

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЕЛЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМ. И.А. БУНИНА»

ИНСТИТУТ ФИЛОЛОГИИ

Е. В. Карасёва

НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК ДЛЯ МАГИСТРАНТОВ

Учебное пособие

Елец – 2020

УДК 811.112.2

ББК 81.432.4

К 21

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Елецкого государственного университета им. И.А. Бунина
от 28.01.2020 г., протокол №1

Рецензенты:

Е. В. Лукина, преподаватель иностранного языка
(Елецкого техникум железнодорожного транспорта – филиала РГУПС),
Ю. А. Трегубова, кандидат филологических наук, доцент
(Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина)

Е. В. Карасёва

К 21 Немецкий язык для магистрантов: учебное пособие. – Елец:
ФГБОУ ВО «Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина»,
2020. – 83 с.

Представленные в учебном пособии лексические и грамматические темы соответствуют рабочей программе, основанной на ФГОС ВО (3++). Учебное пособие состоит из пяти разделов.

Раздел 1: Основание фирмы. Раздел содержит информацию, связанную с особенностями построения классической фирмы, её функционированием.

Раздел 2: Поиск деловых партнеров. Модуль направлен на получение навыков написания различных деловых писем, в том числе деловой E-Mail переписке.

Раздел 3: Контакты с зарубежными партнерами. В данном разделе отрабатываются навыки делового общения по телефону. Описаны правила коммуникации с деловыми партнерами – представителями разных культур.

Раздел 4: Подбор персонала. Раздел содержит информацию об особенностях приёма на работу. Задания модуля ориентированы на формирование умения писать заявление о приеме на практику, на работу; умения проходить собеседование для получения нужной вакансии. Отрабатывается навык написания автобиографии.

Раздел 5. Участие в бизнес-ярмарке. Данный модуль направлен на получение знаний для подготовки и участия в различных бизнес-ярмарках.

Учебное пособие предназначено для студентов 1 курса по профилю подготовки «магистр» очной и очно-заочной формы обучения.

УДК 811.112.2

ББК 81.432.4

© ФГБОУ ВО «Елецкий государственный
университет им. И.А. Бунина», 2020

MODUL 1. GRÜNDUNG DER FIRMA

1.1 ERSTE KONTAKTE



Wer sind die Leute auf dem Bild?

Wo sind sie?

Was machen sie?

Beschreiben Sie eine Person auf dem Bild!

- Wie heißt die Person?
- Woher kommt sie?
- Wie lange arbeitet sie in der Firma?

AUFGABE 1.

Lesen Sie die Texte über die Personen auf dem Bild. Markieren Sie Namen, Länder/Städte, Berufe und die Position in der Firma.

Ergänzen Sie die Tabelle.

VORNAME	FAMILIENNAME	GEBURTSLAND (-STADT)	POSITION	BERUF

1) Natalia Iwanowa hat in Novosibirsk Wirtschaft studiert und arbeitete dann in einer internationalen Firma in Nowosibirsk. Sie war für die Personalentwicklung verantwortlich. Später hat sie in Tübingen zusätzlich Medienwissenschaft studiert. Heute arbeitet sie als freie Journalistin für deutsche Verlage.

2) Adil Horeiby kommt ursprünglich aus Marokko, studierte Druck- und Medientechnik und war im Verlag als Drucktechnologe tätig. Seit September 2013 ist er als Kundenberater tätig.

3) Julia Linden arbeitet schon lange in der Verlagsbranche. Sie hat in einem globalen Konzern gearbeitet und sich für die Arbeit als Redakteurin spezialisiert. Seit 2009 ist sie für die Redaktionsabteilung in der Caroline Druck & Verlag AG zuständig.

4) Rainer Richter kommt aus einer kleinen Stadt in Thüringen, hat in Leipzig, Paris sowie Madrid studiert und weltweit für verschiedene Verlage gearbeitet. Vor 8 Jahren hat er eine eigene Firma, die Caroline Druck & Verlag AG, gegründet. Er ist Geschäftsführer und leitet auch einige Projekte des Verlags.

5) Carlos Abbenseth kommt aus Brasilien und hat in Hamburg Übersetzung und Marketing studiert. Seit 6 Jahren ist er in der Caroline Druck & Verlag AG in Jena als Vertriebsmitarbeiter tätig. Er ist auch Übersetzer. Musik, Literatur, Kino, Wandern und Schwimmen sind seine Hobbys.

6) Nach vielen Jahren in Berlin und im Ausland lebt Johannes Hoffmann jetzt in Jena und arbeitet als Webmaster für die Caroline Druck & Verlag AG. Früher war er freier Mitarbeiter für unterschiedliche Verlage in Thüringen und als Fortbilder im Bereich digitale Medien tätig.

AUFGABE 2.

Sprechen Sie mit Ihrem Partner über die Leute auf dem Bild. Fragen Sie nach Namen, Herkunftsland, Berufserfahrung, Position in der Firma.

- Wie heißt er?
- Sein Name ist Rainer Richter.
- Woher kommt er?
- Aus Thüringen.
- Und wie lange arbeitet er schon bei der Firma?
- Was macht er in der Firma?
- Er arbeitet als.....

AUFGABE 3.

Stellen Sie sich vor, morgen ist Ihr erster Arbeitstag bei der Firma Caroline Druck & Verlag AG. Notieren Sie mögliche Fragen Ihrer Kolleginnen und Kollegen.

Wie?

Was?

Wo?

Welche Interessen?

W...?

Wie lange?

AUFGABE 4.

Spielen Sie das Gespräch am 1. Arbeitstag!

AUFGABE 5.

Der erste Arbeitstag ist sehr wichtig. Wie verhalten Sie sich in einer deutschen Firma?

Recherchieren Sie im Internet und formulieren Sie Tipps für den ersten Arbeitstag.

www.wissen.de/erfolgreicher-start-den-beruf

www.planet-beruf.de/Premiere-im-Betrieb.15430.0.html

(Sie finden die Information mit einer Suchmaschine und dem Schlüsselwort „der erste Arbeitstag im neuen Job“).

1.2 IN DER FIRMA

Möchten Sie auch eine Firma gründen? Wenn Sie im Unterricht eine Firma simulieren und jeder in dieser Firma eine Position übernimmt, dann spricht man von einer Übungsfirma.

Um Ideen für die eigene Übungsfirma zu bekommen, ist es interessant zu erfahren, wie international erfolgreiche Firmen arbeiten, wie sie strukturiert sind und welche Produkte sie herstellen oder anbieten. Hier lernen Sie international erfolgreiche Firmen, ihre Strukturen und Produkte kennen.

1.4 STRUKTUR EINER FIRMA

Wissen Sie, wie eine Firma organisiert ist?

Eine Firma besteht aus vielen Abteilungen.

AUFGABE 6.

Welche Aufgaben haben die Abteilungen? Ordnen Sie die Definitionen den Abteilungen zu.

VERTRIEB

FORSCHUNG/ENTWICKLUNG

VERWALTUNG

DIREKTION

PERSONALABTEILUNG

BUCHHALTUNG

QUALITÄTSSICHERUNG

ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

VERSAND

KUNDENDIENST

RECHTSABTEILUNG

SEKRETARIAT

PRODUKTION

IT-ABTEILUNG

1. In dieser Abteilung werden die fertigen Produkte eines Unternehmens verkauft. Sie hat Kontakt zu anderen Unternehmen, die ihre Produkte kaufen oder weiterverkaufen möchten.
2. In dieser Abteilung werden neue Produkte entwickelt. Außerdem forschen viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an neuen Produkten oder schauen nach, wie man Produkte noch verbessern kann.
3. In dieser Abteilung werden die Produkte eines Unternehmens hergestellt. Viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten im Schichtdienst.
4. Diese Abteilung kümmert sich um die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in einem Unternehmen. Unter „Karriere“ findet man auf der Homepage die Jobs, die diese Firma anbietet.
5. Diese Abteilung kümmert sich um die Wünsche der Kundinnen und Kunden.
6. Diese Abteilung verschickt die Produkte an die Kundinnen und Kunden.
7. Diese Abteilung ist für die Computer und das Netzwerk verantwortlich.
8. Diese Abteilung leitet ein Unternehmen. Sie trifft Entscheidungen und hat „das letzte Wort“. Der Chef / die Chefin heißt häufig auch „Geschäftsführer / Geschäftsführerin“.
9. Diese Abteilung unterstützt die Geschäftsführung. Viele wichtige Mitarbeiter in einem Unternehmen haben einen Kollegen, der ihnen hilft.
10. Diese Abteilung kümmert sich um das Bild eines Unternehmens in der Öffentlichkeit. Sie schreibt Berichte und Pressemitteilungen, zum Beispiel für Zeitungen.

11. Diese Abteilung kümmert sich um die Rechnungen und zahlt das Gehalt an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.
12. Diese Abteilung ist für die Qualität der Produkte verantwortlich.
13. Diese Abteilung kümmert sich um juristische Fragen.
14. Diese Abteilung ist die Administration eines Unternehmens. Dazu gehören zum Beispiel Buchhaltung und Personalabteilung.

AUFGABE 7.

Wie wird die Arbeit aller Abteilungen in der Firma organisiert? Sehen Sie sich das Organigramm der Firma an und lesen Sie den Text dazu. Füllen Sie die Lücken aus.



Bei der Firma Rohrbach GmbH gibt es eine Geschäftsführung, die _____ und vier Hauptbereiche: Produktion, _____, Öffentlichkeitsarbeit und _____.

Der Bereich _____ umfasst Forschung und _____, zum Bereich Verwaltung gehören _____, und _____. Der Bereich Vertrieb besteht aus _____ und _____. Die Bereiche Sekretariat und Rechtsabteilung unterstehen direkt der Geschäftsführung.

AUFGABE 8.

Welche Funktionen haben diese Abteilungen?

Stellen und beantworten Sie Fragen zu Funktionen der Abteilungen der Firma Rohrbach.

Welche Abteilung...

1. beobachtet den Markt und den Wettbewerb?
2. schickt den Kunden Rechnungen?
3. ist verantwortlich für die Planung, Einrichtung und Betreuung der IT-Systeme?

4. entscheidet über die Marketing-Strategie?
5. nimmt Rohmaterialien an, prüft und lagert sie?
6. versorgt die Kunden mit Ersatzteilen?
7. ist für die Fertigungsplanung und –steuerung verantwortlich?
8. ist für die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter verantwortlich?
9. bearbeitet schriftliche und telefonische Aufträge?
10. verwaltet das Qualitätssicherungssystem im Gesamtbetrieb?

1.5 ÜBUNGSFIRMA GRÜNDEN

Projektaufgabe

Jetzt haben Sie viele Informationen über Firmen, ihre Produkte und ihre Strukturen. Jetzt können Sie damit starten, eine eigene Firma zu gründen.

Überlegen Sie:

In welcher Branche möchten Sie aktiv sein?

Welches innovative Produkt stellen Sie her oder welche Dienstleistung bieten Sie an?

Welche Abteilungen braucht Ihre Firma?

Wer hat welche Position in Ihrer Firma?

Finden Sie dann einen Namen für Ihre Firma und entwickeln Sie ein Logo!

AUFGABE 9.

Machen Sie ein Plakat und präsentieren Sie Ihre Firma.

Name der Firma:

Logo:

Branche:

Produkt/Dienstleistung:

Hauptsitz:

Mitarbeiter:

Abteilungen:

Präsentieren Sie Ihre Firma, benutzen Sie dabei die Bausteine unten.
Bausteine: Firmenpräsentation.

EINLEITUNG

Guten Morgen/Tag, meine Damen und Herren.

Herzlich willkommen in unserer Zentrale hier in [Hamburg].

Im Namen von ... möchte ich Sie hier im Hauptsitz herzlich begrüßen.

Vor der Betriebsbesichtigung möchte ich Ihnen die Firma vorstellen.

Zuerst möchte ich Ihnen kurz über die Firma [XXX] erzählen.

ZUM SCHLUSS

Das war also ein kurzer Überblick über unsere Firma. / Soweit der Überblick.

UM FRAGEN BITTEN

Möchte jemand Fragen stellen?

Hat jemand (weitere) Fragen (dazu)?

AUFGABE 10.

Jeder hat eine andere Position in der Firma.

Machen Sie für sich selbst eine Visitenkarte und stellen Sie sich damit Ihren „Geschäftspartnern“ vor.

PETER MUSTERMANN

Position LOGO

Firmenname

Firmenadresse

Telefon _____

Telefax _____

E-Mail _____

AUFGABE 11.

Zeichnen Sie das Organigramm Ihrer Firma.

Erklären Sie, was die verschiedenen Abteilungen machen und beantworten Sie die Fragen Ihrer Besucher.

Bausteine: Betriebsbesichtigung

Gastgeber:

- Hier/Das ist der Empfang/die Einkaufsabteilung/das Büro [des Chefs].
- Hier nebenan/Daneben/Gegenüber ist der Einkauf/die Buchhaltung/das Konferenzzimmer.
- Hier/Dort (rechts/links) sehen Sie den Sekretariat/die Küche/das Konstruktionsbüro.
- Jetzt gehen wir rechts/links/durch diese Tür in die Produktionshalle.

Besucher:

- Das ist (aber) schön/nett/imposant/beeindruckend/modern/interessant.
- Was für eine Abteilung/ein Zimmer/ein Gebäude ist das?
- Was macht man hier/dort?

Gastgeber:

- So, das wäre dann alles. Gehen wir zurück in das Verwaltungsgebäude/mein Büro.

1.6 SELBSTEINSCHÄTZUNG

QUIZ

1. In welcher Branche wird Aspirin produziert?

- A Lebensmittelbranche
- B Automobilbau
- C Pharmaindustrie

2. Wo hat Bosch seinen Sitz?

- A Stuttgart
- B Bonn
- C Hamburg

3. Welche deutsche Exportware steht auf Platz 3?

- A Chemische Erzeugnisse
- B Maschinenprodukte
- C Elektrogeräte

4. Nestlé ist ein Unternehmen aus...

- A Italien.
- B Österreich.
- C der Schweiz.

5. Aus welchem Land kommt Heinz-Ketchup?

- A Deutschland
- B USA
- C Schweiz

6. Was für eine Firma ist Aldi?

- A Speditionsfirma
- B Supermarktkette
- C Kaufhaus

7. In welchem Bereich ist die Firma Deutsche Shell aktiv?

- A Chemische Industrie
- B Pharmaindustrie
- C Automobilbau

8. „Hier geht es um die Kontenführung“. Welche Abteilung ist das?

A Konstruktionsbüro

B Geschäftsführung

C Buchhaltung

9. Wo werden die Produkte hergestellt?

A Lager

B Produktionshalle

C Empfang

10. Was bedeutet TOP?

A Tagesordnungspunkt

B Hauptthema

C Team, Ordnung, Pünktlichkeit

LERNWORTSCHATZ

der / die Angestellte / -n

der Auftrag / -träge

die Ausbildung / -en

der Betrieb / -e

die Börse / -n

die Branche / -n

der Export, -e

die Firma / -en

der Firmensitz / -e

der Firmenstandort / -e

das Gerät / -e

der Geschäftsführer / -

die Geschäftsführerin / -nen

der Handel / -

der Handwerker / -

die Handwerkerin / -nen

die Industrie / -n

der Industriezweig / -e

die Konkurrenz

das Konstruktionsbüro, -s

der Konzern, -e

die Leitung / -en

die Marke / -n

das Markenzeichen / -

die Messe / -n

die Niederlassung / -en
das Patent / -e
die Produktion / -en
die Schwerpunktregion / -en
der Stundenlohn / -löhne
das Unternehmen / -
die Ware / -n
die Werkstatt / -stätten
(jemanden) beschäftigen
bestellen
entwickeln
gründen
handeln mit
produzieren / herstellen
übernehmen
sich verschulden

MODUL 2. KOMMUNIKATION MIT GESCHÄFTSPARTNER

2.1. Struktur eines Geschäftsbriefes

Ihre Firma wächst und Sie möchten Ihre Waren oder Dienstleistungen verkaufen. Dafür sind Kontakte mit anderen Firmen notwendig. Briefe und E-Mails sind wichtig, um geschäftliche Kontakte zu knüpfen.

AUFGABE 1.

Wie schreibt man einen Geschäftsbrief? Was denken Sie? Was ist anders als bei einem Privatbrief?

Privatbrief	Geschäftsbrief
keine feste Gliederung	
informell	
in der Du-Form	
...	

AUFGABE 2.

Ein Geschäftsbrief ist ein formeller Brief und hat bestimmte Bausteine. Ordnen Sie die Fragen/Erläuterungen den Bestandteilen eines Briefes zu.

Anrede	Warum schreiben Sie den Brief? Was ist der Inhalt?
Anlage	Zeile mit Adresse des Unternehmens und der Bankverbindung
Betreff	Wer schreibt den Brief?
Absender	Was ist das Thema?
Brieftext	Wer bekommt den Brief?
Empfänger	Abschließender Satz des Briefes
Briefschluss	Teil des Briefes mit dem Namen und vielleicht dem Logo des Unternehmens
Briefkopf	Was schicken Sie noch mit einem Brief mit?
Fußzeile	Vorname, Familienname, Firma, Position usw.

AUFGABE 3.

Ihre Firma hat Angebot von der Training Zentrum GmbH erhalten. Finden Sie die Bausteine des Geschäftsbriefes. Schreiben Sie die Begriffe an den Rand des Briefes.

Anrede, Anlage, Betreff, Absender, Datum, Brieftext, Empfänger, Briefabschluss, Briefkopf, Grußformel, Unterschrift.

TRAINING ZENTRUM GMBH

Training Zentrum GmbH
Bonner Str. 12
14197 Berlin

Übungsfirma
Übungsstraße 1
123456 Übungsstadt
Russland

24.09.2015

Einladung zum Seminar

Sehr geehrte Damen und Herren,

die TRAINING ZENTRUM GmbH ist ein professioneller Partner, der langjährige Erfahrung und Expertenwissen auf höchstem Niveau hat. Wir sind spezialisiert auf die Weiterbildung des Personals.

Heute bieten wir Ihnen das Seminar „Moderne Korrespondenz“ an. In diesem praktischen Seminar geht es um Ideen, Anleitungen, Tipps und Formulierungshilfen für lebendige, verständliche Geschäftsbriefe und E-Mails. Sie lernen, wie Sie Ihre Briefe klar, präzise und verständlich formulieren und unnötige Fehler vermeiden.

Termin: 24.04., 9:00 – 17:00 Uhr

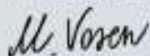
Trainerin: Dipl.-Pädagogin Anja Klein

Teilnehmerkreis: Mitarbeiter/innen, die oft Geschäftsbriefe schreiben sowie Auszubildende

Preis: 400 Euro inkl. Mittagessen, Tagungsgetränke und Seminarunterlagen

Bitte melden Sie sich bis zum 5.04. per E-Mail zum Seminar an.

Mit freundlichen Grüßen



Martin Vosen

Kundenservice

Anlage Anmeldeformular

AUFGABE 4.

Sie wollen dieses Seminar besuchen. Lesen Sie den Brief noch einmal. Welche Informationen zum Seminar fehlen Ihnen? Was möchten Sie die Organisatoren noch fragen? Überlegen Sie 2-3 Fragen, die Sie der Trainingsfirma stellen wollen und notieren Sie hier.

2.2 Workshop “Moderne E-Mail-Korrespondenz”.

Ihre firma nimmt am Workshop “Moderne E-Mail-Korrespondenz” teil. Hier lernen Sie, wie man geschäftliche E-Mails richtig schreibt.

AUFGABE 5.

Ihre Firma will mehr über das Trainingsangebot erfahren und einen Brief an die Training Zentrum GmbH schreiben. Das erste, was Sie brauchen, ist ein Briefbogen mit dem Briefkopf Ihrer Firma, das individuelle Geschäftspapier. Entwerfen Sie gemeinsam in der Gruppe Ihren Briefbogen mit allen Angaben.

Das muss auch unbedingt sein:

- Name des Unternehmens
- Postalische Adresse
- Telefonnummer
- E-Mail
- Homepage-Adresse
- Bankverbindung

AUFGABE 6.

Schreiben Sie nun auf dem Briefbogen Ihrer Firma die Antwort an die TRAINING ZENTRUM GmbH:

- danken Sie für die Einladung,
- bestätigen Sie Ihre Teilnahme am Seminar
- und stellen Sie Ihre Fragen aus der Aufgabe 4.

Achten Sie darauf, dass der Brief alle notwendigen Elemente enthält.

1.2 WORKSHOP „MODERNE E-MAIL-KORRESPONDENZ“

Ihre Firma nimmt am Workshop „Moderne E-Mail-Korrespondenz“ teil. Hier lernen Sie, wie man geschäftliche E-Mails richtig schreibt.

AUFGABE 7.

Die Korrespondenz per E-Mail ist heutzutage sehr gebräuchlich. Hier finden Sie, was man dabei beachten sollte.

7 TIPPS FÜR DIE KORREKTE E-MAIL-KORRESPONDENZ

B Machen Sie nicht alle Empfängernamen sichtbar.

F Benutzen Sie keine Smileys in Business-E-Mails.

A Beantworten Sie die E-Mail schnell.

D Fassen Sie sich kurz und formulieren Sie verständlich.

E Schreiben Sie nicht alles klein.

C Formulieren Sie eine aussagekräftige Betreffzeile.

G Die Signatur ist ein Muss.

Finden Sie zu jedem Tipp die passende Erklärung.

A B C D E F G

ERKLÄRUNG 1:

Wie viele E-Mails erhalten Sie am Tag? 20, 30? Manche Leute bekommen über 100 E-Mails. Da muss der Betreff aussagekräftig sein, sonst wandert die E-Mail ungelesen in den Papierkorb. Größter Fehler: E-Mail hat gar keinen Betreff.

ERKLÄRUNG 2:

Reden Sie nicht drum herum und kommen Sie zum Punkt. Füllwörter, endlos lange Sätze haben in Ihren E-Mails nichts zu suchen. Sie schreiben E-Mails, weil es schnell gehen soll. Genauso schnell sollte der Empfänger Ihre Nachricht lesen können.

ERKLÄRUNG 3:

Immer mal wieder findet man E-Mails, in denen alles klein geschrieben ist. Die deutsche Sprache unterscheidet zwischen Groß- und Kleinschreibung. Und die Regeln dafür gelten auch für E-Mails. Also schreiben Sie nach den Regeln der neuen deutschen Rechtschreibung. Mit der Taste F7 schalten Sie die Rechtschreibprüfung ein.

ERKLÄRUNG 4:

Was für private E-Mails gilt, gilt noch lange nicht für Geschäfts-E-Mails. Sie können Smileys in Ihren privaten E-Mails verwenden. Aber bitte verzichten Sie darauf in geschäftlichen E-Mails. Smileys haben hier nichts zu suchen.

ERKLÄRUNG 5:

Wenn Sie eine E-Mail an mehrere Empfänger versenden und nicht möchten, dass jeder sehen kann wer die E-Mail noch erhalten hat, achten Sie darauf, dass nicht alle E-Mail-Adressen zu sehen sind. Das bedeutet, dass die Adressen weder im Feld „An“ noch im Feld „cc“ auftauchen dürfen. Packen Sie alle Adressen in „Bcc“ (Blind Carbon Copy). Beachten Sie: Die Funktion „Antwort an alle“ klappt nur, wenn alle Empfänger sichtbar sind.

ERKLÄRUNG 6:

Zu einer E-Mail gehört, dass Sie an deren Ende Ihre vollständigen Kontaktdaten nennen: Name, Position, Firmenname, Adresse, Telefonnummer, Faxnummer, Homepage. In die Signatur gehören zum Beispiel Handelsregister-Nummer und Name des Geschäftsführers.

ERKLÄRUNG 7:

Wer sich für die E-Mail-Kommunikation entschieden hat, rechnet mit einer schnellen Antwort. Deshalb gilt: Versuchen Sie immer, innerhalb von 24 Stunden zu reagieren, zumindest mit einer kurzen Nachricht, dass Sie bald antworten.

Wie viele E-Mails erhalten Sie am Tag? 20, 30? Das geht noch. Einige erhalten über 100 E-Mails. Die zu lesen und zu bearbeiten, ist richtig Arbeit. Die können Sie dem Empfänger erleichtern und gleichzeitig für eine schnelle Bearbeitung Ihres Anliegens sorgen.

11 wichtige Tipps für die E-Mail-Korrespondenz

Tipp 1: Formulieren Sie eine aussagekräftige Betreffzeile

Der Betreff muss aussagekräftig sein, sonst besteht die Gefahr, dass die E-Mail ungelesen in den Papierkorb wandert.

Größter Fauxpas: Ihre E-Mail hat gar keinen Betreff. Passen Sie den Betreff an, wenn sich Inhalte verändern oder neue dazukommen. So wird aus dem Betreff "Terminvorschläge" beispielsweise dann "Terminbestätigung 10. November 20..".

Tipp 2: Fassen Sie sich kurz und formulieren Sie verständlich

Reden Sie nicht drum herum und kommen Sie zum Punkt. Füllwörter, endlos lange Sätze und Floskeln haben in Ihren E-Mails nichts zu suchen. Sie schreiben E-Mails, weil es schnell gehen soll. Genauso schnell sollte der Empfänger Ihre Nachricht lesen können.

Tipp 3: Keine "Bleiwüste"

Auch für E-Mails gilt, dass sie übersichtlich gestaltet sein sollten. Machen Sie circa alle fünf Zeilen eine Absatzschaltung. Damit erleichtern Sie dem Empfänger das Lesen.

Tipp 4: Nicht alles kleinschreiben

Immer mal wieder tauchen E-Mails auf, in denen alles kleingeschrieben ist. Abgesehen davon, dass ein solcher Text schwer zu lesen ist: Die deutsche Sprache unterscheidet zwischen Groß- und Kleinschreibung. Und die Regeln dafür werden mit einer E-Mail nicht ungültig. Mit der Taste F7 schalten Sie unter Outlook die Rechtschreibprüfung ein.

Tipp 5: Keine Smileys in Business-E-Mails

Was für private E-Mails gilt, gilt noch lange nicht für Geschäfts- E-Mails. Smileys sind ein Gag und haben deshalb nichts in den Business-E-Mails zu suchen.

Tipp 6: Nicht alle Empfängernamen sichtbar machen

Wenn Sie eine E-Mail an mehrere Empfänger versenden, achten Sie darauf, dass nicht alle E-Mail-Adressen zu sehen sind, wenn der Verteiler nicht allen Empfängern bekannt sein soll.

Das bedeutet, dass die Adressen weder im Feld "An" noch im Feld "cc" auftauchen dürfen. Packen Sie alle Adressen in "Bcc" (Blind Carbon Copy), dann kann niemand sehen, wer die E-Mail noch alles erhalten hat. Ihre eigene E-Mail-Adresse tragen Sie in "An" ein.

Beachten Sie bitte, dass die Funktion "Antwort an alle" die Antwort nur an die sichtbaren Empfänger sendet.

Tipp 7: Die Signatur ist ein Muss

Zu einer Geschäfts-E-Mail gehört, dass Sie an deren Ende Ihre vollständigen Kontaktdaten nennen: Name, Position, Firmenname, Adresse, Telefonnummer, Faxnummer, Homepage.

Um rechtlich immer auf Nummer sicher zu gehen, gehören die Pflichtangaben, wie Sie sie von normalen Geschäftsbriefen kennen, mit in die Signatur, zum Beispiel Handelsregister-Nummer und Name des Geschäftsführers.

Tipp 8: Reagieren Sie schnell

Wer sich für die Kommunikation per E-Mail entschieden hat, rechnet mit einer schnellen Antwort.

Deshalb gilt: Versuchen Sie immer, innerhalb von 24 Stunden zu reagieren, zumindest mit einem kurzen Zwischenbescheid, dass Sie sich um die Angelegenheit kümmern.

Tipp 9: Keine Inflation der Prioritäten

In Outlook haben Sie die Möglichkeit, ein Ausrufezeichen mit Ihrer E-Mail zu verschicken. Sie signalisieren damit dem Empfänger, dass es sich um eine besonders dringende Nachricht handelt. Wenn dem nicht so ist, setzen Sie bitte kein Ausrufezeichen. Verwenden Sie das Ausrufezeichen nur für dringende E-Mails.

Tipp 10: Verwenden Sie die Funktion "Lesebestätigung anfordern" nur in besonderen Fällen

Wenn Sie diese Funktion für jede E-Mail automatisch eingestellt haben, wird der Empfänger die Frage, ob eine Bestätigung gesendet werden soll, immer nur genervt ablehnen. Dann erhalten Sie auch keine Bestätigung, wenn es einmal wichtig gewesen wäre.

Tipp 11: Für E-Mails gilt derselbe Qualitätsanspruch wie für Briefe

Nur weil eine E-Mail den Empfänger schneller erreicht als ein Brief, heißt das nicht, dass Sie auch bei der Erstellung des Schreibens schneller und damit weniger sorgfältig sein sollen. Beachten Sie auch bei E-Mails alle Regeln, die für jeden Geschäftsbrief gelten.

AUFGABE 8

Gut oder schlecht?

Lesen Sie die folgenden E-Mails und entscheiden Sie, ob diese in Ordnung sind oder nicht. Begründen Sie Ihre Entscheidung.

E-MAIL 1

Sehr geehrter Herr Rebel,
anbei schicke ich Ihnen, wie wir es am Freitag besprochen hatten, die Preisliste für unsere aktuellen Sondermodelle. Ich hoffe,
Sie finden etwas Passendes!
Mit freundlichen Grüßen
Gandolf Itzig

E-MAIL 2

sehr geehrte damen und herren,
wir laden sie herzlich zu unserer vollversammlung am 23.5. in unser vereinslokal in der kreiestraße 12 ein! bitte vergessen sie nicht, die gesammelten belege mitzubringen, damit die spesenabrechnung erfolgen kann. im anschluss an die versammlung findet unser inzwischen traditionelles grillfest statt.
mit freundlichen grüßen
robert melk
(1. vorsitzender)

E-MAIL 3

Hallo Herr Rebel, im Anhang finden Sie die Preisliste für unsere aktuellen Sondermodelle. Ich hoffe, Sie finden etwas Passendes!
Beste Grüße
Gandolf Itzig

AUFGABE 9.

Ordnen Sie den Anrede- und Schlussformeln die Kommentare zu. Zu einem Kommentar sind mehrere Formeln möglich.
Tragen Sie die Buchstaben in die Tabelle ein.

A MIT FREUNDLICHEN GRÜSSEN

B HOCHACHTUNGSVOLL

C FREUNDLICHE GRÜSSE AUS KÖLN

H SEHR GEEHRTER HERR MÜLLER

D SGH (ABKÜRZUNG FÜR „SEHR GEEHRTER HERR“)

I MFG (ABKÜRZUNG FÜR „MIT FREUNDLICHEN GRÜSSEN“)

K ICH WÜNSCHE IHNEN EINEN GUTEN START IN DIE WOCHE
E GUTEN TAG, HERR MÜLLER
F LIEBER HERR MÜLLER
G LIEBE GRÜSSE
J TSCHÜSS

- passt gut, wenn man den Empfänger noch nicht kennt.
- ist konservativ und veraltet, wird aber bei Schreiben an hohe Amtsträger durchaus noch verwendet.
- nicht für geschäftliche Korrespondenz.
- bei Geschäftspartnern, die man nicht kennt oder nicht gut kennt, könnte diese Anrede zu intim sein.
- (erst) zu empfehlen, wenn man den Geschäftspartner kennt.
- sehr formell, bei Geschäftspartnern, die man schon kennt, könnte es etwas zu distanziert klingen.
- alternative Formulierung
- vertraut

AUFGABE 10.

Kleine Fehler passieren in der Korrespondenz immer wieder. Mit dieser Aufgabe trainieren Sie Ihre Aufmerksamkeit.

In der folgenden Umzugsmitteilung sind fünf klassische Fehler.

Finden Sie diese Fehler. Achten Sie bei Ihrer Suche neben den formalen Fehlern auch auf stilistische Formulierungen.

Umzug der Odinger GmbH & Co.KG,

Sehr geehrte Frau Christa Müller!

Wir freuen uns, Ihnen mitteilen zu können, daß die Abteilung International Transportation der Niederlassung Schönbrunn der Odinger KG in der KW 42 in eine neue, moderne Logistikanlage in München ziehen wird. Mit den neuen Räumlichkeiten verfügt die Odinger KG dann im und um den Raum München über Kapazitäten, die sämtliche Kundenanforderungen erfüllen.

Ab 01.04. können Sie uns wie folgt erreichen:

Adresse: Weinheimerstr. 11, 80111 München

Telefon: 089 2255880

Email-Adresse: info@odinger.de

Mit freundlichen Grüßen

Odinger GmbH & Co.KG

Ernst Odinger

Logistikleiter

AUFGABE 11.

Wichtig ist, dass die Mail eine aussagekräftige Betreffzeile hat, damit sie nicht als Spam aussortiert wird.

Formulieren Sie den Betreff zu den folgenden Briefen.

E-MAIL 1

Neue Nachricht

An:

Betreff:

Sehr geehrte Frau Stern,

vielen Dank für Ihr Angebot. Leider müssen wir Ihnen mitteilen, dass wir uns doch für einen anderen Anbieter entschieden haben.

Wir bitten um Verständnis.

Mit freundlichen Grüßen

Sabine Keller

SENDEN

E-MAIL 2

Neue Nachricht

An:

Betreff:

Sehr geehrter Herr Antonow,

vielen Dank für Ihr Interesse an unserem Angebot.

In der Anlage übersenden wir Ihnen die gewünschten Prospekte und Preislisten.

Über Ihren Auftrag würden wir uns freuen.

Mit freundlichen Grüßen

Sandra Bärman

SENDEN

E-MAIL 3

Neue Nachricht

An:

Betreff:

Liebe Kollegen,

leider ist unser Kopierer schon wieder kaputt und wir brauchen Eure Hilfe.

Könntet Ihr bitte bald kommen oder einen Techniker schicken?

Herzliche Grüße

Helena Klein

SENDEN

E-MAIL 4

Neue Nachricht

An:

Betreff:

Liebe Frau Moser,

Herr Müller kommt am Mittwoch nach Köln und bleibt bis Freitag. Würden Sie bitte ein Zimmer (Einzelzimmer mit Frühstück) im Hotel König für ihn buchen? Herr Müller kommt am Abend um 20.00 Uhr an.

Vielen Dank.

Viele Grüße

Eva Scholl

SENDEN

AUFGABE 12.

Hoffentlich sind Sie jetzt fit in Sachen E-Mail-Korrespondenz. Schreiben Sie eine E-Mail an eine andere Abteilung Ihrer Firma.

- Überlegen Sie in der Gruppe, aus welchen Anlässen (mit welchen Zielen) die Mitarbeiter einander schreiben? Hier sind

zwei Beispiele. Notieren Sie weitere Beispiele.

Der Geschäftsführer lädt einen Mitarbeiter zu einer Besprechung ein.

Die Buchhalterin bittet den Personalchef einen neuen Mitarbeiter für ihre Abteilung zu finden.

- Entscheiden Sie, wer an wen einen Brief schreibt.

- Tauschen Sie Ihre realen E-Mail-Adressen aus. Achten Sie unbedingt darauf, dass Ihre eigene E-Mail-Adresse seriös klingt. Wer nimmt schließlich eine Bewerbung von „kuku25“ oder „rambo“ ernst? Richten Sie sich im Zweifelsfall lieber eine zweite Adresse ein.

- Formulieren Sie den Brief und schicken Sie ihn an den ausgewählten Mitarbeiter Ihrer Firma. Beachten Sie bitte:

E-Mails an Kolleginnen und Kollegen sind nicht so formell, wie die an externe Kundinnen und Kunden.

- Beantworten Sie die E-Mail.

1.3 WERBEBRIEF

AUFGABE 13.

a) Sehen Sie sich den Werbefilm ohne Ton an. Was könnten die Personen sagen? Erfinden Sie einen passenden Text / passende Dialoge für diesen Werbefilm (<http://www.youtube.com/watch?v=2jcc0qHx3w1>).

- 1) Wer spricht?
- 2) Was sagt die Person?

b) Verteilen Sie die Rollen in Ihrem Team

Person 1	Person 2	Person 3
Person 4	Person 5	Person 6

c) Spielen Sie jetzt den Film noch einmal ohne Ton ab und merken Sie sich, wann Sie an der Reihe sind. Der Text muss synchron zu den Bildern passen. Üben Sie Ihre Texte gemeinsam, bis es klappt. Dann zeigen Sie den Film und sprechen Sie synchron Ihren Dialog dazu.

AUFGABE 14.

Schreiben Sie nun einen Werbebrief zum Produkt/ zur Dienstleistung Ihrer Firma und schicken Sie ihn an die Partnerfirma. Beachten Sie die Spezifik Ihrer Partnerfirma: die Werbung soll für Ihre /Kunden interessant sein. Folgendes Muster hilft Ihnen dabei.

Sehr geehrte/r

wir sind ... /bieten an und möchten Ihnen heute ein besonderes Angebot machen. Unsere Leistungen/Produkte sind für Sie sicher interessant.

Hier folgt eine kurze Beschreibung Ihres Produktes. Nennen Sie 1-2 Besonderheiten.

Schauen Sie doch einfach mal auf unsere Internetseite „XXX“ und informieren Sie sich über unseren Betrieb

oder rufen Sie uns an, wir geben Ihnen gerne weitere Informationen.

Wir würden uns freuen Ihr Interesse geweckt zu haben und hören gerne wieder von Ihnen.

Mit freundlichen Grüßen

Ihr Name

Vergessen Sie auf keinen Fall ein PS, denn das lesen die Empfänger meistens.

PS Anbei finden Sie unsere Visitenkarte, dann haben Sie unsere Kontaktdaten.

Sie können auch folgende Redemittel gebrauchen:

Liebe ...— Interessenten / Sehr geehrte Damen und Herren,

Sie erhalten heute unsere aktuelle Preisliste / Sonderliste / unseren aktuellen Katalog 20... .

Die neuen Produkte ... könnten für Sie von besonderem Interesse sein!

Wir garantieren Ihnen beste Preise zur Einführung unserer neuen Serie von ...
— Produkten

Werfen Sie einen Blick in die neue Broschüre und fordern Sie weiteres Informationsmaterial an.

1.4 KOMMUNIKATION ZWISCHEN DEN FIRMEN

AUFGABE 15.

Der erste Schritt in einer geschäftlichen Korrespondenz ist meist die Anfrage. Dabei werden Informationsmaterial und Unterlagen angefordert, zum Beispiel Kataloge, Prospekte, Preislisten, Referenzen oder man bittet um ein konkretes Angebot für ein Produkt oder eine Dienstleistung.

Schreiben Sie die Wörterschlange in einen Geschäftsbrief um.

kubusdiespielschmiedegmbhbonusweg812345spielstadtmediamaxgmbhmondstraße723456modellstadtanfragemultimediacpcsehrgeehrte damenundherrenwirsind einerderführendenherstellervoncomputerspielenundspielesoftware. natürlichmüssenauchunserepcsaufdemneuestenstandseindeshalbwendenwirunsansieihremultimedialösungeninteressierenunsihraktuellesangebotdersuperschnelle gameproducer3000iistwiefürunggemachtbitteteilensieunsmitwaslieferungundinstallierungdesgerätesvorortkostetsolltensiefragenhabenwirdihnenfrausentreter diese gerne beantworten wir freuen uns auf ihr schnelles angebot bis zum 12 april 2013 mit freundlichen grüßen kubusdiespieleschmiedegmbhjonasjokermarketing

KUBUS die Spielschmiede GmbH,
Bonusweg 8, 12345
Spielstadt
Mediamax GmbH

wir sind einer der führenden _____

Jonas Joker
Marketing

Teamsitzung

Besprechen Sie die folgende Frage:

TOP 1: Eine Anfrage an die Partnerfirma schreiben

- Welche Produkte/Dienstleistungen, die Ihre Partnerfirmen vorschlagen, braucht Ihre Firma?

AUFGABE 16.

Formulieren Sie eine Anfrage an Ihre Partnerfirma.

Folgende Bausteine und Redewendungen helfen Ihnen:

1) Sie teilen mit, woher Sie die Adresse des Verkäufers kennen und warum Sie sich gerade an ihn wenden:

Ihre Adresse teilte uns die Industrie-und Handelskammer (IHK) mit.

Wir haben Ihre Adresse durch die IHK bekommen.

Wir wenden uns an Sie auf Empfehlung der Firma XY.

Wir haben über Sie auf der ... Messe erfahren.

2) Sie beschreiben die Ware, für die Sie sich interessieren:

Wir interessieren uns für Ihre ...

Wir sind interessiert an Ihren ...

Wir brauchen dringend ...

Wir suchen einen Lieferanten für ...

3) Sie fragen nach dem Angebot und Informationsmaterial:

Machen Sie uns bitte ein ausführliches Angebot für ...

Wir brauchen auch ausführliche Angaben über Ihre Verkaufs-, Liefer- und Zahlungsbedingungen.

Unter / zu welchen Bedingungen könnten Sie uns Ihr Produkt liefern?

Legen Sie dem Angebot bitte Preislisten, Prospekte, Kataloge, Muster bei.

Bereits jetzt danken wir Ihnen für Ihr Angebot / Ihre Bemühungen.

SELBSTEINSCHÄTZUNG

QUIZ

1. Wie heißt der Teil des Briefes mit dem Namen und dem Logo des Unternehmens?

A Betreff

B Anlage

C Briefkopf

2. Was darf man in geschäftlichen E-Mails tun?

A Informationen kurz formulieren

B Smileys benutzen

C keine Betreffzeile formulieren

3. In welchem Brief fragt ein Unternehmen nach Katalogen, Prospekten und Preislisten?

A Angebot

B Werbebrief

C Anfrage

4. Welche Schlussformel ist passend für Geschäftsbriefe?
A Freundliche Grüße aus Moskau
B MfG
C Hochachtungsvoll
5. Was gehört nicht zum Briefkopf?
A Name des Unternehmens
B Unterschrift des Direktors
C postalische Adresse
6. Aus welchem Brief ist dieser Satz: „Wir brauchen Informationen über Ihre Lieferbedingungen“?
A Werbebrief
B Anfrage
C Angebot
7. Welche der E-Mail-Adressen passt in den geschäftlichen Briefverkehr?
A jamesbond007@mail.ru
B sashka_milashka@bk.ru
C elena.pahmutova@gmail.com
8. Wie schnell sollte man auf eine E-Mail antworten?
A nicht später als in 24 Stunden
B sofort
C in 2 Tagen
9. Was muss man in geschäftlichen Briefen vermeiden?
A lange Sätze
B Groß- und Kleinschreibung
C Anlagen
10. Welche Formel ist sehr formell und klingt distanziert bei bekannten Geschäftspartnern?
A Ich wünsche Ihnen ein schönes Wochenende
B Hochachtungsvoll
C Mit freundlichen Grüßen

LERNWORTSCHATZ

der Absender / -
die Anlage / -n
das Anmeldeformular / -e

die Anrede / - n
der Betreff / - s
der Briefkopf / - köpfe
der Briefverkehr
die Dienstleistung / - en
die Gliederung / - en
der Empfänger / -
die Fußzeile / - en
der Geschäftsbrief / -e
der Lieferant / -en
die Lieferbedingung / - en
das Muster / -
die Signatur / - en
die Umzugsmitteilung / -en
die Unterschrift / -en
die Weiterbildung / -en
die Werbeanzeige / -en
die Zahlungsbedingung /-en
bezahlen
einrichten, sich (eine E-Mail-Adresse)
empfehlen
entscheiden, sich
erhalten
bestätigen
liefern
vermeiden
verschicken
verzichten auf Akk.
wenden, sich an Akk.
aussagekräftig
bereits
dringend
präzise
sichtbar
vertraut

MODUL 3. KONTAKTE MIT PARTNERN IM AUSLAND KNÜPFEN UND AUSBAUEN

3.1 TELEFONGESPRÄCHE

Anna Saas, eine Auszubildende aus Nassau (Hessen), möchte bei Ihrer Firma ein Praktikum machen.

AUFGABE 1.

Anna Saas hat Ihnen eine E-Mail geschrieben, hier ist ein Auszug:

... mein Praktikum startet schon in zwei Wochen. Ich habe noch einige Fragen an Sie. Könnten wir in den nächsten Tagen telefonieren...

Bereiten Sie sich auf ein Telefongespräch mit Anna vor. Im Vergleich zu einem „direkten“ Gespräch hat ein Telefongespräch einige Besonderheiten. Lesen Sie die Besonderheiten eines Telefongesprächs und die Tipps. Bei welcher Besonderheit von Telefonaten hilft der Tipp?

Besonderheiten von Telefonaten

1. Telefongespräche gibt es oft zwischen Menschen, die sich (persönlich) nicht kennen und der Name ist das einzige Mittel, um die Gesprächspartner zu identifizieren.
2. Es gibt häufig akustische Probleme beim Telefonieren.
3. Das Telefonieren kostet Geld.
4. Wir können unsere Sympathie und Freundlichkeit mit nonverbalen Mitteln (z. B. Lächeln) nicht zeigen.
5. Da wir beim Telefongespräch unsere Kommunikationspartner nicht sehen können, kann Schweigen den Gesprächspartner irritieren.

Bei Telefongesprächen sollte man....

- a) alles höflicher sagen, als beim persönlichen Gespräch.
- b) häufig solche „Wörter“ wie Ja./Mhm./Genau./Natürlich./Ach so!/Wirklich? verwenden, um die Gesprächspausen zu füllen.
- c) insbesondere Namen deutlich aussprechen und mehrmals wiederholen.
- d) möglichst langsam, laut und deutlich sprechen.
- e) beim Thema bleiben und Gesprächspunkte vorher vorbereiten.

Nennen Sie Besonderheiten beim Telefongespräch!

AUFGABE 2.

Geschäftliche Telefonate haben eine klare Struktur.

Struktur eines Telefongesprächs

Sich vorstellen

Sich verbinden lassen

Den Grund für den Anruf nennen

Den Gesprächspartner unterbrechen/nachfragen

Sich bedanken/verabschieden

Welche Bausteine passen zu welchen Teilen des Telefongesprächs? Füllen Sie die Tabelle oben aus. Manchmal sind mehrere Antworten möglich!

Bausteine

1. Danke. Auf Wiederhören.
2. Entschuldigung, dass ich Sie unterbreche.
3. Guten Tag. Firma Merkur. Hier ist Michael Siebert.
4. Ich habe eine Frage.
5. Ich möchte mit Herrn/Frau Krämer sprechen.
6. Ich rufe an, weil
7. Könnten Sie bitte lauter/ langsamer sprechen?
8. Könnten Sie das bitte wiederholen?
9. Könnten Sie mich bitte mit Herrn/Frau Krämer verbinden?
10. Könnten Sie Ihren Namen buchstabieren?
11. Vielen Dank für Ihre Hilfe/für Ihre Auskunft.

Wenn Sie jemanden anrufen, sagen Sie Ihre Firma und Ihren Namen: Guten Tag. Reisbüro Sommer. Hier Alexandr Petrow.

AUFGABE 3.

Sie haben mit Anna Saas einen Termin für ein Telefongespräch vereinbart.

a) Sie sind Alexandr Petrow, Mitarbeiter der Personalabteilung Ihrer Firma und Anna Saas ruft Sie an. Sie haben noch einige Fragen.

Ankunft: Um wie viel Uhr?

Unterkunft: Hotel oder Gastfamilie?

Handynummer?

Rückreise: Wann?

es kann noch kalt sein

Adresse Ihrer Firma

9:00 Uhr
Salat gibt es immer

b) Sie sind Anna Saas. Sie telefonieren mit Alexandr Petrow von der russischen Firma, bei der Sie Ihr Praktikum machen. Sie informieren ihn über Ihre Anreise und stellen auch Fragen.

Informationen über Ihre Reise

Am 15. März

17.15

SU 1669

8 Wochen

Bei einer Gastfamilie

+99067923810 (die russische Nummer von der vorigen Reise)

Temperatur

Weg zur Arbeit

Arbeitsbeginn am 1. Tag

Vegetarisches Essen

3.2 SMALLTALK

Bald kommt Anna Saas in Ihre Stadt. Sie holen sie am Flughafen ab und möchten sie besser kennen lernen. Dafür ist Smalltalk sehr hilfreich.

Smalltalk (von engl. small „klein“ und to talk „sich unterhalten“) ist ein Gespräch ohne wichtige Inhalte. Die Themen sind zwar nicht so bedeutend, doch der Smalltalk ist ein wichtiges Ritual: Smalltalk zeigt Interesse an der anderen Person, schafft eine gute Atmosphäre und ist wichtig für den Einstieg in ein Gespräch und für das Kennenlernen. So ist z. B. „über das Wetter reden“, oft ein guter und einfacher Beginn für ein Gespräch und dies hilft eine gute Beziehung aufzubauen. Zu diesem Thema kann nämlich jeder etwas sagen, ohne dass das Gespräch zu persönlich wird. Auch die Frage „Wie war denn Ihre Reise?“ ist ein guter Start in ein Gespräch. Wenn die Personen sich etwas besser kennen, sind auch Wochenendaktivitäten oder der Urlaub gute Themen für Smalltalk.

AUFGABE 4.

a) Welche Themen schlagen Sie für einen Small Talk mit Anna vor?
Überlegen Sie zunächst allein und sprechen Sie darüber in der Gruppe.

b) Für den Smalltalk gibt es bestimmte Regeln. Doch diese können in verschiedenen Ländern unterschiedlich sein. Zum Beispiel, welche Distanz (welcher Abstand) zwischen

den Gesprächspartnern gut ist? Welche Themen soll man beim Smalltalk nicht ansprechen? Welche Komplimente kommen gut an und welche soll man lieber gar nicht machen? In dem Magazin „Wirtschaftswoche“ haben Sie einen nützlichen Artikel zum Thema „Smalltalk mit Kollegen aus verschiedenen Ländern“ gefunden.

Lesen Sie den Text. Welches sind die passenden Themen für den Small Talk mit Anna?

Tritt ins größtmögliche Fettnäpfchen

Andere Länder, andere Sitten - das gilt auch beim Small Talk.

Im Fernen Osten und in Europa zum Beispiel ist die Frage „Wie viel verdienen Sie?“ ein „Tritt in den größtmöglichen Fettnapf“, d.h. man hat einen großen interkulturellen Fehler gemacht. In den USA ist das ein absolut akzeptabler Gesprächsbeginn; dies kann man sogar direkt nach dem ersten Kennenlernen fragen. Ähnliches gilt für Fragen nach dem Privatleben, insbesondere der Familie. Hier herrschen international die unterschiedlichsten Regeln. Der britische Biologe Desmond Morris definiert und teilt die Nationen nach so genannten Arm-Zonen ein:

- In Ellenbogen-Ländern wie Spanien, Italien, Griechenland, Türkei, Indien und Südamerika kommt man sich beim Gespräch auch unter Fremden so nah, dass die Ellenbogen sich berühren. Persönliche Beziehungen sind beim Kennenlernen wichtiger als sachliche Themen. Mehr noch: Persönliche Gespräche sind eine Basis für gute Geschäftsverhandlungen. Fragen nach Privatem sind deshalb bessere Smalltalk-Themen als die Diskussion abstrakter Probleme. Auch Komplimente dürfen hier direkt und sehr persönlich sein.
- In Handgelenk-Kulturen wie Frankreich, USA, Russland, den arabischen Ländern, China und Australien wächst der Abstand zwischen den Gesprächspartnern auf Fast-Armeslänge. In diesen Regionen konzentriert sich Smalltalk zwar auf Menschen und Familien, aber eben mehr indirekt. Ein gemeinsamer Geschäftspartner oder gemeinsam Erlebtes, ist daher oft ein brauchbareres Thema als das Privatleben des Gesprächspartners. Komplimente über intellektuelle Leistungen kommen besser an als ein Lob für gutes Aussehen.
- In Fingerspitzen-Staaten wie Deutschland, England, den skandinavischen Ländern, Kanada oder Japan ist ein großer körperlicher Abstand wichtig. Privatleben oder Familie sind teilweise sogar tabu. Hier ist ein Gespräch über die gemeinsam erlebte Situation akzeptierter als über Persönliches. Komplimente über den Beruf, die Firma, das professionelle Wissen des Gesprächspartners wirken sehr positiv. Ein Lob über die Person oder seine

Kleidung kommen eher negativ an. Unabhängig von der Arm-Zonen-Theorie gelten für das professionelle Gespräch generell folgende Regeln: Fragen nach regionalen Speisen und Getränken oder ein Lob für die regionale Küche sowie Komplimente über lokale Sehenswürdigkeiten werden weltweit als gute Small-Talk-Themen akzeptiert. Politik und Religion sind dagegen für den Smalltalk nicht geeignet. Auch über das Wetter sollte man nur reden, wenn man es loben kann. Wirtschaftswoche, Nr. 45, 2.11.2000 (sprachlich leicht adaptiert)

c) Welche Fragen sind gut für einen Small Talk mit Anna?

Fragen

Wie war die Reise?

Wie alt sind Sie?

Waren Sie schon einmal in Russland?

Sprechen Sie Russisch?

Haben Sie einen Freund?

Hier wird es langsam Frühling. Wie ist denn das Wetter in Deutschland?

AUFGABE 5.

Spielen Sie das Gespräch mit Anna! Folgende Punkte sind wichtig:

Begrüßung

Sich Vorstellen

Smalltalk

3.3 DER ERSTE TAG IN DER FIRMA

Am nächsten Tag beginnt Anna ihr Praktikum in Ihrer Firma.

AUFGABE 6.

a) Anna Saas hat Ihnen einen Lebenslauf geschickt.

Lesen Sie die Informationen über Anna, notieren Sie Fragen für ein Gespräch mit ihr.

- Alter: 21
- Bildung: Abitur
- Studium: Betriebswirtschaft an der Universität in Frankfurt
- Kenntnisse: Finanzen, Buchhaltung, Internationale Kommunikation
- Fremdsprachenkenntnisse: Englisch (sehr gut), Spanisch (gut), Russisch (Anfängerin)
- Hobbys und Interessen: Fotografieren, Reisen, Filme
- Charaktereigenschaften: freundlich, zuverlässig, flexibel und teamfähig
- Sonstiges: Vegetarierin

Beispiel:

Wo haben Sie so gut Englisch gelernt?

Wie lange studieren Sie schon?

In welcher Branche möchten Sie später arbeiten?

Tipp: Sie oder Du im Beruf?

Beides ist möglich. In traditionellen Unternehmen siezen sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter oft. In jungen, kreativen Unternehmen duzt man sich fast immer. Wählen Sie „Du“ oder „Sie“ für Ihr Gespräch mit Ihrer neuen Praktikantin Anna.

Der Chef kann das Du anbieten, nicht die Praktikantin.

Er sagt: „Wir können uns auch duzen? Ich heiße Alexandr.“

b) Anna startet ihr Praktikum in Ihrer Firma. **Spielen Sie das Gespräch.**

Beachten Sie folgende Struktur

1. Begrüßung in der Firma

Der Chef begrüßt Anna (Du oder Sie?).

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stellen sich vor.

Der Chef stellt die Firma vor.

2. Kennenlernen – Smalltalk

3. Nützliche Tipps: Einkaufen / Essen / Freizeit

AUFGABE 7.

Am späten Abend schreibt Anna eine E-Mail an ihren Freund. Lesen Sie die E-Mail. Was war am ersten Arbeitstag ungewöhnlich für Anna?

In Russland....

In Deutschland...

E-MAIL

Neue Nachricht

An: Peter Neumann

Betreff: Mein erster Tag in Russland

Hallo Schatz,

den ersten Tag habe ich geschafft ;-).

Der Chef und auch die Kolleginnen und Kollegen sind sehr nett und die Arbeit wird sicher interessant.

Aber stell Dir mal vor, hier sagt niemand am Telefon seinen Namen, nur „Hallo“. Das geht doch in Deutschland gar nicht, oder?

Und gerade vor 5 Minuten hat mich meine neue Kollegin angerufen und es ist

ja jetzt schon nach 22:00 Uhr. In Deutschland rufen
nur gute Freunde oder die Familie so spät am Abend an.
Ich vermisse Dich. Skypen wir gleich noch, wenn Du wieder zu Hause bist?
Viele Küsse,
Deine Anna

3.4 UNTERNEHMENSKULTUR

Jedes Land, aber auch jedes Unternehmen hat eine spezifische Kultur. Die Unternehmenskultur ist etwas, was eine Firma von anderen Firmen unterscheidet.

AUFGABE 8.

Elemente der Unternehmenskultur einer Firma kann man oft in der Werbung finden.

a) Sehen Sie einen kurzen Werbefilm der deutschen Fluggesellschaft Lufthansa:
<http://www.youtube.com/watch?v=KwT0JdkW-uE>

Welche Bereiche der Unternehmenskultur zeigt der Film?

Werte

Helden

Symbole

Rituale

b) In der Werbung werden einige wichtige Werte der Lufthansa genannt. Sehen Sie die Werbung noch einmal und kreuzen Sie an: Welche Werte werden genannt?

A. Gastfreundschaft

B. Pünktlichkeit

C. Perfektionismus

D. Hohe Qualität

E. Zuverlässigkeit

F. Höflichkeit

Ihre Firma entwickelt sich sehr gut und Sie möchten auch auf dem internationalen Markt aktiv werden. Wenn eine Firma international aktiv wird, ist es sehr wichtig, über die eigene Firmenkultur zu reflektieren.

AUFGABE 9.

Was ist spezifisch für Ihre Firma? Reflektieren Sie und notieren Sie Ihre Ideen für die nächste Teamsitzung.

Hier ein paar Beispiele:

- Symbole, z. B. Firmenlogo, Markennamen und der Slogan
- Vorbilder (Helden), z. B. bei „traditionellen“ Firmen, der Firmengründer oder ein Erfinder von erfolgreichen Produkten
- Rituale, z. B. Geburtstagsfeiern von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Betriebsausflug, Firmenjubiläum, Teamsitzung an jedem Dienstagvormittag
- Werte, z. B. Kreativität, Kundenorientierung, Ehrlichkeit

Teamsitzung 3

TOP 1 Unsere Firmenkultur

Sie treffen sich und reflektieren über die Kultur Ihrer jungen Firma.

Welche Symbole hat Ihre Firma schon?

Welche Werte sind für Ihre Firma wichtig?

Hat Ihre Firma Vorbilder (Helden)?

Welche Traditionen (Feste...) hat Ihre Firma?

Welche Rituale gibt es?

Folgende Bausteine können Sie benutzen:

Wir haben schon

Für mich ist als Wert für unsere Firma..... besonders wichtig.

Ich schlage... als Slogan für unsere Firma vor.

Diese Traditionen sind für uns wichtig:

AUFGABE 10.

Sie wissen schon, dass die Werbung einer Firma auch ihre Unternehmenskultur zeigt. **Machen Sie Werbung für Ihre Firma bei Ihren Partnerfirmen!**

Bausteine

Wir sind ein..... Unternehmen.

Unser Logo ist.....

Wir produzieren....

Unsere Kunden bieten wir.....

Wir sind für bekannt.

Wir haben die besten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, weil wir

Unser Motto ist...

3.5 SELBSTEINSCHÄTZUNG

QUIZ

1. Was sagt man am Anfang eines Telefongesprächs?

A. „Allo“

- B. Guten Tag. Hier ist Petra Maier.
- C. „Wer ist da?“
- D. „Hallihallo!“

2. Was sagt man am Ende eines Telefongesprächs?

- A. „Auf Wiederhören“
- B. „Guten Morgen“
- C. „Grüß Gott!“
- D. „Halleluja!“

3. Sie wollen mit Frau Groß sprechen. Wie sagen Sie das höflich?

- A. Geben Sie mir Frau Groß!
- B. Ich will mit Frau Groß sprechen!
- C. Kann ich bitte mit Frau Groß sprechen?
- D. Wo ist Frau Groß? Ich möchte mit ihr sprechen!

4. Welche 2 Fragen sind passend für Small Talk mit Deutschen?

- A. Wie viel verdienen Sie?
- B. Sind Sie verheiratet?
- C. Wie ist das Wetter in Berlin?
- D. Wie war die Reise?

5. Sie wollen einer Kollegin aus Deutschland, die Sie bei einer Konferenz kennen gelernt haben, ein Kompliment machen. Welche Variante passt am besten?

- A. „Sie sind besonders schön heute, Ihre neue Frisur und das rote Kleid sind einfach fantastisch!“
- B. „Ihren Vortrag heute fand ich sehr interessant. Sie haben so viele Materialien vorgestellt!“
- C. „Ihre Schuhe sind sicher teuer. Sie verdienen wahrscheinlich viel Geld.“
- D. „Gestern waren Sie mit einem sehr eleganten Mann hier. Ist das Ihr Freund?“

6. Was ist wichtig für die Kultur einer Firma?

- A. Urlaub
- B. Praktikanten
- C. Werte
- D. Hohes Gehalt

7. Eine Teamsitzung jeden Montag um 9:00 ist:

- A. ein Symbol

- B. ein Ritual
- C. ein Wert
- D. eine Präsentation von Helden

8. Der Slogan von Mercedes-Benz lautet „Das Beste oder nichts“. Welchen Wert bringt dieser Slogan zum Ausdruck?

- A. Kundenfreundlichkeit
- B. Hohe Qualität
- C. Niedrige Preise
- D. Teamgeist

9. Die Werbung einer Firma repräsentiert auch

- A. Ihre Werte
- B. Ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
- C. Ihre Gebäude
- D. Ihre Konkurrenz

10. Sie machen Werbung für Ihre Firma. Welche 2 Sätze passen:

- A. Unsere Konkurrenz ist dumm.
- B. Wir sind für Qualität bekannt.
- C. Unsere Stärke ist Kundenfreundlichkeit.
- D. Wir haben viele nette Praktikanten.

LERNWORTSCHATZ

der Abbruch / -brüche
der Anruf / -e
der Aufenthalt / -e
die Auskunft / -künfte
das Aussehen / -
die/der Auszubildende / -n
die Beziehung /-en
der Ellenbogen / -
die Fingerspitze /-n
das Logo /-s
das Handgelenk /-e
der Händedruck/
der Held/-en
die Leistung /-en
der Perfektionismus
die Praktik /-en
das Ritual /-e

die Sympathie /-n
die Verbindung / -en
der Wert/-e
der Smalltalk/-
die Zuverlässigkeit
anrufen
sich bei jemandem für etwas bedanken
nachfragen
skypen
unterbrechen
sich verabschieden
vermissen

MODUL 4. PERSONAL AUSWAHL

AUFGABE 1.

Lesen Sie die Anzeigen. Wen suchen die Firmen?
Nur ein Beruf passt zu jeder Anzeige.

A PERSONALASSISTENT/IN
C MITARBEITER/IN AN DER REZEPTION
B KOCH/ KÖCHIN
D KELLNER/IN
E FRISEUR/IN
F BUCHHALTER/IN
G APOTHEKER/IN

1. Hotel Alpenhof Brixen

Zur Unterstützung unseres Serviceteams suchen wir ab der kommenden Wintersaison eine/ einen für unser Restaurant. Voraussetzung ist Freude an der Arbeit und im Umgang mit den Gästen, Erfahrung mit Getränke- und Speiseservice. Sie müssen sehr gut Deutsch, Englisch sprechen, Französisch oder Italienisch ist von Vorteil.

2. Für unser **Spa-Studio Hamburg** suchen wir eine/ einen engagierte/n und kompetente/n . Ihre Aufgaben:

- Persönliche und telefonische Betreuung unserer Kunden
- Terminplanung
- Abwicklung von Kundenzahlungen
- Bestellung von Verbrauchsmaterialien

3. Wir suchen für unser pharmazeutisches Unternehmen **eine/ einen** _____. Sie müssen alle administrativen Personalaufgaben erledigen können.

4. Wir suchen ab sofort **eine/ einen** _____ zur Verstärkung unseres engagierten Teams in lebhafter, kundenorientierter Apotheke. Persönliche Beratung, Herzlichkeit und Service werden bei uns groß geschrieben.

Welche Informationen findet man in einer Stellenanzeige?

AUFGABE 2.

a) In der Wortwolke sehen Sie die Wörter aus der Stellenanzeige. **Wen sucht die Firma? Lesen Sie die Anzeige und überprüfen Sie, ob Ihre Vermutungen richtig sind.**

Mitarbeiter (m/w) für den Bereich Social Media in Teilzeit

Wir sind ein kleines Unternehmen im Bereich Tourismus.

Wir suchen für unser Reisebüro „Welt“ einen Mitarbeiter/ eine Mitarbeiterin für die Betreuung unserer Facebook-Seite.

Ihre Aufgaben:

- Betreuung unserer Facebook-Seite: Publikation der Werbetexte über unsere Produkte (Reiseangebote), Kontakt mit Kunden, Auswertung der Besucher-Statistiken

Ihr Profil:

- Facebook-Kenntnisse
- Erfahrung mit Betreuung der Social Media-Gruppen
- Min. 2-3 Std. pro Tag
- Stilsichere Ausdrucksweise und Textsicherheit
- Gute Computerkenntnisse (Word, Excel) und wünschenswert IT-Kenntnisse
- Sicherer Internetzugang
- Zuverlässigkeit

Wir bieten Ihnen einen interessanten Nebenjob, viel Freiraum für selbständiges Arbeiten und eine interessante Perspektive für Ihre Zukunft.

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung. Bitte senden Sie diese per E-Mail an Julia Launer: bewerbung-launer@job.de

b) Was bedeuten die Abkürzungen?

m/w

min.

Std.

IT-Kenntnisse

c) Ergänzen Sie die Tabelle mit Stichwörtern aus der Anzeige.

Welche Stelle? Betreuer/in der Facebook-Seite

Welche beruflichen Qualifikationen sind notwendig?

Welche persönlichen Eigenschaften sind notwendig?

Was sind die Arbeitsbedingungen?

Welche Aufgaben?

Welche Bezahlung/welches Gehalt?

Wer ist der/die Ansprechpartner/in?

d) Ist diese Stelle für Sie persönlich interessant?

- Ja, die Stelle passt gut zu mir. Ich habe eine Facebook-Gruppe.

- Nein, ich schreibe nicht gern. Ich bin bei Facebook nicht registriert.
- Ja, Arbeit in Teilzeit finde ich sehr bequem.
- ...

AUFGABE 3.

Die Firma sucht neue Kundenberater im Kundenservice. Sehen sich das kurze Video von Telekom TV an:

http://tv.telekom.com/index.php/lang/de_DE/video/3733/kundenbegeisterer

Welche Aufgaben hat ein Kundenberater/eine Kundenberaterin? Kreuzen Sie an.

- ... Probleme der Kunden lösen
- ... Kunden beraten
- ... TV-Programme zusammenstellen
- ... Produkte verkaufen (vermarkten)

Was bietet das Unternehmen Telecom TV?

- ... Offene lockere Atmosphäre
- ... Schulungen
- ... Hohes Gehalt
- ... Feste Arbeitszeiten von 12 bis 16
- ... Feste Arbeitszeiten von 16 bis 22

AUFGABE 4.

Firmen suchen Mitarbeiter/ Mitarbeiterinnen mit bestimmten Kompetenzen. In einer Stellenanzeige werden für die Stelle wichtige Charaktereigenschaften genannt.

a) Welche kennen Sie?

Tipp: Bedeutung der neuen Wörter können Sie aus schon bekannten erschließen

- verlässlich, zuverlässig - sich verlassen
- vielseitig - viele Seiten
- humorvoll - ...
- kritikfähig - ...
- teamfähi

b) Welche Eigenschaften sind für welche Stelle wichtig? Ordnen Sie zu. Manchmal passen mehrere Antworten.

- Tierarzt
- Reiseleiter
- Bürokauffrau

IT-Manager
Reinigungskraft
Psychologe
Buchhalterin
Automechaniker

GEDULDIG
GESCHICKT
ZIELSTREBIG
INITIATIV
EINFÜHLSAM
TOLERANT
ZUVERLÄSSIG
KREATIV
VERANTWORTLICH
ORDENTLICH
SORGSAM
TIERLIEBEND
KOMMUNIKATIV

Beispiel: Eine Buchhalterin muss zuverlässig und kommunikativ sein.

AUFGABE 5.

Ihre Firma sucht dringend Praktikanten.

- Lesen Sie die E-Mail von Ihrem Chef/Ihrer Chefin.
- Entscheiden Sie, welche Praktikanten Sie brauchen.

Die Beschreibungen der Berufe und die Aufgaben (Tätigkeitsfelder) können Sie hier finden:

<http://berufenet.arbeitsagentur.de/berufe/search/alpha/index.jsp>

E-MAIL 1

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

unsere Firma organisiert ein zweiwöchiges Praktikum. Die besten Praktikanten können eine feste Stelle bei uns bekommen.

In der Teamsitzung besprechen wir, in welchen Abteilungen unsere Firma Verstärkung braucht.

Bereiten Sie bitte Ihren Vorschlag vor:

- Welche Praktikanten braucht Ihre Abteilung?
- Welche Aufgaben müssen sie übernehmen?
- Welche Eigenschaften müssen sie haben?

- Kundenberater?
- Social Media Manager?
- Buchhalter?
- Verkaufsmanager?
- Web-Designer?
- ...?

Teamsitzung 4.

Führen Sie die Teamsitzung durch. Besprechen Sie die folgenden Fragen:
TOP1. Stellen für Praktikanten

Bausteine

Sie können folgende Redemittel benutzen:

Unsere Abteilung braucht ... / Uns fehlt...

Der/die neue Praktikant/in muss im Verkauf / bei der Werbung / im Kundenservice/ ... unterstützen.

Er/sie muss verantwortlich /initiativ/ ... sein.

Ich finde / meine /denke ...

Meiner Meinung nach...

Ich schlage vor, ...

Können wir uns darauf einigen, dass ...

AUFGABE 6.

Ihre Firma hat die Stellen für die Praktikanten festgelegt.

a) **Schreiben Sie Stellenanzeigen für die gewählten Stellen nach dem Schema** und benutzen Sie die Redemittel aus den Anzeigen (Aufgaben 1-2) und aus dem Baukasten.

Wir sind

Wir suchen

Ihre Aufgaben:

Wir bieten:

Unsere Kontaktdaten (Ansprechpartner):

Bausteine

Sie können folgende Redemittel benutzen:

Wir sind ...

ein kleines / mittelständisches/ großes/ internationales Unternehmen/
eine kleine / mittelständische Firma

Wir suchen ...

einen Praktikanten/ eine Praktikantin in die Abteilung....

Wir bieten...

flexible/ feste Arbeitszeiten

interessante Perspektive für Ihre Zukunft

die Möglichkeit, eigenverantwortlich und kreativ zu arbeiten

ein gutes Arbeitsklima

ein eingespieltes freundliches Team.

b) Sie möchten auch ein Praktikum bei einer Firma machen. **Lesen Sie die Anzeigen und wählen Sie eine Stelle, die Sie interessiert. Besprechen Sie in Ihrer Gruppe.**

- Warum ist diese Stelle für Sie interessant?
- Welche Kompetenzen haben Sie für diese Stelle?
- Was müssen Sie noch lernen?

Für mich ist das Praktikum in der Kundenberatung interessant. Ein gutes Arbeitsklima ist für mich wichtig. Ich arbeite gern mit Menschen. Ich kann gut organisieren. Ich muss aber noch lernen, Produkte zu präsentieren.

4.2 ANSCHREIBEN

Im Anschreiben muss der Bewerber/die Bewerberin deutlich zeigen, warum er/sie für diese Stelle passt.

AUFGABE 7.

Das Reisebüro hat auf seine Anzeige (s. Aufgabe 2) unter anderem diese zwei Anschreiben bekommen. Die Leiterin der Personalabteilung hat das Anschreiben von Dieter gewählt. **Besprechen Sie in der Klasse: warum?**

ANSCHREIBEN 1.

Hi, ich heiße Andreas. Ich bin jeden Tag auf Facebook, so kann ich auch Ihre Seite betreuen. Was bezahlen Sie dafür? Ich freue mich auf Ihre Antwort!

ANSCHREIBEN 2

Dieter Heger

Hauptallee 35

33089 Paderborn

Tel.: 05251 12345

E-Mail: D.Heger@online.de

Reisebüro „Welt“

Julia Launer

Schillergasse 12

45128 Essen

Bewerbung als Facebook-Betreuer im Bereich Social Media

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit großem Interesse habe ich Ihre Stellenanzeige gelesen. Ich bewerbe mich bei Ihnen um die Stelle eines Facebook-Betreuers.

Mich interessiert der Bereich Social Media, denn ich mache zurzeit ein Studium als IT-Manager und schreibe meine Bachelorarbeit zum Thema „Einfluss von Social Media auf die Werbung“.

Ich verfüge über gute Computerkenntnisse und leite meine Facebook-Gruppe mit 200 Fans.

Ich möchte gern Ihr Unternehmen unterstützen, um weitere praktische Erfahrungen zu sammeln.

Zu meinen Stärken zähle ich den freundlichen und professionellen Umgang mit Kunden, Eigeninitiative, Organisationstalent und Arbeit im Team.

Ich freue mich über eine Einladung zu einem persönlichen Gespräch.

Mit freundlichen Grüßen [Unterschrift]

AUFGABE 8.

Hier ist das Anschreiben durcheinander geraten. **Rekonstruieren Sie es:**

Bringen Sie es zu zweit in die richtige Reihenfolge.

Ordnen Sie dann die Begriffe den Textelementen zu.

BEZUG, ANREDE, GRUSSFORMEL, ABSENDER, GRUND FÜR DIE BEWERBUNG, EMPFÄNGER, NAME/UNTERSCHRIFT, BETREFF, KOMPETENZEN/KENNTNISSE/FÄHIGKEITEN.

Sehr geehrte Damen und Herren,	
Ich habe 2-jährige Berufserfahrung als Buchhalterin. Ein hohes Verantwortungsbewusstsein, Pünktlichkeit, Sorgfalt und Präzision bei der Arbeit zählen zu meinen Stärken.	
mit großem Interesse habe ich Ihre Stellenanzeige gelesen. Ich bewerbe mich bei Ihnen um die Stelle einer Buchhalterin.	

Lisa Fürstberger Hauptallee 35 20092 Hamburg Tel.: 05251 12345 E-Mail: fürstberger@mail.de	
Lisa Fürstberger	
Ich freue mich über eine Einladung zu einem Vorstellungsgespräch. Mit freundlichen Grüßen	
Schuster GmbH Manfred Fischer Sommerstraße 1 20095 Hamburg	
Bewerbung um Stellenangebot Buchhalter/in	
Das ist ein spannender Aufgabenbereich, den ich gern übernehmen würde. Ich sehe für mich ein hohes Potenzial, in diese Stelle mein Fachwissen einzubringen.	

AUFGABE 9.

Lesen Sie noch einmal die Anzeige, die Sie gewählt haben (Aufgabe 6 b). Schreiben Sie dazu ein Anschreiben:

Ihr Vorname, Nachname
 Straße, Hausnummer
 PLZ Ihre Stadt
 Telefon/Handy:Telefonnummer
 E-Mail: Email-Adresse
 Firma
 Herr/Frau Ansprechpartner
 Beispielstraße 1
 PLZ Beispielstadt
 Ihre Stadt, Datum

Bewerbung um den Praktikumsplatz „“

Sehr geehrte/r Frau/Herr _____, um einen Einblick in den Beruf des _____ zu gewinnen, möchte ich gern mein Praktikum in Ihrem Unternehmen absolvieren.

Zurzeit besuche ich die zehnte Klasse der Schule in Ihrer Stadt. Aufgrund meines handwerklichen / medizinischen / kaufmännischen Interesses plane ich, nach meinem Schulabschluss eine Ausbildung / ein Studium in diesem

Bereich zu absolvieren. Da es sich um ein zweiwöchiges Schulpraktikum handelt, kann ich nur vom _____ bis _____ .

Über die Gelegenheit, Sie während dieses Zeitraums als Praktikant/in zu unterstützen, freue ich mich sehr. Für weitere Auskünfte stehe ich Ihnen gern in einem persönlichen Gespräch zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Vorname Nachname

4.3 LEBENSLAUF

Mit dem Anschreiben sendet der Bewerber/ die Bewerberin auch den Lebenslauf.

Tipp: Der Lebenslauf (auch Curriculum Vitae) ist das Kernstück Ihrer Bewerbung, er muss in kompakter Form das Wichtigste über Sie erzählen, damit die Firma Sie zum Bewerbungsgespräch einlädt.

AUFGABE 10

Was gehört in den Lebenslauf und was nicht? Besprechen Sie in der Gruppe.

Name, Vorname, Vatersname, Geburtsdatum, Geburtsort, Adresse, Kontaktdaten (Handy, E-Mail), Namen der Eltern, Namen der Geschwister, Kindergartenbesuch, Schulbesuch, Studium, persönliche Eigenschaften, bisherige Berufserfahrung (Praktika und Jobs), Interessen und Hobbys, Sprachkenntnisse, Computerkenntnisse, berufliche Qualifikationen, Familienstand, Religion, Bewerbungsfoto.

AUFGABE 11.

Die Personalleiterin hat den Lebenslauf von Frau Sommer bekommen. Sie muss dem Chef die Kandidatin kurz vorstellen. Lesen Sie den Lebenslauf und informieren Sie den Chef in einem Gespräch.

Beispiel: Janina Sommer ist am 13. November 1974 in Marburg geboren.

LEBENSLAUF

Persönliche Daten

Name Olga Abramowa

Adresse Friedrich-Neumann-Str. 44, 65195 Wiesbaden

Telefon 06 11 11 13078

E-mail Janina@aol.de

Familienstand ledig

Staatsangehörigkeit deutsch

Geburtsdatum 13. November 1992 in Marburg

**Berufliche
Qualifikation**

seit 09/2013

Qualifikation zur Werbekauffrau Privates Institut für Marketing und Kommunikation, Wiesbaden (voraussichtlicher Abschluss: Juli 2016)

**Schulische
Ausbildung/
Studium**

2009 – 2012

Studium im Fachbereich Bauingenieurwesen

2002 – 2009

Fachhochschule Gießen

1998 – 2002

Gesamtschule Kirchhain, Kirchhain Abschluss:
Abitur

Grundschule Südschule, Stadtallendorf

**Berufliche
Erfahrungen**

06/2013 – 08/2013

Praktikantin im Marketingbereich Guerlain

04/2013 – 06/2013

Parfumeur GmbH, Wiesbaden

08/2012 – 03/2013

Telefoninterviewerin Enigma Institut für Markt- und Sozialforschung

2009 – 2011

Flugbegleiterin auf Zeit Condor Flugdienst GmbH, Kelsterbach

Ferientätigkeit im Versand Hoppe AG, Stadtallendorf

Sprachkenntnisse

Englisch in Wort und Schrift, Französisch
Grundkenntnisse

IT-Kenntnisse

Word, Excel, PowerPoint Adobe Illustrator, Photoshop

Freizeit

Reiten, Handball

Tipp: Alle zeitlichen Angaben werden im Lebenslauf antichronologisch genannt: die aktuellen Daten stehen oben.

Sie können Redemittel aus dem Baukasten benutzen:

Person	Schulabschlüsse	Kenntnisse	Freizeit
... ist am ... in ... geboren.	hat (im Jahr) ... den ... schulabschluss/ das Abitur gemacht.	... hat eine Fortbildung/ Weiterbildung im Bereich ... / zum Thema ... gemacht	Ihre Hobbys sind ...
...wohnt in hat im Jahr ... die Schule / das Gymnasium ... abgeschlossen.	spricht / kann (sehr) gut / fließend ... sprechen.	In ihrer Freizeit...

Tipp: Für den besseren Überblick wird oft auch ein Deckblatt mit dem Foto erstellt.

Das Deckblatt besteht aus:

- Überschrift „Bewerbung“
- Stelle, z.B. „Bewerbung um eine Stelle ...“
- Name und Adresse
- Foto
- Verweis auf die Anlagen

AUFGABE 12.

Janina hat auch ein Deckblatt für ihre Bewerbung erstellt.

a) Was hat Janina falsch gemacht?

Janina Sommer



Friedrich-Naumann-Str. 44, 65195 Wiesbaden

Telefon: 06 11 11 13078

Janina@aol.de

Anlagen:

Lebenslauf

Zeugnisse

b) Welche Bewerberfotos sind top und welche flop?

Testen Sie sich hier <http://bwt.planet-beruf.de/51.html>

AUFGABE 13.

a) Finden Sie 6 Fehler im Lebenslauf. Vergleichen Sie in der Klasse.

Persönliche Daten

Name	Olga Abramowa
Geburtsdatum:	06.10.1998
Geburtsort	Moskau
Wohnort	Moskau
Staatsangehörigkeit:	Russin
Familienstand	ledig
Handy:	+79890889500
E-Mail:	superpuper@mail.ru
Eltern:	Vater: Viktor Abramow, Ingenieur Mutter: Tatjana Abramowa, Lehrerin

Bildungsweg

09/2005 – 06/2009	Schule N 23, Moskau
Seit September 2009	Gymnasium 2, Moskau
Abschluss	voraussichtlich Juni 2015

Praktische Erfahrungen

04/2014	Praktikumswoche für angehende Journalisten im Burda-Verlag, Moskau
---------	---

Kenntnisse

	Englisch in Wort und Schrift, Französisch Grundkenntnisse
Fremdsprachen:	Englisch, Deutsch
Computerkenntnisse:	Word, Photoshop, Internet

Interessen und

Hobbys

Lieblingsfächer:	Literatur
Hobbys:	Shopping, ins Kino gehen

Moskau, 10.02.2019

Olga Abramowa

AUFGABE 14.

Welche Hobbys passen für den Lebenslauf? Was sagen diese über die Person?

Diskutieren Sie in der Klasse.

- Kochen
- Joga
- Fernsehen
- Fußball
- Reiten

- Feiern
- Bücher lesen
- Computerspiele spielen
- *Computerspiele sind für den Lebenslauf nicht geeignet. Das ist nicht seriös.*
- *Yoga ist für den Lebenslauf geeignet. Das sagt: der Mensch kann sich gut konzentrieren.*

AUFGABE 15.

Schreiben Sie ihren Lebenslauf. Vergessen Sie nicht, Ihren Lebenslauf zu unterschreiben.

LEBENS LAUF

Zur Person

Name:

Geburtsdatum:

Geburtsort:

Wohnort:

Staatsangehörigkeit:

Familienstand:

Telefon/Handy:

E-Mail:

Bildungsweg

Praktische Erfahrungen

Kenntnisse

Fremdsprachen:

Computerkenntnisse:

Interessen und Hobbys

Ort, Datum, Name/Unterschrift

AUFGABE 16.

Erstellen Sie Ihre Bewerbungsmappe.

Tipp:

- Bewerbungsunterlagen dürfen nicht gelocht und in die Mappe eingeklebt werden!
- Die Unterlagen sollten ordentlich in einer Mappe liegen und nicht in Klarsichthüllen gesteckt werden.
- So sieht die richtige Reihenfolge aus: Anschreiben, Deckblatt, Lebenslauf.

4.4 VORSTELLUNGSGESPRÄCH

Das Unternehmen, bei dem Sie sich um einen Praktikumsplatz beworben haben, möchte Sie kennenlernen und lädt Sie zu einem Vorstellungsgespräch ein.

AUFGABE 17.

a) Das Vorstellungsgespräch besteht aus verschiedenen Phasen. Bestimmen Sie die richtige Reihenfolge.

Begrüßung

Zu Beginn eines Vorstellungsgesprächs kommt die Begrüßung. Wichtig sind hier ein fester Händedruck und ein sympathisches Lächeln mit Blickkontakt. Dabei stellt man sich mit Vor- und Nachnamen vor. **Achtung:** Das ist die wichtigste Phase! Die ersten Sekunden entscheiden darüber, ob Sie die/ der Personalverantwortliche sympathisch findet!

Fragen des Arbeitgebers

Den Anfang des Gesprächs übernimmt häufig der Arbeitgeber. Dieser wird Ihnen Fragen zu Ihrer Person stellen, z. B. über Ihre Stärken und Schwächen, und warum Sie sich beworben haben.

Smalltalk

Als nächstes werden Sie gebeten, sich zu setzen. Meistens wird Ihnen etwas zu trinken angeboten. Nehmen Sie höflich das Angebot für ein Getränk an. Zum „Warmwerden“ wird häufig auch gefragt, ob die Anreise angenehm war. Antworten Sie z. B.: „Ja, danke. Es hat alles gut geklappt“.

Verabschiedung

Bei der Verabschiedung bedanken Sie sich für das Gespräch und fragen höflich, wann Sie mit einer Rückmeldung rechnen dürfen (falls das nicht schon mitgeteilt wurde). Achtung: Der letzte Eindruck von Ihnen ist genauso wichtig, wie der erste! Also: Lächeln, Blickkontakt und festen Händedruck nicht vergessen!

Ihre Fragen

Nun sind Sie mit Ihren Fragen an der Reihe. Stellen Sie diese jedoch erst, wenn die/ der Personalverantwortliche darum bittet. Beginnen Sie dazu mit Ihrem Interesse an den Aufgaben in dieser Firma, z.B. über den Ablauf in der Firma. Nehmen Sie am besten einen kleinen Notizblock mit Ihren Fragen und einen Stift mit. So haben Sie Ihre Fragen parat und können sich Notizen machen.

AUFGABE 18.

a) Sehen Sie sich das Kurzvideo an. Welche Phase/n aus der Aufgabe 17 gibt es im Video nicht?

<http://www.youtube.com/watch?v=hC9t0TDs4C4>

b) Sehen Sie das Kurzvideo noch einmal. Welche 4 Fragen stellt der Leiter an die Bewerberin?

Tipp: Man kann die Fragen, die im Vorstellungsgespräch gestellt werden, grob in 4 Gruppen unterteilen:

Fragen zum Lebenslauf, wie z.B.

- Welche Fächer gefallen Ihnen in der Schule am besten?
- Arbeiten Sie gern mit anderen Schülern/Schülerinnen zusammen?

Fragen zur Berufswahl, wie z.B.

- Was gefällt Ihnen an diesem Beruf?
- Was denken Sie, was gehört zu Ihren Aufgaben in diesem Beruf?

Fragen zum Unternehmen, wie z.B.

- Warum haben Sie sich gerade bei uns beworben?
- Was wissen Sie schon über unser Unternehmen?
- Was erwarten Sie vom Praktikum in unserer Firma?

Fragen zur Persönlichkeit, wie z.B.

- Was sind Ihre Stärken/ Ihre Schwächen?
- Was machen Sie gern in Ihrer Freizeit?

AUFGABE 19.

Was denken Sie: Welche Fragen dürfen Arbeitgeber in einem Bewerbungsgespräch stellen? Welche Fragen dürfen sie nicht stellen? **Kreuzen Sie an.**

- a. Wie gut kennen Sie sich im Bereich ... aus?
- b. Wie viel möchten Sie bei uns verdienen?
- c. Welche Staatsbürgerschaft besitzen Sie?
- d. Welche Religion haben Sie?
- e. Wann könnten Sie bei uns anfangen?
- f. Warum sollten wir uns ausgerechnet für Sie entscheiden?
- g. Trinken Sie gerne Alkohol?
- h. Haben Sie früher schon einmal ein Praktikum gemacht?
- i. Planen Sie in der nächsten Zeit zu heiraten?

AUFGABE 20.

Viele Jugendliche wissen nicht genau, wie sie sich im Vorstellungsgespräch benehmen sollen und machen oft Fehler.

Sehen Sie sich das Bewerbungsgespräch an
<http://www.youtube.com/watch?v=ZY8agtlWa28>. Welche Fehler hat der Bewerber gemacht?

Beispiel:

Alexander ist zu lässig gekleidet.

AUFGABE 21.

Spiele den Dialog neu. Nutzen Sie dafür das Dialoggerüst.

Dialoggerüst:

Personalleiter Markus Rütschle	Schüler Alexander Schildbürger
Begrüßung, Vorstellung	Begrüßung, Vorstellung
Möchten Sie gerne eine Tasse Kaffee?	Nein
Erzählen Sie kurz über sich!	Alexander, 16 Jahre, in diesem Jahr Schulabschluss
Warum Industriekaufmann?	interessanter Beruf, Kontakt mit Kunden, können in vielen Abteilungen arbeiten
Ihre Stärken?	Zuverlässig, pünktlich, teamfähig, gute Kenntnisse in Mathe
Ihre Schwächen? Warum unser Unternehmen „EGT“?	Keine Praxiserfahrung Ein führendes Unternehmen in Energievertrieb, Versorgung mit Gas und Strom 70.000 Kundenanlagen
Freizeit?	Basketball
Verabschiedung	Verabschiedung

Das Unternehmen lädt Sie zum Vorstellungsgespräch ein. Bereiten Sie sich gut darauf vor.

AUFGABE 22.

Wählen Sie 5 Fragen aus der Liste in der Aufgabe 18 (Tipps) und üben Sie mit Ihrem Partner.

Was erwarten Sie vom Praktikum in unserer Firma?

Ich will praktische Erfahrungen im Bereich ... sammeln.

AUFGABE 23.

Führen Sie nun das Vorstellungsgespräch mit dem Personalleiter der Partnerfirma.

Wechseln Sie die Rollen.

Rolle des Personalleiters des Unternehmens

Sie bekommen die Bewerbungsmappe des Bewerbers/ der Bewerberin. Überlegen Sie Fragen, die Sie an ihn/sie stellen werden.

Ihre Aufgabe: Führen Sie höflich das Vorstellungsgespräch mit dem/der Bewerber/in nach dem Muster: Begrüßung- Small Talk- Ihre Fragen an den/die Bewerber/ in – Verabschiedung

Rolle des Bewerbers/der Bewerberin

Ihre Aufgabe: Der Personalleiter führt mit Ihnen das Vorstellungsgespräch nach dem Muster: Begrüßung- Small Talk- Fragen des Personalleiters an Sie – Verabschiedung

Beteiligen Sie sich am Gespräch und zeigen sich selbst von der besten Seite. Sie müssen diese Stelle bekommen!

SELBSTEINSCHÄTZUNG

1. Der Betreff steht in einem Anschreiben

A über dem Absender

B zwischen Datum und Anrede

C zwischen Adressat und Datum

2. Was ist keine Kompetenz für den Beruf?

A tolerant

B blauäugig

C teamfähig

3. Die Standard-Anrede in einem Anschreiben heißt

A Sehr geehrte Damen und Herren

B Sehr geehrte Kolleginnen und Kollegen

C Liebe Damen und Herren

4. Welche Fragen dürfen Arbeitgeber in einem Bewerbungsgespräch stellen?

A Trinken Sie gerne Alkohol?

B Wie viel möchten Sie bei uns verdienen?

C Planen Sie in der nächsten Zukunft zu heiraten?

5. Das gehört nicht in einen Lebenslauf
A Schulabschluss
B Geburtsort
C Beruf des Vaters
6. Was gehört nicht in ein Anschreiben?
A Berufswunsch
B Motivation
C Ärztliches Gutachten
7. Der Lebenslauf heißt anders
A Curriculum
B Curriculum Vitae
C Vitae
8. Das Deckblatt liegt in der Bewerbungsmappe
A vor dem Lebenslauf
B nach dem Lebenslauf
C vor dem Anschreiben
9. Was gehört nicht in die Bewerbungsmappe?
A Stellenanzeige
B Deckblatt
C Anschreiben
10. Welches Hobby passt für den Lebenslauf nicht?
A Yoga
B Feiern
C Bücher lesen

LERNWORTSCHATZ

das Anschreiben / -
der Ansprechpartner/ -
der Bereich/ -e
die Betreuung
die Bewerbung / -en
die Bewerbungsmappe / -en
der Bildungsweg / -e
das Deckblatt / - blätter
die Eigenschaft/ -en
die Erfahrung / -en

die Fähigkeit / -en
das Gehalt/
IT-Kenntnisse
die Kenntnis / -se
der Lebenslauf / -läufe
die Personalauswahl
das Praktikum / Praktika
die Pünktlichkeit / -
der Schulabschluss / - schlüsse
die Schwäche/ -en
die Selbstständigkeit / -
die Stelle/ -en
die Stellenanzeige, -n
die Stärke/ -en
die Unterlage/ -en
die Voraussetzung/ -en
das Vorstellungsgespräch / -e
das Zeugnis / -se
der Zukunftsplan / -pläne
die Zuverlässigkeit
beraten
sich bewerben um eine Stelle
sich bewerben auf eine Anzeige
sich eignen für etwas /
geeignet sein für etwas
sich engagieren
über etwas verfügen
zur Verfügung stehen

MODUL 5. MESSE

Ihre Firma ist schon sehr erfolgreich. Es ist jetzt die richtige Zeit, eine Messe zu besuchen, um die eigene Firma zu präsentieren, neue Partner zu finden und die Produkte der Firma zu zeigen. Messen sind organisierte Märkte, auf denen Firmen ihre Innovationen vorstellen und Besucher sich über die neuesten Entwicklungen auf dem Markt informieren.

Wer eine Messe besucht, hat aber auch noch andere Ziele:

- Kontakt zu Kunden pflegen
- Produkte präsentieren
- neue Kunden gewinnen

5.1 ENTSCHEIDUNG ZUR MESSEBETEILIGUNG

Messen sind organisierte Märkte, auf denen Firmen ihre Innovationen vorstellen und Besucher sich über die neuesten Entwicklungen auf dem Markt informieren.

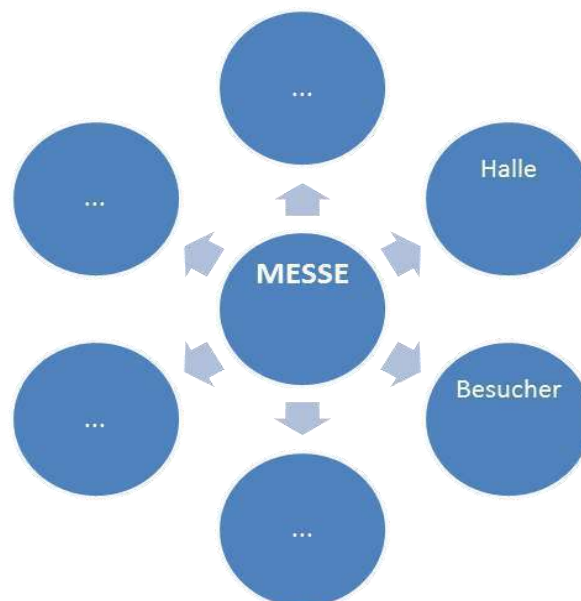
Wer eine Messe besucht, hat aber auch noch andere Ziele:

- Kontakt zu Kunden pflegen
- Produkte präsentieren
- neue Kunden gewinnen

5.2 ENTSCHEIDUNG ZUR MESSEBETEILIGUNG

AUFGABE 1.

Haben Sie schon einmal eine Messe besucht? Was fällt Ihnen ein, wenn Sie das Wort „Messe“ hören?



AUFGABE 2.

Sie informieren sich über für Sie passende Messen, dabei lesen Sie viele Wörter, die für Sie neu sind. **Bilden Sie zusammengesetzte Wörter mit dem Begriff Messe und übersetzen Sie diese. Teilen Sie die Wörter in zwei Gruppen ein:**

A) Messestadt, Messezeit ...

B) Regionalmesse, Mustermesse ...

MESSE

STADT

FACH

BUCH

AUSSTELLER

HALLE

STAND

REGIONAL

MESSE

MUSTER

ZEIT

FRÜHJAHR

GELÄNDE

AUFGABE 3

(Zusatzaufgabe)

Lesen Sie den folgenden Text über die Geschichte der Messen und geben Sie jedem Teil und anschließend dem ganzen Text einen Titel.

1. Messen existieren bereits seit dem frühen Mittelalter in Europa. Die erste Messe fand im Jahr 629 im Norden von Paris statt.

Während der Messezeit galten besondere Regeln, insbesondere die Messeschfreiheit. Man erlaubte auch Fremden, ihren Stand aufzuschlagen.

2. Die Verbesserung der Verkehrswege verbesserte den überregionalen Handel. Seit dem 11. und 12. Jahrhundert nahm die Zahl der Messen deutlich zu. So entwickelten sich in Frankreich, den Niederlanden, Deutschland, der Schweiz und Italien wichtige Treffpunkte für Kaufleute aus ganz Mitteleuropa.

3. Aber Leipzig initiierte 1895 den Wandel von der Waren- zur Mustermesse. Das führte zu einem Um- und Aufschwung des Messewesens, der erst durch den Zweiten Weltkrieg unterbrochen wurde. 4. Nach dem Krieg wurden Messen zu einem entscheidenden Faktor des wirtschaftlichen Wiederaufbaus in Europa. 1947 wurde die Exportmesse in Hannover gegründet, sie stieg schnell zum «Schaufenster der Investitionsgüterindustrie» auf. Seither ist nicht nur in

Europa, sondern in der ganzen Welt eine Vielzahl neuer Messeplätze entstanden.

4. Heute existieren weltweit rund 350 Messegelände. Dort finden jährlich mehr als 7000 Messen und Ausstellungen statt. Dabei nimmt Deutschland den führenden Platz ein.

Worterbklärungen:

existieren — существовать

den Stand aufschlagen — установить прилавок (разбить торговую палатку)

die Gewerbefreiheit — свобода торговли

der Wandel — изменение, превращение

der Umschwung — переворот, перелом,

der Aufschwung — взлет, оживление, подъем

die Investitionsgüterindustrie — индустрия средств производства

AUFGABE 4.

Um eine passende Messe für Ihre Übungsfirma zu finden, erfahren Sie nun mehr über die deutschen Messen.

a) Sehen Sie sich den Imagefilm „Messen made in Germany“ an:
<https://youtu.be/TActF2E4rKQ>

Mit welchen Argumenten wirbt die AUMA (Verband der deutschen Messewirtschaft) für den Messestandort Deutschland?

Bei der Antwort können Sie folgende Wörter und Strukturen benutzen:

Der Messestandort Deutschland

liegt.../

hat jedes Jahr.../

erleichtert.../ ermöglicht.../ fördert.../

ist der ideale Rahmen für.../

ist als Messeveranstalter...

b) Lesen Sie den folgenden Text und finden Sie zusätzliche Argumente für den Messestandort Deutschland.

Der Messeplatz Deutschland liegt in Europa, im Zentrum des Europäischen Binnenmarktes. In Deutschland finden rund zwei Drittel der international führenden Messen statt. Das sind jedes Jahr 130 internationale und überregionale Fachmessen. Dorthin kommen über 150000 Aussteller, davon mehr als 45% aus dem Ausland, und fast 10 Millionen Besucher, davon rund 1,8 Millionen aus dem Ausland.

Zu den wichtigsten Messestädten gehören Hannover, Frankfurt, Leipzig, Köln, Düsseldorf, Berlin, Stuttgart und München.

c) Formulieren Sie Ihre Argumente für den Besuch einer Messe in Deutschland.

Z.B.: Ich schlage vor, eine Messe in Deutschland zu besuchen. Meine Argumente sind: Deutschland liegt im Herzen Europas; ...

AUFGABE 5.

Die Messen haben Logos, damit die Kunden sie sofort erkennen können. **Zu welchen Messen gehören folgende Logos? Ordnen Sie bitte zu.**

A. Internationale Grüne Woche Berlin (Ernährungswirtschaft, Landwirtschaft, Gartenbau)

B. Leipziger Messe GmbH (verschiedene Handelsmessen, z.B. Leipziger Buchmesse, Auto Mobil International u.a.)

C. Die weltweit größte Messe für Informationstechnik CEBIT (Centrum für Büroautomation, Informationstechnologie\ und Telekommunikation)

D. Die Frankfurter Buchmesse (Bücherbranche)

AUFGABE 6.

Um eine passende Messe für Ihre Firma zu finden, **recherchieren Sie im Internet.**

Hier können Sie Informationen über zahlreiche Messen finden.

Hinweise zur Recherche:

1) Gehen Sie auf die Seite <http://www.messen.de/>. Auf dieser Seite kann man die Recherche starten.

2) Klicken Sie das Wort Messe Branchen an, um die Messen in dieser Branche zu sehen. Sie sind alphabetisch geordnet, z. B. T für Tourismus oder C für Computer Technologien.

3) Klicken Sie nun in der Liste der Messen den Link einer Messe an, um die wichtigsten Informationen über diese Messe zu finden.

Es gibt auch eine andere Möglichkeit für die Recherche (2). Wählen Sie ein Land und eine Stadt, wo Sie die Messe besuchen wollen. (Z.B. Deutschland, Köln; Österreich, Wien; Schweiz, Zürich.)

Wählen Sie eine Messe, an der Ihre Firma teilnehmen möchte; finden Sie die wichtigsten Informationen und machen Sie sich Notizen nach folgendem Muster:

Messe Name: Die Messe Teddybär Total Münster

Basis-Informationen:

Mehr als 200 Aussteller aus über 15 Ländern bieten auf der Teddybär Total Messe Münster ihre Produkte an., Teddybären, Stofftiere, Materialien und Zubehör sowie günstige Schnäppchen bis hin zu hochklassigen Bären für Profi-Sammler.

Aktueller Termin: 25.04.2015 - 26.04.2015

Messeort:

Messe und Congress Centrum Halle Münsterland

Albersloher Weg 32

48155 Münster

Turnus/ Zutritt: jährlich, Allgemeines Publikum

Detail-Informationen:

Angebot: Antike und neue Teddybären, Teddybär-Accessoires und andere Teddybär-bezogene Waren
Öffnungszeiten

1. Tag: 10:00 Uhr bis 18:00 Uhr

2. Tag: 11:00 Uhr bis 16:00 Uhr

Eintrittspreise

Tageskarte: 8,00 EUR

Dauerkarte: 14,00 EUR

Kinder & Jugendliche bis 16 Jahre: Eintritt frei

Aussteller-Informationen:

Veranstalter / Standanfrage Wellhausen & Marquardt Medien, TEDDYBÄR TOTAL

Branchen: Spielwaren Teddybären

AUFGABE 7.

Bei der Auswahl der Messe sind die Bewertungen der Teilnehmer von großer Bedeutung. **Lesen Sie die folgenden Meinungen; finden Sie heraus, welche Messen diese Personen besucht haben. Was hat den Besuchern gefallen, was nicht?**

1. Ich finde es schade, dass z.B. bei den Fensteranbietern alle die gleichen Renovierungssysteme anbieten! Ich hätte mir gewünscht, Infos zu verschiedenen Systemen zu bekommen. So waren es aber nur verschiedene Hersteller! Das ist schade und hat mir nichts gebracht.

2. Sehr gutes und breites Angebot der Aussteller. Es war für jeden etwas dabei, vom frischen Fisch bis zur frischen Nudel.

3. Die Messe hat uns rundum überzeugt. Es waren praktisch von allen IT Bereichen entsprechende Firmen vor Ort. Alle konnten kompetent Auskunft geben. Parallel lief ein Kongress mit spannenden Vorträgen zu allen aktuellen IT Themen. Wir werden die Messe im Februar in jedem Fall wieder besuchen.

1) Die Messe IT&MEDIA Darmstadt Fachmesse und Kongress für das digitale Unternehmen.

2) Die Messe Rosenheim eine Verbrauchermesse mit Fach- und Sonderschauen. Schwerpunktthemen: Energiesparen, Handwerk, Wohnen und Garten, Medizin, Gesundheit und Wellness.

3) Die WALTHER GENUSSMESSE Würzburg die Fachmesse des guten Geschmacks für Koch und Küche.

AUFGABE 8.

Bei der Auswahl der Messe kann auch die eigene Werbung der Messe nützlich sein. **Sehen Sie sich den Imagefilm von Messe Stuttgart an (<http://youtu.be/Ukuj-DFvkMQ>) und beantworten Sie die Frage: Welche Faktoren machen eine Messe für die Besucher attraktiv? Begründen Sie Ihre Meinung,**

z.B. Die Messe von Stuttgart ist für die Besucher angenehm, weil sich in dieser Stadt zahlreiche Galerien, Museen befinden. Die Messe ist auch ..., weil ...

DIE MESSE IST:

CLEVER

FLEXIBEL

EINDRUCKSVOLL

PRAKTISCH

VORTEILHAFT

ERFREULICH

ÜBERZEUGEND

KOMFORTABEL

Tip: Wenn ein Unternehmen sich für eine Messe entscheidet, sind vor allem folgende Fragen wichtig: Welche Branchen sind auf der Messe vertreten? Welche Produkte und Warengruppen werden dort präsentiert?

Wann und wo findet die Messe statt? Wie viele Teilnehmer und Besucher hat diese Messe? Diese Informationen bilden das Messeprofil.

AUFGABE 9.

Ihre Übungsfirma kann nicht nur eine ausländische Messe sondern auch eine Messe im eigenen Land und vielleicht auch in Ihrer Region besuchen.

Recherchieren Sie, welche Messen in Ihrer Region durchgeführt werden. Erstellen Sie ein Messeprofil einer Messe aus Russland, an der Ihre Übungsfirma teilnehmen könnte.

Messe Name:

Basis-Informationen:

Aktueller Termin:

Messeort:

Turnus/ Zutritt:

Detail-Informationen:

Angebot:

Öffnungszeiten

Eintrittspreise

Aussteller-Informationen:

Veranstalter / Standanfrage

Wo können Sie alle Informationen und Anmeldeunterlagen beim Veranstalter / Messeprojektteam anfordern.

Branchen:

TEAMSITZUNG XXX

Sie haben nun schon viel über Messen erfahren. Präsentieren Sie in der Teamsitzung eine Messe in Russland und eine in Deutschland, die Ihre Firma besuchen könnte. Benutzen Sie die gesammelten Informationen aus den Aufgaben 6 und 9. Begründen Sie Ihre Auswahl.

Teamsitzung

Tagesordnung der Sitzung:

TOP 1 Übersicht über passende Messen für unsere Firma (Branche, Zeit, Preis der Teilnahme, Region)

TOP 2 Konkrete Vorschläge (Begründung Ihrer Vorschläge ist notwendig.)
Abstimmung

5.2 VORBEREITUNG AUF DIE MESSE

AUFGABE 10.

Die Teilnahme an einer Messe muss gut vorbereitet sein. Planen Sie mithilfe der Checkliste die einzelnen Planungs- und Arbeitsschritte für die

Teilnahme Ihrer Firma. Legen Sie fest, wer welche Aufgaben bis wann erledigen soll. Machen Sie sich Notizen.

MESSEPLANUNG

Kleine Checkliste für den Aussteller

Vor der Messe

- ... Budgetplanung
- ... Anmeldeunterlagen
- ... Standbau – Standgestaltung - Standskizze
- ... Standreinigung
- ... Standausstattung
- ... Elektro-, Wasseranschlüsse etc.
- ... Transport – Spedition
- ... Internet-Zugang, Telefon/Telefax
- ... Weitere Serviceleistungen
- ... Werbung / Prospekte/Werbegeschenke
- ... Einladungen: Kunden - VIP's
- ... Presse – und Öffentlichkeitsarbeit
- ... Pressekonferenzen
- ... Aktionen am Stand
- ... Sonstige Veranstaltungen
- ... Kundenempfänge
- ... Standpersonal
- ... Personal – Briefing etc.
- ... Reisevorbereitung/Hotels

AUFGABE 11.

Studieren Sie gründlich die Webseite der gewählten Messe, finden Sie im Thema „Aussteller“ das Formular der Standanmeldung.

A) Beantworten Sie die folgenden Fragen und machen Sie sich Notizen.

1. Wie kann man einen Messestand anmelden?
2. Wie hoch sind die Mietpreise für einen Stand?
3. Wo werden Hotelzimmer vermittelt?
4. Was enthält das Rahmenprogramm?
5. Welche Produkte können auf der Messe präsentiert werden?
6. Mit welchen Verkehrsmitteln kann man das Messegelände erreichen?
7. Wo verabredet man sich mit Personen, die man auf der Messe treffen will?

2) Sehen Sie das Anmeldeformular (Arbeitsblatt „Messeanmeldung“), welche Informationen enthält es?

3) Füllen Sie das angebotene Formular aus oder das Formular, dass Sie auf der Seite der ausgewählten Messe gefunden haben.

Eine Messe ist ein effizientes Marketinginstrument.

Werbematerialien sind von großer Bedeutung: Visitenkarten, Imagebroschüren, Produktprospekte, Werbemittel sind Anzeigen, Stofftaschen mit Werbung, Plakate, Aufkleber, TV-Spots, Radio-Spots, Film-Spots, Werbe-E-Mails, Werbefiguren, Werbemusik, Werbespiele.

AUFGABE 12.

Lesen Sie zwei Texte, in denen ein neues Produkt präsentiert wird. Welches Produkt wird vorgestellt? Für wen sind diese Texte gemacht? Welcher Text passt besser für die Präsentation auf der Messe?

TEXT A

Beluga „Super Kubb“, Holzspielzeug

Das Trend-Spiel für Park und Garten: Wikinger-Schach „Super Kubb“

Für 2 - 12 Spieler

ab 6 Jahren

„Kubb“ bedeutet „Stöckchen“ auf Schwedisch und Spielspaß für die ganze Familie! Großes Spiel-Set bestehend aus 21 Teilen:

1 König: 28,1 x 7,6 x 7,6 cm

10 „Kubbs“-Knechte: 14 x 5,3 x 5,3 cm

6 Wurfhölzer: 28 x 3,1 x 3,1 cm

4 Eckstäbe: 28,1 x 1,4 x 1,4 cm

Spielanleitung

Aufbewahrungsbeutel.

Aus robustem Buchenholz

Ökospielzeuge liegen aktuell voll im Trend. Ausprobieren lohnt sich!

TEXT B

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

wie Sie wissen, haben wir im letzten Jahr ein neues Spielzeug entwickelt – Beluga „Super Kubb“. Das große Spiel-Set besteht aus 21 Teilen.

Ich möchte Ihnen heute die Vorteile dieses Produkts vorstellen. Dabei gehe ich vor allem auf drei Punkte ein:

- für wen dieses Produkt geeignet ist,
- wo man es spielen kann,
- warum es sich lohnt, dieses Spielzeug zu kaufen.

Zu Punkt eins: dieses Spiel ist für Kinder ab 6 Jahre und für Erwachsene gut geeignet.

Zweitens: Man kann es im Garten oder im Park spielen. Beim großen Garten-Turnier spielen zwei Teams gegeneinander

Drittens: Es ist ein Spiel für 2-12 Spieler und Sie können es gut bei einer Gartenparty spielen. Die Spielregeln sind einfach.

Das Spielzeug ist aus Holz hergestellt.

Und nun zum Design: Das Spielzeug ist leicht, und super verarbeitet.

Meinungen unserer Kunden:

„Ein sehr spannendes Spiel. Es macht auch schon kleineren Kindern großen Spaß“, „Ein Spiel für die ganze Familie. Sehr stabil.“

„Super Spiel für draußen. Kann man sich mit mehreren Leuten stundenlang beschäftigen. Macht richtig Spaß. Kann ich nur empfehlen!“

„Super Spiel! Wirklich gute, stabile Qualität! Ist für den Preis echt ok. Meine Kinder haben dieses Spiel und sind total begeistert!“

Nun, **ich hoffe, dass Sie unsere Kunden von dem neuen Spielzeug überzeugen können.** Wenn Sie noch Fragen oder haben, dann kontaktieren Sie uns bitte.

AUFGABE 13

(Projekt)

Bereiten Sie nun ihre eigenen Werbematerialien für die Messe vor. Arbeiten Sie in Gruppen. Die Arbeitsergebnisse werden in der Teamsitzung präsentiert und besprochen.

GRUPPE 1: Erarbeiten Sie das Konzept und die Gestaltung des Messestandes

- Plakate für die Messe
- Personal für den Stand
- passende Kleidung, richtiges Verhalten
- Wettbewerbe, PR-Maßnahmen

GRUPPE 2: Erstellen Sie die Präsentation Ihrer Firma für die Messe
Arbeitsetappen bei der Erstellung von Power Point Präsentationen:

1. Manuskript anfertigen
2. Themen für die einzelnen Folien festlegen
3. Layout erstellen (einheitlich für alle Folien)
4. die einzelnen Folien gestalten (Verbindung von Texten, Bildern, Diagrammen)
5. Folienübergänge oder PowerPoint-Effekte gestalten

Möglicher Inhalt der Präsentation: Name der Firma, , Standort, Geschichte, Zahl der Mitarbeiter, Branche, Umsatz, Marktposition, Produktpalette, Absatzmärkte, Firmenphilosophie (Motto), Serviceleistungen, Qualitätssicherung, Umweltbewusstsein.
(Redemittel zur mündlichen Präsentation enthält das Arbeitsblatt „Richtig präsentieren“).

GRUPPE 3: Erarbeiten Sie einen Werbeprospekt für ein innovatives Produkt, das Sie auf der Messe zeigen wollen.

Vergessen Sie nicht ein Bild einzusetzen. Ein Slogan sollte auch dabei sein.
(Redemittel zur mündlichen Präsentation enthält das Arbeitsblatt „Die Vorteile eines Produkts betonen“).

Teamsitzung XXX

Sie möchten an der Messe teilnehmen. In einer Teamsitzung besprechen Sie die Planung.

Tagesordnung der Sitzung:

TOP 1 Bericht über die organisatorischen Fragen (Messeanmeldung, Hotel- und Reisebuchung)

TOP 2 Besprechung der Werbematerialien

TOP 3 Der Messestand: Konzept und Realisierung

TOP 4 Termine, Verabredungen mit den Geschäftspartnern

5.3 MESSEBETRIEB

AUFGABE 14.

Die richtige Arbeit beginnt auf der Messe. Hier sollen Sie nicht nur eigene Produkte präsentieren, sondern auch mit den Messebesuchern kommunizieren, um neue Partner zu finden.

a) Sehen Sie sich den Film an „Verhalten am Messestand“

<http://www.youtube.com/watch?v=YhuX1TDc6qM>

Was ist richtig, was ist falsch? Kreuzen Sie an.

Richtig oder Falsch?

1 Der Standbetreuer kann Kunden wegschicken.

2 Der Standbetreuer sollte Fehler zugeben.

3 Der Standbetreuer sollte ausführlich und lange dem Kunden das Problem erklären.

4 Der Standbetreuer sollte höflich und aufmerksam sein.

5 Der Standbetreuer beachten den Kunden gar nicht.

b) Schreiben Sie Empfehlungen für den Betreuer eines Messestandes: Der Betreuer des Messestandes sollte den Kunden höflich begrüßen und ansprechen; den Kunden nicht wegschicken; ...

AUFGABE 15.

Gespräche am Messestand Bestimmen Sie, welche Sätze der Standbetreuer sagt und welche der Kunde. Tragen Sie die Nummern der Redewendungen in die Tabelle ein.

Vertreter der Firma	Kunde
1, 3, 7,	... 2, 8, 10

Nützliche Redewendungen für die Kommunikation am Stand:

- (1) Guten Tag, kann ich Ihnen helfen?
- (2) Kennen Sie unsere Produkte/ unsere Firma/ unseren Messestand schon?
- (3) Guten Tag, ich möchte mich nur ein wenig umschauen.
- (4) Haben Sie einen Prospekt/ eine Broschüre/ einen Katalog zu/ über ..., den/ die ich mitnehmen kann?
- (5) Hätten Sie vielleicht eine Visitenkarte für mich?
- (6) Unsere Firma ist der führende Hersteller von ... in ...
- (7) Wofür brauchen Sie die Maschine/ das Gerät/ das Werkzeug denn?
- (8) Die aktuellen Modelle und die Listenpreise finden Sie hier im Katalog.
- (9) Können Sie mir sagen, in welchen Farben/ Materialien das Produkt lieferbar ist?
- (10) Um 15 Uhr haben wir eine Präsentation – wenn Sie Zeit haben, sind Sie herzlich eingeladen.
- (11) Ich habe Ihre Wünsche notiert und schlage vor, dass wir demnächst einen Termin vereinbaren/uns nach der Messe kontaktieren.
- (12) Vielen Dank für die Beratung.
- (13) Wie würden uns sehr freuen, von Ihnen zu hören. Noch einen angenehmen Messeaufenthalt.

AUFGABE 16.

Spielen Sie einen Dialog „Am Messestand“.

Benutzen Sie Redewendungen aus der Aufgabe 15.

- Guten Tag, kann ich Ihnen helfen?
- Guten Tag, ich möchte mich nur ein wenig umschauen.
- Schauen Sie sich in Ruhe um. Falls Sie Fragen haben, helfe ich Ihnen gern.
- Darf ich Sie fragen, für welche Firma/Branche Sie arbeiten?
- ...

5.4 REPORTAGE VON DER MESSE.

AUFGABE 17.

(Ein wichtiger Teil des Messebesuchs ist die Kommunikation mit der Presse.) Sehen Sie sich den Film (... Messe in 100 Sekunden) <https://youtu.be/UWwqoBcNuB8> an.

a) Beantworten Sie folgende Fragen:

Wo und wann fand die Messe statt?

Welche Branche ist auf der Messe vertreten?

Was hat den Teilnehmern auf der Messe besonders gut gefallen?

AUFGABE 18.

Bereiten Sie eine Reportage von der Messe vor, auf der Ihre Firma teilgenommen hat.

Verteilen Sie die Rollen: Reporter, Vertreter der Messeveranstalter, Messeteilnehmer, Messebesucher.

Die Reportage soll allgemeine Informationen über die Messe enthalten, Informationen über innovative Produkte und Eindrücke von Teilnehmern, die Meinungen von Besuchern.

(Wenn Sie die Möglichkeit haben, nehmen Sie diese Reportage auf)

Teamsitzung XXX

Sie haben eine Teamsitzung, um die Messen nachzubereiten und eine Dokumentation der Messe zu erstellen!

Tagesordnung der Sitzung:

TOP 1 Besprechung der Ergebnisse der Teilnahme an der Messe

TOP 2 Präsentation der Reportage von der Messe

5.5 SELBSTEINSCHÄTZUNG

QUIZ

1. Heute existieren weltweit ... Messegelände.

A rund 350

B über 500

C 150

2. In Deutschland finden ... der international führenden Messen statt.

A 2/3

B 1/2

C $\frac{3}{4}$

3. Auf der Messe kann man ...
A Geschäftspartner finden
B seltene Tiere sehen
C Prüfungen ablegen
4. Die weltweit größte Messe für Informatik findet in ... statt.
A Berlin
B Hannover
C Hamburg
5. Eine Checkliste ist eine Liste mit den....
A Planungs- und Arbeitsschritten
B Adressen von Freunden
C offenen Rechnungen
6. Die Grüne Woche ist ...
A der Name einer Messe
B ein Fest
C der Name eines Romans
7. Das Messeprofil enthält die Informationen über ...
A die berühmtesten Politiker
B Statistik und wichtigste Angaben der Messe
C die Geschichte der Religion
8. Eine Messe ist ein Marketinginstrument, weil man hier ...
A neue Bücher über Marketing verkauft
B neue Geschäftskontakte knüpft
C Briefmarken ausstellt
9. Der Standbetreuer soll auf der Messe ...
A keine Gespräche mit Messebesuchern führen
B Bücher lesen
C auf die Fragen der Messebesucher höflich antworten
10. In welcher Branche ist die Messe CeBit tätig?
A Buchdruck
B Informatik
C Tourismus

LERNWORTSCHATZ

der Aussteller / -
die Anmeldung / -en
das Anmeldeformular / -e
die Anmeldeunterlagen
die Auskunft / Auskünfte
die Beratung / -en
die Bewertung / -en
der Betreuer / -
die Checkliste / -n
die Imagebroschüre / -n
die Gestaltung / -en
der Katalog / -e
der Kunde / -en
das Logo / -s
der Markt / Märkte
die Messe / -n
das Messegelände / -
der Messepreis / -e
das Messeprofil / -e
der Messestand / -stände
der Messeveranstalter
das Motto / -s
die Mustermesse / -n
die Neuentwicklung / -en
die Neuerscheinung / -en
die Preisliste / -n
der Produktprospekt / -e
das Rahmenprogramm / -e
der Slogan / -s
die Standanmeldung / -en
die Qualitätssicherung
der Vorteil / -e
die Werbung / -en
die Werbeanzeige / -n
anbieten
anmelden
betreuen
gestalten
installieren
innovativ

vereinbaren
vertreten
vorführen
vorteilhaft

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. <https://messe-bremen.de/>
2. www.wissen.de/erfolgreicher-start-den-beruf
3. www.planet-beruf.de/Premiere-im-Betrieb.15430.0.html
4. <https://www.youtube.com/watch?v=KwT0JdkW-uE>
5. <https://de.wikipedia.org/wiki/Berlin>
6. <https://de.wikipedia.org/wiki/Deutschland>
7. <https://www.youtube.com/watch?v=YhuX1TDc6qM>

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1.

Как правильно реферировать материалы прессы

При подготовке монологического высказывания на базе газетного материала велика роль опор. Вы можете пользоваться следующими опорами:

- составьте план сообщения (вступление, ссылка на используемый источник, структура излагаемой информации и выводы из сделанного сообщения);
- пользуйтесь определенными устойчивыми словосочетаниями в процессе высказывания;
- познакомьтесь с отдельными компонентами реферативного сообщения по газетному материалу.

Примечание: название газет, журналов и т.п. не переводятся на иностранный язык, а лишь транслитерируются (Izvestia, Nezavisimaya Gazeta).

Трудности могут возникнуть и с аббревиатурами – сокращениями, отражающими тенденцию экономии языковых средств и нашедшими широкое использование в современном языке.

Аббревиатура – это слово, образованное из начальных букв какого-либо словосочетания. В прессе, как правило, словосочетание в первом упоминании употребляется развёрнуто, а в скобках даётся его аббревиатура, которая далее в тексте употребляется самостоятельно.

Наиболее употребительные аббревиатуры немецкого языка в тексте могут не расшифровываться; их желательно знать:

а) усечения:

Alu – Aluminium;

Ober – Oberkellner;

Schirm – Bildschirm;

Kita – Kindertagesstätte;

Uni – Universität;

Stip – Stipendium;

Diss – Dissertation;

Demo – Demonstration;

Disko – Diskothek;

Info – Information;

б) сокращение словосочетаний:

MdB – Mitglied des Bundestages;

PLZ – Postleitzahl (почтовый индекс);
 PC – Personalcomputer;
 GmbH – Gesellschaft mit beschränkter Haftung;
 AG – Aktiengesellschaft;
 IBRD – International Bank for Reconstruction and Development –
 Internationale Bank für Wiederaufbau und Entwicklung – Всемирный банк
 реконструкции и развития;
 IMF – Internationaler Währungsfond;
 EWS – Europäisches Währungssystem – Европейская валютная система;
 USA – Vereinigte Staaten von Amerika;
 EU – Europäische Union;
 UNESCO – United Nations Educational, Scientific and and Cultural
 Organisation; UN – Organisation für Erziehung, Wissenschaft, Kultur –
 ЮНЕСКО;
 UNO – United Nations Organisation – die Vereinten Nationen;
 NATO – Nordatlantikvertrag;
 SPD – die Sozial-Demokratische Partei Deutschlands;
 CDU – die Christlich-Demokratische Union Deutschlands;
 CSU – die Christlich- Soziale Union Bayern;
 FDP – die Freie Demokratische Partei.

Предлагаемый ниже порядок работы над газетной статьёй и готовые клише помогут в работе.

1. Vorarbeit (Lesen, Übersetzen, Stichwörter).

2. Beschreibung des Objekts des Referierens (Angaben des Artikels).

- Die Zeitung . . . bringt auf der ersten Seite unter der Rubrik . . . den Artikel unter dem
- Der Artikel . . . ist der Zeitung . . . entnommen.

3. Formulierung der Thematik und der Problematik des Artikels.

- Das Thema des Artikels ist . . . / lautet
- Im Artikel ist die Rede von . . .
- Der Artikel ist dem Thema . . . gewidmet.
- Im Artikel handelt es sich um . . . / geht es um . . .
- Der Artikel behandelt ein aktuelles Problem . . . / einige aktuelle Probleme .
- Der Korrespondent legt gründlich das Problem . . . dar.

4. Einführung in die Thematik und in die Problematik.

- Es ist bekannt, dass . . . / Soweit uns bekannt ist . . .
- Wichtig ist zu wissen, dass . . .
- Es ist die Tatsache, dass . . .
- Vor allem sei gesagt, dass . . .
- Wenn von . . . die Rede ist, muss man . . .

- Was . . . betrifft, so . . .
- Wie Sie wohl bereits wissen . . .
- Nach den Meldungen aus aller Welt ist bekannt, dass . . . / geht hervor, dass . .

5. Behandlung des Problems / der Probleme.

- Der Korrespondent berichtet ausführlich...
- Der Korrespondent legt gründlich ... dar
- Einerseits, . . . Andererseits, . . .
- Es sei erwähnt / Es sei betont . . .
- Besonders muss man darauf hinweisen, dass . . .
- Das kann man dadurch erklären, dass . . .
- Es kommt jetzt darauf an, dass . . .
- Allein die Tatsache, dass . . .
- Die Sache ist die, dass . . .
- Das geht auf die Tatsache zurück, dass . . .

6. Zusammenfassung.

a) kurzes Resüme

- Zusammenfassend kann man sagen, dass . . .
- Zum Schluß kann man behaupten, dass . . .
- Das alles besagt, dass . . .
- Daraus geht hervor, dass . . .
- Letzen Endes . . .
- Die Tatsachen beweisen, dass . . .
- Daraus kann man schliessen, dass . . .
- Daraus folgt, dass . . .

b) Verhalten / Einstellung zur Aussage

- Ich bin der Meinung, dass . . .
- Ich vertrete den Standpunkt, dass...
- Es ist fraglich, ob...
- Es ist anzunehmen, dass...
- Ich kann nicht umhin...
- Es ist anzuerkennen, dass...
- Ich bin zutiefst überzeugt, dass...
- Diesen Artikel einschätzend...
- Man konnte glauben, dass...
- Es scheint, als ob...
- Die Information war für mich ganz neu.
- Ich bin sehr neugierig auf das, was....

Тексты для чтения и реферирования

Politiker als Popstars

Sie schreiben Reden für Spitzenpolitiker oder geben ihnen Tipps für eine bessere Körpersprache. Kein Politiker kommt heute noch ohne Redenschreiber, Trainer und Psychologen aus.

Michael Engelhard war Redenschreiber: Er hat schon viele Texte für Bundespräsidenten, Außenminister und andere wichtige Politiker verfasst. Obwohl er selbst Sozialdemokrat ist, hat er auch für Politiker anderer Parteien geschrieben, wie zum Beispiel für Liberale und Christdemokraten. Aber er betont: "Ich bin nicht bereit, irgendeinen Satz zu schreiben, den ich für falsch halte."

Engelhard hat vor zwanzig Jahren aufgehört. Er ist der Meinung, dass Redenschreiber heutzutage oft nur noch das Sprachrohr der Politiker sind. Das sollte aber eigentlich die Aufgabe der Pressesprecher sein. Ein Redenschreiber soll Vorschläge machen. Engelhard kritisiert zum Beispiel, dass die Redenschreiber von Angela Merkel Parteimitglieder sind, die nur die Position der Kanzlerin verbalisieren.

Andreas Franken, Schreiber einer Bundestagskandidatin, ist da anderer Meinung. Er hat kein Problem damit, eine Rede gegen seine persönliche Überzeugung zu schreiben. Dennoch sagt er auch oft, was er denkt: "Angela Merkel gefällt mir nicht als Rednerin. Sie kommt immer noch zu überheblich rüber, obwohl sie es gar nicht nötig hat: Sie hat nämlich Humor. Sie verwendet viel zu viele Substantive und viel zu komplizierte Sätze."

Ein Lächeln hier, eine einladende Geste dort: Um die Wähler zu überzeugen, zählen nicht nur die Argumente. Auch Mimik und Gestik sind wichtig für den Eindruck, den ein Politiker macht. Daher arbeiten neben dem Redenschreiber auch noch andere Menschen wie zum Beispiel Medientrainer oder Psychologen daran, dass die Auftritte der Politiker immer perfekt sind. Ein bisschen wie bei modernen Popstars.

Erläuterungen

Spitzenpolitiker/in, der/die – ein/e Politiker/in in einer sehr wichtigen Funktion

ohne etwas nicht auskommen – ohne etwas nicht handeln können; etwas unbedingt brauchen

verfassen – schreiben

Sozialdemokrat/in, der/die – Mitglied der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands (SPD)

Liberale, der/die – Mitglied der Freien Demokratischen Partei (FDP)
Christdemokrat/in, der/die – Mitglied der Christlich Demokratischen Union (CDU)

etwas für falsch halten – glauben, dass etwas falsch ist

Sprachrohr, das – jemand, der die Meinung eines oder vieler Menschen repräsentiert

etwas verbalisieren – etwas in Worte fassen; etwas ausdrücken

Bundestag, der – das Parlament der Bundesrepublik Deutschland

rüberkommen – umgangssprachlich für: wirken

überheblich – arrogant

Mimik, die – die Art, wie jemand sein Gesicht (z. B. Mund und Augen) beim Sprechen einsetzt

Gestik, die – die Bewegungen, die jemand beim Sprechen mit den Händen und Armen macht

Medien, die (Plural) – Fernsehen, Zeitungen, Radio und Internet

Auftritt, der – hier: das Erscheinen in der Öffentlichkeit

Fragen zum Text

1. Welche Aussage stimmt nicht? Michael Engelhard ...

- a) hat Reden für Spitzenpolitiker verfasst.
- b) arbeitet jetzt als Pressesprecher bei den Sozialdemokraten.
- c) hat seine Arbeit als Redenschreiber vor zwanzig Jahren beendet.

2. Für Engelhard ist es besonders wichtig, ...

- a) nichts zu schreiben, was er für falsch hält.
- b) nur für Christdemokraten zu arbeiten.
- c) Sprachrohr der Politiker zu sein.

3. Andreas Franken kritisiert an Angela Merkel, dass ...

- a) sie eine zu komplizierte Sprache benutzt.
- b) sie keinen Humor hat.
- c) ihre Redenschreiber Parteimitglieder sind.

4. Wie kann man diesen Satz anders ausdrücken: "Kein Politiker kommt ohne Redenschreiber aus."

- a) Politiker müssen auch Reden schreiben können.
- b) Ohne einen Redenschreiber verlässt ein Politiker nicht sein Büro.
- c) Redenschreiber sind äußerst wichtig für Politiker.

5. Ergänzen Sie diesen Satz mit dem richtigen Verb: "Neben den Inhalten einer Rede ... auch Mimik und Gestik eines Politikers."

- a) verfassen
- b) zählen
- c) verbalisieren

Arbeitsauftrag

Schauen Sie sich das Video "Angela Merkel, die Galionsfigur der Union" an. Wie wirkt Frau Merkel auf Sie? Was gefällt Ihnen gut und was weniger gut? Diskutieren Sie im Kurs über Kleidung, Gestik und Mimik. Nutzen Sie, wenn Sie möchten, folgende Satzanfänge:

- Frau Merkel wirkt auf mich sehr ...
- Mir gefällt die Art und Weise, wie sie ...
- Es fällt mir auf, dass sie immer/viel/nie ...
- Ich glaube, dass Frau Merkel ...

Ein besseres Leben durch Fremdsprachen

Wer als Kind schon Fremdsprachen spricht, hat es später im Leben leichter. Deshalb will die Europäische Union nun Eltern überzeugen, ihre Kinder möglichst früh an das Erlernen von Sprachen heranzuführen.

Im Kindergarten Tutti Frutti in Brüssel macht die Erzieherin Vera kleinen Kindern Fremdsprachen schmackhaft: "Wir müssen richtig kreativ sein und visuelle Reize nutzen", erzählt sie. Die meisten Kinder sind erst dreieinhalb Jahre alt. Deshalb wird zum Beispiel viel gemalt. Und es werden englische Lieder gesungen. Mit dieser Methode sollen die Kinder auf die Sprache neugierig gemacht werden.

Leonard Orban, der EU-Kommissar für Vielsprachigkeit, wünscht sich genau dies für die Zukunft der Europäischen Union. Deshalb startete er zum Europäischen Tag der Sprachen eine 400.000 Euro teure Informationskampagne namens "Piccolingo". Diese soll Eltern in EU-Mitgliedsstaaten davon überzeugen, wie wichtig Fremdsprachen für ihre Kinder sind. Das Hauptargument ist laut Orban: "Sie werden ein besseres Leben haben können, bessere Jobs finden."

Einige Eltern haben die Sorge, dass sie ihre Kinder mit dem Fremdsprachenlernen im Vorschulalter verwirren könnten. Der Sprachlern-Experte Peter Edelenbos verweist allerdings auf Studien, die das Gegenteil beweisen: "Die Muttersprache wird absolut nicht negativ beeinflusst!", erklärt er. Ganz im Gegenteil: Es gibt positive Einflüsse auf die Motivation, später eine weitere Fremdsprache zu lernen.

Durch frühes Sprachenlernen wird auch das interkulturelle Verständnis gefördert, was besonders wichtig für die Beziehungen zwischen den EU-Mitgliedsstaaten ist. Aktuellen Statistiken zufolge spricht nur ein Drittel der Erwachsenen in der EU zwei oder mehr Sprachen. Aber es geht bergauf:

Immerhin lernen mittlerweile 60 Prozent der Oberstufenschüler mindestens zwei Sprachen.

Erläuterungen

Fremdsprache, die – die Sprache, die man neben der Muttersprache lernt es leicht haben – keine Schwierigkeiten haben

jemanden an etwas heranzuführen – jemandem etwas Schritt für Schritt zeigen

jemandem etwas schmackhaft machen – jemanden dazu bringen, etwas zu mögen

kreativ – so, dass man sich neue Dinge ausdenkt

visuell – sichtbar

Kampagne, die – viele verschiedene Aktionen, die zusammen ein Ziel erreichen sollen

Hauptargument, das – die wichtigste Aussage für oder gegen etwas

Vorschulalter, das – das Alter, bevor Kinder in die erste Klasse kommen

jemanden verwirren – jemanden unsicher machen, jemanden durcheinanderbringen

Studie, die – die wissenschaftliche Untersuchung

etwas negativ/positiv beeinflussen – eine schlechte/gute Wirkung auf etwas haben

Motivation, die – der Grund, etwas zu tun

interkulturell – so, dass zwei oder mehr Kulturen miteinander in Kontakt kommen

etwas fördern – etwas unterstützen

Statistik, die – eine Liste von Zahlen, die zeigt, wie häufig bestimmte Dinge vorkommen

zufolge – nach Informationen von etwas

es geht bergauf – etwas entwickelt sich gut, etwas wird besser

Oberstufenschüler/in, der/die – in Deutschland: Schüler/in der elften bis dreizehnten Klasse

Fragen zum Text

1. Was will die Erzieherin Vera erreichen?

a) Sie möchte mehr mit den Kindern singen.

b) Sie will Vorschulkindern Fremdsprachen beibringen.

c) Sie möchte mit den Kindern kochen.

2. Die Informationskampagne "Piccolingo" soll ...

a) Jugendlichen helfen, bessere Jobs zu finden.

b) Kinder im Vorschulalter verwirren.

c) Eltern davon überzeugen, wie wichtig Fremdsprachen für ihre Kinder sind.

3. Was wird durch das Erlernen von Sprachen nicht gefördert?

- a) das interkulturelle Verständnis
- b) die Motivation, später weitere Sprachen lernen zu wollen
- c) das Malen von Bildern

4. Durch frühen Fremdsprachenunterricht werden Kinder positiv ...

- a) überzeugt.
- b) beeinflusst.
- c) verstanden.

5. Wie kann man diesen Satz auch anders sagen: "Wer keine Fremdsprachen spricht, hat es im Leben oft schwer."

- a) Menschen, die Fremdsprachen sprechen, haben es oft leicht im Leben.
- b) Wer Fremdsprachen spricht, hat oft Probleme im Leben.
- c) Ohne Fremdsprachen geht es im Leben bergauf.

Arbeitsauftrag

Würden Sie Ihr Kind bereits im Vorschulalter zum Fremdsprachenunterricht schicken? Wie wichtig ist es für Sie, dass Ihr Kind verschiedene Sprachen lernt? Haben Sie vielleicht Bedenken? Schreiben Sie einen kurzen Text, in dem Sie Ihre Meinung deutlich machen.

СОДЕРЖАНИЕ

Modul 1. Gründung der Firma / Основание фирмы	3
Modul 2. Kommunikation mit Geschäftspartner / Поиск деловых партнеров	13
Modul 3. Kontakte mit Partnern im Ausland knüpfen und ausbauen / Контакты с зарубежными партнерами	28
Modul 4. Personal Auswahl / Подбор персонала	39
Modul 5. Messe / Участие в бизнес-ярмарке	58
Библиографический список	74
Приложения	75

Учебное издание

Елена Владимировна Карасёва

НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК ДЛЯ МАГИСТРАНТОВ

Учебное пособие

Технический редактор – Г.Н. Бурганская

Техническое исполнение – В.М. Гришин

Сборник печатается в авторской редакции

Формат 60 x 84 /16. Гарнитура Times. Печать трафаретная

Печ.л. 5,3 Уч.-изд.л. 5,2

Тираж 300 экз. (1-й завод 1-20 экз.). Заказ 25

Отпечатано с готового оригинал-макета на участке оперативной полиграфии
Елецкого государственного университета им. И.А. Бунина

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Елецкий государственный университет им. И.А. Бунина»

399770, г. Елец, ул. Коммунаров, 28,1