

1. Lesen Sie zuerst den Text und lösen Sie dann folgende Aufgaben.

Was Städte sexy macht. Barcelona

Barcelona schlägt Besucher magisch in seinen Bann: Über sieben Millionen kommen in diesem Jahr in die spanische Metropole am Mittelmeer, mehr als die Hälfte nicht nur zum Spaß, sondern der Geschäfte wegen. Woody Allen hat hier gerade sechs Wochen lang seinen neuen Film gedreht: im Hafenviertel der Barceloneta, an den feinsandigen Stadtstränden, auf der Nobelmeile des Paseo de Gràcia und um die Kirche Santa Maria del Mar.

Scarlett Johansson, Allens neue Muse, spielt diesmal eine amerikanische Touristin, die nicht nur dem Charme der modernistischen Häuser voller Schwünge und Verzierungen des verrückten Baumeisters Gaudi verfällt. "Ein Liebesbrief an Barcelona", sagte der altersmilde Regisseur, werde sein Sommerprojekt sein. An manchen Abenden tauchte er, ganz wie daheim in New York, im Jazzcafé eines Hotels mit seiner Klarinette auf und nahm fröhlich am Gastspiel seiner Band teil.

Mit einer Mischung aus "Sinn und Sinnlichkeit", die der Schriftsteller Rafael Argullol an seiner Heimatstadt rühmt, schafft es Barcelona, allerhand neugierige, unternehmerische, geistreiche Fremde anzulocken. So einer ist der Architekt Karl Unglaub, 41, ein Oberpfälzer, der seit Ende 1999 hier lebt.

Barcelona sei offener und internationaler als jede deutsche Stadt, "durch den Austausch kommt auch Potential für Kreativität zustande", sagt der leidenschaftliche Städteplaner und Schachspieler. An den einheimischen Kollegen bewundert er eine besondere Sensibilität für "den Umgang mit dem öffentlichen Raum". Wo ein Gaudi eine Kirche hinstellen darf, deren Türme aussehen wie aus nassem Sandmatsch zusammengetropft, da lebe die Toleranz fürs Unkonventionelle. Immer noch fasziniert den Zugewanderten das "prickelnde Leben draußen in der Gasse".

Was Unglaub so gefällt, nennt der Modeschöpfer Markus Lupfer, 37, "heißes Blut". Den Spaß am Leben bis tief in die Nacht, den offenen "happy spirit" im Kultur- und Stilbabel, findet er "genial". Der Allgäuer war vor zwölf Jahren nach London gegangen, um Fashion-Design zu studieren. Dort gründete er sein eigenes Label. Der trendigste Kleiderladen hatte seine Abschlusskollektion gekauft, bald rissen sich Rockstars und Models um seine Patchwork-Klamotten im Materialmix.

Seit einem Jahr hält sich Lupfer immer öfter in Barcelona auf, für ihn ist das "die kleine Schwester Londons". Beim renommierten Familienunternehmen Armand Basi ist er jetzt Chefdesigner für die Frauenmode. Mit seinen Modellen kam die Marke auf der Bread&Butter-Messe, der wichtigsten Show für junge urbane Couture, die zweimal jährlich in Barcelona stattfindet, gut an. Nun sucht Lupfer eine Wohnung in den angesagten Vierteln, etwa in den alten Kontor- und Speicherhäusern zwischen Born-Markt und der Kirche Santa Maria del Mar.

Bei allem Individualismus sind Unglaub und Lupfer, die beiden Deutschen, zwei typische Vertreter der kreativen Klasse in Barcelona. Für diese junge, professionelle europäische Elite hat die Stadt Strategien entwickelt. "Wir wollen cool sein, aber nicht modisch, denn Moden sind vergänglich", sagt Mario Rubert, dessen Visitenkarte ihn auf Chinesisch und Englisch als Geschäftsführer für Standort-Marketing der Stadt Barcelona ausweist.

1.– 10. Markieren Sie die folgenden Aussagen als Richtig (A) oder Falsch (B).

Aussagen		Richtig	Falsch
		A	B
1.	Mehr als 3,5 Millionen junger Leute kamen nach Barcelona nur zum Spaß.		
2.	Die Stadt Barcelona hat den berühmten Filmmachervöllig in ihren Bann gezogen.		
3.	Die Mischung aus "Sinn und Sinnlichkeit" lässt bei den unternehmerischen Fremden Zweifel aufkommen, dass es sich überhaupt lohnt hierher zu kommen.		
4.	"Da Barcelona offener und internationaler als jede deutsche Stadt ist, lockt es Potenzial für Kreativität an", so Architekt Karl Unglaub.		
5.	An dem einheimischen Kollegen missfällt Herrn Unglaub aber eine besondere Sensibilität für "den Umgang mit dem öffentlichen Raum"		
6.	Unglaub fasziniert die Toleranz fürs Unkonventionelle und das "prickelnde Leben draußen in der Gasse".		
7.	Der erfolgreiche Modeschöpfer Markus Lupfer lebt seit 12 Jahren in Barcelona und rühmt "heißes Blut" der Stadt.		
8.	Jetzt sucht sich Markus Lupfer eine Wohnung in den nobelsten Vierteln von Barcelona.		
9.	Trotz der individuellen Unterschiede sind die beiden Deutschen zwei typische Vertreter der kreativen Klasse in Barcelona.		
10.	Mario Rubert ein Geschäftsführer für Standort-Marketing setzt "cool sein" dem "modisch sein" gleich.		

Письменная речь

40 баллов

Beantworten Sie die folgende Frage. Schreiben Sie eine Stellungnahme zum Problem (150-200 Wörter).

Zwischen den Metropolen ist ein Wettbewerb um die neue kreative Klasse angebrochen, denn von ihr hängen Fortschritt und Innovation ab. Was meinen Sie, können wir Moskau zu solchen Metropolen zählen. Begründen Sie Ihre Meinung.

Лексико-грамматический тест

Вариант 2. 1

Выберите правильный вариант:

Bayern

Das bayerische Staatsbewusstsein stützt sich auf eine tausendjährige staatliche, kulturelle und volkstumsmäßige Geschlossenheit. Bayern ist das einzige Flächenland der Bundesrepublik Deutschland, das nach dem staatlichen **1 (Zusammenbruch/ Aufbruch/ Einbruch)** von 1945 in **2 (ihren/ seine/ seinen)** alten Grenzen erhalten geblieben ist. Die Bezeichnung "Freistaat Bayern" scheint die Unabhängigkeit noch **3 (betont/ zu betonen/ betonen/)**, obwohl sie eigentlich nur für "Republik Bayern" steht.

In der Verfassungsstruktur unterscheidet sich Bayern von den anderen Bundesländern **4 (damit/ dadurch/ davon)**, dass es neben dem nach Parteizugehörigkeit gewählten Landtag ein zweites gesetzgebendes Organ, den Senat, hat. Er ist die Vertretung der sozialen, wirtschaftlichen, kulturellen und gemeindlichen Körperschaften. Der Senat **5 (erfüllt/ übt/ macht)** gutachterliche Funktionen bei der Gesetzgebung aus.

In der Vergangenheit war Bayern überwiegend agrarisch geprägt. Der Anteil der Land- und Forstwirtschaft am Bruttoinlandsprodukt **6 (beträgt/ betrug/ betrog)** heute jedoch nur noch etwa drei Prozent. Die industrielle Entwicklung **7 (ist/ hat/ wird)** nach dem Zweiten Weltkrieg sehr große Fortschritte gemacht. Im Lande haben sich zukunftsweisende Technologien der Luft- und Raumfahrt, sowie Erdölraffinerien und große petrochemische Werke **8 (umgesiedelt angesiedelt/ ausgesiedelt)**. Die Landeshauptstadt München, seit Kriegsende zur Millionenstadt herangewachsen und von manchen "Deutschlands heimliche Hauptstadt" genannt, bildet den kulturellen und wirtschaftlichen Mittelpunkt des Landes. Bestimmten früher zahlreiche Brauereien, die das berühmte bayerische Bier brauen, das Gesicht der Stadt, so sind es heute **9 (am/ um/ auf dem)** Rande der Metropole Automobil-, Elektro-, Textil- und chemische Industrie. Die Olympiastadt von 1972 wurde zum bedeutenden Modezentrum, vor allem für sportliche Kleidung. Einen wesentlichen Wirtschaftsfaktor bildet ferner der Fremdenverkehr. Weite Teile Bayerns, besonders die Alpen, entwickelten sich **10 (zu einem/ zu/ zum)** deutschen Feriengebiet Nr. 1.

Из представленных в беспорядке предложений восстановите исходный текст. Обратите внимание на логическую и смысловую связь предложений.

Der Hase und die Schildkröte
(Fabel)

3. 0 Eines Tages traf ein Hase eine Schildkröte.
3. ___ 1. Und er legte sich unter einen Baum und hielt seinen Mittagsschlaf.
3. ___ 2. Die Schildkröte ärgerte sich darüber und wollte mit dem Hasen ein Wettrennen machen.
3. ___ 3. Nicht weit vom Ziel entfernt dachte er: Warum soll ich so rennen, wenn ich sowieso gewinne?
3. ___ 4. Er machte sich über sie lustig, weil sie so langsam war.
3. ___ 5. Sie war schon kurz vor dem Ziel, als der Hase erwachte.
3. ___ 6. Aber der lachte nur.
3. ___ 7. Da kam ganz langsam die Schildkröte heran und kroch an dem schlafenden Hasen vorbei.
3. ___ 8. Der rannte los, so schnell wie er konnte, aber es war schon zu spät.
3. ___ 9. Als sie sich über die Strecke geeinigt hatten, rannte der Hase wie der Blitz davon.
3. ___ 10. Weil die Schildkröte aber darauf bestand, war er schließlich einverstanden damit.
3. 11 Die Schildkröte hatte das Rennen schon gewonnen.