

Doris Schwetje, Christa Walgenbach, Martina Diede, Barbara Ruhfus-Hartmann, Alexander Fuhr,
Christine Maier

LERNFELDER Hauswirtschaft

Lernfelder 6 bis 14

Arbeitsheft

Lösungen

1. Auflage

Die in diesem Produkt gemachten Angaben zu Unternehmen (Namen, Internet- und E-Mail-Adressen, Handelsregistereintragungen, Bankverbindungen, Steuer-, Telefon- und Faxnummern und alle weiteren Angaben) sind i. d. R. fiktiv, d. h., sie stehen in keinem Zusammenhang mit einem real existierenden Unternehmen in der dargestellten oder einer ähnlichen Form. Dies gilt auch für alle Kunden, Lieferanten und sonstigen Geschäftspartner der Unternehmen wie z. B. Kreditinstitute, Versicherungsunternehmen und andere Dienstleistungsunternehmen. Ausschließlich zum Zwecke der Authentizität werden die Namen real existierender Unternehmen und z. B. im Fall von Kreditinstituten auch deren IBANs und BICs verwendet.

Zusatzmaterialien zu 978-3-427-87616-8 „Lernfelder Hauswirtschaft AH 2.+3.J. 2021“

Für Lehrerinnen und Lehrer:



Lösungen zum Arbeitsheft: 978-3-427-87618-2
Lösungen zum Arbeitsheft Download: 978-3-427-87617-5
Lehrerlizenz BiBox Dauerlizenz: 978-3-427-87614-4
Kollegiumslizenz BiBox Dauerlizenz: 978-3-427-87615-1

Für Schülerinnen und Schüler:



Schülerband: 978-3-427-87610-6
Schülerlizenz BiBox Schuljahr: 978-3-427-87612-0

***westermann* GRUPPE**

© 2021 Bildungsverlag EINS GmbH, Köln, www.westermann.de

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen bzw. vertraglich zugestanden Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages. Nähere Informationen zur vertraglich gestatteten Anzahl von Kopien finden Sie auf www.schulbuchkopie.de.

Für Verweise (Links) auf Internet-Adressen gilt folgender Haftungshinweis: Trotz sorgfältiger inhaltlicher Kontrolle wird die Haftung für die Inhalte der externen Seiten ausgeschlossen. Für den Inhalt dieser externen Seiten sind ausschließlich deren Betreiber verantwortlich. Sollten Sie daher auf kostenpflichtige, illegale oder anstößige Inhalte treffen, so bedauern wir dies ausdrücklich und bitten Sie, uns umgehend per E-Mail davon in Kenntnis zu setzen, damit beim Nachdruck der Verweis gelöscht wird.

Druck und Bindung: Westermann Druck GmbH, Braunschweig

ISBN 978-3-427-87618-2

Inhaltsverzeichnis

5 Lernfeld 6 – Personen und Gruppen unterstützen und betreuen

5 Hauswirtschaftliche Versorgung und Betreuung • 6 Pflegebedürftigkeit im Alter • 7 Hilfsmittel für die eigenständige Teilhabe am Alltag • 8 Unterschiedliche Wohnformen • 10 Die fünf Säulen der Sozialversicherung • 11 Pflegeversicherung und Pflegegrade • 12 Teilhabe am Alltagsleben • 13 Erziehungsstile

14 Lernfeld 7 – Textilien einsetzen, reinigen und pflegen

14 Gebrauchseigenschaften von Textilien • 15 Textile Rohstoffe • 16 Wäscheversorgungssysteme • 17 Der Wäschekreislauf • 18 Vorbereitung von Schmutzwäsche zum Waschen • 19 Internationale Pflegekennzeichen • 20 Waschfaktoren • 21 Waschmittel • 23 Der Umgang mit der Waschmaschine • 25 Trockengeräte • 26 Instandsetzung • 27 Nähen

29 Lernfeld 8 – Verpflegung von Personengruppen planen

29 Vollwertige Ernährung • 30 Fleisch und Wurstwaren • 31 Milch und Milchprodukte • 32 Speisefette und Öle • 33 Eier • 35 Getreideprodukte • 36 Kartoffeln • 37 Obst und Gemüse • 38 Convenience-Produkte • 39 Kriterien zur Beurteilung von Lebensmitteln • 40 Ernährung von Menschen in verschiedenen Lebenssituationen und Altersstufen • 41 Verschiedene Ernährungsformen und Kostempfehlungen • 42 Speiseplangestaltung • 43 Speisenangebot • 44 Menüplanung • 46 Trinkgläser • 47 Geschirrtile • 48 Besteckteile

49 Lernfeld 9 – Räume und Wohnumfeld gestalten

49 Raumeffekte durch Farben und Muster erzeugen • 51 Beleuchtung • 52 Barrierefreies Wohnen • 54 Jahreszeitliche Dekorationen • 55 Pflanzen pflegen • 56 Küchenplanung

57 Lernfeld 10 – Produkte und Dienstleistungen anbieten

57 Kennzahlen erfassen • 60 Mit Geld wirtschaften – Ausgaben • 61 Gesetzliche und freiwillige Warenkennzeichnung • 62 Produkte zum Verkauf kennzeichnen • 63 Warenpräsentation • 65 Verschiedene Vertriebswege

66 Lernfeld 11 – Personen aktivieren, fördern und betreuen

66 Die psychologische Situation im Alter • 67 Menschen mit Demenz • 68 Leichte Sprache • 70 Einrichtung eines Krankenzimmers • 72 Betreuung kranker Menschen • 73 Basale Stimulation • 74 Checkliste für die Rahmenbedingungen bei Aktivierungsmaßnahmen • 75 Auswertungsbogen für Aktivierungsmaßnahmen

78 Lernfeld 12 – Verpflegung als Dienstleistung zu besonderen Anlässen planen und anbieten

78 Vorbereitung für ein Kundengespräch • 79 Qualität und Qualitätssicherung • 81 Rezeptvorlage • 83 HACCP • 86 Verkaufspreise berechnen • 88 Fristenplan • 89 Mengenermittlung von Speisen • 90 Servierregeln • 91 Fingerfood-Büfett • 92 Büfettanordnung

93 Lernfeld 13 – Produkte und Dienstleistungen vermarkten

93 Verbraucherschutz • 94 Zahlungsverkehr und Vermögensbildung • 96 Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) • 98 Zielgruppenanalyse • 99 Erfassung der aktuellen Kundenstruktur • 100 Kundenbetreuung und Neukundengewinnung • 101 Kundenbindung • 102 Kriterien für die Plakatgestaltung • 104 Grundlagen der Kostenrechnung • 105 Kostenkalkulation von Dienstleistungen und Produkten • 107 Abrechnungssysteme

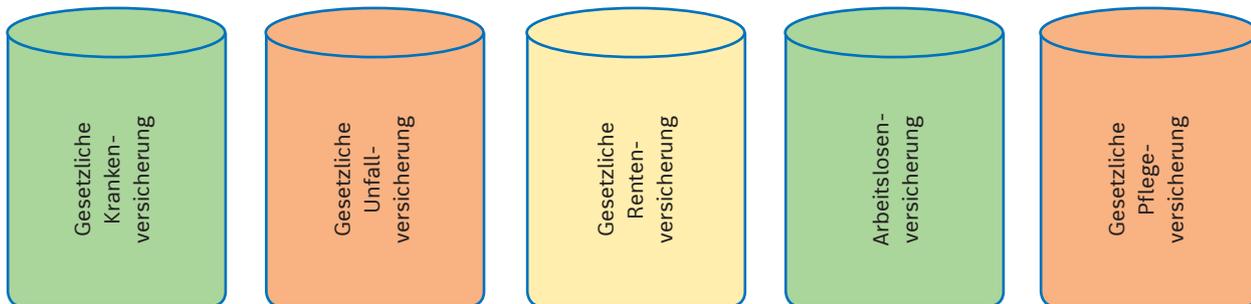
-  **108 Lernfeld 14 – Bei der Personaleinsatzplanung mitwirken und Personen anleiten**
-  **108** Kompetenzen erlangen • **109** Modell der vollständigen Handlung • **111** Arbeitszeitplan • **113** Fristenplan
-  **115** Bildquellenverzeichnis

Die fünf Säulen der Sozialversicherung

- Die Sozialversicherungen sind die wichtigsten Absicherungen für Menschen in besonderen Lebenssituationen. Im sogenannten Generationenvertrag zahlen die jungen, arbeitenden Menschen in dieses System ein und finanzieren damit die Leistungen für die aktuellen Leistungsempfänger, wie arbeitslose, kranke, pflegebedürftige oder alte Menschen.

AUFGABE Ordnen Sie in der Tabelle die entsprechende Sozialversicherung der jeweiligen Versicherungsleistung zu.

Die soziale Sicherung

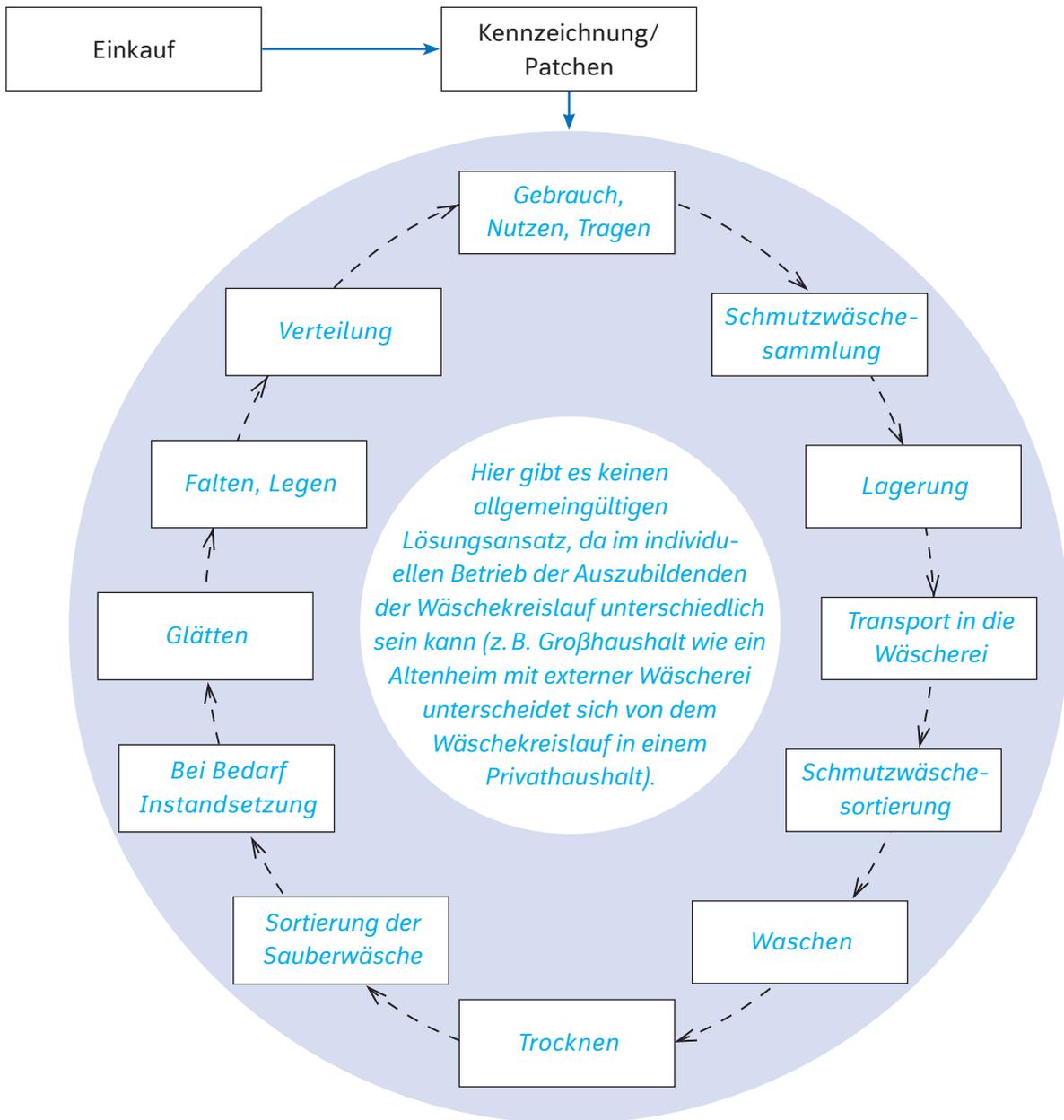


Pflegegeld	<i>Pflegeversicherung</i>
Verletztengeld, Heilbehandlungen	<i>Unfallversicherung</i>
Berufsberatung, Arbeitsvermittlung	<i>Arbeitslosenversicherung</i>
Altersrente, Hinterbliebenenrente	<i>Rentenversicherung</i>
Ärztliche Behandlung, Arzneimittel	<i>Krankenversicherung</i>
Arbeitslosengeld I und II	<i>Arbeitslosenversicherung</i>
Krankenhausbehandlung	<i>Krankenversicherung</i>
Erlass und Überwachung von Unfallverhütungsvorschriften	<i>Unfallversicherung</i>
Vorsorgeuntersuchungen	<i>Krankenversicherung</i>
Pflegesachleistungen	<i>Pflegeversicherung</i>
Reha-Behandlungen und Berufsförderungsmaßnahmen	<i>Rentenversicherung</i>
Kurzzeitpflege	<i>Pflegeversicherung</i>
Berufliche Umschulungsmaßnahmen	<i>Unfallversicherung</i>
Kurzarbeitergeld	<i>Arbeitslosenversicherung</i>
Krankengeld	<i>Krankenversicherung</i>

Der Wäschekreislauf

■ Jedes Textil durchläuft einen bestimmten Zyklus – den Wäschekreislauf.

AUFGABE Stellen Sie im abgebildeten Ring dar, wie dieser Ablauf in Ihrem Betrieb oder Ihrer Berufsschule aussieht. Die einzelnen Bausteine des Wäschekreislaufs sind unten angegeben.



Sortierung der Sauberwäsche	Verteilung	Transport in die Wäscherei	Gebrauch, Nutzen, Tragen
Falten, Legen	Schmutzwäsche-sortierung	Lagerung	Schmutzwäsche-sammlung
Waschen	Trocknen	Glätten	Bei Bedarf Instandsetzung

Verschiedene Ernährungsformen und Kostempfehlungen

- Die Individualität des Menschen spiegelt sich auch in unterschiedlichen Ernährungsformen wider. Manche Menschen sind darüber hinaus gezwungen, sich wegen Krankheit an bestimmte Kostempfehlungen oder Diäten zu halten.

AUFGABE 1 Entscheiden Sie, ob die folgenden Aussagen zu verschiedenen Ernährungsformen richtig oder falsch sind.

	richtig	falsch
Vegane Kost ist für Schwangere besonders gut geeignet.		X
Nach der Hay'schen Trennkost stehen Fleisch und Kartoffeln stets zusammen auf dem Speiseplan.		X
Bei der anthroposophischen Ernährung werden Kartoffeln selten gegessen.	X	
Veganer verzehren oft Eierspeisen und trinken Milch.		X
Bei der Bircher-Benner-Kost besteht der Speiseplan hauptsächlich aus Rohkost und Müsli.	X	
In der Vollwerternährung soll der Speiseplan vor allem aus pflanzlichen Lebensmitteln bestehen.	X	
Auf Zusatzstoffe und Convenience-Produkte wird in der Vollwerternährung vollständig verzichtet.	X	
Fleisch und Eierspeisen sollten bei einer vollwertigen Ernährung möglichst täglich verzehrt werden.		X

AUFGABE 2 Sie sollen je einen Speiseplan für an Diabetes mellitus und an Zöliakie Erkrankte aufstellen. Welche der aufgelisteten Speisen können die Erkrankten bedenkenlos verzehren? Kreuzen Sie an.

Speisen	Diabetes mellitus	Zöliakie
Hühnersuppe ohne Nudeln	X	X
Hackfleischkäsesuppe		
Geschnetzeltes	X	X
Schnitzel „Wiener Art“		
Pellkartoffeln		X
Pommes frites		X
Käsespätzle		
Reis		X
Spinat	X	X
Endiviensalat	X	X
Kirschen	X	X
Banane		X
Quarkspeise	X	X
Tiramisu		

Küchenplanung

- Da ein großer Teil der täglichen Arbeit in der Küche stattfindet, ist es wichtig sie zweckmäßig zu planen.

AUFGABE Eine Küche soll geplant werden. Die Küche hat den Grundriss 2,30 m × 2,70 m. Jedes Kästchen entspricht 10 cm.

Planen Sie folgende Geräte ein:

1 Spülmaschine unter der Abtropffläche der Spüle (60 cm × 60 cm)



1 Einbeckenspüle mit Abtropffläche (90 cm × 60 cm)



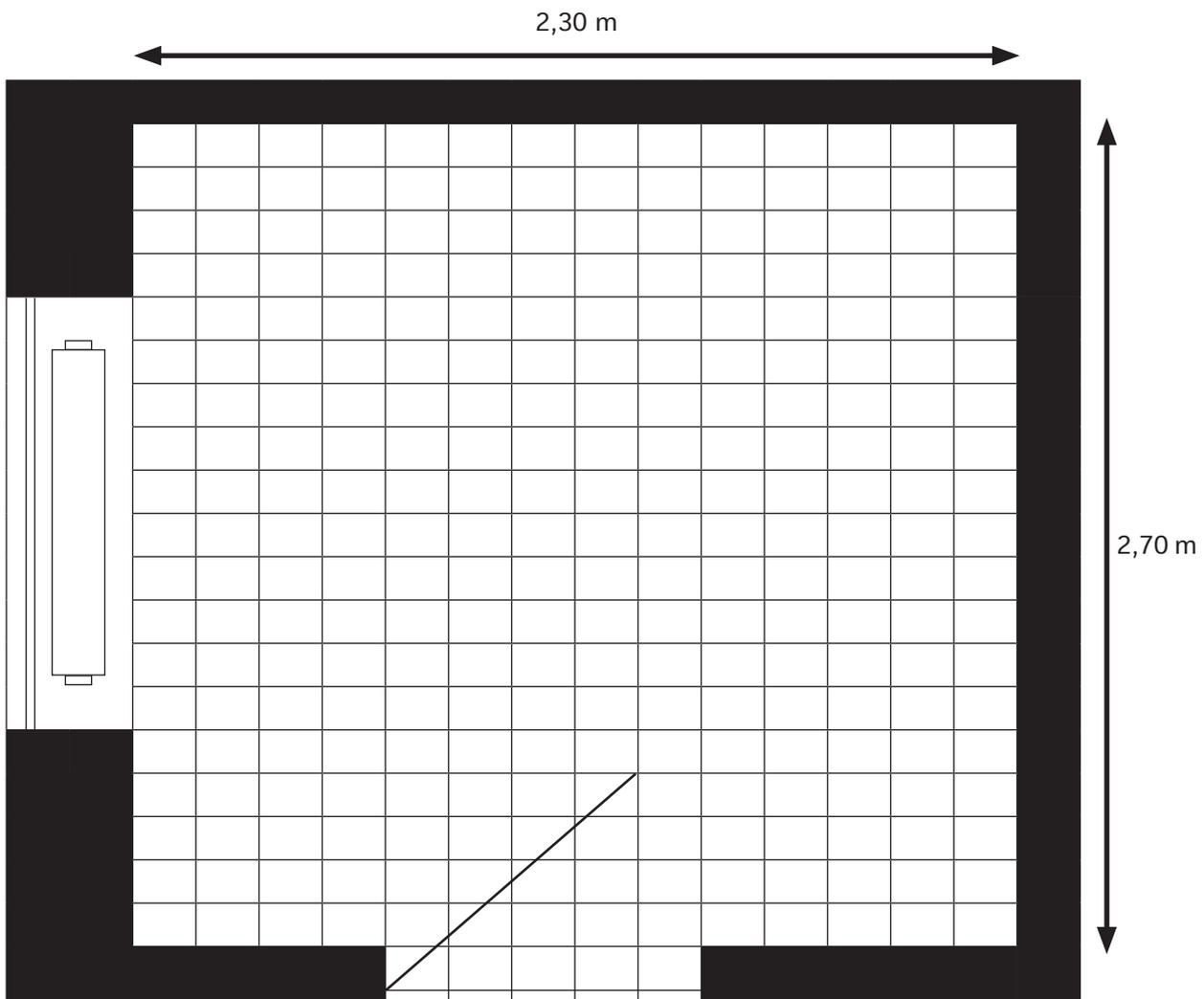
Elektroherd mit Backofen (60 cm × 60 cm)



Kühlschrank und Tiefkühlschrank als Hochschrank (60 cm × 60 cm)



Die übrigen Stellflächen sollen mit Schränken und Arbeitsplatten genutzt werden.



Verschiedene Vertriebswege

- Um ein Produkt oder eine Dienstleistung gewinnbringend anzubieten und so zu vertreiben, dass potenzielle Käufer die angebotenen Waren auch kaufen, können verschiedene Vertriebswege in Betracht gezogen werden. Dafür muss der Verkäufer wissen, welche Vertriebswege es gibt und gut überlegen, welcher Vertriebsweg für sein Produkt oder seine Dienstleistung optimal ist.

AUFGABE 1 Formulieren Sie zu den beiden folgenden Satzanfängen die erklärenden Satzenden. Nutzen Sie dafür die aufgeführten Begriffe im Kasten.

Zwischenhändler • unmittelbaren Umgebung • größeren Gebiet • direkt

Eine direkte Vermarktung bedeutet, dass der Hersteller sein Produkt direkt an den Kunden in seiner unmittelbaren Umgebung verkauft.

Eine Vermarktung mit Zwischenhändler bedeutet, dass der Hersteller über einen Zwischenhändler in einem größeren Gebiet sein Produkt verkauft.

AUFGABE 2 Lesen Sie folgende Aussagen und tragen Sie ein, zu welchem der beiden Vertriebswege diese gehört.

A	Direktvermarktung
B	Vermarktung mit Zwischenhändler

- | | |
|---|---|
| a) Weitere Transportwege | B |
| b) Zwischenhändler entfällt | A |
| c) Großes Verbreitungsgebiet | B |
| d) Günstigere Produkte | A |
| e) Genug Kunden in der unmittelbaren Umgebung | A |
| f) Umfangreiche Werbung erforderlich | B |
| g) Kurze Absatzwege | A |

Menschen mit Demenz

- Menschen mit einer Demenz können sich zwar zunehmend schlechter erinnern und sich auf aktuelle Situationen einstellen, das Erleben von Gefühlen wird durch die Demenz jedoch nicht eingeschränkt.

AUFGABE 1 Notieren Sie, ob die Aussagen richtig (r) oder falsch (f) sind.

Die häufigste Demenzform ist die Demenz vom Alzheimer-Typ. (r)

Bei einer Demenz bleibt die Sprache bis zum Ende gut erhalten. (f)

Vor dem 80. Lebensjahr kann man nicht an einer Demenz erkranken. (f)

Lachen oder Weinen drücken bei Demenzkranken ihr aktuelles Gefühl aus. (r)

Bei einer Demenz kommt es immer zu Störungen des Gedächtnisses. (r)

AUFGABE 2 Frau Schwan ist seit Jahren an einer Demenz erkrankt. Die Hauswirtschafterin Anna hilft ihr dreimal pro Woche im Haushalt. In der Kommunikation mit Menschen mit Demenz sind bestimmte Regeln hilfreich. Beurteilen Sie, ob Anna sich in der dargestellten Situation an diese Regeln hält.

Anna schließt die Haustür auf, tritt von hinten an Frau Schwan heran und ruft sie bei ihrem Namen: „Hallo, Frau Schwan, ich bin wieder da!“ Dann geht sie in die Küche, schaltet das Radio an und beginnt gleich mit der Zubereitung des Essens.

Verbesserungsvorschlag: Anna sollte besser von vorn an Frau Schwan herantreten und sie in normaler Lautstärke ansprechen. Die Begrüßung könnte sie behutsam durch einen Händedruck oder Kontakt an der Schulter unterstützen. Außerdem sollte sie bei ihr bleiben und die Reaktion von Frau Schwan beobachten, bevor sie in der Küche mit der Arbeit beginnt.

AUFGABE 3 Das aktuelle Verhalten von Menschen mit Demenz geschieht nach Kitwood immer aufgrund eines bestimmten Bedürfnisses. Welches Verhalten passt zu welchem Bedürfnis? Verbinden Sie durch eine Linie.

Frau Schwan geht hinter Anna her und lässt sie nicht aus den Augen.

Als sie wieder am Tisch sitzt, faltet Frau Schwan die Tischdecke recht schief zusammen, obwohl Anna diese extra für das Mittagessen aufgelegt hat.

Frau Schwan fragt wiederholt, wann ihre Tochter sie wieder besuchen kommt.

Bedürfnis nach Beschäftigung: Frau Schwan möchte etwas für sie Sinnvolles tun.

Bedürfnis nach Identität: Frau Schwan möchte für sich erfahren, wer sie ist und wer zu ihr gehört.

Bedürfnis nach Bindung und Einbeziehung: Frau Schwan möchte dazugehören.

Vorbereitung für ein Kundengespräch

- Bereits vor dem ersten Gespräch mit potenziellen Kunden können Sie die Auswahl und ein mögliches Angebot bereits begrenzen. Für die Auswahl eines Speisenangebotes können Sie verschiedene Kriterien berücksichtigen.

AUFGABE 1 Ihre Kunden, die Besitzer einer Schreinerei, wünschen ein kleines Büfett für das 20-jährige Betriebsjubiläum. Die Veranstaltung wird zwischen 11:00 und 13:00 Uhr mit 25 Personen stattfinden. Alle Mitarbeiter sind eingeladen.

Welche grundsätzlichen Kriterien müssen Sie vor der Speisenplanung durchdenken? Vervollständigen Sie die Wörter. Das Lösungswort lesen Sie in den senkrecht markierten Kästchen.

E • U • S • T • L • I • B • C • T • G • M • T • O • T • R • S • A • E • S • N • F • A • N • O • U • P • R • T • R •
L • B • I • N

				S	E	R	V	I	C	E	K	R	A	F	T				
R	A	U	M	G	E	S	T	A	L	T	U	N	G						
				A	U	S	G	A	B	E	G	E	R	Ä	T	E			
							S	T	E	H	E	M	P	F	A	N	G		
					S	E	L	B	S	T	B	E	D	I	E	N	U	N	G
				F	I	N	G	E	R	F	O	O	D						
							B	Ü	F	E	T	T							

AUFGABE 2 Der Schreinermeister wünscht sich ein rustikales Fingerfood-Büfett. Um ein Angebot zu gestalten, müssen Sie bestimmte Auswahlkriterien beachten. Kreuzen Sie an, welche Aussagen für die Erstellung eines Angebots zutreffend sind.

- a) Die Jahreszeit spielt für ein Fingerfood-Büfett keine Rolle.
- b) Je mehr Gäste kommen, desto weniger Personal für die Herstellung der Speisen brauche ich.
- c) Ein Büfett kann man zu jeder Mahlzeit anbieten.
- d) Der Anlass der Feier spielt für die Speisen eine große Rolle.
- e) Für ein Büfett ist die Nährstoffverteilung sehr wichtig.
- f) Die Kosten für den Einkauf spielen immer eine Rolle.
- g) Der Einkauf in der Region kann vernachlässigt werden.
- h) Es ist wichtig auf erprobte Gerichte zurückzugreifen.

AUFGABE 3 Nennen Sie die drei Hauptkriterien für die Auswahl einer Anlage- oder Sparform. Ordnen Sie die Kriterien den Aussagen zu.

Kriterien:

Rendite

Liquidität

Sicherheit

a) „Beim Ertrag aus Aktien muss mit Verlusten durch Kurschwankungen gerechnet werden.“	<i>Rendite</i>
b) „Nach Ablauf der Laufzeit wird die vereinbarte Versicherungssumme ausgezahlt.“	<i>Liquidität</i>
c) „Bei Sparverträgen erhält man nach der vereinbarten Laufzeit seinen vereinbarten Sparbetrag.“	<i>Sicherheit</i>
d) „Der Zinsertrag beim Sparen mit dem Sparbuch ist sehr gering.“	<i>Rendite</i>

AUFGABE 4 In Ihrer Einrichtung soll ein Reinigungsautomat geleast werden. Schreiben Sie je drei Vorteile und Nachteile von Leasingkäufen auf.

Vorteile:

- *Festgelegte Leasingraten*

- *Leasingraten zeitlich kalkulierbar*

- *Leasingraten steuerlich absetzbar*

- *Kein Eigenkapital nötig*

Nachteile:

- *Teurer als Barkauf*

- *Kein vorzeitiger Ausstieg aus dem Leasingvertrag möglich*

- *Leasingraten höher als Finanzkaufraten*

- *Reparaturkosten und Instandhaltungskosten zusätzlich zu finanzieren*

Kompetenzen erlangen

- Das Ziel jeder Ausbildung ist es, Handlungskompetenz zu erlangen. Sie ist das Rüstzeug, um im Arbeitsalltag täglich auf neue Anforderungen und Herausforderungen fachlich und menschlich angemessen reagieren zu können. Handlungskompetenz ist die Summe von:

Fachkompetenz		Personale Kompetenz	
Wissen	Fertigkeiten	Sozialkompetenz	Selbstständigkeit

AUFGABE Ergänzen Sie die folgende Auflistung von Alltagsanforderungen in Ihrem Berufsfeld Hauswirtschaft: Welche Kompetenz ist jeweils gefragt?

gleichbleibend freundlicher und sachlicher Umgang mit dem Kunden bei der Bestellaufnahme	<i>Personale Kompetenz/ Sozialkompetenz</i>
Checkliste für die tägliche Reinigung der Eingangshalle verfassen	<i>Fachkompetenz/ Wissen</i>
Beschickung und Programmierung der Waschmaschine	<i>Fachkompetenz/ Fertigkeiten</i>
Herstellung eines Schokoladenflammeri nach Rezept	<i>Fachkompetenz/ Fertigkeiten</i>
Erstellung eines Arbeitszeitplans für die Herstellung des Mittagessens	<i>Personale Kompetenz/ Selbstständigkeit</i>
verlässliche Ausführung eines Arbeitsauftrags nach Vereinbarung mit der Ausbilderin	<i>Personale Kompetenz/ Selbstständigkeit</i>
respektvoller Umgang mit den an Demenz erkrankten Essensteilnehmern von Station A	<i>Personale Kompetenz/ Sozialkompetenz</i>
Kenntnis über die zu verwendenden Reinigungsmittel und Betriebsmittel bei der Fensterreinigung	<i>Fachkompetenz/ Wissen</i>
Teilnahme an den wöchentlichen Teambesprechungen der Abteilung Hauswirtschaft	<i>Personale Kompetenz/ Sozialkompetenz</i>
verantwortungsbewusste Einhaltung der Hygieneanforderungen im unreinen Bereich der Wäscherei	<i>Fachkompetenz/ Selbstständigkeit</i>
sachgerechte Bedienung des Konvektomaten zum Garen der Kartoffeln für das Mittagessen	<i>Fachkompetenz/ Wissen</i>

Bildquellenverzeichnis

Alamy Stock Photo, Abingdon/Oxfordshire: Edwards, Alan 7.10.

BDIH - Bundesverband der Industrie- und Handelsunternehmen für Arzneimittel, Reformwaren, Nahrungsergänzungsmittel u. kosmetische Mittel eV, Mannheim: 61.1.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), Bonn: 61.2.

ETAC R82 GmbH, Herten: 7.12.

Hampp Media GmbH, Stuttgart: Stefan Ohmstede 6.1, 6.2, 6.3, 6.4, 6.5, 6.6, 23.1, 23.2, 25.2, 25.3, 28.2, 33.1, 33.2, 35.1, 49.1, 49.2, 50.1, 50.2, 51.1, 51.2, 51.3, 51.4, 55.1, 55.3, 55.5, 55.7, 55.11, 55.12, 55.13, 55.14, 55.15, 55.16, 55.17, 92.1.

megro GmbH & Co. KG, Wesel: 7.13.

Miele & Cie. KG, Gütersloh: 25.1.

PFAFF®: 28.1.

Porzellanfabriken Christian Seltmann GmbH, Weiden: 7.7.

Schwetje, Doris: 27.1, 27.2, 27.4, 27.9.

SENIOLA Klaas Henschel Senioren- und Behindertenbedarf, Hamburg: 7.11.

Shutterstock.com, New York: 8th.creator 64.2; ajt 48.6; B Calkins 48.12; Berni 52.1; Broslavets, Alexey 47.2; Crepesoles 48.8; Evelinna 48.3; Filimonov, Iakov 64.8; Igor, Volosovich 48.13; Irusta, Rafa 60.1; MaraZe 46.3; New Africa 5.1; perez, alexander briel 15.2; Starikov, Anton 47.14; Stopper-Ohana 15.3; unpict 46.13; Velychko, Viktoriia 14.2; Viktor1 48.7; WiPhotoHunter 46.14; Wivoca 47.11.

stock.adobe.com, Dublin: AlenKadr 46.7, 47.6, 62.1; Anna 100.1; arborpulchra 64.6; Bacho Foto 24.3; Bartussek, Ingo 64.4; belahoche 77.1; Berkmann, Daniel 94.1; bierwirm 63.2; BillionPhotos.com 94.4; Bogdanski, Silvia 38.2; Brad Pict 62.2; caftor 39.1; Cherkasov, Andrey Titel; chiyacat 7.4; Chrispo 15.4; ChristArt 54.1; contrastwerkstatt 63.1, 64.1, 64.5; Coprid 27.8, 47.9; cut 15.1; De Visu 66.2; dglimages 75.1; dimasobko 31.1; Divizia, Claudio 94.2; Dobler, K. 27.6; doomu 48.10; edK 32.2; eliasbilly 27.3; Epele, Klaus 30.1; exclusive-design 54.2; exopixel 47.5; ExQuisine 36.2; extracoin 18.1, 19.1, 19.2, 19.3, 19.4, 19.5, 19.6, 19.7, 19.8, 19.9, 19.10, 19.11, 19.12, 19.13, 19.14, 19.15; eyetronic 94.3; Fand 103.1; fotoduets 32.3; goodluz Titel; Gorodenkoff 54.4; Greeske, Natalia 54.3; Gresei 46.1, 46.4, 46.10; Heinrichs, Doris 54.6; industrieblick 64.7; Iryna 100.5; JackF Titel; janvier 46.9; japolia 7.6; JPC-PROD 32.1; js-photo 88.1; juefraphoto 79.1; Juri 47.10; karegg 75.2; karepa 90.1; kazy 100.6, 100.7, 100.8, 100.9, 100.10; Klose, Christin 24.2; kriangkrai 14.3; Kumi 7.9; Kuzmik 46.11; lassedesignen 37.1; M.Dörr & M.Frommherz 55.2; ManuPadilla 55.9; Mariyana M 46.12; martialred 100.3; montego6 47.8; mylisa 47.13; Naumov, Sergey 55.10; New Africa Titel, 14.1; Nikolayev 7.3; OlegDoroshin 7.5; ozaiachin 46.8; pfluegler photo 27.5; photology1971 55.8; PhotoSG 24.1; Pixel-Shot 47.4, 47.7; PiyawatNandeenoparit 53.1; Popov, Andrey Titel; Popova, Olga 14.4; quayside 46.2; Raths, Alexander 68.1; Rau, Ruediger 64.9; Rawpixel.com 12.1; Reitz-Hofmann, Birgit 7.2; rh2010 64.3; Roberto 47.12; rodimovpavel 36.1; Rohde, Angela 46.5; Rovagnati, Julián 46.6; S.H.exclusiv 54.5; Schulze, Sandy 7.8; sonne07 55.4; Steblyanko, Bogdan 38.1; suthiwat 27.10; svehlik 34.1; Syda Productions 83.1; tibanna79 99.1; TukTuk Design 100.2; UMA 27.7; vadarshop 47.3; VadimGuzhva 66.1; valkoinen7 47.1; Venus 55.6; Vereshchagin, Dmitry 64.10; Vo 48.4, 48.5, 48.11, 48.14; Yakov 36.3; yang 7.1; Yurii 100.4; zaschnaus 12.2; Zaytsev, Ilya 48.1; zinkevych 101.1; Zonda 48.2.

WMF Group GmbH, Geislingen/Steige: 48.9.

Wir arbeiten sehr sorgfältig daran, für alle verwendeten Abbildungen die Rechteinhaberinnen und Rechteinhaber zu ermitteln. Sollte uns dies im Einzelfall nicht vollständig gelungen sein, werden berechnete Ansprüche selbstverständlich im Rahmen der üblichen Vereinbarungen abgegolten.