen Sie die grün gedruckten Wörter in a) – e) nach und beantworten Sie die Fragen.

- a) Wie viele Komposita mit dem Bestimmungswort »Geschmack« sind in Ihrem Wörterbuch aufgeführt?
- b) Wie viele Komposita mit dem Grundwort »Ehe« sind in Ihrem Wörterbuch aufgeführt?
- c) Was bedeutet: »mir dreht sich der Magen um«?
- d) Was bedeutet: »im siebten Himmel sein«?
- e) Was bedeutet: »ein Haar in der Suppe finden«?

3. Ps Sing. Präteritum, Perfekt

versprechen; *verspricht, versprach, hat versprochen*;
vt 1 (j-m) etw. v. j-m sagen, dass man etw. ganz sicher tun wird [j-m etw. fest, hoch u. heilig v.; j-m Hilfe v.]: *seinem Sohn ein Fahrrad v.*; *j-m v., ihm zu helfen*; *Ich habe ihm versprochen, dass ich ihn besuchen werde.* „Kommst du wirklich?“ – „Ja, ich **verspreche es dir**“ **2 etw. verspricht etw.** etw. lässt erwarten, dass e-e bestimmte Entwicklung o. Ä. eintritt: *Das verspricht, ein schöner Abend zu werden* **3 sich (Dat) etw. von j-m/etw. v.** glauben, dass e-e bestimmte Entwicklung stattfinden wird: *sich von der neuen Regierung viel, nur wenig, nichts v.*
4. vr sich v. ohne Absicht etw. falsch, anders sagen od. aussprechen, als man wollte: *Er war so nervös, dass er sich ständig versprach.*

Abkürzung des Wortes (versprechen)

Beispielsatz

Bedeutung Nr. 3

Erklärung, Umschreibung des Wortes

Abkürzungen:

vt Verb ist transitiv
vr Verb ist reflexiv
j-m jemandem
etw. etwas
e-e eine
o.Ä. oder Ähnliches

Blaue Steaks und rote Gurken

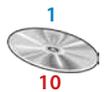
Der Vortrag beschäftigt sich mit dem Einfluss von Farben auf Geschmack und Appetit.

A Grammatische Vorübung. Das Suffix **-arm** macht aus einem Nomen ein Adjektiv mit der Bedeutung »wenig von etwas«. Das Suffix **-reich** hat die gegenteilige Bedeutung: »viel von etwas«.

Schreiben Sie passende Adjektive mit -arm und -reich unter die Bilder. Als Hilfen sind in vier Fällen die Nomen angegeben, die Sie in Adjektive verwandeln sollen. Bei den anderen müssen Sie die Nomen selber finden.



der Konflikt der Einfluss die Kalorien der Kontakt



1. Hören

Nach jedem der vier Textabschnitte gibt es eine kurze Pause, in der Sie die Themenwörter ankreuzen bzw. aufschreiben können.

1 Welche Wörter werden mehrmals genannt oder umschrieben? Kreuzen Sie sie für Abschnitt 1 und 2 an. Schreiben Sie sie für Abschnitt 3 und 4 auf.

1. Abschnitt



2. Abschnitt



3. Abschnitt

4. Abschnitt

der Appetit ist mir vergangen	<i>ich habe keinen Appetit mehr</i>
sich übergeben	<i>der Inhalt des Magens kommt aus dem Mund wieder heraus</i>
der/das Ketchup	<i>dickflüssige Tomatensauce</i>
boykottieren	<i>aus Protest nicht mehr kaufen</i>
der Schimmel	<i>eine weiße oder grüne Schicht auf einem Lebensmittel, wenn es verdorben ist</i>
der Energiegehalt	<i>wie viel Energie in etwas vorhanden ist</i>

Themenwörter
Themenwörter weisen auf das Thema des Abschnitts hin. Sie werden wiederholt, paraphrasiert oder sind Teile von Komposita.

2 Schreiben Sie die vier Themen auf.

2. Hören

3 Hören Sie den Text in voller Länge.

- ⇒ Markieren Sie zunächst die Schlüsselwörter in den Fragen (siehe Beispiel Frage 1).
- ⇒ Machen Sie sich während des Hörens Notizen zu den Fragen. Achten Sie darauf, wann im Text die Schlüsselwörter aus den Fragen erwähnt werden!

1. Thema		
1. Was haben die Testpersonen gemacht ?		
2. Was passierte, als man das Licht ausschaltete?		
3. Was passierte mit dem himmelblauen Ketchup?		
4. Warum isst man blau gefärbte Lebensmittel nicht gern?		
2. Thema		
5. Was denkt man, wenn man rote Lebensmittel sieht?		
6. Was sind grüne Lebensmittel in der Regel?		
7. Was erwarten wir bei gelben Lebensmitteln?		
3. Thema		
8. Wo entsteht der Geschmack?		
9. Was bewirken Sehen und Riechen beim Geschmack?		
4. Thema		
10. Welche Wirkung hätten rote Gurken, Bohnen und Erbsen?		
11. Welche Vorschläge für eine Diät werden genannt?	a)	
	b)	

Nach dem Hören

UB 25

4 Welche Wirkung könnten folgende Lebensmittel und Gegenstände haben? Tragen Sie alle Informationen zusammen, die Sie im Vortrag darüber erhalten haben.



Bearbeiten Sie mit Ihrem Partner die beiden Texte.
WICHTIG: Die Übung funktioniert nur, wenn beide Partner die Texte des anderen nicht lesen.

Partner A

Text 1

Mit der wachsenden Verbreitung des Internets steigt die Internet-Kriminalität schnell. Fünf Prozent der Internet-Nutzer – das sind 2,5 Millionen Menschen – haben bisher einen finanziellen Schaden durch das Internet erlitten. Zwei Prozent der Internet-Nutzer sind schon einmal Opfer eines Betrugs beim Online-Banking geworden. Schuld an der wachsenden Internetkriminalität sind auch die Nutzer selber. Rund 20 Prozent arbeiten immer noch ohne ein Virenschutzprogramm. Insbesondere beim Online-Einkauf werden Bankdaten weitergegeben. Außerdem wird meistens akzeptiert, wenn ein Verkäufer Vorkasse verlangt.

Arbeitsanweisungen

1. Lesen Sie den Text. Markieren Sie die Schlüsselwörter (**nicht mehr als 28 sind erlaubt!**).
2. Diktieren Sie Ihrem Partner die Schlüsselwörter. Teilen Sie ihm mit, wann ein neuer Satz beginnt.
3. Anschließend diktiert Ihnen Ihr Partner die Schlüsselwörter eines anderen Textes (Text 2). Beginnen Sie bei jedem neuen Satz eine neue Zeile.
4. Lösen Sie nur mit Hilfe der Schlüsselwörter, die Ihnen Ihr Partner diktiert hat, die **Aufgaben zu Text 2**.

Aufgaben zu Text 2: Beantworten Sie mit Hilfe der Schlüsselwörter von Text 2 die folgenden Fragen.

- a) Was möchte Google erreichen? _____
- b) Was dauert: **1. 25 Sekunden** _____ **2. 9 Sekunden** _____
3. 15 Sekunden _____ **4. 1 Sekunde** _____ ?
- c) Wie lange soll der Suchprozess mit der neuen Technik dauern? _____

Partner B

Text 2

Google hat eine Technik entwickelt, mit der die Suche im Internet wesentlich schneller gehen soll. Bislang dauert ein Suchvorgang bei Google nach Unternehmensangaben im Schnitt 25 Sekunden, das Laden einer Seite nicht eingerechnet: Neun Sekunden braucht der Nutzer, um das Suchwort einzutippen, 15 Sekunden verwendet er dafür, sich die Resultate anzusehen. Googles Suchvorgang selbst dauert nur eine Sekunde. Die neue Technik soll den Prozess um zwei bis fünf Sekunden pro Suchvorgang verkürzen.

Arbeitsanweisungen

1. Lesen Sie den Text 2. Markieren Sie die Schlüsselwörter (**nicht mehr als 22 sind erlaubt!**).
2. Ihr Partner diktiert Ihnen die Schlüsselwörter eines anderen Textes (Text 1). Beginnen Sie bei jedem neuen Satz eine neue Zeile.
3. Diktieren Sie danach Ihrem Partner die Schlüsselwörter Ihres Textes. Teilen Sie ihm mit, wann ein neuer Satz beginnt.
3. Lösen Sie nur mit Hilfe der Schlüsselwörter, die Ihnen Ihr Partner diktiert hat, die **Aufgaben zu Text 1**.

Aufgaben zu Text 1: Beantworten Sie mit Hilfe der Schlüsselwörter von Text 1 die folgenden Fragen.

- a) Welche Folge hat es, dass sehr viele Menschen das Internet benutzen? _____
- b) Wie viel Prozent der Internet-Nutzer haben Geld beim Online-Banking verloren? _____
- c) Was trägt der Internet-Nutzer selber dazu bei, dass so viel betrogen wird? **1.** _____
2. _____
3. _____

Vorsicht, Schnäppchen! – Achtung, Grammatikfehler!*

1 Für Schnäppchenjäger** herrschen paradiesische Verhältnisse: Überall locken Rabatte. Ob Januar oder Juli,
 2 März oder Mai: Preisnachlässe gibt es zu jeder Jahreszeit. Seitdem das Rabattgesetz nicht mehr existiert, ist es
 3 Händlern erlaubt, die Preise ^{zu}senken, wie es ihnen gefällt. Und die Kunden stürzen sich auf Rabatte, ohne lange
 4 überlegen oder nachrechnen. Doch was verbirgt sich hinter Prozent-Aktionen, Kundenkarten, Stempelheftchen
 5 und Gutscheincoupons? Nicht alle Schnäppchen sind am Ende wirklich welche.

6 »Grundsätzlich ist es ja kein Fehler, einen Rabatt mitnehmen«, sagt Georg Tryba von der Verbraucherzentrale
 7 Nordrhein-Westfalen. Dass diesem Satz noch ein großes »Aber« folgt, lässt sich bereits erahnen. Denn die
 8 Verbraucherverbände warnen seit Jahren vor einer Inflation der Rabattaktionen, die das Preisempfinden der
 9 Verbraucher stören. Der Verbraucherzentrale geht es jedoch nicht nur darum. »Anstatt bei jedem Schnäppchen
 10 gleich die Kreditkarte zücken, sollte man sich vor allen Dingen fragen: Brauche ich das überhaupt?«

11 Doch an solchen rationalen Überlegungen scheitern bereits viele Kunden. Denn Rabatte wirken unbewusst
 12 und sind geradezu unwiderstehlich. Entscheidend ist, die Preise vergleichen, um feststellen, wie lohnenswert ein
 13 Rabatt wirklich ist. »Das war nie einfacher als heute mit den verschiedenen Preisvergleichsmaschinen im Internet«,
 14 sagt Tryba. Allerdings empfiehlt er, gleich mehrere Vergleichsportale konsultieren. Aber nicht jeder wird vor dem
 15 Kauf eines Produkts die Preise vergleichen. Man braucht Zeit und Geduld, um vernünftig einkaufen. »Denken ist
 16 der schlimmste Zustand, der einem Gehirn passieren kann«, sagt Psychologe Häusel. »Nach zehn Minuten wird es
 17 ausgeschaltet.«

* Siehe Aufgabe 4

** Schnäppchenjäger = jemand, der gerne Waren zu Sonderangeboten oder niedrigen Preisen kauft

1 Globales Lesen. Lesen Sie den Text ohne Wörterbuch. Welche Themen werden angesprochen? Kreuzen Sie an.

- a) Verbraucherverbände warnen vor Rabattaktionen
- b) Preise sollen verglichen werden
- c) Verbraucherschützer warnen vor Rabatten im Internet
- d) Rabatte sollen ignoriert werden
- e) Rabatte werden überall angeboten

2 Versuchen Sie, die ungefähre Bedeutung der folgenden Wörter zu erraten. Überprüfen Sie Ihre Vermutungen mit einem Wörterbuch. Schreiben Sie die Übersetzung auf.

Wort	ungefähre Bedeutung	Übersetzung
a) Z. 1: locken	1. <input type="checkbox"/> Man verhindert, dass jemand etwas tut. 2. <input type="checkbox"/> Man versucht, dass jemand an einen Ort kommt.	
b) Z. 3: sich stürzen auf	1. <input type="checkbox"/> fallen 2. <input type="checkbox"/> mit Begeisterung etwas tun 3. <input type="checkbox"/> in eine unangenehme Situation bringen	
c) Z. 4: verbirgt (verbergen)	1. <input type="checkbox"/> sich verstecken 2. <input type="checkbox"/> zeigen 3. <input type="checkbox"/> deutlich werden	
d) Z. 10: zücken	1. <input type="checkbox"/> aus der Brieftasche holen 2. <input type="checkbox"/> zurück in die Brieftasche stecken	
e) Z. 11: scheitern	1. <input type="checkbox"/> ablehnen 2. <input type="checkbox"/> nicht erfolgreich sein 3. <input type="checkbox"/> Erfolg haben	
f) Z. 12: unwiderstehlich	1. <input type="checkbox"/> so schlecht, dass man es nicht tut 2. <input type="checkbox"/> so stark, dass man sich nicht dagegen wehren kann	

3 Selektives Lesen. Auf folgende Fragen gibt der Text Antworten. Beantworten Sie sie in Stichwörtern.

- Suchen Sie in dem Text die grün markierten Wörter aus den Fragen.
- Schreiben Sie die Antworten in Kurzform hinter die Frage.

1. Welche Folge hat es, dass das Rabattgesetz abgeschafft wurde?	
2. Wovor warnen Verbraucherschützer?	
3. Welche Empfehlung gibt Tryba den Kunden?	
4. Aus welchem Grund spielen rationale Überlegungen beim Kauf von Schnäppchen oft keine Rolle?	

Infinitivsätze

Infinitivsätze sind Nebensätze ohne Subjekt. Sie stehen nach bestimmten Verben (z.B. beabsichtigen), Adjektiven (z.B. bereit sein), Nomen (z.B. die Absicht haben) und nach den Subjunktionen um ... zu, anstatt ... zu, ohne ... zu. Das Verb steht im Infinitiv und erhält ein »zu«.

4 Im Text fehlt in einigen Sätzen ein »zu«. Es handelt sich um a) sechs Infinitivsätze, die nach bestimmten Verben, Nomen, Ausdrücken oder Subjunktionen folgen und b) um zwei Finalsätze.

- ⇒ Ergänzen Sie die fehlenden »zu« im Text (siehe Beispiel Z. 3, rot).
- ⇒ Welche Verben, Nomen usw. bestimmen, dass eine Infinitivkonstruktion folgt? Ergänzen Sie die Tabelle.

Verb / Nomen / Ausdruck / Subjunktionen	Infinitivkonstruktion
es ist erlaubt,	die Preise zu senken

5 Formen Sie die dass-Sätze in Infinitivsätze um.

- a) Ich fürchte, dass ich diesem Schnäppchen nicht widerstehen kann. _____

- b) Ich vergleiche die Preise, anstatt dass ich den Kurs sofort buche. _____

- c) Ich hoffe, dass ich dir helfen kann. _____

Infinitivsätze	
Verben, Adjektive, Nomen	Sie warn t davor, Schnäppchen zu kaufen. Es ist erlaubt , die Preise zu senken. Sie hat die Möglichkeit , die Preise zu vergleichen.
um ... zu	Man braucht Zeit, um vernünftig ein zu kaufen.
ohne zu	Sie kauft das Schnäppchen ohne lange nach zu denken.
anstatt zu	Er kauft eine Pizza, anstatt selber zu kochen.

