

МЕЖГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Кафедра «Гуманитарные дисциплины»

# НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК

*Методические рекомендации к практическим занятиям  
для студентов специальности  
1-27 02 01 «Транспортная логистика»  
очной и заочной форм обучения*

**ЗАДАНИЯ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНО  
ОРИЕНТИРОВАННОМУ ЧТЕНИЮ  
НА НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ**

# Н

Могилев 2020

УДК 804.0  
ББК 812. НЕМ  
Н64

Рекомендовано к изданию  
учебно-методическим отделом  
Белорусско-Российского университета

Одобрено кафедрой «Гуманитарные дисциплины» «24» марта 2020 г.,  
протокол № 9

Составитель Е. Н. Тишковская

Рецензент Е. А. Коноплёва

Задания для обучения чтению профессионально-ориентированных текстов на немецком языке представляют собой часть единого учебно-методического комплекса для работы со студентами специальности 1-27 02 01 «Транспортная логистика». Учебный материал и система упражнений направлены на развитие навыков ознакомительного и изучающего чтения, перевода, говорения и реферирования на немецком языке. Данные задания могут использоваться для работы на аудиторных занятиях, а также для самостоятельной работы студента.

Учебно-методическое издание

## НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК

Ответственный за выпуск	С. Е. Макарова
Корректор	Т. А. Рыжикова
Компьютерная верстка	Н. П. Полевничая

Подписано в печать . Формат 60×84/16. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс.  
Печать трафаретная. Усл. печ. л. . Уч.-изд. л. . Тираж 21 экз. Заказ №

Издатель и полиграфическое исполнение:  
Межгосударственное образовательное учреждение высшего образования  
«Белорусско-Российский университет».  
Свидетельство о государственной регистрации издателя,  
изготовителя, распространителя печатных изданий  
№ 1/156 от 07.03.2019.  
Пр-т Мира, 43, 212022, Могилев.

© Белорусско-Российский  
университет, 2020

## Thema I. Bewerbung

### Text 1. Bewerbungsunterlagen optimal erstellen und erfolgreich sein.

Eine Bewerbung zu schreiben, fällt vielen Jobsuchenden schwer. Auf den folgenden Seiten finden Sie einige nützliche Tipps, wie Sie Schritt für Schritt Ihrem Ziel – einen Ausbildungsplatz oder Arbeitsstelle – näherkommen. Natürlich handelt es sich nicht um die einzig richtige Lösung; Es sind lediglich Lösungsvorschläge und Beispiele, an denen Sie sich orientieren können.

Erstes Ziel einer guten Bewerbung ist es, die Einladung zu einem Vorstellungsgespräch zu erhalten. Hierfür erforderlich ist ein Bewerbungsschreiben mit Lebenslauf und ggf. auch Sprachenpass, deren Formulierung im Folgenden im Mittelpunkt steht.

Ihre Bewerbung muss immer individuell an die ausgeschriebene Stelle und das Unternehmen, bei dem Sie sich bewerben, angepasst werden. Und vergessen Sie nicht: Der entscheidende Faktor zur Unterzeichnung Ihres Ausbildungsvertrages sind Sie – Geben Sie sich Mühe und überzeugen Sie. Der erste Eindruck zählt!

Ein Deckblatt ist optional, also kann – muss aber nicht in einer Bewerbungsmappe vorhanden sein. Entscheiden Sie sich für ein Deckblatt, sollen Sie darauf achten, dass es nicht zu verspielt ist oder gar abschreckt die Mappe zu öffnen.

Ihr Bewerbungsfoto können Sie wahlweise auf Ihrem Deckblatt oder Ihrem Lebenslauf anbringen. Ratsam ist es, Ihren Namen, Ihre Anschrift als auch sonstige Kontaktdaten, wie Telefonnummer und E-Mail-Adresse, auf das Deckblatt zu schreiben. Für die Übersichtlichkeit der Anlagen ist eine Inhaltsangabe auf dem Deckblatt möglich, jedoch kein Muss.

#### Einige Tipps für ein gutes Bewerbungsfoto:

- Verzichten Sie auf Automaten – oder private Fotos, diese haben oft eine schlechte Qualität!
- **Lassen Sie Ihre Bewerbungsfotos von einem professionellen Fotografen machen.**
- Das Foto sollte **aktuell** sein, somit nicht älter als 3 bis 6 Monate.
- Ihre **Frisur** und **Kleidung** sollte dem Unternehmen und der Stelle entsprechend gewählt sein.
- Die übliche Form des Bewerbungsfotos ist das Halbportrait, welches Ihren Kopf und die Schulterpartie ablichtet (etwa 7 x 9 cm).

### Text 2. Online-Bewerbung.

Online-Bewerbungen sparen nicht nur Zeit, sie gehören längst zum Alltag der Personalchefs. Bereits mehr als die Hälfte aller deutschen Unternehmen rekrutieren ihre künftigen Mitarbeiter via Web. „Die elektronische Vorstellung hat aber auch Tücken“, warnt Marc Pop, Experte für Online-Bewerbungen. Seine Tipps für Jobsucher:

- Bewerben Sie sich nur auf konkrete Stellenausschreibungen – blind verschickte E-Mails wandern meist sofort in den virtuellen Papierkorb. Bewerbungen adressieren Profis direkt an den Verantwortlichen der Personalabteilung. Ist der Name nicht bekannt, hilft oft ein Blick auf die Homepage des Unternehmens oder ein Anruf in der Unternehmenszentrale.

- Geben Sie in der Betreffzeile kurze, aussagekräftige Schlagwörter für den Adressaten ein. Also nicht „Bewerbung für einen Job“, sondern „Bewerbung/Vertriebsleiter/Ihre Anzeige“.

- Behandeln Sie eine Online-Bewerbung wie eine handschriftliche. Achten Sie auf höfliche Umgangsformen, Grammatik, Orthografie. Formulieren Sie Ihre Texte kurz und prägnant.

- Viele Online-Bewerbungen sind zwar standardisiert, bieten aber dennoch die Möglichkeit, sich mit Freitexten ins rechte Licht zu rücken. Um Stress zu vermeiden, arbeiten Sie schon bevor Sie auf die entsprechende Karriereseite eines Unternehmens gehen einen Text aus, bei Spontanformulierungen schleichen sich gern Fehler oder Missverständliches ein.

- Zeigen Sie Selbstbewusstsein, Sie sind kein Bittsteller! Werben Sie für sich selbst, bleiben Sie dabei aber auf dem Teppich. Spätestens beim Vorstellungsgespräch werden Übertreibungen oder Lügen entlarvt.

- Personaler werden gerade in konjunkturell schlechten Zeiten mit Bewerbungen überhäuft. In der Kürze liegt deshalb der Erfolg. Zwei, maximal drei Anhänge an die E-Mail, zum Beispiel Lebenslauf und Foto, reichen völlig. Versenden Sie diese Attachments nur im PDF-Format, da sonst Formatierungen verloren gehen könnten.

### **Text 3. Das Anschreiben.**

Die erste Gelegenheit den Empfänger zu überzeugen – sowohl von Ihren fachlichen als auch persönlichen Qualifikationen.

Diese sind entscheidend, wenn es darum geht den Bewerber zu einem weiteren Gespräch oder Einstellungstest einzuladen.

Deshalb sollte Ihr Anschreiben Ihr Interesse an dem Ausbildungsplatz widerspiegeln. Dies gelingt Ihnen, wenn Sie eine Verbindung zwischen Ihrem Lebenslauf, Ihren Qualifikationen und der beabsichtigten Ausbildungsstelle schaffen. Somit spielt hier die Individualität die Hauptrolle, sprechen Sie sollten Ihre Bewerbung an das Berufsbild anpassen. Aus der Form und Formulierung von Anschreiben, sowie dem optischen Eindruck können Personalabteilungen nämlich ableiten, ob der Bewerber konzentriert, sauber und ordentlich gearbeitet hat. Ist das Gegenteil erkennbar, wird eine Bewerbung ganz schnell aussortiert. Geben Sie also Ihr Bestes, und überzeugen Sie den Empfänger von Ihnen.

#### **Pflichtelemente im Anschreiben:**

- Absenderadresse mit Angabe Ihrer Kontaktmöglichkeit
- Empfängeradresse mit Name des Ansprechpartners im Unternehmen
- Ort- und Datumsangabe
- Aussagekräftige Betreffzeile (z.B. mit Anzeigenbezug)

- Anrede mit Nennung des Ansprechpartners
- Anschreiben
- Unterschrift
- Anlagenvermerk (alternativ auf Deckblatt, oder gesondertem Anlagenverzeichnis)

**Der Textinhalt des Anschreibens:**

- allgemeiner Grund der Bewerbung?
- Warum speziell auf diesen Ausbildungsplatz?
- Was sind Ihre fachlichen Qualifikationen und Fähigkeiten?
- Besitzen Sie berufliche Erfahrungen?
- Warum sollte man Sie auswählen?

**Zusätzliche Tipps:**

- Wenn möglich, richten Sie das Anschreiben direkt an einen Ansprechpartner des Unternehmens
- Ihr Anschreiben sollte Interesse, Aktivität und Selbstbewusstsein demonstrieren
- Formulieren Sie Sätze aus und verweisen nicht auf deinen Lebenslauf oder Ihre Zeugnisse
- Lassen Ihre Bewerbung z.B. von Freunden oder Familie Korrektur lesen

**1. Bilden Sie die Wortgruppen mit folgenden Vokabeln.**

<ol style="list-style-type: none"> <li>1. auf die speziellen Anforderungen</li> <li>2. im Anschreiben</li> <li>3. Bewerbungen</li> <li>4. den Bewerbungsmappe</li> <li>5. den Empfängen neugierig</li> <li>6. über die Firma</li> <li>7. einen Job</li> <li>8. (keine) Lügen</li> <li>9. nach dem Namen des Personalchefs</li> <li>10. keine Originaldokumente</li> <li>11. an den Personalchef direkt</li> <li>12. das Porträtfoto</li> <li>13. für die Missoni-Produkte</li> <li>14. das Zeugnis</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>a) achten</li> <li>b) akzeptieren</li> <li>c) sich...engagieren</li> <li>d) sich...erkundigen</li> <li>e) erwählen</li> <li>f) fertig machen</li> <li>g) haben</li> <li>h) hineinkleben</li> <li>i) sich...informieren</li> <li>j) machen</li> <li>k) schicken</li> <li>l) schreiben</li> <li>m) suchen</li> <li>n) übersetzen</li> </ol>
---	--

**2. Ergänzen Sie die fett gedruckten Wörter aus der Anzeige im Bewerbungsschreiben.**

<p><i>Outfit GmbH</i>  <b>Praktikant/in</b> für die Marketingabteilung  <b>Voraussetzungen:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Gute <b>Sprachkenntnisse</b> in Englisch und Deutsch</li> <li>– <b>Ausbildung</b> als Werbekaufmann/frau oder Studium plus praktische <b>Erfahrung</b></li> <li>– teamfähig, belastbar, kreativ, <b>kommunikativ</b></li> </ul> <p>Dauer des Praktikums: 4 bis 6 <b>Monate</b>.</p>
--

*Interesse an einem **Praktikum**? Dann bewerben Sie sich bei Anne Weber, Sonnenallee 45, 76139 Düsseldorf. Online- Bewerbungen bitte an aweberde@pcf.de*

**Bewerbung um ein Praktikum, Ihre Stellenausschreibung in die Zeit, 10.07.10.**

Sehr geehrte Frau Weber, Sie suchen eine kompetente 1. \_\_\_\_\_ mit guten 2. \_\_\_\_\_ in Deutsch für Ihre Marketingabteilung? Das könnte ich sein, denn ich erfülle alle 3. \_\_\_\_\_. Ich spreche nicht nur fließend Deutsch, sondern auch Englisch. Ich habe vor einem Jahr meine 4. \_\_\_\_\_ als Werbefachfrau abgeschlossen und arbeite seitdem als Kauffrau bei der Firma Kiko in Moskau. Ich bin sehr belastbar und verfüge über gute 5. \_\_\_\_\_ Kompetenzen. Aus persönlichen Gründen interessiere ich mich sehr für ein 6. \_\_\_\_\_ in Deutschland. Gerade Ihre Firma ist bei uns in Russland bekannt und wird wegen Ihrer guten Qualität sehr geschätzt. Ich habe besonderes Interesse an Ihren neuen Werbestrategien und möchte gerne mehr 7. \_\_\_\_\_ in diesem Bereich sammeln. Ab dem 10. Oktober könnte ich Ihnen für 6 8. \_\_\_\_\_ als Praktikantin zur Verfügung stehen. Über eine positive Antwort von Ihnen würde ich mich sehr freuen. Mit freundlichen Grüßen Marina Poljakowa  
Anlage: Lebenslauf, Zeugnisse

**3. Schreiben Sie einen Bewerbungsbrief für „Krauss Maffei Technologies GmbH Unternehmenskommunikation“. Ihr Brief sollte mindestens zwei der folgenden Punkte und einen weiteren Aspekt enthalten:**

- Ihre Ausbildung/Ihre Berufsausbildung
- Ihre Kompetenzen, Interessen und Vorlieben
- Grund für die Berufsrichtung
- Grund für Praktikantenstelle in Deutschland

**Muster:**

*IRMA NEUMANN 12.Mai 20..*

*Neuengammer Hauptdeich 12*

*21039 Hamburg*

*Telefon: 040 567656*

*E-Mail: Irne@dodo.de*

*Werbeagentur MIC GmbH*

*Frau Gabi Christiansen*

*Heidkampsweg 15*

*20095 Hamburg*

*Sie suchen eine selbstständige Assistentin der Geschäftsführung*

*Sehr geehrte Frau Christiansen,*

*Ihre Anzeige im Hamburger Abendblatt vom 12. Mai 20.. hat mich sehr angesprochen. Sie suchen eine Assistentin der Geschäftsführung, die selbstständig arbeitet, Organisationstalent besitzt und gerne reist. Damit beschreiben Sie genau die Position, die ich mir als nächsten Schritt in meiner beruflichen Karriereplanung wünsche. Kurz ein paar Worte zu mir: Meine Ausbildung als*

*Bürokauffrau habe ich vor zweieinhalb Jahren erfolgreich abgeschlossen. Seitdem arbeite ich als Teamassistentin in einer PR-Agentur. Für unsere siebenköpfige Mannschaft koordiniere ich Termine, organisiere Geschäftsreisen und erledige die Korrespondenz. Neben der Textverarbeitung am PC und am Mac beherrsche ich auch Tabellenkalkulationsprogramme und erstelle Präsentationen in PowerPoint. Außerdem spreche und schreibe ich fließend englisch.*

*Obwohl mir meine Arbeit in der Agentur sehr viel Spaß macht, möchte ich mich nun beruflich weiterentwickeln und mich neuen Herausforderungen stellen. Meine Gehaltsvorstellung liegt bei 31.000 EUR im Jahr. Eine neue Stelle könnte ich frühestens am 1. August antreten.*

*Wenn Sie sich vorstellen können, dass ich zu Ihrem Unternehmen passe, freue ich mich über die Einladung zu einem persönlichen Gespräch.*

*Mit freundlichen Grüßen*

*Irma Neumann*

*Anlagen: Lebenslauf, Zeugnisse*

## **Thema II. Lebenslauf**

### **Text 1. Lebenslauf .**

Neben Ihrem Anschreiben wird auch Ihr Lebensweg genau geprüft. Somit sollte Ihr Lebenslauf strukturiert aufgebaut sein. Grob aufgeteilt ergeben sich dabei folgende Bereiche:

- **Persönliche Daten** (Name, Vorname, Anschrift, Kontaktangaben, Eltern, Geburtsort und -datum)
- **Schulbildung**
- **Weitere Qualifikationen** (besondere Fähigkeiten, Praktika, Nebenjobs, Wehr- & Zivildienst, soziales Engagement, Kenntnisse die einen Bezug zur Stelle aufweisen, etc.)

Um Ihren Lebensweg anhand dieser Angaben nachvollziehen zu können, sollten diese chronologisch angeordnet sein und keine zeitlichen Lücken aufweisen. Wenn Ihr Bewerbungsfoto nicht auf dem Deckblatt ist, können Sie es auf dem Lebenslauf in der rechten oberen Ecke platzieren.

Zu jeder Bewerbung gehören Anlagen. Dies sind nicht nur die **Zeugnisse** der Schulen, sondern auch **Bescheinigungen** über Nebenjobs oder Praktika, ehrenamtliches Engagement oder auch über Tätigkeiten, die diesem Beruf nützlich sein könnten, z.B. Vereinstätigkeiten. Verschicken Sie jedoch keine Originale, sondern nur **Kopien**.

### **Tipps zum Lebenslauf:**

- Erstellen Sie den Lebenslauf **tabellarisch** mit dem Computer
- Nutzen Sie Abstände, Fettschrift oder größere Schriften zum Hervorheben von Abschnitten
- **Zeitangaben** bis auf den Monat genau

Wenn möglich, geben Sie zur Stellenausschreibung passende **Hobbys** an  
 – **Unterschreiben** Sie, wie auch das Anschreiben, persönlich von Hand.

**1. Arbeiten Sie in Paaren und berichten Sie gegenseitig über Ihre Ausbildung. Welche schulischen und beruflichen Abschlüsse haben Sie gemacht? Verwenden Sie dabei die Wörter aus der folgenden Liste:**

abschließen die (Berufs-)Ausbildung der Bachelor die Kenntnis der Kurs der Master	die Qualifikation die Schulung das Seminar teilnehmen an D verfügen über A das Zertifikat das Zeugnis
--	---

**2. Finden Sie die passenden Verben aus dem Kasten und ergänzen Sie die Sätze.**

*beherrschen, gehen, erhalten, bestehen, erwerben, absolvieren, finden, teilnehmen, beginnen, abschließen, absolvieren*

**Muster:** Die Grundschule, einen Kurs besuchen

1. Ins Ausland, zur Armee \_\_\_\_\_. 2. Ein Diplom, ein Zertifikat \_\_\_\_\_.  
 3. An Seminaren, Vorlesungen \_\_\_\_\_. 4. Eine Ausbildung \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_,  
 \_\_\_\_\_. 5. Ein Praktikum, eine Schulung \_\_\_\_\_. 6. Eine Stelle, eine Arbeit  
 \_\_\_\_\_. 7. Eine Prüfung, einen Test \_\_\_\_\_. 8. Ein Diplom, eine Bescheinigung  
 \_\_\_\_\_. 9. Eine Sprache \_\_\_\_\_.

**3. Ergänzen Sie jetzt Ihre persönlichen Angaben zu den einzelnen Lebenslaufabschnitten.**

<b>Vorname, Familienname</b>	
<b>Anschrift</b>	
<b>Telefon</b>	
<b>E-Mail-Adresse</b>	
<b>Geburtsdatum/ Geburtsort</b>	
<b>Staatsangehörigkeit</b>	
<b>Familienstand</b>	
<b>Studium/ Schule</b>	
<b>Berufserfahrung</b>	
<b>Fortbildungen</b>	
<b>IT-Kenntnisse</b>	
<b>Sprachen</b>	
<b>Führerschein</b>	
<b>Interessen/Hobbys</b>	



<b>Persönliche Fähigkeiten und Kompetenzen</b>	
<i>Ort, Datum Unterschrift</i>	

## Thema III. Schlüsselqualifikationen

### 1. Finden Sie eine passende Definition für folgende Begriffe:

A	B
a) Anforderung	1. Ausbildung, Erfahrung oder erworbene Befähigung zu einer bestimmten (beruflichen) Tätigkeit;
b) Fachkompetenz	2. Beherrschung einer oder mehrerer Fremdsprachen ;
c) <b>Führungskompetenz</b>	3. Besonderer Talent, die Menschen bei der Einsetzung eines Projekts richtig zu organisieren;
d) Motivation	4. Anspruch an einen Bewerber, über bestimmte Fähigkeiten, Kenntnisse und Erfahrung zu verfügen;
e) Organisationsfähigkeit	5. Experte sein in einem Bereich, in dem man ausgebildet wurde oder in dem man gearbeitet hat;
f) Qualifikation	6. Gesamtheit der Beweggründe, die eine Entscheidung oder Handlung beeinflussen/zu einer Handlungsweise anregen;
g) Sprachkenntnisse	7. Wissen und angeborenes Talent einer Person, die leitende Position einzunehmen und in der zu arbeiten.

### 2. Lesen Sie den Text über die Schlüsselqualifikationen. Notieren Sie sich dafür Stichwörter, die Ihnen bei der Inhaltswiedergabe behilflich sein können.

#### Was sind eigentlich Schlüsselqualifikationen von heute?

Heutzutage spricht man in der Berufswelt und auch bei der akademischen Ausbildung über die Kompetenzen der Mitarbeiter, die zu den wichtigsten Schlüsselqualifikationen gehören.

Man unterscheidet vier Gruppen der Schlüsselqualifikationen:

- **Basisqualifikationen** sind „Qualifikationen höherer Ordnung“. Sie sollen eine Person in die Lage versetzen, ihre einzelnen Fähigkeiten miteinander verbinden zu können. Dazu gehören beispielsweise logisches, kritisches und analytisches Denken, Kreativität oder das Erkennen von Zusammenhängen.

- **Horizontalqualifikationen** bezeichnen „Horizont erweiternde Qualifikationen“. Sie dienen einer Person dazu, auf Informationen zugreifen und diese möglichst effizient nutzen zu können. Dazu zählen vor allem Fähigkeiten, relevante Informationen suchen, identifizieren, verstehen und verarbeiten zu können, sowie auch der so genannte Intelligenzquotient.

- **Breitenelemente** sind dagegen allgemeine Kenntnisse und Fertigkeiten, die für wiederkehrende berufliche Tätigkeiten am Arbeitsplatz benötigt werden. Sie sind universell in verschiedenen Situationen einsetzbar. Breiterelemente beinhalten beispielsweise Grundfähigkeiten wie Lesen und Schreiben, EDV- und Sprachkenntnisse, Wissen über Arbeitsschutzregelungen oder Arbeitstechniken.

– „**Vintagefaktoren**“ sollen dabei helfen, Unterschiede zwischen den Generationen zu verringern. Zu diesen Faktoren zählen zum Beispiel Kenntnisse, die man im Berufs-/Schulunterricht bekommen hat (z. B. Geschichte, Sozial- und Verfassungskunde, Religionslehre, Wissen über fremde Kulturen, mathematisches und physikalisches Grundwissen).

Bei Bewerbungen oder Stellenbesetzungen sind aber neben Fachkompetenzen und Denkfähigkeiten auch persönliche Fähigkeiten wichtige Einstellungskriterien. Denn Unternehmen benötigen Mitarbeiter, die nicht nur über gute berufliche oder berufsübergreifende Qualifikationen verfügen, sondern in der Konkurrenz mit anderen Unternehmen den „Unterschied“ ausmachen. Als besonders bedeutsam für Beschäftigungsfähigkeit und beruflichen Erfolg werden in neueren Konzeptionen neben der vorausgesetzten Fachkompetenz vor allem noch folgende Schlüsselqualifikationen angesehen:

– **Sach- und Methodenkompetenz** beinhaltet Fähigkeiten, die dazu dienen, berufliche Tätigkeiten ausführen und Leistung erbringen zu können (z. B. Problemlöse- und Entscheidungsfähigkeit, Informationsmanagement, Moderations- und Präsentationstechniken).

– **Sozialkompetenz** bezeichnet Fähigkeiten, die sich auf soziale Situationen beziehen und den Umgang mit Menschen aus verschiedenen Gruppen und Kulturen erleichtern (v. a. Beziehungs-, Kooperations-, Konflikt- und Verhandlungsfähigkeit).

– **Selbstkompetenz oder „Ich-Kompetenz“** beinhaltet Fähigkeiten, die sich auf die Persönlichkeit und den Charakter einer Person beziehen (z. B. Einstellungen und Motivation, Wert- und Leistungsorientierungen, Charaktereigenschaften, Lernbereitschaft, Flexibilität, Belastbarkeit).

### 3. Bringen Sie die Gliederung des Textes in die richtige Reihenfolge:

Thema	Teil
Aktuell geforderte Schlüsselqualifikationen	
Bedeutung von Schlüsselqualifikationen	
Schlüsselqualifikationen nach Mertens (1974)	
Was sind eigentlich Schlüsselqualifikationen?	

### 4. Finden Sie Synonympaare unter den angegebenen Vokabeln:

- |                                  |  |
|----------------------------------|--|
| 1. <b>auf etw. (Akk.) achten</b> | a) auf etw. (Akk.) ankommen              |
| 2. die Anpassung                 | b) sich auf etw. (Akk.) berufen          |
| 3. die (Aus) Bildung             | c) <b>etw.( Akk.) in Betracht ziehen</b> |
| 4. sich auf etw.( Akk.) beziehen | d) das Dasein                            |
| 5. die Existenz                  | e) die Eigenschaft                       |
| 6. der Fachbereich               | f) das Einleben                          |
| 7. die Fachkenntnisse            | g) erfinderisch                          |
| 8. fordern                       | h) das Fachgebiet                        |
| 9. die Gliederung                | i) das Fachwissen                        |

- |                                    |                        |
|------------------------------------|------------------------|
| 10. kreativ                        | j) heutzutage          |
| 11. die Qualifikation              | k) die Klassifizierung |
| 12. mit etw. (Dat.) verbunden sein | l) schnell             |
| 13. rasch                          | m) die Schule          |
| 14. zur Zeit                       | n) verlangen           |

**5. Unterhalten Sie sich mit Ihrem Gesprächspartner über Ihre Kompetenzen. Belegen Sie Ihre Aussagen mit konkreten Beispielen.**

**Muster:**

Ich kann mein Fachwissen durch die Teilnahme an wissenschaftlichen Tagungen und durch Erfahrungsaustausch mit Fachkollegen aus unterschiedlichen Ländern erweitern

**6. Bilden Sie aus den angegebenen Wörtern Komposita, übersetzen Sie die ins Russische.**

- |                      |                     |       |
|----------------------|---------------------|-------|
| 1. die Arbeit        | a) die Bereitschaft | _____ |
| 2. die Auswahl       | b) die Flexibilität | _____ |
| 3. die Beschäftigung | c) die Gestaltung   | _____ |
| 4. die Einfühlung    | d) der Inhalt       | _____ |
| 5. das Fach          | e) die Kompetenz    | _____ |
| 6. das Gespräch      | f) die Lage         | _____ |
| 7. die Intelligenz   | g) der Punkt        | _____ |
| 8. die Karriere      | h) der Quotient     | _____ |
| 9. die Kommunikation | i) die Runde        | _____ |
| 10. der Markt        | j) der Schutz       | _____ |

**7. Ergänzen Sie die Sätze, indem Sie die Lücken durch die im Kasten angegebenen Vokabeln ausfüllen.**

*achten, sich anpassen, das Anforderungsprofil, das Ausdrucksvermögen, der Berufseinstieg, in die Diskussion bringen, die Einstellung, das Fachwissen, die Fertigkeiten (Pl.) flexibel, lernbereit, im Vordergrund stehen, sich fortbilden*

1. Unter Schlüsselqualifikationen werden solche Fähigkeiten, Kenntnisse und ... verstanden, die für die berufliche Existenz heutzutage wichtig sind.
2. Dieser Begriff wurde Mitte der 70er Jahre des letzten Jahrhunderts ...
3. Damals stand die Ausbildung und ... im Vordergrund.
4. Zurzeit ist es notwendig, ... an die sich rasch ändernden Bedingungen ... zu ... .
5. Heutzutage steht die Sozialkompetenz besonders beim ... im Vordergrund.
6. Die schnelle Entwicklung der modernen Technologien sowie der Umbau der Unternehmensorganisation formt ... an den Bewerber ganz neu.
7. Um in der modernen Welt bestehen zu können, muss man sehr ... sein, um sich an die Änderungen anzupassen.

8. Wenn man ... ist, kann man auch lebenslang seine beruflichen Qualifikationen meistern.

9. Als Führungskraft müssen Sie manchmal die Leute überzeugen, wofür Sie dann über ... und Argumentieren verfügen sollten.

10. Es muss betont werden, dass die meisten Firmen bei ... neuer Arbeitskräfte einen großen Wert auf die Schlüsselqualifikationen legen.

11. Man muss immer darauf ..., dass die Schlüsselqualifikationen allein die Tür zum Beruflichen Erfolg nicht öffnen können.

12. Eine gute Ausbildung zusammen mit der Eigenbereitschaft, ... zu, verspricht einem gute Karrieremöglichkeiten.

### **8. Antworten Sie auf die Fragen zum Text:**

1. Was war der Grund für die Entstehung des Konzeptes der Schlüsselqualifikationen?

2. Wodurch unterscheiden sich die Schlüsselqualifikationen von dem traditionellen Fachwissen?

3. Wozu braucht ein moderner Mitarbeiter über eine Anzahl von berufsübergreifenden Qualifikationen zu verfügen?

4. Welche Schlüsselkompetenzen unterschied Dieter Mertens?

5. Warum musste man mit der Zeit seine Theorie etwas um- und bearbeiten?

6. Welche Soft Skills sind für einen modernen Berufstätigen unentbehrlich?

## **Thema IV. Vorstellungsgespräch**

### **Text 1. Tipps zum Vorstellungsgespräch.**

Freundliches Auftreten und ein gepflegtes Äußeres sind wichtig! Ein sympathisches Lächeln kann Türen öffnen, zumindest aber für eine angenehme Gesprächsatmosphäre sorgen. Zwar sollte man die Redewendung „Der erste Eindruck ist entscheidend“ nicht allzu wörtlich nehmen. Der erste Eindruck zu Gesprächsbeginn beeinflusst allerdings maßgeblich den weiteren Gesprächsverlauf. Sie sollen Ihnen auch Gedanken darüber machen, was Sie zum Vorstellungsgespräch anziehen wollen. Wichtig ist ordentlich **gebügelte und gepflegte Kleidung**, in der Sie sich wohlfühlen. Informieren Sie sich, welcher Kleidungsstil in der Branche üblich ist, in der Sie sich bewerben. Eine Selbstverständlichkeit sind **gepflegte Hände und geputzte Schuhe**. Üben Sie Ihren „Auftritt“! Vieles kann man lernen, auch das freie und flüssige Sprechen. Üben Sie das Vorstellungsgespräch in einem **Rollenspiel** ein. Was machen Ihre Beine, wohin schauen Sie? Haben Sie beim Sprechen die Hand vor dem Mund? Neben der flüssigen Rede ist auch die Körpersprache wichtig. Halten Sie **Blickkontakt** zu Ihrem Gegenüber.

Seien Sie pünktlich! Unpünktlichkeit wirkt äußerst negativ und kann im schlimmsten Fall zu einer Absage führen. Deshalb: Planen Sie ausreichend **Zeit für die Anfahrt** ein. Nehmen Sie lieber den frühen Bus oder fahr mit dem Auto rechtzeitig los. Es gilt die Regel: **Lieber fünf Minuten zu früh als fünf Minuten**

**zu spät.** Aber Achtung: erheblich zu früh sollen Sie auch nicht sein, dies setzt die Personalabteilung unter Druck, in der Zwischenzeit „etwas mit dir anzufangen“. **Wenn man sich klar macht, worauf es ankommt, ist die Vorbereitung auf das Vorstellungsgespräch gar nicht so schwer.** Das Unternehmen möchte den freien Ausbildungsplatz der Kandidatin oder dem Kandidaten geben, der oder die am besten geeignet ist – und Sie wollen überzeugen, dass Sie **am besten geeignet** sind. Nehmen Sie sich ausreichend Zeit und **bereiten Sie** das Vorstellungsgespräch systematisch **vor**.

**2. Was passt zusammen? Bilden Sie einige Sätze bzw. eine Situation mit den gebildeten Wortgruppen zum Lektionsthema.**

- |   |                          |
|---|--------------------------|
| 1. eine positive Einstellung            | a) berücksichtigen       |
| 2. aus Kritik Nutzen                    | b) sich ... beschäftigen |
| 3. andere Meinung                       | c) demonstrieren         |
| 4. Prioritäten                          | d) schieben              |
| 5. den anderen die Schuld in die Schuhe | e) setzen                |
| 6. zu seinen Schwachen                  | f) stehen                |
| 7. mit dem Unternehmen                  | g) übernehmen            |
| 8. Verantwortung                        | h) ziehen                |
| 9. mit dem Vorgesetzten                 | i) zurechtkommen         |

1	2	3	4	5	6	7	8	9

**3. Setzen Sie die Sätze fort.**

1. Wenn ich zu einem Vorstellungsgespräch eingeladen bin, ...
2. Wenn man mich im Vorstellungsgespräch nach meinem Schwächen fragt,...
3. Wenn der Personalmanager eine Verwirrfrage stellt, ...
4. Wenn ich auf eine Frage keine Antwort sofort finden kann, ...
5. Wenn ich über meine Erfolge und Misserfolge sprechen muss, ...
6. Wenn man mir eine provokative Frage stellt, ...
7. Wenn sich der Personalmanager nach meiner Familie erkundigt, ...
8. Wenn ich beim Vorstellungsgespräch selbst fragen darf,...
9. Wenn ich mit dem Personalmanager nicht zurechtkomme, ...
10. Wenn man mir vorschlägt, im Team zu arbeiten,...

**4. Bereiten Sie sich auf ein Vorstellungsgespräch in einer imaginären deutschen Firma vor. Vergessen Sie nicht über den Lebenslauf, Ihre Qualifikation, Berufserfahrung, letzte Tätigkeit, sowie über Ihre persönlichen Eigenschaften (Soft Skills): Leistungsmotivation, Teamfähigkeit, Durchsetzungsstärke usw. zu sprechen.**

**5. Bilden Sie Gruppen zu dritt (abwechselnd ein Beobachter) und spielen Sie Vorstellungsgespräche.**

## Thema V. Betriebe, Unternehmen

### Text 1. Betriebsformen im Groß- und Einzelhandel.

Nach der Zielgruppe lassen sich im Binnenmarkt **Großhandel** und **Einzelhandel** unterscheiden. Großhandel liegt vor, wenn Marktteilnehmer Güter, die sie in der Regel nicht selbst be- oder verarbeiten (Handelswaren), vom Hersteller oder anderen Lieferanten beschaffen und an Wiederverkäufer, Weiterverarbeiter, gewerbliche Verwender oder an sonstige Institutionen, soweit es sich nicht um private Haushalte handelt, absetzen. Beim Großhandel unterscheidet man folgende Betriebsformen:

- **Spezialgroßhandel**, bietet nur eine Warenart an; das Sortiment ist eng und i. d. R. tief.
- **Sortimentsgroßhandel**, bietet mehrere Warenarten an; das Sortiment ist breit und kann tief oder flach sein.
- **Zustellgroßhandel**, verkaufte Waren werden den Kunden mit eigenen Fahrzeugen oder durch Frachtführer geliefert.
- **Abholgroßhandel**, Waren werden vom Kunden beim Großhändler abgeholt.
- **Cash-and-carry-Großhandel** (Selbstbedienungsgroßhandel), der Kunde sucht sich die gewünschten Waren selbst aus, bezahlt den Kaufpreis bar (cash) und nimmt sie selbst mit (carry); die gebräuchlichste Abkürzung für diese Verkaufsform ist C & C.
- **Regalgroßhandel** (Rack Jobber), dem Großhändler werden vom Einzelhändler Regale zur Verfügung gestellt z. B. durch Mietvertrag, die der Großhändler mit seinen Waren füllt. Der Großhändler übernimmt die Betreuung der Regale und trägt allein das Absatzrisiko. Der Einzelhändler erhält Umsatzprovision.

Unter Einzelhandel wird eine Form von Handelsunternehmen oder auch die Handelsaktivität verstanden, die darauf gerichtet ist, Waren an Endkunden zu vertreiben. Im Gegensatz dazu richtet sich der Großhandel an Wiederverkäufer. In volkswirtschaftlicher Hinsicht ist der Einzelhandel ein Marktmittler zwischen Hersteller und Verbraucher. Der Einzelhandel ist äußerst vielfältig gegliedert. Die häufigsten Betriebsformen des Einzelhandels vor allem im Lebensmittel-Bereich sind:

- **Automaten-Verkauf**: Warenvertrieb über Automaten, die wenig Fläche (ab 1 m<sup>2</sup>) beanspruchen.
- **Shop-Zonen**: Laden-Bereiche in Tankstellen, Raststätten oder anderen Orten mit Publikumsverkehr, in denen Waren dem Endverbraucher angeboten werden. Diese Zonen sind in der Regel unter 100 m<sup>2</sup> groß.
- **Lebensmittel-Bedienungsgeschäft**: Auf Lebensmittel in Bedienung spezialisierter Einzelhandelsbetrieb mit weniger als 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Zu dieser Kategorie zählen auch der altbekannte „Tante-Emma-Laden“ und der Kiosk.
- **Lebensmittel SB-Geschäft**: Auf Lebensmittel in Selbstbedienung spezialisierter Einzelhandelsbetrieb mit weniger als 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

– **Lebensmittel SB-Markt:** Lebensmittelgeschäft mit 200 m<sup>2</sup> bis 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, das ein eingeschränktes Sortiment an Frischwaren sowie kleinere Non-Food-Sortimente in Selbstbedienung umfasst.

– **Supermarkt:** Lebensmittelgeschäft in Selbstbedienung mit einer Verkaufsfläche von 400 und < 1.500 m<sup>2</sup>. Neben Frischwaren bietet es umfangreichere Non-Food-Sortimente an. SB-Geschäfte und Supermärkte führen 7.000 bis 11.000 Artikel.

– **Verbrauchermarkt:** Auf Selbstbedienung gründendes Einzelhandelsgeschäft mit Verkaufsflächen zwischen 1.500 m<sup>2</sup> und < 5.000 m<sup>2</sup>, überwiegendem Lebensmittelangebot und einem Anteil von häufig über 25 % an Non-Food-Artikeln.

Je nach der Branche unterscheidet man auch **Spezial-** oder **Fachgeschäfte**, die Waren hauptsächlich einer Branche führen, und **Waren-** oder **Kaufhäuser**, die Waren aus einer Vielzahl von Branchen führen. In Abhängigkeit von der Sortimentsbreite werden **Vollsortimenter** (sie führen zahlreiche Artikel des täglichen Bedarfs zum Discountpreis), **Discounter** (haben ein schmales Warensortiment, einfache Warenpräsentation, kleine Verkaufsflächen und durch diese Kosteneinsparungen ermöglichte geringe Preise) und **Factory Outlet** oder **Fabrikverkauf** (eine Verkaufsstelle, in der Hersteller ihre eigenen Produkte direkt an den Endabnehmer verkaufen) unterschieden.

**2. Die folgenden Begriffe bezeichnen die wichtigsten Aufgaben des Einzelhandels. Ordnen Sie bitte diesen Begriffen die gegebenen Definitionen zu:**

<b>1. Sortimentsbildung</b>	a) Die Menge der angekauften Waren wird vom Einzelhändler für den Verkauf bedarfsgerecht verändert
<b>2. Lagerhaltung</b>	b) Für den Verbraucher werden neue Einkaufsmöglichkeiten und für den Hersteller Absatzchancen gefunden
<b>3. Beratung und Kundendienst</b>	c) Der Einzelhändler trifft eine Auswahl an Waren, die er zum Verkauf anbietet
<b>4. Markterschließung</b>	d) Das Angebot der Erzeuger und die Nachfrage der Verwender werden aufeinander abgestimmt
<b>5. Warenverteilung</b>	e) Die Ware wird so aufbewahrt, dass sie entsprechend der Nachfrage dem Kunden zum richtigen Zeitpunkt und in der gewünschten Menge zur Verfügung steht
<b>6. Mengenausgleich</b>	f) Dem Kunden wird geholfen, sich für einen Kauf zu entscheiden, indem Ratschläge gegeben und Serviceleistungen angeboten werden

**3. Ordnen Sie die Satzteile einander zu.**

1. Die Handelbetriebe haben eine Vermittlungsstellung ...
2. Der Handel erschließt neue Märkte, indem ...
3. Die wichtigsten Aufgaben des Handels sind ...
4. Der Einzelhandel bezieht seine Waren von Großhändlern und ...

5. Der Großhandel vertreibt seine Waren ...
6. In Abhängigkeit von der Sortimentsbreite unterscheidet man ...
7. Spezial- oder Fachgeschäfte führen hauptsächlich ...
8. Waren- oder Kaufhäuser bieten die Waren ...
9. Wenn der Export eines Landes den Import überwiegt, so ...
10. Exporte haben den Vorteil, dass ...

a) Vollsortimenter, Discounter und Fabrikverkauf.

b) Waren einer Branche.

c) das Geld ins Land fließt.

d) Warenverteilung, Lagerhaltung, Markterschließung, Veredelung, Finanzierung usw.

e) an Wiederverkäufer.

f) spricht man von einem Außenhandelsüberschuss.

g) aus einer Vielzahl von Branchen an.

h) zwischen Erzeugungsbetrieben und Verbrauch.

i) für die vorhandenen Märkte neue Produkte geschaffen werden.

j) leitet sie weiter an den Verbraucher.

**4. Von welcher Betriebsform des Einzelhandels ist die Rede? Bitte ordnen Sie zu.**

<b>1. Verbrauchermarkt</b>	a) Einzelhandelsgeschäft, das sich auf Lebensmittel in Bedienung spezialisiert
<b>2. Lebensmittel SB-Geschäft</b>	b) Einzelhandelsgeschäft, das Waren unabhängig von Geschäftsschlusszeiten verkauft und wenig Platzbeansprucht
<b>3. Lebensmittel-Bedienungsgeschäft</b>	c) Einzelhandelsbetrieb mit riesigen Verkaufsflächen. Er vertreibt hauptsächlich Nahrungs- und Genussmittel, aber auch Verbrauchsgüter, deren Anteil über 25% ausmacht
<b>4. Automaten Verkauf</b>	d) Einzelhandelsbetrieb, der sich auf Lebensmittel in Selbstbedienung spezialisiert
<b>5. Lebensmittel SB-Markt</b>	e) Lebensmittelgeschäft in Selbstbedienung, wo alles unter einem Dach ist. Es bietet nicht nur eine große Auswahl von Lebensmitteln, sondern auch ein umfangreiches Sortiment an Non-Food-Waren an
<b>6. Supermarkt</b>	f) Lebensmittelgeschäft, das die Verkaufsflächen zwischen 200 m <sup>2</sup> und 400 m <sup>2</sup> hat und ein kleines Sortiment an Frisch- und Non-Food-Waren anbietet



## 5. Beantworten Sie Fragen

1. Was versteht man unter Handel? 2. Welche Gründe führen zum Außenhandel? 3. Welche Vorteile und Nachteile haben Exporte 4. Welche Vorteile und Nachteile haben Importe? 5. Wie lauten die Grundfunktionen des Handels? 6. Nennen Sie Beispiele für die verschiedenen Betriebsformen des Großhandels.

## Thema VI. Unternehmens- und Betriebsaufgaben

### Text 1. Aufgaben, Ziele und Arten von Unternehmen und Betrieben.

**Erwerbswirtschaftliche Betriebe (Unternehmen)** werden *von privaten Inhabern (Unternehmern)* betrieben. Sie wirtschaften vorwiegend mit dem Ziel aus den am Markt erzielten Erlösen abzüglich der dafür angewendeten Kosten einen Gewinn zu erzielen, aus dem sie ihren Lebensunterhalt bestreiten und den Betrieb durch zusätzliche Investitionen erweitern. Gesamtwirtschaftlich gesehen erfüllt der Gewinn drei Hauptaufgaben:

- Die **Motivationsfunktion** des Gewinns liegt darin, dass ein Anreiz zur Leistung gegeben werden soll.

- Die **Signalfunktion** soll den privaten Investoren zeigen, in welchen Bereichen sich aktuell der Einsatz von Kapital lohnt.

- Die **Lenkungsfunktion** des Gewinns soll Produktionsfaktoren in die Bereiche lenken, in denen der Einsatz an lohnendsten erscheint.

Neben dem Gewinnziel verfolgen erwerbswirtschaftliche Betriebe weitere Ziele, die als Gewinnziel zum großen Teil unterstützen, zum Teil aber auch damit konkurrieren können. Solche Ziele können folgend sein:

- **Sicherheit** durch langfristige Bestands- und Vermögenssicherung,
- **Marktmacht** durch Erhöhung **der Marktanteile**,
- **soziale Verantwortung** durch Sicherung der Arbeitsplätze,
- **Unabhängigkeit** (z.B. finanzielle oder technische) und **Wachstum** des Betriebes durch Ausweitung der Produktion,
- **Prestige** durch Erhöhung des Ansehens in der Öffentlichkeit.

**Gemeinwirtschaftliche Betriebe** orientieren sich an den Bedürfnissen der Gemeinschaft. Sie müssen zu angemessenen Preisen einen Bedarf an Gütern oder Dienstleistungen decken, die entweder nur zu hohen Preisen produzierbar sind und an deren Produktion kein privates Interesse besteht oder deren Produktion man nicht dem Privatinteresse überlassen will. Dementsprechend lassen Sie drei mögliche Zielsetzungen von gemeinwirtschaftlichen Betrieben unterscheiden:

- **Bedarfsdeckung** als Zielsetzung beinhaltet die Bereitstellung von Leistungen, unabhängig davon, ob deren Kosten nicht oder nur zu einem Teil von den Abnehmern bezahlt werden können (soziale Einrichtungen, Museen, Theater, öffentliche Schwimmbäder). Diese Betriebe werden zu ihrer Finanzierung öffentlich bezuschusst.

– **Kostendeckung** streben gemeinwirtschaftliche Betriebe an, deren vom Gesetzgeber aufgrund des öffentlichen Interesses die Bildung von Gewinnen steuerlich erschwert wird. Es handelt sich dabei oft um Betriebe, die als gemeinnützig anerkannt sind (z.B. Greenpeace).

– **Kosten- und Verlustminimierung** streben Betriebe an, deren Leistungen ebenfalls in öffentlichem Interesse sind, die aber zu kostendeckenden Preisen nicht angeboten werden können (öffentliche Verkehrsbetriebe).

Gemeinwirtschaftliche Betriebe werden von Bund, Ländern oder Gemeinden betrieben und bezuschusst.

Nach der **Betriebsgröße** lässt sich ebenfalls eine Einteilung vornehmen. Kriterien für die Einteilung sind sowohl der Umsatz als auch die Anzahl der Beschäftigten. Grobvereinfacht lassen sich folgende Größenklassen unterscheiden:

- Kleinbetriebe mit bis zu 50 Beschäftigten,
- Mittelbetriebe mit mehr als 50 und bis zu 250 Beschäftigten,
- Großbetriebe mit mehr als 250 Beschäftigten.

1992 hat die Europäische Kommission den Begriff der **kleinen und mittleren Unternehmen (KMU)** eingeführt. Sie stellen EU-weit 99% aller Unternehmen mit ihren eigenen Schwierigkeiten und Bedürfnissen. Um Verzerrungen auf dem Binnenmarkt zu vermeiden, stellt die KMU-Definition einen Kriterienkatalog auf, der europaweit Geltung hat, wenn es um die Beantragung von Fördermitteln geht. Dabei soll die EU-Definition gleiche Konditionen innerhalb der Europäischen Union festschreiben.

Ein KMU ist im Prinzip jedes Unternehmen, das eine wirtschaftliche Tätigkeit ausübt und die EU-Kriterien erfüllt. Wichtig ist seit dem 1. Januar 2005 nur, dass diese Unternehmen weniger als 250 Mitarbeiter und einen Jahresumsatz von höchstens 50 Mio. Euro bzw. eine Jahresbilanzsumme von höchstens 43 Mio. Dann gelten sie als **mittlere Unternehmen**.

Daneben gibt es noch die **kleinen Unternehmen** mit weniger als 50 Beschäftigten und einem Jahresumsatz bzw. einer Jahresbilanz von höchstens 10 Mio. Euro sowie die **Kleinstunternehmen**. Darunter fallen entweder Einzelkämpfer oder Firmen mit weniger als zehn Mitarbeitern und einem Jahresumsatz bzw. einer Jahresbilanz von höchstens 2 Mio. Euro.

**1. Was passt zusammen? Gebrauchen Sie die gebildeten Wortgruppen in Ihren eigenen Sätzen zum Thema.**

1. einen Anreiz zur Leistung	a) beantragen
2. die Arbeitsplätze	b) bestreiten
3. den Bedarf	c) bezuschussen
4. an den Bedürfnissen	d) decken
5. der Befriedigung der Bedürfnisse	e) dienen
6. den Betrieb	f) einsetzen
7. die Fördermittel	g) erhöhen
8. einen Gewinn	h) erschweren
9. die Gewinnerzielung steuerlich	i) erweitern
10. mit dem Gewinnziel	j) erzeugen
11. den Lebensunterhalt	k) erzielen
12. das Kapital	l) geben
13. den Marktanteil	m) konkurrieren
14. die Produktion der Privatinteresse	n) sich. Orientieren
15. Sachgüter und Dienstleistungen	o) sichern
16. soziale Einrichtungen	p) überlassen
17. das Ziel	q) verfolgen

**3. Finden Sie im Text deutsche Äquivalente. Stellen Sie mit einigen dieser Wendungen eine Situation zum Thema „Betriebe, Unternehmungen“ zusammen.**

- Служить удовлетворению человеческих потребностей
- Предоставлять в распоряжение
- Управляться частными собственниками
- Полученная на рынке выручка
- За вычетом затраченных расходов
- Мотивировать к выполнению поставленной задачи
- Капиталовложение в эти сектора
- Долгосрочное обеспечение имущества и капитала
- Расширение производства
- Авторитет в обществе
- Не передавать производство частным предпринимателям
- Покрываться потребителем (о затратах)
- Цены, которые могут покрыть затраты

**4. Erläutern Sie folgende Begriffe. Benutzen Sie dabei Ihren aktiven Wortschatz.**

**Muster:** *auf Gewinnerzielung ausgerichtet sein Gewinn als Ziel haben/ zum Ziel haben, Gewinn zu erwirtschaften*

- die Zweckbestimmung der Unternehmen
- die wirtschaftliche Zielsetzung
- das eigene finanzielle Gefüge
- die Schaffung der Leistungen (Sachgüter und Dienstleistungen)

- für die Leistungsdarstellung dienen
- mit dem Verlustrisiko verbunden sein
- die Sicherung des Einkommens für die Mitglieder
- die Erwirtschaftung von Steuern und Gebühren
- die Erfüllung von sozialen und kulturellen Leistungen für Mitglieder
- die Beziehungen zu anderen Subsystemen
- die Umwandlung verschiedener Impuls zu Output
- die Festlegung der Pläne
- das Privateigentum an den Produktionsmitteln
- die produktionswirtschaftliche Seite eines Betriebs

### **5. Beantworten Sie die Fragen zum Text:**

1. Welche Aufgaben haben im Allgemeinen Betriebe zu erfüllen?
2. Nach welchen Merkmalen lassen sich die Wirtschaftseinheiten systematisieren?
3. Wie unterscheiden sich die Betriebe bzw. Unternehmen nach deren Sachziel?
4. Wie lassen sich die Unternehmen nach deren Größe einordnen? Warum ist diese Gliederung wichtig für die Aktivität des Unternehmens?
5. Wie unterscheiden sich die Unternehmen und Betriebe nach ihrem formalziel?
6. Welche Aufgaben erfüllt der Gewinn, nach dessen Erzielung die Unternehmen streben?
7. Welche Zielsetzungen von gemeinwirtschaftlichen Betrieben lassen sich unterscheiden?
8. Erklären Sie den Nutzen solcher Betriebe in der Gesellschaft wie:
  - a) die bedarfsdeckenden Betriebe;
  - b) die kostendeckenden Betriebe;
  - c) die Kosten- und Verlustminimierenden Betriebe.

## **Thema VII. Werbung**

### **Text 1. Werbung**

Unter dem Begriff „Werbung“ versteht man in erster Linie Wirtschaftswerbung, d.h. die Bemühungen einer Unternehmung andere Personen oder Unternehmungen zu beeinflussen mit dem Ziel, eigene Produktion zu verkaufen. Die Werbung ist neben der Preispolitik, Produkt- und Sortimentsgestaltung sowie auch Serviceleistungen ein Instrument der Absatzpolitik und wird heute als das wichtigste absatzpolitische Mittel gesehen. Man muss vom Begriff „Werbung“ folgende ihm nahestehende Begriffe unterscheiden:

- Reklame als Bezeichnung besonders marktschreierischer Werbung;
- Public Relations als Werbung für öffentliches Vertrauen, wobei ein Unternehmen versucht, seinen Ruf in der Öffentlichkeit zu verbessern;

– Propaganda als politische Werbung: Werbung von Parteien, Behörden, Staates usw. Die Hauptaufgabe (Funktionen) der Werbung sind Information, Bedarfsweckung und Verkauf. Im Folgenden wird auf einzelne Funktionen der Werbung ausführlicher eingegangen.

**Information.** Die Werbung soll die Kunden über die Erzeugnisse des Betriebes informieren, d.h. über ihre Eigenschaften und Verwendungsmöglichkeiten. So erklärt ein Hersteller, warum seine Erzeugnisse besser als die herkömmlichen sind, welche Vorzüge sie haben und wozu sie dienen. In der Werbung wird auch mitgeteilt, wo ein Erzeugnis zu kaufen ist (z.B. „jetzt in allen Kaufhäusern“). Informationen, die durch die Werbung den Kunden geliefert werden, können auf bestimmte psychologische Effekte gezielt werden. Das kommt bei den Produkten, deren Verwendungsmöglichkeiten objektiv bekannt sind) z.B. Schokolade, Zahnpasta usw. Solche Produkte müssen nicht erklärt werden. Deswegen treten in solchen Werbeaktionen häufig berühmte Persönlichkeiten auf, mit denen sich weite Kreise der Verbraucher identifizieren, es wird an unbewusste Wünsche appelliert usw. Werbemaßnahmen, die ausschließlich solche „Informationen“ bieten, werden natürlich besonders kritisiert.

**Bedarfsweckung.** Für immer mehr neue Güter werden Käufer gesucht. So wird ein Bedürfnis (z. B. Musik hören) neu präsentiert oder es werden neue Möglichkeiten der Bedürfnisbefriedigung mit dem gegebenen Gut gezeigt (z.B. Musik Stereo oder mit eine CD-Player hören). Für alte Produkte werden neue Verwendungszwecke gesucht, damit der Absatz steigt.

**Verkauf.** Die Werbung ist das Sprachrohr des Marketings, deshalb ist ihre Hauptaufgabe zu verkaufen. Werbung soll einerseits alte Kunden erhalten (Erinnerungswerbung), andererseits neue Kunden dazu gewinnen (Expansionswerbung).

Neben den oben beschriebenen Hauptaufgaben erfüllt die Werbung noch eine Reihe von Nebenaufgaben. Sie schafft **Marktübersicht** und macht das Güterangebot auf dem Markt vergleichbar. Werbung fördert den Absatz und ermöglicht dadurch höhere Produktionsmengen. Das kann zur **Kostensenkung** führen. Werbeaktionen, die mit Preismaßnahmen verbunden sind, können Saison- und Konjunkturschwankungen abmildern (Werbung für verbilligte Kohle für Heizung im Sommer und Werbung für Eiskrem im Winter) und einen gleichmäßigeren Absatz bewirken.

Bevor eine Werbemaßnahme gestaltet wird, müssen die Werbeziele definiert werden. Am häufigsten kommen folgende Werbeziele vor:

- Einführung eines neuen Produktes;
- Beinhaltung des gewärtigen Absatzes;
- Gewinnung neuer Kunden; - Erhöhung des Bekanntheitsgrades einer Marke;
- Neutralisierung der Konkurrenzwerbung.

Nach den Werbezielen richtet sich die Höhe der finanziellen Mittel, die für die Werbung ausgegeben werden, der Werbeetat. In der Praxis handelt man in der Regel umgekehrt: zuerst stellt man fest, was für Werbung ausgegeben werden darf, und

formuliert dann die Ziele. Steht das Werbeetat fest, so sind die Werbeobjekte auszuwählen, für die geworben wird. Wenn das Werbeziel Propagierung eines bestimmten Erzeugnisses war, ist diese Aufgabe bereits gelöst. Es kann aber vorkommen, dass ein Erzeugnis aus einem breiten Sortiment ausgewählt werden soll

Bei der Wahl der Zielgruppe, also der Personen, für die die Werbung bestimmt ist, wird auf folgende Momente geachtet:

- Wer ist der Verwender eines Erzeugnisses, zu welcher soziologischen Gruppe gehört er?

- Welche Erwartungen, Emotionen und Mentalität hat die gegebene Zielgruppe?

- Wird das Erzeugnis von dem Käufer selbst oder von anderen Personen genutzt? (Z-B werden Krawatten von Männern getragen, aber überwiegend von Frauen ausgewählt und gekauft.)

- Gibt es Personen, die die Kaufentscheidung beeinflussen können (z.B. Kinder, Lehrer, Ärzte). Bei vielen Medikamenten entscheidet der Arzt, ob der Patient es einnimmt, die Kinder bitten die Eltern, ihnen eine bestimmte Spielsache zu kaufen usw. Dadurch wird auch der Umsatz beeinflusst.

Die genaue Bestimmung der Zielgruppe ist von großer Wichtigkeit, weil in Entsprechung damit der Werbestil (humoristisch, seriös, jugendlich, repräsentativ usw.) bestimmt wird. Davon hängt auch die Entscheidung über die Werbemittel und Werbeträger ab – die letzteren sollen möglichst viele Personen der Zielgruppe erreichen.

Die wichtigsten **Werbemittel** sind Anzeige, Werbefilm und Werbedia, Plakat, Werbebrief, Drucksachen, Handzettel, Verkaufsverpackung, Prospekt, Katalog, Schaufenster, Kundenzeitschriften, Zugaben.

Werbeträger sind Unternehmen, Personen oder Sachen, die ein Werbemittel zur Zielgruppe transportieren. Diesen Vorgang nennt man **Werbestreuerung**, die Werbeträger deshalb auch **die Streumeditien**. Die wichtigsten **Werbeträger** sind: Zeitungen, Illustrierte, Fachzeitschriften, Rundfunk- und Fernsehanstalten, Anschlagtafeln, Plakatsäulen, Verkehrsmittel, Bundespost, Verteilerunternehmen für Werbebriefe und Prospekte.

### 1. Finden Sie die Definitionen für die Begriffe aus dem Schüttelkasten.

*a) Werbeetat b) Werbeobjekt c) Werbeziele d) Zielgruppe i) Werbemittel  
f) Werbeagentur j) Werbeträger*

1. Sie leiten sich von den Marketingzielen ab. Sie bezeichnen in der Zukunft liegende gewünschte Zustände, die durch Werbemaßnahmen realisiert werden sollen. 2. Ein Unternehmen, das für Produkte anderer Firmen die Werbung macht. 3. Ausgestaltung und Kombination von Kommunikationsmitteln zu einer Werbebotschaft in Form von Anzeigen, Spots, Plakaten etc. 4. Die Geldmenge, die ein Unternehmen für Werbezwecke zur Verfügung stellt. 5. Medium, welches

Informationen beinhaltet und Werbemittel an die Zielgruppen heranträgt. 6. Man bezeichnet damit eine Gruppe vom Menschen mit ähnlichen Eigenschaften, die als Konsumenten des Produkts angesprochen werden sollen. 7. Sachen oder Gegenstände, die beworben werden sollen. Sie können Produkte, Dienstleistungen, Unternehmen, Marken, Beschaffungsgüter oder andere Objekte sein.

## **2. Beantworten Sie die folgenden Fragen.**

1. Was bedeutet der Begriff „Werbung“? 2. Was für ein ökonomisches Instrument ist die Werbung? 3. Welche Funktionen hat Werbung? 4. Worüber soll die Werbung informieren? 5. Wie weckt die Werbung neue und alte Bedürfnisse? 6. Warum ist die Werbung mit dem Marketing verbunden? 7. Welche Nebenaufgaben erfüllt die Werbung? 8. Welche Faktoren bestimmen die Wahl der Zielgruppe für die Werbung? 9. Wodurch unterscheiden sich die Werbeträger und die Werbemittel? 10. Warum wird Werbung häufig kritisiert?

## **Список литературы**

1 **Лытаева, М. А.** Немецкий язык для делового общения. Wirtschaftsdeutsch : durch Theorie und Praxis zum Erfolg: учебник и практикум для академического бакалавриата / М. А. Лытаева, Е. С. Ульянова. – Москва: Юрайт, 2016. – 409 с.

2 **Ковтун, Л. Г.** Немецкий для менеджеров : учебник / Л. Г. Ковтун, Т. Н. Николаева, О. В. Львова. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2011. – 382 с.

3 **Чернышева, Н. Г.** Wirtschaftsdeutsch: Markt, Unternehmenschaft, Handel (Деловой немецкий язык: Рынок, предпринимательство, торговля): учебник / Н. Г. Чернышева, Н. И. Лыгина, Р. С. Музалевская. – Москва: ФОРУМ, 2011. – 352 с.

4 **Овчинникова, О. М.** Немецкий язык профессионально-делового общения: учебное пособие / О. М. Овчинникова. – Томск: Томский политехн. ун-т 2011. – 154 с.

5 **Сущинский, И. И.** Немецкий деловой язык / И. И. Сущинский. – Москва: Филиматис, 2004. – 432 с.