

6

Welt der Arbeit

1 Arbeitswelt

Sprechen

- a Welche Inhalte stehen hinter folgenden Titeln? Bitte stellen Sie im Kurs Vermutungen an.

Zu alt für den Arbeitsmarkt Wer dient, verdient! Frauen im Management
Die kleinen Globalisierer Jobverlust: In den Betrieben geht die Angst um
Ausgeträumt: Wie der Traumjob Wirklichkeit wird Arbeit oder Familie
Arbeitswelt: Blick in die Zukunft Deutsche Unternehmen im Ausland

- b Wählen Sie einen Titel, notieren Sie ca. drei Assoziationen dazu und tragen Sie Ihre Ideen im Kurs vor.

2 Arbeit in der Welt

Lesen
Sprechen

- a Welcher der Titel aus Aufgabe 1 passt am besten zu folgendem Text?

„Tragen Sie lieber einen mas-
segefertigten Anzug, der Ihnen
von einem pickligen Kerl im
Warenhaus verkauft wird –
oder einen maßgeschneiderten
Anzug von einem Mann, für
den Anzüge eine lebenslange
Passion bedeuten?“ So wirbt
der Hongkonger Schneider
Raja Daswani alle paar Wo-
chen in der New York Times
und anderen amerikanischen
Zeitungen. Wer Daswanis
Dienste in Anspruch nehmen
will, trifft ihn in einem Ho-
telzimmer irgendwo in den
Vereinigten Staaten, wird von
ihm vermessen und fotogra-
fiert. Die Daten gehen per E-
Mail nach Hongkong. Nach
drei Wochen bekommt man
den neuen Anzug per Kurier
zugestellt – für ein Drittel des
üblichen Preises.
Typisch Amerika? Falsch, die
asiatischen Herrenausstatter
kommen mittlerweile auch
nach London und Frankfurt,
um europäischen Bankern
neue Westen zu verpassen.
Die Globalisierung wird klein.
Nicht mehr nur große Multis
agieren über Landesgrenzen
hinweg, sondern auch Mittel-
ständler und Kleinstunterneh-
mer wie der geschäftstüchtige
Schneider Daswani. Und die
Bewegung geht nicht nur in
eine Richtung. Auch deutsche
Mittelständler brechen auf in
die Welt. Nach Ermittlungen
der Deutschen Industrie- und
Handelskammer (DIHK) ha-
ben in diesem Jahr insgesamt
40 Prozent der deutschen In-
dustrieunternehmen den Ent-
schluss gefasst, im Ausland

zu investieren – bei den mit-
telgroßen Industrieunterneh-
men (zwischen 200 und 999
Beschäftigte) ist es sogar jedes
zweite.
Drei Motive treiben die Glo-
balisierer an: Sie wollen vor
Ort einen eigenen Vertrieb
oder Kundendienst aufbauen,
sich über die Herstellung im
Ausland Märkte erschließen
und natürlich billiger produ-
zieren. Die meisten streben
in die neuen EU-Länder nach
Osteuropa, dicht gefolgt von
China.
Aber schadet der Mittelstand
der deutschen Wirtschaft
nicht, wenn er mehr Vorpro-
dukte in aller Welt einkauft
– oder gar selber dort fertigt?
Forscher haben über mehrere
Jahre hinweg die Motive für
die Standortwahl im Ausland
gründlich studiert: Dabei
sind sie zur Überzeugung ge-
langt, dass der Aufbau einer
Auslandsproduktion keines-
wegs eine Verringerung der
Beschäftigung im Inland zur
Folge haben muss. Im Gegen-
teil: Wachstumsimpulse für
den deutschen Betrieb sind
durchaus wahrscheinlich. So
hat der schwäbische Maschi-
nenbauer Trumpf zu Hause
Arbeitsplätze geschaffen und
später erhalten, indem er früh
in die USA expandiert und
dort den Markt erobert hat.
Für das Unternehmen Leoni
aus Nürnberg wurde es zum
Erfolgsrezept, seine Werke
in die Länder mit den jeweils
niedrigsten Arbeitskosten zu
verlagern. Nur dadurch, sagt
Firmenchef Klaus Probst,

95 könnten Entwicklung und
Verwaltung in Deutschland
gehalten werden. Und der Ge-
triebehersteller ZF aus Fried-
richshafen ist nicht zuletzt
deshalb so gut im Geschäft,
weil er seinen Großkunden
aus der Automobilindustrie
bis ins ferne China mit eigen-
en Fertigungsstätten folgt.
Auch die Ökonomen G. B.
Navaretti und A. Venables
stützen das Argument. Sie
vertreten die Ansicht, dass
Direktinvestitionen im Aus-
land die Wirtschaft zu Hause
stärken, insbesondere dann,
wenn in Niedriglohnländern
investiert wird. Multinationale
Firmen seien im Schnitt
deutlich produktiver als rein
nationale Unternehmen. Sie
hätten mehr Zugang zu neu-
en Ideen, Design-Philosophi-
en, Kundenwünschen.
Und doch sollten die kleinen
Globalisierer sich in Acht
nehmen. Zu Beginn müssten
bis zu 40 Prozent des Umsat-
zes der neuen Produkte auf-
gewendet werden, um Logis-
tik und Produktionsstätten
aufzubauen und Mitarbeiter
anzulernen, warnt die Boston
Consulting Group. Oft sei-
en Experten aus der Heimat
gefragt, um die Qualität zu
sichern – sie fehlten dann zu
Hause. Auch „Negativreak-
tionen im Heimatland“ wür-
den eine Rolle spielen, von
den Kosten für Werksschlie-
ßungen ganz zu schweigen.
Die Mittelständler müssen
also aufpassen, nicht einfach
einer Mode zu folgen.



b Welche Informationen finden Sie zu den folgenden Punkten im Text?

1. Akteure der Globalisierung: Wer gehört zu den Globalisierern?
2. Motive der Globalisierer?
3. Auswirkungen der Globalisierung auf das Herkunftsland?
4. Schwierigkeiten der Globalisierer?

Schreiben

3 Kurzfassung

Wählen Sie fünf Schlüsselwörter aus dem Text von Aufgabe 2 und fassen Sie ihn mithilfe folgender Redemittel kurz zusammen.

Text vorstellen: Bei dem Text „...“ (Titel) handelt es sich um ... (Textsorte) in / aus / ... (Quelle)

Beispiele anführen: Diese Aussage wird durch (einige / viele / zahlreiche) Beispiele aus ... (Bereich) belegt. | Der Autor verdeutlicht dies mit Beispielen aus ...

wesentliche Informationen darstellen: Die Hauptaussage des Textes ist folgende: ... | Es geht hauptsächlich / vor allem darum, ... | Es wird außerdem / darüber hinaus / zudem beschrieben / dargestellt, ... | Der Autor betont / hebt hervor / bezieht sich auf ... (+ Akk.)

Formen und Strukturen
S. 84

4 Sprache im Mittelpunkt: Nomen-Verb-Verbindungen

a Im Text gibt es einige Nomen-Verb-Verbindungen. Ergänzen Sie hier die passenden Verben.

- | | |
|------------------------------|-----------------------|
| 1. in Anspruch <u>nehmen</u> | 5. die Ansicht _____ |
| 2. den Entschluss _____ | 6. sich in Acht _____ |
| 3. zur Überzeugung _____ | 7. eine Rolle _____ |
| 4. zur Folge _____ | |

b Dasselbe kann man auch mit Verben ausdrücken. Ordnen Sie den folgenden Verben die Nomen-Verb-Verbindungen aus Aufgabenteil a zu.

- | | | | |
|---------------|----------|------------------------------|-------|
| A aufpassen | <u>6</u> | E herausfinden / sicher sein | _____ |
| B beschließen | _____ | F wichtig sein | _____ |
| C meinen | _____ | G nach sich ziehen / folgen | _____ |
| D nutzen | _____ | | |