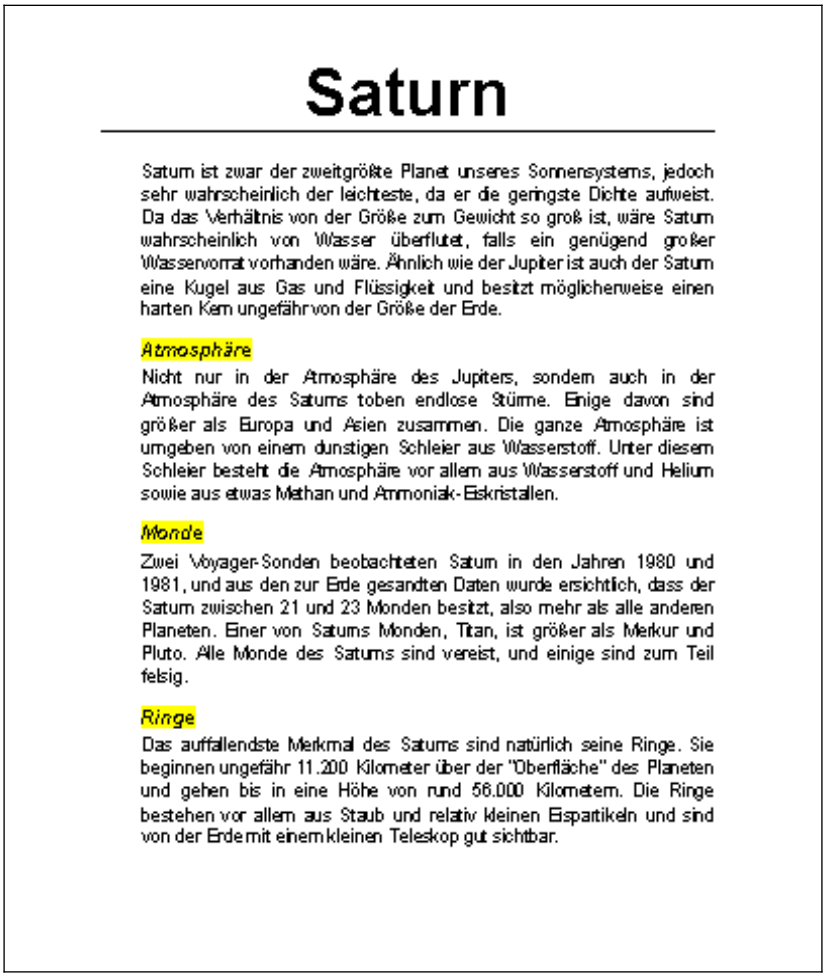
Beschreibung zum Sonnensystem formatieren

Aufgabe

- ⇨ Laden Sie den Beispieltext *Sonnensystem*.
- ⇨ Formatieren Sie ihn mit Formatvorlagen so, dass er der folgenden Abbildung entspricht. Weisen Sie dabei die Formatvorlage STANDARD dem Fließtext zu, mit der Formatvorlage ÜBERSCHRIFT 1 sollen die Überschriften *Das Sonnensystem*, *Merkur*, *Venus*, *Erde*, *Mars*, *Jupiter*, *Saturn* und *Uranus* formatiert werden. Den Zwischenüberschriften, wie z.B. *Geologie*, *Atmosphäre*, *Monde,* soll die Formatvorlage ÜBERSCHRIFT 2 zugeordnet werden. Auf der Folgeseite finden Sie eine Übersicht der genutzten Formateinstellungen in den Formatvorlagen.



Saturn

Saturn ist zwar der zweitgrößte Planet unseres Sonnensystems, jedoch sehr wahrscheinlich der leichteste, da er die geringste Dichte aufweist. Da das Verhältnis von der Größe zum Gewicht so groß ist, wäre Saturn wahrscheinlich von Wasser überflutet, falls ein genügend großer Wasservorrat vorhanden wäre. Ähnlich wie der Jupiter ist auch der Saturn eine Kugel aus Gas und Flüssigkeit und besitzt möglicherweise einen harten Kern ungefähr von der Größe der Erde.

Atmosphäre

Nicht nur in der Atmosphäre des Jupiters, sondern auch in der Atmosphäre des Saturns toben endlose Stürme. Einige davon sind größer als Europa und Asien zusammen. Die ganze Atmosphäre ist umgeben von einem dunstigen Schleier aus Wasserstoff. Unter diesem Schleier besteht die Atmosphäre vor allem aus Wasserstoff und Helium sowie aus etwas Methan und Ammoniak-Eiskristallen.

Monde

Zwei Voyager-Sonden beobachteten Saturn in den Jahren 1980 und 1981, und aus den zur Erde gesandten Daten wurde ersichtlich, dass der Saturn zwischen 21 und 23 Monden besitzt, also mehr als alle anderen Planeten. Einer von Saturns Monden, Titan, ist größer als Merkur und Pluto. Alle Monde des Saturns sind vereist, und einige sind zum Teil felsig.

Ringe

Das auffallendste Merkmal des Saturns sind natürlich seine Ringe. Sie beginnen ungefähr 11.200 Kilometer über der "Oberfläche" des Planeten und gehen bis in eine Höhe von rund 56.000 Kilometern. Die Ringe bestehen vor allem aus Staub und relativ kleinen Eispartikeln und sind von der Erde mit einem kleinen Teleskop gut sichtbar.

Eine Beispielseite der Ergebnisdatei Sonnensystem-Nachname

Übersicht der Einstellungen in den Formatvorlagen:

Formatvorlage Standard

- ⇨ Schriftart: Arial, 13 pt
- ⇨ Einzug: links 1 cm
- ⇨ Blocksatz
- ⇨ Absatzabstand: nach 0,4 cm

Formatvorlage Überschrift 1

- ⇨ Basiert auf Formatvorlage Standard
- ⇨ Schriftart 48 pt, fett
- ⇨ Zeilenabstand: einfach
- ⇨ Einzug: Links 0 cm
- ⇨ Zentriert
- ⇨ Absatzabstand: vor 0,6 cm, nach 0,8 cm
- ⇨ Seitenwechsel oberhalb
- ⇨ Rahmen: unten (einfarbige Linie, ½ pt Linienbreite)

Formatvorlage Überschrift 2

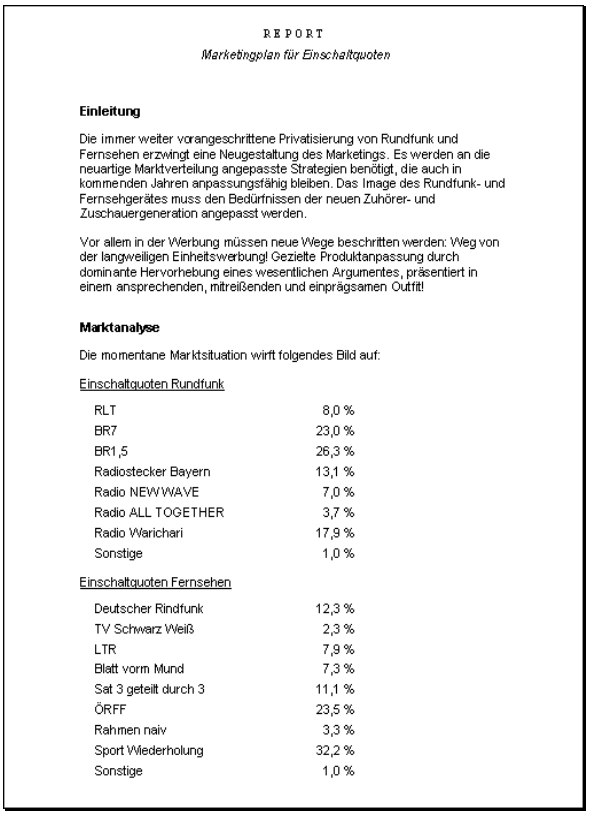
- ⇨ Basiert auf Formatvorlage Standard
- ⇨ Schriftart 14 pt, fett, kursiv
- ⇨ Zeilenabstand: einfach
- ⇨ Einzug: links 0 cm
- ⇨ Absatzabstand: vor 0,5 cm, nach 0,3 cm
- ⇨ Schattierung: gelb, übernehmen für Text
- ⇨ Absätze nicht trennen

Report über Einschaltquoten

Aufgabe

- ⇨ Laden Sie die Datei *Quoten*, und speichern Sie sie unter *Einschaltquoten*.
- ⇨ Ändern Sie die Formatvorlage ***Standard*** so, dass sie folgende Eigenschaften besitzt:
  - Arial 12 pt, linksbündig, Zeilenabstand einfach.
- ⇨ Erstellen Sie für das Dokument *Einschaltquoten* für die Überschrift *Report* eine Formatvorlage mit dem Namen ***Hauptüberschrift*** und folgenden Einstellungen:
  - Courier New 12 pt, fett, Großbuchstaben, erweitert um 3 pt, zentriert.
- ⇨ Die Zeile unter der Hauptüberschrift soll die Formatvorlage ***Unterüberschrift*** erhalten:
  - Kursiv, zentriert, Abstand vor 0,8 cm.
- ⇨ Die Überschriften der Absätze (*Einleitung*, *Marktanalyse* usw.) sollen die Formatvorlage ***Thema1*** erhalten:
  - Fett, Abstand vor 0,6 cm.
- ⇨ Erstellen Sie die Formatvorlage ***Text***:
  - Blocksatz, Abstand vor 0,4 cm. Weisen Sie diese Formatvorlage den Absätzen zu, die wie folgt beginnen:
    -Die immer weiter vorangeschrittene Privatisierung...
    -Vor allem in der Werbung müssen...
    -Die momentane Marktsituation...
    -Die innovativen Kommunikationsprozesse...
    -Die wichtigsten Langzeitprojekte...
    -Hauptsächlich gilt es...
- ⇨ Um die Überschriften zu den einzelnen Beschreibungsteilen (*Einschaltquoten Rundfunk*, *Einschaltquoten Fernsehen*, *Mehrstufenzyklenplan* usw.) besser hervorzuheben, sollen diese mit der Formatvorlage ***Thema2*** formatiert werden:
  - Unterstrichen, Abstand vor 0,4 cm, Abstand nach 0,2 pt.
- ⇨ Die Aufzählungen zu den Themen *Einschaltquoten Rundfunk*, *Einschaltquoten Fernsehen*, *Rundfunk*, *Fernsehen* und *Umsatzzahlen heute* und *Prognostizierte Umsatzzahlen für das kommende Jahr* sollen durch einen Einzug vom restlichen Text abgesetzt werden. Erstellen Sie hierzu die Formatvorlage ***Einzug***:
  - Einzug links 0,5 cm, Abstand vor 0,2 cm, Tapstopps bei 8,5 (dezimal) und 9 cm (links).
- ⇨ Weisen Sie nun den Textabschnitten die entsprechenden Formatvorlagen zu (vgl. Abbildungen auf nächster Seite).
- ⇨ Für die Aufzählung zum Themenpunkt *Langzeitprojekt* soll die Formatvorlage ***Aufzählung*** erzeugt werden:
  - Einzug 1 cm, Abstand zum Text 0,6 cm, Aufzählungszeichen®, Abstand vor und nach jeweils 2 pt.
- ⇨ Die Aufzählung *Mehrstufenzyklenplan* soll dabei ebenfalls mit der Formatvorlage *Text* formatiert werden.
- ⇨ Sie stellen beim Durchsehen des Textes fest, dass der Blocksatz nicht in allen Fällen ideal ist. Ändern Sie die Formatvorlage *Text* so ab, dass der Text linksbündig ausgerichtet wird.
- ⇨ Speichern Sie den Text erneut, und drucken Sie ihn aus.

Report über Einschaltquoten



REPORT

Marketingplan für Einschaltquoten

Einleitung

Die immer weiter vorangeschrittene Privatisierung von Rundfunk und Fernsehen erzwingt eine Neugestaltung des Marketings. Es werden an die neuartige Marktverteilung angepasste Strategien benötigt, die auch in kommenden Jahren anpassungsfähig bleiben. Das Image des Rundfunk- und Fernsehgerätes muss den Bedürfnissen der neuen Zuhörer- und Zuschauergeneration angepasst werden.

Vor allem in der Werbung müssen neue Wege beschritten werden: Weg von der langweiligen Einheitswerbung! Gezielte Produktanpassung durch dominante Hervorhebung eines wesentlichen Argumentes, präsentiert in einem ansprechenden, mitreißenden und einprägsamen Outfit!

Marktanalyse

Die momentane Marktsituation wirft folgendes Bild auf:

Einschaltquoten Rundfunk

RLT	8,0 %
BR7	23,0 %
BR1,5	26,3 %
Radiostecker Bayern	13,1 %
Radio NEW WAVE	7,0 %
Radio ALL TOGETHER	3,7 %
Radio Warichari	17,9 %
Sonstige	1,0 %

Einschaltquoten Fernsehen

Deutscher Rindfunk	12,3 %
TV Schwarz Weiß	2,3 %
LTR	7,9 %
Blatt vorm Mund	7,3 %
Sat 3 geteilt durch 3	11,1 %
ÖRFF	23,5 %
Rahmen naiv	3,3 %
Sport Wiederholung	32,2 %
Sonstige	1,0 %

Beispieltext Einschaltquoten (Seite 1)

Ziele

Die innovativen Kommunikationsprozesse zielen nun nicht mehr auf einen Heile-Welt-Schmus hin. Deshalb ist ein Profilierungsansatz im emotionalen Bereich nicht mehr angemessen. Dafür ist realistische, konkrete Information gefragt, angemessen artikuliert und visualisiert.

Langzeitprojekte

Die wichtigsten Langzeitprojekte werden darin bestehen, die momentanen Marktanteilverschiebungen zu verfolgen und entsprechend den Veränderungen zu reagieren. Die wesentlichen Punkte werden sein:

- Entwickeln einer Identifikationsbasis für jede Altersschicht.
- Entwickeln von Identifikationsbasen für große Gesellschaftsgruppen.
- Entwickeln von kompatiblen Interaktionsmöglichkeiten zwischen den einzelnen Identifikationsbasen.

Position

Hauptsächlich gilt es, immer flexibel zu bleiben. Der Trend weg von Action und Gewalt hin zu hintergründiger Beziehungskomödie soll jedoch unterstützt werden. Ein weiterer Augenmerk wird auf den Zweig der wiederkehrenden Volksmusik fallen, die einen starken Aufwärtsimpuls erfahren hat.

Marketing-Programm

Mehrstufenzyklenplan

Brainstormings auf der Grundlage von Vorbriefings in den Marketingabteilungen unter Leitung des Creative Directors und des Art Directors.

Gleichzeitiges Brainstorming von Zielgruppen, von der Straße stammend.

Interaktiver Kommunikationsprozess zwischen den beiden Brainstorminggruppen.

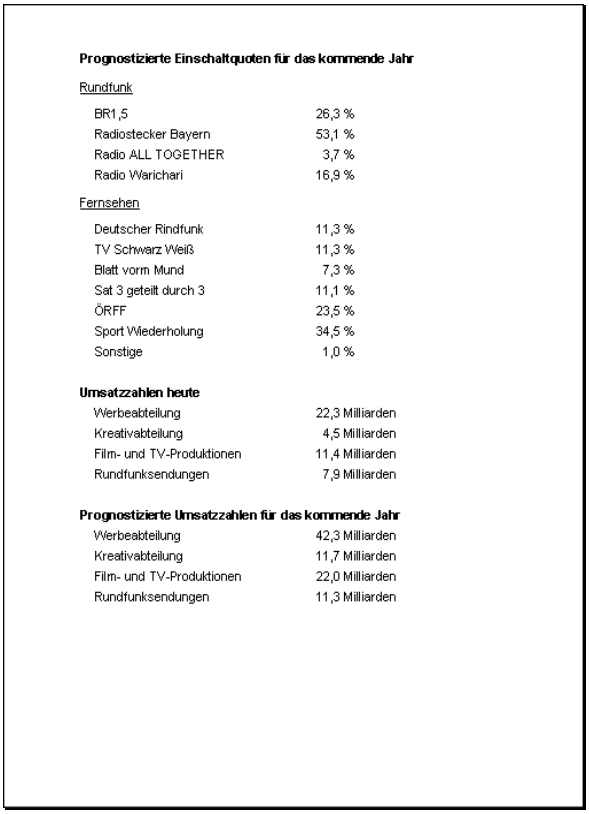
Umsetzung in Marketing-Pläne.

Eröffnung von Werbegroßagenturen.

Produzierung von zielorientierten und gruppenselektiven Werbemitteln.

Rückkehr zu Punkt 1.

(Seite 2)



Prognostizierte Einschaltquoten für das kommende Jahr

Rundfunk

BR1,5	26,3 %
Radiostecker Bayern	53,1 %
Radio ALL TOGETHER	3,7 %
Radio Warichari	16,9 %

Fernsehen

Deutscher Rindfunk	11,3 %
TV Schwarz Weiß	11,3 %
Blatt vorm Mund	7,3 %
Sat 3 geteilt durch 3	11,1 %
ÖRFF	23,5 %
Sport Wiederholung	34,5 %
Sonstige	1,0 %

Umsatzzahlen heute

Werbeabteilung	22,3 Milliarden
Kreativabteilung	4,5 Milliarden
Film- und TV-Produktionen	11,4 Milliarden
Rundfunksendungen	7,9 Milliarden

Prognostizierte Umsatzzahlen für das kommende Jahr

Werbeabteilung	42,3 Milliarden
Kreativabteilung	11,7 Milliarden
Film- und TV-Produktionen	22,0 Milliarden
Rundfunksendungen	11,3 Milliarden

(Seite 3)

Gesetzestext formatieren

Aufgabe

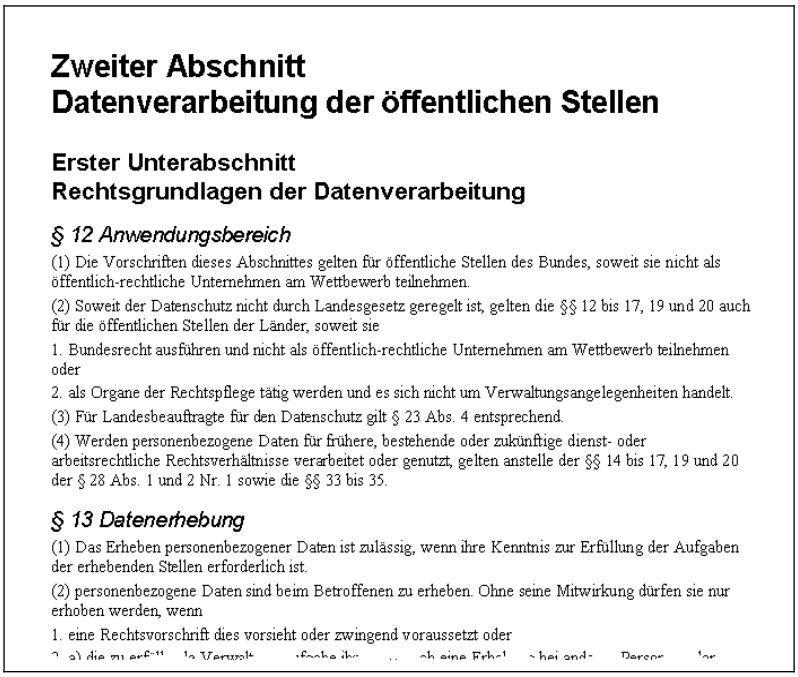
Sie erhalten einen Gesetzestext, der schnell und übersichtlich mit Formatvorlagen formatiert werden soll.

- ⇨ Öffnen Sie die Übungsdatei „Gesetz“.
- ⇨ Den verschiedenen Absätzen des Textes sind bereits Formatvorlagen zugeordnet. Verändern Sie folgende Formatvorlagen, um eine Übersichtlichkeit und eine ansprechendere Optik zu erzielen: Die eingestellten Merkmale sollen für alle der betreffenden Formatvorlage zugeordneten Absätze übernommen werden.

  Formatvorlage ÜBERSCHRIFT1: Arial, fett, 20 pt, Seitenwechsel oberhalb, Abstand unter: 0,4 cm

  Formatvorlage ÜBERSCHRIFT2: Arial, fett, 16 pt, Abstand über: 0,3 cm, Abstand unter: 0,2 cm

  Formatvorlage ÜBERSCHRIFT3: Arial, kursiv, 14 pt, Abstand vor: 0,3 cm, Abstand unter: 0,1 cm
- ⇨ Erzeugen Sie eine Formatvorlage mit dem Namen Absatz, die auf der Formatvorlage Standard basiert. Sie soll über folgende Eigenschaften verfügen: Times New Roman, 11 pt, Abstand unter: 0,1 cm.
- ⇨ Weisen Sie anschließend mit Suchen und Ersetzen allen mit Standard formatierten Textpassagen die Formatvorlage Absatz zu.



Zweiter Abschnitt
Datenverarbeitung der öffentlichen Stellen

Erster Unterabschnitt
Rechtsgrundlagen der Datenverarbeitung

§ 12 Anwendungsbereich

(1) Die Vorschriften dieses Abschnittes gelten für öffentliche Stellen des Bundes, soweit sie nicht als öffentlich-rechtliche Unternehmen am Wettbewerb teilnehmen.

(2) Soweit der Datenschutz nicht durch Landesgesetz geregelt ist, gelten die §§ 12 bis 17, 19 und 20 auch für die öffentlichen Stellen der Länder, soweit sie

1. Bundesrecht ausführen und nicht als öffentlich-rechtliche Unternehmen am Wettbewerb teilnehmen oder

2. als Organe der Rechtspflege tätig werden und es sich nicht um Verwaltungsangelegenheiten handelt.

(3) Für Landesbeauftragte für den Datenschutz gilt § 23 Abs. 4 entsprechend.

(4) Werden personenbezogene Daten für frühere, bestehende oder zukünftige dienst- oder arbeitsrechtliche Rechtsverhältnisse verarbeitet oder genutzt, gelten anstelle der §§ 14 bis 17, 19 und 20 der § 28 Abs. 1 und 2 Nr. 1 sowie die §§ 33 bis 35.

§ 13 Datenerhebung

(1) Das Erheben personenbezogener Daten ist zulässig, wenn ihre Kenntnis zur Erfüllung der Aufgaben der erhebenden Stellen erforderlich ist.

(2) personenbezogene Daten sind beim Betroffenen zu erheben. Ohne seine Mitwirkung dürfen sie nur erhoben werden, wenn

1. eine Rechtsvorschrift dies vorsieht oder zwingend voraussetzt oder

Auszug aus der Ergebnisdatei Gesetz-Nachname