

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Пензенский государственный университет
архитектуры и строительства»
(ПГУАС)

Е.М. Каргина

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

**СБОРНИК ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ
ПО НЕМЕЦКОМУ ЯЗЫКУ**

Рекомендовано Редсоветом университета
в качестве учебного пособия для студентов,
обучающихся по направлениям подготовки
38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент»,
38.03.03 «Управление персоналом»

Пенза 2015

УДК 811.112.2: 629

ББК 81.2 Нем.

К18

Рецензенты: кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры «Естественно-научные и гуманитарные дисциплины» ПФ НОУ ВПО «Академия МНЭПУ» Ильина Ж.В.;

кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры «Иностранные языки» ФГБОУ ВПО «Пензенский государственный университет архитектуры и строительства» Горбунова В.С.

Каргина Е.М.

К18 Иностранный язык. Сборник тестовых заданий по немецкому языку: учеб. пособие / Е.М. Каргина. – Пенза: ПГУАС, 2015. – 180 с.

Сборник тестовых заданий по немецкому языку содержит 5 частей, каждая из которых имеет своей целью проверку определенного вида иноязычной компетенции, а именно: контроль уровня владения лексическим и грамматическим материалом, понимания текстового материала, написания деловой корреспонденции, составление самопрезентации и презентации фирмы. Все тестовые задания построены на основе профильного профессионально-ориентированного материала по экономической тематике.

Приведены методические указания к зачету и экзамену по немецкому языку, позволяющие организовать подготовку студентов к контролю по дисциплине в рамках указанных направлений подготовки.

В пособие включен краткий грамматический справочник, немецко-русский терминологический словарь по экономике.

Учебное пособие подготовлено на кафедре иностранных языков и предназначено для студентов, обучающихся по направлениям подготовки 38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент», 38.03.03 «Управление персоналом», при изучении дисциплины «Иностранный язык».

© Пензенский государственный университет
архитектуры и строительства, 2015

© Каргина Е.М., 2015

ПРЕДИСЛОВИЕ

Данное пособие предназначено для студентов, обучающихся по направлениям подготовки 38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент», 38.03.03 «Управление персоналом». Пособие позволяет решать задачи подготовки студентов указанных направлений к контрольным и самостоятельным работам по дисциплине «Иностранный язык» и задачу непосредственного контроля уровня и качества сформированности иноязычной компетенции.

Учебное пособие направлено на удовлетворение требований, предъявляемых к результатам освоения дисциплины, и способствует формированию общекультурной компетенции ОК-5: «способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия».

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- базовую лексику и грамматику, представляющую нейтральный научный стиль, а также основную терминологию направления подготовки;
- историю и культуру стран изучаемого иностранного языка, правила речевого этикета;
- иностранный язык в объеме необходимом для возможности получения информации профессионального содержания из зарубежных источников;
- основы реферирования и аннотирования специальных текстов в устной и письменной формах.

Уметь:

- применять знания иностранного языка для осуществления межличностного общения;
- использовать знание иностранного языка в профессиональной деятельности;
- получать и сообщать информацию на иностранном языке в письменной и устной форме, выступать с докладами и сообщениями на научных конференциях;
- читать и понимать литературу по профилю направления подготовки, анализировать полученную информацию.

Владеть:

- основами деловых устных и письменных коммуникаций и речевого этикета изучаемого иностранного языка;
- навыками анализа и составления договорной документации на иностранном языке;
- навыками выражения мыслей и собственного мнения в межличностном и деловом общении на иностранном языке;
- навыками обсуждения тем, связанных с направлением подготовки.

Профильный характер материала, на основе которого построены все задания контрольных работ, способствует формированию и развитию у студентов словарного запаса на иностранном (немецком) языке по экономической тематике; навыков чтения деловой корреспонденции с целью поиска необходимой информации, перевода деловой корреспонденции с русского языка на немецкий, составления письма для ведения деловой переписки.

Профессионально-направленный характер представленного пособия готовит студентов к налаживанию профессиональных международных связей, в которых они смогут выступать в качестве полноценных деловых партнеров, повышая тем самым мотивацию изучения дисциплины «Иностранный язык».

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время одним из основных критериев, определяющих эффективность учебного процесса, является возможность применить сформированные компетенции (в том числе – в области иностранного языка) в непосредственной практической деятельности. Практическое использование иностранных языков в профессиональной деятельности связано для большинства выпускников вузов, главным образом, с их направлением и профилем обучения.

Учебное пособие состоит из 5 частей и представляет собой сборник тестовых заданий по немецкому языку для студентов, обучающихся по направлениям подготовки 38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент», 38.03.03 «Управление персоналом», для магистрантов и аспирантов.

Часть I «Fachlexik» содержит тестовые задания по профильной профессионально-направленной лексике, а именно: подбор синонимов, построение фразовых единств, лексика деловой корреспонденции, объяснение графического рисунка, словарные особенности объявлений по экономической тематике.

Во II части «Grammatik» учебного пособия представлены тесты по следующим разделам грамматики: склонение имени существительного, прилагательного; временные формы глагола; употребление предлогов и союзов; использование местоимений и наречий.

Часть III «Leseverstehen» включает в себя задания на понимание текстового материала, в частности, текстов делового содержания; газетных статей по экономической тематике, взятых из немецких газет «Süddeutsche Zeitung», «Frankfurter Allgemeine Zeitung», «Frankfurter Rundschau».

Часть IV «Schriftlicher Ausdruck» учебного пособия содержит тестовые вопросы в области письменной коммуникации, построенные на основе электронной деловой корреспонденции (электронные письма E-mail по экономической тематике).

В V часть «Mündliche Kommunikation» учебного пособия входят задания по самопрезентации, презентации фирмы, проектированию стратегии развития бизнеса на немецком языке.

В структуру пособия включен *краткий грамматический справочник, немецко-русский терминологический словарь* по экономике, способствующие более эффективной подготовке к выполнению заданий.

Пособие содержит *методические указания к зачету и экзамену* по немецкому языку, позволяющие организовать подготовку студентов к контролю по дисциплине в рамках указанных направлений подготовки.

Рекомендуется использование тестового материала в предложенной в пособии последовательности, так как задания организованы по принципу увеличения трудности и постепенной детализации информации.

Teil 1. FACHLEXIK

A. Synonyme

1) Wählen Sie das passende Synonym (Substantiv) und markieren Sie die richtige Lösung: a, b, c oder d. Eine Antwort ist richtig.

1. das Lichtbild

- a) das Plakat
- b) das Foto
- c) der Prospekt
- d) der Werbezetteln

2. die Geschäftszeiten (Pl.)

- a) die Öffnungszeiten (Pl.)
- b) das Ladenschlussgesetz
- c) die Eröffnung
- d) die Geschäftsbedingungen (Pl.)

3. die Herstellung

- a) die Leistung
- b) der Verlust
- c) der Gewinn
- d) die Produktion

4. die Beschwerde

- a) die Anklage
- b) die Reklamation
- c) der Fehler
- d) der Mangel

5. der Prospekt

- a) die Werbeschrift
- b) die Werbedurchsage
- c) der Werbespruch
- d) der Werbetrick

6. der Kredit

- a) die Aktie
- b) der Anteilschein
- c) das Darlehen
- d) das Wertpapier

7. die Flaute

- a) die Expansion
- b) der Verlust
- c) die Fusion
- d) der Konjunkturstillstand

8. die Lohn- und Gehaltsempfänger

- a) die Beamten
- b) die Arbeitnehmer
- c) die Arbeiter
- d) die Angestellten

9. die Marktanalyse

- a) das Marketing-Mix
- b) die Marktnische
- c) die Marktlücke
- d) die Marktstudie

- 10. der Wettbewerb**
a) die Konkurrenz
b) der Leistungsdruck
c) die Marktwirtschaft
d) die Planwirtschaft
- 11. die Unternehmensleitung**
a) das Personalwesen
b) das Controlling
c) das Management
d) das Marketing
- 12. das Budget**
a) die Bilanz
b) der Haushalt
c) die Rechnungslegung
d) der Kostenvoranschlag
- 13. die Kommerzialisierung**
a) die Marktprognose
b) die Verkaufsförderung
c) die Vermarktung
d) die Absatzpolitik
- 14. die Betriebswirtschaft**
a) die Mikroökonomie
b) der Handwerksbetrieb
c) der Großbetrieb
d) die Makroökonomie
- 15. der Konkurs**
a) der Wettkampf
b) die Selektion
c) die Pleite
d) die Rivalität
- 16. die Konjunktur**
a) die anhaltende Rezession
b) die wirtschaftliche Entwicklungstendenz
c) der ausbleibende Boom
d) die lahme Expansion
- 17. die Inflation**
a) die Kaufkraftzunahme
b) der Fehlbetrag
c) die Geldentwertung
d) die Preissenkung
- 18. das Bruttosozialprodukt**
a) der Wert der Güter und Dienstleistungen
b) das Einkommen der Erwerbstätigen
c) die Vergütung der Sozialarbeiter
d) der Haushalt eines Sozialstaates
- 19. die Dienstleistungen (Pl.)**
a) der primäre Sektor
b) der tertiäre Sektor
c) der sekundäre Sektor
d) der quaternäre Sektor

- 20. der öffentliche Dienst**
a) die Öffentlichkeitsarbeit
b) die Sozialversicherung
c) die öffentlichen Mittel (Pl.)
d) der Staatsdienst
- 21. der Existenzgründer**
a) der Entwicklungshelfer
b) der Geburtshelfer
c) der Unternehmensgründer
d) der Lebensversicherer
- 22. die Belegschaft**
a) das Personal
b) die Stellenbesetzung
c) die Stammkundschaft
d) die Arbeitsstelle
- 23. der Hilfsarbeiter**
a) der Facharbeiter
b) der Vorarbeiter
c) der angelernte Arbeiter
d) der ungelernte Arbeiter
- 24. das Resultat**
a) das Ereignis
b) das Ergebnis
c) die Erlaubnis
d) die Erkenntnis
- 25. die Fusion**
a) der Zusammenschluss
b) die Aufnahme
c) die Verbindung
d) der Ausschluss
- 26. die Distribution**
a) der Antrieb
b) der Austrieb
c) der Betrieb
d) der Vertrieb
- 27. der Verbraucher**
a) der Käufer
b) der Kunde
c) der Konsument
d) der Klient
- 28. die Prokura**
a) die Großmacht
b) die Vollmacht
c) die Übermacht
d) die Allmacht
- 29. der Handelsreisende**
a) der Börsenmakler
b) der Zollbeamte
c) der Händler
d) der Vertreter
- 30. die Anschrift**
a) die Adresse
b) der Geschäftszweig
c) der Firmenname
d) die Branche

**2) Das unterstrichene Wort kann durch ein Synonym ersetzt werden.
Eine Antwort ist richtig.**

31. Haben Sie die eingegangene Ware kontrolliert, Herr Douglas?
a) anvisiert
b) überprüft
c) filtriert
d) ausgewählt
32. Vergessen Sie die Sitzung am nächsten Donnerstag nicht.
a) das Gespräch
b) die Auseinandersetzung
c) die Mitteilung
d) die Versammlung
33. Jeder Gehaltsempfänger bekommt für seine geleistete Arbeit eine Bezahlung.
a) einen Sold
b) eine Vergütung
c) eine Gage
d) ein Honorar
34. Für defekte Waren erhalten Sie einen Rabatt.
a) einen Preisnachlass
b) eine Preisgarantie
c) eine Preiserhöhung
d) einen Preisstopp
35. Die Börse boomt. Kaufen Sie Aktien.
a) Wertbriefe
b) Wertgegenstände
c) Wertpapiere
d) Wertsachen
36. Das ist mir zu teuer. Diese Summe scheint mir zu hoch.
a) Dieses Ergebnis
b) Dieser Betrag
c) Dieser Rest
d) Dieser Beitrag
37. Teilzahlungen erleichtern den Kauf von Konsumgütern.
a) Ratenkäufe
b) Panikkäufe
c) Gelegenheitskäufe
d) Hamsterkäufe
38. Der Erwerb dieses Grundstücks kommt ihn teuer zu stehen.
a) Der Verkauf
b) Die Erschließung
c) Die Bebauung
d) Der Kauf
39. Halbtagsarbeit trägt zur Flexibilisierung der Arbeitszeit bei.
a) Zeitarbeit
b) Teilzeitarbeit
c) Schwarzarbeit
d) Zwangarbeit
40. Die Kosten für die Mietzahlung von Investitionsgütern können Sie von den Steuern absetzen.
a) das Leasing
b) das Abonnement
c) die Verleihung
d) die Pacht

41. Die Arbeitslosenzahlen konnten gesenkt werden.
 a) erhöht c) geschwächt
 b) vermindert d) vergrößert
42. Er muss die Rechnung schnellstens bezahlen.
 a) begleichen c) zählen
 b) ausmachen d) ausgleichen
43. Um ihr Personal zu schulen, müssen die Betriebe viel Geld in die Weiterbildung stecken.
 a) die Schulbildung c) die Fortbildung
 b) das Studium d) die Forschung
44. Erzeugen Sie auch Reiswein, Herr Ling?
 a) Liefern c) Produzieren
 b) Verkaufen d) Vermitteln
45. Wir können Ihnen eine Liste der Jugendherbergen senden, jedich ohne Gewähr.
 a) Frist c) Leistung
 b) Risiko d) Garantie
46. Als Fachmann können Sie mir sicher einen Rat geben.
 a) Spezialist c) Arbeiter
 b) Gönner d) Laie
47. Wurde der Termin für das Treffen schon festgelegt?
 a) zugeschrieben c) angesetzt
 b) festgesetzt d) zugeteilt
48. Der Beginn seines Vortrags war sehr interessant.
 a) Der Anbruch c) Der Anfang
 b) Die Erschließung d) Die Öffnung
49. Sie bekam die Warenprobe umsonst.
 a) berechnet c) verrechnet
 b) bezahlt d) gratis
50. Sie rechnete nicht mehr mit dem Einverständnis ihres Vorgesetzten.
 a) dem Zuspruch c) dem Einspruch
 b) der Zustimmung d) der Einstimmung

B. Sprachbausteine

Wählen Sie das passende Wort (Verb). Eine Antwort ist richtig.

1. **eine Marktlücke** _____
a) abschließen
b) verschließen
c) entdecken
d) zudecken

2. **Marktanteile** _____
a) beherrschen
b) gewinnen
c) verlängern
d) kommerzialisieren

3. **Kunden** _____
a) befragen
b) beantworten
c) befürworten
d) bitten

4. **eine Umfrage** _____
a) einführen
b) führen
c) erledigen
d) durchführen

5. **eine Zielgruppe** _____
a) erreichen
b) entsprechen
c) ausmachen
d) abfinden

6. **einen hohen Umsatz** _____
a) verdienen
b) betragen
c) erzielen
d) reichen

7. **einen Flug** _____
a) kaufen
b) buchen
c) abnehmen
d) bestellen

8. **einen Bedarf** _____
a) decken
b) füllen
c) bestehen
d) schütten

9. **Die Preise** _____ **um 5%.**
a) steigern
b) wachsen
c) steigen
d) vermehren

10. **Die Kosten** _____ **um 3%.**
a) senken
b) vermindern
c) verringern
d) sinken

- 11. einen Fragebogen** _____
 a) ausschreiben
 b) füllen
 c) schreiben
 d) ausfüllen
- 12. ein Darlehen** _____
 a) liefern
 b) stellen
 c) gewähren
 d) ordern
- 13. eine Anzeige** _____
 a) aufgeben
 b) ausgeben
 c) vergeben
 d) angeben
- 14. einen Arbeitsvertrag** _____
 a) schreiben
 b) unterzeichnen
 c) zeichnen
 d) beschreiben
- 15. mit jmd. Geschäftsverbindungen** _____
 a) aufstellen
 b) verbinden
 c) bekommen
 d) aufnehmen
- 16. Werbespots** _____
 a) funken
 b) ausstrahlen
 c) verbreiten
 d) ermitteln
- 17. den Verkauf** _____
 a) fördern
 b) bestellen
 c) abstellen
 d) befördern
- 18. Verantwortung** _____
 a) ergreifen
 b) nehmen
 c) übernehmen
 d) lassen
- 19. Das Werbebudget** _____ **3**
Millionen Euro
 a) erzielt
 b) bezieht sich auf
 c) beläuft sich auf
 d) reicht
- 20. in einem Unternehmen** _____
 a) tätig sein
 b) tätigen
 c) aktiv sein
 d) handeln

21. **eine zu hohe und _____ Investition**
 a) köstliche
 b) kostbare
 c) kostspielige
 d) kostenlose
22. **eine _____ Konkurrenz**
 a) harte
 b) strenge
 c) dicke
 d) feste
23. **mit _____ Grüßen**
 a) freundigen
 b) vorzüglichen
 c) geehrten
 d) freundlichen
24. **der _____ Wettbewerb**
 a) unreine
 b) unlautere
 c) unehrliche
 d) unredliche
25. **die _____ Werbung**
 a) irrsinnige
 b) irre
 c) irreführende
 d) irrig
26. **die _____ Öffentlichkeit**
 a) breite
 b) hohe
 c) große
 d) gewaltige
27. **_____ Summen**
 a) wichtige
 b) bedeutsame
 c) führende
 d) bedeutende
28. **_____ Preise**
 a) niedergedrückte
 b) niedrige
 c) niederträchtige
 d) niedliche
29. **eine _____ Beratung**
 a) künstliche
 b) kundige
 c) kenntliche
 d) fachmännische
30. **_____ Waren**
 a) preiswerte
 b) preisbewusste
 c) preisgebene
 d) preistreibende

31. die _____ Berufe
 a) freihändigen
 b) freien
 c) freigegebenen
 d) freistehenden
32. die _____ Angestellten
 a) führenden
 b) regierenden
 c) dirigierenden
 d) leitenden
33. Waren des _____ Bedarfs
 a) tägigen
 b) tagelangen
 c) tageweisen
 d) täglichen
34. der Tag der _____ Tür
 a) aufgeschlossenen
 b) verschlossenen
 c) offenen
 d) geöffneten
35. die _____ Bevölkerung
 a) erwerbstätige
 b) berufliche
 c) tätige
 d) arbeitsame
36. die _____ Datenverarbeitung
 a) computerisierte
 b) elektronische
 c) elektrische
 d) elektrisierte
37. eine angenehme und _____ Textverarbeitung
 a) fröhliche
 b) benutzerfeindliche
 c) benutzerfreundliche
 d) traurige
38. _____ und juristische Personen
 a) moralische
 b) physische
 c) legitime
 d) natürliche
39. Gesellschaft mit _____ Haftung
 a) beschränkter
 b) restriktiver
 c) begrenzter
 d) limitierter
40. eine _____ Zahlungsbilanz
 a) schleichende
 b) überschüssige
 c) galoppierende
 d) reichliche
41. Dank der Geldautomaten verfügen Sie jederzeit über _____
 a) Kleingeld
 b) Bargeld
 c) Taschengeld
 d) Wechselgeld

C. Handelskorrespondenz

Wählen Sie den passenden Ausdruck aus der unten stehenden Liste und markieren Sie die richtige Lösung: a, b, oder c. Eine Antwort ist richtig.

1. Anfrage

Steinli & Söhne KG Steilweg 8. CH-8003 Zürich		
INTERKOMMUNIKATION		
___1___ Frau Ursula Mennens Heinestr. 17		
D-40213 Düsseldorf		Zürich, den 8. Februar
Übersetzungsprogramme		
Sehr geehrte Frau Mennens,		
wir haben uns auf der <i>Expolangues</i> , der Sprachenmesse in Paris ___2___, wo ich mit großem Interesse Ihre Präsentation des neuen Übersetzungsprogramms verfolgt habe. Wir sind ein in der Schweiz ___3___ Unternehmen und ___4___ in viele Länder. Ihre Übersetzungsprogramme für Englisch, Französisch und Spanisch interessieren uns sehr, weil wir oft ___5___ unserer Kunden zu übersetzen haben. Wir würden gern 50 Computer mit einem Übersetzungsprogramm ___6___ und ___7___ Sie daher, uns ___8___ ausführliche Informationen und einen Kostenvoranschlag zu senden. Für die ___9___ einer Demo-Diskette in jeder der angegebenen Sprachen danken wir ___10___ im Voraus.		
Mit freundlichen Grüßen		
Steinli & Söhne KG		
Johann Bircher		

- | | | | |
|----|---------------|-----------------|----------------|
| 1. | a) z.B. | b) Betr. | c) z. Hd. |
| 2. | a) getroffen | b) getrennt | c) begegnet |
| 3. | a) sitzendes | b) liegendes | c) ansässiges |
| 4. | a) einführen | b) exportieren | c) importieren |
| 5. | a) Grundlagen | b) Unterlagen | c) Papierwaren |
| 6. | a) ausstellen | b) ausschmücken | c) ausstatten |

- | | | | |
|-----|---------------|--------------|-------------------|
| 7. | a) bitten | b) fragen | c) erkundigen uns |
| 8. | a) umgehend | b) umgebend | c) umfassend |
| 9. | a) Zuversicht | b) Zusendung | c) Zustimmung |
| 10. | a) Sie | b) Ihnen | c) euch |

2. Angebot

Riem GmbH	
Schickgasse 38 A–1090 Wien	
Mr. Jerry Hunter Thorsan Corporation 2393 Sheridan Road Atlanta, GA 30339 USA	30.04.....
Angebot	
Sehr geehrter Herr Hunter,	
Ihre <u> 1 </u> vom 24. d. M. haben wir dankend <u> 2 </u> und freuen uns über Ihr Interesse an unseren Weingläsern.	
In der <u> 3 </u> senden wir Ihnen unseren neuesten Katalog und machen Ihnen folgendes Angebot:	
Rotweinglas Artikel–Nr. 3627 Preis 36,40 Euro pro Stück Weißweinglas Artikel–Nr. 3718 Preis 34,80 Euro pro Stück	
Wir <u> 4 </u> Ihnen einen Mengenrabatt von 5%, wenn Sie von jedem Artikel mindestens 100 Stück bestellen. Die <u> 5 </u> beträgt vier Wochen. Der <u> 6 </u> versteht sich ab Werk. Die Zahlung ist innerhalb von 30 Tagen nach <u> 7 </u> ohne Abzug fällig. Sobald die Ware <u> 8 </u> ist, werden Sie schriftlich darüber <u> 9 </u> .	
<u> 10 </u> Auftrag sehen wir gerne entgegen und verbleiben	
mit freundlichen Grüßen	
Riem GmbH	
Ingrid Hamann	

- | | | | |
|----|--------------|--------------|---------------|
| 1. | a) Angabe | b) Anfrage | c) Bestellung |
| 2. | a) entnommen | b) behalten | c) erhalten |
| 3. | a) Anlage | b) Zuschrift | c) Beilegung |

- | | | | |
|-----|------------------|-----------------------|-------------------|
| 4. | a) gewähren | b) lassen | c) zugestehen |
| 5. | a) Lieferung | b) Lieferformalitäten | c) Lieferzeit |
| 6. | a) Preis | b) Auftrag | c) Rabatt |
| 7. | a) Rechnung | b) Rechnungsdatum | c) Fälligkeitstag |
| 8. | a) termingerecht | b) versandbereit | c) fertig |
| 9. | a) informiert | b) mitgeteilt | c) vorgemerkt |
| 10. | a) Ihnen | b) Ihre | c) Ihrem |

3. Bestellung

Agor –Teigwaren
Fabrikstraße 24 D –80640 München

T E L E F A X

An: Herrn Ruggero Caprani
Pasta buona
Fax: 00 39 02 46 37 89 64

Von: Raimund Leiser
Fax: 00 49 89 / 71 18 709
Datum: 23.08.....

Bestellung

Sehr geehrter Herr Caprani,

wir 1 uns auf Ihr Angebot vom 20 d. M. und 2 Ihnen folgenden 3 :

500 kg Spaghetti zu 0,75 Euro/kg, 300kg Makkaroni zu 0,85 Euro/kg, 400 kg Tagliatelle zu 0,80 Euro/kg und 100 kg Rigatoni zu 0,90 Euro/kg.
Wir 4 die Teigwaren in einer Woche und werden unsere Spedition 5 , die Waren am 28. August abzu- 6 .

Nach 7 der Lieferung werden wir den 8 Betrag 9 3% Skonto auf Ihr Konto überweisen.
Wir bitten Sie, unseren Auftrag umgehend per Fax zu 10 .

Mit freundlichen Grüßen
Raimund Leiser
Einkaufsabteilung

- | | | | |
|----|-------------|-------------|--------------|
| 1. | a) bezeigen | b) beziehen | c) bezeugen |
| 2. | a) erzeugen | b) erteilen | c) bestellen |

- | | | | |
|-----|------------------|------------------|-------------------|
| 3. | a) Auftrag | b) Antrag | c) Vertrag |
| 4. | a) beschleunigen | b) beliefern | c) benötigen |
| 5. | a) beauftragen | b) anmelden | c) bescheinigen |
| 6. | a) -jagen | b) -fangen | c) -holen |
| 7. | a) Einhalt | b) Erhalt | c) Instandhaltung |
| 8. | a) bestehenden | b) hochstehenden | c) ausstehenden |
| 9. | a) abzüglich | b) hinzukommend | c) ergänzend |
| 10. | a) beschaffen | b) beschränken | c) bestätigen |

4. Reklamation

MOBILPRO	
20, rue du Four F-38000 Grenoble	
INTER-HANDY	
z. Hd. Frau Eva Rehmann	
Alsterweg 16	
D-20457 Hamburg	
	18. Februar
_____1_____	
Sehr geehrte Frau Rehmann,	
wir haben Ihre Lieferung vom 15 d. M. _____2_____. _____3_____ mussten wir beim Auspacken der Ware _____4_____, dass Sie uns nur 200 der 300 bestellten Mobiltelefone geliefert haben. Da wir für Ende März eine Werbe- _____5_____ für diese Telefone geplant haben, bitten wir _____6_____, uns die fehlenden Telefone umgehend zu schicken.	
_____7_____ die Lieferung nicht in einer Woche _____8_____ uns eingegangen ist, sehen wir uns _____9_____, die Telefone bei Ihrer Konkurrenz zu bestellen.	
Mit freundliche Grüßen,	
_____10_____ Catherine Lecour	

- | | | | |
|----|----------------|--------------------|----------------|
| 1. | a) Mindestzahl | b) Minderlieferung | c) Mindestsatz |
| 2. | a) erschlossen | b) erzielt | c) erhalten |
| 3. | a) Leider | b) Leidlich | c) Leidvoll |
| 4. | a) bekennen | b) vernehmen | c) feststellen |
| 5. | a) -kampagne | b) -spot | c) -film |
| 6. | a) Ihnen | b) ihn | c) Sie |
| 7. | a) Falls | b) Als | c) Wann |
| 8. | a) von | b) bei | c) zu |

9. a) gefordert

b) gefördert

c) gezwungen

10. a) i. V.

b) ggf.

c) d. h.

5. Stundung

Seiber & Co.KG

Breiter Weg 104 D-39105 Magdeburg

Herrn

Jochen Hammer

Baustoffe Wagner GmbH

Postfach 54 12

D-67614 Kaiserslautern

19.06.....

Rechnung Nr. 8912

Sehr geehrter Herr Hammer,

Ihre Rechnung Nr. 8912 wird am 30.06..... 1. Leider ist es uns nicht möglich, den 2 von 3517,50 Euro zu 3. Der Konkurs eines 4 hat uns in 5 gebracht. Wir ersuchen Sie deshalb um 6 des Betrags. In zwei bis drei Monaten ist die Situation sicher geklärt, und wir werden dann die 7 Summe auf Ihr Konto 8.

Wir hoffen 9 Ihr 10 und eine positive Antwort und verbleiben mit freundlichen Grüßen

Seiber & Co.KG

Ralf Egger

1. a) fallen

b) fällig

c) gefallen

2. a) Betrag

b) Geld

c) Summe

3. a) verrechnen

b) zählen

c) begleichen

4. a) Lieferanten

b) Geschäftsmannes

c) Großkunden

5. a) Probleme

b) Verzögerung

c) Zahlungsschwierigkeiten

6. a) Stundung

b) Zahlungsverzug

c) Zahlungsfrist

7. a) gesammelte

b) gesamte

c) zusammengetragene

8. a) einschreiben

b) überweisen

c) überschreiben

9. a) auf

b) über

c) in

10. a) Anteilnahme

b) Verständnis

c) Zuverlässigkeit

6. Partnersuche

MEDICA GmbH

Alter Markt 14 D-38100 Braunschweig

Sarantopoulos & Naidis
Doryleou 22 / IV
GR-54249 Thessaloniki
Griechenland

Braunschweig, den 6. Oktober ...

Export medizinischer Geräte

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir erhielten Ihre 1 von der deutschen Auslandshandelskammer in Athen.

Unsere Firma möchte 2 medizinische Geräte nach Griechenland exportieren.

Wir suchen daher eine griechische Firma, die sich mit der 3 medizinischer Apparate beschäftigt.

Um 4 einen 5 in unser Angebot zu 6, legen wir Ihnen in der Anlage einen ausführlichen Prospekt unserer Geräte bei.

Sollten Sie an einer 7 interessiert sein, wären wir Ihnen für einen baldigen 8 9.

Mit freundlichen Grüßen

10 Maria Müller

Exportabteilung

- | | | | |
|-----|----------------|---------------------|----------------|
| 1. | a) Abschrift | b) Anschrift | c) Vorschrift |
| 2. | a) hohe | b) hochkarätige | c) hochwertige |
| 3. | a) Vermarktung | b) Verkauf | c) Vertrieb |
| 4. | a) Ihnen | b) sie | c) Sie |
| 5. | a) Einblick | b) Ausblick | c) Weitblick |
| 6. | a) bringen | b) nehmen | c) geben |
| 7. | a) Arbeit | b) Zusammenarbeit | c) Mitarbeit |
| 8. | a) Bescheid | b) Benachrichtigung | c) Nachricht |
| 9. | a) dankerfüllt | b) dankenswert | c) dankbar |
| 10. | a) ca. | b) u. a. | c) i. A. |

7. Bewerbung

Robert Samson
45 Brompton Road
GB-London
SW 1B 7LB

Stix AG
Postfach 68 75
D-99005 Erfurt

London, den 8. April

Bewerbung als Vertriebsleiter

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich beziehe mich auf das Stellenangebot auf Ihrer Web-Seite und möchte mich um die ____1____ des Vertriebsleiters in Ihrem Unternehmen ____2____.

Nach meinem Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität London und dem Abschluss ____3____ Diplomkaufmann war ich 10 Jahre im Vertrieb eines Stahlunternehmens ____4____, wo ich für den Aufbau eines Vertriebsnetzes im Ausland ____5____ war. Ich ____6____ daher über viel ____7____ in den Bereichen Vertrieb, Marketing und Werbung sowie in der Zusammenarbeit mit ausländischen Mitarbeitern.

Als Vertriebsleiter könnte ich mein berufliches Engagement voll einbringen und meine Kenntnisse für Ihren Betrieb ____8____ einsetzen.

Über ein ____9____ mit Ihnen würde ich mich ____10____.

Mit freundlichen Grüßen

Robert Samson

Anlagen: Lebenslauf
Zeugnisse

- | | | | |
|----|---------------|-----------------|-------------------|
| 1. | a) Stelle | b) Stellung | c) Vorstellung |
| 2. | a) ansuchen | b) ersuchen | c) bewerben |
| 3. | a) als | b) vom | c) wie |
| 4. | a) tatkräftig | b) tätig | c) tatenlos |
| 5. | a) verdächtig | b) verpflichtet | c) verantwortlich |

- | | | | |
|-----|--------------|-------------------|-------------------|
| 6. | a) verfüge | b) verbringe | c) vergebe |
| 7. | a) Ergebnis | b) Bekanntschaft | c) Erfahrung |
| 8. | a) gewinnend | b) gewinnträchtig | c) gewinnbringend |
| 9. | a) Gespräch | b) Unterhaltung | c) Besprechung |
| 10. | a) besinnen | b) freuen | c) bemühen |

8. Reservierung eines Hotelzimmers

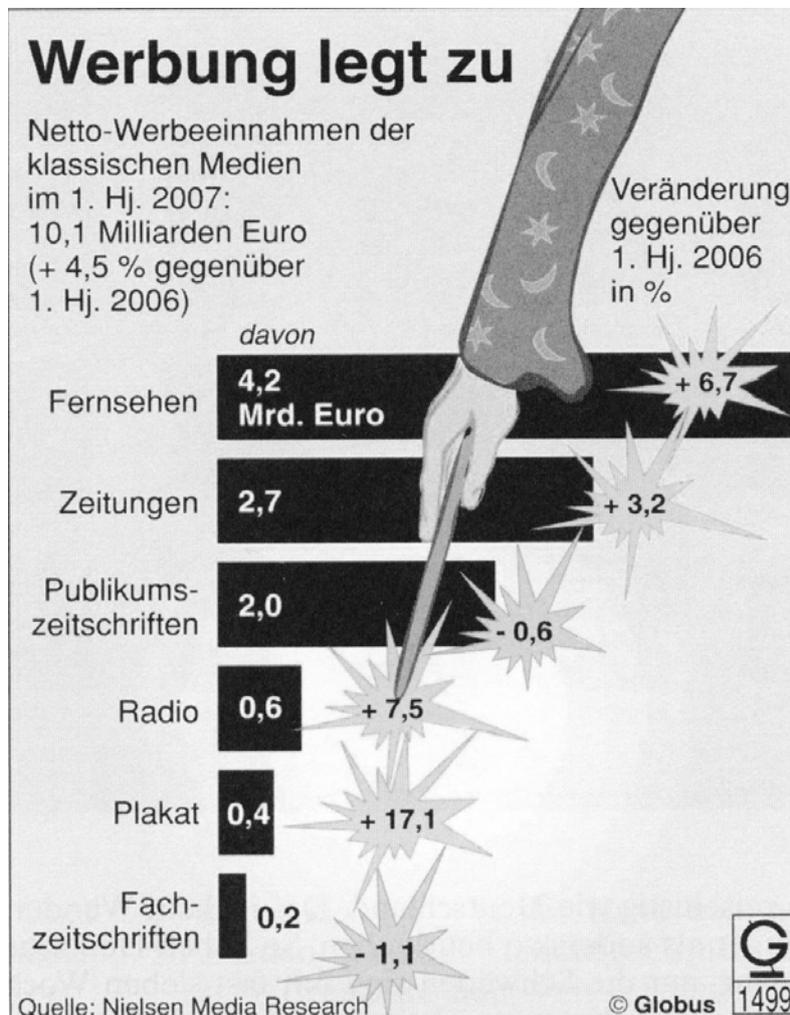
Nippon Computer	
4B Haramatsam-cho Manato-ku, Tokio 102-0075	
Hotel Heller	
Unter den Linden 8	
D-10624 Berlin	
	20.03.....
Zimmerreservierung	
Sehr geehrte Damen und Herren,	
drei unserer <u> 1 </u> werden an dem in <u> 2 </u> Hotel stattfindenden Seminar «Neue Technologien im Betrieb» <u> 3 </u> . Wir würden daher gern <u> 4 </u> 30. Mai <u> 5 </u> 2. Juni <u> 6 </u> drei Einzelzimmer mit Bad oder Dusche und WC reservieren.	
Könnten <u> 7 </u> uns bitte einen Stadtplan und Informationen über Abendveranstaltungen wie Theater, Oper, Kabarett usw. <u> 8 </u> .	
Für die <u> 9 </u> unserer Reservierung danken wir <u> 10 </u> im Voraus.	
Mit freundlichen Grüßen	
Kilimatsu Yamamoto	

- | | | | |
|-----|----------------|-------------------|--------------------|
| 1. | a) Mitarbeiter | b) Stellvertreter | c) Bewerber |
| 2. | a) Ihrem | b) unserem | c) deinem |
| 3. | a) teilhaben | b) teilnehmen | c) sich beteiligen |
| 4. | a) vom | b) um | c) von |
| 5. | a) bis zum | b) auf | c) zu |
| 6. | a) Hj. | b) p. a. | c) d. J. |
| 7. | a) sie | b) Sie | c) du |
| 8. | a) wegschicken | b) senden | c) aufgeben |
| 9. | a) Aufnahme | b) Anteilnahme | c) Bestätigung |
| 10. | a) Ihnen | b) Sie | c) dir |

D. Erläuterung einer Grafik

Wählen Sie den passenden Ausdruck und markieren Sie den entsprechenden Buchstaben: a, b, c oder d. Eine Antwort ist richtig.

1. Werbung legt zu

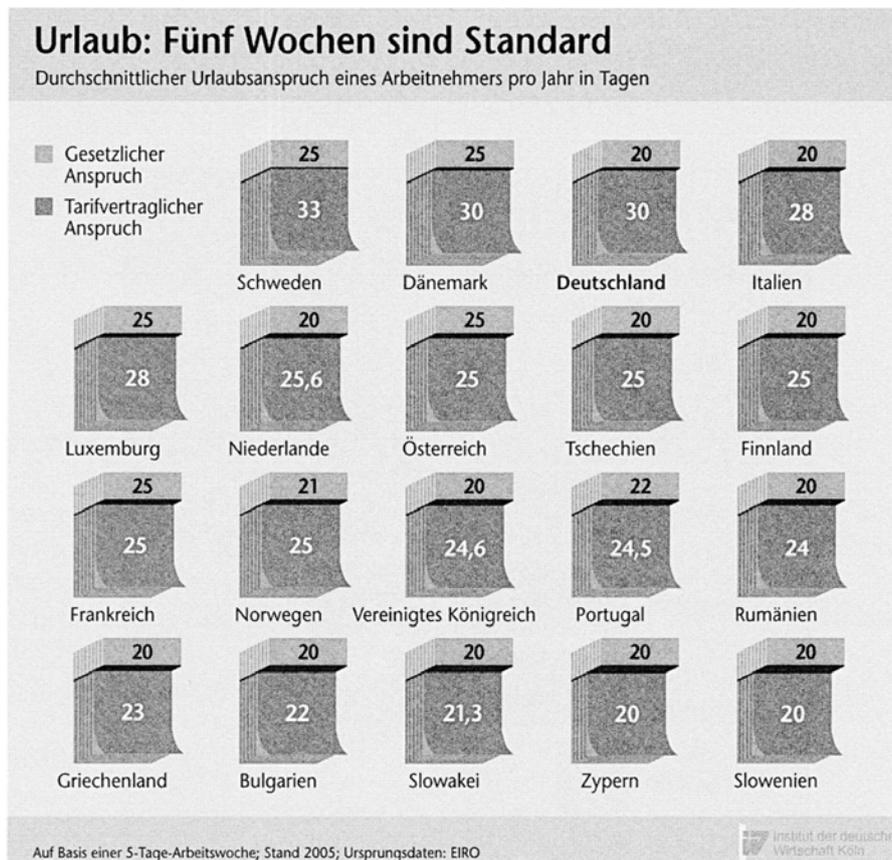


Die klassischen Medien konnten in diesem ersten Halbjahr ihre Werbe-1 gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 4,5 Prozent 2. Der 3 stieg auf über zehn Milliarden Euro. Nach Berechnungen der Nielsen Media Reseach konnten die Zeitungen einen 4 von gut drei Prozent 5; ihre Werbeeinnahmen stiegen auf 2,7 Milliarden Euro. Größtes klassisches Werbe- 6 ist das Fernsehen mit Einnahmen von 4,2 Milliarden Euro. Die ersten drei in der Werbung sind Media Markt, Aldi und Lidl. Sie 7 zwischen 129 und 108 Millionen Euro für klassische Werbung aus.

- | | | | |
|----------------|-------------|---------------|---------------|
| 1. a) -gaben | b) -rezepte | c) -einnahmen | d) -etat |
| 2. a) steigen | b) aufheben | c) erhöhen | d) erklettern |
| 3. a) Einkunft | b) Ersatz | c) Einkommen | d) Umsatz |

4. a) Anwachsen b) Zuwachs c) Erhöhung d) Ansteigen
 5. a) bezeichnen b) festhalten c) beschreiben d) verbuchen
 6. a) -medium b) -zweck c) -gerät d) -instrument
 7. a) zahlten b) nahmen c) gaben d) stecken

2. Urlaub: Fünf Wochen sind Standard



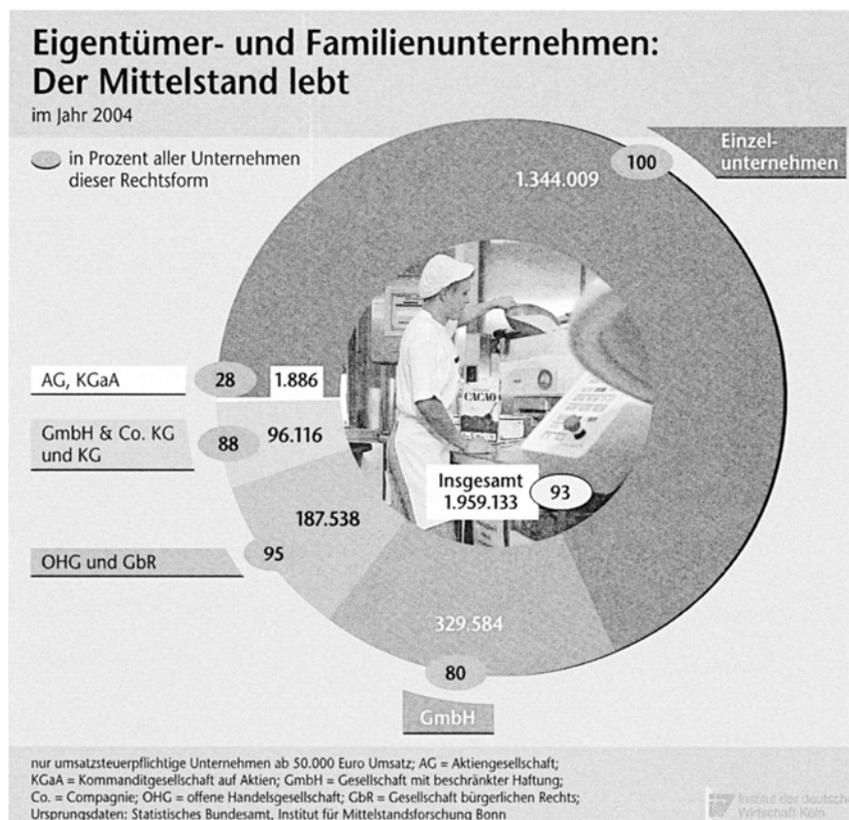
Kein anderes Land gilt als so reiselustig wie Deutschland. Das ist kein Wunder, müssen doch Arbeitgeber hierzulande ihre 1 viel länger als anderswo beurlauben. So haben Deutsche einen tariflichen Urlaubs-2 von sechs Wochen im Jahr, nur die Schweden sind mit fast sieben Wochen in der EU besser dran. 3 sind in der EU fünf Wochen. Wer unter keine tarifliche Regelung 4, muss sich mit dem gesetzlichen Anspruch 5. Nach dem Bundesurlaubsgesetz darf man 24 6-tage im Jahr Urlaub machen. Rechnet man den Samstag heraus, sind es 20 Tage. Das ist EU-7, selbst in Osteuropa. Großzügigere Regelungen gibt es in Österreich, Dänemark, Frankreich, Luxemburg und Schweden. Dort schreibt das Gesetz 25 freie Tage pro Jahr vor. Bei den gesetzlichen 8 bleibt es oft auch. Denn nicht in allen Ländern konnten die Gewerkschaften Tarifverträge mit mehr Urlaub 9.

1. a) Kameraden b) Kollegen c) Geschäfts-partner d) Mitarbeiter
 2. a) -recht b) -begehren c) -anspruch d) -verlangen

- | | | | |
|--------------------|----------------|---------------|--------------|
| 3. a) Gewohnt | b) Üblich | c) Gebraucht | d) Praktisch |
| 4. a) fällt | b) ist | c) liegt | d) steht |
| 5. a) zufrieden | b) befriedigen | c) begnügen | d) genügen |
| 6. a) Fest- | b) Geburts- | c) Feier- | d) Werk- |
| 7. a) Bräuche | b) Normen | c) Standard | d) Regeln |
| 8. a) Pflichten | b) Vorgaben | c) Regelungen | d) Zugaben |
| 9. a) triumphieren | b) durchsetzen | c) gewinnen | d) reichen |

3. Der Mittelstand lebt

Die Firmen, in denen der Chef noch die 1 in der Hand hält, prägen nach wie vor die Unternehmens-2 in Deutschland. So werden fast zwei Millionen Firmen, das sind 93 Prozent aller Unternehmen mit Umsätzen von 3 50000 Euro im Jahr, von Eigentümern oder ganzen Familienclans geleitet. Dabei handelt es sich nicht nur um Handwerksbetriebe, Immobilien-4 oder türkische Gemüsehändler. Etwa 1200 Familienbetriebe sind Großunternehmen mit mehr als 50 Millionen Euro 5. Die Dominanz der Familienfirmen beschränkt sich auch nicht auf Dienstleistungen oder das Handwerk; selbst in der Industrie haben die Eigentümer zu 84 Prozent den 6 drauf. Zwar ist der Mittelstand ähnlich wie managergeführte Konzerne der Globalisierung 7. Wenn das Unternehmen aber 8 muss, ob es trotz der hohen Lohnkosten das Stamm-9 modernisiert oder stattdessen ins günstigere Ausland geht, sticht zumeist die Heimatkarte – und die Kirche bleibt im 10.



- | | | | | |
|-----|---------------|--------------|---------------|----------------|
| 1. | a) Stricke | b) Fäden | c) Kommandos | d) Kabel |
| 2. | a) -gebilde | b) -bild | c) -image | d) -landschaft |
| 3. | a) höchst | b) weniger | c) mindestens | d) minus |
| 4. | a) -makler | b) -jobber | c) -dealer | d) -diebe |
| 5. | a) Zusatz | b) Umsatz | c) Vorsatz | d) Einsatz |
| 6. | a) Bein | b) Fuß | c) Finger | d) Knie |
| 7. | a) ausgesetzt | b) hingelegt | c) versetzt | d) angeboten |
| 8. | a) versehen | b) abwägen | c) anrechnen | d) wiegen |
| 9. | a) -tisch | b) -fabrik | c) -werk | d) -betrieb |
| 10. | a) Ortschaft | b) Dorf | c) Haus | d) Stadt |

4. Flugreisen immer beliebter

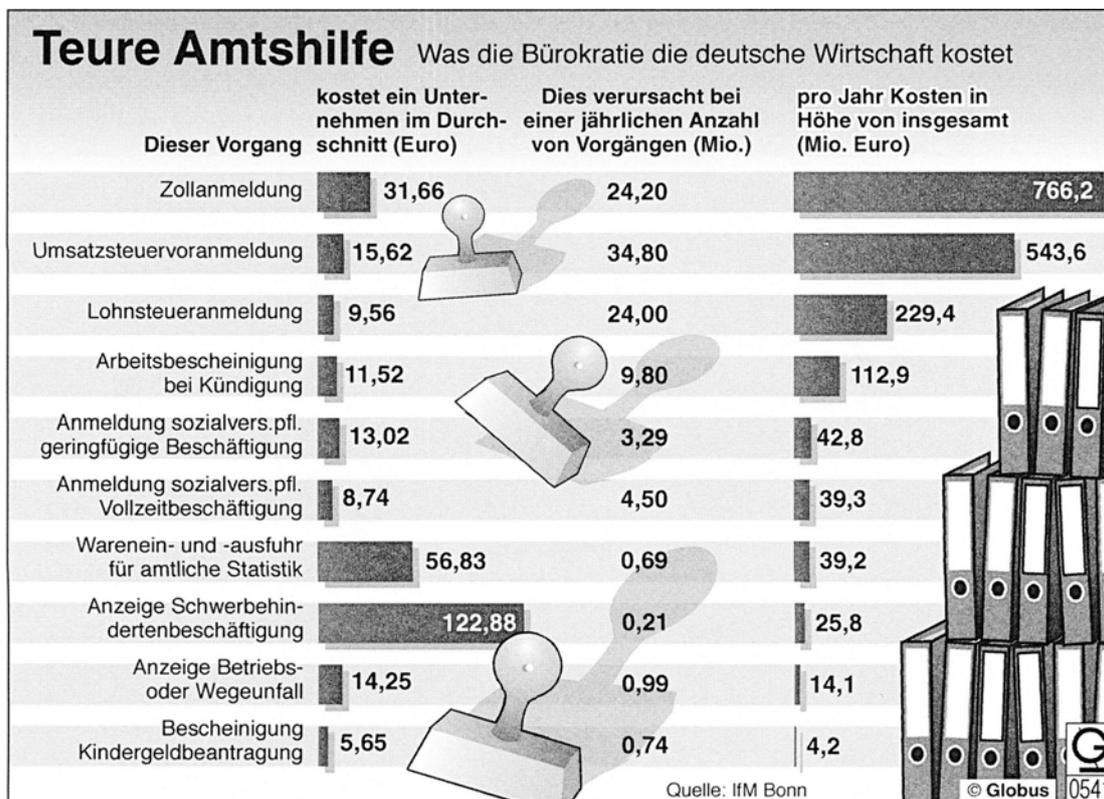
Die Luftfahrt zählt zu den 1-stärksten Branchen in Deutschland und ist einer der bedeutendsten regionalen Arbeit-2. Allein die Flughäfen 3 rund 170000 Menschen, die Mitarbeiter der Shops nicht einmal 4. Doch der Ausbau der Flughafeninfrastruktur kommt nicht entsprechend voran. Die wichtigsten Luftdrehkreuze operieren nahe der Kapazitäts-5. Selbst mit den derzeit geplanten und begonnenen Ausbauten benötigen die fünf größten deutschen Flughäfen spätestens 2025 zusätzlichen Start- und Landebahnen. Für einen bedarfs-6 Ausbau ist die Beschleunigung der Genehmigungs-7 notwendig.

Besonders dynamisch wächst das Billigflug-8, das schon 42 Prozent des innerdeutschen und 35 Prozent des internationalen Verkehrs 9. Das wichtigste Drehkreuz Deutschlands ist der Flughafen Frankfurt, der über 50 Millionen Passagiere 10.



- | | | | | |
|-----|------------------|-----------------|-----------------|---------------------|
| 1. | a) wachs- | b) auswuchs- | c) wachstums- | d) wuchs- |
| 2. | a) -nehmer | b) -geber | c) -sagenturen | d) -sgemeinschaften |
| 3. | a) bestellen | b) beschäftigen | c) halten | d) beherbergen |
| 4. | a) verkalkuliert | b) gezahlt | c) eingerechnet | d) bezahlt |
| 5. | a) -limit | b) -höhe | c) -decke | d) -grenze |
| 6. | a) -gerechten | b) -widerlichen | c) -gemessenen | d) -widrigen |
| 7. | a) -spuren | b) -verfahren | c) -pflichten | d) -pfade |
| 8. | a) -sektor | b) -bereich | c) -domäne | d) -segment |
| 9. | a) vermacht | b) auswirkt | c) ausmacht | d) verwirkt |
| 10. | a) abfertigt | b) abschließt | c) verhandelt | d) hinhält |

5. Teure Amtshilfe

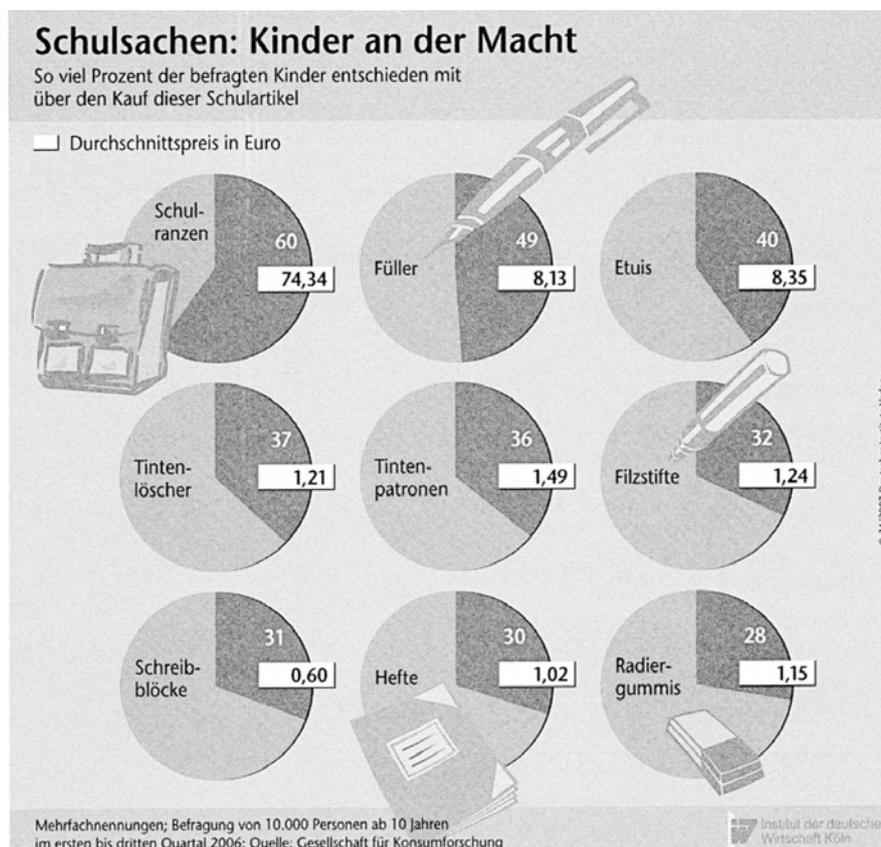


Vielfältige Maßnahmen zum Schutz der 1 und der Umwelt können eine solche Regulungsdichte zur Folge haben, dass sie Unternehmensgründungen 2. In einer vergleichenden Untersuchung zu den 3 für Existenzgründungen hat die Weltbank ermittelt, dass es in Deutschland 24 Tage dauert, bis ein 4 abgeschlossen ist, wobei neun 5 konsultiert werden müssen. Ein Problem wird vor allem auch darin gesehen, dass im deutschen Arbeits-, Umwelt- und Steuerrecht sowie bei den Veröffentlichungs- 6 zahlreiche Schwellenwerte existieren, ab denen Unternehmen

bestimmte Handlungen vorgeschrieben werden: So muss etwa ab einer bestimmten 7 Beschäftigter ein Werksarzt angestellt werden, kann ein 8 gebildet werden usw. Vor allem für kleine und mittlere Betriebe sind die vielfältigen Anforderungen kaum überschaubar.

- | | | | |
|--------------------|----------------------|---------------------|-------------------------|
| 1. a) Arbeitslosen | b) Arbeits-suchenden | c) Erwerbs-tätigen | d) Arbeits-willigen |
| 2. a) entgegen | b) behindern | c) entgegen-stellen | d) opponieren |
| 3. a) Hürden | b) Barrikaden | c) Horden | d) Riegeln |
| 4. a) Verfahren | b) Phase | c) Etappe | d) Prozedur |
| 5. a) Büros | b) Abteile | c) Bürohäuser | d) Behörden |
| 6. a) -schulden | b) -gaben | c) -pflichten | d) -obligationen |
| 7. a) Ziffer | b) Nummer | c) Anzahl | d) Größe |
| 8. a) Beirat | b) Betriebsrat | c) Kommission | d) Unternehmens-verband |

6. Schulsachen: Kinder an der Macht



Wenn der Ernst des Lebens beginnt, 1 viele Schulanfänger nichts dem Zufall, oder besser: den Eltern. Besonders die kostspieligen 2 rufen den Nachwuchs auf den Plan. Die 3 der im Schnitt rund 74 Euro teuren

Schultasche etwa 4 mehr als 60 Prozent der befragten Kinder mit, so eine vor Kurzem 5 Umfrage. Selbst beim Kauf von Tintenlöschern sagt noch mehr als ein Drittel der jungen 6 den Großen, wo es langgehen sollte. Ein wichtiges Kriterium, gerade bei Schulsachen, ist die Marke. Fast die Hälfte der 6- bis 13-Jährigen achtet darauf, ob Etais, Füller und Filzstifte das «korrekte» 7 tragen. Gelingenes Marketing 8 also für die Hersteller an Bedeutung, gerade weil sinkende Geburten-9 den Wettbewerb in der Branche 10.

- | | | | | |
|-----|----------------|----------------|----------------|------------------|
| 1. | a) verlassen | b) lassen | c) überlassen | d) belassen |
| 2. | a) Absätze | b) Bewerbungen | c) Ersparnisse | d) Anschaffungen |
| 3. | a) Wahl | b) Qual | c) Sucht | d) Zucht |
| 4. | a) sagen | b) betreffen | c) bestimmen | d) entschließen |
| 5. | a) vermachte | b) verführte | c) ausgemachte | d) durchgeführte |
| 6. | a) Konsumenten | b) Anbieter | c) Klienten | d) Absolventen |
| 7. | a) Bildnis | b) Logo | c) Gemälde | d) Gebilde |
| 8. | a) steigt | b) erhöht | c) gewinnt | d) sinkt |
| 9. | a) -nummern | b) -zahlen | c) -volumen | d) -umfang |
| 10. | a) anbrennen | b) erhitzen | c) verbrennen | d) anheizen |

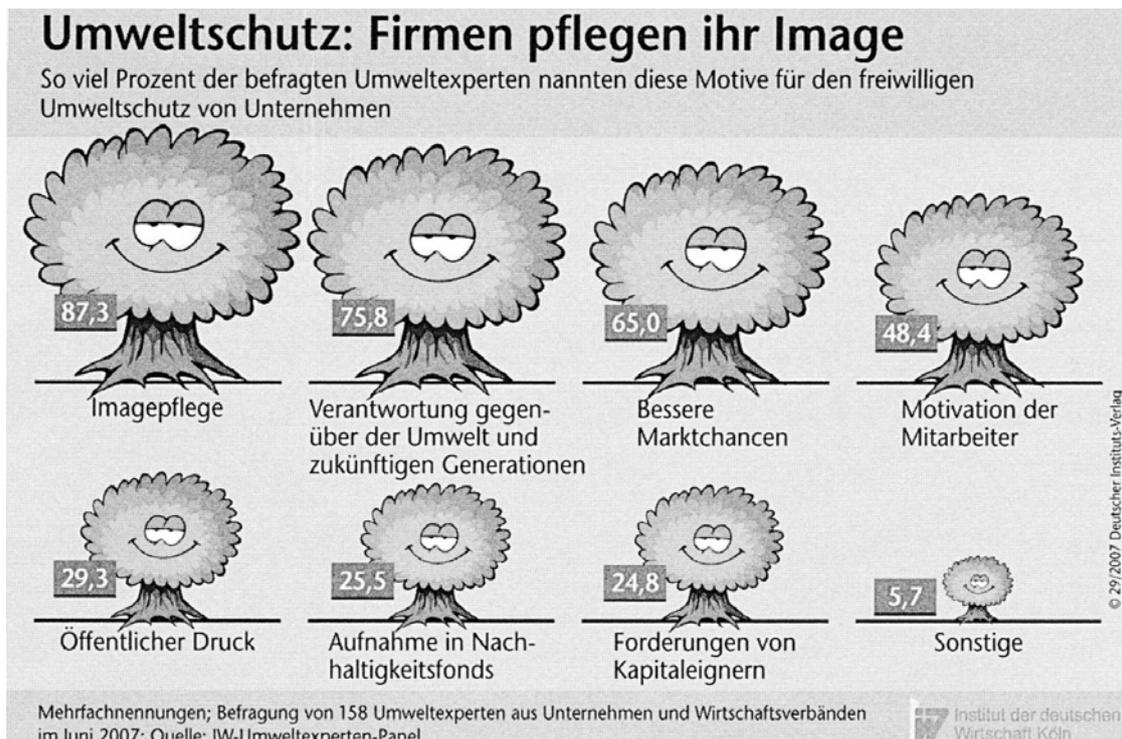
7. Bewegung auf dem Arbeitsmarkt



Endlich ist der 1 auch auf dem Arbeitsmarkt spürbar. Im Durchschnitt wird es dieses Jahr über 600000 Jobs mehr als im Vorjahr geben und die 2 der Arbeitslosen wird um fast 700000 auf 3,8 Millionen 3. Das geht aus neuen Berechnungen des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) hervor. Die Experten erwarten, dass sich die positive 4 auch im kommenden Jahr fortsetzt: Die Zahl der Arbeitsplätze wird dann die 40-Millionen-Marke über- 5 und die Zahl der Arbeitslosen wird auf schätzungsweise 3,44 Millionen zurückgehen. Das 6 einer Arbeitslosenquote von 8,4 Prozent. Allerdings bleiben die großen Unterschiede zwischen West und Ost 7. Während in den alten Bundesländern die 8 von 7,7 auf 7,0 Prozent zurückgeht, sinkt sie in den neuen Ländern von 15,2 auf 13,7 Prozent und ist damit noch immer fast doppelt so 9 wie im Westen.

- | | | | |
|----------------|-------------------|---------------|---------------|
| 1. a) Flug | b) Aufschwung | c) Flop | d) Absturz |
| 2. a) Umfang | b) Mengen | c) Zahl | d) Volumen |
| 3. a) sinken | b) senken | c) fallen | d) tauchen |
| 4. a) Trend | b) Entwicklung | c) Verlauf | d) Auftrieb |
| 5. a) -tragen | b) -hüpfen | c) -nehmen | d) -springen |
| 6. a) entgeht | b) korrespondiert | c) entspricht | d) beschreibt |
| 7. a) bestehen | b) belegen | c) anhängen | d) be sitzen |
| 8. a) Anteile | b) Part | c) Quorum | d) Quote |
| 9. a) dick | b) breit | c) lang | d) hoch |

8. Umweltschutz: Firmen pflegen Ihr Image



Zum Wohl der Umwelt hat der Gesetz- 1 eine Vielzahl detaillierter Vorschriften 2 . Immer mehr deutsche Unternehmen erfüllen aber sogar mehr als das staatliche Pflichtprogramm. Eine Umfrage des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln (IW) unter Umweltexperten in Unternehmen und 3 zeigte: Viele Firmen handeln aus Verantwortungs- 4 , gepaart mit handfesten Interessen.

Als Motiv für den freiwilligen Umweltschutz ihres Betriebs nannten 87 Prozent der befragten Umweltfachleute die Pflege des Firmen- 5 . Zwei Drittel der Befragten erhofften sich vom Engagement über gesetzliche Vorgaben hinaus bessere Markt- 6 . Weil die Konsumenten 7 für Umweltprobleme sensibilisiert werden, können solche Unternehmen mehr von ihren Produkten verkaufen, die Luft, Boden, Meere und Klima nicht über 8 strapazieren. Die Firmen propagieren ihren 9 auch offensiv und nutzen ihn als Werbemittel. Grüne Kampagnen sollen den Absatz 10 .

- | | | | | |
|-----|--------------|-----------------|---------------|------------------------|
| 1. | a) -widrige | b) -esbrecher | c) -geber | d) -lose |
| 2. | a) entlassen | b) erlassen | c) belassen | d) ausgelassen |
| 3. | a) Cliquen | b) Banden | c) Gruppen | d) Verbänden |
| 4. | a) -drang | b) -bewusstsein | c) -losigkeit | d) -defizit |
| 5. | a) -images | b) -zeichnung | c) -marke | d) -grafik |
| 6. | a) -ordnung | b) -chancen | c) -lücken | d) -lage |
| 7. | a) abnehmend | b) mindestens | c) zunehmend | d) höchstens |
| 8. | a) Gebühr | b) Kosten | c) Ausgaben | d) Einnahmen |
| 9. | a) Potenzial | b) Macht | c) Einsatz | d) Kampf-be-reitschaft |
| 10. | a) steigen | b) zunehmen | c) steigern | d) erheben |

E. Anzeigen

Wählen Sie den passenden Ausdruck und markieren Sie den entsprechenden Buchstaben: a, b, c oder d. Eine Antwort ist richtig.

1. Deutsche Post

1 -holen und 2 -stellen an Samstagen: bei der Post ohne Aufpreis.

Bei anderen bezahlen Sie teuer, 3 bei uns selbstverständlich ist: 4 an fünf Tagen holen wir Ihre Pakete an sechs Tagen ab oder liefern sie aus – ohne Aufpreis für den Samstag.

Damit 5 wir Ihnen 20% mehr Service als andere – und geben Ihnen so einen 6-tag kostenlos dazu.

Wichtig für alle, die auch an Wochenenden für ihre Kunden da sind. Auf die schnellen Laufzeiten im 24-Stunden-Takt können Sie sich immer 7: garantiert durch das modernste Logistiksystem Europas.

Testen Sie das schnelle Post-Paket: 0180/5 20 16

Anruf genügt. Unser Geschäftskunden-Service ist für Sie da:
Montag bis Freitag 9.00–20.00, Samstag 9.00–16.00 Uhr

Deutsche Post 8

- | | | | |
|-----------------|-------------|-------------|--------------|
| 1. a) -Ab | b) Zu- | c) Ein- | d) Aus- |
| 2. a) Be- | b) An | c) Ab- | d) Zu- |
| 3. a) wo | b) was | c) dass | d) das |
| 4. a) Ob | b) Statt | c) Wegen | d) Trotz |
| 5. a) servieren | b) beten | c) bieten | d) bitten |
| 6. a) Werk- | b) Fabrik- | c) Hotel- | d) Sonn- |
| 7. a) auslassen | b) anlassen | c) zulassen | d) verlassen |
| 8. a) AG | b) OHG | c) GmbH | d) KG |

2. ERGO

ERGO. Vier Unternehmen. Ein Haus.



Mit dem ____1____-schluss zu ERGO haben wir als vier der ____2____ deutschen Versicherer das Fundament für unseren Erfolg im neuen Europa gelegt. Konsequentermaßen schöpfen wir nun Synergiepotenziale aus. So haben wir gemeinsame Produkte entwickelt und werden ____3____ gemeinsam regulieren. Verwaltungsgebäude ____4____ wir gemeinsam, und in die Software ____5____ das Know-how aller Partner. Um bessere Renditen zu ____6____, gründen wir eine eigene Vermögensverwaltungsgesellschaft. So schaffen wir beste Voraussetzungen für den europäischen Markt. ERGO: Ein Konzept, das ____7____. ____8____ Informationen unter 0 18 03/230 230 und im Internet: <http://www.ergo.de>

- | | | | |
|---------------------|-----------------|--------------------|--------------------------|
| 1. a) Ab- | b) Zusammen- | c) Ein- | d) Aus- |
| 2. a) herrschenden | b) bestimmenden | c) führenden | d) leitenden |
| 3. a) Schäden (Pl.) | b) Not | c) Nachteile (Pl.) | d) Abfälle (Pl.) |
| 4. a) genießen | b) brauchen | c) nutzen | d) beschaffen |
| 5. a) läuft | b) rinnt | c) gleitet | d) fließt |
| 6. a) erzielen | b) treffen | c) finden | d) sammeln |
| 7. a) weggeht | b) ausgeht | c) abgeht | d) ausgeht |
| 8. a) Weitere | b) Andere | c) Verschiedene | d) Außer-
ordentliche |

3. Arbeit für Junge

Arbeit für Junge, Geld für Ihr Unternehmen



Geben Sie jetzt jungen Menschen unter 25 Arbeit – die ____1____ 3 Monate arbeitslos sind und denen längere Arbeitslosigkeit ____2____ – dann kann Ihr Unternehmen ____3____ zu Lohn oder ____4____ erhalten. Bis zu 60 Prozent zur Überbrückung der ____5____ -zeit für ein Jahr oder bis 40 Prozent für zwei Jahre.

Das steht im Sofortprogramm «100000 Jobs für Junge». 6 Sie jungen Menschen die Chance, zu zeigen, was in ihnen steckt.

Es 7 sich. Für beide 8.

Wichtig! Erst Förderung beim Arbeitsamt 9, dann 10.

Rufen Sie an, kostenlos!

0 8000 – 100 001

www.100000jobs.de

- | | | | | |
|-----|----------------|-----------------|-------------------|---------------|
| 1. | a) minder | b) mindest | c) mindestens | d) mindere |
| 2. | a) schädigt | b) bedroht | c) beschädigt | d) droht |
| 3. | a) Beschlüsse | b) Zuschüsse | c) Verluste | d) Probleme |
| 4. | a) Sold | b) Gage | c) Honorar | d) Gehalt |
| 5. | a) | b) Einführungs- | c) Einbürgerungs- | d) Einfahr- |
| | Einarbeitungs- | | | |
| 6. | a) Geben | b) Übermitteln | c) Verleihen | d) Übertragen |
| 7. | a) würdigt | b) lohnt | c) bewertet | d) müht |
| 8. | a) Stellen | b) Teile | c) Lagen | d) Seiten |
| 9. | a) bitten | b) fragen | c) beantragen | d) fördern |
| 10. | a) entlassen | b) bestellen | c) erlassen | d) einstellen |

4. SAP

Projektarbeit – Internationalität ist bei SAP tägliches Geschäft!



Projektarbeit

Die Aufgaben bei SAP sind vielfältig wie die Welt, in der sich unsere Systeme 1. Immer wieder treffen wir auf andere Mentalitäten und erfüllen landesspezifische Kunden-2. Durch multikulturelles Denken, Kreativität und Flexibilität sind wir als Global Player auf dem Gebiet betriebswirtschaftlicher 3-software so erfolgreich: mit Kunden in allen Erdteilen, 4 in 50 Ländern und mehr als 18000 Mitarbeitern unterschiedlicher Nationalitäten.

Haben Sie Ihr Studium – (Wirtschafts-) Informatik, Betriebswirtschaftslehre, (Wirtschafts-) Ingenieurwesen, Mathematik oder Physik – erfolgreich 5 und vielleicht sogar schon IT- und Programmierkenntnisse 6? Dann sollten Sie unbedingt einen unserer Bereiche Entwicklung, Service & Support kennen lernen: Wir denken interdisziplinär und 7 auf professionelles Teamwork in motivierender Arbeitsatmosphäre – und nicht auf Bürokratie oder Hierarchien.

Die SAP AG tut eine 8, um Sie mit Ihren Skills stets an der internationalen Spitze zu halten: von aktiver Personal- 9 bis hin zu individuellen Trainingsmaßnahmen. Möchten Sie mehr wissen?

10 Sie nach unter <http://www.sap.com>

- | | | | | |
|-----|------------------|-----------------|------------------|------------------|
| 1. | a) bewähren | b) bewahren | c) wähen | d) verwahren |
| 2. | a) -bedarf | b) -wünsche | c) -not | d) -nötigung |
| 3. | a) Benutzungs- | b) Verwendungs- | c) Anwendungs- | d) Nutzen- |
| 4. | a) Praxen | b) Antennen | c) Praktiken | d) Vertretungen |
| 5. | a) gefertigt | b) resolviert | c) abgeschlossen | d) aufgenommen |
| 6. | a) versammelt | b) gesammelt | c) gehäuft | d) thesaurisiert |
| 7. | a) setzen | b) legen | c) stellen | d) stecken |
| 8. | a) Unendlichkeit | b) Menge | c) Vielfalt | d) Masse |
| 9. | a) -entmündigung | b) -vermehrung | c) -entwicklung | d) -entlassung |
| 10. | a) Laufen | b) Wenden | c) Treten | d) Schauen |

5. KölnMesse



Kölner Messen 1, machen den Kopf frei für die Konzentration auf das 2. Denn hier versteht man Service noch als umfassenden Dienst am 3 – vom ersten Kontakt bis zum letzten 4.

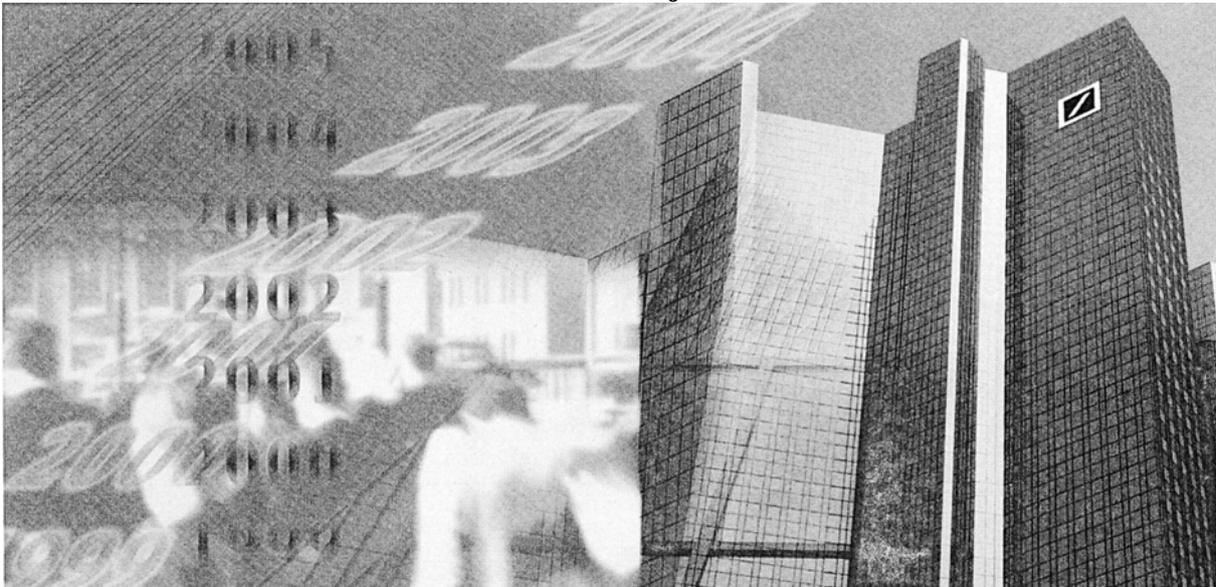
Full-Service im Vorfeld: von A wie 5-beratung bis Z wie Zimmer-6 Dienstleistung pur auf den Messen selbst: elektronisches Besucher-
Informations-7 und alles, was zu einer Rundum-8 gehört. Dazu Service-Fazilitäten wie Banken und Sparkassen, Reisebüro, Post, 9 der Deutschen Bahn, Check-in-Counter der Lufthansa und eine Messe-Gastronomie für jeden 10.

Kölner Dienstleistungs-Qualität: Erfolg stressfrei genießen!

- | | | | | |
|-----|------------------|----------------------|------------------|--------------------|
| 1. | a) stressen | b) nerven | c) entstressen | d) beklemmen |
| 2. | a) Job | b) Tätigkeitsbereich | c) Dienst | d) Geschäft |
| 3. | a) Mann | b) Kunden | c) Gerät | d) Apparat |
| 4. | a) Ausgang | b) Eintritt | c) Auftritt | d) Phase |
| 5. | a) Anfahrts- | b) Automaten- | c) Aussteller- | d) Anfänger- |
| 6. | a) -reservate | b) -reserven | c) -reservierung | d) -reservation |
| 7. | a) -system | b) -dienst | c) -möglichkeit | d) -stelle |
| 8. | a) Beschäftigung | b) Betreuung | c) Okkupation | d) Bedienung |
| 9. | a) Luftkissen | b) Schalter | c) Rettungsboote | d) Landungsbrücken |
| 10. | a) Gehör | b) Gesicht | c) Geschmack | d) Gefühl |

6. Deutsche Bank

Deutsche Bank. Die Aktie Zukunft ist jetzt



Die deutsche Bank ist auf Zukunfts- ____1____. Heute.

- Verstärker ____2____ unserer Spitzenposition in Europa.
- Weltweite ____3____ -strategie durch ____4____ von Bankers Trust.
- Verbesserte Kosten- ____5____.

____6____ auch Sie davon. Als Aktionär der Deutschen Bank. Mit den neuen Aktien im ____7____ der bevorstehenden Kapital- ____8____.
Deutsche Bank. Die Aktie.

- | | | | |
|-------------------|-----------------|---------------|-----------------------|
| 1. a) -kurs | b) -weg | c) -bahn | d) -richtung |
| 2. a) Entwicklung | b) Orientierung | c) Ausbau | d) Bau |
| 3. a) Zuwachs- | b) Wachstums- | c) Abwachs- | d) Wuchs- |
| 4. a) Annahme | b) Übernahme | c) Zunahme | d) Entnahme |
| 5. a) -kraft | b) -macht | c) -effizienz | d) -steigerung |
| 6. a) Genießen | b) Profitieren | c) Brauchen | d) Benützen |
| 7. a) Kreis | b) Umfang | c) Kader | d) Rahmen |
| 8. a) -senkung | b) -erhöhung | c) -abnahme | d) -
versteigerung |

7. Geschäftsbank

_____1_____ mit Ihren Zielen ist unser Weg zum gemeinsamen Erfolg.

Als eine der _____2_____ Geschäftsbanken _____3_____ wir uns auf die speziellen _____4_____ professioneller Kunden. Und arbeiten wie Sie: professionell.

Unsere _____5_____ in allen nationalen und internationalen Finanzfragen sind so individuell wie Ihre Ziele. Dazu _____6_____ unser Leistungsspektrum und unser Erfahrungs-_____7_____.

Wir bauen auf faire Zusammenarbeit. Sie führt zu langfristiger _____8_____, sie lässt uns Verbindungen _____9_____ und Ziele gemeinsam besser erreichen.

Weitere Informationen _____10_____ Sie im Internet unter <http://gesbank.de>

- | | | | |
|---------------------|------------------|-------------------|------------------|
| 1. a) Einigung | b) Verantwortung | c) Identifikation | d) Verabredung |
| 2. a) fahrenden | b) führenden | c) laufenden | d) gehenden |
| 3. a) befassen | b) beschäftigen | c) basieren | d) konzentrieren |
| 4. a) Beförderungen | b) Anforderungen | c) Erforschungen | d) Förderungen |
| 5. a) Auslösungen | b) Auflösungen | c) Lösungen | d) Lose |
| 6. a) helfen | b) beitragen | c) befähigen | d) dienen |
| 7. a) -vorsprung | b) -vorschuss | c) -vorfahrt | d) -vorlauf |
| 8. a) Partnerschaft | b) Leidenschaft | c) Freundlichkeit | d) Zärtlichkeit |
| 9. a) schöpfen | b) nutzen | c) abnützen | d) entstehen |
| 10. a) behalten | b) erreichen | c) treffen | d) erhalten |

8. Braunkohle

Unsere Braunkohle bringt einiges in Bewegung.

Schon ihre Gewinnung und die weitere 1 geben vielen Menschen Arbeit. Insbesondere 2 sie in Form von preiswertem Strom den Produktions-3 Deutschland und unseren Fort-4 gleich mit.

Wir setzen unsere Braunkohle überwiegend zur Strom-5 ein. Damit sichern wir gut ein Viertel des Bedarfs in unserem Land und 6 der deutschen Wirtschaft international konkurrenzfähige Energie. Dass wir damit auch eine der zentralen Voraussetzungen für wettbewerbsfähige Arbeitsplätze 7, macht die Braunkohle besonders 8.

Braunkohle ist ein 9 subventionsfreier Energielieferant und ein Wirtschaftsfaktor ersten 10. Weitere Informationen geben wir Ihnen gerne. Eine Postkarte oder ein Fax mit dem 11 «Wirtschaft» genügt. Oder 12 Sie uns einfach im Internet.



- | | | | | |
|----|----------------|----------------|------------------|-----------------|
| 1. | a) Erarbeitung | b) Bearbeitung | c) Überarbeitung | d) Verarbeitung |
| 2. | a) hilft | b) dient | c) fördert | d) schädigt |
| 3. | a) -zentrum | b) -standort | c) -stelle | d) -anlagen |

- | | | | | |
|-----|------------------|--------------------|--------------|----------------|
| 4. | a) -tritt | b) -schritt | c) -kommen | d) -lauf |
| 5. | a) -erzeugung | b) -abnahme | c) -sperre | d) -entnahme |
| 6. | a) beliefern | b) schaffen | c) liefern | d) erschaffen |
| 7. | a) geben | b) liefern | c) erheben | d) schaffen |
| 8. | a) unnütz | b) wertlos | c) nutzlos | d) wertvoll |
| 9. | a) überflüssiger | b) unverzichtbarer | c) unnötiger | c) unmöglicher |
| 10. | a) Niveaus | b) Ebene | c) Reihe | c) Ranges |
| 11. | a) Kennzahl | b) Pass | c) Stichwort | c) Kode |
| 12. | a) versuchen | b) besuchen | c) aufsuchen | c) nachsuchen |

Teil 2. GRAMMATIK

A. Deklination

1) Wählen Sie die richtige Antwort: a, b, c oder d. Eine Antwort ist richtig.

1. Die Lage auf dem Arbeitsmarkt ist alles ander___ als rosig.
a) -s b) -e c) -es d) -en
2. Immer mehr Käufe werden nicht von Erspart___ getätigt.
a) -en b) -nissen c) -es d) -em
3. Viele Arbeitslos___ warten auf eine Chance.
a) -en b) -er c) -igkeit d) -e
4. Die beid___ Problem___ sind nicht leicht zu lösen.
a) -e / -e b) -en / -e c) -en / -en d) -e / -en
5. Bei steigend___ Erwerbstätigkeit wäre die Sozialversicherung entlastet.
a) -em b) -- c) -er d) -en
6. Ein Angelernt___ wird es auf dem Arbeitsmarkt von morgen schwer haben.
a) -er b) -- c) -e d) -es
7. Franzos___ und Deutsch___ sind vollberechtigte EU-Bürger.
a) -e / -e b) -en / -en c) -en / -e d) -e / -en
8. Sehr geehrt___ Damen und Herren,
a) -en b) -esten c) -er d) -e
9. An erst___ Stelle der Umsatzliste stehen deutsche Firmen.
a) -er b) -em c) -e d) --
10. Mit schwarz___ Kaffee ist kein groß___ Geld zu verdienen.
a) -- / -es b) -em / -es c) -er / -- d) -en / -er
11. Dank stark___ Arbeitgeberverbände hat das deutsche Modell lange funktioniert.
a) -em b) -er c) -e d) -ere
12. Für viele Unternehmen ist der EU-Markt ein___ groß___ Vorteil.
a) -en / -en b) -- / -es c) -- / -er d) -es / -e

13. Im Innersten seines _____ hat ein jeder Angst um seinen Arbeitsplatz.
 a) Herz b) Herzen c) Herzens d) Herzenswunsch
14. Der wahre Luxus: Teur_____ mit Preiswert_____ mixen.
 a) – / -en b) -en / -es c) -es / – d) -es / -em
15. Heute wird jed_____ zweite erarbeitete Euro...
 a) -e b) -s c) -en d) -er
16. ... für Sozial_____ ausgegeben.
 a) -e b) -em c) – d) -es
17. Ein Deutsch_____, der heute geboren wird, ...
 a) -mann b) -e c) -länder d) -er
18. ..., hat ein längeres Leben vor _____ als seine Urgroßeltern.
 a) ihm b) ihn c) sich d) –
19. Mit vorzüglich_____ Hochachtung.
 a) -er b) -em c) -en d) -eren
20. Zu unser____ groß_____ Bedauern können wir Ihre Rechnung nicht begleichen.
 a) -en / -en b) -em / -en c) -em / -em d) -er / -en
21. Kaum _____ weiß, was er den Betrieb kostet.
 a) eines b) ein c) einer d) einen
22. Alles in _____ erreichen die Kosten 45 Milliarden Euro.
 a) alles b) allem c) allen d) alle
23. Die ec-Karte ermöglicht das Bezahlen klein_____ Summen.
 a) -sten b) -erer c) -ere d) -e
24. In kleineren Betrieben kennt fast _____ .
 a) jeder / jeder b) jeder / jeden c) jeden / jeden d) jeden / –
25. Vor kurz_____ ist er entlassen worden.
 a) -er b) – c) -lich d) -em
26. _____ ist gekündigt worden.
 a) Er b) Ihn c) Ihrer d) Ihm

27. _____ der wichtigsten Konjunkturmotoren läuft nicht gut.
a) Eines b) Einer c) Ein d) Eins
28. Bald werden weitere groß_____ Anbieter auf dem Telefonmarkt sein.
a) -er b) -en c) -e d) –
29. Fast 12% aller neu_____ Anlagen werden gemietet.
a) -er b) -en c) – d) -euer
30. Das Saarland ist _____ der kleinsten Bundesländer.
a) einen b) einer c) ein d) eines
31. Die Wirtschaftsleistung je Erwerbstätigen_____ hat zugenommen.
a) – b) -er c) -en d) -em
32. Wegen veraltet _____ technisch _____ Anlagen hat die Firma Probleme.
a) -er / -er b) -en / -er c) -er / -en d) – / -en
33. Ist Deutschland ein Einwanderungsland oder ist es _____?
a) kein b) keiner c) keine d) keines
34. Entscheidend ist, _____ Gesellschaftsschicht man angehört.
a) zu welcher b) an welcher c) welcher d) welche
35. Vorig_____ Jahr _____ haben wir einen hohen Gewinn erzielt.
a) -es / – b) -en / -es c) -em / – d) – / –
36. Berlin ist eine Millionenstadt mit _____, was dazugehört.
a) allen b) alles c) all d) allem
37. Wer keinen Konkurrent _____ hat, dem fehlt der Anreiz zur Innovation.
a) – b) -er c) -e d) -en
38. Hier arbeitet eine Gruppe hochbezahlt _____ Expert _____.
a) -en / -en b) -er / -en c) -en / -e d) -e / -e
39. Die _____ unter den Großen im Lebensmittelhandel ist die Metro-Gruppe.
a) groß b) größtens c) Größten d) Größte
40. Berufsbildung: Examen der deutsch _____-französisch _____ Handelskammer.
a) -en / -en b) – / -en c) – / – d) -en / –

41. Größe und Art der Artikel finden Sie auf beiliegend ___ Bestellschein.
a) -en b) -er c) – d) -em
42. In den fünf ___ neuen Bundesländern ist die Umweltbelastung hoch.
a) -en b) -ten c) -er d) –
43. Mit freundlich ___ Gruß / Mit freundlich ___ Grüßen.
a) -em / -en b) -st / -en c) -er / -em d) -eren / -erem
44. Wir brauchen Artikel best ___ Qualität...
a) -en b) -ens c) – d) -er
45. ... aus best ___ Material.
a) – b) -es c) -ens d) -em
46. Unerwartete Problem ___ sind aufgetreten.
a) -e b) -s c) -en d) -a
47. Das Motto der Sozialversicherung: _____ für alle,
a) eines b) eine c) einer d) ein
48. ..., alle für _____.
a) eine b) einer c) eins d) einen
49. Wir brauchen _____ effiziente Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen.
a) einiger b) einige c) einigen d) einiges
50. Ihre Überweisung wurde ein ___ unser ___ Konten gutgeschrieben.
a) -es / – b) -em / -er c) -en / -en d) – / -en
51. Dank _____ Europäischen Binnenmarks entfallen viele Formalitäten.
a) des b) den c) der d) das
52. Trotz steigend ___ Produktionszahlen hat die Firma Schwierigkeiten.
a) -e b) -es c) -em d) -er
53. 670000 Jugendlich ___ bewerben sich um Lehrstellen.
a) -e b) -en c) -er d) -es
54. Anlässlich _____ Hannovermesse bringen wir neue Produkte auf den Markt.
a) die b) des c) der d) den

7. Wir hoffen, die schlimmste Krise überstanden _____.
 a) zu haben b) zu sein c) haben d) sein
8. Viele fragen sich, wie den Krisengebieten _____ kann.
 a) helfen b) geholfen c) geholfen d) geholfen
 werden haben
9. Ohne die Deutschen _____ die Währungsunion nie zustande kommen können.
 a) würde b) wäre c) täte d) hätte
10. In zwei Jahren wird sich die Telefonlandschaft sehr verändert _____.
 a) sein b) haben c) werden d) –
11. Ein Rutsch ins Minus wird nicht _____ sein.
 a) verhindern b) verhindert c) zu verhindern d) verhindert werden
12. Seit 30 Jahren _____ sich die Mehrwertsteuer vereinfacht.
 a) ist b) wurde c) konnte d) hat
13. Es kann nicht mehr verteilt _____, als erzeugt _____.
 a) haben / hat b) sein / worden c) sein / wurde d) werden / wird
14. _____ die Überprüfung zwei Jahre früher stattgefunden, ...
 a) Habe b) Sei c) Wäre d) Hätte
15. ..., dann hätte sich nur Luxemburg für Währungsunion qualifizieren _____.
 a) brauchen b) vermögen c) haben d) können
16. Die Europäer werden rasch die Vorteile des neuen Geldes zu schätzen _____.
 a) können b) wissen c) – d) sein
17. Es ist eine Subvention, die nicht zurückgezahlt zu werden _____.
 a) kann b) soll c) hat d) braucht
18. Haben Sie Ihren Beitrag schon _____ richtet?
 a) abge- b) be- c) ver- d) ent-

19. Alle 18 Minuten _____ in Deutschland ein Unternehmen zusammen.
a) brecht b) brechen c) bricht d) bracht
20. Verkaufsförderung _____ geplant und organisiert sein.
a) hat b) will c) weiß d) braucht
21. Dem Staat _____ Milliarden durch Schwarzarbeit entgangen.
a) ist b) werden c) sind d) wurden
22. Ein Ingenieur unserer Firma soll Industriespionage betreiben _____.
a) sein b) werden c) müssen d) haben
23. Der alte Turm war während der Veranstaltung als Werbefläche genutzt _____.
a) werden b) worden c) geworden d) gewesen
24. Was sie unternimmt, _____ ihr.
a) gelingt b) gelingen c) gelangt d) gelungen
25. Der Vorstand der AG _____ für die optimale Verteilung der Gewinne.
a) sorgt b) sorgen c) sorge d) sorgst
26. Die Zahl der Arbeitslosen könnte noch _____.
a) reduzieren b) steigern c) vermindern d) steigen
27. Wir hoffen, Ihnen entgegengekommen zu _____.
a) werden b) haben c) dürfen d) sein
28. Die Firma hat mehrmals um Zahlungsaufschub _____.
a) gebetet b) geboten c) gebettet d) gebeten
29. Vor einem Jahr _____ meine Arbeit darin, Missstände zu beseitigen.
a) besteht b) bestände c) bestand d) bestehe
30. Als er sie auf der Straße traf, _____ er sie nicht.
a) erkannten b) erkannte c) erkennen d) erkennt
31. Sie hätten nur anzurufen _____, ...
a) brauchen b) müssen c) gehabt d) gesollt

32. ..., dann _____ wir Sie sofort beliefern.
a) wären b) würden c) könnten d) hätten
33. Die Kurzarbeit _____ um 20 Prozent zugenommen.
a) ist b) wird c) hat d) soll
34. Durch die Arbeitsmarktpolitik _____ die Zahl der Arbeitslosen verringert.
a) hatte b) wurde c) wird sich d) konnte
35. Die Zahlung _____ auf unser Bankkonto zu leisten.
a) ist b) hat c) wird d) kann
36. Das Verpackungsmaterial ist zum Selbstkostenpreis berechnet _____.
a) werden b) gewesen c) geworden d) worden
37. Bei Ankunft _____ Sie die Ware auf Beschädigungen zu überprüfen.
a) sind b) werden c) haben d) ist
38. Das Angebot haben wir Ihrer Anzeige _____.
a) genommen b) abgenommen c) ausgenommen d) entnommen
39. Wir hätten unsere Versicherung erneuern _____.
a) gemusst b) müssen c) – d) zu müssen
40. Leider _____ die Sendung nicht unserer Bestellung.
a) entsprechen b) entspracht c) entspricht d) entspricht
41. Wir müssen endlich eine Entscheidung _____.
a) getroffen b) trafen c) treffen d) zu treffen
42. Durch unsachgemäße Verpackung ist ein Großteil der Bücher beschädigt _____.
a) werden b) geworden c) gewesen d) worden
43. Der Zoll _____ auf 500 Euro.
a) beträgt b) liegt c) dreht sich d) beläuft sich
44. _____ ich abwesend sein, ...
a) Wäre b) Werde c) Vermöchte d) Sollte

55. Der Kunde fragt: «Wann kann ich beliefert werden?»
 Der Kunde fragt, wann _____.
 a) ich beliefert werde b) er beliefert werden könne c) er beliefern könnte d) er könnte beliefert werden
56. Dann fragte er noch: «Hatte die Firma Produktionsschwierigkeiten?»
 Dann fragte er noch, _____.
 a) hätte die Firma Produktionsschwierigkeiten
 b) ob die Firma Produktionsschwierigkeiten habe
 c) ob die Firma Produktionsschwierigkeiten gehabt habe
 d) hätte die Firma Produktionsschwierigkeiten gehabt
57. Der Verkäufer antwortet: «Die Produktionsabteilung hat zur Zeit Probleme; sie werden aber bald behoben werden».
 Der Verkäufer antwortet, _____.
 a) die Produktionsabteilung werde zur Zeit Probleme haben; sie würden aber bald behoben
 b) die Produktionsabteilung habe zur Zeit Probleme; sie würden aber bald behoben werden
 c) die Produktionsabteilung habe zur Zeit Probleme gehabt; sie würden aber bald behoben
 d) die Produktionsabteilung hätte zur Zeit Probleme gehabt; sie seien aber bald behoben worden
58. Die Sekretärin buchte den Flug nach Moskau.
Wählen Sie den entsprechenden Satz im Passiv.
 a) Der Flug nach Moskau wird von der Sekretärin gebucht.
 b) Der Flug nach Moskau wird von der Sekretärin gebucht werden.
 c) Der Flug nach Moskau wurde von der Sekretärin gebucht.
 d) Der Flug nach Moskau war von der Sekretärin gebucht worden.
59. Der Hauptgeschäftsführer wird die Filiale in Madrid eröffnen.
Wählen Sie den entsprechenden Satz im Passiv.
 a) Die Filiale in Madrid wird vom Hauptgeschäftsführer eröffnet.
 b) Die Filiale in Madrid wird vom Hauptgeschäftsführer eröffnet werden.
 c) Die Filiale in Madrid war vom Hauptgeschäftsführer eröffnet worden.
 d) Die Filiale in Madrid wurde vom Hauptgeschäftsführer eröffnet.

60. Der Leiter der Marketingabteilung hat diesen Bericht verfasst.
Wählen Sie den entsprechenden Satz im Passiv.
- a) Dieser Bericht wird vom Leiter der Marketingabteilung verfasst werden.
 - b) Dieser Bericht ist vom Leiter der Marketingabteilung verfasst worden.
 - c) Dieser Bericht wird vom Leiter der Marketingabteilung verfasst.
 - d) Dieser Bericht war vom Leiter der Marketingabteilung verfasst worden.

C. Präpositionen / Adverbien

Wählen Sie die richtige Antwort: a, b, c oder d. Eine Antwort ist richtig.

1. Die Arbeitslosigkeit ist _____ die Vier-Millionen-Marke gesunken.
a) über b) unter c) unten d) oben
2. Vor dem Euro litten die Exporteure ___ den Wechselkursschwankungen.
a) von b) an c) unter d) vor
3. Nächste Woche wird sie _____ China fliegen.
a) in b) zu c) ins d) nach
4. _____ Problem der Erwerbslosigkeit hat sich nicht viel geändert.
a) Beim b) Am c) Fürs d) Zum
5. _____ zwei Jahren war der Umsatz dieser Firma besser.
a) Von b) Vor c) In d) Mit
6. _____ die Hälfte des Bundesgebiets wird landwirtschaftlich genutzt.
a) Mehr b) Um c) Über d) Gegen
7. Deutschland ist _____ Investoren wieder attraktiv.
a) für b) an c) – d) beim
8. Steht die Wirtschaft _____ einer Rezession?
a) vorn b) gegen c) bei d) vor
9. Wir haben die Prognose nach _____ korrigiert.
a) unter b) drunten c) unten d) drunter

10. Die jüngste Prognose liegt _____ zwei Prozent Wachstum.
a) um b) bei c) an d) nach
11. Es gibt einen Trend _____ höherer Qualifikation.
a) bei b) von c) zu d) für
12. In den Entwicklungsländern ist der Arbeitstag für Frauen _____ dem Land besonders lang.
a) in b) am c) auf d) bei
13. _____ diese Arbeit bin ich nicht zuständig.
a) Um b) Für c) Zu d) Bei
14. Eine gute Qualifikation ist der beste Schutz _____ Arbeitslosigkeit.
a) entgegen b) vor c) von d) für
15. Ein Arbeitsuchender muss _____ solide Kenntnisse verfügen.
a) von b) – c) um d) über
16. Bei uns kümmern sich Profis _____ Ihr Geld.
a) für b) mit c) über d) um
17. Diese Zahl entspricht _____ einer Arbeitslosenquote von 11%.
a) zu b) an c) – d) mit
18. Der Autoverkehr wird _____ dichter.
a) mehr b) immer c) so d) mehr und mehr
19. Die Schweizer liegen an der Spitze _____ den Ausgaben für Informationstechnik.
a) bei b) für c) gegenüber d) hinsichtlich
20. In Deutschland betragen die Ausgaben für Kommunikationstechnik 1500 Euro _____ Einwohner.
a) jeden b) je c) jenen d) –
21. _____ 35-Stunden-Woche können Selbstständige nur träumen.
a) Der b) Von der c) Vor der d) Über die
22. Die Ausgaben für Müllabfuhr sind _____ Teil enorm gestiegen.
a) zum b) im c) am d) zu

23. Es geht _____ die Hilfe für die Länder der Dritten Welt.
a) bei b) mit c) um d) zu
24. _____ dem Vorjahr haben viele ihr Einkommen verbessert.
a) Gegen b) Über c) Entgegen d) Gegenüber
25. Ich habe _____ Unrecht Sozialleistungen bezogen.
a) mit b) zu c) wegen d) aus
26. Die Suche _____ den besten Unternehmen
a) – b) von c) unter d) nach
27. ... beginnt jetzt in Deutschland.
a) ganzem b) gänzlich c) ganzer d) ganz
28. Falls es ein Problem gibt, können Sie uns auch _____ der üblichen Geschäftszeiten anrufen.
a) in b) außerhalb c) um d) zu
29. Dieser Händler beginnt erst am späten Vormittag _____ dem Verkauf.
a) bei b) mit c) an d) –
30. Die Exporte sind _____ dem Vorjahreszeitraum erheblich zurückgegangen.
a) entgegen b) gegen c) gegenüber d) dagegen
31. Wir freuen uns im Voraus _____ Ihren Besuch.
a) an b) über c) auf d) von
32. Strenge Vorschriften tragen _____ Senkung der Arbeitsunfälle bei.
a) zum b) an die c) zur d) an der
33. Wir warten Sie _____ diesem riskanten Geschäft.
a) von b) vor c) gegen d) gegenüber
34. Das Minus ist geringer als in den Jahren _____.
a) bevor b) vor c) vorher d) zuvor
35. Kreditkarten erfreuen sich _____ großer Beliebtheit.
a) auf b) über c) – d) an
36. _____ Feiertagen, _____ Urlaub und _____ Krankheit muss die Firma weiterzahlen.
a) Für / – / – b) An / im / bei c) Zu / in / für d) Nach/am/wegen

37. Das Krankengeld wird _____ der siebten Woche von der Krankenkasse gezahlt.
a) von b) bei c) mit d) ab
38. Die Sekretärin hat sich _____ Namen des Kunden geirrt.
a) am b) beim c) bei d) vom
39. Ohne Investitionen verliert ein Boom schnell _____ Kraft.
a) – b) an c) von d) bei
40. Die Gewerkschaft erinnert _____ den Streik von 1957.
a) – b) von c) in d) an
41. Für viele Einzelhändler endete das Jahr _____ einem Minus.
a) bei b) in c) durch d) mit
42. Die Einnahmen sind _____ 15 Prozent _____ 12 Prozent gesunken.
a) um / bis b) von / zu c) von / auf d) – / bis
43. _____ diese Fragen gibt es noch keine Antwort.
a) An b) Zu c) Über d) Auf
44. Wir sehen uns _____ gezwungen, Sie auf Schadenersatz zu verklagen.
a) leidlich b) leidig c) leider d) leidvoll
45. Wir danken _____ Ihren Auftrag vom 27.07.
a) Sie für b) euch zu c) Sie um d) Ihnen für
46. Wir beziehen uns _____ Ihr Angebot vom 28.02.
a) über b) auf c) an d) –
47. _____ Ihrem Angebot erteilen wir Ihnen folgenden Auftrag.
a) Mäßig b) Gemessen c) Dermaßen d) Gemäß
48. _____ Angebot gewähren Sie eine dreijährige Garantie _____ die Maschinen.
a) Nach / über b) Laut / auf c) Im / an d) Per / zu
49. Wir haben eine Bestellung _____ 100 Fax-Geräte aufgegeben.
a) auf b) an c) um d) über

50. _____ mit Bezahlung der Rechnung besitzen Sie die Ware, eher nicht.
a) Nur b) Eher c) Erstens d) Erst
51. Ein Arbeiter kann eine vorgezogene Rente _____ 60. Lebensjahr beziehen.
a) von dem b) bis zum c) ab dem d) an dem
52. Die Firma hofft _____ ein Riesengeschäft.
a) – b) in c) über d) auf
53. _____ sinkender Nachfrage ist man _____ Investitionen vorsichtig.
a) Bei / mit b) Mit / bei c) Wegen / an d) Nach / zu
54. Die Zahl der Auslandsreisen hat sich _____ der letzten 10 Jahre
a) innen b) in c) innerhalb d) währenddessen
55. ... _____ siebzig Prozent erhöht.
a) über b) um c) gegen d) von
56. Die bisherigen Zahlen deuten _____ einen Rückgang hin.
a) – b) an c) über d) auf
57. _____ Furcht _____ einer zu hohen Handwerkerrechnung basteln immer mehr Leute.
a) Aus / vor b) Die / von c) Wegen / – d) Gegen / von
58. _____ angestellt, dann selbstständig.
a) Nur b) Weder c) Noch d) Erst
59. Die Schule möchte die Jugendlichen _____ die Arbeitswelt vorbereiten.
a) über b) auf c) zu d) an
60. Wir sind gegen Schäden versichert, _____ eine Selbstbeteiligung von 500 Euro.
a) bis auf b) außer c) vorbehaltlich d) außerhalb

D. Konjunktionen / Pronomen

Wählen Sie die richtige Antwort: a, b, c oder d. Eine Antwort ist richtig.

1. Viele Einzelhändler schließen ihr Geschäft, _____ ihre Lage nicht katastrophal ist.
a) trotz b) weshalb c) obwohl d) denn

2. Er fragt sich, _____ Frankreich der größte Stromexporteur ist.
a) wenn b) als c) ob d) dass
3. Er zahlt mehr ein, _____ er wieder herausbekommt.
a) denn b) als c) der d) was
4. Sie hat die Firma gewechselt, _____ sie hatte keine Aufstiegsmöglichkeiten.
a) sondern b) obwohl c) weil d) denn
5. Es ist ein Luxus, _____ wir uns nicht leisten können.
a) der b) das c) dessen d) den
6. Die Transportmittel, _____ wir brauchen, kosten viel Geld.
a) deren b) dessen c) den d) die
7. _____ Arbeitgeber interessiert, ...
a) Der b) Den c) Dass d) Denn
8. ..., _____ der Angestellte ihn kostet.
a) dass b) was c) ob d) wenn
9. Die Subventionen bekommt nur, _____ irgendwo investiert.
a) der b) den c) dass d) wer
10. Es ist das Beste, _____ er kaufen konnte.
a) dem b) – c) was d) den
11. Die Sozialhilfe hilft _____, die in Not sind.
a) die b) dem c) den d) denen
12. Ich weiß nicht mehr genau, _____ die Sendung weggeschickt wurde.
a) dass b) wenn c) als d) wann
13. _____ wir uns kennengelernt haben, arbeitete er noch bei der Baufirma.
a) Als b) Da c) Wann d) Wenn
14. Die Maschinen liefen auf vollen Touren, _____ die Krise kam.
a) vorher b) vor c) zuvor d) bevor

15. Die Wirtschaft wächst zu kräftig, _____ es zu einer Krise kommen könnte.
a) als b) dass c) als ob d) als dass
16. Die Betriebe sind skeptisch, _____ neue Anlagen nötig sind.
a) dass b) ob c) wenn d) deswegen
17. Kein Arbeitgeber kann mehr geben, _____ er hat.
a) als b) was c) dass d) das
18. _____ eine betriebliche Ausbildung absolvieren will, ...
a) Der b) Wo c) Wer d) Wen
19. ..., _____ zieht es in kaufmännische Betriebe.
a) der b) den c) das d) was
20. Über die Hälfte _____, was erarbeitet wird, holt sich der Staat.
a) – b) wessen c) deren d) dessen
21. _____ wir das nötige Geld aufbringen können, steht außer Zweifel.
a) Als b) Dass c) Wenn d) Sofern
22. _____ die Arbeitslosigkeit hoch ist, ist es nicht einfach, qualifiziertes Personal zu finden.
a) Obwohl b) Während c) Da d) Weil
23. _____ die Preise gesenkt worden waren, wurde wieder mehr verkauft.
a) Nachher b) Darauf c) Nachdem d) Danach
24. Wir überweisen Ihnen den Rechnungsbetrag, _____ die Sendung bei uns eintrifft.
a) sofort b) alsbald c) sobald d) als
25. Teilen Sie uns bitte mit, _____ wir Sie beliefern können.
a) wenn b) wann c) obwohl d) dass
26. _____ ich die Stelle nicht bekomme, muss ich stempeln gehen.
a) Denn b) Falls c) Trotz d) Als
27. Deutschland ist das Modell, _____ viele nacheifern.
a) das b) den c) dem d) dass

28. Teilen Sie uns bitte mit, _____ Sie den Auftrag an die Konkurrenz vergeben haben.
 a) weil b) deshalb c) weshalb d) deswegen
29. Es gibt Fälle, bei _____ das Gericht die letzte Instanz ist.
 a) deren b) den c) denen d) welchem
30. Sagen Sie uns bitte bald, _____ Sie interessiert sind.
 a) womit b) woran c) wovon d) wofür
31. _____ schwerer die Arbeit, _____ höher der Lohn.
 a) So / so b) Je / je c) Desto / je d) Je / desto
32. _____ er in Berlin angekommen war, mietete er einen Wagen.
 a) Solange b) Nachdem c) Seitdem d) Während
33. Ich bin bereit, einen anderen Job _____ den erlernten auszuüben.
 a) dass b) wie c) statt d) als
34. _____ wir den Kredit gewähren, holen wir Einkünfte über die Firma ein.
 a) Vor b) Bevor c) Zuvor d) Davor
35. _____ wir der Konkurrenz ausgesetzt sind, bleiben unsere Preise vorteilhaft.
 a) Trotz b) Als c) Obwohl d) Ob
36. Diese Artikel sind viel zu teuer, _____ der Durchschnittskunde sie kaufen könnte.
 a) als dass b) als c) dass d) die
37. Leider müssen wir Ihnen mitteilen, _____ wir unsere Geschäftstätigkeit aufgeben.
 a) da b) das c) denn d) dass
38. _____ die Gesellschaft aufgelöst wird, wird ein Konkursverwalter bestellt.
 a) Wegen b) Deswegen c) Da d) Denn
39. Wir haben Ihre Adresse von Herrn Müller, _____ wir seit langem kennen.
 a) der b) dem c) dass d) den

40. Teilen Sie uns bitte mit, _____ Sie die Lieferung vornehmen können.
a) das b) wenn c) wann d) da
41. Viele von denen, _____ einen Job suchen, sind über 40 Jahre alt.
a) die b) den c) der d) welchen
42. Wir möchten erfahren, _____ Sie auf das Angebot verzichtet haben.
a) deshalb b) darum c) deswegen d) weshalb
43. _____ Ihnen entgegenzukommen, machen wir Ihnen folgendes Angebot.
a) Zu b) Damit c) – d) Um
44. Unsere Preise liegen unter _____ unserer Mitbewerber.
a) die b) den c) denen d) –
45. Das Auto ist zwar schön, _____ auch sehr teuer.
a) dennoch b) trotzdem c) aber d) sondern
46. _____ sollten Sie unsere Modelle interessieren, so könnten wir Ihnen Muster zuschicken.
a) – b) Wenn c) Ob d) Wann
47. Sie erhalten die Ware, kurz _____ Sie bestellt haben.
a) nach b) nachher c) nachdem d) danach
48. Wir bestehen _____, _____ der Auftrag termingerecht ausgeführt wird.
a) darin, da b) darauf, dass c) daraus, – d) damit, denn
49. Besten Dank für den Auftrag, _____ Sie unserem Vertreter erteilt haben.
a) dass b) das c) – d) den
50. Es ist die Firma, _____ Vertreter wir seit langem kennen.
a) von der b) dessen c) derer d) deren
51. Die Waren werden per Post versandt, _____ wir Ihre Anzahlung erhalten haben.
a) sofort b) danach c) vorher d) sobald

52. Ich sage es dir, _____ du Bescheid weißt.
a) darum b) damit c) ob d) wie
53. Beim Kauf will der Kunde wissen, _____ betrügt.
a) wer wen b) wen – c) wer den d) der den
54. _____ Geldsparen vernünftig ist, glauben viele.
a) Wenn b) Obgleich c) Dass d) Als
55. _____ Bargeld auszugeben, greifen die Leute zum Plastikgeld.
a) Damit b) Anstatt c) Zu d) Viel
56. _____ die Ersparnisse nicht ausreichen, muss ein Kredit aufgenommen werden.
a) Im Falle b) Falls c) Gegebenen- falls d) Für den Fall
57. Die Löhne steigen in dem Umfang, _____ die Produktivität wächst.
a) wie b) wo c) wann d) weshalb
58. Die Gewinne schrumpfen _____ mehr, als die Preise fallen.
a) viel b) je c) als d) umso
59. Noch wächst die Wirtschaft, _____ schwächer als erwartet.
a) auch so b) wenn auch c) noch so d) als auch
60. Es ist ein Rohstoff, aus _____ Öl «Bio-Diesel» gewonnen wird.
a) dem b) denen c) dessen d) deren

E. Sprachbausteine

Wählen Sie die richtige Antwort: a, b, c oder d. Eine Antwort ist richtig.

1. _____ gehört dieses Unternehmen?
a) Wer b) Wem c) Wessen d) Wen
2. Als schwerbehindert gilt, _____ Erwerbsfähigkeit um mindestens 50% eingeschränkt ist.
a) der b) des c) die d) wessen
3. Die 15 größten Unternehmen teilen zwei Fünftel des Gesamtumsatzes unter _____.
a) sich b) ihr c) einem d) sie

4. Frauen arbeiten länger _____ Männer.
a) wie b) dass c) denn d) als
5. Was Sie verlangen, ist viermal _____ wie vor zehn Jahren.
a) vieler b) plus c) meist d) so viel
6. Ein _____-teil der Dienstleistungen wird von Freiberuflern erbracht.
a) Groß- b) Größt- c) Größtens- d) Größen-
7. Die Bank wird den Betrag von _____ aus zurückzahlen.
a) ihm b) sich c) ihrer d) selbst
8. Die _____ Jahre wurden durch die asiatische Krise geprägt.
a) neunzig b) Neunzigern c) neunzigsten d) neunziger
9. In Asien hat der Ausbau der Kernenergie _____ begonnen.
a) nur noch b) erst c) nur d) erstens
10. Die Informationswirtschaft _____ als Wachstumsbranche.
a) passiert b) betrachtet c) gilt d) hält
11. Das Geld kommt _____ von Sparbüchern oder aus dem Verkauf von Wertpapieren.
a) oder b) weder c) entweder d) noch
12. Das ist doppelt _____ wie vorher.
a) mehr b) größer c) viel d) so viel
13. Nicht alle Betriebe haben _____ Krise überlebt.
a) der b) über die c) an der d) die
14. Die Dividenden erbrachten ein Einkommen von rund _____ 100000 Euro.
a) -en b) -um c) – d) -lichen
15. _____ fiel es schwer, sich von der Mark zu trennen.
a) Viele b) Vieler c) Die meisten d) Den meisten
16. Finanziell greift der Staat den Bürgern unter die _____.
a) Beine b) Füße c) Schultern d) Arme

17. Wie viel es auch kosten mag, _____.
 a) ich die Ware bestelle b) wenn ich die Ware bestelle c) ich bestelle die Ware d) ob ich die Ware bestelle
18. Kredite kommen _____ Staat teuer zu stehen.
 a) den b) dem c) des d) der
19. Es handelt sich um eine Schätzung des München _____ Meinungsforschungsinstituts.
 a) – b) -en c) -s d) -er
20. Das Defizit dürfte halb _____ wie in der abgelaufenen Periode ausfallen.
 a) größer b) so groß c) groß d) große
21. Die Produktionsstörung hat ein _____ paar Kunden geschadet.
 a) – b) -em c) -en d) -er
22. Die Sozialversicherung ist die _____ bedeutendste Sicherungsinstitution.
 a) von weitem b) weiteste c) auf weitem d) bei weitem
23. Heute werden Auszubildende _____ rarer.
 a) sehr b) ganz c) so d) immer
24. Wenn es _____ Recht ist, treffen wir uns morgen.
 a) du b) dich c) dir d) deine
25. Wir sehen _____ gezwungen, die Firma gerichtlich zu belangen.
 a) uns b) Ihnen c) Sie d) sich
26. Die Brüssel _____ Kommission soll das Abkommen neu verhandeln.
 a) -s b) – c) -er d) -chen
27. _____ die Gesellschaft Süd-Export in Hamburg.
 a) Es geht dabei b) Es geht mit c) Es handelt von d) Es handelt sich um
28. Der Kassenzettel dient _____ Garantie.
 a) zu b) für c) als d) die
29. Auftrags-_____ haben wir Ihre Waren nach Tunesien verschifft.
 a) -maßen b) -halber c) -weise d) -gemäß

30. Über die _____ des Gebiets wird nicht genutzt.
a) Hälfte b) Drittel c) Viertel d) Fünftel
31. _____ China gehörte zu den «asiatischen Tigern»
a) Das b) – c) Die d) An
32. Die Ausgaben werden auf anderthalb Million _____ ansteigen.
a) -e b) – c) -en d) -s
33. Vor kurzem war Deutschland noch der _____-größte
Waffenexporteur der Welt.
a) dritt- b) drei- c) dreier- d) dritten-
34. Die Ausgaben belaufen sich auf _____ sieben Milliarden.
a) runden b) rundum c) rundliche d) rund
35. Die Investitionen sind doppelt _____ hoch _____ im Vorjahr.
a) – / als b) – / wie c) so / als d) so / wie
36. Die Werbung per Post kommt vor allem der Deutschen Post _____.
a) zugute b) zu gut c) zur Güte d) zum Gut
37. _____ konnten sich beide Parteien nicht auf ein Datum einigen.
a) Bislang b) Solange c) Längstens d) Länglich
38. Das Minus ist geringer _____ in den Jahren _____.
a) – / bevor b) wie / vorher c) als / zuvor d) wie / vor
39. Um dieses Projekt zu realisieren, _____ es erheblicher
Investitionen.
a) braucht b) muss c) gehört d) bedarf
40. _____ dass wir Maschinen gekauft haben, sind wir
wettbewerbsfähiger geworden.
a) Deswegen b) Deshalb c) Dadurch d) So
41. Nach eineinhalb Jahr _____ konnte der Betrieb saniert werden.
a) -e b) – c) -es d) -en
42. Wir haben das Geld erhalten, _____ des Kindergeldes.
a) ausge- b) bis auf c) einschließlich d) einbegriffen
nommen

57. Wir bestätigen hiermit unser _____ vom 27.07.
a) Post b) Brief c) Sendung d) Schreiben
58. ... und schicken Ihnen in der Anlage eine Rechnung _____ 252 Euro.
a) ab b) zu c) über d) um
59. Unsere Firma ist die _____-größte der Stadt.
a) zweite- b) zweit- c) zwei- d) zweiten-
60. Die Kosten betragen zwei Euro _____ Erwachsenen.
a) jeden b) jenen c) je d) jeweils

Teil 3. LESEVERSTEHEN

A. Geschäftstexte

Aufgabe 1: Auf der Suche nach einem neuen Geschäftspartner lesen Sie folgenden Artikel. Ergänzen Sie neben den Nummern 1 bis 10 die Informationen zu dem porträtierten Unternehmen.

TEXT 1

DYNASTIEN, AUßENSEITER, NEWCOMER:

Ludwig Görtz GmbH

«Ich wurde im Schuhkarton geboren»

In dem Hamburger Traditionsunternehmen gibt es weder eine Begünstigung für Familienmitglieder noch eine Dividende



Viele Menschen legen Wert auf Kleidung und wollen – bewusst oder unbewusst – mit ihrem Äußeren etwas Bestimmtes darstellen. Aber passt der Schuh dazu? Dann ist die Erscheinung authentisch. Passt er nicht, so ist der Träger enttarnt in der «Scheinwelt der Kulissen». Ludwig Görtz, von dem diese kleine Lebensweisheit stammt, hat ein emotionales Verhältnis zu Schuhen. Als Urenkel des Firmengründers führt er das Hamburger Schuhhaus Ludwig Görtz GmbH, das in diesem Jahr sein 125-jähriges Bestehen feiert, in vierter Generation. Das Familienunternehmen zählt mit rund 300 Millionen Euro Umsatz zu den umsatzstärksten Fachhändlern in Deutschland.

Görtz sagt, er habe keine andere Wahl gehabt, als das Familienunternehmen fortzuführen. Das sei genetisch bedingt. «Ich bin im Schuhkarton geboren» Mit 45 Jahren hat er 1980 die Leitung des Betriebs übernommen. Gleichzeitig aber hat er die Geschäftsführung erstmals für familienfremde Manager geöffnet. Er und sein Bruder Friedrich sind geschäftsführende Gesellschafter. Aber mit Peter Labin hat jetzt sogar ein Externer den Vorsitz des Gremiums.

Eine Dividende haben die Gesellschafter noch in keiner Generation gesehen. Gewinne bleiben im Unternehmen. Die Institution des Familienunternehmens möchte Görtz gern bewahren. Er glaubt auch, dass Unternehmen als börsennotierte Aktiengesellschaften wegen Begehrlichkeiten der Aktionäre ihre Aufgaben nicht mehr so gut wahrnehmen könnten.

Dennoch: Görtz hat Vorkehrungen getroffen, dass die notwendige Flexibilität nicht in die falsche Richtung läuft. Vor 20 Jahren hat er dem Familienunternehmen einen Verwaltungsrat verordnet, ein Gremium, das er als «Disziplinierungsinstrument» sieht. Der Verwaltungsrat entscheidet über Fragen, die eigentlich den Gesellschaftern obliegen: Investitionsplanung, Finanzierung, Gewinnverwendung.

Dabei ging es in den ersten hundert Jahren eher gemächlich zu: 1875 gründet der Urgroßvater das Stammgeschäft in Hamburg-Barmbek.

Erst 1938 eröffnet der Vater die erste Filiale. 1975 betreibt das Unternehmen 32 Läden in neun Städten. 1979 kauft Görtz die amerikanische N. Hess Sons mit 20 Filialen. 1983 wird die Marke Belmondo in Deutschland eingeführt, 1993 wird in Wien die erste Auslandsfiliale eröffnet.

Heute betreibt Görtz 220 Filialen in Deutschland und Österreich und beschäftigt 2900 Mitarbeiter. Seine Expansionsziele bleiben ehrgeizig: In zehn Jahren soll das Filialnetz mindestens 400 Geschäfte umfassen.

Firmendaten

Name:

(0) Ludwig Görtz GmbH

Firmensitz:

(1)

Besitzverhältnisse:

(2)

Geschäftstätigkeit:

(3)

Anzahl der Beschäftigten:

(4)

Umsatz:	(5)
Geschäfte Anzahl heute:	(6)
erstes Auslandsgeschäft in:	(7)
Unternehmensführung Kontrollorgan:	(8)
Gewinnverwendung:	(9)
Marktstellung:	(10)

Aufgabe 2: Als Mitarbeiter der Vertriebsabteilung erarbeiten Sie Vorschläge für eine neue Vertriebsstrategie. Sie lesen dazu auch folgenden Zeitungsartikel. Kreuzen Sie bei den Nummern 11 bis 20 an, welche der folgenden Aussagen der Text enthält («ja») und welche nicht («nein»).

Keine Eile mit dem E-Business

Erst fünf Prozent der Handelsvertreter vertreiben Waren via Internet. Im E-Business herrscht Aufbruchstimmung, die Handelsvertreter warten ab. Die Möglichkeiten des elektronischen Handels im Internet werden jedenfalls von den klassischen Handelsvertretern nur zögernd genutzt. Nach Worten von Horst Platz, Präsident der Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb (CDH), sei die Erwartungshaltung unter den rund 60000 Industrievertretungen, Handelsagenturen, Vertragshändlern und Vertriebsbüros «ohne Euphorie».

Die Meinungen seien eher kontrovers: Auf der einen Seite werde E-Commerce als Bedrohung des konventionellen Vertriebs gesehen. Auf der anderen Seite wachse die Überzeugung, dass das Internet ein nicht zu unterschätzendes Hilfsmittel für den Vertrieb sei. Gleichwohl könne es den persönlichen Kontakt zu den Kunden nicht ersetzen.

Der Centralverband habe dazu eine Studie vom Institut für Handelsforschung der Kölner Universität erarbeiten lassen, sagte Platz. Danach rechnete etwas mehr als ein Drittel der befragten Unternehmen nicht mit einer

Gefährdung ihres angestammten Geschäfts durch E-Business, zehn Prozent dagegen schon.

Der Rest sei unentschieden. Jede zweite Handelsvertretung wird der Umfrage zufolge zum Jahresende über eine eigene Web-Seite verfügen. Die damit verfolgten Ziele sind aber vorrangig: die Erhöhung des eigenen Bekanntheitsgrades, die Verbesserung der Kommunikation mit den vertretenen Unternehmen und den Kunden sowie die Erschließung neuer Kundengruppen. Große, international ausgerichtete Unternehmen, so Platz, hätten dabei weit weniger Berührungängste als kleine Handelsvertretungen.

Insgesamt aber verfügten inzwischen etwa zwei Drittel der befragten Unternehmen über einen eigenen Internet-Anschluss, weitere 12 Prozent wollten den Anschluss bis Jahresende einrichten.

Vor allem in den Bereichen Investitionsgüter und Grundstoffe werde das Internet für Bankgeschäfte, Recherchen und zum Datenaustausch genutzt. Bestellungen und Verkauf von Gütern und Waren erfolgten allerdings noch immer konventionell.

Nur fünf Prozent der Firmen orderten bereits über das Internet. Mittelfristig, so der CDH-Präsident Platz, werde aber E-Commerce den Vertrieb «erheblich verändern». Insbesondere für Handelsvertretungen mit nicht erklärungsbedürftigen Artikeln entstände durch das Internet eine harte Konkurrenz. Mehr denn je werde es für die Firmen darauf ankommen, sich durch individuelle Beratung und maßgeschneiderte Problemlösungen bei den Kunden «unverzichtbar» zu machen. Erfahrungen aus den USA zeigten zudem, dass individuelle Beratung der Kunden vor Ort in Zeiten von E-Commerce wieder «hoch im Kurs» stehe. In den USA, so Platz, habe sich eine regelrechte Gegenbewegung entwickelt.

Feststellungen im Text:

- (01) Der Internethandel wird von klassischen Vertriebsunternehmen nur wenig genutzt.
- (02) Die Handelsvertreter sind von den Möglichkeiten des Internets begeistert.
- (11) Die Mehrzahl der Vermittler fürchtet einen Rückgang des konventionellen Vertriebs.
- (12) Die meisten Web-Seiten dienen in erster Linie der Verbesserung des Kontaktes zu Kunden und Unternehmen.
- (13) Besonders die großen Unternehmen ergreifen die Möglichkeit, über eigene Web-Seiten ihren Bekanntheitsgrad zu erhöhen.

	ja	nein
(01) Der Internethandel wird von klassischen Vertriebsunternehmen nur wenig genutzt.	X	
(02) Die Handelsvertreter sind von den Möglichkeiten des Internets begeistert.		X
(11) Die Mehrzahl der Vermittler fürchtet einen Rückgang des konventionellen Vertriebs.		
(12) Die meisten Web-Seiten dienen in erster Linie der Verbesserung des Kontaktes zu Kunden und Unternehmen.		
(13) Besonders die großen Unternehmen ergreifen die Möglichkeit, über eigene Web-Seiten ihren Bekanntheitsgrad zu erhöhen.		

- (14) Bis zum Jahresende werden voraussichtlich alle Firmen über einen eigenen Internetzugang verfügen.
- (15) Kleine Unternehmen setzen das Internet eher als Vertriebsinstrument ein als große Unternehmen.
- (16) In einigen Branchen werden die Möglichkeiten des Internets besonders häufig genutzt.
- (17) Unternehmen erledigen den Ein- und den Verkauf meistens mittels Internet.
- (18) Der Vertrieb erklärungsbedürftiger Produkte ist besonders von der elektronischen Konkurrenz betroffen.
- (19) In Zukunft sollten die Unternehmen ihre Leistungen stärker auf den einzelnen Kunden ausrichten, um konkurrenzfähig zu bleiben.
- (20) In den USA werden die Kundenkontakte zunehmend über das Internet abgewickelt.

Aufgabe 3: Sie sind leitender Angestellter bei Aral und bereiten die nächste Sitzung der Geschäftsleitung vor. Lesen Sie, wo im Protokoll etwas zu den Punkten Nr. 21 bis 25 gesagt worden ist. Es gibt jeweils nur eine richtige Lösung.

ARAL – Protokoll der Abteilungsleitersitzung vom 14.05.2001

Anwesend:

Herr Baum (Leiter Abt. Forschung und Entwicklung), Herr Adamek (Leiter Abt. Vertriebsnetz Tankstellen), Frau Goltz (stellv. Leiterin Abt. LNG), Frau Mergel-Herrmann (Leiterin Abt. Marketing und PR), Herr Nölgen (Rechtsabteilung i.V. von Frau Dr. Rosenbaum), Herr Birot (Leiter Abt. Planung), Frau Bukowski (Protokoll)

1. Entwicklungsstand

Die Entwicklung der zukunftsweisenden Technologie zur Betankung von gasförmigem (CNG) und flüssigem Erdgas (LNG) steht unmittelbar vor dem Abschluss. Bis zum 01.06.2001 legt Herr Baum das endgültige Konzept vor.

2. Pilotprojekt

Die weltweit erste öffentliche Flüssig-Erdgastankstelle soll in München, Schenkendorfstraße, eröffnet werden. Eröffnungstermin der Aral-Tankstelle: 15.10.2001.

3. Treibstoffversorgung

Nach Ablauf der ersten Testphase in München Aufbau eines deutschlandweiten flächendeckenden Erdgas-Tankstellennetzes. Entfernung zwischen den einzelnen Tankstellen: ca. 100 – 150 Kilometer. Reichweite eines LNG-Fahrzeuges: ca. 500 Kilometer. Herr Adamek erarbeitet Plan für geeignete, attraktive Standorte in Übereinstimmung mit dem vorhandenen Tankstellennetz von Aral.

4. Finanzierung

Das bayerische Wirtschaftsministerium hat finanzielle Unterstützung in erheblichem Umfang durch Fördermittel zugesagt. Darüber hinaus laufen Verhandlungen zur Beteiligung an dem Projekt (Herr Werner, Frau Goltz) mit BMW Group, E.ON Energie, ESB, Linde AG.

Veranschlagte Investitionssumme: ca. € 800.000.

5. Ruhrgas AG

Abschluss der Verhandlungen mit Ruhrgas AG zwecks Gründung einer gemeinsamen Gesellschaft der Gaswirtschaft. Sie schließt Klammer zwischen Aral-Tankstellen einerseits und den Marktpartnern, den Stadtwerken und den regionalen Gasversorgungsgesellschaften andererseits. Abkommensabschluss: 05.06.2001.

6. Marketing

Im August findet die internationale Automobilausstellung (IAA) in Frankfurt statt. Bis dahin muss die Marketing-Strategie stehen. Realisierung unter Leitung von Frau Mergel-Herrmann. Konzept für E-Business-Präsentation: Aral Online GmbH.

Schwerpunkt: Umwelt/Wirtschaftlichkeit/Steuererleichterung.

7. Patentverfahren

Die Technologie zur Flüssiggas-Betankung ist zum Patent angemeldet. Nächster Termin von Frau Dr. Rosenbaum mit dem Patentanwalt: 17.05.2001.

№	Tagesordnungspunkte	1	2	3	4	5	6
(0)	Technische Innovation:	X					
(21)	Tankstellen-Infrastruktur:						
(22)	Suche nach Investoren:						
(23)	Vermarktungskonzept:						
(24)	Erster Standort:						
(25)	Abkommen zur Gasversorgung:						

Aufgabe 4: Lesen Sie den folgenden Auszug aus dem Ausbildungsprogramm der Quelle AG. Wählen Sie bei den Nummern 26 bis 35 das Wort (a, b oder c), das in den Satz passt.

**Kaufmann/frau
Groß- und Außenhandel
Fachrichtung Außenhandel**

Bei QUELLE – als einem international tätigen (0) b) – nimmt der Außenhandel einen zentralen Stellenwert ein. Kaufleute im Groß- und Außenhandel sind unsere (26) _____ für das internationale Geschäft.

Die (27) _____ zum Kaufmann bzw. zur Kauffrau im Groß- und Außenhandel dauert 2,5 Jahre und setzt als (28) _____ der schulischen Ausbildung die «mittlere Reife» voraus.

Die Ausbildung bei QUELLE erfolgt gemäß dem «dualen Prinzip», d.h. einerseits werden berufs-(29) _____ Kenntnisse und (30) _____ an der Berufsschule vermittelt. Andererseits lernen die (31) _____ viele verschiedene Fachbereiche und die entsprechenden Arbeitsinhalte, -prozesse und Projekte kennen. Mit der Unterstützung (32) _____ betrieblicher Ausbilder/-innen können unsere «angehenden» Groß- und Außenhändler frühzeitig wichtige Erfahrungen für den Berufs- (33) _____ sammeln.

Zu den Schwerpunkten während der Ausbildung in unserem Unternehmen gehören:

- + Import/Export
- + Personalmanagement
- + Rechnungs- (34) _____
- + Vertrieb
- + Produktmanagement

Wir, das Team der Aus- und Weiterbildung, freuen uns schon jetzt auf Ihre (35) _____.

Aufgabe 4:

Beispiel:

- | | | | |
|------|--|--|--|
| (0) | a) Geschäft <input type="checkbox"/> | b) Unternehmen <input checked="" type="checkbox"/> | c) Verband <input type="checkbox"/> |
| (26) | a) Experten <input type="checkbox"/> | b) Gutachter <input type="checkbox"/> | c) Stellvertreter <input type="checkbox"/> |
| (27) | a) Ausbildung <input type="checkbox"/> | b) Beförderung <input type="checkbox"/> | c) Prüfung <input type="checkbox"/> |
| (28) | a) Abschluss <input type="checkbox"/> | b) Beendigung <input type="checkbox"/> | c) Test <input type="checkbox"/> |
| (29) | a) -pezialisierte <input type="checkbox"/> | b) -spezielle <input type="checkbox"/> | c) -spezifische <input type="checkbox"/> |

- | | | | |
|------|-------------------|------------------|-------------------|
| (30) | a) Anweisungen | b) Fertigkeiten | c) Tätigkeiten |
| (31) | a) Ausbilder | b) Ausgebildeten | c) Auszubildenden |
| (32) | a) qualifizierter | b) qualitativer | c) quantitativer |
| (33) | a) -ablauf | b) -ausstieg | c) -einstieg |
| (34) | a) -arbeit | b) -management | c) -wesen |
| (35) | a) Anlagen | b) Bewerbung | c) Stellungnahme |

TEXT 2

Aufgabe 1: Auf der Suche nach einem neuen Geschäftspartner lesen Sie folgenden Artikel. Ergänzen Sie neben den Nummern 1 bis 10 die Informationen zu dem porträtierten Unternehmen.

DYNASTIEN, NEWCOMER, AUBENSEITER:

WILA Leuchten

Die Dinge ins rechte Licht rücken

Das Familienunternehmen aus Iserlohn trotz der Branchenkrise und steht an einem Wendepunkt

Mit der professionellen Beleuchtung von Räumen und Gebäuden verhält es sich mitunter wie mit hochwertigen Videorekordern: das Ganze ist so kompliziert, dass die Benutzer die technischen Möglichkeiten nicht nutzen. Der Mann, der das sagt, muss es wissen. Helmut K. Unger ist Präsident des Fachverbandes Elektroleuchten im Zentralverband der deutschen Elektroindustrie und Aufsichtsratsvorsitzender der Unger AG, einem der führenden Hersteller von Leuchten und Beleuchtungssystemen.

Ein interessantes Geschäft, erzählt der Unternehmer aus Iserlohn, sei beispielsweise die Beleuchtung von Lackieranlagen für die Automobilindustrie.

Die Kunden verlangten, dass die Räume so gut ausgeleuchtet seien, dass jeder Kratzer im Lack zu erkennen sei. Die Referenzliste des ostwestfälischen Mittelständlers ist lang: Die Flughäfen in München und Düsseldorf gehören dazu wie das Daimler-Technologiezentrum oder auch das Verlagshaus der New York Times. «Wila ist eine starke Marke», meint Unger.

Die Kraft dieser Marke reichte freilich nicht aus, um das Unternehmen vor dem Konkurs zu bewahren. Das war 1983. Unger, der sich 1978 selbstständig gemacht hatte (Hartmann & Unger Leuchtenhersteller) übernahm die Wila-Anteile – vornehmlich, um den Vertrieb des Unternehmens für den Absatz der eigenen Produkte zu nutzen. Rund 60 Mitarbeiter beschäftigte Wila damals; der

Umsatz betrug rund 2,5 Millionen Euro. Im vergangenen Jahr hat die Gruppe mit rund 500 Mitarbeitern etwa 84 Millionen Euro erwirtschaftet.

Jetzt steht das Unternehmen gleich in verschiedener Hinsicht an einem Wendepunkt. Unger hat Ende Dezember die operative Verantwortung an seinen Sohn Thomas abgegeben und sich auf die Rolle des Aufsichtsratsvorsitzenden zurückgezogen.

Ein Grund dafür war, dass er das Gefühl hatte, sein eher autoritärer Führungsstil habe sich überlebt. Hinzu kam die zum Jahreswechsel 2001/02 wirksam gewordene Umstrukturierung der Gruppe: Unter dem Dach der Unger-Holding operiert neben Wila die übernommene Firma Bruck als selbständiges Unternehmen. Die ebenfalls zur Gruppe gehörende Hartmann & Unger arbeitet als interner Zulieferer.

Trotz der schwachen Baukonjunktur hat die Gruppe auch im vergangenen Jahr ihren Umsatz leicht gesteigert.

Möglich war dies zum einen durch ein starkes Exportgeschäft, zum anderen sind Wila und Bruck stark im Geschäft, wenn es um die Renovierung und Sanierung von Gebäuden geht.

Mit Blick auf die Zukunft haben Vater und Sohn vornehmlich eine Sorge: starke Führungskräfte nach Ostwestfalen zu locken. Die meisten Manager, so der Senior, ziehe es eher nach Düsseldorf oder Essen.



Geschäftsführer Helmut K. Unger und Sohn Thomas

Aufgabe 1:

Firmendaten

(0) Name der Holding:

Unger AG

(1) Firmen der Holding:

(1)

(2) Zahl der Mitarbeiter:	(2)
(3) Firmensitz:	(3)
Geschäftstätigkeit (4) Produkte:	(4)
(5) Referenzen:	(5)
Verkaufsergebnis (6) Umsatz:	(6)
(7) Grundlage des Erfolgs:	(7)
Firmengeschichte (8) Erster Wendepunkt:	(8)
(9) Zweiter Wendepunkt:	(9)
Zukunftsaussichten (10) Problem:	(10)

Aufgabe 2: Als Mitarbeiter der Einkaufsabteilung im Bereich Lebensmittel lesen Sie folgenden Zeitungsartikel. Kreuzen Sie bei den Nummern 11 bis 20 an, welche der folgenden Aussagen der Text enthält («ja») und welche nicht («nein»).

Der Öko-Landbau feiert sich auf der BIO-FACH

Während die traditionelle Landwirtschaft unter den Nachwirkungen der BSE-Krise leidet, reiben sich die Öko-Bauern die Hände. Das Geschäft mit den Bio-Produkten entwickelt sich sehr gut, und die meisten Anbieter konnten im vergangenen Jahr ein Umsatzwachstum von 20 bis 30 Prozent verzeichnen. Auch in diesem Jahr rechnet die Branche, die sich derzeit auf der weltgrößten Ökomesse BIO-FACH in Nürnberg (bis 17. Februar) präsentiert, mit einem weiteren Zuwachs. Die Bio-Landwirte haben im Moment vor allem ein Problem:

ihre begrenzten Produktionskapazitäten, die die gestiegene Nachfrage nicht mehr vollständig erfüllen können.

Wie die Branche, so hat auch die Leitmesse BIO-FACH gegenüber dem Vorjahr nochmals deutlich zugelegt. Zwei weitere Hallen sind belegt, wodurch sich die Ausstellungsfläche gegenüber 2001 um mehr als ein Viertel auf gut 61000 Quadratmeter vergrößert hat. Rund 2000 Aussteller sind vertreten, das sind etwa 15 Prozent mehr, und zwei Drittel von ihnen kommen aus dem Ausland.

Die Messe in Nürnberg spiegelt das neue Selbstbewusstsein der Bio-Landwirtschaft wider. Naturkost hat inzwischen am gesamten deutschen Lebensmittelmarkt einen Anteil von 3,7 Prozent, das entspricht gut 5 Milliarden Euro. In Deutschland wurden im vergangenen Jahr 42 neue großflächige Naturkost-Fachmärkte und Bio-Supermärkte eröffnet.

Mittlerweile gibt es insgesamt mehr als 100 solcher Geschäfte. Ihre Kunden können unter 5000 bis 10 000 Öko-Artikeln wählen. Die Branche und ihre Ausstellungen haben damit das Image des reinen Futterkörner- oder Müsli-Marktes überwunden.

Auf der BIO-FACH bieten Aussteller aus allen fünf Kontinenten ihre Waren und Dienstleistungen an. Die Aussteller kommen aus insgesamt 60 Ländern. Nahe an 200 Neuheiten sind in Nürnberg zu sehen, vornehmlich aus den Gebieten Fertig- oder Schnellgerichte, Naturkost, Getränke und Kosmetik.

Während sich früher vor allem Inhaber von Naturkostläden und Reformhäusern auf der Messe umsahen, finden sich jetzt auch in großer Zahl Einkäufer von Bio-Supermärkten und des konventionellen Lebensmittelhandels ein. Bei einem ausgedehnten Rundgang über das Messegelände trifft man auch Vertreter von Produzenten, die selbst nicht auf der Messe ausstellen, zum Beispiel die Einkäuferin eines Fischverarbeiters, die Gewürze und andere Zutaten aus biologischem Anbau zu ihren Fischkonserven zu finden versucht.

Feststellungen im Text:

- (01) Die traditionelle und die ökologische Landwirtschaft stecken gleichermaßen in einer tiefen Krise.
- (02) Der Absatz der alternativ angebauten Produkte konnte deutlich gesteigert werden.
- (11) Die Nachfrage nach Öko-Produkten ist erheblich höher als das Angebot.
- (12) Die «BIO-FACH» ist weltweit die bedeutendste Öko-Messe.

	ja	nein
(01) Die traditionelle und die ökologische Landwirtschaft stecken gleichermaßen in einer tiefen Krise.		X
(02) Der Absatz der alternativ angebauten Produkte konnte deutlich gesteigert werden.	X	
(11) Die Nachfrage nach Öko-Produkten ist erheblich höher als das Angebot.		
(12) Die «BIO-FACH» ist weltweit die bedeutendste Öko-Messe.		

- (13) Wegen der hohen Messebeteiligung der Aussteller musste ein neues Ausstellungsgelände gefunden werden.
- (14) Die Anzahl der ausländischen Aussteller ist um 15 Prozent gestiegen.
- (15) Naturkost-Produkte haben inzwischen den deutschen Nahrungsmittelmarkt erobert.
- (16) Mit der jetzt verfügbaren Zahl von Öko-Artikeln wird ein breites Sortiment abgedeckt.
- (17) Die Branche hatte in der Vergangenheit mit einem negativen Image zu kämpfen.
- (18) Die Teilnehmer an der «BIO-FACH» kommen nicht nur aus Ländern der EU.
- (19) Öko-Produkte werden exklusiv über Öko-Geschäfte vertrieben.
- (20) Bio-Produkte finden zunehmend Verwendung bei etablierten Lebensmittelherstellern.

Aufgabe 3: Sie sind leitender Angestellter bei Klöckner und bereiten die nächste Sitzung der Geschäftsleitung vor. Lesen Sie, wo im Protokoll etwas zu den Punkten Nr. 21 bis 25 gesagt worden ist. Es gibt jeweils nur eine richtige Lösung.

Protokoll der Arbeitssitzung vom 15.03.2002

Anwesende:

Herr Verbeke (Geschäftsführer Buysmetal), Herr Ramasingh (Systemanwender), Frau Werner (Programmiererin), Herr Brosztak und Herr Philipp (Marketing), Frau Kannenberg und Frau Lohr (Presseabteilung), Herr Wasinsky (Abteilungsleiter Werkstoffhandel), Frau Herrmann (Abteilungsleiterin Marketing).

1. Werkstoffdistribution

Wie in der letzten Sitzung besprochen, soll der Führungsanspruch von Klöckner & Co. in der Werkstoffdistribution weiter ausgebaut werden. Grundidee: Werkstoffhandel mit Markenanspruch (Geschäftspartner erkennen Klöckner an der Qualität der Produkte, des Service und der Leistungen – schnell, beweglich und loyal).

2. SAP «Online Store»

Die Präsentation des Konzepts des neuen „Online Store“ am 10.03. durch die EDV-Abteilung war erfolgreich. Das Modul stellt eine Schnittstelle zwischen dem Warenwirtschaftssystem SAP/R3 und dem Internet dar. Die Kunden arbeiten direkt in SAP, Dateien werden nicht mehr von einem anderen Server heruntergeladen.

3. Buysmetal

Landry Verbeke, Geschäftsführer von Buysmetal, der belgischen Tochtergesellschaft der Klöckner-Gruppe, hat sich bereit erklärt, «Online-Store» zu testen.

4. Ziel

Geschäftspartner können rund um die Uhr bestellen und innerhalb von Sekunden Infos über die Verfügbarkeit des gewünschten Artikels erhalten, Preise vergleichen, einen Überblick über den bisherigen Auftragsstatus bekommen. Dadurch ergibt sich eine erhebliche Zeitersparnis.

5. Integration

Die Integration der «Online-Stores» in das bestehende Warenwirtschaftssystem erfolgt noch im April (Herr Ramasingh, Frau Werner).

6. Testkunden

Für die Testphase wählt Buysmetal zunächst zwei Kunden aus, die Produktauswahl ist dabei eingeschränkt. Gespräche laufen bereits. Start: voraussichtlich 5. Juni, Ende: voraussichtlich 29. Juni.

7. Rückmeldung

Die detaillierte Auswertung der Kundenrückmeldungen ist ab Juli vorgesehen. Hierzu fahren Herr Brosztak und Herr Philipp nach Belgien. Laufende technische Betreuung: Herr Ramasingh.

8. Veröffentlichung

Der Öffentlichkeit wird der neue Verkaufskanal ab August zugänglich gemacht. Klöckner-Kunden wird der «Online-Store» vorgestellt. Organisation: Frau Kannenberg. Frau Lohr bereitet Presse-Infos vor.

Nº	Tagesordnungspunkte	1	2	3	4	5	6
(0)	Unternehmenspolitik:	X					
(21)	Laufzeit der Erprobung:						
(22)	Technische Innovation:						
(23)	Vorteile des Systems:						
(24)	Medienarbeit:						
(25)	Geschäftsreise:						

Aufgabe 4: Lesen Sie die folgende Stellenanzeige aus der FAZ. Wählen Sie bei den Nummern 26 bis 35 das Wort (a, b oder c), das in den Satz passt.

<p>Ihre Aufgaben</p>	<p>Unsere Batterien verfügen über einen sehr hohen Bekanntheitsgrad im (0) Markt. Durch (26) und Innovation verzeichnen wir zweistellige (27) -raten. Im Geschäftsbereich Autobatterien mit Sitz in Hannover suchen wir für den Vertriebsbereich Handel Varta International zum nächstmöglichen Eintrittstermin den/die</p> <p style="text-align: center;">Vertriebsspezialisten/in</p> <p>Ihr (28) -gebiet umfasst die Analyse der Anforderungen unserer in- und ausländischen (29) an E-Commerce und CRM-Lösungen in SAP. Sie implementieren geeignete Lösungen in enger (30) mit unserer DV-Organisation- abteilung.</p>
<p>Ihre Qualifikation</p>	<p>Nach einem erfolgreich (31) wirtschaftswissenschaftlichen Studium haben Sie mehrjährige Vertriebs-(32). Analytisches Denken, strukturiertes Vorgehen und eine ausgeprägte Teamorientierung kennzeichnen Ihre Arbeits-(33) .</p>
<p>Ihre Perspektive</p>	<p>Wir bieten Ihnen eine interessante und (34) Tätigkeit in einem engagierten Team mit internationaler Ausrichtung. Die individuelle Weiterbildung unserer Mitarbeiter ist fester Bestandteil unserer Unternehmens-(35). Perspektiven sind sowohl in internationalen Vertriebsfunktionen als auch im Bereich unserer DV-Organisationsabteilung gegeben.</p> <p>Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen.</p> <p>VB Autobatterie GmbH Personalabteilung VB-LP 12 Am Leineufer 51, 30419 Hannover Stephan.grzibeek@de.auto.varta.com</p>

Aufgabe 4:

Beispiel:

- | | | | | |
|------|-------------------------------------|-------------------------------|---|---------------------------|
| (0) | a) Betrieb | b) Markt | X | c) Vertrieb |
| (26) | a) Kompetenz | b) Konkurrenz | | c) Konsens |
| (27) | a) Absatz- | b) Gewinn- | | c) Zuwachs- |
| (28) | a) Aufgaben- | b) Spezial- | | c) Wissens- |
| (29) | a) Finanzierungs-
gesellschaften | b) Tochter-
gesellschaften | | c) Mutter-
unternehmen |
| (30) | a) Mitarbeit | b) Verbundenheit | | c) Zusammenarbeit |
| (31) | a) abgewickelten | b) abgeschlossenen | | c) ausgeführten |
| (32) | a) -erfahrung | b) -fähigkeit | | c) -kenntnisse |
| (33) | a) -kraft | b) -moral | | c) -weise |
| (34) | a) verantwortungsvolle | b) vertrauensvolle | | c) vorbildliche |
| (35) | a) -botschaft | b) -konzeption | | c) -geschichte |

TEXT 3

Aufgabe 1: Auf der Suche nach einem neuen Geschäftspartner lesen Sie folgenden Artikel. Ergänzen Sie neben den Nummern 1 bis 10 die Informationen zu dem porträtierten Unternehmen.

DYNASTIEN, AUBENSEITER, NEWCOMER:

Ossiversand.de

Päckchen von drüben für den Kanzler

Der Münchner Kaufmann Gerhard Franz steht auf Ostprodukte und vertreibt sie nun per Internet – mit Vorliebe an Politprominenz «Kennen Sie Harzer Zwiebelwurst, Werners Böhmisches Knödel oder Werder Ketchup? Nein? Sie müssen unsere Klassiker probieren – köstlich» Gerhard Franz, 40, kann enthusiastisch den halben Produktkatalog seines Versands von Ostprodukten abspulen. Dass Franz ein Loblied auf die im Westen vielfach geschmähten und verkannten Ostprodukte singt, hat seine Geschichte. Und wenn man es genauer betrachtet, sind es sogar zwei. Die eine spielt von ihm selbst. Die andere von den

Sehnsüchten zweier junger Frauen aus dem Osten nach jenen vertrauten Produkten, die nach Währungsunion und deutscher Einheit aus den Regalen verschwunden waren. So entstand eine Geschäftsidee. Wenn schon nicht in den Supermärkten, dann könnte man doch die Produkte direkt beziehen und per Versandhandel verschicken. Denn schließlich waren die Ost-Produzenten noch da.

Am 1. Juli 1999 war es soweit. Die Frauen starteten in Halle ihren «Ossiversand», den ersten Internetanbieter für Ostprodukte. Ein Jahr später aber war er bereits wieder vom Netz. Angefeuert von immensem Medieninteresse schlug eine Nachfragewelle über den Existenzgründerinnen zusammen, in der sie schlichtweg untergingen. Es fehlte ihnen an Infrastruktur, Logistik, vor allem aber an Kapital zum nötigen Ausbau des Unternehmens. Dass der Ossiversand wieder reanimiert werden konnte, hat natürlich mit Franz zu tun. Der Münchner machte sich 1994 selbstständig und siedelte sich mit seiner Firma Alpha Spezialbauten in Landsberg bei Halle an.



«Wir bauen vor allem Fenster», sagt Franz. Das sei im Osten noch immer ein gutes Geschäft. Dennoch habe er schon lange nach einem zweiten unternehmerischen Standbein gesucht, weil die 3000 Quadratmeter große Halle mit dem Fensterbau nicht ausgelastet gewesen sei.

2000, am historischen 3. Oktober, startete Franz seine Ossi-Versand.de AG mit 5000 Kundenadressen des in Konkurs gegangenen Versandhandels. Franzens Firma hat bereits anderthalb Jahre nach dem Neustart seine Adressenkartei auf 50.000 verzehnfachen können. 2001, im ersten richtigen Geschäftsjahr, wurden für eine halbe Million Euro Waren abgesetzt, etwa 80 Prozent davon in Westdeutschland. Die meisten der Kunden dort seien natürlich ehemalige «Ossis», erklärt Franz.

Nur auf die weggezogenen Ostdeutschen will sich Franz aber nicht verlassen. Schon jetzt sei es ihm gelungen, «originär Westdeutsche», wie er sagt, für die rund 1.000 «exotischen Produkte» zu begeistern.

«Sie machen inzwischen zehn Prozent unseres Kundenstammes aus»
 Freilich, große Werbefeldzüge kann sich Franz nicht leisten. Er setzt auf Mund-
 zu-Mund-Propaganda, auf die Medien und auf Politprominenz, die gern vor
 Wahlen bei ihm Päckchen packt.

«Hält diese Entwicklung an», sagt Franz, «können wir 2002 unseren Umsatz
 glatt verdoppeln. Dann machen wir mit dem Handel auch Gewinn.»

Firmendaten

(0) Name:

OssiVersand.de AG

(1) Firmensitz:

(1)

(2) Branche:

(2)

(3) Produktsortiment:

(3)

(4) Konkursgründe für
 Ursprungsfirma:

(4)

Marketingstrategie

(5) Vertriebsmittel:

(5)

(6) Werbemittel:

(6)

(7) Kundenkreis:

(7)

Geschäftstätigkeit

(8) Umsatz 2001:

(8)

(9) Erwarteter Umsatz 2002:

(9)

(10) Schwerpunkt des Absatzmarktes:

(10)

Aufgabe 2: Als Mitglied der Geschäftsleitung lesen Sie folgenden Zeitungsartikel. Kreuzen Sie bei den Nummern 11 bis 20 an, welche der folgenden Aussagen der Text enthält («ja») und welche nicht («nein»).

Wenn der Senior geht ...

Häufig schieben Firmeninhaber die Frage der Nachfolgeregelung auf die lange Bank. Claus Goworr, Partner der Münchner Personalberatung Gemini Executive Search GmbH, analysiert die Konsequenzen dieses Versäumnisses und zeigt neue Lösungsansätze auf. Aus Altersgründen stehen in den kommenden Jahren bis zu 300000 Betriebsübergaben an. Etwa ein Drittel davon wird scheitern, damit sind rund 500000 Arbeitsplätze in Gefahr.

Eine frühe Klärung der Nachfolgeregelung ist für kleine und mittelständische Unternehmen oft existenzentscheidend. Dennoch fällt es vielen Unternehmern nicht leicht, sich mit diesem Thema auseinanderzusetzen. Nicht selten sieht der Seniorchef sein Lebenswerk und seine gesellschaftliche Stellung durch einen jüngeren Nachfolger gefährdet.

Aus Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern und Kapitalgebern jedoch muss ein Unternehmer grundsätzlich in jeder Phase seines Schaffens seine Nachfolge bestmöglich geregelt haben. Sinnvollerweise beginnt der planmäßige Rückzug aus der unternehmerischen Führungsverantwortung bereits im Zenit der Leistungsfähigkeit. Die meisten erfolgreichen Firmenübergaben sind schon in einem Alter, in dem der Unternehmensleiter 50 bis 55 Jahre alt war, eingeleitet und im Alter von 60 bis 65 Jahren dann tatsächlich durchgeführt worden.

Dabei gibt es kein Patentrezept. Es muss individuell nach dem richtigen Nachfolger gesucht werden. Vielleicht ist eine familieninterne Übergabe möglich. Manchmal ist die Einsetzung eines externen Managements erforderlich, wobei die Vermögenssubstanz der Familie erhalten bleibt. Das Unternehmen kann jedoch auch an Mitarbeiter oder an Dritte verkauft werden. Ein Unternehmen kann mit den Mitarbeitern als Eigentümer prosperieren, wenn alle für das Betreiben der Firma erforderlichen fachlichen und finanziellen Ressourcen vorhanden sind.

Dabei ist die Suche nach einem Nachfolger weniger das Problem, entscheidend ist die Auswahl der Kandidaten gemäß der Firmenphilosophie. Denn nur, wenn der Nachfolger vom Unternehmer auch als solcher akzeptiert wird, hat die Übergabe Aussicht auf Erfolg.

Es gibt drei grundlegende Maximen, an denen sich eine erfolgreiche Unternehmensnachfolge orientieren sollte: die Sicherung des Unternehmens, die Erhaltung des Familienfriedens und der Liquidität. Nur durch eine präzise definierte Nachfolgeregelung und deren konsequenten Umsetzung kann der Seniorchef diese schwierige und abschließende Hürde seines unternehmerischen

Aufgabe 3: Sie sind Leiter der Pressestelle der KarstadtQuelle AG und bereiten die nächste Pressekonferenz vor. Lesen Sie, wo in der Vorlage etwas zu den Punkten Nr. 21 bis 25 gesagt worden ist. Es gibt jeweils nur eine richtige Lösung.

Vorlage für den Leiter der Pressestelle der KarstadtQuelle AG
Einzigartige Partnerschaft im Bereich Finanzdienstleistungen

1. Neustrukturierung im Finanz- und Dienstleistungsbereich

Durch die Verbindung von Handel, Versicherungen und Banken im Bereich Finanzdienstleistungen entsteht ein völlig neuer Zugang zum Kunden, insbesondere im Direktmarketing. Daraus ergeben sich interessante Perspektiven sowie ein hohes Wachstums- und Wertsteigerungspotenzial.

2. ERGO

Darum startet die KarstadtQuelle AG im März 2002 eine Zusammenarbeit mit der ERGO Versicherungsgruppe. Im Rahmen des Joint Ventures arbeiten wir in der KarstadtQuelle AG Financial Services GmbH mit einem der führenden Erstversicherer zusammen.

3. KarstadtQuelle Financial Services GmbH

Die Gesellschaft, an der beide Partner zu jeweils 50 % beteiligt sind, ist eine Marketing- und Vertriebsgesellschaft für Finanzdienstleistungen.

4. Strategische Partnerschaft

In der strategischen Partnerschaft werden die Multi-Channel-Strategie von KarstadtQuelle sowie die Marken- und Produktvielfalt von ERGO gebündelt. Das Produktangebot umfasst attraktive Versicherungs- und Bankangebote.

5. Schwerpunkt

Ein Schwerpunkt der Marketingstrategie liegt auf der individualisierten Ansprache unserer Kunden.

6. ERGO und KarstadtQuelle

Die ERGO Versicherungsgruppe bringt neben Produkten bekannter Marken einen Gesellschaftsanteil in Höhe von 45 % an der Quelle Versicherungen Holding Beteiligungs GmbH in das Joint Venture ein. KarstadtQuelle steuert sein großes Know-how im Bereich der Multi-Channel-Strategie, vielfältige Beziehungen zu 19 Mio. aktiven Kunden sowie die KarstadtQuelle Bank bei.

7. Ausblick

Die KarstadtQuelle Financial Services GmbH plant für das Jahr 2006 Nettozinsund Provisionseinkünfte in Höhe von 240 Mio. €. Die Gesellschaft wird bereits 2004 einen positiven Ergebnisbeitrag nach Steuern leisten.

№	Tagesordnungspunkte	1	2	3	4	5	6
(0)	Kooperation:		X				
(21)	Besitzverhältnisse:						
(22)	Geschäftserwartungen:						
(23)	Angebot:						
(24)	Wachstumsaussichten:						
(25)	Stärken und Vorteile der Partner:						

Aufgabe 4: Lesen Sie die folgenden Artikel aus dem aktuellen Kundenbrief der Schenker Deutschland AG. Wählen Sie bei den Nummern 26 bis 35 das Wort (a, b oder c), das in den Satz passt.

GPS / AHK / Schenker – ein starkes Team

Wenn deutsche Einkäufer in China Potenzial entdecken und die ersten Kontakte zu chinesischen (0) aufgenommen haben, stellt sich schnell die Frage nach der (26) Ausrichtung. Die Lösung «eigene Leute vor Ort» wird zwar schnell gefunden, ist jedoch in den meisten Fällen nicht (27) und auch finanziell nur für eine begrenzte Anzahl von deutschen (28) tragbar. Um diese (29) -lücke zu schließen, (30) die Delegiertenbüros der deutschen Wirtschaft in Shanghai und Guangzhou seit drei Jahren mit dem Unternehmen Global Procurement Services (GPS).

Im Rahmen dieser (31) werden komplette Einkaufsprozesse wie Lieferantensuche, Audits, Auftrags- (32) , Qualitätskontrolle oder Reklamations- (33) für eine rasch wachsende Zahl deutscher Unternehmen übernommen. Und für die Logistik ist Schenker Deutschland AG der richtige Partner. Auf der (34)-liste stehen unter anderem (35) Firmen wie ContiTech VC, Miele und Zeiss.

Kontakt:

GPS in Deutschland
Wilfried Krokowski
Fax 0 55 41/3 12 31
E-mail: germany@gps-
logistics.com

GPS in Hong Kong
Herbert G. Schmieder
Fax +8 52 23 75 85 86
schmieder@gps-
logistics.com

AHK / GIC in Shanghai
Bernd Reit
Fax +86 21 50 81 20 09
Reit@ahksha.com.cn

Aufgabe 4:

Beispiel:

- | | | | |
|------|--|--|---|
| (0) | a) Interessenten <input type="checkbox"/> | b) Lieferanten <input checked="" type="checkbox"/> | c) Teilnehmern <input type="checkbox"/> |
| (26) | a) finanziellen <input type="checkbox"/> | b) inhaltlichen <input type="checkbox"/> | c) organisatorischen <input type="checkbox"/> |
| (27) | a) effektiv <input type="checkbox"/> | b) informativ <input type="checkbox"/> | c) qualitativ <input type="checkbox"/> |
| (28) | a) Ämtern <input type="checkbox"/> | b) Firmen <input type="checkbox"/> | c) Verbänden <input type="checkbox"/> |
| (29) | a) Dienstleistungs- <input type="checkbox"/> | b) Geld- <input type="checkbox"/> | c) Waren- <input type="checkbox"/> |
| (30) | a) fusionieren <input type="checkbox"/> | b) koalieren <input type="checkbox"/> | c) kooperieren <input type="checkbox"/> |
| (31) | a) Detailarbeit <input type="checkbox"/> | b) Mitarbeit <input type="checkbox"/> | c) Zusammenarbeit <input type="checkbox"/> |
| (32) | a) -abwicklung <input type="checkbox"/> | b) -behandlung <input type="checkbox"/> | c) -verhandlung <input type="checkbox"/> |

- (33) a) -bedarf b) -gespräche c) -wesen
- (34) a) Organisations- b) Referenz- c) Termin-
- (35) a) beachtliche b) beliebte c) namhafte

TEXT 4

Aufgabe 1: Auf der Suche nach einem neuen Geschäftspartner lesen Sie folgenden Artikel. Ergänzen Sie neben den Nummern 1 bis 10 die Informationen zu dem porträtierten Unternehmen.



DYNASTIEN, AUSSENSEITER, NEWCOMER: STRAUSS INNOVATION

Vor dem Verkauf kommt die Inszenierung Das 100 Jahre alte Familienunternehmen erprobt mit seinen Kaufhausfilialen neue Ideen und trotz der Krise im Einzelhandel

Wieder einmal konnte sich Peter Geringhoff in seinem Gespür bestätigt sehen: In einer Filiale der Kaufhausgruppe Strauss Innovation, deren geschäftsführender Gesellschafter der 62-Jährige ist, traf er den Vorstand eines großen Handelskonzerns. «So schlecht kann unser Konzept nicht sein, wenn selbst Manager der Konkurrenz bei Strauss einkaufen», meint Geringhoff.

Tatsächlich gehören die Mini-Kaufhäuser – vor kurzem hat in Düsseldorf die 81. Filiale eröffnet – derzeit zu den erfolgreichsten Betriebsformen im

deutschen Einzelhandel. Zwischen 10 und 20 Prozent hat der Filialist aus Langenfeld zuletzt pro Jahr zugelegt. Zwar resultierte ein Großteil des zusätzlichen Umsatzes von inzwischen 250 Millionen Euro aus der Vergrößerung des Filialnetzes. Aber Geringhoff betont: «Auch auf vergleichbarer Fläche haben wir mehr verkauft.» In diesem Jahr wird das wohl nicht mehr der Fall sein. Auch Strauss ist in den Strudel der Handelskrise geraten.

Trotzdem ist der Firmenchef überzeugt, dass er in den angestammten Häusern keinen Umsatz verlieren wird. Geld, so meint er, besäßen die Kunden nach wie vor. Ausgeben würden sie es nur, wenn der Handel pfiffige Konzepte habe.

Was ist besonders am Strauss-Kaufhaus? Zunächst die Präsentation: Statt in Sparten arrangiert Geringhoff den Verkauf über Themen. Warenfelder werden zu einem Bild gruppiert: Der vollständig eingedeckte Tisch oder die italienische Ecke mit Grappa, Pesto, Espresso. Vor den Verkauf setzt Strauss die Inszenierung.

Etwa ein Drittel seines Sortiments hält Geringhoff ständig auf Lager; den Rest tauscht er in vergleichsweise kurzem Abstand aus. Die Abwechslung kommt an. Die Kunden kommen in die Läden, um sich inspirieren zu lassen.

Dass das Geschäft bei Strauss brummt, hat aber auch mit dem Preis zu tun. «Zwischen Aldi und Armani», beschreibt Geringhoff die Politik, mit anderen Worten: «Gutes zum halben Preis». Niedrige Preise kann Strauss vor allem deshalb bieten, weil er günstig einkauft. Dabei geht es selten um kleine Mengen, denn die Gruppe ordert nicht nur für sich, sondern auch für seinen «Innovations Club», in dem das Großhandelsgeschäft mit 80 Mitgliedern zusammengefasst ist.

In wenigen Jahren soll das Filialnetz 100 Standorte umfassen. In Nordrhein-Westfalen und Berlin sieht Geringhoff noch vereinzelt Wachstumschancen; um in den Süden vorzudringen, braucht er noch einen Logistikstandort. Mit der Ertragssituation ist Geringhoff «ganz zufrieden», auch wenn die Tendenz leicht fallend sei. Die Hälfte der Geschäftsanteile gehört seiner Familie, der Rest der Kölner Finanzgruppe Alldata.

Firmendaten

(0) Name:

Strauss Innovation

(1) Geschäftstätigkeit:

(1)

(2) Marktstellung:

(2)

(3) Besitzverhältnisse:	(3)
Geschäftsphilosophie (4) Preispolitik:	(4)
(5) Einkauf:	(5)
(6) Lagerhaltung:	(6)
(7) Verkaufskonzept:	(7)
Expansion (8) Anzahl der Filialen heute:	(8)
(9) Ziel:	(9)
(10) Voraussetzung für die Expansion in den Süden:	(10)

Aufgabe 3: Sie sind Leiter der Marketingabteilung der ECR-D-A-CH-Initiative und bereiten das nächste Rundschreiben vor. Lesen Sie, wo in der Vorlage etwas zu den Punkten Nr. 21 bis 25 gesagt worden ist. Es gibt jeweils nur eine richtige Lösung.

**Vorlage für das Rundschreiben an Unternehmen der
Bekleidungsindustrie**

Neues Standard-Kleiderbügel-Rückführ-System, SKRS

1. Die ECR- D-A-CH-Initiative

In Deutschland (D), Österreich (A) und der Schweiz (CH) existiert seit Mitte 2000 die Initiative «ECR D-A-CH». Sie wurde vor dem Hintergrund der neuen Technologien und Prozesse sowie der Globalisierung für den gesamten deutschsprachigen Wirtschaftsraum gegründet. Wir wenden uns an führende

Handelsgruppen und Konzerne sowie an kleine und mittlere Unternehmen der Konsum- und Gebrauchsgüterwirtschaft. Unser Ziel ist es, unternehmensübergreifende Geschäftsprozesse nach einheitlichen Standards und Anwendungsempfehlungen auszurichten.

2. Problem bei dem derzeitigen Kleiderbügelssystem

Die momentane Kleiderbügelvielfalt stört die Abwicklung der logistischen Kette vom BekleidungsHersteller bis zum Handel und verursacht unnötige Kosten bei den Beteiligten.

3. Projekt SKRS

Wir haben ein Sortiment an recyclingfähigen Mehrwegbügeln entwickelt. Außerdem haben wir ein zeit- und kosteneffizientes Konzept zur Rückführung von Kleiderbügeln mit Wiederverwendungs- und Verwertungsmöglichkeiten unter Beachtung der gesetzlichen Regelwerke erarbeitet.

4. Nutzen des SKRS

Erschließung neuer Rationalisierungspotenziale:

- Reduzierung der Kosten durch den Einsatz standardisierter Bügel
- Standardisierte Kleiderbügel sind nicht «Grüner-Punkt»-pflichtig.

5. Partner der Initiative

Das Rationalisierungsprojekt wurde u. a. durch den Bundesverband Bekleidungsindustrie e. V. (BBI) und den Bundesverband des Deutschen Textileinzelhandels e. V. (BTE) initiiert und begleitet. Ansprechpartner sind Frau Steffi Kroll, CCG, und Frau Julia Köller, CCG.

6. Bügelbauformen

Die Entwicklungsarbeit an den Bügelbauformen ist weitgehend abgeschlossen. Offen sind einzelne technische TÜV-Prüfungen.

7. Realisierung

Seit dem Sommer 2002 werden die Bügel mit den neuen Sortimenten eingeführt. Momentan führen wir Gespräche mit weiteren europäischen Ländern, um das SKRS auch dort einzuführen.

№	Tagesordnungspunkte	1	2	3	4	5	6	7
(0)	Ausgangssituation:		X					
(21)	Vorteile des Systems:							
(22)	Kooperation:							
(23)	Vorstellung des Unternehmens:							
(24)	Vermarktung:							
(25)	Umweltfreundliche Lösung:							

Aufgabe 4: Lesen Sie den folgenden Artikel aus dem aktuellen Geschäftsbericht der Siemens AG. Wählen Sie bei den Nummern 26 bis 35 das Wort (a, b oder c), das in den Satz passt.

Einkaufsnetzwerk

Siemens organisiert die Einkaufsprozesse und -strukturen innerhalb des (0) (b) und mit seinen rund 7.500 strategischen Lieferanten als (26) _____ operierendes Netzwerk. Ziel ist es, auf den Beschaffungs- (27) _____ geschlossen aufzutreten und das insgesamt im Unternehmen vorhandene Einkaufs-Know-how (28) _____ zu nutzen. Auf dieser Basis konnten wir im letzten Jahr bereits über 130 Materialfelder und Dienstleistungssegmente in einem (29) _____ von 17,1 Milliarden Euro (30) _____ einkaufen.

Zehn Prozent des Einkaufsvolumens wickeln wir heute bereits (31) _____ ab. Mittelfristig wollen wir 50 Prozent (32) _____. Dazu haben wir konzern- (33) _____ die elektronische Einkaufsplattform click2procure eingerichtet, an die momentan alle wesentlichen (34) _____ angebunden werden. Mehr als 30000 Siemens-Nutzer haben in unseren Katalogen rund eine Million Artikel zur (35) _____. Clickprocure wird in den nächsten Jahren zu einem der weltweit größten virtuellen Einkaufsmarktplätze heranwachsen.

Aufgabe 4:

Beispiel:

- | | | | |
|------|---|---|--|
| (0) | a) Lagers <input style="width: 20px;" type="checkbox"/> | b) Unternehmens <input checked="" type="checkbox"/> | c) Verbands <input type="checkbox"/> |
| (26) | a) weltgewandt <input type="checkbox"/> | b) weltoffen <input type="checkbox"/> | c) weltweit <input type="checkbox"/> |
| (27) | a) -bereichen <input type="checkbox"/> | b) -ebenen <input type="checkbox"/> | c) -märkten <input type="checkbox"/> |
| (28) | a) bestmöglich <input type="checkbox"/> | b) billig <input type="checkbox"/> | c) günstig <input type="checkbox"/> |
| (29) | a) Umfang <input type="checkbox"/> | b) Umsatz <input type="checkbox"/> | c) Umschlag <input type="checkbox"/> |
| (30) | a) gebündelt <input type="checkbox"/> | b) sortiert <input type="checkbox"/> | c) vereinzelt <input type="checkbox"/> |
| (31) | a) elektrisch <input type="checkbox"/> | b) elektrisiert <input type="checkbox"/> | c) elektronisch <input type="checkbox"/> |
| (32) | a) erfassen <input type="checkbox"/> | b) erreichen <input type="checkbox"/> | c) unterschreiten <input type="checkbox"/> |
| (33) | a) -aufgreifend <input type="checkbox"/> | b) -übergreifend <input type="checkbox"/> | c) -vorgreifend <input type="checkbox"/> |
| (34) | a) Endverbraucher <input type="checkbox"/> | b) Lieferanten <input type="checkbox"/> | c) Verkäufer <input type="checkbox"/> |
| (35) | a) Anwendung <input type="checkbox"/> | b) Auswahl <input type="checkbox"/> | c) Bestellung <input type="checkbox"/> |

TEXT 5

Aufgabe 1: Auf der Suche nach einem neuen Geschäftspartner lesen Sie folgenden Artikel. Ergänzen Sie neben den Nummern 1 bis 10 die Informationen zu dem porträtierten Unternehmen.

DYNASTIEN, AUSSENSEITER, NEWCOMER: VIVIL A. MÜLLER GMBH & CO. KG

Erfolg mit zuckerfreien Leckereien

Wie das Familienunternehmen Vivil die 100 Jahre alte Marke jung erhält

Seit mehr als 40 Jahren ist der freundliche ältere Herr nun im Geschäft. Aber noch immer kann er an keinem Kiosk vorbeigehen, ohne sich Bonbons zu kaufen. Denn er liebt immer noch Süßigkeiten. Vor allem jedoch interessiert ihn die Konkurrenz: Axel Müller-Vivil, 63, ist nämlich Bonbonfabrikant in dritter Generation und der Erbe einer landauf, landab bekannten Marke. In diesem Jahr ist das Pfefferminzbonbon Vivil 100 geworden.

Neun von zehn Deutschen kennen die Marke. Doch eine starke Marke allein, das weiß Müller-Vivil, garantiert auf Dauer keineswegs den geschäftlichen Erfolg. «Man muss den Mut zur Veränderung haben», sagt er. Deshalb ist der Süßwarenfabrikant stets auf der Suche nach neuen Ideen, wie er die mehr als 80 unterschiedliche Bonbonsorten umfassende Produktpalette seiner Vivil A. Müller GmbH & Co. KG in Offenburg noch bunter und erfolgreicher machen könnte.

Schon August Müller, seinem Großvater, kam die Idee zu einem erfrischenden Bonbon, das seine anregende Wirkung den ätherischen Ölen der Pfefferminze verdankt und das in jede Tasche passt. Der Westfale, mit einer Französin verheiratet, brachte 1903 in Straßburg sein neues Bonbon auf den Markt. Er nannte es nach dem Mädchennamen seiner Frau. Die grün-weißen Vivil-Stangen kamen gut an, der Firmengründer hatte mit dem Vertrieb über den Großhandel eine glückliche Hand. Als Straßburg nach dem Ersten Weltkrieg französisch wurde, musste August Müller-Vivil sein Unternehmen nach Offenburg verlagern.

Sohn Bruno machte dann mit intensiver Werbung auf Bahnhöfen und bei Sportveranstaltungen Vivil zur allgegenwärtigen Marke. Nach dem Zweiten Weltkrieg führten zunächst die Mutter und dann die Tante die Firma weiter, bis der Enkel sie 1962 mit erst 23 Jahren übernahm. Schon damals war zu den Vivil-Stangen und -Rollen die Marke «antjes» hinzugekommen.

Der Enkel des Gründers entwickelte die weitere Marke Kiviv, das erste Fruchtbonbon mit reinem Traubenzucker. Es folgten 1967 die ersten gekochten Bonbons des Unternehmens, Anfang der Siebzigerjahre das erste Pfefferminzbonbon ohne Zucker, der erste zuckerfreie Kaugummi, Ende des Jahrzehnts Frucht- und Hustenbonbons.

Müller-Vivil machte damit sein Unternehmen zu einem Pionier der zuckerfreien Bonbons. 70 Prozent der Produkte sind heute, dem gewachsenen Gesundheitsbewusstsein der Konsumenten folgend, zuckerfrei. «Wir haben keine Kinderbonbons», erklärt Müller-Vivil, «sondern Bonbons für Erwachsene.»

80 Millionen Bonbons produziert das Familienunternehmen in der Woche, oder anders gerechnet, 50 Tonnen am Tag, und das ausschließlich in Offenburg. Das brachte im vergangenen Geschäftsjahr 2002 einen Umsatz von rund 80 Millionen Euro. Aus dem Export, der über den Nahen Osten und Malaysia bis nach Taiwan reicht, stammten davon 25 Prozent. Auch im ersten Quartal des laufenden Jahres ist das Geschäft weiter gewachsen. Freilich nicht mehr so erfreulich wie im vergangenen Jahr, weil eben die Leute, konjunkturbedingt, weniger oft zum Einkaufen gehen, womit sie auch weniger oft zu Mitnahmeartikeln wie Bonbons greifen. Klagen darüber mag Müller-Vivil indes nicht. «Wir haben eine starke Marke», so der Bonbonfabrikant, und die können selbst die mächtigen Kunden, die Edekas, Metros und Tengelmanns, die Schleckers und sogar die Aldis und Lids mit ihren gnadenlosen Einkaufspraktiken nicht klein handeln.

Damit das so bleibt, will Müller-Vivil «die Marke jung halten». Vivil fun & energy zum Beispiel, ein zuckerfreies Bonbon mit anregendem Guarana und Taurin, soll dazu beitragen. Über den Kultsender MTV und im Cross-Marketing mit dem amerikanischen Sportartikel-Konzern K2 zum Beispiel will Vivil sich mit 2000 Werbespots in diesem Jahr bei den 14- bis 25-Jährigen im Trend halten.

Firmendaten

(0) Name:

Vivil A. Müller GmbH & Co. KG

(1) Sitz:

(1)

(2) Branche:

(2)

(3) Inhaber:

(3)

Geschäftstätigkeit

(4) Produkte:

(4)

(5) Besonderheit der meisten Produkte:	(5)
(6) Zielgruppe:	(6)
(7) Bekanntheitsgrad der Marke:	(7)
Umsatz (8) Umsatz 2002:	(8)
(9) Exportanteil:	(9)
Marktstrategie Maßnahmen, um junge Kunden zu erreichen:	(10)

Aufgabe 2: Als Mitarbeiter einer IT-Firma lesen Sie folgenden Zeitungsartikel. Kreuzen Sie bei den Nummern 11 bis 20 an, welche der folgenden Aussagen der Text enthält («ja») und welche nicht («nein»).

**Für IT-Riesen bleibt Osteuropa schwierig
Marktkenner warnen vor hohen Erwartungen an das Wachstum der
Informationstechnologie in den neuen EU-Ländern**

Osteuropa lockt. Spätestens mit dem 1. Mai sind die zehn EU-Beitrittsstaaten für viele IT-Firmen auf der Agenda nach oben gerutscht. «Die Osterweiterung ist die größte Chance für die Europäische Union seit ihrem Bestehen», meint Léo Apotheker, Vertriebsvorstand der SAP AG, zuversichtlich. SAP werde das Engagement in Osteuropa erheblich ausweiten.

Doch nicht alle teilen die Euphorie. Vor allem die kleinen IT-Spezialisten, die bereits seit Jahren in Osteuropa unterwegs sind, warnen vor übertriebenen Erwartungen. «Die Chancen in Osteuropa werden immer wieder falsch eingeschätzt», sagt Martin Bergler, Finanzvorstand des österreichischen ITDienstleisters S&T. Zwar würden die IT-Ausgaben in Osteuropa zulegen, doch angesichts unterschiedlich weit entwickelter Märkte, eher begrenzter Auftragsvolumina sowie rechtlicher Regularien seien Enttäuschungen programmiert.

Doch die Warnungen können die Zuversicht der großen IT-Konzerne kaum bremsen. So verfolgt Hewlett Packard in Osteuropa ehrgeizige Wachstumsziele.

Der US-Konzern sieht sich in der Region mit einem Marktanteil von etwa 12 Prozent bereits heute in der führenden Position.

Die Hoffnung: Angesichts fehlender oder rudimentärer IT in Osteuropa könnten die Firmen schnell auf modernere Systeme umsteigen. «Es gibt kaum Erbschaften, was die IT betrifft», sagt Apotheker von SAP. Doch die Osteuropa-Spezialisten warnen vor solchen Pauschalurteilen.

«Es gibt unter den Beitrittsländern Märkte, die bereits sehr reif sind», sagt Bergler von S&T. Hinzu komme, dass die durchschnittliche Auftragsgröße wesentlich kleiner sei als in Westeuropa. «Die Märkte sind nicht einfach. Gerade in Osteuropa ist es wichtig, vor Ort zu sein, was wir zum Beispiel mit lokalen Partnern machen», sagt Deutschmann von Update.com. Für die großen Konzerne würde sich dieser Aufwand insbesondere in den kleinen Ländern nicht rechnen.

Ein weiteres Hindernis ist das trotz des EU-Beitritts immer noch sehr unterschiedliche Wirtschafts und Rechtsumfeld. So müssen etwa für jedes Land eigene Softwareversionen erstellt werden, was gerade die großen Anbieter scheuen. Dass der osteuropäische IT-Markt sich ausdehnen wird, daran zweifeln auch die Osteuropa-Experten indessen nicht. «Wir wollen im laufenden Jahr um rund zehn Prozent wachsen. Doch was ist das schon in absoluten Zahlen für eine HP oder IBM?» fragt Bergler.

Feststellungen im Text:

- (01) Der Beitritt der zehn osteuropäischen Staaten ist einer der wichtigsten Punkte für IT-Firmen.
- (02) Die Erweiterung der Europäischen Union nach Osten stellt nur eine kleine Herausforderung dar.
- (11) Kleine IT-Firmen stehen den hochgesteckten Plänen der großen Konkurrenten eher skeptisch gegenüber.
- (12) In den osteuropäischen Ländern sind die IT-Märkte nahezu gleich entwickelt.
- (13) Hinweise auf mögliche Gefahren können die großen IT-Konzerne nicht von Investitionen in Osteuropa abhalten.
- (14) Hewlett Packard benötigt einen Marktanteil von mehr als zwölf Prozent, um die Marktführerschaft in Osteuropa für sich zu beanspruchen.

	ja	nein
(01) Der Beitritt der zehn osteuropäischen Staaten ist einer der wichtigsten Punkte für IT-Firmen.	X	
(02) Die Erweiterung der Europäischen Union nach Osten stellt nur eine kleine Herausforderung dar.		X
(11) Kleine IT-Firmen stehen den hochgesteckten Plänen der großen Konkurrenten eher skeptisch gegenüber.		
(12) In den osteuropäischen Ländern sind die IT-Märkte nahezu gleich entwickelt.		
(13) Hinweise auf mögliche Gefahren können die großen IT-Konzerne nicht von Investitionen in Osteuropa abhalten.		
(14) Hewlett Packard benötigt einen Marktanteil von mehr als zwölf Prozent, um die Marktführerschaft in Osteuropa für sich zu beanspruchen.		

- (15) Es besteht die Erwartung, dass osteuropäische Firmen ihre IT-Ausstattung sehr zügig an den Stand der Technik anpassen.
- (16) Im Vergleich zu einem IT-Auftrag in den neuen EU-Ländern fällt der Durchschnittsauftrag in Westeuropa deutlich größer aus.
- (17) Der osteuropäische Markt lässt sich auch ohne Vertretungen vor Ort erobern.
- (18) Für die IT-Konzerne steht der Aufwand für den Aufbau einer Vertretung gerade in den kleineren osteuropäischen Ländern in keinem Verhältnis zu den erwarteten Erträgen.
- (19) Nach dem EU-Beitritt fallen die Abweichungen bei den wirtschaftlichen und rechtlichen Grundlagen nicht ins Gewicht.
- (20) Es wird davon ausgegangen, dass für jeden der zehn Beitrittsstaaten eine eigene Software-Version erstellt werden muss.

Aufgabe 3: Sie sind Leiter der Presseabteilung des Bauunternehmens Bilfinger Berger und arbeiten eine Pressemitteilung aus. Lesen Sie, wo in der Vorlage etwas zu den Punkten Nr. 21 bis 25 gesagt worden ist. Es gibt jeweils nur eine richtige Lösung.

Vorlage für den Leiter der Presseabteilung

1) Ziel

Die Bilfinger Berger AG strebt eine gezielte Internationalisierung an. Im Mittelpunkt stehen dabei Akquisitionen mit Ausrichtung auf anspruchsvolle Infrastrukturprojekte und der Ausbau der Präsenz in Regionen, in denen das Unternehmen bereits erfolgreich vertreten ist.

2) Übernahme

In Polen erwirbt der Konzern die WPRD S. A., ein auf Straßenbau spezialisiertes Unternehmen.

3) EU-Beitritt

Mit dieser Akquisition stärkt Bilfinger Berger seine Position auf dem polnischen Markt angesichts der zu erwartenden, massiv steigenden Investitionen in die Verkehrsinfrastruktur nach dem EU-Beitritt Polens.

4) Besitzer

Die in der polnischen Landeshauptstadt Warschau ansässige Gesellschaft war bisher im Besitz von Management und Belegschaft.

5) Geschäftsergebnis

WPRD erzielte in den zurückliegenden Geschäftsjahren stets gute Ergebnisse. Die Jahresleistung von rund 50 Millionen Euro in der Vergangenheit wird in Zukunft kräftig ansteigen. Mit Bilfinger Berger als starkem Partner mit internationaler Erfahrung verfügt die WPRD über die besten Voraussetzungen, ihre Position in Polen weiter auszubauen.

6) Hydrobudowa-6

Mit dem Erwerb der WPRD ergänzt Bilfinger Berger die Aktivitäten seiner polnischen Beteiligung Hydrobudowa-6. Die seit 1994 zum Konzern zählende Gesellschaft ist erfolgreich im Ingenieurbau tätig. Die Bauleistung in Polen wird durch die Akquisition bald eine Größenordnung von über 200 Millionen Euro erreichen.

7) Ausbau des Serviceangebots

Neben der Bauaktivität werden die Serviceangebote von Bilfinger Berger auch in Polen immer wichtiger. Rheinhold & Mahla, Spezialist für Industrieservice im Konzern, hat in Warschau auf Basis langfristiger Rahmenverträge die Wartung und Instandhaltung von fünf Kraftwerken übernommen. Auftraggeber ist die zum schwedischen Vattenfall-Konzern zählende EW S. A., der größte Energieversorger der Region.

№	Tagesordnungspunkte	1	2	3	4	5	6	7
(0)	Aktuelle Akquisition:		X					
(21)	Wirtschaftliche Stellung von Bilfinger:							
(22)	Firmensitz der WPRD:							
(23)	Dienstleistungsaktivitäten:							
(24)	Bilfingers bisherige Firmenpräsenz in Polen:							
(25)	Unternehmensstrategie von Bilfinger:							

Aufgabe 4: Lesen Sie die folgende Stellenanzeige der Lidl Stiftung & Co. KG aus der FAZ. Wählen Sie bei den Nummern 26 bis 35 das Wort (a, b oder c), das in den Satz passt.

Ergreifen Sie die Chance auf eine Karriere im Handel

Unsere Aktivitäten auf diversen Märkten in Europa erfordern erheblichen Einsatz im Hinblick auf die Koordination und (0) _____ in unserem Versicherungsbereich.

Um diesen (26) _____ gerecht zu bleiben, suchen wir einen Mitarbeiter (w/m) für den Bereich **Versicherung**

Ihre Aufgabengebiete

- Fachliche (27) ____ unserer Gesellschaften in allen Versicherungsfragen
- Kompetenter Ansprechpartner für Makler und Versicherer
- Unterstützung bei der Gestaltung von Versicherungs- (28) ____

Ihr Profil

Sie können einen überdurchschnittlichen wirtschaftswissenschaftlichen Abschluss an der BA oder FH in der (29) ____ Versicherung vorweisen und (30) ____ vorzugsweise über Praxiserfahrung im Versicherungsbereich. Sie sind in der Lage, selbstständig und (31) ____ zu arbeiten, haben ausgeprägte analytische Fähigkeiten und eine positive Einstellung zum Einzelhandel. Sie zeichnen sich durch eine hohe Einsatzbereitschaft und (32) ____ aus, sind begeisterungsfähig und bereit, in einem jungen Team zu arbeiten.

Ihre Bewerbung

Bewerben Sie sich mit einem Anschreiben, (33) ____, Foto und Kopien Ihrer (34) _____. Bitte geben Sie Ihren frühestmöglichen Einstiegstermin an. Wir behandeln Ihre Bewerbung (35) _____.

Lidl Stiftung & Co. KG
Verwaltung International
Fr. Eckert <416>
Stiftsbergstraße 1
D-74167 Neckarsulm
bewerbung@lidl.de

Aufgabe 4:

Beispiel:

- | | | | | | | |
|------|------------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|------------------------|-------------------------------------|
| (0) | a) Lenkung | <input type="checkbox"/> | b) Regelung | <input type="checkbox"/> | c) Steuerung | <input checked="" type="checkbox"/> |
| (26) | a) Anforderungen | <input type="checkbox"/> | b) Anfragen | <input type="checkbox"/> | c) Projekten | <input type="checkbox"/> |
| (27) | a) Betreuung | <input type="checkbox"/> | b) Pflege | <input type="checkbox"/> | c) Versorgung | <input type="checkbox"/> |
| (28) | a) -aufträgen | <input type="checkbox"/> | b) -meldungen | <input type="checkbox"/> | c) -verträgen | <input type="checkbox"/> |
| (29) | a) Ausgestaltung | <input type="checkbox"/> | b) Fachrichtung | <input type="checkbox"/> | c) Zielsetzung | <input type="checkbox"/> |
| (30) | a) bestimmen | <input type="checkbox"/> | b) disponieren | <input type="checkbox"/> | c) verfügen | <input type="checkbox"/> |
| (31) | a) eigenhändig | <input type="checkbox"/> | b) eigenmächtig | <input type="checkbox"/> | c) eigenverantwortlich | <input type="checkbox"/> |

- | | | | |
|------|--|--|---|
| (32) | a) Beanspruchung <input type="checkbox"/> | b) Beharrlichkeit <input type="checkbox"/> | c) Belastbarkeit <input type="checkbox"/> |
| (33) | a) Lebensbericht <input type="checkbox"/> | b) Lebenslauf <input type="checkbox"/> | c) Lebensweg <input type="checkbox"/> |
| (34) | a) Beurteilungen <input type="checkbox"/> | b) Dokumente <input type="checkbox"/> | c) Zeugnisse <input type="checkbox"/> |
| (35) | a) vertrauensvoll <input type="checkbox"/> | b) vertrauenswürdig <input type="checkbox"/> | c) vertraulich <input type="checkbox"/> |

B. Zeitungsartikel

Stimmen die Aussagen mit dem Text überein?

Wenn ja, markieren Sie auf dem Antwortbogen a) = richtig, wenn nicht, markieren Sie b) = falsch

Text 1

Geschäftsbrief II.Quartal / Auszug

1. Auftragslage
2. Produktion
3. Finanzplanung
4. Forschung und Entwicklung

1. Auftragslage

Trotz der stagnierenden Wirtschaftslage kann der Geschäftsverlauf unseres Unternehmens als befriedigend bezeichnet werden. Zwar blieb der Auftragseingang im Inlandsgeschäft während des II. Quartals unter dem Niveau des Vorjahres, doch steht diesem Rückstand eine Zunahme der Exportaufträge gegenüber. Insgesamt liegt der Auftragsbestand um 4,3% höher als im Berichtszeitraum des vergangenen Jahres.

2. Produktion

Durch den neuen Maschinenpark konnte nicht nur die Produktion um 10% gesteigert, sondern auch die Produktionszeit verkürzt werden. Durch diese Veränderungen wird unser Betrieb auch auf internationaler Ebene wettbewerbsfähiger.

1. Die wirtschaftliche Lage des Unternehmens ist zufriedenstellend.

- a) richtig;
- b) falsch.

2. Der Auftragsbestand im Inlandsgeschäft ist höher als im letzten Jahr.

- a) richtig;
- b) falsch.

3. Durch den neuen Maschinenpark gewinnt der Betrieb an Wettbewerbsfähigkeit.

- a) richtig;
- b) falsch.

Text 2

Ihr Schritt zum selbstständigen Personenberater

Sie sehen Ihre persönliche Zukunft in der selbstständigen Partnerschaft innerhalb einer etablierten Unternehmensberatung?

Wir sind eine bekannte, seit elf Jahren bestehende Personal- und Unternehmensberatung mit einem breiten und marktbeständigen Beratungs- und Leistungsspektrum, Partnern in mehreren Metropolen Deutschlands sowie einer bundesweiten, erstrangigen Klientel.

Wir bieten erfahrenen Managern (möglichst aus dem Personalwesen) ein interessantes und erfolgssicheres Kooperationsmodell auf der Basis Ihrer selbstständigen und aktiven Partnerschaft. Einarbeitung, Vertriebstaining, Informationsgrundlagen, weitreichende Unterstützung und fortlaufendes Coaching sind Ihnen ebenso garantiert wie der ständige Kontakt mit allen Partner-Beratern unseres Hauses.

Auf Ihre erste Kontaktaufnahme antworten wir Ihnen mit detaillierten Informationen.

Zuschriften erbeten unter 189254.

1. Dieses Personalberatungsunternehmen sucht einen Angestellten, der ausschließlich für diese Firma arbeiten wird.

- a) richtig;
- b) falsch.

2. Es wird ein Manager gesucht, der die Partner in den Großstädten Deutschlands zu besuchen hat.

- a) richtig;
- b) falsch.

3. Es werden ihm Einarbeitung, Coaching und ein Vertriebstaining angeboten.

- a) richtig;
- b) falsch.

4. Er wird nur selten Kontakt mit Partner-Beratern haben.

- a) richtig;
- b) falsch.

5. Die Beratung anbietender Firma beruft sich auf eine zwanzigjährige Erfahrung.

- a) richtig;
- b) falsch.

Text 3

Messe informiert über Chancen bei Zeitarbeit

43 Zeitarbeitsfirmen präsentieren sich heute von 9 bis 17 Uhr im Arbeitsamt München, Kapuzinerstraße 30, auf der Info-Messe «Zeitarbeit». Sie bieten Stellen aus dem kaufmännischen, gewerblichen und akademischen Bereich an. Nach Angaben des Arbeitsamtes boomt die Branche, weil viele Unternehmen das «Personalleasing» gezielt als Instrument ihrer Personalpolitik einsetzen. Bis zu zwölf Monaten können so Arbeitsplätze besetzt werden. Während dieser Zeit kann sich der Arbeitgeber ein Bild über den «Leih»-Mitarbeiter machen, und oft schließen sich unbefristete Arbeitsverhältnisse an. Insbesondere Jungakademikern bieten Zeitarbeitsfirmen einen ersten beruflichen Einstieg. Hoch im Kurs stehen Wirtschaftswissenschaftler, Ingenieure und Experten der Informationstechnologie. Angebote soll es aber auch für Juristen, Geisteswissenschaftler, Mediziner und Naturwissenschaftler geben. Natürlich bieten Zeitarbeitsfirmen ebenso Chancen für einen beruflichen Wiedereinstieg oder eine Umorientierung.

Süddeutsche Zeitung

1. Der Erfolg des Zeitarbeit-Sektors ist zurückzuführen auf

- a) eine immer größere Nachfrage im akademischen Bereich;
- b) eine effiziente Personalpolitik der Unternehmen;
- c) den finanziellen Vorteil des Personalleasing für das Arbeitsamt.

2. Die im Rahmen dieses Experiments angebotenen Arbeitsplätze können _____ besetzt werden.

- a) nur 12 Monate;
- b) höchstens zwölf Monate;
- c) zwei Jahre.

3. Diese Form der Leih-Mitarbeiter erlaubt

- a) nur Jungakademikern einen ersten beruflichen Einstieg;
- b) nur befristete Arbeitsverträge;
- c) den Arbeitgebern, die Mitarbeiter-Kandidaten besser zu kennen.

4. Die meisten Stellenangebote erhalten

- a) Wirtschaftswissenschaftler;
- b) Lehrer;
- c) Pfarrer.

Text 4

Globalisierung

Beim Blick auf jene, die von Globalisierung gehört und eine deutliche Vorstellung davon haben, fällt auf, dass sie auch anderweitig über den eigenen Tellerrand hinausschauen: Immerhin 76 Prozent sprechen eine oder mehrere Fremdsprachen, und 64 Prozent haben schon einmal andere Kontinente bereist. Von den Befragten, die über Globalisierung nichts wissen, sprechen dagegen 72% keine Fremdsprache, und 69% haben noch nie den Fuß vor die europäische Haustür gesetzt.

Insgesamt sind Bundesbürger, die sich für Globalisierung interessieren, hinsichtlich ihrer Zukunft und der wirtschaftlichen Entwicklung deutlich optimistischer als andere. So sehen 53% der Globalisierungskenner den nächsten zwölf Monaten mit Hoffnungen entgegen, gegenüber 41% bei den globalisierungsfernen Bundesbürgern. Umgekehrt äußert nur jeder siebte «Experte», aber jeder vierte «Laie» Angst vor der Zukunft.

1. Die Globalisierungskenner

- a) wollen nur europäische Gerichte essen;
- b) sammeln Teller aus allen Kontinenten;
- c) reisen viel und gern durch die Welt.

2. Die Befragten, die über die Globalisierung nichts wissen,

- a) reisten nur innerhalb Europas;
- b) sprechen mehrere Fremdsprachen;
- c) machen oft Fernreisen.

3. Die Bundesbürger, die sich für Globalisierung interessieren,

- a) setzen mehr Vertrauen in die Zukunft;
- b) sind hinsichtlich ihrer Zukunft eher pessimistisch als optimistisch;
- c) blicken ängstlicher in die Zukunft als andere.

4. Dem Artikel nach

- a) sind 41 Prozent der «Globalisierungsexperten» sehr optimistisch;
- b) blicken 53 Prozent der «Laien» durch eine rosa Brille in die nächsten zwölf Monate;
- c) steht ein Viertel der «Laien» der nahen Zukunft sehr misstrauisch gegenüber.

Text 5

Informationen aus vielen Quellen

Der Kauf eines neuen Autos will gut überlegt sein. Wie schneidet das künftige Wunschfahrzeug im Test ab? Wie hoch ist der Benzinverbrauch? Welche Mängel beanstandet der Technische Überwachungs-Verein (TÜV) am häufigsten? Was sagt die Pannenstatistik? Wie hoch sind Steuer und Versicherung? Eine Umfrage der Deutschen Automobil Treuhand (DAT) zeigt, dass sich die Neuwagenkäufer intensiv informieren. An erster Stelle steht das Gespräch mit dem Händler oder dem Verkäufer. Die Probefahrt mit dem Wunschmodell steht ebenso auf dem Programm wie die Lektüre von Fahrberichten. Über ein Drittel (35%) nutzt das Internet, um sich über Vor- und Nachteile schlauzumachen. Dieses Medium ist heute auch für den Kauf viel wichtiger als noch vor fünf Jahren.

1. Einer Umfrage nach

- a) wird fast immer der erstbeste Wagen gekauft;
- b) will man alles über das künftige Auto wissen;
- c) haben die Käufer kein Vertrauen zu dem Händler;
- d) spielt das Gespräch mit dem Verkäufer fast keine Rolle.

2. Immer mehr Leute

- a) verzichten auf die Probefahrt;
- b) würden lieber auf ein anderes Verkehrsmittel umsteigen;
- c) legen großen Wert auf die von Spezialisten getesteten Fahreigenschaften;
- d) machen einen Impulsivkauf.

3. Weiter erfahren wir, dass

- a) fünfzig Prozent der Käufer ihr Auto über das Internet kaufen;
- b) über ein Drittel dem Internet-Kauf noch misstrauen;
- c) der Online-Kauf sich rasch entwickelt;
- d) heute weniger Autos über das Internet verkauft werden als vor fünf Jahren.

Text 6

Deutsche Exporte und Asienkrise

In nahezu allen Ländern Europas wurden die Auswirkungen der Wirtschaftskrise in Asien deutlich gesehen. Die direkte Betroffenheit des europäischen Außenhandels war jedoch insgesamt relativ gering. Für die deutsche Wirtschaft lag der Anteil der Exporte nach Asien bei 10,5 Prozent – mit rückläufiger Tendenz. Der Anteil der deutschen Exporte in die Krisenregionen im engeren Sinne, einschließlich Japans, belief sich auf rund fünf Prozent. Stärker beeinträchtigt waren jedoch einzelne Branchen, etwa die des Bau- und Infrastruktursektors und auch die des Konsumgüterhandels. Unter diesem Gesichtspunkt erwies es sich als Vorteil, dass deutsche Exporteure im asiatischen Konsumgüterbereich nur schwach vertreten waren. Demgegenüber nahmen deutsche Unternehmen eine starke Position in den Bereichen ein, auf die die Krisenländer nicht verzichten konnten, um ihren Export aufrechtzuerhalten, etwa im Maschinen- und Anlagebau.

1. Die Auswirkungen der Asienkrise sind _____ zu spüren gewesen.

- a) in ganz Europa;
- b) nicht nur in Europa;
- c) in fast ganz Europa;
- d) außerhalb des europäischen Raums.

2. Dem Artikel nach

- a) nahm der Anteil der Exporte immer mehr zu;
- b) war der deutsche Außenhandel besonders hart betroffen;
- c) exportierte Deutschland größtenteils in die Krisenregionen;
- d) lag der Anteil der Exporte deutscher Betriebe nach Asien unter 15 Prozent.

3. Dass deutsche Exporteure auf dem asiatischen Konsumgütermarkt wenig vertreten waren,

- a) war eher ein Vorteil;
- b) war eher ein Nachteil;
- c) spielte keine große Rolle;
- d) kam besonders dem Bausektor zugute.

4. Deutsche Unternehmen mussten _____ verzichten.

- a) nur auf den Maschinenbau;
- b) nur auf den Anlagebau;
- c) auf Maschinen- und Anlagebau;
- d) nicht auf eine starke Position im Anlagen- und Maschinenbau.

Text 7

Gäste, die diebischen Elstern¹

42,5 Millionen Euro Verlust beklagt der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (Dehoga). Das Bundeskriminalamt hat pro Jahr 80000 Fälle von Diebstahl in deutschen Hotels, Gaststätten und Pensionen zu bearbeiten. Unschöne Bilanz der Reisenden, die nach der Übernachtung alles mitgehen lassen, was nicht niet- und nagelfest ist. Zahnputzgläser und Woldecken, Bademäntel und Fernbedienungen, Handtücher und kleine Teppiche. Gleichgültig, ob auf den Objekten das Hotellogo aufgedruckt ist oder nicht. Das Klauen scheint zum Sport geworden zu sein, und die diebischen Reisenden werden immer unverschämter: einer ließ sich einen stabilen Pappkarton einer exakt definierten Größe auf die Suite bringen, um so unbeachtet den hauseigenen Fernsehapparat aus dem Hotel zu schmuggeln.

1. Dem Artikel nach

- a) gilt der deutsche Hotel- und Gaststättenverband als kriminell;
- b) hat der Dehoga 80 Millionen Euro Verlust zu beklagen;
- c) gibt es mehr Diebstähle in deutschen Hotels als in Pensionen;
- d) wird in Hotels und Gaststätten gestohlen.

2. Die Reisenden stehlen,

- a) weil die Übernachtung zu teuer ist;
- b) weil sie Niete und Nägel sammeln;
- c) was nicht fest angebracht ist;
- d) alles, was Woldecken und Fernbedienungen gleicht.

3. Hier ein Beweis für die Unverschämtheit der Diebe:

- a) Objekte mit aufgedrucktem Hotellogo wurden in Pappkartons rausgeschmuggelt.
- b) Die Rechnung für die Suite wurde nicht beglichen.
- c) Sogar ein Hotelfernsehgerät verschwand.
- d) Ein Gast hat einen unverzollten Fernsehapparat auf seine Suite bringen lassen.

Text 8

Ein deutscher Pulver wird Weltmarke

Als Wäschewaschen noch knochenhartharte Frauenarbeit war, brachte Henkel ein neuartiges Waschpulver heraus. Bald darauf war Persil weltweit ein Begriff – seither tut Henkel viel, um seine Marktführerschaft zu verteidigen.

¹ **diebische Elstern** sagt man – nach dem schwarzweißen Rabenvogel, der glitzernde Gegenstände in sein Nest trägt, – von Personen, die gern und oft stehlen.

Um den enormen Fettbedarf für die Waschmittelherstellung zu sichern, unterhielt Henkel in den dreißiger Jahren eine eigene Walfangflotte. Der Zweite Weltkrieg brachte die Produktion zum Erliegen, das Regime verordnete Einheitswaschmittel.

Das Wiedererscheinen von Persil nach elf Jahren wurde als Rückkehr in die Normalität gefeiert. Persil-Plakate an den Wänden. Fähnchen an den Straßenbahnen und Spruchbänder verkündeten: «Aus Düsseldorf kommt wieder Persil». Mit großem Werbeaufwand wurde die Marke wieder zum Begriff gemacht.

Der erste Werbespot im Fernsehen flimmerte 1956 über die noch wenigen Mattscheiben. Mit dem Wirtschaftswunder verdiente Henkel mit Persil viel Geld.

Der verschärften Konkurrenz begegnete der «Persilmann» in den 80er Jahren im Fernsehen ganz konservativ: «Persil, da weiß man, was man hat». Der bieder wirkende Slogan war in Wirklichkeit frech, denn Rezeptur und Form (Perlen, Gel) des Waschmittels wurden ständig verändert, um es zu verbessern oder neuen Kunstfasern, Waschmaschinen und auch dem wachsenden Umweltbewusstsein anzupassen: Seit zwanzig Jahren ist Persil phosphatfrei.

Den No-Name-Produkten der Discounter hat Henkel bislang trotzen können und seine Marktführerschaft in Deutschland mit einem Drittel Umsatzanteil zäh verteidigt. 1,3 Milliarden Maschinenladungen Wäsche werden im Jahr in Deutschland mit Persil gewaschen.

Im Henkel-Konzern ist das Flaggschiff Waschmittel heute neben Klebstoffen und Kosmetik eine von drei tragenden Säulen. Mehr als 50000 Mitarbeiter erwirtschafteten im vergangenen Jahr 12,7 Milliarden Euro Umsatz.

Süddeutsche Zeitung

1. Gemäß dem Bericht der Süddeutschen Zeitung

- a) ist Wäschewaschen seit jeher ein großer Spaß gewesen;
- b) wurden Wale wegen Henkels Waschpulver getötet;
- c) wurde das Waschpulver aus den Knochen der Wale gewonnen;
- d) verbot das Regime Einheitswaschmittel.

2. Weiter erfährt man, dass

- a) die Marke ihren Umsatz während des Krieges verdoppeln konnte;
- b) Persil während des Zweiten Weltkrieges nicht produziert werden durfte;
- c) das Regime von damals gegen das Aussterben der Wale war;
- d) die Marke nach dem Krieg verboten worden war.

3. Die Zeitung berichtet auch, dass

- a) Persil seinen Bekanntheitsgrad der Werbung verdanke.
- b) Plakate, Fähnchen und Spruchbänder keine effizienten Werbeträger seien.
- c) das weiße Pulver nie aus Düsseldorf gekommen sei.
- d) das Wirtschaftswunder den Verkauf von Persil nicht beeinflusst hat.

4. Der Journalist weist darauf hin, dass

- a) 1956 die Konkurrenz im Waschpulverbereich konservativ war.
- b) Persil schon immer ohne Phosphat hergestellt wurde.
- c) sich die Menschen seit den Achtzigerjahren ihrer gefährdeten Umwelt bewusster werden.
- d) Persil nie verändert wurde.

5. Für Henkel

- a) sind markenlose Produkte eine starke Konkurrenz;
- b) bedeuten die Discounter keine Bedrohung seiner Marktführerschaft;
- c) ist es wichtig, dass die Form des Waschmittels immer dieselbe bleibt;
- d) hat die Waschpulverproduktion keine Bedeutung mehr.

6. Zum Schluss kann man feststellen, dass

- a) der Henkel-Konzern auf zwei Hauptsäulen ruht;
- b) das Waschpulver allein einen Umsatz von über 12 Milliarden Euro erwirtschaftete;
- c) der Henkel-Konzern auch mit Klebstoffen und Kosmetik erfolgreich ist;
- d) Persil einen Umsatzanteil von 50 Prozent auf dem deutschen Waschmittelmarkt aufweist.

Text 9

Eine neue Betrugsmasche

Wer ein Auto verkaufen möchte, sollte wachsam sein: Betrüger nutzen verstärkt Schecks als Zahlungsmittel, die entweder nicht gedeckt oder gestohlen sind.

Das Bundeskriminalamt (BKA) hat vor einer neuen Masche beim Betrug auf dem Gebrauchtwagenmarkt gewarnt. Opfer sind Autohändler und Privatleute in Deutschland, die Fahrzeuge im Internet oder in Fachzeitschriften zum Verkauf anbieten und mit falschen Schecks betrogen werden.

Da der Scheck meist einer ersten Überprüfung standhalten, werde er dem Verkäufer zunächst von seiner Bank gutgeschrieben. Erst später, nach Aushändigung des Autos, stellte sich laut BKA in bislang mehr als hundert Fällen heraus, dass der Scheck keine Deckung aufwies oder gestohlen war. Die gesamte Schadenssumme beläuft sich demnach auf rund 1.5 Millionen Euro.

nach: Süddeutsche Zeitung

1. Bei dieser neuen Betrugsart nutzen die Betrüger

- a) gestohlene Barmittel;
- b) gefälschte Wechsel;
- c) ungedeckte Schecks;
- d) gefälschtes Bargeld.

2. Opfer dieser Betrüger sind

- a) nur Autohändler;
- b) Privatpersonen und Autohändler;
- c) nur Privatpersonen;
- d) Banken.

3. Der falsche Scheck wird von der Bank angenommen, weil

- a) der Betrug nicht sofort auffällt;
- b) die Bankangestellten von den Betrügern bedroht werden;
- c) die Betrüger mit den Bankangestellten gemeinsame Sache machen;
- d) er überhaupt nicht überprüft wurde.

4. Der Scheck erwies sich erst als ungedeckt, als

- a) das Auto bereits an den Kunden geliefert worden war;
- b) der hundertste Betrugsfall aufgedeckt worden war;
- c) das BKA den Verkäufer von dem Betrug in Kenntnis gesetzt hatte;
- d) der Verkäufer vom BKA kontaktiert worden war.

Text 10

DGB fordert geänderte Berufsausbildung

Ein neues System zur Neuordnung der Ausbildungsberufe hält der Deutsche Gewerkschaftsbund (DGB) für erforderlich. DGB-Vorstandsmitglied Regina Körner räumte in Bonn ein, dass die Reform der Berufe voranschreite, was daran zu sehen sei, dass allein in den vergangenen drei Jahren 101 Berufe neu geordnet worden seien. Das berge aber die Gefahr, dass die Ausbildung immer spezialisierter werde. Dabei könne Berufsausbildung heute nicht mehr nur eine abgegrenzte Spezialisierung bedeuten, sondern müsse über die erforderliche Anpassung an neue technische oder arbeitsorganisatorische Entwicklungen hinaus auch den Wechsel innerhalb von Tätigkeitsfeldern ermöglichen. Es müssen mehr Grundlagen und mehr Wahlmöglichkeiten geschaffen werden. Es sollte weniger auf Spezialisierung, dafür aber auf die Einrichtung von Schnittstellen zwischen verschiedenen Ausbildungen und auf mehr Transparenz in beruflichen Qualifikationen geachtet werden.

Regina Körner hält die Forderung von immer mehr Branchen und Unternehmen nach maßgeschneiderten Ausbildungsordnungen für falsch. In einem 10-Punkt-Programm spricht sich der DGB deshalb dafür aus, Berufsfelder grundsätzlich im Zusammenhang miteinander neu zu ordnen. Dabei sollte man auf ein einheitliches Schema achten, bei dem zwischen Fachqualifikationen unterschieden werden müssen. An den mindestens drei Jahre dauernden Ausbildungszeiten sollte festgehalten werden.

1. Für DGB-Vorstandsmitglied Regina Körner

- a) ist eine Reform der Ausbildungsberufe überflüssig;
- b) wird die Reform der Berufe bald starten;
- c) musste man in den vergangenen Jahren dreimal mehr Berufe neu ordnen;
- d) ist ein neues System zur Ordnung der Ausbildungssysteme dringend notwendig.

2. Künftig soll die Berufsausbildung

- a) sich auf immer mehr Teilbereiche spezialisieren;
- b) Anpassung und Mobilität fördern;
- c) den ständigen Berufswechsel einschränken;
- d) nur die technologische Anpassung zum Ziel haben.

3. Voraussetzung für das neue System ist

- a) die Wahlmöglichkeit bei der Berufsausbildung;
- b) eine gesteigerte Spezialisierung;
- c) weniger Qualifikation, aber mehr Transparenz;
- d) weniger Transparenz, aber mehr Qualifikation.

4. Als DGB-Vorstandsmitglied

- a) befürwortet Regina Körner maßgeschneiderte Ausbildungsordnungen;
- b) vertritt sie eine Abkoppelung der verschiedenen Berufsfelder;
- c) steht sie für das Festhalten an einer dreijährigen Ausbildungszeit;
- d) hält sie die abgegrenzte Spezialisierung für unbedingt notwendig.

Text 11

Lauingens türkische Seite

Mischkonzern Kombassan investiert in Schwaben

Von Andrea Ross

Lauingen – Der türkische Mischkonzern Kombassan, der weltweit 30 Milliarden Umsatz macht und 40000 Mitarbeiter beschäftigt, will jetzt in der schwäbischen Kleinstadt Lauingen (Landkreis Dillingen) investieren. Dies hat der Vorstandschef des Konzerns, Hasim Bayram, bei einem Besuch in Lauingen angekündigt. Der moslemische Firmenchef möchte auf diese Weise das besondere Engagement der Stadt Lauingen und ihres Bürgermeisters Georg Barfuß bei der Integration türkischer Mitbürger honorieren. In der 11000 Einwohner zählenden Stadt Lauingen leben 800 Tütken. Lauingen war die erste Kleinstadt Bayern, die ihren türkischen Mitbürgern den Bau einer türkischen Moschee genehmigt hat.

CSU-Bürgermeister Barfuß, dessen ausländerfreundliche Politik in der eigenen Partei schon manche Irritationen ausgelöst hat, ist von dem türkischen Angebot begeistert: «Das ist wie ein Märchen aus 1000 und einer Nacht». Mit der geplanten Investition wird der Kombassan-Konzern auch seine deutsche Niederlassung in dem Kleinstädtchen an der Donau ansiedeln. Kombassan betreibt nach eigenen Angaben eine Kaufhauskette in den USA, ist der größte Reifenhersteller Vorderasiens und außerdem in der Bau- und Lederbranche tätig. In Lauingen ist offenbar an ein Joint-Venture mit einer Berliner Firma gedacht, die sich auf dem Gebiet der Solar- und Brennstoffzellentechnik engagiert.

Die Berliner bringen das technische Know-how ein und die Türken das Kapital. «Hier wird eine völlig neue Fabrik gebaut. Die Türken sind sehr an einer High-Tech-Produktion interessiert», sagt Bürgermeister Barfuß. Angeblich ist der Mischkonzern aus der Türkei bereit, in Lauingen bis zu 50 Millionen Euro zu investieren.

Süddeutsche Zeitung

1. Der türkische Konzern-Vorstandschef beabsichtigt

- a) die Anzahl seiner Mitarbeiter weltweit zu erhöhen;
- b) in Schwaben zu investieren;
- c) die schwäbische Kleinstadt Lauingen um jeden Preis zu vermeiden;
- d) seinen Besuch in Schwaben wegen Ausländerfeindlichkeit aufzuschieben.

2. Mit diesem Entschluss will er

- a) den Bürgermeister der Stadt scharf kritisieren;
- b) die Baugenehmigung für eine zweite Moschee erhalten;
- c) dem Schwaben Barfuß für seine Ausländerfreundlichkeit danken;
- d) gegen die Ausländerfeindlichkeit in Lauingen protestieren.

3. Die Parteifreunde des CSU-Bürgermeisters

- a) sind von der Ankündigung des moslemischen Unternehmers ganz begeistert;
- b) teilen die Begeisterung ihres Lauinger Parteifreunds;
- c) sprechen von einem «Märchen aus 1000 und einer Nacht» an der Donau;
- d) sind eher zurückhaltend gegenüber der Ausländerpolitik ihres Kollegen.

4. Der Mischkonzern Kombassan

- a) betreibt Kaufhausketten in Vorderasien;
- b) stellt Reifen und Lederwaren in den USA her;
- c) lehnt Joint-Venture ab;
- d) denkt an ein Joint-Venture mit einer Berliner Firma.

Text 12

Fachkräftemangel lähmt Firmen

Über die Hälfte der Betriebe im verarbeitenden Gewerbe hat Probleme, offene Stellen zu besetzen. Wirtschaftsvertreter wie Gewerkschaften fordern nun, die Zuwanderung zu erleichtern.

Der Mangel an Facharbeitern droht nach Einschätzung von Wirtschaftsverbänden, Betrieben und Gewerkschaften den Aufschwung zu bremsen. Laut dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) hat im verarbeitenden Gewerbe bereits mehr als die Hälfte der Firmen Probleme, Stellen zu besetzen.

Der Fachkräftemangel verhinderte zunehmend das Entstehen neuer Jobs in Deutschland, sagte DIHK-Präsident Ludwig Georg Braun der Süddeutschen Zeitung. Der jüngsten Schätzung des Verbandes zufolge haben im verarbeitenden Gewerbe bereits mehr als die Hälfte der Firmen Probleme, offene Stellen zu besetzen. Die gewerbliche Wirtschaft zählt hierzulande 300000 Betriebe mit etwa sieben Millionen regulär Beschäftigten.

Auch Daten der Bundesagentur für Arbeit weisen darauf hin, dass sich der Mangel an Fachkräften verschärft. «Nach unseren Informationen wollen jetzt deutlich mehr Unternehmen als noch zu Jahresanfang neue Arbeitsplätze schaffen», sagte Braun. «Allerdings macht der Mangel an qualifiziertem Personal immer mehr Betrieben einen Strich durch die Rechnung».

Süddeutsche Zeitung

1. Der Süddeutschen Zeitung nach

- a) wird der Fachkräftemangel keinen Einfluss auf den Aufschwung haben;
- b) gibt es keine offenen Stellen;
- c) leiden über fünfzig Prozent der Firmen im verarbeitenden Gewerbe unter Personalmangel;
- d) wird der Fachkräftemangel von den Wirtschaftsorganisationen unterschätzt.

2. Der DIHK behauptet,

- a) in allen Wirtschaftssektoren ist der Bedarf an Fachkräften groß;
- b) im verarbeitenden Gewerbe ist das Problem des Fachkräftemangels besonders akut;
- c) im verarbeitenden Gewerbe sind fast alle Stellen zu besetzen;
- d) dass der Fachkräftemangel das Entstehen neuer Jobs fördere.

3. Eine weitere Konsequenz des Fachkräftemangels ist:

- a) 300000 Unternehmen finden keine neuen Mitarbeiter;
- b) Die gewerbliche Wirtschaft kann noch einige Millionen Menschen beschäftigen;

- c) In der gewerblichen Wirtschaft gibt es keine offenen Stellen mehr zu besetzen;
- d) Der Aufschwung wird gebremst.

4. Gemäß der Bundesagentur für Arbeit

- a) soll sich der Fachkräftemangel noch verstärken;
- b) verzichten immer mehr Betriebe darauf, neue Arbeitsplätze zu schaffen;
- c) stellt der Fachkräftemangel für die Betriebe kein wesentliches Problem dar;
- d) verschärft sich der Mangel an Arbeitsplätzen.

Text 13

Messewirtschaft im Überblick

Die Konkurrenz unter den Messegesellschaften ist im Inland groß. Das werden auch die wenigen neu einzustellenden Messemanager zu spüren bekommen. Flexibel, belastbar und teamfähig sollen sie sein – sich in flachen Hierarchien zurechtfinden und als Projektmanager durchsetzen. Wer sein Geld im Messewesen verdienen will, muss die Dienstleistungen absolut in den Vordergrund stellen – teilen die Personalabteilungen mit. Allerdings warnen Insider davor, sich auf Messen und Messeveranstalter als zukünftige Arbeitgeber zu versteifen. Der Bedarf sei – wenn überhaupt – äußerst gering, heißt es in allen Messen. Oftmals seien Neueinstellungen an einer Hand abzuzählen. Und selbst das wecke viel zu viel Interesse. Ein Personalchef bat inständig: «Schreiben Sie bloß nichts, sonst habe ich hinterher wieder jede Menge Bewerbungen auf dem Tisch und weiß nicht, wohin damit!» Als Messe-Trainees kommen in erster Linie Betriebswirtschaftler in Frage. Aber auch Geisteswissenschaftler bekommen eine Chance.

1. In diesem Artikel geht es um die

- a) Entwicklung neuer Projekte;
- b) Finanzierung des Messewesens;
- c) Neueinstellung von Managern;
- d) Veranstaltung von Messen im Ausland.

2. Die Bewerber sollen

- a) keine Soziallasten zu tragen haben;
- b) vor ihren Chefs Respekt haben;
- c) zum Abbau hierarchischer Strukturen beitragen;
- d) Durchsetzungsvermögen an den Tag legen.

3. Wer sein Geld im Messewesen verdienen will,

- a) darf sich nicht als Dienstleister verstehen;
- b) soll sich als künftiger Arbeitgeber präsentieren;

- c) soll vor Insiderdelikten gewarnt werden;
- d) muss mit einer starken Konkurrenz rechnen.

4. Ein Personalchef bat den Journalisten,

- a) für den Messemanager-Beruf Werbung zu machen;
- b) über die rosige Zukunft des Messewesens zu berichten;
- c) die Bewerbungen von Interessenten ja nicht zu fördern;
- d) Betriebswirtschaftler abzulehnen.

Text 14

Jugendarbeitslosigkeit: sozialer Sprengstoff

Der Nutzen des dualen Ausbildungssystems wird von kaum jemandem bestritten. Geklagt wird allerdings über zu hohe Vergütungen und theorielastige Ausbildungsgänge, über zu lange Berufsschulzeiten und eine schlechte Allgemeinbildung der Jugendlichen. Auch seien viele Bewerber nicht mobil und flexibel genug, häufig auf wenige Wunschberufe fixiert, und sie ließen Sozialkompetenzen wie Fleiß und Pünktlichkeit vermissen.

Einige Teile dieser Kritik sind nicht ganz von der Hand zu weisen. Während die meisten Jungen, eine Lehrstelle als Kraftfahrzeugmechatroniker, Industriemechaniker, Einzelhandelskaufmann oder Koch zu ergattern, wetteifern die Mädchen um eine Ausbildung als Büro- oder Einzelhandelskauffrau, Arzthelferin oder Friseurin. Aufgrund des großen Andrangs gehen jedes Jahr aber viele Bewerber leer aus. Dagegen werden etwa Stukkateure, Versicherungskaufleute oder Fleischer händeringend gesucht.

Die meisten Fachleute sind sich einig: Deutschland kann es sich nicht leisten, die Jugendarbeitslosigkeit nicht in den Griff zu bekommen. «Wir sind darauf angewiesen, unsere Jugendlichen gut zu qualifizieren», sagt DIW-Mitarbeiter Brenke. Schlecht qualifizierte Jugendliche fühlen sich benachteiligt und zurückgesetzt. «Das ist sozialer Sprengstoff.»

nach: Frankfurter Allgemeine Zeitung

1. Dem Journalisten nach wird das duale Ausbildungssystem _____ kritisiert.

- a) von niemandem;
- b) von kaum jemandem;
- c) von vielen;
- d) von allen.

2. Was aber oft kritisiert wird, ist

- a) die zu kurze Berufsschulzeit;
- b) die ungenügende Ausbildungsvergütung;
- c) der Mangel an Mobilität;
- d) der Mangel an theoretischen Kenntnissen.

3. Der Journalist meint auch:

- a) In puncto Fleiß sei den Jugendlichen nichts vorzuwerfen.
- b) Die Jugendlichen seien sehr flexibel.
- c) Die Berufsaussichten der Jugendlichen seien total verbaut.
- d) Einige Berufe würden von den Jugendlichen ganz und gar abgelehnt.

4. Den Fachleuten nach muss Deutschland seine Jugendlichen gut qualifizieren, denn

- a) Jugendliche ohne Arbeit würden Bomben basteln.
- b) die Jugendarbeitslosigkeit ist wie eine Zeitbombe.
- c) arbeitslose Jugendliche sind leichter in den Griff zu bekommen.
- d) die Erwachsenen würden sich dadurch zurückgesetzt fühlen.

Text 15

Standort Deutschland besser als sein Ruf

Die einen behaupten, ein Land mit einem Handelsbilanzüberschuss von über 50 Milliarden Euro könne kaum wettbewerbsfähiger werden, und verweigern mit diesem Argument notwendige Reformen. Andere malen den Standort schwarz. Beides ist falsch, Miesmacherei genauso wie Schönfärberei. Eine Analyse von Hans-Peter Stihl, Präsident des Deutschen Industrie- und Handelstages.

Tatsache ist, dass:

- der Standort Deutschland Stärken, aber auch Schwächen hat;
- ausländische Unternehmen viel zu oft einen weiten Bogen um uns machen, wenn sie Investitionen planen;
- wir mehr ausländische Investitionen benötigen, um Arbeitsplätze zu schaffen;
- der Standort Deutschland besser als sein Ruf ist und dass wir mehr tun müssen, um sein Ansehen im Ausland wieder zu verbessern. Investoren scheuen Deutschland nicht nur wegen objektiv schlechter Bedingungen wie Steuerlast und Regulierungen.

Ist der Ruf eines Landes erst einmal verdorben, dann kostet es gewaltige Anstrengungen, ihn wieder ins Lot zu bringen. Sie kennen vielleicht den Spruch: «Wer den Ruf eines Frähaufstehers hat, kann getrost den ganzen Morgen im Bett bleiben». Umgekehrt kann man aber auch sagen: «Wer den Ruf eines Langschläfers hat, der muss zwei Dinge tun. Erstens: Er muss früher aufstehen. Und zweitens: Er muss dafür sorgen, dass bekannt wird, dass er früher aufsteht». Auf den Standort Deutschland gemünzt heißt das: Wir müssen an den nach wie vor bestehenden Standortproblemen weiter arbeiten – und das Wichtigste bleibt die Steuerreform. Wir müssen aber auch ein differenzierteres, realitätsgerechtes Bild von Deutschland malen. Deutschlands schlechtes Standortimage läuft ansonsten Gefahr, sich zu verselbstständigen – und zwar unabhängig vom objektiven Befund. Neben der Arbeit an den objektiven Faktoren müssen wir auch die über unser Land herrschenden Vorurteile und Klischees ausräumen.

1. Was meint der Präsident des Deutschen Industrie- und Handelstages?

- a) Deutschland braucht ausländische Investoren.
- b) Die wirtschaftlichen Strukturen müssen reformiert werden.
- c) Der Standort Deutschland bietet für Investoren nur Vorteile.
- d) Deutschland kann nichts tun, um seinen Ruf zu verbessern.

2. Er stellt fest, dass

- a) Deutschland wie ein Magnet auf ausländische Unternehmen wirkt.
- b) die Schaffung neuer Arbeitsplätze ohne ausländische Investitionen unmöglich ist.
- c) das Prestige Deutschlands im Ausland nicht gefördert zu werden braucht.
- d) die Steuerlast allein die Investoren abschreckt.

3. Mit dem Beispiel des «Langschläfers» wird gemeint, dass

- a) es zu viele Langschläfer in Deutschland gibt.
- b) Deutschland seine Chance als günstiger Standort verpasst hat.
- c) der Standort Deutschland immer noch sein Image verbessert muss.
- d) die Steuerreform aufgeschoben werden kann.

4. Was wird behauptet?

- a) Der Standort Deutschland leidet nach wie vor unter Vorurteilen.
- b) Klischees über Deutschland sind längst verschwunden.
- c) Die Debatte über das Standort-Image ist riskant.
- d) Ein differenziertes Bild Deutschlands wirkt sich negativ aus.

5. Als Standort hat Deutschland

- a) nur Stärken.
- b) nur Schwächen.
- c) mehr Stärken als Schwächen.
- d) sowohl Stärken als auch Schwächen.

Text 16

Kundschaft bleibt Transfair-Produkten treu

Die Umsätze von Waren, die mit dem Siegel für fairen Handel ausgezeichnet sind, blieben im vergangenen Jahr mit 51 Millionen Euro stabil. Das teilt die Kölner Initiative Transfair in ihrem Jahresbericht mit. Sprecherin Bettina von Reden wertet dies vor dem Hintergrund der allgemeinen Konsumflaute als «einen Erfolg».

Die Zahl der Käufer, die Produkte des fairen Handels nachfragten, liege bei drei Millionen und sei stabil. Die lassen sich offensichtlich von den heftigen Preiskämpfen im Einzelhandel, bei dem Supermärkte und Discounter mit Rabattschlachten um die Kundschaft buhlen, nicht beeindrucken, sondern greifen regelmäßig zu Produkten mit dem Siegel, auch wenn sie etwas teurer sind als andere Angebote.

Es sind vor allem zahlungskräftige Kunden, die sich von der Idee des Fairen Handels beeindrucken lassen. Einer Untersuchung der «Fair-Trade-Branche» zufolge nimmt mit steigendem Einkommen und höherer Schulbildung die Bereitschaft zu, etwas mehr für den guten Zweck auszugeben. Die von 38 Entwicklungs- und Verbraucherorganisationen getragene Initiative Transfair handelt nicht selbst, sondern vergibt das Siegel für Produkte, die den Kriterien des fairen Handels entsprechen. Das heißt vor allem: Die Produzenten – in erster Linie Bauern – in den Staaten des Südens erhalten mehr Geld für ihre Produkte, als sie auf dem Weltmarkt bekommen könnten. Außerdem werden ihnen lange Lieferbeziehungen ohne Zwischenhandel garantiert.

Durch die langfristig kalkulierbaren Mehreinnahmen sollen sie in die Lage versetzt werden, in ihre Farmen zu investieren und soziale Einrichtungen wie Schulen und Krankenstationen in ihren Dorfgemeinschaften aufzubauen.

Deutlich steigern konnte die Kölner Initiative die verkaufte Menge von zertifizierten Bananen (plus 12 Prozent) und Orangensäften (plus 8 Prozent). Dagegen ging der Ansatz von Kaffee, dem wichtigsten Transfair-Produkt, um 3 Prozent zurück.

nach: Frankfurter Rundschau

1. Gemäß dem Bericht der Kölner Initiative Transfair sind die Umsätze des fairen Handels.

- a) wenig gestiegen;
- b) gleich geblieben;
- c) gesunken;
- d) stark angestiegen.

2. Die Ergebnisse sind umso erstaunlicher, als

- a) der faire Handel die wirtschaftliche Tätigkeit auf Hochtouren gebracht hatte;
- b) die Konsumenten generell ziemlich zurückhaltend waren;
- c) viele Verbraucher von fairem Handel nie gehört hatten;
- d) die Verbraucher mit dem fairen Handel nicht vertraut sind.

3. Dem Artikel nach

- a) will niemand von den Rabattschlachten der Discounter profitieren;
- b) misstrauen noch viele potenzielle Kunden den Transfair-Produkten;
- c) finden immer mehr Käufer die Transfair-Produkte zu teuer;
- d) ist die Zahl der Transfair-Kunden stabil.

4. Was die Kundschaft der Transfair-Produkte charakterisiert:

- a) Vielen Kunden fehlen die notwendigen Geldmittel.
- b) Je höher die Schulbildung, umso bereiter ist man, Transfair-Produkte zu kaufen.
- c) Je mehr Geld man hat, umso mehr vergisst man den «guten Zweck».
- d) Steigendes Einkommen verpflichtet zum Kauf von Transfair-Produkten.

5. Welches Kriterium entspricht dem des fairen Handels?

- a) Transfair-Bauern haben unter den Zwischenhändlern zu leiden.
- b) Transfair-Bauern verkaufen ihre Produkte direkt auf dem Weltmarkt.
- c) Transfair-Bauern sind hauptsächlich in den Staaten des Nordens zu finden.
- d) Transfair-Bauern werden von der Ausbeutung der Zwischenhändler verschont.

6. Die erzielten Mehreinnahmen erlauben den Bauern,

- a) soziale Investitionsprogramme langfristig zu planen;
- b) neue Farmen zu bauen, die sie dann später mit Gewinn verkaufen;
- c) auf Sozialeinrichtungen zu verzichten;
- d) in Krankenstationen für reiche Ausländer zu investieren.

7. Dank der Kölner Initiative

- a) konnte mehr Kaffee als vorher verkauft werden;
- b) stieg der Absatz von zertifizierten Bananen um 8 Prozent;
- c) konnte eine größere Menge von Orangensaft verkauft werden;
- d) wurden mehr Bananen als Kaffee verkauft.

Text 17

Online-Anbieter am Pranger

Verbraucherverbände kritisieren mangelnden Daten- und Verbraucherschutz.

Bonn/Düsseldorf – Die meisten Online-Anbieter in Deutschland vernachlässigen Datenschutz und Verbraucherrechte. Diesen Vorwurf erhoben der Bundesdatenschutzbeauftragte Joachim Jacob und die Arbeitsgemeinschaft der Verbraucherverbände (AgV) am Dienstag gemeinsam in Bonn.

So seien auf Internet-Seiten häufig gar keine oder nur unvollständige Anbieteradressen angegeben, was es erschwere, beispielsweise Garantierechte in Anspruch zu nehmen. Auch würden vielfach Kundendaten unautorisiert gespeichert, sicherheitsrelevante Daten nicht verschlüsselt, Preise nur unvollständig angegeben und Geschäftsbedingungen vorenthalten.

Die Verbraucherverbände ließen mehrere tausend Internet-Seiten auswerten und auf dieser Basis zwei Gutachten zum Umgang der Online-Anbieter mit Kundenrechten und Datenschutz erstellen. Dabei wurden laut AgV «gravierende Defizite» bei der Anbieterkennzeichnung und der Wahrung der Persönlichkeitsrechte des Kunden zutage gefördert. Wer im Internet etwas bestellen wolle, werde oftmals im Voraus zur Kasse gebeten, ohne dass immer klar erkennbar sei, wer hinter diesem Angebot stehe. Im Garantiefall oder bei Rückgabewunsch stehe der Kunde dann im Regen. «Die wenigsten Anbieter gestalten die Kennzeichnung gesetzeskonform», kritisierte AgV-Geschäftsführerin Anne-Lore Köhne.

Außerdem werden nach Erkenntnissen von Daten- und Verbraucherschützern oft viel mehr Kundendaten abgefragt, als für den eigentlichen Geschäftsvorgang benötigt würden. Die Mehrzahl der Anbieter setze zudem Techniken wie die sogenannten Cookies ein; mit deren Hilfe würden zusätzliche Informationen über Gewohnheiten und Vorlieben der Nutzer erhoben, ohne dass diese etwas davon mitbekommen. Es sei sogar möglich, dass Nutzerdaten von Dritten abgefragt werden, ohne dass der Verbraucher überhaupt merkt, dass ein Online-Kontakt zu diesen Firmen besteht. Deshalb riet die AgV den Verbrauchern, Internet-Seiten mit dubios gestalteten Angeboten, unverschlüsselter Abfrage der Kreditkartennummer und mangelhafter Adresenangabe zu meiden.

1. Datenschutzbeauftragter Joachim Jacob wirft den Online-Abbietern Folgendes vor:

- a) Kundenadressen werden über Internet jedem mitgeteilt.
- b) Verbraucherrechte werden von allen Anbietern vernachlässigt.
- c) Die Adressen der Online-Anbieter sind fast nie komplett.
- d) Es gibt keine Garantie für den elektronischen Handel.

2. Was wird ihnen noch vorgeworfen?

- a) Die Kundendaten sind nie verschlüsselt.
- b) Die Preise sind zu hoch.
- c) Fast keine Daten werden gespeichert.
- d) Die Geschäftsbedingungen sind oft nicht klar angegeben.

3. Was stellen die Verbraucherverbände fest?

- a) Es herrscht Unklarheit, was die Anbieter betrifft.
- b) Man achtet auf die Rechte der Verbraucher.
- c) Jeder Kunde hat mindestens eine gute Online-Erfahrung gemacht.
- d) Es wurden keine gravierenden Defizite gefunden.

4. Was stellten die Gutachter noch fest?

- a) Das Angebot im Internet ist nie genau definiert.
- b) Kunden mit Garantieproblemen wird nicht geholfen.
- c) Die meisten Anbieter halten das Kennzeichnungsgesetz ein.
- d) Die Kunden werden über die Angebote genau informiert.

5. Dem Artikel nach

- a) werden die Nutzerdaten vor Dritten nicht geschützt;
- b) haben die Firmen keinen Zugang zu den Nutzerdaten;
- c) werden nie Informationen über die Nutzer gesammelt;
- d) bekommt man bei Firmenkontakten frisch gebackene Cookies.

6. Deshalb rät die AgV,

- a) dubiosen Verbrauchern aus dem Weg zu gehen;
- b) den Online-Anbietern keine komplette Adresse anzugeben;
- c) Web-Seiten selbst zu gestalten;
- d) nur über Internet-Seiten mit verschlüsselter Abfrage von Kreditkartennummern zu bestellen.

Text 18

Warum Handys in Banken «sehr unerwünscht» sind

Dauertelefonierer müssen sich in Zürich andere Orte aussuchen als die Schalterhallen der Banken. Dort sind Telefongespräche mit Handys nämlich entweder verboten oder unerwünscht. Damit wollen die Banken verhindern, dass Räuber an ihre Komplizen Informationen über Transaktionen der Bankkunden weitergeben.

In den Schalterhallen der Züricher Kantonalbank (ZKB) sind deshalb beim Eingang Verbots-Kleber für Handys angebracht. ZKB-Sprecherin Rahel Hartmann bestätigt, dass der Sicherheitsdienst der Bank Kenntnis davon bekommen habe, wie sich Räuber in den Schalterhallen aufhielten und die Abwicklung von Bankgeschäften beobachteten. Wenn ein Kunde eine größere Geldmenge bezog, habe der Räuber einen vor der Bank wartenden Komplizen über das Handy informiert. Darauf sei dieser dem Kunden gefolgt und habe ihn überfallen. Die ZKB sieht das Handy-Verbot als präventative Maßnahme zum Schutz der Kunden. Wenn sich jemand nicht an das Verbot hält, wird er oder sie darauf aufmerksam gemacht. Probleme habe es deswegen keine gegeben, sagt die ZKB-Sprecherin: «Die Kunden akzeptieren das Verbot».

Auch bei den Großbanken UBS und Credit Suisse darf nicht mit Handys in den Schalterräumen telefoniert werden. Ein grundsätzliches Verbot gibt es aber nicht und auch keine Verbots-Kleber. Bei der UBS werden die Kunden von Hostessen und portiers höflich aufgefordert, das Telefongespräch außerhalb der Bank zu beenden. UBS-Sprecher Rudolf Bürgin weist jedoch darauf hin, dass sich das Problem vor allem in den großen Filialen, etwa an der Bahnhofstraße, stelle. Dort gehen viele Leute ein und aus, und die Angestellten kennen die Kunden nicht persönlich.

Für die Credit Suisse (CS) ist die Prävention von Raubüberfällen nicht der einzige Grund, warum Handys «sehr unerwünscht» sind, erklärt CS-Sprecher Georg Söntgerath. Es stört auch viele Kunden, wenn jemand in ihrer Nähe laut telefoniert.

1. In den Banken von Zürich sind Telefongespräche mit Handys verboten, weil

- a) sie die Schalterangestellten bei der Arbeit stören;
- b) Komplizen über Bankgeschäfte informiert werden können;
- c) weniger Bankgeschäfte getätigt werden;
- d) die Schweizer technologiefeindlich eingestellt sind.

2. Die ZKB-Sprecherin bestätigt, dass

- a) die Bankkunden gegen Verbots-Kleber in den Schalterhallen sind;
- b) Bankspione keine leere Drohung sind;
- c) der Sicherheitsdienst der Bank überfordert ist;
- d) die Kunden keine großen Geldbeträge mehr abheben wollen.

3. Weiter erfährt man:

- a) Kunden, die das Verbot nicht beachten, erhalten sofort eine Geldstrafe.
- b) Als präventive Maßnahme ist das Handyverbot ungeeignet.
- c) Wegen Probleme mit den Kunden wurde das Handyverbot aufgehoben.
- d) Die Kunden zeigen großes Verständnis für das Verbot.

4. Für die Credit Suisse sind Handys auch unerwünscht, weil viele Kunden

- a) durch die Gespräche gestört werden;
- b) in der Nähe der Hostessen nicht telefonieren möchten;
- c) glauben, in einer Bahnhofshalle zu sein;
- d) meinen, dass Handys zu Raubüberfällen führen.

Text 19

Servicejobs der Zukunft

Die Bundesrepublik hat noch Nachholbedarf bei den Servicejobs – nicht nur gemessen an amerikanischen Verhältnissen, sondern auch im Vergleich zu wichtigen europäischen Ländern. Ein Blick auf den Dienstleistungschampion Dänemark zeigt, wo die Deutschen ansetzen könnten, um gegen die Arbeitslosigkeit vorzugehen.

Dänemark ist ein wahres Dienstleistungsparadies. Je 1000 Einwohner stehen dort 356 Servicejobs zur Verfügung – etwa genauso viele wie in den USA und deutlich mehr als im Vereinigten Königreich und den Niederlanden, die immerhin gut 320 Dienstleistungsstellen je 1000 Einwohner anzubieten haben.

Deutschland dagegen liegt mit 273 Dienstleistungen pro 1000 Einwohner zwar über dem europäischen Durchschnitt, aber im Vergleich zu Dänemark fehlen hierzulande pro 1000 Einwohner mehr als 80 Jobs in den Servicebranchen. Hochgerechnet auf die Bevölkerung von rund 82 Millionen ergibt das eine Dienstleistungslücke von rund 6,5 Millionen Stellen.

Vor allem wenig qualifizierte Arbeitskräfte haben es hierzulande schwerer als in Dänemark. Pro 1000 Einwohner finden in Deutschland nur 39 Hilfskräfte einen Job, in Dänemark sind es immerhin 63. Im direkten Vergleich fehlen in Deutschland allein 1,3 Millionen Dienstleistungsjobs für wenig qualifizierte Arbeitskräfte. Das ist Grund genug, Arbeitsverträge und Löhne gerade bei Hilfskräften flexibel zu gestalten.

Eine üble Gewohnheit sollte die Bundesrepublik allerdings nicht von Dänemark übernehmen: Die Expansion des Dienstleistungssektors geht bei unserem Nachbar im Norden zu weiten Teilen zu Lasten der Steuerzahler. Denn in Dänemark werden 45 Prozent der Servicejobs von staatlichen Stellen angeboten, 20% mehr als in Deutschland und doppelt so viel wie in Amerika, wo Dienstleistungen überwiegend Privatsache sind.

1. Dem Artikel nach

- a) gibt es in Deutschland kein Dienstleistungsproblem;
- b) verfügt Amerika über mehr Servicejobs als Deutschland;
- c) hat Dänemark den größten Nachholbedarf bei Dienstleistungsberufen;
- d) ist Dänemark kein Modell, um die Arbeitslosigkeit zu bekämpfen.

2. Was die Anzahl der Servicejobs angeht,

- a) wird Dänemark als ein wahres Paradies betrachtet;
- b) sind die Bedingungen in Amerika noch besser;
- c) ist das Vereinigte Königreich der Dienstleistungschampion;
- d) beläuft sich das deutsche Defizit an Arbeitsplätzen auf 6,5%.

3. Der Journalist betont, dass

- a) es Hilfskräfte in Dänemark schwer haben;
- b) deutsche Hilfskräfte dreimal weniger Jobs als dänische finden;
- c) die Arbeitsverträge für deutsche Hilfskräfte wenig flexibel sind;
- d) Deutschland im Vergleich zu Dänemark bei Dienstleistungsberufen besser abschneidet.

4. Das dänische System wird kritisiert, weil

- a) Dienstleistungen immer Privatsache bleiben müssen;
- b) Dienstleistungsjobs überwiegend vom Staat subventioniert werden;
- c) der Staat keine Servicejobs mehr schafft;
- d) die Dienstleistungsbranche 20% des Steuervolumens für sich verlangt.

Text 20

Korruption: Die Ehrlichen sind die Dummen

Egal ob Herzklappen-Skandal, Zebrastreifen-Kartell oder Klügelwirtschaft – auch in Deutschland gibt es in Staat und Wirtschaft längst nicht nur Saubermänner. Über das Ausmaß der Schäden, die durch Schmiergelder und Vetternwirtschaft entstehen, lässt sich nur spekulieren. Doch unbestritten ist eines: Korruption ist weder mit Marktwirtschaft noch mit Demokratie vereinbar. Aber vielleicht wird ja alles besser, ehrlicher und transparenter: Zehn Industriestaaten haben sich nun verpflichtet, Unternehmen auf die Finger zu schauen, die Geld unter dem Tisch bezahlen. Mit Androhung von Freiheitsstrafen und Geldbußen in Millionenhöhe.

Korruption ist ein weltweites Phänomen – so die Organisation Transparency International, die jedes Jahr Unternehmen, Manager, Beamte und Politiker um ihre Einschätzung unerlaubter Geschäftspraktiken rund um den Globus bittet. Auf ihrer Länderliste werden derzeit 54 Staaten geführt. Demnach ist Korruption auch in Europa weit verbreitet.

Vor allem Italien, Spanien und Griechenland gelten als Länder mit hoher Korruptionsdichte. Aber auch Deutschland zählt nach Meinung der Experten keineswegs zu den Nationen mit weißer Weste. Auf dem Korruptions-Index rangiert es an 42. Stelle – zwar hinter den USA und Japan, aber vor den skandinavischen Ländern. Demnach ist in knapp einem Viertel der erfassten Länder Bestechlichkeit weniger stark ausgeprägt als in Deutschland. Als Spitze des Korruptions-Eisbergs in Deutschland lassen sich 2875 Fälle ausmachen, die das Bundeskriminalamt in einem Jahr aufdeckte. Schätzungen des Bundes deutscher Kriminalbeamter gehen jedoch von einem jährlichen Schaden für die deutsche Volkswirtschaft von etwa 10 Milliarden Euro aus.

Diese Zahl erfasst allerdings nur die materiell zu beziffernden Schäden und nicht die Vertrauensverluste in die politische Ordnung, in Staat, Verwaltung und Wirtschaft. Denn bei aller Verwerflichkeit im Allgemeinen handelt es sich in vielen Einzelfällen um eine ethische Gratwanderung.

So handelt ein Unternehmer im Ruhrgebiet, der beispielsweise einen afrikanischen Auftrag für seinen Betrieb nur dadurch bekommen kann, dass er die Verantwortlichen vor Ort schmiert, zwar moralisch verwerflich. Auf einem anderen Blatt steht aber, dass er mit diesem Auftrag gleichzeitig 80 neue Arbeitsplätze am heimischen Standort schafft.

1. Was erfährt man in diesem Artikel?

- a) Deutschland bleibt von der Korruption verschont.
- b) In Deutschland gibt es keine Bestechungen.
- c) Man kennt das Ausmaß der Schäden genau.
- d) Auch deutsche Unternehmen arbeiten mit illegalen Mitteln.

2. Was wird behauptet?

- a) Langfinger sind unter dem Tisch am Werk.
- b) Die Industrienationen wollen gegen die Korruption kämpfen.
- c) Die Industriestaaten sind gegen Geld- und Freiheitsstrafen.
- d) Die Korruption ist eine banale Sache.

3. Der Organisation Transparency International nach

- a) sei die Korruption nur auf 54 Staaten beschränkt;
- b) werde Europa von der Korruption nicht verschont;
- c) seien Politiker korrupter als Manager und Beamte;
- d) könne von unerlaubten Geschäftspraktiken bei Unternehmen keine Rede sein.

4. Der Journalist behauptet weiter, dass

- a) die skandinavischen Länder den Weltrekord der Korruption halten;
- b) die Deutschen viel korrupter als die Japaner sind;
- c) die Südeuropäer sehr oft in Skandale verwickelt sind;
- d) Deutschland zu den unbestechlichen Nationen gehört.

5. Was stelle das Bundeskriminalamt fest?

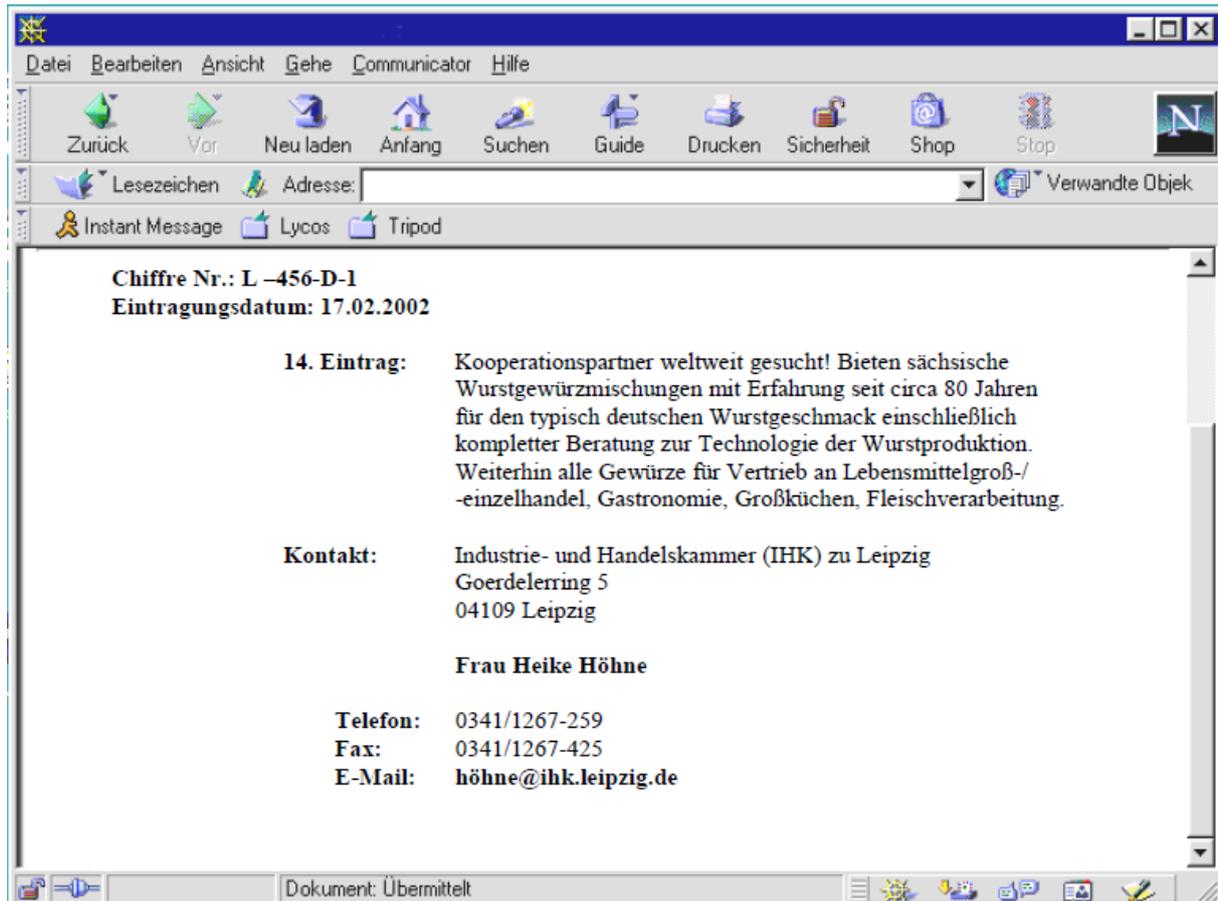
- a) Ein deutscher Kriminalbeamter steht an der Spitze des Korruptionseisbergs.
- b) Die Bevölkerung hat kein Vertrauen mehr in ihre Politiker.
- c) Es gibt jährlich 2875 Fälle mehr als im Jahr davor.
- d) Die Schätzungen erfassen nicht nur materielle, sondern auch psychische Schäden.

6. Um einen afrikanischen Auftrag für seinen Betrieb zu bekommen, musste ein deutsches Unternehmen

- a) mit den Führungskräften im Ruhrgebiet verhandeln;
- b) Angestellten im Ruhrgebiet hohe Geldsummen zahlen;
- c) wenigstens 80 Arbeitsplätze im Ruhrgebiet schaffen;
- d) den afrikanischen Verantwortlichen Schmiergelder zahlen.

Teil 4. SCHRIFTLICHER AUSDRUCK

Aufgabe 1: Auf der Internet-Homepage der Industrie- und Handelskammer Leipzig finden Sie beim Stichwort Kooperationsbörse unter anderem folgenden Eintrag.



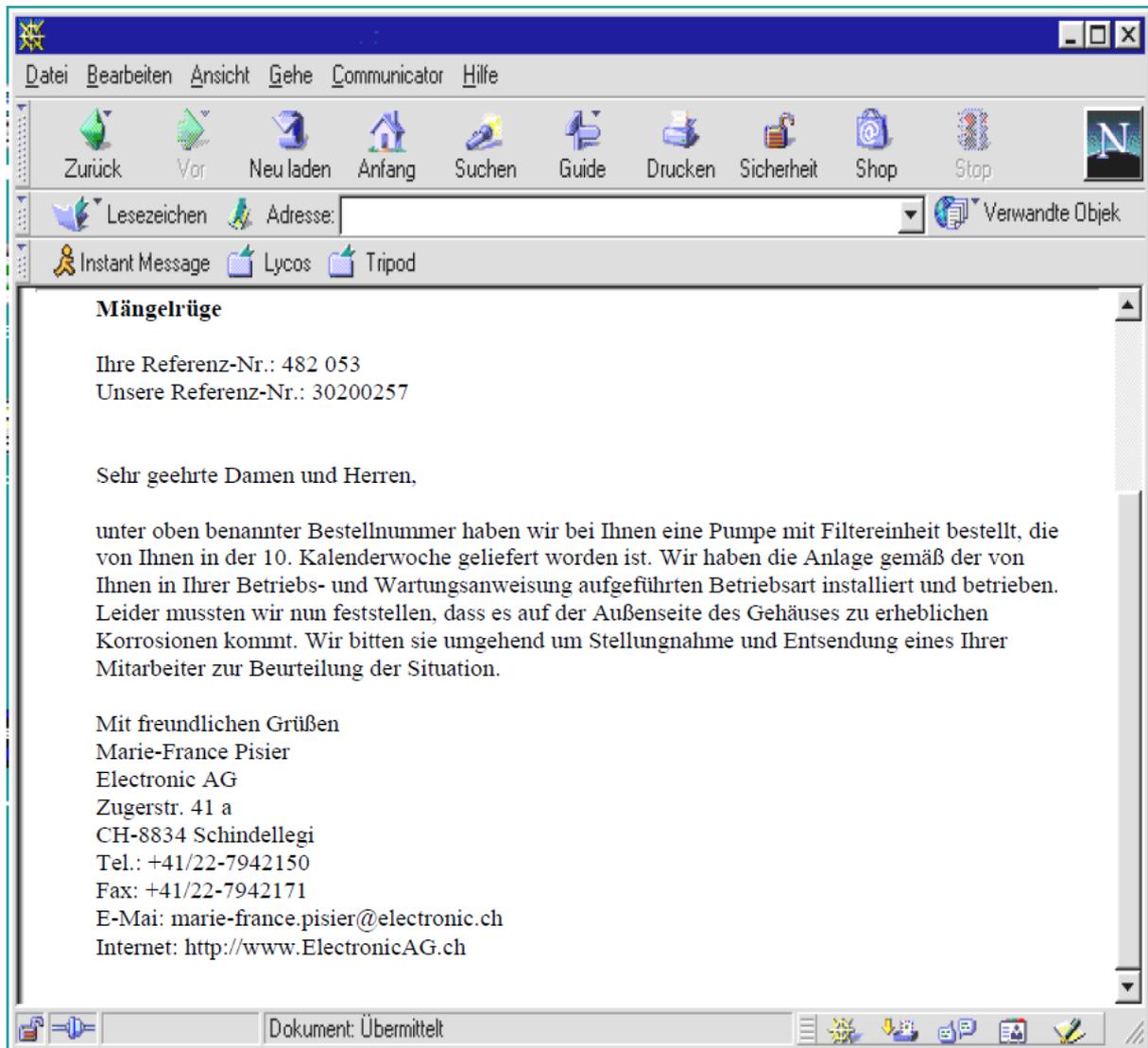
Als Geschäftsführer / Geschäftsführerin der Firma Lukullus Import Export sehen Sie eine Möglichkeit, Ihre Vertriebspalette internationaler kulinarischer Spezialitäten zu erweitern und mit neuen Produkten in Ihrem und den angrenzenden Ländern aktiv zu sein. Nehmen Sie per E-Mail oder Brief Kontakt mit der IHK auf. Gehen Sie in Ihrem Schreiben auf folgende Punkte ein:

- Erklären Sie, warum Sie schreiben.
- Bitten Sie um Weiterleitung an den potenziellen Kooperationspartner.
- Stellen Sie Ihr Unternehmen und ihre Vertriebspalette vor.
- Beschreiben Sie Ihre Zielkunden.
- Erbitten Sie nähere Informationen über den Betrieb und seine Produkte.
- Schlagen Sie weitere Schritte zur Kontaktaufnahme vor.

Ihr Schreiben sollte Betreff, Anrede und Grußformel enthalten.

Ihr Schreiben sollte circa 200 Wörter auf dem Antwortbogen enthalten.

Aufgabe 2: Sie finden in Ihrem Posteingang unter anderem folgende E-Mail vor:



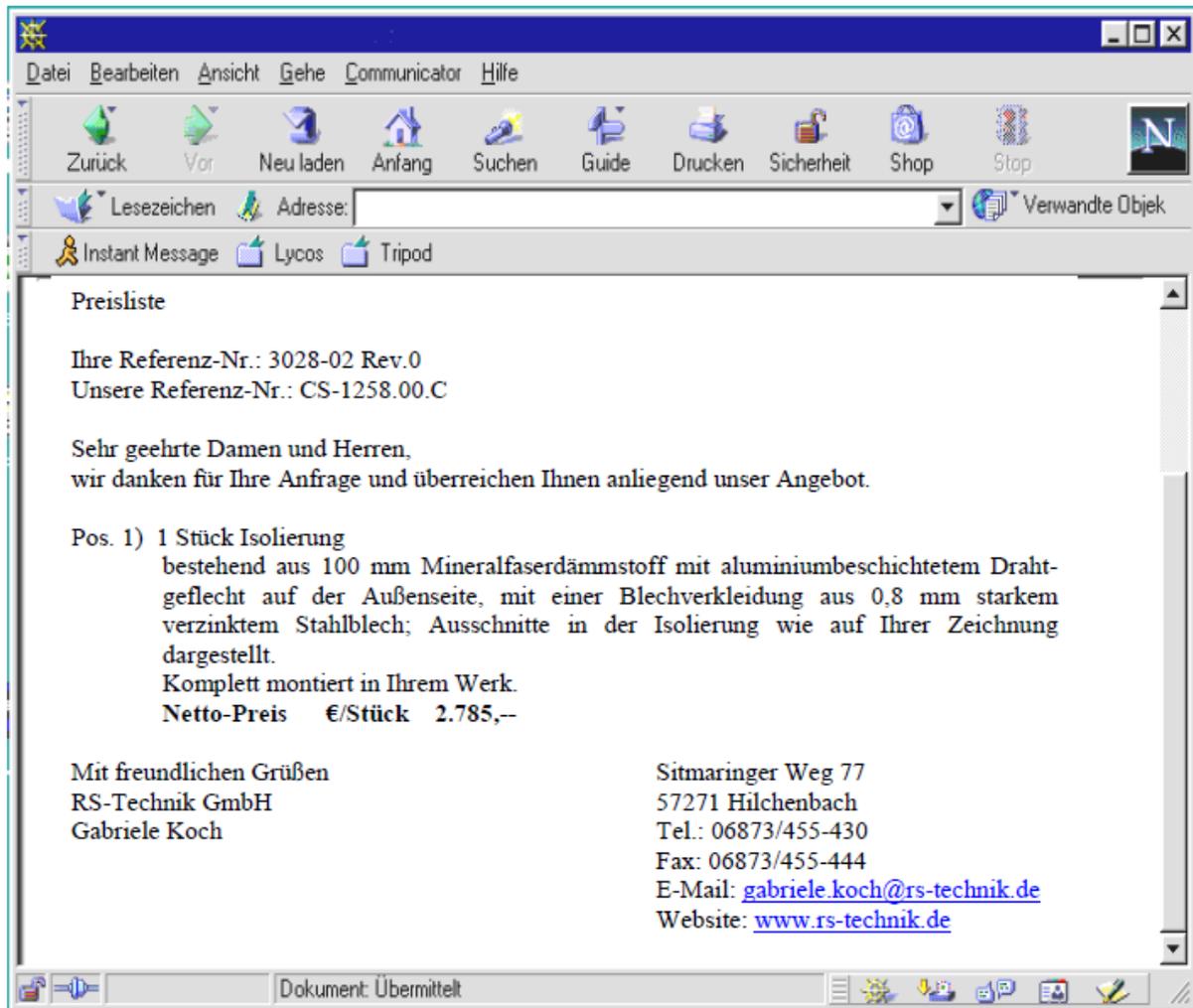
Als Sachbearbeiter/-in der Firma WENO-PUMPEN GmbH haben Sie eine Reklamation der Firma ELECTRONIC AG erhalten. Antworten Sie der Absenderin der Mängelrüge per E-Mail. Gehen Sie dabei auf folgende Punkte ein:

- Bedauern über aufgetretenen Mangel.
- Schadensursache aus Ihrer Sicht nicht aufzuklären.
- Terminvereinbarung zur Überprüfung der Pumpe.
- Momentan keine baugleiche Pumpe als Ersatz zur Verfügung.
- Angebot einer ähnlichen Pumpe mit gleicher Leistung.

Ihr Schreiben sollte Betreff, Anrede und Schlussformel enthalten.

Ihr Schreiben sollte circa 200 Wörter auf dem Antwortbogen enthalten.

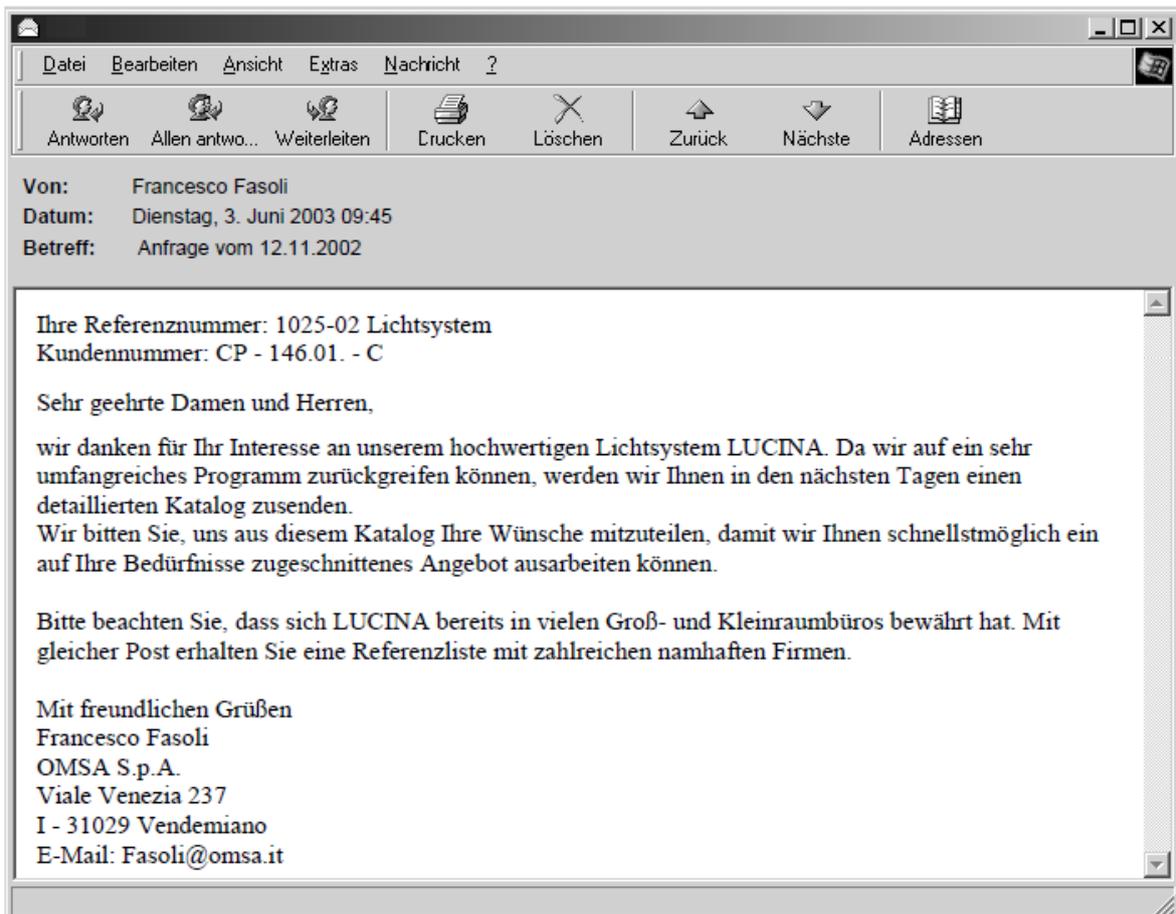
Aufgabe 3: Sie finden in Ihrem Posteingang unter anderem folgende E-Mail vor:



Als Sachbearbeiter/-in der Firma Ferro S. A. in Barcelona haben Sie auf Ihre Anfrage hin ein Angebot über eine Isolierung erhalten. Im Vergleich zum DM-Preis des Vorjahres liegt der €-Preis um 19 % höher. Nehmen Sie per Brief oder E-Mail Kontakt mit der Absenderin des Angebots auf. Gehen Sie dabei auf folgende Punkte ein:

- Bedanken Sie sich für die schnelle Reaktion auf Ihre Anfrage.
 - Verdeutlichen Sie Ihr Erstaunen über die Erhöhung nach der Währungsumstellung.
 - Bitten Sie um eine Erklärung.
 - Weisen Sie auf die langjährige gute Geschäftsbeziehung hin.
 - Drücken Sie Ihre Erwartung auf einen Preisnachlass aus.
- Ihr Schreiben sollte Betreff, Anrede und Schlussformel enthalten.
Schreiben Sie circa 200 Wörter.

Aufgabe 4: Sie finden in Ihrem Posteingang folgende E-Mail.



Als Sachbearbeiter/-in der Firma Wagner Transport in Hamburg haben Sie sowohl die E-Mail als auch den Katalog der italienischen Firma OMSA erhalten. Es wurden allerdings keine Preisangaben gemacht. Antworten Sie dem Absender der Nachricht per Brief oder per E-Mail und gehen Sie dabei auf folgende Punkte ein:

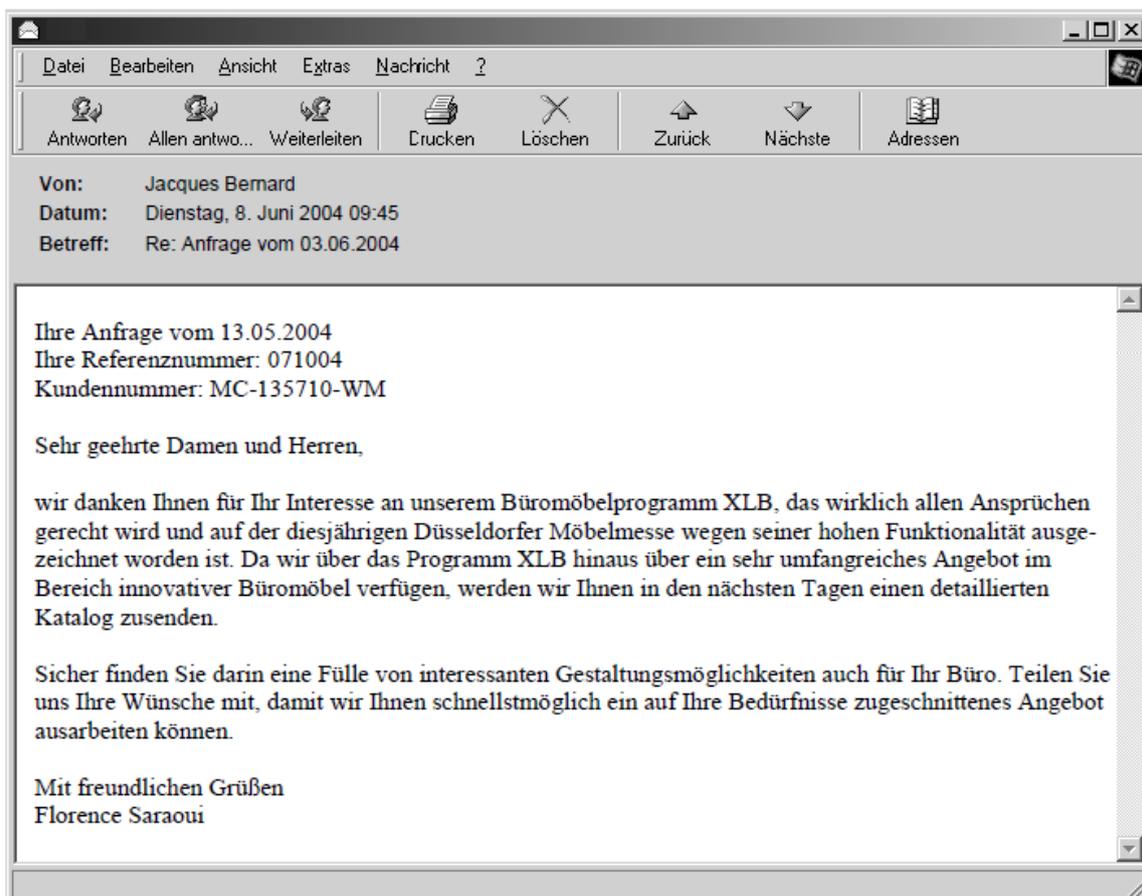
- Danken Sie für den Erhalt des Katalogs.
- Drücken Sie Ihr Interesse an den beiden verschiedenen Lichtsystemen LUCINA SL und LUCINA MX aus.
- Schildern Sie die Größenverhältnisse Ihrer Büroräume.
- Fragen Sie nach den Preisen bei der Abnahme von geringer Stückzahl.
- Fragen Sie nach den Preisen bei einem Großauftrag.
- Erkundigen Sie sich nach den Lieferbedingungen.
- Bitten Sie um Informationen zu Installation und Garantie.
- Drängen Sie auf eine schnelle Bearbeitung.

Adressen:	Wagner Transport GmbH Postfach 1599 D – Hamburg	OMSA S.p.A. Viale Venezia 237 I – 31029 Vendemiano E-Mail: info@omsa.it
------------------	---	--

Ihr Schreiben sollte Betreff, Anrede und Gruß enthalten.

Ihr Schreiben sollte circa 200 Wörter auf den Antwortbogen enthalten.

Aufgabe 5: Sie finden in Ihrem Posteingang folgende E-Mail.



Als Sachbearbeiter/-in der Firma Modessa in Unna haben Sie sowohl die E-Mail als auch den Katalog der belgischen Firma BUREAUSERVICE erhalten. Es wurden allerdings keine Preisangaben gemacht. Antworten Sie dem Absender der Nachricht per Brief oder per EMail und gehen Sie dabei auf folgende Punkte ein:

- Danken Sie für den Erhalt des Katalogs.
- Zeigen Sie Ihr Interesse an den beiden verschiedenen Büromöbelmodellen XLB und MODBUREAU.
- Geben Sie Größenangaben Ihrer Büroräume an und schildern Sie, welche Möbel Sie aus dem Programm benötigen.
- Fragen Sie nach den Preisen bei der Abnahme von geringer Stückzahl.
- Fragen Sie nach den Preisen bei einem Großauftrag.
- Erkundigen Sie sich nach den Lieferbedingungen.
- Bitten Sie um Informationen zu Aufbau und Garantie.
- Drängen Sie auf eine schnelle Bearbeitung.

Adressen: Modessa GmbH BUREAUSERVICE S. A.
 Postfach 1539 Parc Scientifique, Rue du Bosquet, n. 27
 D-59411 Unna B-1348 Louvain,
 E-Mail: bs@bureauservice.be

Ihr Schreiben sollte Betreff, Anrede und Gruß enthalten.
Schreiben Sie circa 200 Wörter.

Teil 5. MÜNDLICHE KOMMUNIKATION

Aufgabe 1: Sie treffen zum ersten Mal Ihren deutschsprachigen Geschäftspartner, der Sie besser kennenlernen will. Stellen Sie sich ihm vor. Sprechen Sie über mindestens vier der folgenden Punkte:

Wenn Sie berufstätig sind:

- Ihre Ausbildung,
- Ihre Firma,
- seit wann Sie Mitarbeiter/Mitarbeiterin sind,
- Ihre Position im Unternehmen,
- Ihren Arbeits- bzw. Verantwortungsbereich,
- Ihre frühere Tätigkeit, beruflichen Erfahrungen.

Wenn Sie (noch) nicht berufstätig sind:

- Ihre Schulbildung / Ihr Studium / Ihre Ausbildung,
- Ihr Berufsziel,
- Ihre besonderen Interessen,
- Ihre bisherigen Praxiserfahrungen,
- in welcher Branche Sie einmal tätig sein wollen,
- Ihre Einschätzung über Ihre Einstellungschancen in dem gewünschten Beruf bzw. der gewünschten Branche.

Aufgabe 2: Sie besuchen einen potenziellen Vertriebspartner. Präsentieren Sie Ihr Unternehmen. Ihr Ziel ist es, dieses Unternehmen als interessanten Geschäftspartner darzustellen.

Fielmann AG	
Firmensitz:	Hamburg
Niederlassungen:	Schweiz, Österreich, Polen
Mitarbeiter:	536
Produkt:	Brillen
Markenimage:	modern, zukunftsorientiert, günstig, große Auswahl

Marktsituation und Strategie

Situation:

- Zahl der Brillenträger wächst (heute 61% der Menschen)
- etwa alle 4 Jahre erneuern Deutsche ihre Brille, jüngere Menschen häufiger als ältere
- Kundenstruktur vergleichsweise jung
- laut Marktstudie entscheidet der Preis über den Brillenkauf

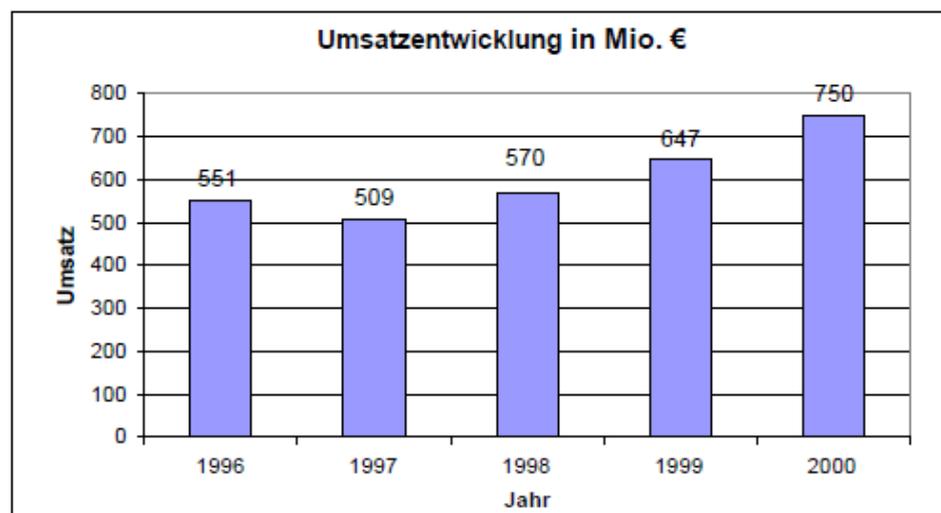
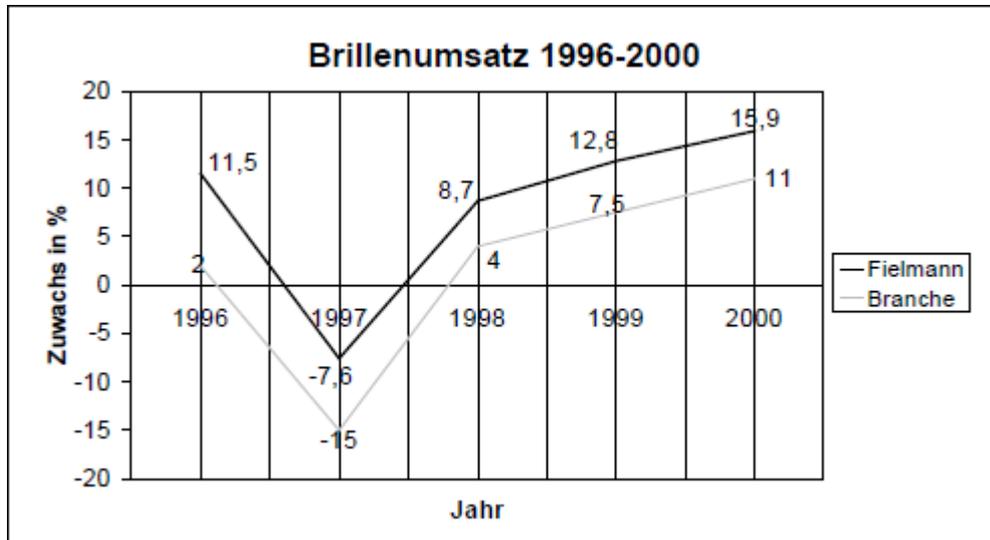
Strategie:

- große Auswahl, günstige Preise, beste technische

Ausstattung, Fachkompetenz

– Maxime: „Nimm weniger, dann bekommst du mehr“

– Wachstumspotenzial in den Produktbereichen Kontaktlinsen, Sonnenbrillen



Aufgabe 3: Sie haben den Auftrag, den Vertrieb von Fielmann-Produkten in Ihrem Heimatland zu initiieren und haben zwei Angebote von potenziellen Vertriebspartnern erhalten. Diskutieren Sie, welches Angebot den Zuschlag erhalten soll.

- Vergleichen Sie die beiden Angebote,
- wägen Sie ab und entscheiden Sie sich für eins.
- Begründen Sie diese Entscheidung.
- Gehen Sie auch auf Argumente Ihres Gesprächspartners/Ihrer Gesprächspartnerin ein.
- Am Ende sollten Sie sich auf ein Angebot einigen.

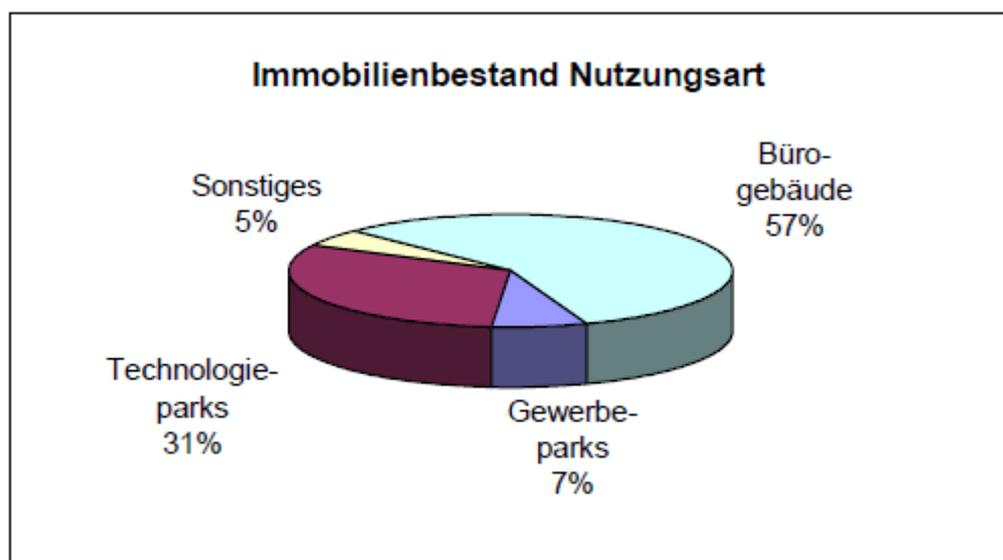
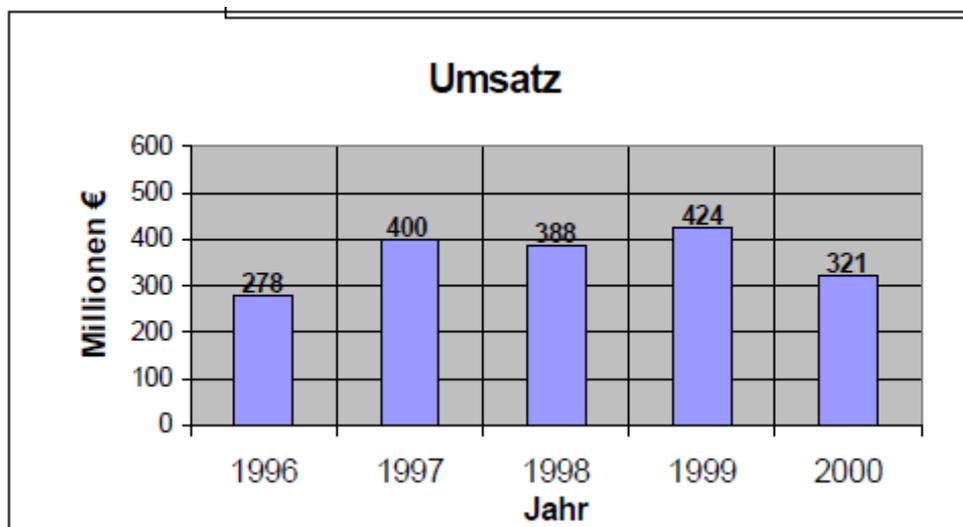
Konditionen	Angebot 1	Angebot 2
Vertrieb von Komplementärprodukten:	keine	Brillenetuis, Brillenreinigungsmittel
Kunden:	Geschäfte mit jüngerer, modebewusster Zielgruppe	Geschäfte mit älterer, konservativer Zielgruppe
Absatzgebiet:	Hauptstadt und Umgebung	das ganze Land
Maßnahmen zur Verkaufsförderung:	keine	Werbungsbeilagen in Zeitungen, Reklamespots in den regionalen Radiosendern
Lager:	vorhanden	nicht vorhanden
Umsatzziel:	8 Mio. €	10 Mio. €
Provision des Vertriebspartners:	6 %	7 %

Aufgabe 4: Sie besuchen einen potenziellen Vertriebspartner. Präsentieren Sie Ihr Unternehmen. Ihr Ziel ist es, dieses Unternehmen als interessanten Geschäftspartner darzustellen.

IVG Holding AG	
Sitz:	Bonn
Niederlassungen:	u.a. Berlin, Brüssel, Budapest, London, Mailand, Paris
Branche:	Immobilien, Schwerpunkt Büroimmobilien, Technologieparks
Immobilienstandorte:	über 50% außerhalb Deutschlands
Mitarbeiter:	719

Unternehmensstrategie

- Immobilien-Projekte in europäischen Wachstumsregionen, z.B. London, Berlin, Frankfurt, Budapest
- Zusatzangebot von Dienstleistungen (Finanzierungskonzepte, Serviceleistungen aus Bereichen Information und Kommunikation)
- Überwachung des Immobilien-Portfolios nach Vermietungsgrad, Flächenausstattung auf Vorrat, Verteilung
- Baubeginn erst nach ausreichender Vorvermietung
- ständige Modernisierung



Aufgabe 5: Als Mitarbeiter/-in im Bereich Projektentwicklung liegen Ihnen zwei Angebote von neu anzulegenden Technologiepark-Standorten im Ausland vor. Diskutieren Sie, welcher Standort den Zuschlag erhalten soll. Zeit: etwa 10 Minuten

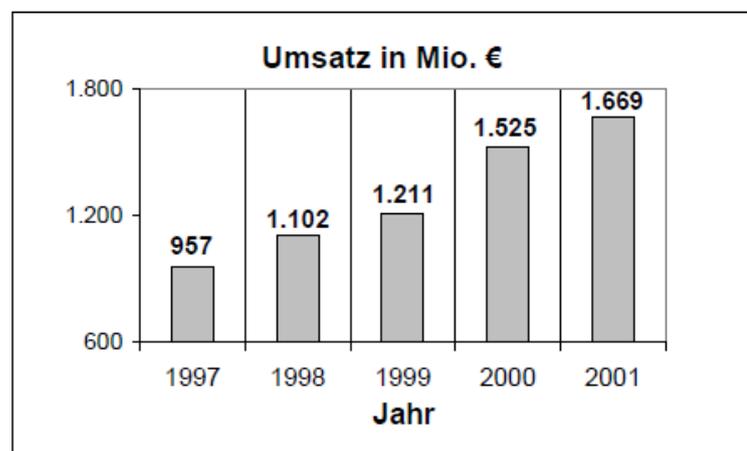
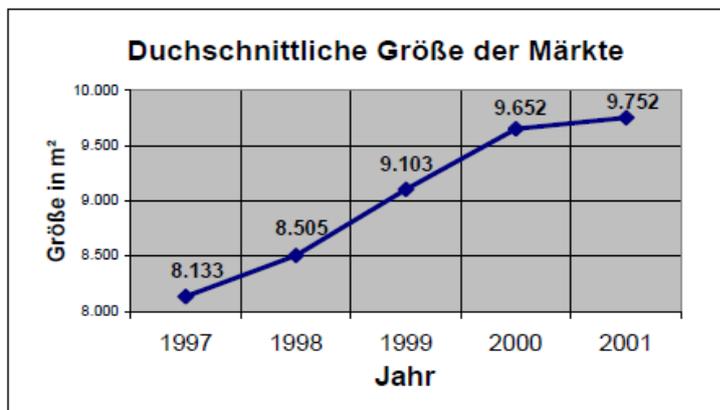
- Vergleichen Sie die beiden Standorte.
- Wägen Sie ab und entscheiden Sie sich für einen.
- Begründen Sie diese Entscheidung.
- Gehen Sie auch auf Argumente Ihres Gesprächspartners/Ihrer Gesprächspartnerin ein.
- Am Ende sollten Sie sich auf einen Standort einigen.

Konditionen	Standort A	Standort B
Lage:	250 km von der Hauptstadt entfernt	140 km von der Hauptstadt entfernt
Größe des Geländes:	238 Hektar	304 Hektar
Potenzielle Erweiterungsflächen:	möglich	nur sehr beschränkt möglich
Kosten pro m ² :	€ 48,00	€ 53,30
Infrastruktur:	Flughafen, Autobahn, Messe	Autobahn, Güterverkehrszentrum, Universität, Fachhochschule
voraussichtliche Netto-Mieteinnahmen pro m ² :	€ 6,90	€ 8,60
Interesse an Vorvermietung:	überdurchschnittlich	noch gering, weil Marketing erst anläuft
Besonderheiten:	staatliche Fördergelder für Firmengründer, da strukturschwache Region	für Expansion und Verlagerung aus Park heraus stehen IVG-Immobilien in der Nähe zur Verfügung

Aufgabe 6: Sie besuchen einen potenziellen Vertriebspartner. Präsentieren Sie Ihr Unternehmen. Ihr Ziel ist es, dieses Unternehmen als interessanten Geschäftspartner darzustellen.

Hornbach AG	
Sitz:	Bornheim bei Landau
Geschäftstätigkeit:	Bau- und Gartenmarkt-Filialen
Anzahl der Filialen:	91
Auslandsfilialen in:	Österreich, Niederlande, Luxemburg, Tschechien
Marktstellung:	unter den fünf größten Baumarkt-Filialketten in Europa

<p>Unternehmensstrategie</p> <ul style="list-style-type: none"> - Konzeption des großflächigen Bau-, Heimwerker- und Gartenmarktes (hoher Anspruch an Standorte) - breites Sortiment (ca. 50.000 Artikel) in anspruchsvoller Qualität - dauerhaft niedrige Preise - fachlich qualifizierte und serviceorientierte Mitarbeiter - Expansion in europäische Nachbarländer
--



Aufgabe 7: Im Zuge der Expansionsstrategie sucht Hornbach nach neuen Standorten für die Eröffnung eines neuen Bau- und Gartenmarktes mit einem hinreichenden Parkplatzangebot. Als Mitarbeiter/-in eines Teams liegen Ihnen zwei interessante Grundstücksangebote vor. Diskutieren Sie, welcher Standort den Zuschlag erhalten soll.

- Vergleichen Sie die beiden Angebote,
- wägen Sie ab und entscheiden Sie sich für eins.
- Begründen Sie diese Entscheidung.
- Gehen Sie auch auf Argumente Ihres Gesprächspartners/Ihrer Gesprächspartnerin ein.
- Am Ende sollten Sie sich auf ein Angebot einigen.

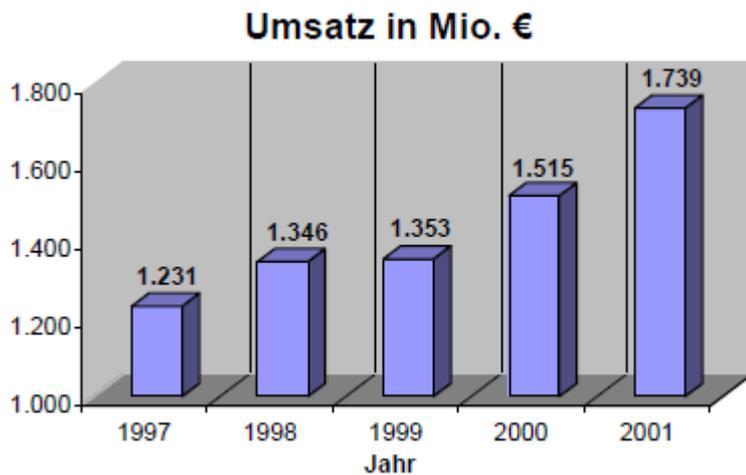
Konditionen	Standort A	Standort B
Größe des Grundstücks:	38.000 qm	50.000 qm
Lage:	Einzugsgebiet mit rund 200.000 Menschen	Großstadt mit 170.000 Einwohnern
Bebauung:	vorhanden, jedoch nicht als Markt nutzbar	unbebaut
Parkplätze:	vorhanden, nutzbar	nicht vorhanden
Verkehrslage:	außerhalb der Ortschaft, gute Verkehrsanbindung	in Innenstadtnähe, gute Verkehrs-anbindung
Kosten:	€ 5,60/qm	€ 8,00/qm
Konkurrenzmärkte:	in 50 km Entfernung	in 20 km Entfernung

Aufgabe 8: Sie besuchen einen potenziellen Vertriebspartner. Präsentieren Sie Ihr Unternehmen. Ihr Ziel ist es, dieses Unternehmen als interessanten Geschäftspartner darzustellen.

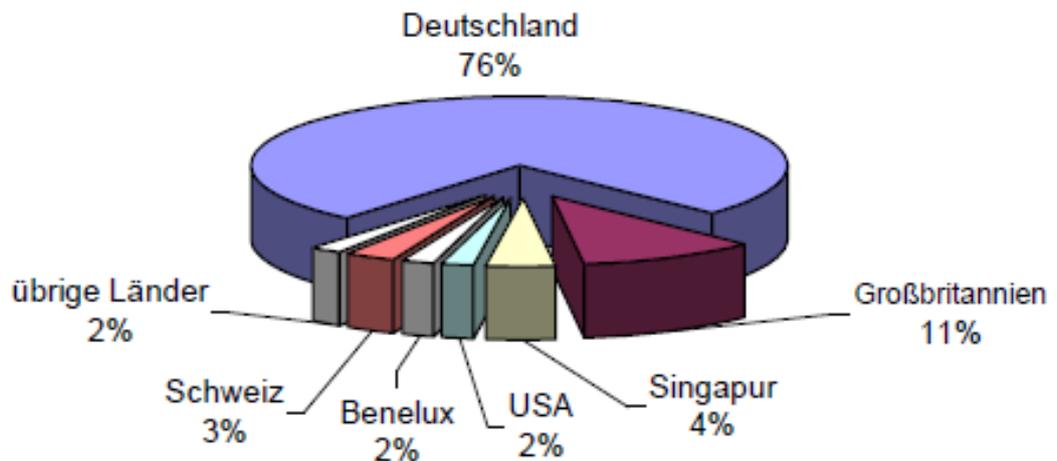
Jungheinrich AG	
Sitz:	Hamburg
Branche:	Maschinenbau (Gabelstapler)
Niederlassungen in:	Europa, Singapur, USA
Konzernmarken:	Jungheinrich, Steinbock, MIC (F), Boss (GB)
Mitarbeiter:	9239

Umgestaltung

- Ergebnisverbesserung vor allem auf Auslandsmärkten angestrebt
- Schließung des verlustreichen Teilbereichs Heavy Truck bei Boss
- Führung aller Werke durch einen Vorstand Technik
- Verbesserung von Qualität und Liefertreue
- Einrichtung eines Internet-Marktplatzes für gebrauchte



Aktionärsstruktur nach Ländern



Aufgabe 9: Im Zuge der Umgestaltung soll die Anzahl der Fertigungsstandorte reduziert werden. Als Mitarbeiter eines Teams der Jungheinrich AG liegen Ihnen zwei Analysen von Standorten vor, von denen einer geschlossen werden soll. Diskutieren Sie mit einem der beiden Prüfer/Prüferinnen, auf welchen Standort die Firma besser verzichten kann.

- Vergleichen Sie die beiden Standorte,
- wägen Sie ab und entscheiden Sie sich für einen,
- begründen Sie diese Entscheidung,
- gehen Sie auch auf Argumente Ihres Gesprächspartners/Ihrer Gesprächspartnerin ein,
- am Ende sollten Sie sich auf einen Standort einigen.

Konditionen	Standort A	Standort B
Produktionsvolumen (Stück):	15.000	12.000
Position im Konzern:	einer der zentralen Lieferanten	kostengünstigster Lieferant
Erhöhung der Produktivität im vergangenen Jahr:	um rund 3.000 Einheiten	um rund 5.000 Einheiten
Auslastung:	relativ konstant	schwankend
Mitarbeiter:	176	152
Reklamationen:	nach Anfangsschwierigkeiten heute selten	äußerst selten
Infrastruktur:	Autobahn, Schienenanbindung und Flughafen in der Nähe	Autobahn, Schienenanbindung und Hafen in der Nähe
Lieferlogistik:	Umstellung auf Direktbelieferung noch etwas problematisch	Umstellung auf Direktbelieferung erfolgt
Senkung der Warenbestände im vergangenen Jahr:	um 30 %	um 50 %

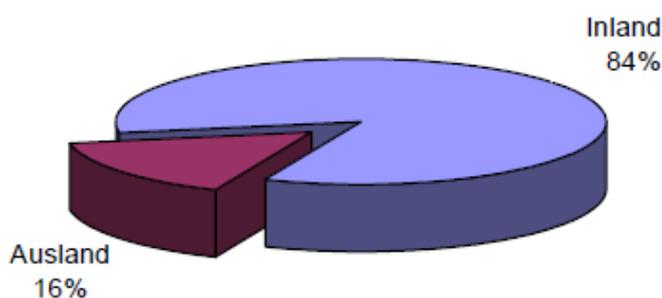
Aufgabe 10: Sie besuchen einen potenziellen Vertriebspartner. Präsentieren Sie Ihr Unternehmen. Ihr Ziel ist es, dieses Unternehmen als interessanten Geschäftspartner darzustellen.

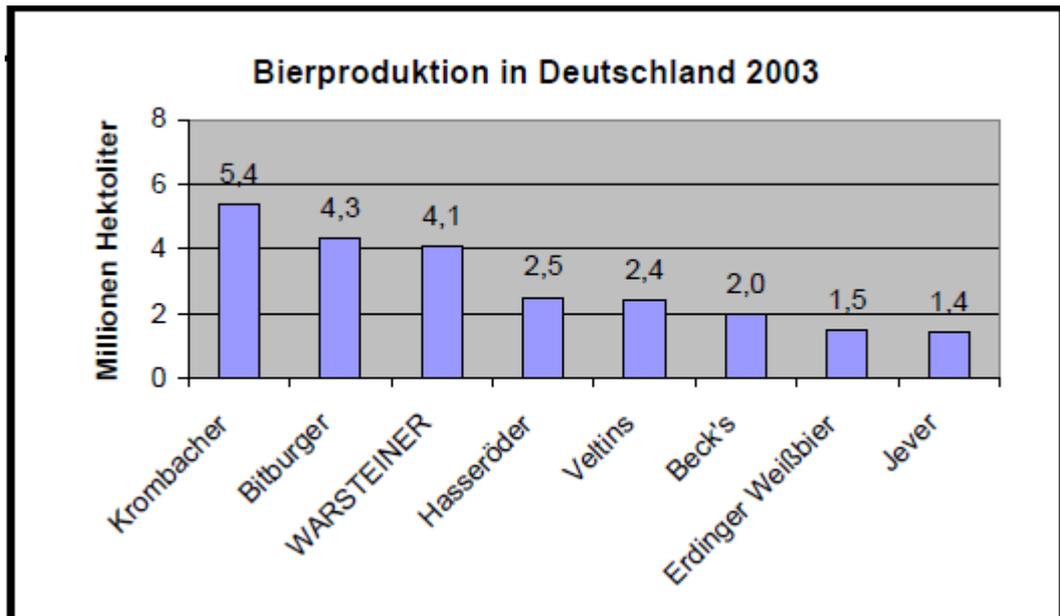
Warsteiner Brauerei Haus Cramer KG	
Sitz:	Warstein
Besitzverhältnisse:	Familie Cramer (7. Generation)
Produkte:	Warsteiner Premium Verum, Warsteiner Premium Alkoholfrei, Warsteiner Premium Cola, Warsteiner Premium Lemon
Kommanditkapital:	100 Millionen Euro
Gründung:	1753

Neupositionierung

- Erfolgreiche Einführung der Mixgetränke Warsteiner Premium Cola und Warsteiner Premium Lemon
- «Zurück zu den Wurzeln»: Kündigung des Vertrages mit der Discount-Kette Lidl
- Gastronomie und Getränkefachhandel als wichtigste Absatzwege
- Auslandsaktivitäten in mehr als 60 Ländern
- Suche nach Vertriebsallianzen im Ausland

Absatzverteilung 2003





Aufgabe 11: Um neue Absatzmärkte zu erschließen, erwägt die Warsteiner Brauerei Haus Cramer KG, einen Lizenzpartner im Ausland zu suchen. Die Auswahl des Landes erfolgt auf der Grundlage der Marktforschungsergebnisse des Weltbierverbandes. Diskutieren Sie, welches Land den Zuschlag erhalten soll.

- Vergleichen Sie die Absatzmärkte der beiden Länder
- wägen Sie ab und entscheiden Sie sich für ein Land
- begründen Sie diese Entscheidung
- gehen Sie auch auf Argumente Ihres Gesprächspartners/Ihrer Gesprächspartnerin ein
- am Ende sollten Sie sich auf ein Land einigen

	Land A	Land B
Anteil am Weltbierkonsum:	verschwindend gering (Verdreifachung des Bierkonsums pro Kopf in 20 Jahren)	14,3% (Platz 2)
Wachstum des Bierkonsums in den 90er-Jahren:	+ 155%	+ 74%
Bierkonsum pro Kopf und Jahr:	32 l (Platz 7)	25,8 l (Platz 8)
Anteil an Weltbierproduktion:	1% (Platz 23)	12% (Platz 2)

Personalkosten:	rund 45 % niedriger als in Deutschland	rund 52 % niedriger als in Deutschland
Wirtschaftliches Umfeld:	tendenziell instabil	eher langfristig stabil
Infrastruktur:	gut ausgebautes Straßennetz Luftfahrt	Schwerpunkt Schieneverkehr und Schifffahrt
Geschäftssprache:	Spanisch, Englisch und Deutsch	Englisch und Französisch

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ЗАЧЕТУ И ЭКЗАМЕНУ ПО ИНОСТРАННОМУ (НЕМЕЦКОМУ) ЯЗЫКУ

В качестве форм текущей аттестации используются такие формы, как контрольные работы и тесты. Текущий контроль осуществляется в течение академических семестров в виде проверки домашних заданий, контрольных работ, тестов, устных опросов, участия студентов в студенческих научных конференциях на иностранном языке.

По завершении обучения в 1-м семестре проводится контрольная работа и промежуточная аттестация в виде зачета.

Промежуточный контроль имеет форму контрольной работы и тестирования, на котором оценивается уровень овладения студентами основными видами речевой деятельности и аспектам языка.

Перечень тем для подготовки к **контрольной работе, тестированию** по иностранному (немецкому) языку по завершении 1-го семестра:

1. Свойства немецкого предложения.
2. Времена глагола в активном залоге.
3. Времена глагола в пассивном залоге.
4. Склонение имен существительных.
5. Местоимения.
6. Степени сравнения прилагательных и наречий.
7. Модальные глаголы.
8. Числительные (числа, даты, дроби).
9. Сложные предложения.
10. Инфинитивные обороты и конструкции.

Для подготовки к контрольной работе, тестированию рекомендуется:

– в течение учебного семестра внимательно слушать объяснения преподавателя, делать записи основных грамматических правил, выполнять все тренировочные упражнения и домашние задания по теме;

– непосредственно перед завершением 1-го семестра и выполнением контрольной работы (тестированием) повторить теоретический материал по вышеназванным грамматическим темам, основываясь на материале краткого грамматического справочника, представленного в данном учебном пособии;

– внимательно изучить практические примеры, приведенные в справочнике для каждого грамматического правила;

– выполнить несколько тестовых заданий или один из вариантов контрольной работы в качестве тренировочного упражнения.

Зачет в конце 1-го семестра проводится в устной форме и включает в себя беседу на иностранном (немецком) языке с преподавателем по одной из следующих тем:

1. Биография. Самопрезентация.

2. Учёба в университете.
3. Россия – наша Родина.
4. Москва.
5. Страны изучаемого языка.
6. Столицы стран изучаемого языка.

Итоговый контроль (экзамен), проводится в письменно-устной форме. Экзамен включает подготовку и ответ экзаменуемого по следующим аспектам:

- 1) письменный перевод иноязычного текста профессиональной направленности (со словарем) на русский язык;
- 2) ознакомительное чтение иноязычного текста по страноведческой тематике и передача его основного содержания на иностранном языке (реферирование);
- 3) устная беседа на иностранном языке на одну из пройденных тем, связанных с профессиональной направленностью.

Перечень тем к экзамену:

1. Моя будущая профессия
2. Сущность и задачи экономики.
3. Менеджмент.
4. Рынок. Виды и формы рынка.
5. Товар. Виды товаров.
6. Понятие торговли.
7. Ценообразование.
8. Экономическая система ФРГ.
9. Внешняя экономика ФРГ.
10. Денежная и банковская система ФРГ.

По итогам экзамена выставляется оценка (в зависимости от установленной в Положении о текущей и итоговой аттестации вуза).

Методические указания по подготовке к экзаменационному реферированию иноязычного текста по страноведческой тематике

Под реферированием понимают конспективное изложение содержания статьи, передающее её основной смысл. Реферат – это текст, который передает основную информацию оригинала в сжатом виде.

При составлении реферата необходимо уметь отделить основную информацию от второстепенной. Реферат полностью строится на языке оригинала. В него могут быть включены отрывки, заимствованные из первоисточника (обобщения, формулировки). В реферате могут использоваться также устойчивые фразы, клише и специальные обороты, характерные для данного вида письменной речи. В нем содержатся в обобщенном виде все основные положения оригинала. Объем реферата определяется

степенью важности реферируемого материала, его содержательностью и составляет обычно 10–15% объема реферируемого текста.

Реферат имеет обычно следующую **структуру**:

1. Название текста, его автор, выходные данные источника информации.

2. Область науки или техники, к которой относится данный текст.

3. Основная тематика и проблематика текста.

4. Краткое изложение содержания.

5. Выводы или резюме.

6. Мнение студента о содержании прочитанного текстового материала.

Речевые клише для реферирования иноязычного текста:

– Der Autor / Verfasser schreibt / berichtet / schildert / meint / behauptet / sagt, dass...

– Der Autor / Verfasser stellt folgende Behauptung auf ...

– Der Autor / Verfasser berichtet über ...

– Der Autor / Verfasser möchte zeigen, dass...

– Im ersten Teil des Textes / des Artikels ...

– Zu Beginn des Textes ...

– Der Autor beginnt mit ...

– Das zentrale Thema ist ...

– Im ersten / zweiten / dritten Absatz geht es um ...

– Der Text endet mit ...

– Ein Grund dafür ist ...

– Eine Ursache dafür ist ...

– Als Grund / Folge nennt der Autor ...

– Der Grund liegt darin ...

– Ein Beispiel dafür findet man im ersten Absatz ...

– Ein anderer / wichtiger / interessanter Aspekt dieses Themas ist ...

– Im zweiten Absatz kommt der Autor zu einem weiteren / anderen Aspekt...

План реферирования иноязычного текста

I. EINLEITUNG (Введение)

1. Der zu referierende Artikel ist der Zeitung «...» entnommen.

Der Artikel ist der Zeitung «...» entnommen.

Der Artikel ist in der Zeitung «...» veröffentlicht.

Diesen Artikel bringt die Zeitung «...».

2. Der Verfasser dieses Artikels ist ...

Der Autor des Artikels ist ...

Diesen Artikel hat ... verfasst.

Dieser Artikel stammt aus der Feder von ...

Laut Unterschrift ist der Verfasser des Artikels ...

3. Das ist der Leitartikel, ein Leserbrief, ein Bericht, ein Kommentar, eine Rezension....

Der vorliegende Stoff ist ein Interview unter dem Titel «...» zum Thema ...

Der Artikel ist ein Fachartikel.

Der Artikel ist für einen weiten Leserkreis bestimmt.

Der Artikel ist eine Antwort auf einen Leserbrief

4. Der Artikel ist einem aktuellen Problem gewidmet.

Das Thema zieht allgemeines Interesse heran.

Das Problem, *mit welchem sich der Autor befasst*, ist sehr wichtig und interessant.

Das Problem, *mit welchem sich der Autor auseinandersetzt*, ist sehr aktuell.

Das Problem, welches der Autor *anschneidet*, ist sehr aktuell.

Das Problem, welches der Autor *beleuchtet*, ist sehr aktuell.

Der Gegenstand meiner Forschung ist

Der Grundgedanke des Artikels ist ...

Der Verfasser greift ein neues Thema auf ...

Der Verfasser kommt auf ein altes Thema zurück (zurückkommen (auf) – **вновь заговорить о чём-либо, вернуться (к прежней теме)**)

Der Verfasser behandelt ein aktuelles Thema.

Mit diesem Artikel beantwortet der Verfasser viele Fragen (der Wirtschaft, der Politik ...).

Wie ein roter Faden zieht durch den ganzen Artikel der Gedanke, dass...

II. HAUPTTEIL (Основная часть)

1. Inhaltlich lässt sich der Artikel in folgende Teile gliedern... .

Dem Inhalt nach zerfällt der Artikel in folgende Teile... .

Im Mittelpunkt der Betrachtung steht die Frage ...

Die Hauptprobleme des vorliegenden Artikels sind... .

Hier werden folgende Punkte betrachtet... .

Hier werden folgende Probleme analysiert

Der Autor befasst sich hier mit folgenden Problemen...

Der Autor nimmt in folgenden Problemen Stellung

2. Am Anfang des Artikels verweist der Autor auf die Aktualität von ...

Der Autor betont...; hebt hervor...; erinnert uns an

Er schätzt ... positiv/ negativ ... ein.

Der Verfasser bekräftigt seine Überlegungen mit Zahlen und Fakten.

Er erzählt; teilt mit; begründet; entlarvt; expliziert; beurteilt; charakterisiert; stellt fest; stellt dar; schildert; beschreibt; akzentuiert; betont

III. SCHLUSSFOLGERUNG (Заключение)

1. Der Autor schlussfolgert, dass....

Abschließend meint der Verfasser ...

Abschließend kommt der Autor zur Schlussfolgerung, dass...
 2. Die behandelten Probleme (Tatsachen usw.) tragen zu ... bei.
 Sie zeugen von der verschärften politischen Situation...
 Sie zeugen davon, dass...
 Meiner Meinung nach ...
 Was meine Meinung betrifft, ist dieser Artikel aktuell.
 Meines Erachtens ist...
 Der Artikel ist sehr aktuell und zieht allgemeines Interesse heran.

Klischees für die wissenschaftliche Rede:

Das vorliegende Material ist als ... konzipiert	Предлагаемый материал задуман как
Die Rede ist von (D.)...	Речь идет о ...
Es handelt sich um (Akk.)...	Речь идет о ...
Der Autor wirft das Problem ... auf an den Anfang der Überlegungen stellen	Автор выделяет проблему... начать с рассуждений
am Anfang stehen	быть в начале
auf die Nutzbarmachung zielen	ставить целью использование
latent gegenwärtig sein	скрытно присутствовать
hier wird angestrebt, dass.....	здесь ставится целью.....
das setzt Folgendes voraus.....	это предполагает следующее
von einer These ausgehen	исходить из тезиса
ausgehend von.....	исходя из.....
die Zusammenhänge überschauen	принимая во внимание логику
die daraus resultierenden Aufgaben unseres Wissens	вытекающие из этого задачи по нашим сведениям
eigene Meinung formulieren	сформулировать собственное мнение
zur Kenntnis bringen	познакомить, довести до сведения
damit werden unserem Objekt enge Grenzen gezogen	тем самым наш объект ставится в узкие рамки
Unsere Schlussfolgerungen beruhen auf (D)	Наши выводы основываются на...
sie stützen sich auf (A)	они опираются на
Es liegt klar auf der Hand	совершенно очевидно
zu einer Schlussfolgerung kommen	прийти к выводу
aus diesem Grunde	на этом основании
es ist nicht zu leugnen	нельзя отвергать факт
erfahrungsgemäß	исходя из опыта
durch folgende Schwerpunktsetzung zielen wir auf ...	через следующее выделение тем мы стремимся к.....

ein / das Ziel verfolgen	преследовать цель
sich das Ziel setzen	ставить своей целью
vor allem	прежде всего
notwendig und unerlässlich sein	быть необходимым и неотъемлемым
sozusagen	так сказать
Wir sind davon überzeugt, dass...	Мы убеждены в том, что.....
übereinstimmen	совпадать
es handelt sich um(A).....	речь идёт о
sich mit einem Thema befassen	заниматься темой
Wirkungsweise der Gesetze erforschen	исследовать воздействие законов
das lässt sich darauf zurückzuführen	это можно объяснить тем, что ...
beweisen, begründen, belegen, nachweisen	доказать, подтвердить
Beweise erbringen/anführen	привести доказательства
eindeutig/unzweideutig	однозначно / не двусмысленно
den Beweis widerlegen /entkräften /in Frage stellen	опровергнуть доказательство, подвергнуть сомнению
die Beweisführung lässt sich anfechten	доказательства небыстречны
in der Arbeit wird folgendes Problem aufgeworfen	в работе затрагивается следующая проблема
es sei hier erwähnt	здесь следует упомянуть
Erfahrungstatsachen nachprüfen	перепроверить опытные данные
unbestritten bleiben	остаться неоспоримым
diese Meinung stammt aus...	это мнение принадлежит.....
die meisten Wissenschaftler meinen	большинство учёных полагает
diese Meinung ist akzeptabel	это мнение приемлемо

Aus unserer Analyse lässt sich Folgendes schlussfolgern:

(erstens)..., (zweitens)..., (drittens)....

Aus unserer Arbeit ergeben sich folgende Schlussfolgerungen:

(erstens)..., (zweitens)..., (drittens)....

Aus unserer Arbeit resultieren folgende Empfehlungen:

1) für die Bekämpfung der Arbeitslosigkeit sind ...

2) für die Entwicklung des Dienstleistungsbereiches ...

Zusammenfassend kann man sagen ...

EIN KLEINES GRAMMATIKLEXIKON

A

Ablaut, der (изменение корневого гласного): Manche Verben ändern den Stammvokal (корневой гласный) bei der Bildung ihrer Zeitformen.

Diese Änderung nennt man Ablaut. Der Ablaut ist für starke Verben charakteristisch:

lesen – las – gelesen;
nehmen – nahm – genommen;
laufen – lief – gelaufen;
schlafen – schlief – geschlafen;
binden – band – gebunden.

Adjektiv, das (Имя прилагательное): Eine Wortart (часть речи), die Eigenschaften von etwas angibt: klein, wichtig, groß, schön, weiß, dankbar, freundlich, schwierig,

Adjektive haben Steigerungsstufen: wichtig – wichtiger – am wichtigsten – (der, die, das wichtigste).

Adverb, das (наречие): eine Wortart, die nicht dekliniert wird.

Die Adverben (auch Adverbien genannt) lassen sich in folgende Gruppen einteilen:

– lokale Adverben (Adverben des Ortes – наречия места) antworten auf die Fragen **Wo? Wohin? Woher?**:

hier, da, links, vom, unten, überall; dorthin, dahin, hierher,...

– temporale Adverben (Adverben der Zeit – наречия времени) antworten auf die Fragen **Wann? Wie lange?**:

jetzt, morgen, bald, damals; lange, immer,...

– modale Adverben (Adverben der Art und Weise – наречия образа действия) antworten auf die Frage **Wie?**:

gern, gut, kostenlos, schön, so, anders,...

– kausale Adverben (Adverben des Grundes – наречия причины) antworten auf die Fragen **Warum? Weshalb? Wozu?**:

darum, deshalb, daher, trotzdem

Adverbial, das (Обстоятельство): auch adverbiale Bestimmung genannt; ein Satzglied; gibt die Umstände (обстоятельства) des Geschehens an; kann in verschiedenen Formen vorkommen.

Die Eisenindustrie konzentriert sich in wenigen Gebieten (Wo? – *Raum und Ort*).

Nach seiner Reise in die Schweiz erzählte er viel Interessantes (Wann? – *Zeit*).

Dieser Zweig bestimmt in hohem Maße die industrielle Entwicklung des Landes (Wie? – *Art und Weise*).

Wegen des schlechten Wetters wurde die Reise unterbrochen (Warum? – *Ursache*).

Adverbialsatz, der (придаточное обстоятельственное предложение): ein Nebensatz, der anstelle (вместо) eines Adverbials steht.

Akkusativ, der (винительный падеж): ein Kasus der Deklination, antwortet auf die Fragen **Wen?/Was?**:

den Staat, die Fläche, das Land, den Studenten.

Akkusativobjekt, das (дополнение в винительном падеже): ein Satzglied, das im Akkusativ steht und vom Verb verlangt wird (verlangen – требовать).

Verben, die ein Akkusativobjekt verlangen, werden transitive Verben genannt.

Der Student begrüßt den Dekan (Wen? – den Dekan).

Der Student liest den Text (Was? – den Text).

Aktiv, das (действительный залог): Tätigkeitsform des Verbs in einem Satz, wo das Subjekt selbst der Täter der Handlung (носитель действия) ist, im Gegensatz zum Passiv.

Das Werk liefert das Gerät (*Aktiv*).

Das Gerät wird von dem Werk geliefert (*Passiv*).

Alphabet, das (алфавит): die Buchstaben einer Sprache.

Man schreibt große und kleine Buchstaben. Im Deutschen gibt es 26 Buchstaben von A bis Z, außerdem die Umlautbuchstaben Ä/ä, Ö/ö, Ü/ü und das nur klein geschriebene ß. Man nennt das Alphabet auch ABC/abc.

Antonym, das (антоним): Wörter mit gegensätzlicher (gegenätzlich – противоположное) Bedeutung nennt man Antonyme:

groß – klein, lang – kurz, viel – wenig, alt – jung, die Liebe – der Haß, helfen – stören, ...

Artikel, der (артиклъ): zeigt an, welches grammatische Geschlecht (das Geschlecht – род) ein Substantiv hat.

Man unterscheidet:

– den bestimmten Artikel **der, die, das, die** und

– den unbestimmten Artikel **ein, eine, ein**.

Der Artikel zeigt bei der Deklination den Kasus und den Numerus (Singular/Plural) an:

	Singular <i>Maskulinum Neutrum Femeninum</i>	Plural
<i>N</i>	der ein das ein die eine	die
<i>G</i>	des eines des eines der einer	der
<i>D</i>	dem einem dem einem der einer	den
<i>A</i>	den einen das ein die eine	die

Attribut, das (определение): drückt aus, wie oder wessen eine Person, ein Lebewesen, ein Ding, ein Gedanke ist:

eine wichtige Rolle, ein großes Werk, der bekannte Ingenieur, die Tasche meines Freundes.

Das Attribut bezieht sich immer auf ein Substantiv. Es kann durch Adjektive, Partizipien, Substantive mit und ohne Präpositionen, Adverbien und ganze Sätze ausgedrückt werden:

die chemische Industrie, das hochentwickelte Land, hochqualifizierte Arbeitskräfte, der zu bearbeitende Teil, das Werk mit seinen Werkzeugmaschinen, das Gerät dahinten.

Das Attribut antwortet auf die Fragen **Was für ein(e)?, Wechere/es?**

Attributsatz, der (придаточное определительное предложение): ein Nebensatz, der mit den Relativpronomen **der, die, das** {*Singular*} und **die** (*Plural*), manchmal auch **welcher, welche, welches, welche** eingeleitet wird.

Der Zweig, der entwickelt wird,...

Das Gerät, dessen Erfinder weltbekannt ist,...

Aufforderungssatz, der (повелительное предложение): Satz, der einen Wunsch oder eine Aufforderung ausdrückt; das Prädikat steht im Imperativ.

Beim Schreiben wird der Aufforderungssatz mit einem Ausrufezeichen (восклицательный знак) abgeschlossen.

Gib mir bitte das Buch! Kommt bitte mit! Sprechen Sie nicht so laut!

Aussagesatz, der (повествовательное предложение): Satzart, in der etwas ausgesagt, festgestellt oder mitgeteilt wird. Am Ende des Satzes steht ein Punkt.

Deutschland ist ein Staat in Westeuropa.

Der westliche Teil des Landes ist reich an Steinkohle.

D

Dativ, der (дательный падеж): antwortet auf die Frage **Wem?**:

dem Freund, der Wirtschaft, dem Land, dem Jungen,...

Dativ: Ich zeige dem Schaffner die Fahrkarte. Ich gebe dir das Foto.

Deklination, die (склонение): wird durch Änderung des Artikels und durch Endungen in den vier Kasus im Singular und Plural gebildet.

Dekliniert werden Substantive, Pronomen, Artikel, Adjektive und Numeralien (Ordnungszahlen).

Demonstrativpronomen, das (указательное местоимение): ein Pronomen, das auf jemanden oder etwas hinweist (hinweisen – указывать).

Die Demonstrativpronomen sind:

der, die, das (wenn sie betont gesprochen werden).

Der weiß mehr als ich. Ist es seine Jacke? – Nein, die gehört **mir**.

dieser, diese, dieses; jener, jene, jenes; derjenige, diejenige, dasjenige; derselbe, dieselbe, dasselbe; solcher, solche, solches

Das Demonstrativpronomen kann anstelle eines Substantivs stehen:

Das ist meine Fahrkarte. – Nein, diese hier ist Ihre.

Und ein Substantiv begleiten:

Dieses Buch gehört mir. Ein solches Buch möchte jeder haben.

Direkte Rede (прямая речь): wörtliches Zitat; die wörtliche Wiedergabe dessen, was ein anderer gesagt hat.

Der Vater hat mir gesagt: «Du darfst nicht zu spät zum Unterricht kommen».

E

Eigename, der (имя собственное): eine Untergruppe der Substantive zur Bezeichnung von Personen, Familienoder Vornamen, Bergen, Flüssen, Städten, Ländern usw.:

Peter, Schmidt, Hamburg, der Rhein, Deutschland, die Alpen, die Donau,...

Bei den Personennamen gibt es Vornamen (Hans, Ulrike, ...) und Nachnamen/Familiennamen (Meier, Schnitke, Müller, ...)

Einfacher Satz (простое предложение): enthält mindestens zwei Satzglieder; das Subjekt und das Prädikat.

Der Unterricht beginnt. Die Zeit vergeht. Oder Subjekt, Prädikat und Objekte.

Das Land führt Rohstoffe ein. Er gibt dem Freund das Lehrbuch.

Endung, die (окончание): Man unterscheidet grammatische Endungen (bei der Deklination/Konjugation) und Wortbildungsendungen.

Die Entwicklung dieses Zweiges bestimmte die Entwicklung der ganzen Wirtschaft.

Ergänzung, die (Satzglied): das Objekt, das Attribut, das Adverbial.

Er schreibt einen Brief. Er liest ein interessantes Buch. Sonntags gehen wir oft in den Park.

Erweitertes Attribut (распространенное определение): ein Attribut, das durch ein bzw. einige Wörter erweitert wird, die mit ihm verbunden sind und grammatisch von ihm abhängen.

Zum richtigen Verstehen und Übersetzen muß man die Reihenfolge der Wörter beachten, die ein erweitertes Attribut bilden:

3 4 5 2 1

die | an der Schaffung umweltfreundlicherer Autos arbeitenden | **Konstrukteure** – конструкторы, работающие над созданием более благоприятных для окружающей среды автомобилей.

Erweiterter Satz (распространенное предложение): Einfache Sätze können durch zusätzliche Satzglieder erweitert werden; durch Attribute, die sich auf Substantive beziehen, und durch Adverbiale.

Der Maschinenbau nimmt in der Industrieproduktion eine wichtige Stelle ein.

F

Femininum, das (женский род): «weibliches Geschlecht» im grammatischen Sinne, d. h. stimmt nicht unbedingt mit dem natürlichen Geschlecht überein (übereinstimmen – совпадать, согласовываться); wird durch den Artikel die und das Personalpronomen sie gekennzeichnet:

die Frau, die Tante, die Lehrerin, die Studentin, *aber auch*: die Tafel, die Grenze, die Straße,...

Finalsatz, der (придаточное предложение цели): ein Nebensatz, der den Zweck (der Zweck – цель) einer Handlung angibt.

Er wird durch die Konjunktion **damit** (чтобы, для того чтобы) eingeleitet.

Wir brauchen gesunde Wälder, damit die Luft sauber ist.

Finites Verb, die konjugierte (konjugieren – спрягать) Form des Verbs (спрягаемая форма глагола):

berichten – ich berichte, du berichtest, er berichtet,...

Bei komplexen Verbformen besteht das finite Verb aus der Personalform des Hilfsverbs und dem Infinitiv oder Partizip II des Vollverbs:

Er hat viel erzählt. Er ist spät gekommen. Er wird später kommen. Das Buch wird gelesen. Die Ware ist verkauft.

Fragewort, das (вопросительное слово):

– ein Pronomen (Interrogativpronomen – вопросительное местоимение) – **wer?, was?, wem?, welcher?, was für ein?** oder

– ein Adverb (interrogative Adverbien – вопросительные наречия) – **wo?, wann?, wie?, warum?, weshalb?** sowie

– Pronominaladverbien (местоименные наречия) – **wodurch?, womit?, wofür?, wovon?, worauf?,...**

Wem gehört der Koffer?

Wie entwickelt sich die Industrie?

Wofür interessieren Sie sich?

Fragesatz, der (вопросительное предложение): eine Satzart, mit dem man Fragen stellt.

Man unterscheidet 2 Typen:

– mit einem Fragewort (das Verb steht nach dem Fragewort);

Wo liegt Österreich?

– ohne Fragewort (das Verb steht an der ersten Stelle);

Liegt Deutschland in Mitteleuropa?

Fugenelement, das (соединительный элемент): eine besondere Endung, die dem ersten Teil einer Zusammensetzung angefügt wird (anfügen – присоединять):

Tageslicht, Sonnenschein.

Manchmal können Fugenelemente auf grammatische Endungen (Genitiv Singular; Plural) zurückgeführt werden. In vielen Fällen ist dies aber nicht möglich.

Futur(um), das (глагольная форма для выражения будущего времени): deutsch «Zukunft», eine der Zeitformen des Verbs, die auf die Zukunft verweist. Die Form wird mit **werden** + Infinitiv gebildet.

Die Messe wird in einigen Tagen stattfinden.

Für die Zukunft kann im Deutschen gleichermaßen das sogenannte futurische Präsens, häufig zusammen mit einem Zeitadverbial (z. B. **morgen**), gebraucht werden.

Die Messe findet in **einigen Tagen** statt. Er fährt **morgen** nach Hause. Diese Verbform kann auch modale Bedeutung (Vermutung) ausdrücken.

Er wird wohl gar nicht kommen. – Он, вероятно, вовсе не придет.

G

Gegenwart, die (настоящее время): Präsens:
ich frage, du fragst, er/sie/es fragt.

Genitiv, der (родительный падеж): zeigt Besitz und Zugehörigkeit an und antwortet auf die Frage **Wessen?**

Die Reisetasche des Fahrgastes ist in der Gepäckaufbewahrung.

Genus, das (грамматический род существительного) (grammatisches Geschlecht): Jedes Substantiv hat ein Genus, das durch den Artikel der, die, das angezeigt wird:

der Mann, die Grenze, das Land.

Das Genus wird auch von den Personalpronomen angezeigt: **er, sie, es.**

Grundform, die (основная форма): die Form, in der ein Wort im Wörterbuch steht.

Beim Verb-der Infinitiv: bedeuten, verstehen, wissen, helfen,...

Beim Substantiv – der Nominativ Singular: das Land, die Lage, der Staat, die Gesellschaft, ...

Beim Adjektiv – die nicht deklinierte Form: wichtig, groß, modern, billig, ...

Grundzahl, die (количественное числительное): die Grundformen der Zahlen **eins, zwei, drei, vier, hundert, tausend, ...**

Vergleiche dazu die Ordnungszahlen (порядковые числительные): der erste, zweite, dritte, hundertste, tausendste, ...

H

Hauptsatz, der (главное предложение): der Teil eines Satzgefüges, dem ein oder mehrere Nebensätze untergeordnet sind (untergeordnet sein – подчиняться).

Ich habe gehört, daß er bereits abgereist ist.

Wenn es nicht zu viele Messebesucher gibt, bleiben wir noch länger an diesem Stand.

Nachdem er von seiner Reise zurückgekehrt war, teilte er mir mit, daß er im nächsten **Monat wieder** verreisen muß.

Hilfsverben (вспомогательные глаголы): die Verben **haben, sein, werden** in den zusammengesetzten Formen Perfekt, Plusquamperfekt Aktiv (**haben, sein**), Futur(um) Aktiv (**werden**) und allen Formen des Passivs (**werden**):

Ich habe verstanden. Er ist geblieben. Sie wird morgen kommen. Der Werkstoff wird bearbeitet.

I

Imperativ, der (повелительное наклонение): dient zum Auffordern, d. h. zum Befehlen, zum Bitten, Wünschen usw.:

Gib mir bitte das Buch! (die 2. *Person Singular*) Sprecht bitte nicht so laut! (die 2. *Person Plural*) Kommen Sie bitte mit! (*Höflichkeitsform*)

Imperfekt, das (простая глагольная форма прошедшего времени):
Synonym für «Präteritum», Zeitform des Verbs für die Vergangenheit:

berichtete, lag, zeigte, begann,....

Indefinitpronomen (неопределенные местоимения): geben eine unbestimmte Menge, Anzahl, Größe usw. an:

alle, viele, wenige, manche, einige, nichts, etwas, irgendwer, irgendwas, irgendjemand, jeder, keiner, niemand.

Sie können im Satz die Funktion eines Substantivs erfüllen:

Alle sind gekommen. Viele waren dabei. Einige sind geblieben.... oder als Begleiter von Substantiven stehen:

alle Länder, einige Mitarbeiter, jede Möglichkeit, keine Freunde,...

Indikativ, der (изъявительное наклонение): eine der Aussageweisen (die Aussageweise – наклонение) in der Konjugation der Verben, die ausdrückt, daß etwas so ist:

Der Maschinenbau ist der älteste Zweig der Technik. Indirekte Rede (косвенная речь): die Wiedergabe von etwas Gesagten in indirekter Form. In der Schriftsprache ist der Konjunktiv die übliche Form der indirekten Rede.

Er sagt, daß er heute zur Geräteausstellung gehe. Er sagt, er habe viele Ausstellungsstände besichtigt.

Dagegen die direkte Rede:

Er sagt: «Ich habe viele Ausstellungsstände besichtigt».

Infinitiv, der (неопределенная форма глагола): Grundform des Verbs, die im Wörterbuch steht:

beginnen, lesen, erzählen,...

Der Infinitiv wird gebraucht:

– zur Bildung des Futur(um)s:

Er wird kommen.

– mit den Modalverben **dürfen, können, mögen/möchten, müssen, sollen, wollen**

– als einfacher Infinitiv mit **zu**

Er scheint zu verstehen.

– als erweiterter Infinitiv mit **zu** in Infinitivkonstruktionen:

Er versucht, eine richtige Lösung zu finden. Um sichere Entscheidungen zu treffen, muß man über ein umfassendes Wissen verfügen.

Intransitive Verben (непереходные глаголы): Verben, die kein Akkusativobjekt bei sich haben, d. h. Verben, deren Objekt in einem anderen Kasus als dem Akkusativ steht oder deren Objekt von einer Präposition eingeleitet, wird oder Verben, die gar kein Objekt bei sich haben: gehören, bleiben, sprechen, sorgen,...

Er bleibt zu Hause.

Die Firma nimmt an der Messe teil.

K

Kasus, der (падеж): bei der Deklination von Artikeln, Substantiven, Adjektiven, Pronomen. Es gibt im Deutschen vier Kasus:

<i>Nominativ</i>	<i>Wer? Was?</i>	der Staat	die Stadt	das Land
<i>Genitiv</i>	<i>Wessen?</i>	des Staates	der Stadt	des Landes
<i>Dativ</i>	<i>Wem?</i>	dem Staat	der Stadt	dem Land
<i>Akkusativ</i>	<i>Wen? Was?</i>	den Staat	die Stadt	das Land

Kausalsatz, der (придаточное предложение причины): ein Nebensatz, der mit den Konjunktionen **da** oder **weil** (так как, потому что) eingeleitet wird:
Da die Luft verunreinigt ist, sterben die Wälder.

Man muß über Umweltprobleme diskutieren, weil sie aktuell sind.

Komparativ, der (сравнительная степень): eine der Steigerungsstufen der Adjektive und Adverbien: größer, mehr, schöner,...

Konditionalsatz, der (условное придаточное предложение): deutsch «Bedingungssatz»; ein Nebensatz, der mit **wenn** oder **falls** eingeleitet wird.

Wir kaufen den Messekatalog, wenn er Angaben über alle Exponate enthält.
Falls die Firma zuverlässig ist, schließen wir mit ihr einen Kaufvertrag ab.

Konjugation, die (спряжение): die Beugung der Verben. Im Prädikat erscheinen die Verben in konjugierter Form:

ich erkläre – du erklärst – ich habe erklärt – du wirst erklären, die Regel wird erklärt.

In der Konjugation wird beim Verb folgendes angegeben:

a) Person und Numerus (Singular/Plural):

ich komme, du kommst, er/sie/es kommt, wir kommen, ihr kommt, sie kommen

b) Modus (залог):

– Wirklichkeit im Indikativ: er kommt – sie kommen;

– Möglichkeit, Wunsch im Konjunktiv I (real): er komme;

– Nicht-Wirklichkeit im Konjunktiv II (irreal): er käme, er würde kommen;

– Aufforderung im Imperativ: komm! kommt! kommen Sie!

c) Tempus (Zeitformen):

- Präsens (Gegenwart): er kommt, er erklärt;
- Präteritum (einfache Vergangenheit): er kam, er erklärte;
- Perfekt (zusammengesetzte Zeitform für die Vergangenheit): er ist gekommen, er hat erklärt;
- Plusquamperfekt (zusammengesetzte Zeitform zum Ausdruck der Vorvergangenheit): er war gekommen, er hatte erklärt;
- Futur(um) I (wird zum Ausdruck der Zukunft und der Modalität gebraucht): er wird kommen, er wird erklären;
- Futur(um) II (wird zum Ausdruck der Vorzeitigkeit in der Zukunft und zum Ausdruck der Modalität gebraucht): er wird gekommen sein, er wird erklärt haben.

d) Handlungsart:

- Aktiv: Er erklärt die Regel;
- Passiv: Die Regel wird (von ihm) erklärt.

Konjunktion, die (союз): deutsch «Bindewort»; verbindet Sätze und Teile von Sätzen miteinander. Man unterscheidet zwei Gruppen von Konjunktionen:

- nebenordnende Konjunktionen (сочинительные союзы),

darunter einfache: **und, aber, oder, denn, ...**

und Doppelkonjunktionen: **sowohl... als auch, entweder... oder, nicht nur... sondern auch, weder... noch,...**

- *unterordnende Konjunktionen* (подчинительные союзы): **daß, ob, weil, nachdem, wenn,...**

Konjunktiv, der (конъюнктив): Aussageweise des Verbs, die die Möglichkeit und Wünschbarkeit (Konjunktiv I, real) oder die Nicht-Wirklichkeit (Konjunktiv II, unreal) ausdrückt

- Konjunktiv I (real):

Man erfülle diese Anweisungen! – Следует выполнять эти инструкции!

Möge er nicht so lange sprechen! – Пусть бы он не говорил так долго!

- Konjunktiv II (unreal):

Ich käme gern mit!

Ich hätte ihm gern geholfen!

M

Maskulinum, das (мужской род): ein Genus (grammatisches Geschlecht), gekennzeichnet durch den Artikel der und das Personalpronomen er; stimmt nicht immer mit dem natürlichen Geschlecht überein:

der Mensch, der Staat, der Tisch,...

Modalsatz, der (придаточное предложение образа действия): ein Nebensatz, **der** mit den Konjunktionen **indem**, **ohne daß** eingeleitet wird:
Indem er mir hilft, lernt er selbst etwas dazu.

Modalverben (модальные глаголы): **dürfen** (мочь, смочь, иметь право), **können** (иметь возможность, мочь), **sollen** (быть должным), **müssen** (быть должным), **wollen** (хотеть), **mögen/möchten** (желать, хотеть).

Sie drücken nicht die Handlung selbst, sondern die Einstellung des Sprechers zu einer bestimmten Handlung aus.

Modus, der (наклонение): Aussageweise; Einschätzungen der Handlung (des Geschehens) als wirklich, möglich, wünschbar, nicht wirklich, Man unterscheidet folgende Modi:

– Indikativ (Wirklichkeitsform):

er kommt, sie kommen – Konjunktiv (Möglichkeitsform, real und unreal);
er komme! er käme, er würde kommen

– Imperativ (Befehlsform, Wunschform):

komm! kommt! kommen Sie!

N

Nebensatz, der (придаточное предложение): Nebensätze hängen von einem Hauptsatz ab. Sie nehmen die Stelle eines Satzgliedes ein und werden vom Hauptsatz durch Komma getrennt:

Er erzählt seinen Lebenslauf. Er erzählt, welche Fächer er an der Universität studiert.

Neutrum, das (средний род): sächliches Geschlecht im grammatischen Sinne, gekennzeichnet durch den Artikel **das** und das Personalpronomen **es**:
das Kind, das Haus, das Land, ...

Nominativ, der (именительный падеж): antwortet auf die Fragen **Wer?** oder **Was?:**

der Student, der Staat, das Land, ein Auto, eine Anlage, ...

Der Nominativ ist die Grundform, in der alle Substantive im Wörterbuch stehen, Im Nominativ steht das Subjekt eines Satzes:

Das Land ist reich an Bodenschätzen.

Die Reise dauerte zwei Wochen.

Numerale, das (числительное): Zahlwort; man unterscheidet zwei Hauptgruppen:

– Grundzahlen: eins, zwei, drei, hundert, tausend, Million, ...

– Ordnungszahlen; sie werden dekliniert: der fünfte Dezember, den dritten Teilnehmer, am fünften Mai, ...

Numerus, der (число): deutsch «Zahl», die Bezeichnung für Singular und Plural. Es gibt:

- Numerus in der Deklination;
- Numerus in der Konjugation.

Der Numerus des Subjekts bestimmt den Numerus der Verbform.

O

Objekt, das (дополнение): je nach Verb sind verschiedene Objekte möglich. Sie werden durch einen Kasus oder eine Präposition bestimmt.

Es regnet (*kein Objekt*).

Er lernt eine Fremdsprache (*Akkusativobjekt*).

Er hilft seinem Freund (*Dativobjekt*).

Er gibt seinem Freund ein Buch (*Dativobjekt + Akkusativobjekt*).

Er bereitet sich auf den Unterricht vor (*präpositionales Objekt*).

Er bringt das Buch für seinen Freund (*Akkusativobjekt + präpositionales Objekt*).

Objektsatz, der (придаточное дополнительное предложение): ein Nebensatz, der mit den Konjunktionen **daß**, **ob**, **wo**, **wann**, **wofür**, **woran**, ... eingeleitet wird.

Ich weiß, daß er heute abreist. Wir wissen nicht, ob er kommt. Ich weiß nicht, woran er jetzt arbeitet.

Ordnungszahlen (порядковые числительные): ordnende Zahlen, die eine Reihung herstellen:

erste, zweite, dritte, hundertste, tausendste, ...

Ordnungszahlen werden wie Adjektive dekliniert:

Heute ist der zehnte November. Heute haben wir den zehnten November.

Von den Ordnungszahlen sind die Zahladverbien erstens, zweitens, drittens, ... und die Bruchzahlen drittel, viertel, zehntel, hundertstel, ... abgeleitet.

P

Partizip, das (причастие): steht grammatisch «zwischen» Verb und Adjektiv, d. h. besitzt Merkmale eines Verbs und eines Adjektivs.

Es handelt sich dabei um zwei Formen des Verbs:

1 – das Partizip I (Partizip der Gegenwart), gebildet mit den Infinitivformen des Verbs mit -d:

schreibend, kommend, entsprechend, hinweisend, ...

wird gebraucht:

- wie ein Adjektiv: das entsprechende Programm;
- in einem Partizipialsatz.

Auf die Vorteile der neuen Maschine hinweisend, sprach der Konstrukteur über die Zweckmäßigkeit ihrer schnelleren Serienfertigung.

2. – das Partizip II (Partizip der Vergangenheit, eine der Stammformen des Verbs):

bei schwachen Verben – gemacht, verwirklicht, aufgebaut, ...;

bei starken Verben – geschrieben, verglichen, eingegeben, ...;

wird gebraucht:

– in zusammengesetzten Verbformen:

wir sind gekommen, wir haben gelesen, die Aufgabe wird gelöst...

– wie ein Adjektiv:

die gelöste Aufgabe, **das** ausgearbeitete Programm

– in Partizipialsätzen:

Nach Hause zurückgekehrt, erzählte er viel Interessantes von seiner Reise.

Passiv, das (страдательный залог) die sogenannte «Leideform» des Verbs; ein Gegensatz zum Aktiv. Man unterscheidet zwei Typen:

1. das Vorgangspassiv, auch «werden-Passiv» genannt; der Vorgang wird betont:

Das Gerät wird (vom Werk) geliefert (*Präsens Passiv*).

Das Gerät wurde geliefert (*Präteritum Passiv*).

Das Gerät ist geliefert worden (*Perfekt Passiv*).

Das Gerät war geliefert worden (*Plusquamperfekt Passiv*).

Das Gerät wird geliefert werden (*Futur(um)Passiv*).

Das Gerät kann geliefert werden (*Passiv mit Modalverben*).

2. das Zustandspassiv, auch «sein-Passiv» genannt; der erreichte Zustand, das Resultat wird betont:

Das Gerät ist (vom Werk) geliefert. Man spricht auch von einem unpersönlichen Passiv, wenn der Täter nicht bekannt ist.

Es wird fleißig gearbeitet.

Perfekt, das (сложная глагольная форма для выражения прошедшего времени): die zusammengesetzte Zeitform zum Ausdruck der Vergangenheit in der gesprochenen Sprache, in Fragen und Antworten und kurzen Mitteilungen; sie wird mit sein oder haben im Präsens und dem Partizip II des Hauptverbs gebildet:

ich bin gekommen, ich habe gelesen...

Person, die (лицо): Bestandteil der Verbform, der die Person ausdrückt; in der Grammatik unterscheidet man drei Personen – den Sprecher (*Ich*), den

Angesprochenen (du, *Sie*), den, über den gesprochen wird (er), alle drei kommen im Singular und Plural vor:

1. Person Singular	ich lese	1. Person Plural	<i>wir</i> lesen
2. Person Singular	<i>du</i> liest	2. Person Plural	<i>ihr</i> lest
3. Person Singular	<i>er/sie/es</i> liest	3. Person Plural	<i>sie</i> lesen

Nach Substantiven stehen die Verben immer in der dritten Person.

Der Student/er liest. Das Heft/es liegt auf dem Tisch. Die Tafel/sie ist sauber. Die Studenten/sie lesen.

Personalpronomen, das (личное местоимение): Personalpronomen zeigen an, wer spricht oder schreibt (ich, wir), an wen man sich wendet (du, *ihr. Sie*) und über wen oder was gesprochen wird.

Die Personalpronomen werden dekliniert:

	Singular	Plural	Höflichkeitsform
<i>Nominativ</i>	ich du er sie es	wir ihr sie uns euch	Sie
<i>Dativ</i>	mir dir ihm ihr ihm	ihnen uns euch sie	Ihnen
<i>Akkusativ</i>	mich dich ihn sie es		Sie

Die Personalpronomen werden im Genitiv nicht gebraucht.

Plusquamperfekt, das (сложная глагольная форма для выражения предшествования в прошедшем времени):

die zusammengesetzte Zeitform zum Ausdruck der Vorvergangenheit; sie wird mit **haben** oder **sein** im Präteritum und dem Partizip II des Hauptverbs gebildet und hauptsächlich in Satzgefügen zum Ausdruck der Vorzeitigkeit gegenüber dem Präteritum oder Perfekt gebraucht.

Nachdem wir ausgestiegen waren, fuhr der Bus weiter.

Possessivpronomen, das (притяжательное местоимение): es drückt Besitz und Zugehörigkeit aus:

mein Lehrbuch, dein Koffer, seine Reisetasche, ihre Eltern, ...

Die Possessivpronomen werden im Singular wie der unbestimmte Artikel **und im** Plural wie der bestimmte Artikel dekliniert.

Zu jedem Personalpronomen gibt es ein Possessivpronomen:

		<i>Personalpronomen</i>	<i>Possessivpronomen</i>
1. Person	Sg.	ich	mein
	Pl.	wir	unser
2. Person	Sg.	du	dein
	Pl.	ihr	euer
3. Person	Sg.	er	sein
		sie	ihr.
		es	sein
	Pl.	sie	ihr
Höflichkeitsform		Sie	Ihr

Präposition, die (предлог): Die meisten Präpositionen fordern einen bestimmten Kasus des folgenden Satzgliedes.

Akkusativ – durch, für, ohne, um, gegen, wider, bis, entlang:

durch den Wald, für den Freund, um das Haus, die Straße entlang, ohne dich,...

Dativ – mit, nach, aus, zu, von, bei, gegenüber, außer, seit, entgegen:

mit dem Zug, aus dem Haus, außer mir, seit einigen Wochen, bei deiner Schwester,...

Dativ (auf die Fragen Wo? Wann?) und Akkusativ (auf die Frage Wohin?) – in, an, auf, über, unter, vor, hinter, zwischen, neben:

Der Schrank steht (*Wo?*) an der Wand. Ich stelle den Schrank (*Wohin?*) an die Wand.

Genitiv – während, wegen, statt, infolge, trotz u.a.:

während der Pause, wegen des schlechten Wetters, trotz der Schwierigkeiten, ...

Präsens, das (настоящее время глагола): deutsch «Gegenwart», eine der Zeitformen des Verbs:

Deutschland liegt in Westeuropa. Das Präsens wird genauso wie das Futur(um) für die Zukunft gebraucht.

Er kommt morgen. Bei der Konjugation hat das Präsens folgende Endungen.

Pronomen, das (местоимение): Man unterscheidet folgende Gruppen von Pronomen:

- Personalpronomen **ich, du, er/sie/es, wir, ihr, sie, Sie**
- Demonstrativpronomen **dieser, jener, solcher; derjenige, der, ...**
- Interrogativpronomen **wo, wer, was, wessen, wem, welcher, ...**
- Indefinitpronomen **viele, alle, manche, einige, jeder, irgendein,**
- Possessivpronomen **mein, dein, sein, ihr, unser, euer, ihr, Ihr**
- Reflexivpronomen **sich**
- Relativpronomen **der, die, das, welcher, welche, welches**

R

Reflexives Verb (возвратный глагол) Eine Reihe von Verben drückt aus, daß sich die Handlung nur auf die handelnde Person bezieht. Diese Verben werden von dem Reflexivpronomen **sich** begleitet:

Er interessiert sich für Technik. Ich freue mich auf die Reise.

S

Satzarten (типы предложений): So nennt man grammatische Formen von Sätzen. Es gibt die folgenden Satzarten:

1. Aussagesätze (простые повествовательные предложения) :

Die Industrie hat sich in den letzten Jahren besonders stark entwickelt.

2. Aufforderungssätze (повелительные предложения) : Lesen Sie diesen Text!

3. Fragesätze (вопросительные предложения):

a) mit Fragewort:

Wann beginnt der Unterricht?

b) ohne Fragewort:

Beginnt der Unterricht um 8 Uhr?

Singular, der (единственное число):

der Tag, die Nacht, das Jahr;

ich schreibe, du schreibst, er/sie/es schreibt.

Stamm, der (основа): der wichtigste Teil eines Wortes, der die Hauptbedeutung trägt: fragen – fragte – gefragt, die Frage, befragen, der Befragte,...

Subjekt, das (подлежащее) in jedem vollständigen Satz gibt es zwei wichtigste Satzglieder – ein Subjekt und ein Prädikat. Das Subjekt steht immer im Nominativ und antwortet auf die Fragen **Wer? Was?:**

Das Telefon klingelt. – Was klingelt?: das Telefon

Der Lehrer erklärt die Regel. – Wer erklärt die Regel?: der Lehrer

Substantiv, das (существительное): eine der Hauptwortarten:

der Mensch, der Tag, die Pflanze, die Sonne, das Tier, das Heft,...

Substantive werden dekliniert:

Superlativ, das (превосходная степень): die Höchststufe bei der Steigerung des Adjektivs und des Adverbs:

groß – größer – am größten (der/die/das größte).

viel – mehr – am meisten (der/die/das meiste)....

Synonym, das (синоним): Wörter mit der gleichen oder fast gleichen Bedeutung nennt man Synonyme:

schön – hübsch; das Telefon – der Fernsprecher; verstecken – verbergen; das Vorzimmer – die Diele; ...

T

Transitive Verben (переходные глаголы): so heißen die Verben, bei denen ein Akkusativobjekt stehen muß:

Er lernt eine Fremdsprache.

Zu den transitiven gehören Verben wie **haben, bauen, brauchen, schaffen, essen, sehen, hören, erzählen, berichten, bekommen, begrüßen, beweisen, ...**

V

Verb, das (глагол): eine der Hauptwortarten; Verben drücken Handlungen, Vorgänge und Zustände aus; sie werden konjugiert. In der Konjugation werden ausgedrückt:

– Person und Zahl:

ich komme, du kommst, er/sie/es kommt, wir kommen,...

– der Modus (Indikativ, Konjunktiv oder Imperativ):

wir kommen, wir kämen, wir würden kommen; komm früher

– Aktiv oder Passiv:

Das Werk liefert ein Gerät. – Das Gerät wird vom Werk geliefert.

– die verschiedenen Zeiten:

wir kommen, wir fragen; wir kamen, wir fragten,...

Verneinung, die, Negation (отрицание): Man kann im Deutschen mit folgenden Wörtern etwas verneinen:

– **nein** – als negative Antwort auf eine Frage ohne Fragewort:

Hat der Unterricht schon begonnen? – Nein.

– die Negationspartikel **nicht** verneint Satzteile und Sätze:

Der Unterricht hat noch nicht begonnen. **Er** hält Vortrag nicht heute.

– mit **kein** wird ein Substantiv verneint: Ich habe heute keinen Unterricht.

– die Verneinung kann auch mit den Adverbien **nichts, keinesfalls, nie, nirgends**, den Pronomen **niemand, keiner** ausgedrückt werden:

Ich habe das nie (niemals) gehört. Ich habe das nirgends gefunden. Niemand (keiner) kann das erklären. Du darfst das keinesfalls machen!

W

Wortarten (части речи): Man ordnet die Wörter einer Sprache nach Wortarten und unterscheidet dementsprechend die folgenden:

das Substantiv: der Staat, das Haus, der Student, die Wirtschaft, ...

das Adjektiv: groß, wichtig, schön, ...

das Verb: lehren, lernen, sich erholen, fragen, arbeiten, ...

das Adverb: oft, viel, gern, leider, ...

den Artikel: der, die, das, die, ein, eine, ein

das Pronomen: ich, du, mein, dein, dieser, solcher, einige, manche, niemand, ...

das Numerale (das Zahlwort): zwei, neun, dereifte, der zwanzigste, dritte, ...

die Präposition: in, an, mit, durch, von, aus,...

die Konjunktion: und, aber, oder, da, als, nachdem, **daß**, ...

Wortbildung, die (словообразование): Es gibt verschiedene Möglichkeiten, neue Wörter zu bilden.

Man kann mehrere Wörter zu neuen zusammensetzen, dann entsteht eine Zusammensetzung: der Teil + nehmen = teilnehmen; fern + sehen = fernsehen.

Man kann neue Wörter durch Präfixe oder Suffixe ableiten, dann entsteht eine Ableitung

– mit Suffixen: der Lehrer, die Leitung, das Büchlein, das Städtchen, ...

Die Suffixe bestimmen die Wortart und bei Substantiven noch das grammatische Geschlecht.

– mit Präfixen: der Mißerfolg, die Unruhe, einführen, besprechen, ...

– mit Präfixen und Suffixen: die Besprechung, undenkbar, ...

Man kann ein Wort auch in eine andere Wortart verwandeln:

das Lernen einer Fremdsprache (ein *Infinitiv als Substantiv*), ...

Wortstellung, die, die Wortfolge (порядок слов): Die Wörter werden in Sätzen nach bestimmten Regeln geordnet; Wortstellung hängt von der Satzart ab; eine besondere Rolle spielt die Personalform des Verbs:

Im Nebensatz steht die Personalform am Ende:

..., daß wir heute keinen Unterricht haben.

In Hauptsätzen gibt es zwei Stellungen der Personalform:

– **im Aussagesatz an der 2. Stelle:** Er hält morgen seinen Vortrag.

Hier ist auch die Stellung des Subjekts wichtig. Es kann vor der Personalform, d. h. am Anfang des Satzes (**an der 1. Stelle**) stehen – dann geht es um die direkte Wortfolge: Wir haben heute keinen Unterricht;

das Subjekt kann aber auch nach der Personalform (an der 3. Stelle) stehen – **dann** spricht man von **der** indirekten Wortfolge: Heute haben wir keinen Unterricht.

– im Aufforderungssatz an der 1. Stelle: Ergänzen Sie die Sätze!

– im Fragesatz

a) mit Fragewort an der 2. Stelle: Wo liegt Deutschland?

b) ohne Fragewort an der 1. Stelle: Liegt Deutschland in Mitteleuropa?

DIE GRUNDFORMEN DER STARKEN VERBEN

Infinitiv	Präteritum	Partizip II
backen	bak	gebacken
beginnen	begann	begonnen
biegen	bog	gebogen
bieten	bot	geboden
binden	band	gebunden
bitten	bat	gebeten
bleiben	blieb	geblieben
brechen	brach [a:]	gebrochen
brennen	brannte	gebrannt
bringen	brachte	gebracht
denken	dachte	gedacht
dreschen	drosch	gedroschen
dürfen	durfte	gedurft
empfehlen	empfohl	empfohlen
erschrecken	erschrak	erschrocken
essen	aß [a:]	gegessen
fahren	fuhr	gefahren
fallen	fiel	gefallen
fangen	fang	gefangen
finden	fand	gefunden
fliegen	flog	geflogen
fließen	floß	geflossen
frieren	fror	gefroren
geben	gab	gegeben
gehen	ging	gegangen
gelingen	gelang	gelungen
geschehen	geschah	geschehen
gewinnen	gewann	gewonnen
gießen	goß [o]	gegossen
gleich	glich	geglichen
greifen	griff-	gegriffen
haben	hatte	gehabt
halten	hielt	gehalten
hängen	hing	gehangen
heben	hob	gehoben
heißen	hieß	geheißen
helfen	half	geholfen
kennen	kannte	gekant
kommen	kam	gekommen
können	konnte	gekonnt
kriechen	kroch	gekrochen

laden	lud	geladen
lassen	ließ	gelassen
laufen	lief	gelaufen
leiden	litt	gelitten
leihen	lieh	geliehen
lesen	las	gelesen
liegen	lag	gelegen
melken	molk (melkte)	gemolken (gemelkt)
messen	maß [a:]	gemessen
mißlingen	mißlang	mißlungen
mögen	mochte	gemocht
müssen	mußte	gemußt
nehmen	nahm	genommen
raten	riet	geraten
reißen	riß [i]	gerissen
reiten	ritt	geritten
rennen	rannte	gerannt
rufen	rief	gerufen
schaffen	schuf	geschaffen
scheiden	schied	geschieden
scheinen	schien	geschienen
schießen	schoß [o]	geschossen
schlafen	schief	geschlafen
schlagen	schlug	geschlagen
schließen	schloß [o]	geschlossen
schneiden	schnitt	geschnitten
schreiben	schrieb	geschrieben
schreien	schrie	geschrien
schreiten	schrift	geschritten
schweigen	schwie	geschwiegen
schwimmen	schwamm	geschwommen
schwingen	schwang	geschwungen
sehen	sah	gesehen
sein	war	gewesen
senden	sandte (sendete)	gesandt (gesendet)
singen	sang	gesungen
sinken	sank	gesunken
sitzen	saß [a:]	gesessen
sollen	sollte	gesollt
sprechen	sprach [a:]	gesprochen
springen	sprang	gesprungen
stehen	stand	gestanden
steigen	stieg	gestiegen
sterben	starb	gestorben

streichen	strich	gestrichen
streiten	stritt	gestritten
tragen	trug	getragen
treffen	traf	getroffen
treiben	trieb	getrieben
treten	trat	getreten
trinken	trank	getrunken
tun	tat	getan
vergessen	vergaß [a:]	vergessen
verlieren	verlor	verloren
verschwinden	verschwand	verschwunden
verzeihen	verzieh	verziehen
wachsen	wuchs [u:]	gewachsen
waschen	wusch [u:]	gewaschen
weisen	wies	gewiesen
wenden	wandte (wendete)	gewandt (gewendet)
werden	wurde	geworden
werfen	warf	geworfen
wissen	wußte	gewußt
wollen	wollte	gewollt
ziehen	zog	gezogen

WIRTSCHAFTSWÖRTERBUCH

- Abrechnung f – расчет
Abrechnungsgrundlage f – основа оплаты (труда)
Absatz m – сбыт
Abschreibung f – списание со счета, погашение
Abstrich m – вычет (денег), урезка (бюджета), сокращение
Akkumulation f – накопление
Akkumulationsfonds m – фонд накоплений
Akkumulationskraft f – объем накоплений
Akkumulationsquote f – доля (норма) накоплений
Akkumulationsrate f – доля накоплений
akkumulieren – накапливать
aneignen – осваивать
Angebot n – предложение
Anreiz m – заинтересованность, стимул
Antrieb m – стимул, импульс
Arbeit f – работа, труд
Arbeitsertrag m – трудовой доход, продукт труда
aufheben – отменять, ликвидировать
Auftrag m – заказ, поручение
Aufwand m – затраты, издержки
Ausfallzeit f – время простоя
Ausgabenbilanz f – баланс расходов
Ausland n – заграница
Auslastung f – показатель, загрузка
Außenhandel m – внешняя торговля
Ausstattungsgrad m – оснащенность, уровень обеспечения
Auswertung f – оценка
Auswirkung f – действие, влияние, последствие
- Bedarfsdeckung** f – удовлетворение потребности
Bedarfsproduktion f – производство средств потребления
Bedürfnis n – потребность
Beherrschung f – овладение
Beitrag m – взнос, вклад. доля
einen Beitrag zu etw. (D) leisten – внести вклад во что-либо
Berechnung f – вычисление, расчет
Bereich m – сфера, область
Bestand m – уровень, запас, фонд

Betrieb m – завод, предприятие
Betriebsebene f – сфера производства
Betriebsergebnis n – производственный показатель
Betriebsgeschehen n – производственный процесс
Beweglichkeit f – быстрота, подвижность
bewirtschaften – управлять (хозяйством), хозяйствовать
Bezugsbasis f – принцип оплаты, степень сравнения
Bilanz f – баланс
bilanzieren – составлять баланс, балансировать
Bruttoproduktion f – валовая продукция

Daten pl – данные
Datenerfassung f – получение данных
Datenverarbeitung f – обработка данных
Deckung f (des Bedarfs) – удовлетворение потребности
Delegierung f – направление. рекомендация
diskontinuierlich – прерывающийся
Distribution f – распределение
Distributionsfonds m – фонд распределения
Distributionsverhältnisse pl – принципы распределения
drängen (nach) – требовать
Durchbringung f – утверждение
Durchschnittslohn m – средний заработок

Eigentum n – собственность
Eigentümer m – собственник
Eigentumsverhältnisse pl – отношения, определяющие права на собственность
Eigenverbrauch m – личное потребление
Einflußnahme f – влияние
Einkommen n – фонд, доходы
Einsatz m – введение, внедрение, проведение
Einnahmebilanz f – баланс доходов
Einsparung f – экономия, накопление, сбережение
einstellen – прекращать
einwandfrei – точный, безупречный
Einzelhandel m – розничная торговля
Einzelpreis m – розничная цена
Entgelt n – возмещение
Entlohnung f – вознаграждение, оплата, зарплата

Erfahrungsaustausch m – обмен опытом
Erfassen n – понимание, усвоение
Erlös m – выручка, прибыль
erwirtschaften – получить, создать
Erwirtschaftung f – получение
Erzeugnis n – продукт труда, изделие

Fertigprodukt f – готовое изделие
Fertigung f – производство, изготовление, метод
Fertigungstechnik f – технология производства, техника изготовления
Fertigungsverfahren n – производственный метод
Festpreis m – твердая цена
Festsetzung f – установление (цен)
Flexibel – гибкий
Fliessmethode f – поточный метод
Fondsrentabilität f – рентабельность фондов
Fondrentabilitätsrate f – норма рентабельности фондов
Förderanlage f – подъемная установка, конвейер
fördern – стимулировать, ускорять. добывать
Fortschritt m – прогресс
fundieren – обосновывать, вкладывать, подготовить
Fundierung f – обоснование, подготовка
fungieren – действовать, функционировать

Ganzheit f – единое целое
Gebrauchsgüter pl – предметы (товары) широкого потребления
Gebrauchswert m – потребительская стоимость
Geldaufwendung f – денежные расходы (затраты)
Geldeinnahme f – выручка, поступление денег
Geldzuwendung f – денежная затрата
Gemeinschaftsarbeit f – сотрудничество
gesamt – общий, целый, в целом
Gesamtprodukt f – валовой продукт
Gesellschaft f – общество
Gestehungskosten pl – издержки производства, себестоимость
Gewinn m – прибыль, доход
Gleichung f – уравнение
Gliederung f – структура, разделение
global – общий, глобальный
Großserienproduktion f – крупносерийное производство

Grund und Boden – земля, земельное владение
Grund- und Umlaufmittelwirtschaft f – движение основных и оборотных средств

Grundmittel pl – основные средства
Grundproportionen pl – основные пропорции
Grundtyp m – форма, вид
Gut n – товар
Güte f – качество

Halbfertigerzeugnis n – полуфабрикат
Handel m – торговля
Handelskosten pl – торговые расходы
Handeln n – участие. действие
Handelsplanung f – планирование торговли
Handelsspanne f – торговая наценка
herstellen – выпускать, производить
Höchstmaß n – наивысший уровень
Höchststand m – наивысший уровень
Haushalt m – бюджет

Ianspruchnahme f – пользование
Industriezweig m – отрасль промышленности
Informationsbedarf m – потребность в информации
Informationsfassung f – получение информации
Informationsfluß m – поток информации
Informationsspeicherung f – накопление информации
Informationsübertragung f – передача информации
Informationsverarbeitung f – обработка информации
ingangsetzen – использовать, приводить в действие, пустить в ход
inländisch – отечественный
innewohnend – присущий
Instandhaltung f – сохранность, исправность
Investieren – вкладывать, инвестировать
Investition f – капиталовложение
Investitionsmittel pl – вложенные средства, отпущенные средства
Investitionsquote f – доля капиталовложений

Kalkulation f – калькуляция. расчет
Kalkulationselement n – элемент калькуляции
Kapazitätsausnutzung f – использование мощностей

Kauffonds m – фонд покупательской способности
kaufkräftig – кредитоспособный
Kennziffer f – показатель
Kleinserienproduktion f – мелкосерийное производство
Kommunikation f – связь, коммуникация
Konsumgüter pl – товары широкого потребления
konsumieren – потреблять
Konsumtion f – потребление
konsumtionsbezogen – по принципу учета потребляемости
Konsumtionsfonds m – фонд потребления
Konsumtionsmittel pl – средства потребления
kontinuierlich – бесперебойный
Kontinuität f – непрерывность
Kosten pl – расходы, издержки
Kostenaufwand m – издержки
Kostenrechnung f – расчет издержек
Kostenverteilung f – распределение расходов
kraftaufwendig – требующий большой затраты сил
Kraftfahrzeugsteuer f – налог на транспорт

Ladung f – груз
Landesverteidigung f – оборона страны
Landwirtschaft f – сельское хозяйство
langfristig – долгосрочный
Lebensmittelindustrie f – пищевая промышленность
Lebensmittelproduktion f – производство продуктов питания
Lebensmittelverbrauch m – потребление продуктов питания
Lebensstandart m – жизненный уровень
leisten – производить, изготавливать
Leistung f – услуга, достижение
leistungsfähig – производительный, продуктивный
Leistungskraft f – эффективность
Leistungsminderung f – снижение производительности труда
Leistungsverflechtung f – производственная взаимосвязь
Leitung f – руководство, управление
liefern – поставлять
Lieferung f – поставка
Lohnsumme f – зарплата
löschen – выгружать

Manuell – ручной, вручную
Maschinenbau m – машиностроение
Materialverbrauch m – расход материалов
Maximalprofit m – максимальная прибыль
Maximalwert m – максимальная величина
Mehrarbeit f – прибавочный труд, сверхурочная работа
Mehrprodukt n – прибавочный продукт
Mitarbeit f – сотрудничество, участие
mitmachen – участвовать
Missbrauch m – злоупотребление
Nachfrage f – спрос
nachspüren – проследить
Nahrungsmittel n – продукт питания
Nahrungsmittelbedarf m – потребность в продуктах питания
Nahrungsmittelbereitstellung f – изготовление (заготовка) продуктов
 питания
Nettogewicht n – чистый вес
Nettogewinn m – чистый доход, чистая прибыль
Niveau n – уровень
Nutzanwendung f – практическое использование
nutzbringend – эффективный, приносящий пользу
Nutzeffekt m – эффективность
Nutzeffektberechnung f – расчет эффективности
Nutzkoeffizient m – коэффициент полезного действия
Notbehelf m – крайнее средство, временная мера
Normung f – нормирование, стандартизация

Operativ – оперативный
Ordnung f – порядок

Partnerschaft f – содружество
Perfektion f – завершение
planmäßig – планомерный
Planpreis m – запланированная цена
Planung f – планирование
Planwidrigkeit f – нарушение плана
Potenz f – потенциал
Prämienfondsberechnung f – подсчет премиального фонда
Preis m – цена, стоимость
Preisbildung f – ценообразование

Preisfestigung f – установление цен
 Preispolitik f – ценовая политика
 Preisrelation f – соотношение цен
 Primärerfassung f – первичное получение
 Privateigentum n – частная собственность
 Produktion f – производство
 Produktionsablauf m – производственный процесс
 Produktionsanlage f – производственная установка
 Produktionsanlagefonds m – производственный фонд основных средств
 производства
 Produktionsanstieg m – рост производства
 Produktionsberatung f – производственное совещание
 Produktionserfahrung f – производственный опыт
 Produktionsergebnisse pl – производственные показатели
 Produktionsfläche f – производственная площадь, сфера деятельности
 Produktionsfondsabgabe f – производственная фондоотдача
 Produktionsfondsabgaberate f – норма фондоотдачи
 Produktionskapazität f – производственная мощность
 Produktionskomplex m – производственный комплекс
 Produktionskosten pl – производственные издержки
 Produktionskräfte pl – производственные силы
 Produktionsmittel pl – средства производства
 Produktionsverfahren n – производственный метод
 Produktionsverhältnisse pl – производственные отношения
 Produktionsumlauffond m – оборотный фонд производства
 Produktionszweig m – отрасль производства
 Produktivkraft f – производительность
 Profit m – прибыль
 Pro-Kopf-Produktion f – производство на душу населения

Qualität f – качество
Quantum n – количество, масса
Quote f – квота, доля, норма

Rate f – норма, доля
Rechtsverhältnisse pl – правовые отношения
zum Regelfall machen – сделать обязательным
Regelung f – регулирование. упорядочение
reibungslos – беспрепятственно
Reineinkommen n – чистая прибыль, доход

Relation f – соотношение
Reproduktion f – воспроизводство
Reproduktionsprozess m – процесс воспроизводства
Rohstoff m – сырье
routinmäßig – устаревший

Schichtenkoeffizient m – коэффициент сменного использования рабочей

СИЛЫ

Schlüsselstellung f – ключевая позиция
Schwachstellenforschung f – исследование недостатков
Schwerpunkt m – основное внимание, центр тяжести
Schwerpunktaufgabe f – основная задача
Selbstkosten pl – себестоимость
Selbstkostenvolumen n – объем себестоимости
Spareinlage f – денежный вклад
Spontanität f – стихийность, спонтанность
Staatsausgaben pl – государственные затраты
Staatshaushalt m – государственный бюджет
Stagnation f – застой, стагнация
Stand m – уровень
Stellgröße f – норматив, стандарт
steuern – управлять, руководить
Steuerung f – управление
Steuerveranlagung f – распределение налогов
Störeeinfluß m – помеха
Stufenleiter f – шкала, масштаб, размер

Taktverfahren n – поточный метод
Tragweite f – значение, важность
Transportkosten pl – транспортные издержки
Treibstoff m – горючее
Treibstoffverbrauch m – расход горючего

Übereinstimmung f – соответствие
Überlegenheit f – превосходство, преимущество
Umbewertung f – переоценка, пересмотр
Umlauf m – оборот
Umlaufmittel pl – оборотные средства
Umsatz m – оборот
Umwälzung f – переворот, преобразование

unentgeltlich – бесплатно, безвозмездно

Unternehmer m – предприниматель

Unzulänglichkeit f – недостаточность

Variable f – переменная (величина)

verarbeiten – перерабатывать

verarbeitende Industrie – обрабатывающая промышленность

Verbrauch m – потребление, расход

Verbrauchsgüter pl – товары широкого потребления

Vereinigung f – объединение, союз

Verflechtung f – межотраслевая связь

Verflechtungsbilanz f – межотраслевой баланс

Verflechtungsbilanzierung f – составление межотраслевого баланса

Vergütung f – вознаграждение, повышение

Verhalten n – процесс, отношение

Verkaufskapazität f – отъем торговли

Verlust m – потеря, убыток

Verschleiß m – амортизация

Versicherungsgebühr f – страхование, оплата страховки

Verteilung f – распределение, размещение

vielfältig – разнообразный

vollwertig – полноценный

Volumen n – объем

Vorhaben n – замысел, план

Vorkalkulation f – предварительная калькуляция

Vorzugsbedingung f – льготное условие

Wachstumspotenz f – возможности роста

Warenfonds m – фонд товарного потребления

Warenproduktion f – товарное производство

Warenproduzent m – товаропроизводитель

Warenumsatz m – товарооборот

Wartezeit f – простой, время ожидания

Wechselwirkung f – взаимодействие

Weltanschauung f – мировоззрение

Werdegang m – ход развития, становление

Wert m – цена, стоимость

wertbildend – образующий стоимость

Wertbildungsprozess m – процесс ценообразования

Wertgröße f – величина стоимости

Wertgesetz n – закон стоимости
Wertrechnung f – расчет стоимости
Wirkungsgrad – эффективность
Wirtschaftler m – экономист
wirtschaften – руководить, хозяйствовать
Wirtschaftswissenschaft f – экономическая наука, экономика
Wirtschaftsvertrag m – экономический договор
Wirtschaftszweig m – отрасль экономики
Wohlstand m – благосостояние

Zahlungsbilanz f – платежный баланс
Zeiteinheit f – единица времени
Zins m – процент
Zirkulation f – обращение
Zuführung f – дополнение, увеличение, прибавление
Zunahme f – прирост, увеличение
Zuordnung f – подчинение
Zusammenarbeit f – сотрудничество
Zusammenhang m – связь, взаимосвязь
Zurverfügungstellung f – предоставление
Zuwachs m – прирост, увеличение
Zweig m – отрасль

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Укрепление международных отношений, значительный по объему двусторонний поток профессиональной информации свидетельствуют о необходимости повышения качества обучения иностранному языку в учреждениях высшего профессионального образования.

Пособие содержит материал для контроля уровня сформированности различных видов речевой коммуникации у студентов. Тематический материал учебного пособия связан единой профессионально-направленной тематикой экономической направленности, что делает его актуальным для студентов, обучающихся по направлениям подготовки 38.03.01 «Экономика», 38.03.02 «Менеджмент», 38.03.03 «Управление персоналом», магистрантов и аспирантов указанных направлений подготовки.

Использование настоящего пособия диктуется целями и задачами современного обучения иностранному языку, а именно – формирование навыка профессиональной готовности на иностранном языке. В пособии представлен тестовый материал с целью подготовить студентов к пониманию оригинальной литературы по направлению подготовки, а также проверить навыки самостоятельного перевода с немецкого языка на русский, аннотирования иноязычного текста и написания делового письма.

Краткий грамматический справочник немецкого языка содержит материал, необходимый для подготовки к выполнению тестовых заданий.

Использование терминологического немецко-русского словаря, представленного в пособии, позволяет снять языковые трудности при работе с аутентичными немецкими текстами по экономической тематике.

Методические указания к зачету и экзамену по немецкому языку содержат рекомендации по подготовке к указанным видам текущего и итогового контроля.

Содержание представленного пособия направлено на развитие логического мышления, способствует установлению междисциплинарных связей, раскрытию взаимосвязи языка и культуры, повышению языковой культуры студента. Ориентировано на расширение научного, экономического, лингвистического кругозора студента; повышение его конкурентоспособности на российском и международном рынке труда. Текстовый материал пособия носит профильный характер и способствует формированию профессиональной мотивации будущего специалиста в сфере экономики и менеджмента.

Автор надеется, что предложенное пособие окажет реальную помощь студентам в плане развития языковой компетенции для будущей профессиональной деятельности.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Агабекян, И.П. Немецкий язык для экономистов [Текст] / И.П. Агабекян, П.И. Коваленко. – 4-е изд. – Ростов н/Д: Феникс, 2004. – 416 с. – Серия «Высшее образование».
2. Артемюк, Н.Д. Пособие по экономическому переводу (нем.яз) [Текст] / Н.Д. Артемюк. – М.: НВИ-ТЕЗАУРУС, 1999.
3. Васильева, Г.А. Пособие по немецкому языку (для экономических вузов) [Текст] / Г.А. Васильева, Л.И. Плотникова. – М.: Выс. школа, 1976.
4. Добровольская, В.С. Пособие по переводу научных текстов на немецком языке (Экономика) [Текст] / В.С. Добровольская, В.Л. Карпова, А.П. Шубнякова. – М.: Наука, 1968.
5. Дубовик, Е.И. Немецкий язык. Пособие для студентов вузов экономического профиля [Текст] / Е.И. Дубовик, М.А. Кудревич. – М., «Высшая школа», 1990.
6. Каргина, Е.М. Die Grundlagen der Wirtschaft und des Managements / Основы экономики и менеджмента [Текст]: учеб. пособие по немецкому языку: в 3 ч. / Е.М. Каргина. – Пенза: ПГУАС, 2014. – 152 с.
7. Мамигонова, Т.А. Немецкий язык для делового человека [Текст]: учеб. пособие / Т.А. Мамигонова. – М., 1996.
8. Мелихова, Н.В. Этика и практика делового разговора [Текст]: учеб. пособие по немецкому языку / Н.В. Мелихова. – М.: «НВИ» – «ТЕЗАУРУС», 1999.
9. Савина, Л.П. Немецкий язык для студентов-экономистов [Текст]: учебник для эконом. вузов / Л.П. Савина [и др.] – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Высш. шк., 1985.
10. Пигарёва, Е.П. Beruforientiertes Deutsch: Wirtschaft. Профессиональный немецкий язык (Экономика) [Текст]: учеб. пособие / Е.П. Пигарёва, О.А. Александров. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2011. – 181 с.
11. Тулина, Л.А. Немецкий язык для бакалавров (менеджмент, торговое дело, экономика) [Текст]: учеб. пособие / Л.А. Тулина. – Волгоград: Волгоградский филиал РГТЭУ, 2012. – 141 с.
12. Borchert, M. Geld und Kredit [Text] / M. Borchert. – Oldenbourg, 2003.
13. Falter, M. Die Praxis des Kreditgeschäfts [Text] / M. Falter. – 16. Auflage, Deutscher Sparkassenverlag, 2004.
14. Lopatin, G. Lehrbuch der deutschen Handelssprache im Aussenhandel [Text] / G. Lopatin, L. Lindenbraten. – Wneschtorgisdats, Moskau, 1959.
15. Gestalte die Zukunft. Beruf Ingenieur/in. – Wege, Chancen, Perspektiven. – Arbeitgeberverband Gesamtmetall. – Berlin, 2003.
16. Hagenmüller, K. Der Bankbetrieb, Band II – Aktivgeschäfte und Dienstleistungsgeschäfte [Text] / K. Hagenmüller. – Wiesbaden, 1970.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	3
ВВЕДЕНИЕ.....	5
Teil 1. FACHLEXIK.....	6
A. Synonyme	6
B. Sprachbausteine	11
C. Handelskorrespondenz.....	16
D. Erläuterung einer Grafik.....	24
E. Anzeigen	32
Teil 2. GRAMMATIK	41
A. Deklination	41
B. Verformen.....	45
C. Präpositionen / Adverbien	51
D. Konjunktionen / Pronomen.....	55
E. Sprachbausteine	60
Teil 3. LESEVERSTEHEN	66
A. Geschäftstexte.....	66
Teil 4. SCHRIFTLICHER AUSDRUCK	124
Teil 5. MÜNDLICHE KOMMUNIKATION	129
МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ К ЗАЧЕТУ И ЭКЗАМЕНУ ПО ИНОСТРАННОМУ (НЕМЕЦКОМУ) ЯЗЫКУ	141
EIN KLEINES GRAMMATIKLEXIKON.....	147
DIE GRUNDFORMEN DER STARKEN VERBEN	165
WIRTSCHAFTSWÖRTERBUCH	168
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	178
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	179

Учебное издание

Каргина Елена Михайловна

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК.

СБОРНИК ТЕСТОВЫХ ЗАДАНИЙ ПО НЕМЕЦКОМУ ЯЗЫКУ

Учебное пособие

В авторской редакции

Верстка Т.А. Лильп

Подписано в печать 15.02.15. Формат 60×84/16.

Бумага офисная «Снегурочка». Печать на ризографе.

Усл.печ.л. 10,46. Уч.-изд.л. 11,25. Тираж 80 экз.

Заказ №43.



Издательство ПГУАС.

440028, г. Пенза, ул. Германа Титова, 28.