

德语试题：DSH试题06 PDF转换可能丢失图片或格式，建议  
阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/148/2021\\_2022\\_\\_E5\\_BE\\_B7\\_E8\\_AF\\_AD\\_E8\\_AF\\_95\\_E9\\_c105\\_148439.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/148/2021_2022__E5_BE_B7_E8_AF_AD_E8_AF_95_E9_c105_148439.htm) Ich kaufe, also bin ich Otto Normalverbraucher ist ganz schön in die Jahre gekommen. Ende der 40er Jahre hatte der Konsument nur eines im Sinn: Essen und Kleidung. Dafür gab er drei Viertel seines Einkommens aus. Nach der Fresswelle? der 50er Jahre setzte eine erste Konsumwelle ein: Staubsauger, Kühlschrank, Fernseher, Auto. In den 70er Jahren stieg die Kaufkraft, gleichzeitig gab es mehr Freizeit eine gewaltige Freizeitindustrie konnte sich entwickeln. Nach Überwindung einer rezessiven Phase erlebte die Bundesrepublik zehn fette Jahre wirtschaftlichen Wachstums, das den Konsum auf ein neues Rekordniveau drückte. In den 90er Jahren wurden die Konsumgewohnheiten zusätzlich von sogenannten Trendgruppen? mitbestimmt: Singles, junge Großstädter und Doppelverdiener ohne Kinder. Und wie gehts weiter? Der Wohlstand hat das Anspruchsniveau der Menschen verändert. Der Luxus von gestern Auto, Sekt, Farbfernseher, Urlaub ist der Normalverbrauch von heute. Dennoch hält die mittlere und ältere Generation eher am Prinzip des Versorgungskonsums? fest. Man kauft, was man zum Leben braucht, auch wenn man sich hin und wieder was gönnt. Aber was man kauft, kann man sich auch leisten. Mit materiellen Gütern weitgehend versorgt, stellt sich für die heutige Generation die Frage nach neuen Lebenszielen. Viele suchen die persönliche Herausforderung in

Grenzerlebnissen: Marathonlauf, Überlebenstraining oder ein professionell ausgeübtes Hobby, mit selbst auferlegten Belastungen, die keiner im Arbeitsleben je akzeptieren würde. Der Drang, das Leben zu erleben, verändert auch das Konsumverhalten. Wir gehen einer Zukunft entgegen, in der Freizeitmensch und Erlebniskonsument fast Synonyme werden, prophezeien Freizeitforscher. Freizeit ist Konsumzeit? Die heutige Jugend definiert sich mehr denn je über diesen Freizeitkonsum. Eine deutliche Mehrheit der 14- bis 29-jährigen hat inzwischen das Gefühl, dass sie in der Freizeit zu viel Geld ausgibt für Konsumwünsche, die sie gern mit in neu/modisch umschreibt. "Im Trend sein" ist zu einem Grundbedürfnis geworden. Damit wird die Geschäftswelt zur Freizeitwelt, der Markenhersteller zum Dienstleister für Erlebnisse, denn der Verbraucher kauft keine Ware mehr, sondern Gefühle, die man ihm in schönen Erlebnislandschaften möglichst effektiv inszeniert. Und warum das alles? Die Menschen wollen intensiver leben. Die Angst, etwas zu verpassen, und die Befürchtung entgangener Lebensfreude sind die Hauptursachen von Erlebnissteigerung und Erlebnisstreben. Noch nie zuvor waren die Menschen einem solchen Angebotsstreben ausgesetzt wie heute. Sie umgeben sich mit einem Dschungel von Konsumgütern und vergessen dabei oft, dass es Zeit erfordert, davon Gebrauch zu machen. Der künftige Konsument gleicht einem perpetuum mobile: Ökonomisch schwingt er sich in Spiralen nach oben, psychologisch gesehen aber dreht er sich auf der Stelle. Ein alter

Menschheitstraum bleibt auch in Zukunft unerfüllt: mehr Zeit zum Leben. Worterklärung: Perpetuum mobile: utopische Maschine, die, ohne Energie zu verbrauchen dauernd Bewegung erzeugt. Aufgaben: 1. Beschreiben Sie mit eigenen Worten, was den Versorgungskonsumenten vom Erlebniskonsumenten unterscheidet. 2. Erklären Sie, was mit der Textüberschrift zum Ausdruck gebracht wird, und erläutern Sie die Textaussagen, die die Überschrift belegen. 3. Der Text spricht von einer Zukunft, in der Freizeitmensch? und Erlebniskonsument? fast Synonyme werden.? Beschreiben Sie die Folgen, die sich für uns in wirtschaftlicher, sozialer und kultureller Hinsicht ergeben könnten, wenn diese Voraussage zutreffen sollte. 100Test 下载频道 开通, 各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)