

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ВГТУ)

З.Е. Фомина, В.И. Чечетка

ДЕЛОВОЙ НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

ДЛЯ ВСЕХ НАПРАВЛЕНИЙ (ПРОГРАММ) МАГИСТРАТУРЫ

Воронеж 2017

УДК 803.0:910(07)

ББК 81.2 Нем: 26.89я7

Ф762

Рецензенты:

*кафедра немецкого языка Воронежского государственного педагогического университета (зав. каф. к.ф.н., доцент Демидкина Е.А.);
В.И. Дружинина, канд. филол. наук, доцент кафедры филологии
Старооскольского (филиала) ФГАОУ ВО «Белгородский государственный
национальный исследовательский университет»*

Фомина, З.Е.

Ф762 Деловой немецкий язык: учебное пособие для всех направлений (программ) магистратуры / З.Е. Фомина, В.И. Чететка. - Воронеж : ВГТУ, 2017. – 180 с.
ISBN 978-5-7731-0551-0

Основная целеполагающая установка пособия состоит в том, чтобы подготовить будущих специалистов к практическому использованию немецкого языка в их профессиональной деятельности. В связи с этим ставятся задачи совершенствования их языковой, речевой, дискурсивной и социокультурной компетенций, а также задача обучения навыкам чтения, перевода, аудирования, говорения на немецком языке в деловой среде. Пособие предусматривает усвоение терминологии, необходимой для успешного ведения переговоров с иностранными партнерами и при переписке, обучение основам риторического мастерства, развитие презентационных умений и др. В пособии представлены аутентичные тексты и разнообразные типы практических упражнений, ролевые игры, вопросы, тесты, креативные задания.

Учебное пособие разработано в соответствии с действующими государственными стандартами и программой по курсу «Деловой иностранный язык». Материал пособия ориентирован на активное усвоение и самостоятельное изучение дисциплины «Деловой иностранный язык» и рассчитан на 144 часа (28 часов аудиторных занятий и 116 часов самостоятельной работы).

Пособие предназначено для магистрантов, изучающих деловой немецкий язык.

*Обложка: Псков Ганзейский (<https://www.google.ru/search?q=Псков+u+Ганза>)
Библиогр.: 62 назв.*

УДК 803.0:910(07)

ББК 81.2нем: 26.89я7

Печатается по решению учебно-методического совета ВГТУ

ISBN 978-5-7731-0551-0

© Фомина З.Е., Чететка В.И., 2017

© ФГБОУ ВО «Воронежский
государственный технический
университет», 2017

ВВЕДЕНИЕ

Данное учебное пособие предназначено для магистрантов, изучающих немецкий язык в высших учебных заведениях.

Целью данного пособия, составленного в соответствии с требованиями ФГОС 3+ поколения и новыми правилами немецкой орфографии, является расширение образовательных возможностей для магистрантов в ходе изучения дисциплин «Иностранный язык делового и профессионального общения (немецкий)», «Иностранный язык делового общения (немецкий)», «Деловая корреспонденция на иностранном языке (немецкий)».

Пособие предлагает учебно-методические материалы, позволяющие развивать иноязычную коммуникативную компетенцию обучающихся в профессиональной сфере общения.

Последовательное изложение материала пособия способствует четкой организации как аудиторной, так и самостоятельной работы магистрантов, направленной на развитие общезыковой и специальной языковой компетенции.

Издание включает 12 параграфов - лекционных разделов с текстами и заданиями к ним, Приложением. Приводится список источников. Учебное пособие рассчитано на 144 часа (28 часов аудиторных занятий и 116 часов самостоятельной работы).

Пособие может быть использовано также для аспирантов и студентов, изучающих «Иностранный язык делового и профессионального общения (немецкий)», «Деловая корреспонденция на иностранном языке (немецкий)».

LEKTION I

Thema: AUFNAHME VON GESCHÄFTSKONTAKTEN

Grammatik: Infinitiv в деловом немецком языке.



Vokabular zum Text

die Firma	}	фирма
das Geschäft		
das Unternehmen		
der Firmeninhaber, -s	}	владелец фирмы
der Unternehmensbesitzer		
unterstellt sein (D)		подчиняться (кому-л.)
besitzen vt.		владеть
leiten vt		руководить
der Geschäftsführer -s,-		коммерческий директор
das Personal, -s		личный состав
der Abteilungsleiter -s, -	}	начальник отдела
Syn. der Abteilungschef		
die Abteilung		отдел, отделение
der Firmenangestellte		служащий фирмы
der Manager, -s, -[mɛnɛdʒɐ]		менеджер
der Produktionsleiter		начальник производственного отдела
der Personalabteilung		отдел кадров
der Verkaufschef		начальник отдела сбыта
der Verkaufsabteilung		отдел сбыта
der Finanzleiter -s, -		начальник финансового отдела
der Lagerverwalter, -s, -		заведующий складом
der Handelsvertreter		представитель торговой фирмы
der Facharbeiter -s, -		специалист
der Programmierer, -s		программист

der Lehrling, -s, e	ученик
der Prokurist, -e, -en	прокурист, доверенный торговой фирмы
der Buchhalter -s, -	бухгалтер
der Sachbearbeiter, -s, -	делопроизводитель
der Kommissionär, -s, e	комиссионер, посредник, торговый агент
der Kontorist -e	} клерки
die Kontoristin -nen	
zuständig sein (für A)	быть компетентным (в чём-л.), заниматься чем-либо, ведать чем-либо
tätig sein	работать (в качестве кого-л.)
berechtigt sein	иметь право (полномочие) (что-л. делать)
der Geschäftsverkehr –s, –	деловые связи
vornehmen vt	проводить (работу), предпринимать (что-л.)
etw. ist j-m vorbehalten	что-л. является преимущественным правом кого-л.

1. Lesen Sie den vorliegenden Text und übersetzen Sie ihn aus dem Deutschen ins Russische.

Die grundsätzliche Struktur und das Personal einer Firma

Eine Firma besitzt einen Firmeninhaber, aber es gibt auch einen Geschäftsführer, der die Firma unmittelbar leitet.

Lernen Sie die grundsätzliche Struktur und das Personal einer Firma kennen. Die Firma besteht aus verschiedenen Abteilungen, an deren Spitze Abteilungsleiter stehen. Die Abteilungsleiter sind dem Geschäftsführer unterstellt. Sie sind für die Angestellten in ihrer eigenen Abteilung verantwortlich.

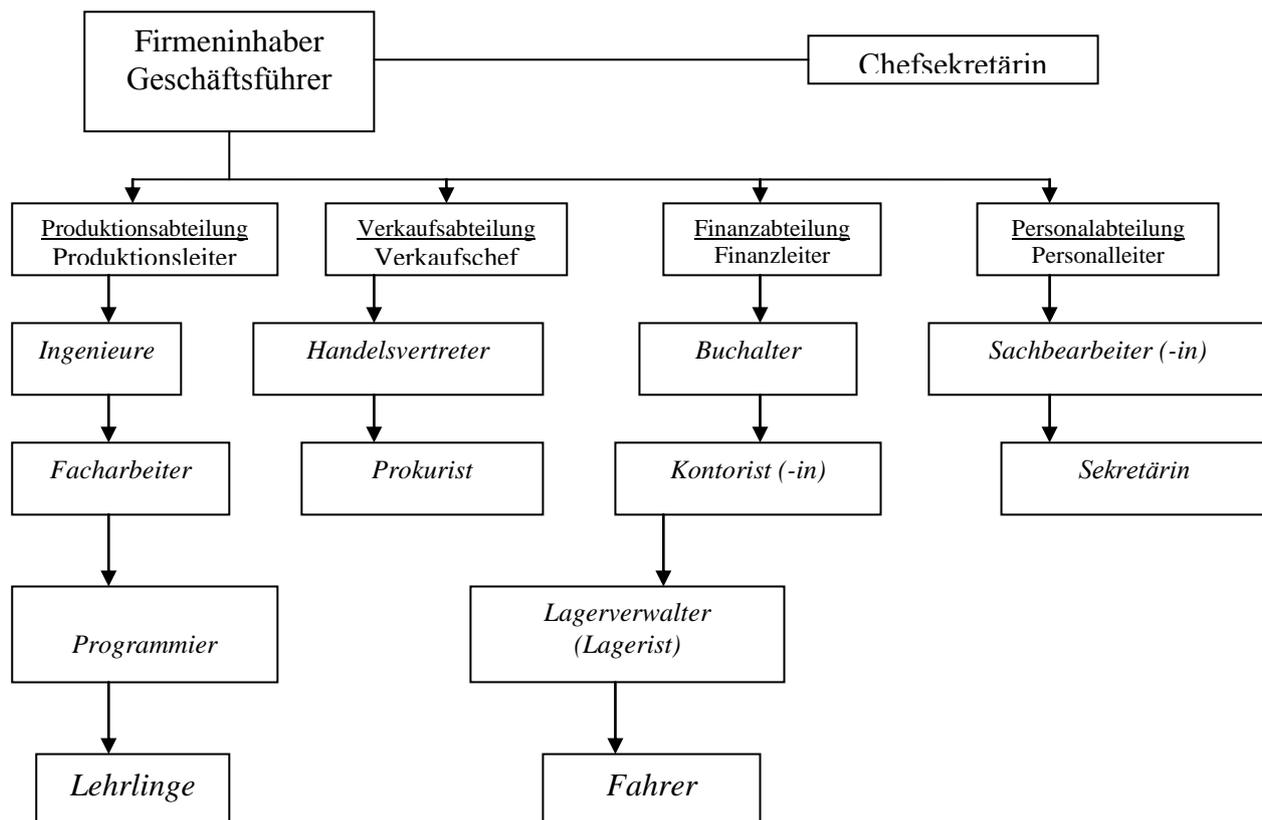
Die Handelsvertreter reisen im Lande und im Ausland umher, um Produkte der Firma zu verkaufen. Der Lagerverwalter kontrolliert alles im Lager.

Der Buchhalter und die Kontoristen arbeiten in der Buchführung und machen die Buchhaltung. Die Chefsekretärin spricht mit Kunden aus dem In- und Ausland, bereitet Termine und Vertragsentwürfe vor, übersetzt und schreibt Geschäftsbriefe, besucht Messen und Ausstellungen. Sie arbeitet auch viel mit dem Computer.

Die Sachbearbeiterinnen sind in jeder Abteilung tätig und für ein bestimmtes Gebiet zuständig.

Der Prokurist ist berechtigt, den gesamten Geschäftsverkehr vorzunehmen, der über den üblichen Rahmen des Geschäfts hinausgeht. Dabei sind alle Rechte dem Inhaber vorbehalten.

Der Firmeninhaber (der Unternehmensbesitzer) heißt Arbeitgeber (работодатель), das gesamte Personal der Firma sind Arbeitnehmer («работовзятели», наемные служащие).



2. FRAGEN und AUFGABEN zum Text.

1. Wieviel Grundabteilungen hat eine Firma?
2. Aus welchen Grundabteilungen besteht eine Firma?
3. Nennen Sie alle Abteilungsleiter.
4. Beschreiben Sie die Funktionen, die von den Abteilungsleitern und Angestellten erfüllt werden.
5. Wenn Sie bei einer Firma arbeiten, erzählen Sie von Ihrer Firma.
6. Finden Sie in den unten angegebenen Wortlisten deutsche und russische Entsprechungen:

- 1) Lagerverwalter
- 2) Geschäftsführer
- 3) Personalleiter
- 4) Sachbearbeiterin
- 5) Ingenieur
- 6) Facharbeiter
- 7) Fahrer
- 8) Vertreter
- 9) Stenotypistin
- 10) Programmierer
- 11) Kontorist
- 12) Lehrling
- 13) Finanzleiter
- 14) Sekretärin

- a) шофёр
- b) квалифицированный рабочий
- c) инженер
- d) коммерческий директор
- e) зав. складом
- f) зав. отделом кадров
- g) делопроизводитель
- h) клерк
- i) ученик
- j) секретарь
- k) зав. отделом финансов
- l) стенографистка
- m) коммивояжер, представитель
- n) программист

Fachliteratur:

1. Fingerhut M. Kommunikation am Arbeitsplatz. Hueber, 2006.
2. Namuth K. Th.Lüthi. Gesprächstraining. Deutsch für den Beruf. Hueber, 2006.
3. David M. Martin. Erfolgreiche Verhandlungstaktiken, Schwierige Situationen perfekt meistern. Falken Verlag, Niedernhausen, 1997, ISBN 3-8068-4971-4
4. Höffgen A. Deutsch lernen für den Beruf. Kommunikation am Arbeitsplatz. Deutsch als Fremdsprache. Hueber, 2006
5. Курс делового немецкого языка для начинающих. Geschäftsdeutsch für Anfänger / Томсон Г.В., Чигашева М.А.,— М.: ООО «ИПЦ «Маска», 2012 — 86 с. ISBN 978-5-91146-791-3
6. Дружинина В.И., Шестакова Л.Б. Диалогическая речь в сфере делового общения: Учеб.-метод. пособ. – Губкин: Изд-во Губкинского института (филиала) МГОУ, 2009. – 53 с.

LEKTION II

Thema: ÄUSSERE FORM DER GESCHÄFTSKONTAKTE

Grammatik: Infinitiv в деловом немецком языке.



Деловое письмо пишется обычно на фирменном бланке и имеет, как правило, следующие составные части:

- 1) Атрибуты бланка письма (der Briefkopf).
- 2) Адрес получателя (das Anschriftsfeld).
- 3) Ссылка (das Bezugszeichen) и дата (das Datum).
- 4) Тема письма (der Betreff).
- 5) Обращение (die Anrede).
- 6) Текст письма (der Briefftext).
- 7) Заключительная форма вежливости (die Schlussformel).
- 8) Подпись (die Unterschrift).
- 9) Приложение (die Anlage).
- 10) Пометка о раздаче копий письма другим лицам (der Verteilervermerk).

1. Атрибуты бланка письма (Briefkopf). К атрибутам бланка письма относятся: наименование фирмы-отправителя (*der Name der Firma*) и

- ✓ *её торговый знак (das Firmenzeichen),*
- ✓ *адрес фирмы (die Postanschrift),*
- ✓ *номер международного телефона,*
- ✓ *телекса, телефакса (die Telefon- Telex- und Faxnummern).*
- ✓ *Иногда указывается абонентский ящик (das Postfach), который арендуется на почте организацией (частым лицом) для своей корреспонденции.*

2. Адрес получателя (Adresse des Empfängers). В адресе официальный титул (*Herrn Rechtsanwalt*) стоит перед учёным званием, которые всегда пишутся сокращённо (*Dr.=Doktor; Dr. Med. = Doktor der Medizin*). Если письмо направляется женщине, то всегда пишется *Frau*, даже в том случае, когда адресат - незамужняя женщина. Если адресованное предприятию письмо должно получить определённое лицо, перед фамилией пишут *z. H.* (*zu Händen Herrn/Frau...* — лично такому-то лицу).

Далее следует адрес, который в противоположность русскому адресу пишется в обратном порядке. После адреса может быть указан характер доставки (печатный материал, бандероль - *Drucksache*, заказное - *Einschreiben*, срочная доставка - *Eilzustellung*, наложенным платежом - *Nachnahme*, до востребования - *Postlagernd*, авиапочтой - *Luftpost*, нарочным - *Eilboten*);

Ниже приводятся варианты написания адреса

а) *частному лицу, мужчине:*

Herrn Rechtsanwalt	- обращение к мужчине, официальный титул
Dr. Hans Müller	- учёное звание, имя, фамилия
Kastanienallee 77	- улица, номер дома
8000 München 80	- почтовый индекс, город, почтовое отделение

б) *частному лицу, женщине:*

Frau	- обращение к женщине
Hilde Köcher	- имя, фамилия
Postlagernd	- до востребования
7000 Stuttgart 1	- почтовый индекс, город, почтовое отделение

в) *письмо на фирму:*

Firma	- фирма
Carl Wagner	- название фирмы
Engelbertstr. 23	- улица, номер дома
6000 Frankfurt 11	- почтовый индекс, город, почтовое отделение

Если известна форма (вид) фирмы, например AG, GmbH или KG, то слово "Firma" опускается, например:

Müller & Meier GmbH или Maschinenbau - AG	
Postfach 8100 ← почтовый ящик → Postfach3105	
6300 Gießen	4850 Krefeld 3

г) *другие варианты:*

Brauer AG	Winter & Cj. KG
z.H. Frau Ilse Schneider	Frau Johanna Merters
Überstraße 62	Rheinstraße 55
6000 Frankfurt 2	5600 Wuppertal 1

В письмах, отправляемых в западные земли Германии, почтовый индекс может быть дополнен индексом *W*, а в восточные земли - индексом *O*., Например:

Herrn
Rolf Scheider
Ganghoferstr. 34
W - 8000 München 12

3. Ссылка и дата (*Bezugszeichen und Datum*). В ответе на письмо немецкой фирме рекомендуется сослаться как на своё предыдущее письмо: *Unser Zeichen* | *Unsere Zeichen* | *Unsere Nachricht vom...*, так и на письмо отправителя: *Ihr Zeiche* | *Ihre Zeichen* | *Ihre Nachricht vom...*

Письма-ответы могут быть отпечатаны на бланке. Ссылки пишутся ниже адреса. Дата отправления письма указывается справа, на уровне ссылки и пишется следующим образом (можно использовать Jan., Feb., Aug., Dez.):

6. September 200...
6. Sept., 200...
6.9.200...

4. Тема письма (*Betreff*). Основной мотив письма выносится в отдельную строку, его пишут отдельно, иногда без заголовка: *Betreff* (или сокращённо *Betr.*) и не подчеркивают.

Например: *Ihre Anfrage* или *Betreff: Ihre Anfrage*.

К другим мотивам письма относятся приглашения (*die Einladung*), реклама (*Werbeangebot*), рекламация (*die Mängelrüge*) и т.д.

5. Обращение (*Anrede*). Стандартное обращение к отдельному лицу (после обращения ставится запятая) формулируется следующим образом:

Sehr geehrter Herr Müller (Herr Direktor, Herr Dr. Müller).

Стандартное обращение к фирмам и организациям начинается со слов:

Sehr geehrte Damen und Herren!

(Обращение *Sehr geehrte Herren* употребляют только тогда, когда точно известно, что женщины в данной организации не работают).

В рекламных письмах употребляются обращения *Sehr geehrter Kunde*, *Sehr geehrte Kundin*. Обращение *Sehr verehrte...* считается устаревшим.

6. Текст письма (*Brieftext*). Если текст состоит из нескольких абзацев, то каждый абзац начинается с новой строки и даётся в край (без отступа, как это принято в русском языке). Но между абзацами обязательно делается пробел (одна пустая строка).

Если письмо занимает больше одной страницы, то в конце каждой страницы становится многоточие, свидетельствующее о продолжение письма.

7. Заключительная форма вежливости (*Schlußformel*). Форма вежливости помещается ниже текста слева. В настоящее время употребляется: *Mit*

freundlichen Grüßen.

К другим возможным вариантам относятся: *Mit freundlichem Gruß, Freundliche Grüße.*

Если партнёр хорошо вам знаком, используют следующие формы: *Mit bestem Gruß, Mit herzlichen Grüßen, herzliche Grüße.*

Ранее используемая формула *Hochachtungsvoll* в настоящее время считается чересчур чопорной и употребляется только в официальных государственных письмах. В факсах и телексах используется сокращение *mfg.*

8. Подпись (Unterschrift). За заключительной формой вежливости следует подпись. Подписывать письмо имеют право владелец фирмы, его законные представители и уполномоченные служащие. Уполномоченный ставит свою подпись под фамилией того, кто дал ему соответствующее поручение. Перед подписью уполномоченного указывается: i.A. (im Auftrag- по поручению), pp-прокурист (доверенный торговой фирмы) или ppa- per procura.

1) Radio TV Center	Bahnhofstraße 17
	6000 Frankfurt 1
RICHARD MULLER & CO.	Tel. 069/88 79 76
	Telefax. 069/85 64
Richard Müller & Co. Postfach 860/880 Bahnhofstrape 17, 6000 Frankfort 1	
2) Video - Import - Export GmbH	
Langgasse 44	
8900 Augsburg	
3) Ihr Zeichen	Ihre Nachricht vom
Zeichen	Frankfurt a. M, den
	Unsere
	Mü/se 28.01.200...
4) Videokassetten	
Unsere Bestellung vom 30.01.200...	
5) Sehr geehrte Damen und Herren,	
6) Leider müssen wir Ihnen mitteilen, dass die von uns mit Schreiben vom 30.11.1990 bestellten Videokassetten immer noch nicht eingetroffen sind.	
Wir bitten um Klärung der Angelegenheit.	
Unserem Schreiben legen wir eine Kopie der Bestellung bei.	
7) Mit freundlichen Grüßen	
RICHARD MÜLLER & CO.	
8) Si Marianne Kastner	
9) 1 Anlage	
10) Verteiler	

9. Приложение (Anlage). Пометка о наличии приложения делается внизу слева. Далее следует информация о виде приложения (Preisliste- прейскурант и т.п.) или их количестве: Anlage, 2 Anlagen, Anlagen, Preislist, Prospekt.

10. Пометка о раздаче копий письма другим лицам (Verteilervermerk).

Если письмо адресовано нескольким лицам, то после приложения делается пометка, кому следует направить

копии:

Verteiler: Herrn Müller, Verkauf

Frau Braun, Werbung

Если у фирмы нет специального типографского бланка, то атрибуты письма располагаются на стандартном листе А-4.

1. Akad. Grad Vorname Name Straße Hausnummer PLZ Ort
--

3. Ort, den Tag, Monat, Jahr

2. Herrn offiz. Titel Akad. Grad Vorname Name Straße Hausnummer PLZ Ort
--

4. Bezug

5. Betreff

6. Anrede

7. Textbeginn

Textende

8. Schlussformel

9. Unterschrift

10. Akad. Grad Vorname Familienname

11. Anlage (n):

1. Absender (отправитель)
2. Empfänger (получатель)
3. Ort, Datum (место отправления, дата)
4. Bezug (ссылка)
5. Betreff (тема письма)
6. Anrede (обращение)
7. Text (текст письма)

8. Schlussformel (заключительная форма вежливости)
9. Unterschrift (подпись)
10. Akad. Grad. Vorname Familienname (учёное звание, имя, фамилия)
11. Anlage (приложение)

Письмо вкладывается в конверт, который оформляется следующим образом:

<p>1. Heinz Kordes Briller Straße 214 3. 5600 Wuppertal 1</p>	<div style="border: 1px solid black; width: 100px; height: 40px; margin: 0 auto;"></div> <p>2. Firma Carl Wagensonner Rheinstraße 55 5300 Bonn 1</p>
---	--

1. - Absender (отправитель)
2. – Empfänger (получатель)
3. - Briefmarke (почтовая марка)

Vokabular zu den Geschäftsbriefen

der Firmennachweis es,	представление фирмы
empfehlen (a, o) (D)	рекомендовать (кого-л., кому-л.)
der Vertreter, -s,-	представитель
die Importfirma, -men	фирма-импортёр
spezialisiert sein (auf A)	специализироваться (в чём-л.)
in aller Welt	во всём мире
eine Bestellung (einen Auftrag) bekommen	получить заказ
das Erzeugnis, -es, -se	изделие
überzeugen vt	убеждать (кого-л.)
benötigt	необходимый
die Gasturbine, -, -n	газовая турбина
in Verbindung treten (mit D)	связаться (с кем-л.)
das Agregat, -s, e	агрегат
das Produktionsprogramm	производственная программа
das Fertigungsprogramm	производственная программа
eventuell	возможно, возможный
sich wenden (an A)	обращаться (к кому-л.)
direkt	непосредственно
gestatten vt	позволять, разрешать

vorstellen <i>vt</i> (D)	представлять (кого-л., что-л., кому-л.)
anbieten (o, o) <i>vt</i>	предлагать (что-л.)
der Verkauf -s, -e	продажа
beilegen <i>vt</i> (D)	приложить (что-л. к чему-л.)
bereit sein (zu D)	быть готовым (к чему-л.)
das Angebot -s, -e	предложение
die Offerte -, n	предложение
die Anfrage, -, -n	запрос
Anfragen (über, auf)	выдать запрос (на что-л.)
machen, erteilen,	
aufgeben, unterbreiten	получить, передать запрос
Anfragen bekommen,	
übergeben	
verbleiben (ie, ie) (-s) <i>vt</i>	оставаться в деловых письмах
geschäftliche Kontakte	устанавливать деловые
aufnehmen	отношения
zum Verkauf	к продаже
die Handelskammer	торговая палата
laufend	постоянный, непрерывный
die Qualität, -en	качество
gängige Farben	ходовых расцветок
ausführliche Angaben	исчерпывающие данные
Auskünfte erhalten	получить информацию
(über A)	(о чём-л.)
jederzeit	в любое время
im Hinblick (auf A)	в отношении (чего-л.)
konkurrenzfähig	конкурентоспособный
dauerhaft	долговременный, прочный
die Erfahrung	опыт
im voraus	заранее

1. Geschäftsbrieife. Übungen und Aufgaben.



1.1. Übersetzen Sie einige Geschäftsbrieife.

Sehr geehrte Damen und Herren,

Wir sind Hersteller von Gasturbinen und möchten gern mit italienischen Firmen in Verbindung treten, die solche Aggregate benötigen.

Damit Sie einen Überblick über unser Produktionsprogramm gewinnen können, legen wir einige Prospekte bei. Wir sind seit über 30 Jahren auf Gasturbinen spezialisiert und verfügen deshalb über große Erfahrung auf diesem Gebiet.

Bitte nennen Sie uns Unternehmen in Italien, die sich eventuell für unsere Erzeugnisse interessieren könnten. Wir werden uns dann direkt an diese Firmen wenden.

Für Ihre Bemühungen danken wir Ihnen im Voraus!

Mit freundlichen Grüßen

Gasturbinenfabrik Mannheim GmbH

(Unterschrift)

i.V. Kurt Schneider

1.2. Aufgaben zum Text: Übersetzen Sie die üblichen Sätze des Antrags und des Endes eines Geschäftsbriefes aus dem Deutschen ins Russische

(см.: <http://www.russisch.com/briefe/briefe13.php> Musterbriefe - RUSSISCH.COM - Russische Sprache und ... www.russisch.com/briefe/briefe13.php).

1. Wir bestätigen den Empfang Ihres Briefes vom 10. d.M.¹
2. In Beantwortung Ihres Schreibens vom 5. v. M.² ...
3. Wir benutzen die Gelegenheit, um Ihre Aufmerksamkeit auf ... zu lenken.
4. In Bestätigung unseres gestrigen Telegramms. . .
5. Im Nachgang zu unserem Brief vom . . . teilen wir Ihnen mit, dass ...
6. Unter Bezugnahme auf Ihr Fernschreiben vom. . . übersenden wir Ihnen ...
7. Wir sehen Ihren Aufträgen mit Interesse entgegen.
8. Entschuldigen Sie uns, bitte, für die Ihnen verursachten Bemühungen.
9. Wir bedauern außerordentlich, Ihnen diese Mitteilung machen zu müssen.
10. Wir betrachten damit diese Angelegenheit als erledigt.
11. Wir erwarten Ihre Antwort mit Rückpost.
12. Wir sehen Ihrer Stellungnahme entgegen ...

1.3. Übersetzen Sie die üblichen Sätze des Antrags und des Endes eines Geschäftsbriefes aus dem Russischen ins Deutsche.

1. Мы получили Ваше письмо 21 января 200. . . года.
2. С благодарностью подтверждаем получение Вашей телеграммы и ...
3. Мы ссылаемся (ссылаясь) на ...
4. Мы рады сообщить Вам, что ...
5. С благодарностью подтверждаем получение вышеуказанного письма.
6. В ожидании Вашего скорого ответа.
7. Мы надеемся, что мы получим от Вас скоро положительный ответ.
8. Мы просим сообщить нам Ваше решение как можно скорее.
9. Мы благодарим вас заранее за исполнение нашей просьбы.
10. Благодарим Вас за Ваши хлопоты.
11. По Вашей просьбе ...
12. По поручению ...

2. Infinitiv в деловом языке

В русском языке употребления в одном предложении двух глаголов не вызывает никаких трудностей, например:

Мы намерены подписать договор уже сегодня.

В приведённом примере второй глагол (*подписать, подписывать*) стоит в неопределённой (словарной) форме. Первый глагол (*намерены*) согласуется с подлежащим.

В немецком языке употребление двух глаголов в одном предложении имеет некоторые особенности, о которых нельзя забывать, а именно: с большинством глаголов (согласующихся с подлежащим) неопределённая форма второго глагола употребляется с неперевожимой частицей *zu*, например:

Wir bitten Sie, diesen Betrag auf unserem Konto zu verbuchen.

Мы просим Вас занести эту сумму на наш счет.

Если второй глагол имеет определяемую приставку, то частица *zu* стоит между приставкой и корнем глагола и пишется слитно с глаголом:

Wir bitten Sie, diesen Betrag unserem Konto gutzuschreiben.

Мы просим Вас кредитовать этой суммой наш счёт.

Частица *zu* перед Infinitiv употребляется также после сказуемых в конструкциях *глагол+существительное, глагол+прилагательное/наречие, haben+слова Recht, Glück, Aufgabe, Möglichkeit*, например:

Wir haben die Absicht, ein neues Modell zu entwickeln.

Мы намереваемся разработать новую модель.

Ich bin froh, Sie in unserem Büro zu begrüßen.

Рад приветствовать Вас в нашем бюро.

То же наблюдается в конструкциях «*es ist+ прилагательное*»:

Es ist schwer, die Bestellung rechtzeitig durchzuführen.

С модальным значением частица *zu* употребляется в конструкциях *haben+zu+Infinitiv*. Так, *haben+zu+Infinitiv* имеет следующие значения:

а) необходимости:

Sie haben die Lieferung schnell zu erledigen. = Sie müssen die Lieferung schnell erledigen.

б) возможности:

Was hast du zu erzählen? = Was kannst du erzählen?

Конструкция *sein+zu+Infinitiv* имеет следующие значения:

а) необходимости:

Eine weitere Verzögerung ist zu vermeiden. = Eine weitere Verzögerung muß vermieden werden.

б) возможности в пассивном выражении:

Die Arbeit ist in 3 Tagen zu erledigen. = Die Arbeit kann in 3 Tagen erledigt werden.

Итак, запомните!

haben+zu+Infinitiv

sein+zu+Infinitiv

Частица *zu* не употребляется, если *Infinitiv* стоит в предложении с:

- 1) модальным глаголом:
 - *Wir möchten diese Ware bestellen,*
- 2) глаголами: *bleiben, heißen, nennen*:
 - *Ich bleibe noch im Institut arbeiten.*
 - *Jetzt heißt es reisen.*
 - *Das nenne ich arbeiten.*
- 3) глаголами движения *gehen, laufen, fahren*:
 - *Ich gehe essen.*
 - *Ich sehe den LKW fahren.*
- 4) глаголом *werden* (Futurum):
 - *Wir werden diese Ware liefern.*
- 5) в конструкции *sehen /hören/fühlen + Infinitiv*

Употребление частицы *zu* колеблется после глаголов *lernen, lehren, helfen* (если инфинитивная группа является распространённой, *zu* употребляется), например:

- *Diese Importfirma half uns die Ware bekommen.*
- *Diese Importfirma half uns vor zwei Jahren, eine große Partie der Ware zu bekommen.*

3. Beispielbriefe auf Deutsch



(Die Internetquelle, der das unten angegebene Material entnommen ist: Beispielbriefe auf Deutsch//<http://www.learn-german-online.net/de/learning-german-resources/beispielbriefe-auf-deutsch.htm>)

Erfolgreiche Geschäftskorrespondenz am Sprachinstitut TREFFPUNKT

3.1. «*Schreiben Sie oft aus geschäftlichem Anlass Briefe und E-Mails auf Deutsch? Um nicht jedes Mal mit einem "weißen Blatt" beginnen zu müssen, haben wir für die 15 häufigsten Anlässe Beispiel-Briefe erstellt, die Sie hier als Muster herunterladen können. Zum besseren Überblick, orientieren wir uns dabei an der typischen Abfolge eines Geschäftsprozesses (siehe Graphik)» [Beispielbriefe auf Deutsch//<http://www.learn-german-online.net/de/learning-german-resources/beispielbriefe-auf-deutsch.htm>].*

Fachliteratur:

1. Geschäftskontakte: Knüpfen und pflegen/ URL:
//https://karrierebibel.de/geschaeftskontakte/ (Дата обращения: 3.11.2017)
2. David M. Martin. Erfolgreiche Verhandlungstaktiken, Schwierige Situationen perfekt meistern. Falken Verlag, Niedernhausen, 1997, ISBN 3-8068-4971-4
3. Marcus Knill. Natürlich, zuhörerorientiert, aussagenzentriert reden "Angewandte Rhetorik" für alle, die kommunizieren müssen. Ein Lehr-, Lern- und Lesebuch. 1991 ISBN 3-908236-19-3
4. Курс делового немецкого языка для начинающих. Geschäftsdeutsch für Anfänger / Томсон Г.В., Чигашева М.А., — М.: ООО «ИПЦ «Маска», 2012 — 86 с. ISBN 978-5-91146-791-3
5. Дружинина В.И., Шестакова Л.Б. Диалогическая речь в сфере делового общения :Учеб.-метод. пособ. – Губкин: Изд-во Губкинского института (филиала) МГОУ, 2009. – 53 с.
6. Ralph Jeske. Erfolgreich verhandeln. Grundlagen der Verhandlungsführung Deutscher Taschenbuch Verlag dtv, 1998, ISBN 3-423-50824-8.

LEKTION III

Thema: ANFRAGE

Grammatik: Passiv в деловом немецком.



Vokabular zum Text

ein Geschäft tätigen
Beziehungen aufnehmen
der zukünftige Käufer
der geeignete Verkäufer
der Geschäftspartner, -s,-
bestimmte Waren
aufgrund (G; von D)
schicken *vt*
senden *vt*

заключать сделку
устанавливать отношения
будущий покупатель
подходящий, удобный
деловой партнер
определённые товары
на основе (чего-л.)
посылать
посылать

die Handelsvertretung, -, en	торговое представительство
die Handelskammer, -, n	торговая палата
Verhandlungen <i>pl.</i>	переговоры
üblicherweise	по обыкновению
der Hinweis, (-e)s, e,	указание, ссылка, упоминание
der Adressat, -en, en	адресат, получатель
allgemeine Anfrage	общий запрос
spezielle Anfrage	специальный запрос
bestimmt gehaltene Anfrage	конкретный запрос
Bezeichnung der Ware	название, наименование товара
der Bestimmungsort, (-e)s, -e	место назначения
die Menge, -, n	количество
anzeigen <i>vt</i>	указывать
lediglich	лишь, только, исключительно
die Lieferfrist, -, en	срок поставки
die Verpackungsart, -, en	вид упаковки
Zahlungsbedingungen <i>pl</i>	условия оплаты
eine Bitte äußern	высказывать просьбу
anzeigen <i>vt</i>	указывать
die Rückfrage, -, n	обратный запрос
der Zeitverlust, -, en	потеря времени
mit einem Geschäfts-	} рассчитывать на сделку
abschluss rechnen	
sich ergeben	оказываться, получаться

1. Lesen Sie den vorliegenden Text und übersetzen Sie ihn aus dem Deutschen ins Russische.

ARTEN DER ANFRAGEN

Im Außenhandel werden Geschäfte dadurch getätigt, dass der zukünftige Käufer Beziehungen mit einem geeigneten Verkäufer aufnimmt. Man beginnt mit einer Anfrage.

Unter einer Anfrage versteht man einen Geschäftsbrief. Einen solchen Brief sendet eine Importfirma ihrem Geschäftspartner, um die Möglichkeit von Lieferungen bestimmter Waren zu erfahren.

Anfragen werden gewöhnlich aufgrund von Katalogen, Prospekten und anderen Informationen verschickt. Solche Informationen werden bei den Besuchen der offiziellen Handelsvertretungen von ausländischen Firmen in unserem Land, in den Handelsvertretungen im Ausland, in den Handelskammern gesammelt. Man bekommt solche Informationen auch bei Verhandlungen und aus der Presse. Und nur nach gründlichem Studium des Marktes erfolgen Anfragen. Man beginnt im ersten Brief üblicherweise mit einem Hinweis darauf, wie man die Anschrift des Adressaten bekommen hat.

Man unterscheidet allgemeine und spezielle (bestimmt gehaltene) Anfragen.

Die allgemeine Anfrage liegt dann vor, wenn eine Firma anstrebt, lediglich Kataloge und Prospekte zu bekommen. Bei einer speziellen Anfrage wird die Bitte geäußert, sowohl die Bezeichnung der Ware, Menge und Qualität der Ware, Bestimmungsort und Lieferfristen, Verpackungsart als auch die Preise und die Zahlungsbedingungen anzuzeigen. Je bestimmter alle Punkte der Anfrage angeführt sind, desto weniger Unklarheiten, Rückfragen und Zeitverlust werden sich ergeben und desto eher kann mit einem Geschäftsabschluss gerechnet werden. Eine logische Antwort auf die Anfrage des Käufers soll ein Angebot (eine Offerte) sein.

Fragen zum Text:

- 1) Wodurch werden Geschäfte im Außenhandel getätigt?
- 2) Was versteht man unter einer Anfrage?
- 3) Was für einen Brief sendet eine Importfirma ihrem Geschäftspartner?
- 4) Wie bekommt man solche Informationen?
- 5) Worauf werden Anfragen gewöhnlich verschickt?
- 6) Womit beginnt man im ersten Brief?
- 7) Wie unterscheidet man allgemeine und spezielle (bestimmt gehaltene) Anfragen?
- 8) Wobei wird die Bitte geäußert?
- 9) Zu welchem Zweck dient die Bestimmtheit aller Punkte der Anfrage?
- 10) Bei welcher Anfrage wird die Bitte geäußert?
- 11) Was bedeutet „eine Offerte“?

2. Geschäftsbriefe

Vokabular zu den Geschäftsbriefen

verdanken (A)(D)	быть обязанным чем-л. кому-л.
das Unternehmen, -s	предприятие, фирма, дело
obig	вышеуказанный (в письмах)
ebenfalls	также, тоже, равным образом
der Preis	цена
eventuell	возможный; смотря по обстоятельствам
die Lieferbedingung, -, en	условие поставки
die Zahlungsbedingung, -,en	условие оплаты
kaufmännisch	торговый, коммерческий
decken	покрывать, удовлетворять
den Bedarf decken	покрыть потребность
deswegen	поэтому
beliebig	любой
zu jeder beliebigen Zeit	в любое время
der Fachmann,	специалист,
die Fachleute	специалисты
der Briefbaustein	блок делового письма

Письмо-запрос (die Anfrage)



Письмо-запрос имеет следующую структуру:

1. Указание на источник адреса запрашиваемой фирмы (Hinweis auf die Herkunft der Anschrift).
 2. Причина запроса (Grund der Anfrage).
 3. Предмет запроса (Gegenstand der Anfrage):
 - описание желаемого товара (Beschreibung der gewünschten Ware);
 - указание на требуемое количество (Angabe der gewünschten Menge);
 - просьба выслать каталоги, прейскуранты, образцы, чертежи и т.п. (Bitte um Kataloge, Preislisten, Muster, Zeichnungen u. a.);
 - просьба сообщить условия поставки и оплаты (Bitte um Angabe von Zahlungs- und Lieferungsbedingungen)
 4. По возможности указания на рекомендации (Eventuelle Angabe von Referenzen).
- Ниже приводится пример письма-запроса

Firma RF-Export _____ *Firma Udo Seifert*

.....

Kastanienstr. 12

.....

6450 Hanau 1

112047 Moskau

Ihr Zeichen

Unser Zeichen

E/ST

Betr

Sehr geehrte Herren,

Ihre Adresse verdanken wir der Handelsvertretung der RF in der Bundesrepublik Deutschland.

In der Handelsvertretung wurde uns mitgeteilt, dass von Ihrem Unternehmen Spezialmotoren vom Typ A exportiert werden. Die Prospekte und Kataloge für diese Motoren wurden uns ebenfalls übergeben. Unsere Kunden haben großen Bedarf an den obigen Waren, und wir möchten eventuell unseren ganzen Bedarf bei Ihnen decken.

Wir brauchen 30 Motoren schon in diesem Jahr.

Wir bitten Sie deswegen, uns Ihre Preise, Liefer- und Zahlungsbedingungen mitzuteilen. Unser Vertreter, Herr Schröder, ist bereit, zu jeder beliebigen Zeit nach Moskau zu kommen und mit Ihren Fachleuten alle kaufmännischen und technischen Fragen über eine Lieferung noch in dem Jahr zu vereinbaren.

*Mit freundlichen Grüßen
(die Unterschrift)*

2.1.Fragen und Aufgaben zum Geschäftsbrief

a) Antworten Sie auf die Fragen zum Muster des Geschäftsbriefes.

- 1) Welche Firma sendet eine Anfrage an die russische Firma RF-Export?
- 2) Wer hat die deutsche Firma „Udo Seifert“ über die Adresse der russischen Firma „RF-Export“ informiert?
- 3) Wie heißt die deutsche Firma, die sich in Hanau befindet?
- 4) Was brauchen die Kunden der deutschen Firma?
- 5) Wie ist die Anschrift des Empfängers?
- 6) Welche Erzeugnisse exportiert die russische Firma RF-Export?
- 7) Wieviel Motoren brauchen die deutschen Kunden?
- 8) Wer ist bereit, nach Moskau zu kommen, um die kaufmännischen und technischen Fragen über die Lieferung zu vereinbaren?
- 9) Um welche Informationsangaben bittet die deutsche Firma „Udo Seifert“?

b) Übersetzen Sie die folgenden Briefbausteine der Anfrage.

- 1) В получении Вашего адреса мы обязаны фирме X.
- 2) Фирма ... отослала нас к Вам.
- 3) Мы прочли ваше объявление в ...
- 4) Мы ищем, /интересуемся/, имеем постоянно потребность в ...
- 5) Назовите, пожалуйста, Ваши условия продажи и сроки поставки для ...
- 6) Мы Вам благодарны за подробную информацию за пересылку Вашего новейшего каталога.
- 7) В качестве поручителей мы могли бы Вам назвать следующие фирмы ...
- 8) Мы готовы сообщить Вам о себе следующую интересующую Вас информацию.
- 9) Если Ваши цены конкурентоспособны.../ качество Ваших изделий соответствует нашим ожиданиям.../ товар удовлетворяет нашим потребностям...
- 10) Мы были бы готовы дать Вам пробный заказ.
- 11) Можете рассчитывать на постоянные заказы.
- 12) Здесь могли бы появиться выгодные условия продажи.

c) Öffnen Sie die Klammern und setzen Sie nötigenfalls die fehlenden Präpositionen ein.

- 1) Unsere Firma benötigt (der Katalog, der Prospekt), um (der Vertragsabschluss) zu tätigen.

- 2) Die Vertreter der Firma ersuchen Sie, ein Angebot (doppelte Ausfertigung) zu übermitteln.
- 3) Wir bitten Sie, (die Brief) Zeichnungen beizufügen.
- 4) Wir haben (die Zeitschrift...) entnommen, dass Ihre Werke Maschinen vom Modell A (Serienproduktion) aufgenommen haben.
- 5) Dürften wir Sie bitten, uns (der Ersatzteilkatalog) zur Verfügung zu stellen?
- 6) Unsere Vereinigung wurde (Ihre Firma) verwiesen wir wären Ihnen dankbar, wenn Sie uns eine Offerte (der Lastkraftwagen) zusenden könnten.
- 7) Wir sind leider noch nicht im Besitz (Ihre neuesten Prospekte und Kataloge).
- 8) Wir bitten Sie, (das Angebot) Bedienungsanleitungen beizulegen sowie (der Richtpreis) anzugeben.
- 9) Wir würden Ihnen für (der Bescheid) unseren Dank aussprechen.
- 10) Wir haben großen Bedarf (die Elektroausrüstung) und rechnen (die Lieferung) der Ware (das erste Quartal).
- 11) In der Beilage übersendet uns die Firma Bedienungsanleitungen (die deutsche Sprache).
- 12) Unsere Firma beabsichtigt (der Bedarf) an Modell A. bei Ihnen zu decken und (der genannte Typ) zu bestellen.
- 13) Wir beziehen uns (Ihre Offerte) und bitten Sie (die Zusendung) Ihrer Preisliste (doppelte Ausfertigung).
- 14) Wir haben (den Einkauf) der Maschinen X. Interesse, und bitten Sie deshalb, uns separat (das Kreuzband) Kataloge und Prospekte zukommenzulassen.
- 15) Von den Konkurrenzfirmen liegen schon einige Angebote (große Mengen) Kaffee vor.
- 16) Wir verdanken Ihre Adresse (der Vertreter der Firma X.) Herrn Müller, der uns mitgeteilt hat, daß Sie Maschinen des Modells A exportieren.

2.2. Übersetzen Sie die folgenden Sätze ins Deutsche.

- 1) Мы узнали от Вашего представителя, что Ваши заводы приступили к серийному производству машин модели X.
- 2) Мы были бы Вам благодарны, если бы Вы предоставили в наше распоряжение каталоги и картотеки.
- 3) Представитель фирмы X. сообщил нам, что Вы производите нужный нам товар, поэтому просим выслать нам Ваш прейскурант.
- 4) Мы получили Ваш адрес торгпредства в Кельне, которое сообщило нам, что Вы экспортируете машины модели X.
- 5) У нас имеются запросы от многих фирм на машины типа X.
- 6) К сожалению, до сих пор мы ещё не получили Ваши новейшие проспекты и каталоги на запасные части.
- 7) Ссылаясь на переговоры, состоявшиеся в прошлом месяце, посылаем Вам список изделий, которые мы экспортируем.
- 8) В заключение, мы хотели бы Вам напомнить, что Вы указали в Вашем предложении кратчайший срок поставки оборудования.

- 9) Просим приложить каталог, чертежи, а также описание машины.
- 10) Чтобы избежать каких-либо недоразумений, посылаем Вам описание машины на русском языке.
- 11) Надеемся в ближайшее время получить от Вас предложение на поставку товаров на выгодных условиях.
- 12) Мы узнали из журнала, ... что Вы занимаетесь экспортом электрооборудования. Нам необходимы ...
- 13) Нам рекомендовали Вашу фирму как поставщика химического оборудования высокого качества. Но прежде чем заключить с Вами контракт, мы были бы Вам благодарны, если бы Вы прислали нам каталоги и прейскуранты на это оборудование.
- 14) В ответ на Ваше письмо от 5-го сего месяца мы получили от Вас каталоги и чертежи вышеуказанных станков, выражаем Вам большую благодарность.

Fachliteratur:

1. Bewerbung in der Schweiz: Tipps und Unterschiede zu Deutschland// URL: <https://karrierebibel.de/?s=ANFRAGE/> (Дата обращения: 3.11.2017)
2. Barberis P, Bruno E. Deutsch im Hotel. Hueber, 2006.
3. Keller A, Roy Ch. Telefonieren im Beruf. Hueber, 2006.
4. Höffgen A. Deutsch lernen für den Beruf. Kommunikation am Arbeitsplatz. Deutsch als Fremdsprache. Hueber, 2006
5. Дружинина В.И., Шестакова Л.Б. Диалогическая речь в сфере делового общения :Учеб.-метод. пособ. – Губкин: Изд-во Губкинского института (филиала) МГОУ, 2009. – 53 с.
6. Ralph Jeske. Erfolgreich verhandeln. Grundlagen der Verhandlungsführung Deutscher Taschenbuch Verlag dtv, 1998, ISBN 3-423-50824-8.

LEKTION IV

Thema: ANGEBOT

Grammatik: Обозначение времени в деловом общении.



Vokabular zum Text

die Ablehnung

das Angebot (auf, über A)

отклонение

die Offerte	предложение (на что-л.)
das Offert	
ein festes Angebot	твёрдое предложение
ein freibleibendes Angebot	предложение без обязательства
ein bindendes Angebot	предложение с обязательством
ein Angebot erarbeiten	разработать предложение
ein Angebot erteilen (machen, unterbreiten)	сделать (выдать) предложение
ein Angebot zurückziehen	отозвать предложение
ein Angebot annehmen (akzeptieren)	принять предложение
prompt	без задержки (немедленно)
binnen (D oder G)	в течение
Anknüpfung neuer Geschäftsverbindungen	установление новых деловых отношений
Belebung alter Geschäftsverbindungen	
die Klausel -, n	оговорка, ограничительное условие
die Unterredung -, en	переговоры
veranlassen vt	побуждать (кого-л. к чему-л.)
verfügen (über A)	располагать (чем-л.)
über die Ware anders verfügen	распорядиться товаром иначе
vorhanden sein	иметь в наличии

1. Lesen Sie den Text und übersetzen Sie ihn aus dem Deutschen ins Russische.

Text: ARTEN DER ANGEBOTE

Ein Angebot (oder eine Offerte) ist eine schriftliche Kaufeinladung an den potentiellen Käufer. Das Angebot ist auch die Erklärung des Anbietenden, dass er bereit ist, eine bestimmte Ware zu bestimmten Bedingungen zu liefern.

Das Angebot kann sich auf eine Unterredung, eine Zeitungsanzeige, eine Zeitungsanzeige, eine Empfehlung und, was öfters der Fall ist, auf eine Anfrage beziehen.

Der Lieferant kann auch eine Offerte verschicken, wenn ein Kunde die Ware nicht angefragt hat. Ein solches unverlangtes Angebot wird an den Kunden gerichtet zur:

--Belebung alter Geschäftsverbindungen:

--Anknüpfung neuer Geschäftsverbindungen, um neue Kunden zu gewinnen.

Man unterscheidet feste und freibleibende Angebote.

Das feste (oder verbindliche) Angebot (Festangebot) wird für einen eventuellen Käufer erarbeitet. Es enthält genaue Angaben über die angebotene Warenmenge, einen festen Preis, und wird unbedingt befristet. Der Verkäufer verpflichtet sich zur Lieferung zu den genannten Bedingungen, wenn das Angebot binnen der festgesetzten Frist angenommen wird. In dieser Frist darf der Verkäufer sein Angebot nicht zurückziehen. Wenn der Käufer im Laufe dieser Frist das Angebot akzeptiert, gilt das Geschäft als abgeschlossen.

Wenn das Angebot nicht angenommen wird, muss der Verkäufer davon in

Kenntnis gesetzt werden, manchmal werden ihm auch die Gründe für die Ablehnung des Angebots angegeben (z.B. kein Bedarf, Preise zu hoch usw.).

Das freibleibende (oder unverbindliche) Angebot. Wenn in einer Offerte der Preis oder der ganze Inhalt mit der Klausel «freibleibend» bezeichnet wird, so bringt der Anbietende damit zum Ausdruck, dass er sich nicht an die Offerte gebunden fühlt. Aufgrund dieser Klausel kann der Verkäufer über die Ware anders verfügen.

Das unverbindliche Angebot veranlasst den Kunden, sich rasch zur Bestellung zu entschließen, da er nicht weiß, ob die Ware ansonsten noch vorhanden ist.

Das Angebot ist eine Grundlage zum Vertragsabschluss und muss alle Hauptbedingungen des künftigen Vertrages erhalten.

FRAGEN ZUM TEXT:

- 1) Bestimmen Sie den Begriff “ein Angebot”!
- 2) Worauf bezieht sich ein Angebot?
- 3) Unter welchen Umständen kann der Lieferant eine Offerte verschicken?
- 4) Zu welchem Zweck wird ein unverlangtes Angebot an den Kunden gerichtet?
- 5) Welche Arten der Angebote unterscheidet man?
- 6) Für wen wird das feste (oder verbindliche) Angebot (Festangebot) erarbeitet?
- 7) Was enthält das feste (oder verbindliche) Angebot?
- 8) Unter welcher Bedingung verpflichtet sich der Verkäufer zur Lieferung zu den genannten Bedingungen?
- 9) Warum wird das feste Angebot befristet?
- 10) In welchem Fall gilt das Geschäft als abgeschlossen?
- 11) Welche Gründe gibt es für die Ablehnung des Angebots?
- 12) Was bringt der Anbietende zum Ausdruck, wenn in einer Offerte der Preis oder der ganze Inhalt mit der Klausel «freibleibend» bezeichnet wird?
- 13) Welche Gründe motivieren den Kunden, sich rasch zur Bestellung zu entschließen?
- 14) Gilt das Angebot als eine Grundlage zum Vertragsabschluss?
- 15) Warum muss das Angebot alle Hauptbedingungen des künftigen Vertrages erhalten.

2. Geschäftsbriefe

Vokabular zum Angebotsmuster

die Spielwarenhandlung-, en	магазин игрушек
Interesse (an D) haben	быть заинтересованным (в ком-л., в чем-л.)
die Holzspielware-, n	деревянные игрушки
gewünscht	желаемый
Altersgruppen pi	группы, разделённые по возрасту
sortieren vt	сортировать, разбирать
die Preisvorstellung-, en	представление о продажной цене
beliefern vt	поставлять
die Verkaufsvorstellung	представление о продажной цене

а) Письмо-предложение (das Angebot) имеет следующую структуру:

1. Причина письма-предложения (Grund für das Angebot).
2. Ответы на вопросы (Beantwortung gestellter Fragen).
3. Дополнительные предложения (Zusatzangebote).
4. Надежда на заказ (Hoffnung auf Bestellung).

Отвечая на вопросы, следует дать **точное описание товара**, по возможности сопроводить фотоматериалами и/или рисунками и/или образцами (das *Muster*). При определении цены (der *Preis*) указываются условия оплаты (*Zahlungsbedingungen*), возможности скидки (der *Preisnachlass*, der *Rabatt*, der/das *Konto*).

Отдельно решается вопрос расходов по упаковке (die *Verpackungskosten*) и транспортных расходов (die *Frachtkosten*), времени поставки (die *Lieferzeit*) и условий поставки (*Lieferungsbedingungen*).

Многие фирмы в своих предложениях ссылаются на общепринятые коммерческие условия. В таком случае получатель предложения (der *Empfänger*) должен иметь возможность ознакомиться с этими условиями.

В связи с письмом-предложением необходимо упомянуть деловое письмо рекламного характера (der *Werbebrief*). Такое письмо необязательно приводит к заказу или договору. Оно рассылается чаще всего ряду адресатов и имеет целью вызвать интерес к товару, к фирме у возможного покупателя, побудить его, запросить более подробную информацию, попытаться установить более тесные контакты.

б) Ниже приводится пример письма-предложения.

Spielwarenhandlung

Karl Reinhardt

Bremer Straße 28

2000 Hamburg 12

Ihr Zeichen

Unser Zeichen

pr/vt

wt-s

Betreff: Angebot über Spielwaren

Sehr geehrter Herr Reinhardt,

Wir freuen uns, dass Sie Interesse an unseren Holzspielwaren haben und senden Ihnen gern den gewünschten Katalog mit der neuesten Preisliste. Im Katalog haben wir die Spielwaren nach Altersgruppen sortiert.

Beachten Sie bitte unsere günstigen Liefer- und Zahlungsbedingungen am Ende des Katalogs.

Wir hoffen, dass unsere Holzspielwaren Ihren Preisvorstellungen entsprechen und wir Sie bald beliefern können.

Mit freundlichen Grüßen

Herbert Henneberg & Co

pa.

(Unterschrift)

Annete Prollins

Anlage: Kataloge, Preisliste

3. Fragen und Aufgaben zum Geschäftsbrief (das Angebot)

3.1. Antworten Sie auf die Fragen zum Angebotsmuster

- 1) Wer sendet ein Angebot an Herrn Reinhardt?
- 2) An wen ist das Angebot gesandt?
- 3) Worüber freut sich Herr Henneberg?
- 4) Was sendet Herr Henneberg an Herrn Reinhardt?
- 5) Welche Waren bietet Herr Henneberg an?
- 6) Wie sind die Spielwaren sortiert?
- 7) Um welche Liefer- und Zahlungsbedingungen für die angebotenen Waren handelt es sich?
- 8) Worauf hofft Herr Henneberg?
- 9) Was enthält die Anlage?

3.2. Übersetzen Sie aus dem Russischen ins Deutsche.

1) Мы просим вас на основе нашей информации проверить, устраивает ли эта машина Вашего заказчика.

2) Благодарим Вас за Ваш запрос и высылаем в приложении наше твёрдое предложение.

3) Разрешите со следующим письмом выслать Вам подробное предложение на ... в 3-х экземплярах.

4) Наше предложение без обязательств. Цены поднимаются ...включая морскую упаковку.

5) В настоящее время мы располагаем несколькими предложениями на руду.

6) Мы вправе отозвать наше предложение в любое время.

7) Продавец обязуется бесплатно заменить одну деталь машины другой.

8) Если покупатель в течение определённого срока подтвердит предложение, сделка считается заключённой.

9) В настоящее время у нас имеются каталоги и проспекты на конфекцию.

10) Платёж производится по безотзывному, делимому, подтверждённому аккредитиву.

3.3. Machen Sie eine Übersetzung und Rück-Übersetzung der folgenden Sätze.

- 1) Wir wären Ihnen dankbar, wenn Sie uns möglichst umgehend mitteilen könnten, ob Sie für die angebotenen Mengen Interesse haben.
- 2) Gegebenenfalls ist die Firma in der Lage, kurzfristig ein ausführliches Angebot zu unterbreiten.
- 3) Wir danken Ihnen für Ihre obige Anfrage. In der Anlage übersenden wir Ihnen unser Projekt mit dem zugehörigen Angebot.
- 4) Wir hoffen, dass Ihnen unser Angebot zusagt und warten gern auf weitere Nachricht von Ihnen.
- 5) Der vorstehend genannte Gesamtpreis ist ein Nettopreis und versteht sich für die Lieferung fob, ohne alle sonstigen Abgaben außerhalb unseres Landes.
- 6) Die Preise sind Festpreise. Wir halten uns für zwei Monate an das Angebot gebunden.
- 7) Unsere Preise sind ermittelt bei Zugrundelegung folgender Zahlungsbedingungen: 15% - Anzahlung, 85% - bei Vorlage der Versanddokumente.
- 8) Der Gesamtpreis versteht sich für die Lieferung franko... Grenze einschließlich Exportverpackung soweit erforderlich.

c) письмо - встречное предложение (das Gegenangebot)

Если покупатель интересуется предлагаемым товаром, но условия покупки его не устраивают, он возвращает на письмо-предложение письмо встречное предложение. Приведём пример письма - встречного предложения (das Gegenangebot).

Sehr geehrte Herren,

Besten Dank für Ihr Angebot und das uns überlassene Muster des Artikels 88/44

Mit der Qualität des Musters sind wir zufrieden, der Preis scheint uns aber etwas hoch zu sein. Von einem anderen Lieferanten wurde uns eine ähnliche Qualität zu DM 15. - pro Meter angeboten. Wenn Sie uns den gleichen Preis machen könnten, wären wir gerne bereit, 30 Stück zu bestellen. Es würde uns freuen, wenn es Ihnen möglich wäre, unseren Vorschlag anzunehmen.

Mit freundlichen Grüßen

Vokabular zum Geschäftsbrief (das Gegenangebot)

das überlassene Muster	переданный образец
die Qualität -, en	качество
scheint ...etwas hoch zu sein	кажется несколько высокой
der gleiche Preis	исходная цена

4. Übersetzen Sie die folgenden Geschäftsbriefe. Benutzen Sie das entsprechende Vokabular.

I

Sehr geehrte Herren!

Wir bedanken uns bei Ihnen für Ihre Anfrage vom 7.01.200... Wunschgemäß bieten wir Ihnen die in der Anlage angegebenen Maschinen Model A, B und C in automatischer und halbautomatischer Ausführung an.

Wir bitten diese Maschinen mit normalem Zubehör an.

Selbstverständlich können wir auch die erforderlichen Details mitliefern. Dazu benötigen wir jedoch Zeichnungsunterlagen. Wir hoffen, dass Angebot Ihren Anforderungen entspricht und würden uns freuen, in dieser Angelegenheit wieder von Ihnen zu hören.

II

Sehr geehrte Herren!

Mit großem Dank bestätigen wir den Erhalt Ihrer Anfrage. Wir können Ihnen mitteilen, dass wir im Moment in der Lage sind, Ihnen eine Reihe von Sondereinrichtung sowie Schreibtischen und Steuerpulten anzubieten. Da wir annehmen, dass Sie Bedarf an diesen Sondereinrichtungen haben, unterbreiten wir Ihnen folgendes freibleibendes Angebot.

	<i>Stück</i>
<i>Steuerpulle 52 cm</i>	<i>110</i>
<i>Steuerpulle 57 cm</i>	<i>215</i>
<i>Schreibtische</i>	<i>250</i>

Liefertermin: sofort

Zahlungsbedingung: per Inkasso

Lieferbasis: franko Grenze

Dieses Angebot gilt bis: 22.03.200... .

Wir wären Ihnen sehr dankbar, wenn wir baldmöglichst eine Antwort von Ihnen erhielten.

III

Sehr geehrte Herren!

Wir haben einen neuen Automaten entwickelt, Modell 105. Der ausführliche Prospekt für diese Maschine befindet sich im Druck. Als Information erhalten Sie vor ab Prospektblätter, in denen gleichzeitig das Fertigungsprogramm dargestellt ist. Wir machen Sie drauf aufmerksam, dass dieses Modell auf der Ausstellung in Köln in der Zeit vom 10. -20.200... in der Halle 12 Stand 125 ausgestellt wird. Außerdem sehen Sie dort die modernsten hochwertigen Maschinen unserer Firma. Wir laden Sie herzlich ein und bitten um Ihre Mitteilung, ob wir Ihnen Zimmer reservieren dürfen.

Vokabular zu den Geschäftsbriefen 1-3

sich bedanken (bei D) (für A)	благодарить (кого-л. за что-л.)
wunschgemäß	согласно желанию
erforderlich	необходимый, потребный
das Detail, -s, -s	деталь
Zeichnungsunterlagen <i>pl</i>	чертежи
den Anforderungen	соответствовать требованиям
entsprechen	
der Erhalt (e) s	получение
in der Lage sein (zu + Inf.)	быть в состоянии (что-л. сделать)
ein Angebot unterbreiten (auf A)	сделать предложение (на что-л.)
in der Zeit	в период
hochwertig	высококачественный
Antwort von Ihnen erhalten	получить от Вас совет
der Automat, -en	станок-автомат
einen neuen Automaten	разработать новый станок-автомат
entwickeln	
sich an das Angebot gebunden halten	быть связанным обязательствами по предложению
sich in Druck befinden	находиться в печати
gleichzeitig	одновременно
auf der Ausstellung	на выставке
wir bitten um Ihre Mitteilung	просим Вас сообщить
das Zimmer reservieren	забронировать номер (в гостинице)

IV

Firma...den 12.4.200...

Moskau

Sehr geehrte Herren!

Ihre Adresse verdanken wir Ihrer Handelsmission in Köln. Wir sind seit 25 Jahren Hersteller von... und sind in der Lage, große Mengen sehr preisgünstig zu liefern. Normalerweise bieten wir unsere Erzeugnisse zu folgenden Bedingungen an:

Unsere Preise verstehen sich netto, ab Werk, ausschließlich Verpackung und gelten für Bestellungen im laufenden Jahr. Für Verpackung berechnen wir 0,5% des Warenwertes, für Fracht frei deutsche Grenze weitere 1,5%.

Die Zahlung erfolgt durch ein unwiderrufliches bestätigtes Akkreditiv. Das Akkreditiv soll bei der Deutschen Bank in Hamburg im Laufe von 30 Tagen nach Vertragsabschluss eröffnet werden.

Die Verladung kann sofort nach Eröffnung der Akkreditivs erfolgen. Da wir die russische Fachwelt mit unseren Erzeugnissen bekanntmachen wollen, beabsichtigen wir,

im Herbst an der Ausstellung «Intorg-Technika» in Moskau teilzunehmen. Wir sind zu dieser Ausstellung eingeladen, und der Besuch bei Ihnen ist auch vorgesehen, da wir Ihnen unser Angebot ebenfalls näherbringen wollen.

Wir sind jederzeit bereit, Ihnen weitere Informationen und Unterlagen vorzulegen und würden uns freuen, von Ihnen zu Gesprächen eingeladen zu werden.

Mit freundlichen Grüßen

Firma Kramer

Nürnberg

Vokabular zu den Geschäftsbriefen

verdanken (D)	быть обязанным (чем-л. кому-л./чему-л.)
der Hersteller, -s, -	производитель, изготовитель
große Menge	большое количество
preisgünstig	зд.: по выгодной цене
liefern	поставлять, доставлять (товары)
normalerweise	обычно
das Erzeugnis; Erzeugnisse	готовое изделие; продукция <i>pl</i>
sich verstehen (a, a)	зд. подниматься (о цене)
ausschließlich (G)	исключая, за исключением
laufend	текущий
die Fracht, -, en	фрахт, груз
die Verpackung, -, en	упаковка
gelten (a, o) <i>vt</i>	действовать, быть действительным, иметь силу
der Warenwert (e)s, e	стоимость товара
berechnen	рассчитывать, ставить кому-л. в счет
ein Akkreditiv eröffnen	открыть аккредитив
im Laufe (G), (von D)	в течение
die Verladung, -en	погрузка, отгрузка
die Fachwelt, -en	деловой мир
bekanntmachen (mit D)	знакомить (кого-л. с кем-л., чем-л.)
vorsehen (a, e) <i>vt</i>	предусмотреть
näherbringen (a, a) (D) (A)	ознакомить более подробно (кого-л. с чем-л.)
jederzeit	когда угодно, в любое время

Fachliteratur:

1. Stellenangebote: Darauf müssen Sie achten// URL:
<https://karrierebibel.de/?s=ANGEBOT/> (Дата обращения: 3.11.2017)
2. Курс делового немецкого языка для начинающих. Geschäftsdeutsch für Anfänger / Томсон Г.В., Чигашева М.А., — М.: ООО «ИПЦ «Маска», 2012 — 86 с. ISBN 978-5-91146-791-3

3. Дружинина В.И., Шестакова Л.Б. Диалогическая речь в сфере делового общения: учеб.-метод. пособ. – Губкин: Изд-во Губкинского института (филиала) МГОУ, 2009. – 53 с.
4. Ralph Jeske. Erfolgreich verhandeln. Grundlagen der Verhandlungsführung Deutscher Taschenbuch Verlag dtv, 1998, ISBN 3-423-50824-8.
5. David M. Martin. Erfolgreiche Verhandlungstaktiken, Schwierige Situationen perfekt meistern. Falken Verlag, Niedernhausen, 1997, ISBN 3-8068-4971-4
6. Marcus Knill. Natürlich, zuhörorientiert, aussagenzentriert reden "Angewandte Rhetorik" für alle, die kommunizieren müssen. Ein Lehr-, Lern- und Lesebuch. 1991 ISBN 3-908236-19-3

LEKTION V

Thema: AUFTRAG (BESTELLUNG, ORDER)

Grammatik: Придаточные предложения.



Vokabular zum Text

<p>die Erteilung, -, en anweisen (ie, ie) <i>vt</i> einen Auftrag erteilen eine Bestellung erteilen ohne Änderung der Kaufvertrag, -s, -e zustandekommen (s) abweichen (i, i) (s) (von D) der Lieferant, -en, -en annehmen (a, o) <i>vt</i> vorangehendes Angebot rechtlich gesehen das Gegenangebot daher ablehnen <i>vt</i></p>	}	<p>выдача (заказа) поручать, выдать заказ без изменения договор купли-продажи осуществляться отклоняться (от чего-л.) поставщик принимать предварительное предложение с правовой стороны встречное предложение поэтому, следовательно отклонять</p>
---	---	---

1. Lesen Sie und übersetzen Sie den Text aus dem Deutschen ins Russische.

Text: Die Erteilung eines Auftrags

Mit dem Auftrag nimmt der Käufer das Angebot an und akzeptiert die Bedingungen.

Durch seine Bestellung weist der Käufer die Lieferfirma an, eine bestimmte Ware zu liefern, d.h. er erteilt ihr einen Auftrag zur Lieferung der angebotenen Ware. Deshalb darf ein Auftrag keine Fragen offenlassen.

Wird durch Bestellung ein festes Angebot rechtzeitig und ohne Änderung angenommen, so kommt dadurch der Kaufvertrag zustande. Eine Bestellung, die zu spät erfolgt oder von den Bedingungen des Angebots abweicht, führt nur dann zu einem Vertrag, wenn sie von dem Lieferanten angenommen wird.

Das gleiche gilt für Bestellungen aufgrund eines freibleibenden Angebots und für Bestellungen ohne vorhergehendes Angebot. In diesem Fall ist die Bestellung daher entweder die Annahme eines vom Lieferanten gemachten Angebots durch den Kunden oder ein Gegenangebot des Kunden, das der Lieferant annehmen oder ablehnen kann.

Ниже приводится пример письма-заказа.

Bankhaus

Friedrich

Bauer AG

Bankhaus F. Bauer AG, Postfach 294, 6100 Darmstadt

Gebr. Winkelmann

Werbemittel

Rothschildallee 104

600 Frankfurt 1

Ihr Zeichen,

Unser Zeichen, Durchwahl

Darmstadt,

1425

15 Okt. 200...

me-ha

Bestellung

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir danken Ihnen für Ihr Angebot. Entsprechend Ihrer Mustersendung bestellen wir.

200 Brieftaschen, Nr. 5714, schwarz, mit Prägedruck auf der linken Innenseite:

Bankhaus Friedrich Bauer KG.

Preis... DM pro Stück,

200 Geldbörsen, Nr. 3271, schwarz mit Prägedruck oben auf der linken Innenseite

Liefere Sie bitte diese Waren binnen vier Wochen frei Haus. Laufen Ihrem Angebot bei Bezahlung innerhalb zweier Wochen nach Wareneingang ziehen wir 2 % Skonto vom Warenwert ab.

Mit freundlichen Grüßen

Bankhaus Friedrich Bauer AG

ppa. (Unterschrift)

Vokabular zum Auftragsmuster

entsprechend (D)	в соответствии
die Briefftasche -, n	бумажник
die Geldbörse -, n	кошелёк
der Prägedruck (e)s, -e	эмблема
die Innenseite -, n	внутренняя сторона
der Wareneingang (e)s, -e	поступление товара
der Warenwert (e)s, e	стоимость товара
abziehen vt	вычитать, удерживать

2. Antworten Sie auf die Fragen zum Auftragsmuster

- 1) Wer ist der Absender der Bestellung?
- 2) Was bestellt das Bankhaus Friedrich Bauer AG?
- 3) Welche Lieferfristen werden angegeben?
- 4) Wie ist die Art der Lieferung?
- 5) An wen wird die Bestellung geschickt?
- 6) Wofür dankt der Absender der Bestellungen der Firma?
- 7) Wie hoch ist der Skonto? Und zu welcher Bedingung?

3. Lesen und merken Sie sich folgende Briefbausteine zu den Punkten der Bestellung vor.

zum Punkt 1

1. Wir beziehen uns auf Ihr Angebot vom...
Мы ссылаемся на Ваше предложение от...
2. Wir bestellen auf Grund Ihrer Preisliste Nr. ...
Мы заказываем на основе Вашего прейскуранта №...
3. Auf Empfehlung von Herrn ...bestellen wir...
По рекомендации... мы заказываем...
4. Wir haben Ihre Mustersendung durchgesehen und bestellen...
Мы просмотрели Ваши образцы и заказываем...
5. Ich habe Ihre Anzeige in der Zeitung... gelesen und bestelle...
Я прочитал Ваше объявление в газете... и заказываю...

zum Punkt 2

1. 10 Dtzd. Tischtücher. Wir bestellen 115/165, Muster Nr. 312, zum Preis von...
10 дюжин скатертей ..., образец ... по цене ...
2. 5 St. Küchentische, Eichenholz zum Preis von
5 штук кухонных столов, дуб, по цене...
3. 10 Aluminiumtöpfe. Inhalt 21, 16cm,...€ pro Stück
10 алюминиевых кастрюль, объем 2 л, диаметр 16 см, ...€.. за штуку
4. 20 Karton Briefpapier 25/25, weiß, zum Preis von...
20 коробок бумаги для писем, белой, по цене...

Zum 2. Punkt der Bestellung sind auch folgende Formeln üblich:

Bitte { liefern senden schicken } Sie { uns mir }	wie telefonisch vereinbart zu den vereinbarten Bedingungen zu den vereinbarten Konditionen baldmöglichst bis zum ...	folgende Waren ...
--	--	--------------------

zum Punkt 3

1. Ich erwarte die Sendung noch bis ... als Eilgut.
Жду поставку до... как срочный груз.
2. Wir holen die Waren am... mit unserem LKW ab.
Мы приедем за товаром... на нашей грузовой машине.
3. Die Sendung muss spätestens am... bei uns sein.
Поставка должна быть у нас самой позднее...
4. Bitte liefern Sie an...
Пожалуйста, поставьте (по адресу)...

zum Punkt 4

1. Bitte gewähren Sie uns drei Monate Zeit.
Пожалуйста, дайте нам 3 месяца отсрочки.
2. Erheben Sie bitte den Rechnungsbetrag durch Nachnahme.
Получите, пожалуйста, сумму счета наложенным платежом.
3. Wir sind damit einverstanden, dass Sie einen Wechsel auf uns ziehen.
Мы согласны, что Вы переведёте на нас вексель
4. Wir bezahlen 30 Tage nach Erhalt Ihrer Rechnung.
Мы оплатим в течение 30 дней по получении Вашего счёта

zum Punkt 5

1. Sollte uns die Qualität nicht zusagen, werden wir Ihnen die Ware zurücksenden.
Если качество нам не подойдёт, мы отправим товар обратно.
2. Sorgen Sie bitte für eine neutrale Verpackung, da...
Позаботьтесь о нейтральной упаковке, так как...
3. Wir bitten um Auftragsbestätigung.
4. *Просим подтвердить заказ.*

4. Finden Sie die passende Übersetzung zu den Sätzen im ersten Teil der Aufgabe aus dem Teil II.

I

- 1) Благодарю Вас за ваше предложение и заказываю ...
- 2) На основе Вашего предложения я заказываю следующие товары.
- 3) Мы проверили присланные нам образцы и заказываем для немедленной поставки в соответствии с Вашим предложением от...
- 4) Просим срочное подтверждение и данные прежнего срока поставки.
- 5) Если Вы не можете поставить товар до ..., прошу Вас срочно сообщить об этом.
- 6) Необходима тщательная упаковка.
- 7) Страховка обеспечивается нами/... и покрывает все риски («от двери до двери»).

II

- 1) Können Sie die Ware nicht bis ... liefern, bitte ich Sie um sofortige Benachrichtigung.
- 2) Die Versicherung wird von uns gedeckt ... und ist von Haus abzuschließen.
- 3) Wir bitten um prompte Bestätigung und Angaben des frühesten Liefertermins.
- 4) Ich danke Ihnen für Ihr Angebot und bestelle...
- 5) Sorgfältige Verpackung ist unbedingt erforderlich.
- 6) Wir haben die uns zugesandten Muster geprüft und bestellen zur sofortigen Lieferung entsprechend Ihrem Angebot vom ...
- 7) Aufgrund Ihres Angebots bestelle ich folgende Artikel...

5. Übersetzen Sie folgende Geschäftsbriefe aus dem Deutschen ins Russische und aus dem Russischen ins Deutsche.

Firma...

Usiewitscha ul. 17

1103045 Moskau

10.05.200..

Sehr geehrte Herren!

Wir besuchten letzte Woche Ihren Stand auf der Leipziger Messe und erfuhren dabei von Ihrem Vertreter Herrn Bobrow, dass Sie auch Spezialanfertigungen übernehmen.

Wir benötigen bis spätestens 1.09.200.. eine vollautomatische Maschine nach beiliegender Zeichnung. Bitte teilen Sie uns mit, ob Sie diese Maschine bis zu diesem Termin herstellen und liefern können. Für die Mitteilung des Preises und Ihrer Verkaufsbedingungen sind wir Ihnen im Voraus dankbar.

Wegen Informationen über unsere Firma wenden Sie sich bitte an die Firma "Argo", von der wir schon mehrere Maschinen bezogen haben, oder an die Deutsche Bank in Nürnberg.

Mit Freundlichen Grüßen

Fachliteratur:

1. Karriere als Beamter: Diese Fakten müssen Sie kennen // URL: <https://karrierebibel.de/?s=AUFTRAG/> (Дата обращения: 3.11.2017)
2. Geschäftskontakte: Knüpfen und pflegen/ URL: <https://karrierebibel.de/geschaeftskontakte/> (Дата обращения: 3.11.2017)
3. Auftragsbestätigung: Tipps, Checkliste, Formulierungen // URL: <https://karrierebibel.de/?s=AUFTRAG/> (Дата обращения: 3.11.2017)
4. Дружинина В.И., Шестакова Л.Б. Диалогическая речь в сфере делового общения :Учеб.-метод. пособ. – Губкин: Изд-во Губкинского института (филиала) МГОУ, 2009. – 53 с.
5. Ralph Jeske. Erfolgreich verhandeln. Grundlagen der Verhandlungsführung Deutscher Taschenbuch Verlag dtv, 1998, ISBN 3-423-50824-8.
6. David M. Martin. Erfolgreiche Verhandlungstaktiken, Schwierige Situationen perfekt meistern. Falken Verlag, Niedernhausen, 1997, ISBN 3-8068-4971-4

LEKTION VI

Thema: PREIS UND ZAHLUNGSBEDINGUNGEN

Grammatik: Придаточное предложение времени Die Konstruktion sein + zu Infinitiv.



Vokabular zum Text

der Preis, (e)s, e
die Zahlungsbedingungen
die Preisbildung -, en
der Markt, -(e)s, -e

цена
условия платежа
образование цены
рынок

der Marktteilnehmer, -s, -	участник рынка
der Anbieter, -s, -	производитель, продавец, oferent
der Marktpreis, -es, -e	рыночная цена
interessiert sein (an D)	быть заинтересованным
erzielen	зд. поднять, «взвинтить» (в чем-л.)
der Nachfrager, -s,-	потребитель, покупатель
entgegengesetzt	противоположный
die Erwartung, -, -en	ожидание
die Dienstleistung, -, -en	услуга
der Verbraucher, -s, -	потребитель
zweierlei	двойкий; двух родов, видов
das Angebot, -s, -e	предложение
die Nachfrage, -, n	спрос
die Kostenkalkulation, -, -en	калькуляция расходов
hochwertig	ценный
absetzen <i>vt</i>	сбывать (товар)
der Zusammenhang, -(e)s, -e	зависимость
wie folgt	следующим образом
darlegen <i>vt</i>	излагать
steigen (ie, ie)	расти
die Bereitschaft, -, -en	готовность
die angebotene Ware	предложенный товар
das Zusammentreffen	встреча
der Gleichgewichtspreis	равновесная цена

1. Lesen Sie und übersetzen Sie den Text.

Die Preisbildung durch Angebot

Jedes Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage bezeichnet man als Markt. Angebot sind alle zum Verkauf bereitgestellten Güter, Nachfrage - alle zum Kauf begehrten Güter. Auf jedem Markt haben die Marktteilnehmer unterschiedliche Interessen. Die Anbieter wollen hohe Marktpreise erzielen. Die Nachfrager kommen mit entgegengesetzten Erwartungen. Sie machen mit wenig Geld möglichst viele und hochwertige Waren oder Dienstleistungen erwerben. Die Verbraucher sind daher an niedrigen Marktpreisen interessiert. Erfüllen sich die Erwartungen der Anbieter, so werden sie versuchen, viele Waren oder Dienstleistungen abzusetzen. Erfüllen sich dagegen die Erwartungen der Kunden so werden sie viel kaufen.

Die Preise können auf zweierlei Art gebildet werden: einerseits durch Angebot und Nachfrage, andererseits durch Kostenkalkulation.

Der Zusammenhang zwischen Angebotsmenge, Nachfragemenge und Marktpreis kann wie folgt dargelegt werden: je größer die Angebotsmenge ist, desto niedriger ist der Marktpreis, und umgekehrt: je kleiner die Angebotsmenge ist, desto höher ist der Marktpreis. Anders gesagt, bei niedrigen Marktpreisen steigt die Bereitschaft

der Nachfrager, die angebotenen Waren oder Dienstleistungen zu kaufen.

Entspricht das Angebot der Nachfrage, bildet sich ein ausgeglichener Preis. Der Gleichgewichtspreis räumt den Markt. Der Preis regelt die Produktion.

2. Beantworten Sie die FRAGEN zum Text.

- 1) Warum haben die Marktteilnehmer unterschiedliche Interessen.
- 2) Woran sind die Verbraucher interessiert?
- 3) Was bedeutet die Kostenkalkulation?
- 4) Worauf zielt die Kalkulation ab?
- 5) Von welchen Faktoren hängt die Kalkulation ab?
- 6) Denken Sie darüber nach, welche Punkte der Kalkulation geändert werden können, wenn ein Betrieb auf dem Markt in Absatzschwierigkeiten gerät?
- 7) Stellen Sie die Kostenkalkulation für eine noch nicht existierende Ware und erläutern Sie sie.

3. Geschäftsbriefe

Vokabular

belassen (ie, a)	зд.: оставить прежними
der Preis ist... um % gestiegen	цена возросла
die Preise überprüfen	пересматривать цены
die heute gültigen Preise	действующие на сегодня цены
Anbei ...	при сѐм ...
die Anfertigung, -, -en	изготовление

3.1 Übersetzen Sie aus dem Deutschen ins Russische.

Sehr geehrte Herren,

wir bestätigen den Empfang ihres Schreibens von 22.d.M. und danken ihnen für ihren Auftrag N 6362.

Leider müssen wir ihnen jedoch mitteilen, dass die Preise, die von ihnen genannt sind, teilweise nicht mehr gültig sind. Wie Sie vielleicht wissen, ist der Silberpreis in der letzten Zeit um mehr als 40% angestiegen, und wir mussten unsere Preise überprüfen. Bei 6 Positionen ihres Auftrages konnten wir die Preise belassen, bei den übrigen Positionen war es uns leider nicht möglich. Anbei finden Sie eine Proforma-Rechnung mit den heute gültigen Preisen, und wir möchten Sie bitten, den Auftrag entsprechend zu bestätigen.

Nach Eingang ihrer Bestätigung wird die Anfertigung der Ware etwa 6 Wochen dauern. In Erwartung ihrer baldigen Nachricht zeichnen wir.

Mit freundlichen Grüßen

Vokabular

der Artikel, s,- überlassen	товар, артикул переданный
die Qualität, -en	качество
der gleiche Preis	подобная цена
den Vorschlag annehmen	принять предложение

3.2 Übersetzen Sie den Brief aus dem Russischen ins Deutsche

Многоуважаемые господа!

Большое спасибо за Ваше предложение и переданный нам образец товара 88/44. Качеством материала мы довольны, но цена кажется нам несколько завышенной. От другого поставщика нам поступило предложение с ценой по 15 немецких марок за метр материала подобного качества. Если Вы можете сделать для нас подобную цену, мы были бы готовы заказать 30 штук этого товара. Нас бы порадовало, если бы для Вас было возможным принять наше предложение.

С дружеским приветом

4. Lesen Sie die Anzeige der Firma «Quelle» und antworten Sie auf die folgenden FRAGEN.

- 1) Welche Bezahlungsvarianten schlägt die Firma «Quelle» vor?
- 2) Welche Varianten wählen Sie?

Der Mindestbestellwert bei Kauf per Nachnahme

Das Schöne bei Quelle:

Sie können sich aussuchen, wie Sie bezahlen

wollen. Entweder gegen Rechnung oder in bequemen

Monatsbeträgen oder per Nachnahme

Zahlung gegen Rechnung

Beim Kauf gegen Rechnung haben Sie nach

Erhalt der Ware innerhalb von 14 Tagen zu bezahlen

Sie können also alles, was Sie bestellt haben, erst in Ruhe anschauen und prüfen.

Der Mindestbestellwert bei Kauf auf Rechnung

Beträgt € 50 –

Eigentumsvorbehalt: Die Ware bleibt bis zur vollständigen Bezahlung Eigentum von Quelle.

Zahlung in 3,5 oder in 7

Monatsraten

Sie wählen bei jeder Bestellung

neu, in wieviel Monatsbeträgen

Sie bezahlen möchten. Der

Zinsaufschlag auf den

Kaufpreis beträgt 0.6 % pro Monat.

Fälligkeit der Raten: Die 1.

Rate wird 30 Tage nach Erhalt

der Ware fällig, die weiteren

Raten jeweils einen Monat

später.

Zahlung per Nachnahme

5. Fassen Sie die Zahlungsbedingungen ab, wählen Sie dabei die entsprechende Präposition.

bar		
Zahlen Sie	mit	Postüberweisung
Die Zahlung erfolgt	per	Wechsel
Die Bezahlung erfolgt	in	Bankrate
Der Käufer bezahlt	gegen	Nachnahme
	durch	Banküberweisung
		Monatsraten
		(Monatsbeträgen)
	als	Akkreditiv
		Inkasso

6. Gebrauchen Sie die Konstruktion *sein+zu+Infinitiv*.

Muster: --Zahlungen muss man innerhalb von 10 Tagen leisten.

--Zahlungen sind innerhalb von 10 Tagen zu leisten.

- 1) Bei der Bank muss man ein unwiderrufliches Akkreditiv eröffnen.
- 2) Das Akkreditiv muss man gegen folgende Dokumente zahlen.
- 3) 90% vom Wert der verkauften Ware muss man als
- 4) Postüberweisung binnen 15 Tagen bezahlen.
- 5) Den Betrag der vorläufigen Rechnung muss man spätestens im Laufe von 2 Tagen nach dem Empfang des Telegramms bezahlen.
- 6) 30% des Wertes der gelieferten Ware muss man nach Ablauf der Garantiefrist zahlen.

7. Setzen Sie die Konjunktionen *als, wenn* oder *nachdem* ein. Übersetzen Sie die Sätze ins Russische

- 1) Die Firma hat die Ware ordnungsgemäß geliefert, der Kaufvertrag unterzeichnet worden war.
- 2) Sie innerhalb 10 Tagen bar bezahlen, werden 2% Skonto gewährt.
- 3) Die Rechnung wird geschickt die Ware ausgeliefert worden ist.
- 4) wir die Ware liefern, kündigen wir den Versand durch eine Lieferanzeige an.
- 5) Die Zahlung aus dem Akkreditiv erfolgt, Folgende Dokumente vorgelegt werden.
- 6) ... der Kunde die Rechnung bekommt, muss er sie binnen 10 Tagen bezahlen.
- 7) der Käufer die Lieferanzeige bekam, eröffnete er bei der Bank ein Akkreditiv.

8. Ersetzen Sie die Konstruktion *модальный глагол + значимый глагол* durch Konstruktion *zu + значимый глагол*.

Muster : --Zahlungen muss man innerhalb von 10 Tagen leisten.

--Zahlungen sind innerhalb von 10 Tagen zu leisten.

Платёж должен быть произведен в течение 10 дней.

- 1) Innerhalb von 20 Tagen muss der Käufer einen Garantieschein der Bank dem Verkäufer übergeben.
- 2) Das Akkreditiv muss man gegen folgende Dokumente auszahlen.
- 3) 90% vom Wert der verkauften Ware muss man als Postüberweisung binnen 15 Tagen bezahlen.
- 4) Den Betrag der vorläufigen Rechnung muss man spätestens im Laufe von 2 Tagen nach dem Empfang des Telegramms bezahlen.
- 5) 30% des Wertes der gelieferten Ware muss man nach Ablauf der Garantiefrist zahlen.

9. Wählen Sie aus der rechten Spalte die entsprechende Fortsetzung für den Satz in der linken Spalte:

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 1. Wir haben die Möglichkeit... | ein Akkreditiv eröffnen |
| 2. Wir haben die Aufgabe... | die Ware vorfristig liefern |
| 3. Der Verkäufer hat das Recht... | Zinsen berechnen |
| 4. Haben Sie Zeit... | nach Berlin anrufen |
| 5. Das Ziel der Lieferung ist es ... | unserem Geschäftspartner helfen |
| 6. Der Vertreter hat die Absicht... | einen neuen Markt erschließen |
| 7. Der Käufer äußert den Wunsch... | bar bezahlen |
| 8. Es ist leicht... | den Preis erhöhen |
| 9. Es ist schwer ... | den Liefertermin einhalten |
| 10. Es ist möglich ... | die Zahlungsbedingungen |
| 11. Wir sind bereit ... | einhalten |
| 12. Wir benutzen die Gelegenheit... | einen Rabatt gewähren |
| 13. Der Kunde bittet... | ihnen ein neues Angebot machen |
| 14. Wir sind in der Lage ... | eine neue Preisliste schicken ein ausführliches Angebot unterbreiten |

Fachliteratur:

1. Versicherungen für Berufsanfänger: Das brauchen Sie wirklich/ URL: <https://karrierebibel.de/geschaeftsbriefe/> (Дата обращения: 3.11.2017)
2. Курс делового немецкого языка для начинающих. Geschäftsdeutsch für Anfänger / Томсон Г.В., Чигашева М.А., — М.: ООО «ИПЦ «Маска», 2012 — 86 с. ISBN 978-5-91146-791-3
3. Дружинина В.И., Шестакова Л.Б. Диалогическая речь в сфере делового общения: Учеб.-метод. пособ. – Губкин: Изд-во Губкинского института (филиала) МГОУ, 2009. – 53 с.
4. Ralph Jeske. Erfolgreich verhandeln. Grundlagen der Verhandlungsführung Deutscher Taschenbuch Verlag dtv, 1998, ISBN 3-423-50824-8.
5. David M. Martin. Erfolgreiche Verhandlungstaktiken, Schwierige Situationen perfekt meistern. Falken Verlag, Niedernhausen, 1997, ISBN 3-8068-4971-4
6. Marcus Knill. Natürlich, zuhörerorientiert, aussagenzentriert reden "Angewandte Rhetorik" für alle, die kommunizieren müssen. Ein Lehr-, Lern- und Lesebuch. 1991 ISBN 3-908236-19-3

LEKTION VII

Thema: LIEFERUNGEN

Grammatik: Конструкция haben(sein) + Infinitiv zu в деловом языке



Vokabular zum Text

die Lieferbedingung, -, en	условия поставки
die Lieferfrist, -, en	срок поставки
die Drittelzahlung, -, -en	тройная система оплаты
beim Verkauf	при продаже
fällig sein	подлежать оплате
die Erteilung, -, -en	выдача (заказа)
die Ausnahme, -, -n	исключение
franko, frei,	франко, т.е. без оплаты,
	свободный от расходов
die Nebenkosten	побочные расходы
zu Lasten (G)	за счёт (кого-л.)
im Gegenteil	напротив
Geschäfte tätigen	осуществлять (заключать) сделки
zu Bedingungen	на условиях
das Verkäuferland, -(e)s, -er	страна-продавец
in den Vertrag aufnehmen	вносить в договор
die Lieferung erfolgt...	поставка выполняется
innerhalb (G)	в течение
die Allgemeinen	типовой договор (общие условия
Geschäftsbedingungen	заключения сделок)
verweisen (ie, ie) vt (auf A)	отсылать (кого-л. к чему-л.).

1. Lesen Sie und übersetzen den Text.

Die Lieferungsbedingungen und die Lieferfristen

Die Zahlungsbedingungen sind manchmal eng mit den Lieferungsbedingungen verbunden. Zum Beispiel, dieselbe Firma «Lang» hat so genannte Drittelzahlung

beim Verkauf größerer Maschinen. Das ist eine ziemlich häufige Form der Zahlung bei dieser Firma: ein Drittel der Summe ist fällig bei Erteilung der Aufträge, ein Drittel bei Fertigstellung der Maschinen, ein Drittel bei Aufstellung und Inbetriebnahme der Maschinen. Aber das ist im Allgemeinen eine Ausnahme.

Die Lieferungsbedingungen bezeichnet man gewöhnlich mit dem Wort «franko» (oder «frei»), oder einfach «ab». Zum Beispiel die Lieferungsbedingung «ab Werk» / «ab Lager» bedeutet, dass der Kunde die Ware im Werk / auf *lager* bekommt und Nebenkosten wie Zölle, Transportkosten zu Lasten des Kunden gehen. Und im Gegenteil bei der Lieferungsbedingung «frei Haus» gehen alle Transportkosten (und andere Kosten) zu Lasten des Lieferanten. Aber in der Regel tätigen deutsche Firmen Geschäfte zu Bedingungen franko Waggon Grenze des Verkäuferlandes und FOB Hafen der Bundesrepublik Deutschland.

Das sind deutsche Bezeichnungen der Lieferungsbedingungen. Es gibt auch internationale Lieferungsbedingungen -Incoterms. Sehr wichtig ist auch die Lieferfrist. Sie wird unbedingt in den Vertrag aufgenommen. Hier sind einige Muster von Artikeln aus Verträgen:

- Die Lieferung erfolgt innerhalb von 14 Tagen nach Eingang der Akkreditivbestätigung.
- Die im Vertrag aufgeführte Ausrüstung ist komplett zu liefern, und zwar nach f eigenden Lieferfristen laut Anlage N...
- Die Lieferung erfolgt... (Daten)
- Die Ware soll zu den angegebenen Terminen (...) geliefert werden. Die Lieferungs- und Zahlungsbedingungen sind schon im vollständigen Angebot der Firma zu enthalten. Viele Firmen verweisen auch in ihren Angeboten auf ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB), wobei der Angebotsempfänger natürlich die Möglichkeit haben muss, vom Inhalt derselben Kenntnis zu nehmen.

2. Aufgaben zum linguokommerziellen Kommentar

a) Gebrauchen Sie alle möglichen Varianten.

Muster. Die Ware wird mit der Bahn geliefert

die Ware	wird	mit der Bahn	geliefert
die Maschine	werden	per LKW (Lastkraftwagen)	geschickt
Ersatzteile		per Luftpost	transportiert
das Zubehör		mit dem Schiff	gesendet
die Computer		per Post	
technische Unterlagen		als Luftfracht	
die Lizenz		per Kurier	
der Geschäftsbrief		mit dem Boten	
		als Seefach	

b) Schreiben Sie aus dem obigen Text die Sätze heraus, die die unten angegebenen Wörter enthalten, und übersetzen Sie diese ins Russische.

die Nebenkosten, die Transportkosten, die Incoterms, die Akkreditivbestätigung, die Ausrüstung, das Angebot

c) **Stellen Sie die FRAGEN zum Text und erzählen Sie ihn nach.**

3. Lesen Sie und übersetzen Sie den obigen Text.

Vokabeln zum Text

die Exportverpackung, -, en	экспортная упаковка
die Unversehrtheit, -, en	не поврежденность
die Beschädigung, -, en	повреждение
das Umladen s, -	перегрузка товара
die Außenseite -, n	внешняя сторона
anfertigen vt	изготавливать, выполнять
markieren vt	размечать, помечать

Einiges über die Verpackung

Der Verkäufer soll die Ausrüstung in einer seegerechten Exportverpackung verladen. Die Verpackung muss die volle Unversehrtheit der Ware gegen Beschädigungen und Korrosion aller Art bei jedem Wetter und jedem Transport gewährleisten.

Der Käufer darf verlangen, dass die Verpackung der Waren auch bei mehrfachem Umladen schützt. Der Verkäufer soll eine detaillierte Verpackungsliste anfertigen. Der Verkäufer kann ein Exemplar an der Außenseite der Kiste befestigen. Der Käufer darf verlangen, dass die Kisten von vier Seiten markiert werden.

4. Lernen Sie die folgenden Fachausdrücke auswendig.

- 1) Die Verpackung muss die Ware gegen Witterungseinflüsse schützen.
Упаковка должна защищать товар от погодных влияний.
- 2) Wir sorgen für angemessene seegerechte /exportgerechte/ wasserdichte Verpackung.
Мы заботимся о соответствующей упаковке /экспортной/ водонепроницаемой, предназначенной для транспортировки морем
- 3) Der Verkäufer haftet für eventuelle Verluste und Beschädigungen infolge mangelhafter Verpackung.
Продавец отвечает за возможные потери и повреждения вследствие дефектной упаковки.
- 4) Der Verkäufer übernimmt die volle Haftung für Schäden, Beschädigungen oder Bruch.
Продавец берёт на себя полную ответственность за урон, повреждения или поломки.
- 5) Die Markierung muss deutlich mit wetterfester Farbe in deutscher und russischer Sprache aufgetragen werden und folgendes enthalten: Bestellnummer, Bestimmungsort, Bezeichnung des Kunden, Kistenummer, Nettogewicht, Bruttogewicht u.a.

Маркировка должна быть нанесена чётко несмываемой краской на немецком и русском языках и содержать следующее: номер заказа, место назначения, название фирмы-покупателя, номер ящика, вес, нетто, вес брутто и др.

6) Die Kollos werden durch Bruchzahlen nummeriert: 4/15.

Места нумеруются дробными числами (4-й ящик из общего количества 15).

Fachliteratur:

1. Deutschlands beste Arbeitgeber 2017 //URL: //https://https://karrierebibel.de/?s=LIEFERUNGEN/ (Дата обращения: 3.11.2017)
2. Versicherungen für Berufsanfänger: Das brauchen Sie wirklich/ URL: //https://karrierebibel.de/geschaeftsbriefe/ (Дата обращения: 3.11.2017)
3. Karriere als Beamter: Diese Fakten müssen Sie kennen // URL: //https://karrierebibel.de/ (Дата обращения: 3.11.2017)
4. Курс делового немецкого языка для начинающих. Geschäftsdeutsch für Anfänger / Томсон Г.В., Чигашева М.А., — М.: ООО «ИПЦ «Маска», 2012 — 86 с. ISBN 978-5-91146-791-3
5. Дружинина В.И., Шестакова Л.Б. Диалогическая речь в сфере делового общения :Учеб.-метод. пособ. – Губкин: Изд-во Губкинского института (филиала) МГОУ, 2009. – 53 с.
6. Ralph Jeske. Erfolgreich verhandeln. Grundlagen der Verhandlungsführung Deutscher Taschenbuch Verlag dtv, 1998, ISBN 3-423-50824-8.

LEKTION VIII

Thema: FÜHRUNG VON VERTRAGSVERHANDLUNGEN

Grammatik: Распространенное определение (Erweitertes Attribut).



Vokabular zum Text

der Verhandlungsführende
das Gebot, -(e)s, -e
aushandeln vt
zunächst
der Vertragsentwurf
j-m alle Last aufbürden
vorteilhaft

ведущий переговоры
заповедь
торговаться
прежде всего
проект договора
взваливать весь груз на кого-л.
выгодный, прибыльный

aufnehmen vt	зд.: записывать, вписывать
Zugeständnisse machen	делать уступки
eine Gegenleistung bekommen	получить встречную услугу
herausholen	получить
ich werde mir das überlegen	я подумаю
aufgeben vt	отказываться от чего-л.
hartnäckig	упорно, настойчиво
erreichen vt	достигать
Lassen Sie sich Zeit!	Не спешите!
ungeduldig	нетерпеливый

8.1. TEXT

Verhandeln - aber wie? (von Marcus Knill)

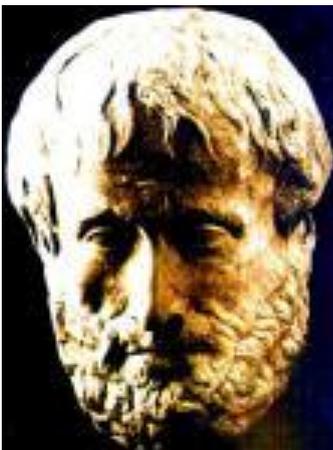
(siehe: Die Internetquelle, der das unten angegebene Material entnommen ist: Verhandeln- aber wie? (von Marcus Knill)/<http://www.rhetorik.ch/Verhandeln/Verhandeln.html>)

Grundelemente des Verhandeln

Jede Person, die verhandelt, strebt nach Anerkennung der eigenen Bewertung des Verhandlungsgegenstandes durch den Partner. Folgende Grundelemente des Verhandeln spielen bei allen Verhandlungsprozessen eine Rolle:

- *die solide Sachkenntnis (Fachwissen);*
- *die Logik;*
- *die Überzeugungskraft (Redekunst);*
- *das psychologische Verständnis.*

Zur Logik



Unter Logik versteht man die Fähigkeit des exakten folgerichtigen Denkens.

Der griechische Philosoph ARISTOTELES war einer der ersten, der über das *deduktive Denken* nachgedacht hat.

Er hat die **Logik als Wissenschaft** begründet. In einem ersten Schritt hatte Aristoteles die *Logik im Zusammenhang mit der Rhetorik untersucht*, später nicht mehr nur *als Mittel der Einwirkung des Redners auf das Auditorium sondern als Wissen, das als Weg zur Erlangung der Wahrheit dient*.

Trotzdem, logisch aufgebaute Denkschritte und Argumentationsfolgen spielen bei Verhandlungen eine zentrale Rolle.

WICHTIG!

☞ **Der logische Aufbau einer Gedankenkette** kann für den Ausgang *ausschlaggebend* sein. Nur wer bei der Argumentation *die Situation, die Wünsche, Absichten und Ziele des Partners berücksichtigt*, hat Erfolg. Deshalb kommt der Analyse des Sachverhaltes eine so grosse Bedeutung zu.

☞ Die Vorbereitung (Analyse der Realität des Partners) bewahrt uns *vor Fehlschlägen*. Bei jenen, die bei Verhandlungen um die eigene Person kreisen - selbst, wenn sie noch so logisch argumentieren - ist der Misserfolg bereits vorprogrammiert.

FRAGEN zum Text "Zur Logik"

1. Wer war als einer der ersten, der über das *deduktive Denken* nachgedacht hat?
2. Was versteht man unter dem Begriff „Logik“?
3. Wer hat die Logik als Wissenschaft begründet?
4. Was muss man bei der Argumentation der Situation berücksichtigen?
5. Warum dient Logik *als Weg zur Erlangung der Wahrheit*?
6. Warum kommt der Analyse des Sachverhaltes eine so grosse Bedeutung zu?
7. Welche Voraussetzungen sind für den *Erfolg* des Redners erforderlich?
8. In welchem Fall kann der *Misserfolg* vorprogrammiert werden?

Zur Rhetorik und zur Überzeugungskraft

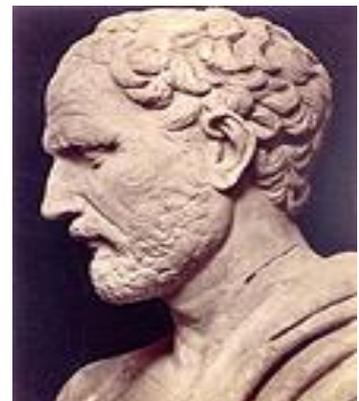


DEMOSTHENES - *der Vater der abendländischen Rhetorik*, sei unter ständiger Rezitation seiner Reden den Berg hinaufgestiegen und habe dabei versucht, **seinen angeborenen Sprachfehler** zu korrigieren.

DEMOSTHENES ist für seine zündenden Reden bis heute berühmt geblieben.

Ziel der Rhetorik:

Den Verhandlungspartner zu überzeugen d.h. *ihn für den eigenen Standpunkt gewinnen*.



Rhetorik umfasst:

- ☺ *Sprachliche Beherrschung der Thematik.*
- ☺ *Die Fähigkeit, die Gedanken einfach, klar verständlich, bildhaft, anschaulich und situationsgerecht darzustellen.*
- ☺ *Mimik, Gestik, Intonation müssen mit Inhalt und Person übereinstimmen.*
Überzeugend reden bedeutet ferner: Gefühl und Einstellung des Partners berücksichtigen und ansprechen.

WICHTIG!

In der Praxis zeigt sich, dass bei Verhandlungen rein *sprachliche und rhetorische Bereiche immer mehr in den Hintergrund rücken zugunsten einer ehrlichen, natürlichen Ausdrucksweise*, die sich nach der jeweiligen Situation Perspektive der Realität ausrichtet. Zu perfektes, geschliffenes Verhalten ist verdächtig, denn es kann das Gefühl des 'Übertölpelt - werdens' bewirken.

FRAGEN zum Text "Zur Rhetorik und zur Überzeugungskraft":

1. Wen nennt man als Vater der abendländischen Rhetorik?
2. Auf welche Art und Weise versuchte Demosthenes, seinen angeborenen Sprachfehler zu korrigieren?
3. Wodurch ist Demosthenes bis heute berühmt geblieben?
4. Was ist das *Ziel der Rhetorik*?
5. Was umfasst die Rhetorik?
6. Warum muss man das Gefühl und die Einstellung des Partners berücksichtigen?
7. Warum ist zu perfektes, geschliffenes Verhalten verdächtig?

Zum psychologischen Verständnis



Der prominente Wiener Arzt und Psychologe SIGMUND FREUD (1856-1939) wies auf die *ausserordentliche* Rolle des Unterbewussten im Leben und Tun hin.

- ⌚ Bei allen Verhandlungen sind Leidenschaften, Emotionen, Sympathien, Angst usw im Spiel.
- ⌚ Wer deshalb die Persönlichkeit des Partners besser erfassen und situationsgerechter beurteilen kann, ist stets im Vorteil.

In einem sehr groben Modell kann man bei einer Person **drei Schichten unterscheiden:**

- * *die geistige Ebene,*
- * *das Temperament,*
- * *die gefühls- und triebmässige Seite.*

✧ **Menschenkenntnis und Erfahrung** bewahren uns vor *Fehlbeurteilungen*.

✧ **Intuition und Wahrnehmungsfähigkeit** sind wichtige Voraussetzungen bei *Verhandlungsabläufen*.

Deshalb gilt es:

- die Kunst des *Zuhörens*
- die Kunst des *Beobachtens*
- die Kunst des *Fragens*

zu entwickeln. Bei Verhandlungen darf auf keinen Fall die Gefühlssphäre des Partners verletzt werden.

FRAGEN zum Text "Zum psychologischen Verständnis":

1. Wer hat auf die ausserordentliche Rolle des Unterbewussten im Leben und Tun hingewiesen?
2. Was wissen Sie von Sigmund Freud?
3. Welche drei Schichten unterscheidet Sigmund Freud in seinem „grobem Modell“ bei einer Person?
4. Warum gilt es, die Kunst des *Zuhörens* zu entwickeln?
5. Warum gilt es, die Kunst des *Beobachtens* zu entwickeln?
6. Warum gilt es, die Kunst des *Fragens* zu entwickeln?
7. Warum darf auf keinen Fall die Gefühlssphäre des Partners verletzt werden?

Zum Prinzip 'Gleichgewicht der Kräfte'



Fürst **CLEMENS VON METTERNICH** (1773-1859) war *Oesterreichischer Staatsmann und Kanzler* zur Zeit Napoleons und einer der **begabtesten Verhandler der Geschichte**.

Er kämpfte *gegen Hegemonie (Vorherrschaft)* und vertrat die Auffassung, dass nur *ein Gleichgewicht der Kräfte den Frieden sichern und harte Konflikte vermeiden könne*.

Tatsächlich bestätigt die Praxis, dass es *bei Verhandlungen dann zu Abschlüssen mit Dauercharakter kommt*, wenn alle Beteiligten über *vergleichbare Machtmittel verfügen*.

WICHTIG!

✧ **Das Gleichgewicht der Kräfte** ist die *wichtigste Voraussetzung zu langfristigen Lösungen*. Jede Verhandlung hat letztlich etwas mit Koexistenz zu tun. Nach Metternich ist jedoch Koexistenz nur so lange möglich, wenn sich alle Beteiligten *einem Gleichgewicht der Kräfte annähern*.

✧ Sind nicht erst dann Verhandlungen *erfolgreich*, wenn sie beiden Seiten Nutzen bringen? Es geht um realen oder vermeintlichen Nutzen.

✧ Beide Seiten müssen gewinnen. Beide Seiten sollten auch verlieren. *Das Geben und Nehmen ist bei Verhandlungen ein Dauerprozess.* Dazu benötigt es immer viel Geduld, Dynamik sowie Einfühlungsvermögen.

FRAGEN zum Text “Zum psychologischen Verständnis“:

1. Wodurch ist Clemens von Metternich weltbekannt?
2. Wogegen kämpfte er?
3. Was kann nach C. von Metternich den Frieden sichern?
4. Wie kann man harte Konflikte vermeiden?
5. Was ist die wichtigste Voraussetzung zu langfristigen Lösungen?
6. Unter welchen Bedingungen ist die Koexistenz möglich?
7. In welchem Fall können die Verhandlungen erfolgreich sein?
8. Warum ist das *Geben* und *Nehmen* bei Verhandlungen ein Dauerprozess?
9. Wozu braucht man Geduld, Dynamik sowie Einfühlungsvermögen?

Verhandlungstechnik

Ich gebe, damit du gibst'

➡ Bei Verhandlungen versuchen zwei oder mehrere Verhandlungspartner ihre voneinander abweichenden Ansichten oder Ziele *auf einen gemeinsamen Nenner zu bringen.*

☞ Je näher die Ziele beieinander liegen, um so einfacher ist die Verhandlung.

☞ Jeder Partner muss *geben* und *nehmen*.

☞ Für den Kompromiss haben beide Verhandlungspartner von ihrem Standpunkt abzurücken. Jeder *'opfert'* und *'gewinnt'* andererseits auch etwas.

Grundelemente der Verhandlung sind:

- **Sachkenntnis:** Wissen, Erfahrung
- **Logik:** Exaktes, folgerichtiges Denken
- **Rhetorik:** Überzeugungskunst, Kunst des Fragens
- **Psychologisches Verständnis:** Zuhören können, Menschenkenntnis, diplomatisches Geschick, Fingerspitzengefühl, Takt.

Voraussetzungen für erfolgreiche Verhandlungen

- 1) Geduld
- 2) Dynamik
- 3) Einfühlungsvermögen

Gleichgewicht der Kräfte.

Bei eindeutiger Übermacht einer Seite sind Kompromisse in Frage gestellt. Beide Seiten sollten über vergleichbare Machtmittel verfügen.

Verhandlungsgrundsätze:

1. Argumente, nicht Meinungen sind gefragt.
2. Aufmerksamkeit, Interesse, Wünsche wecken.

3. Handeln, nicht zögern.

Wie schaffe ich günstige Verhandlungsbedingungen?

- ☞ *Einstellungs-Nischen nutzen, das heisst Begriffe wählen, die nicht vorbelastet sind.*
- ☞ *Manchmal geht es nur im 'Zick-Zack' indem an vorhandene Einstellungen oder Gewohnheiten appelliert werden. Erst dann den Versuch wagen, das Problem auf das vorbelastete Thema zu übertragen.*
- ☞ *Fluchtweg offen lassen.*



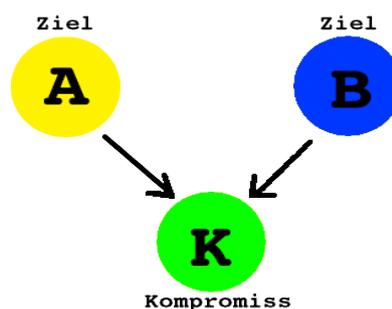
WICHTIG!

Angekettete Raubtiere beißen eher als frei laufende. Wer bei Verhandlungen keinen Ausweg mehr sieht, sperrt sich oder passt sich nur zum Schein an.) Deshalb:

- ☺ *'Brücken bauen',*
- ☺ *'Rückzug in Ehren' anbieten.*
- ☺ *Gemeinsames suchen.*
- ☺ *Bei Differenzen hilft oft:*
- ☺ *Gemeinsame Werte, Interessen unterstreichen und aufbauen.*

Die sechs Phasen der Verhandlung:

1. Begrüssung
2. Einleitung des Gesprächs. Wir erstellen eine gemeinsame Ausgangsbasis.
3. Eigene Position A begründen lassen. (Vorteile/Nachteile)
4. Partner Position B begründen lassen. (Vorteile/Nachteile). Partner nicht unterbrechen! Vollständig ausreden lassen.
5. 'Feilschen', Gegenvorschläge unterbreiten. Partner Rückzug erleichtern. Zwischenergebnisse absichern.
6. Kompromiss (K) Mit Abschluss, z.B. einem Vertrag



Erkenntnisse:



👥 **Positives Klima schaffen** (positiv eingestellt sein, den Verhandlungsort selbst bestimmen).

♥ Fehler zugeben

♥ *Partner anreden, anschauen.* Wer betrachtet wird, wird beachtet." (Ich sehe, wie das Argument ankommt).

👥 **Ein "Nein" vermeiden.**



Besser: 'Grundsätzlich stimme ich zu ...! Punkt sehe ich so 'Punkt sehe ich noch nicht klar.'

👥 **Vorteilsgespräche führen** (Vorteile betonen).

- ♥ Einwand übergehen und auf Vorteile zu sprechen kommen.
- ♥ Beispiele anführen, die für beide Seiten Vorteile bringen.
- ♥ Fragetechnik einsetzen.

👉 **Sich gut vorbereiten.**

Sich in die Lage der Partner versetzen, von Ihren Seiten aus denken. Antizipieren. 'Für Sie ist wichtig' Eventuell vorher ein Einzelgespräch führen um das Terrain zu sondieren, Argumente sammeln.

⇓ **Unfaire Tricks kennen** (siehe: Unredliche Methoden).

Kleidung und andere Statussymbole können Verhandlungen negativ beeinflussen.



⇓ *Unnötige Spannungen vermeiden. Mögliche Ursachen der Spannungen sind:*

- *Behauptungen*
- *Übertreibungen*
- *Überlegenheitsdemonstration (nicht triumphieren)*
- *Unfaire Taktiken (persönlich werden)*
- *Aggressionen*
- *Wutausbrüche*

Optimistisch sein, gewinnen, ohne zu siegen

Jeder muss das Gesicht wahren können. Keiner darf das Gefühl haben: 'Ich werde ausgenutzt.' Verhandeln heisst:

- gewinnen, ohne zu siegen
- jeder muss zu einem positiven Ergebnis kommen

Gegebenheiten können unterschiedlich beurteilt werden.

- ➡ *Wer kennt nicht den Pessimisten, der vor einem 'halbleeren' Glas sitzt.*
- ➡ *Wie gut hat es dagegen der Optimist, der noch in ein 'halbvolltes' Glas hineinschaut.*



Das gleiche gilt für die zwei Schuhverkäufer, die nach Afrika geschickt werden. Was meldet der '*negativ*' *eingestellte Verkäufer*:

*'Kein Markt
vorhanden,
alle laufen barfuss.'*

Der Optimist dagegen meldet:

*'Riesenmarkt in
Afrika, alle laufen
barfuss. Wir können
mit unseren Schuhen
Schutz gegen Sand
und Dornen bieten.'*

Verhandlungstaktik (nach Dorothy Leeds)

*(Dorothy Leeds. Power Speak/ Published March 4th 2009 by Career Press. - P. 288//
URL: https://www.goodreads.com/book/show/1164413.Power_Speak)*

Mit wenig Blutvergiessen das bekommen, was man will'.

- *Geduld üben!*
- *Selbstvertrauen - als wichtige Voraussetzung*
- *Kennen Sie den Partner ?*
 - Bei Befehlstyp direkt aufs Ziel losgehen
 - Beim ÜBERZEUGUNGSTYP nicht von Nebensächlichkeiten vom Thema abbringen lassen.
 - Bei einem TYP, *der sich um alles kümmert, keine Ungeduld zeigen.*
 - Beim KALKULIERENDEN TYP manchmal drängen
 - Beim SCHÖPFERISCHEN TYP Verständnis für seine Ideen und Konzepte zeigen.
- *Sich nicht von Emotionen überwältigen lassen. Konzessionen bedenken und evt. unwesentliche Konzessionen hochspielen*

Logik und klares Denken üben. Warten bringt Konsensbereitschaft. Wer in Zeitnot ist, ist im Nachteil.

**Beobachtung und analytische Kontrolle in Konferenzen
und Verhandlungen**



Die folgende Checkliste von Michael E. McGill. 'Organisation Development for Operating Managers, Amacom New York 1977 (deutsche Übersetzung: Ursel Reinecke) **kann als Massstab für analytische (Selbst)kontrolle verwendet werden.**

1. ...trägt zur Diskussion bei
2. ...zeigt Aufmerksamkeit
3. ...zeigt Interesse am Thema
4. ...identifiziert Probleme auf effektive Weise
5. ...löst identifizierte Probleme effektiv
6. ...ist effektiv in der Entscheidungsbildung
7. ...reagiert mit Feingefühl auf andere
8. ...zeigt gute Zuhörfähigkeiten
9. ...ist ehrlich mit sich selbst und anderen
10. ...drückt Ideen klar aus
11. ...zeigt Objektivität
12. ...unterstützt andere
13. ...erkennt wichtige Punkte
14. ...zeigt kritische Selbstanalyse
15. ...ist lernwillig
16. ...sorgt dafür, dass auch andere lernen
17. ...hält Schritt mit der Diskussion
18. ...regt andere zum Nachdenken an
19. ...ist aufgeschlossen
20. ...ist empfänglich für neue Ideen
21. ...hat Informationen
22. ...ist kreativ
23. ...Projekte und Aufgaben werden prompt erledigt
24. ...hat eine effiziente Zeiteinteilung

Vorbereitung, Überlegungen



Überlegungen zur eigenen Position

- *Das Wunschergebnis kennen*
- *Wissen, was man nicht will*
- *Die eigenen Grenzen kennen*

- Die Verhandlungsmasse kennen.
- Die eigenen Stärken und Schwächen kennen

Die Idealposition, die realistische Position und die Rückzugposition kennen. Die Kräfteverteilung kennen.

Überlegungen zur Gegenpartei

1. Was könnte sie wollen?
2. Wo könnten ihre Grenzen liegen?
3. Was könnte sie als Verhandlungsmasse anbieten?
4. Wo liegen ihre Stärken und Schwächen?
5. Wie könnte ihre Idealposition, die akzeptable Position und die Rückzugposition aussehen?

Wie viel Macht hat sie verglichen mit mir?

Wichtige FRAGEN vor der Verhandlung

I. Die Fragen mit dem Schlüsselwort "ERGEBNIS"



Was will ich erreichen, welches *Ergebnis* strebe ich an?

- ☞ Was könnte schlimmstenfalls geschehen, wenn ich das angestrebte *Ergebnis* nicht erreiche?
- ☞ Gibt es mehr als einen Weg mein *Ergebnis* zu erzielen?
- ☞ Warum strebe ich dieses *Ergebnis* an - was bedeutet es für mich?
- ☞ Ist mein *Ergebnis* positiv?

II. Was will ich nicht und weshalb?

- ☛ Wo liegen meine Grenzen - wo werde ich hart bleiben?
- ☛ Zu welchen Zugeständnissen bin ich bereit? Was ist wichtig für mich?
- ☛ Wo liegen meine Stärken und Schwächen?
- ☛ Wie kann ich meine Stärken demonstrieren ohne meine Schwächen zu zeigen?

III. Was wäre ein guter Abschluss?

- ☞ Was wäre ein zufriedenstellender *Abschluss*?
- ☞ Was wäre ein akzeptabler *Abschluss*?
- ☞ Habe ich die *Befugnisse* mit den anderen zu verhandeln?
- ☞ Haben sie die *Befugnisse* mit mir zu verhandeln?

- ☞ Was will die Gegenseite vermutlich erreichen und weshalb?
- ☞ Welche Bereiche spielen für sie eine Rolle?
- ☞ Wie könnten ihre Stärken/Schwächen und Strategien aussehen?
- ☞ Wie wichtig ist eine *Vereinbarung* für die Gegenseite, was würde sie verlieren, wenn wir uns nicht auf eine Vereinbarung einigen könnten?

IV. Welchen Einfluss könnten frühere Verhandlungen auf die jetzt anstehende haben?

- ‡ Welchen *Einfluss* könnten die bestehenden Gewohnheiten haben?
- ‡ Welche rechtlichen, sachlichen oder betrieblichen Einschränkungen müssen berücksichtigt werden?

Tipps zur Durchführung einer Verhandlung

♥ *Verhandeln heisst:*

- ⊗ **Interessen ausloten und ausgleichen, nicht kämpfen.**
- ⊗ Seien Sie gut vorbereitet. Stellen Sie sich ein auf *Nehmen* und *Geben*.
- ⊗ Eine positive Atmosphäre ist von *Nutzen*.
- ⊗ Ihren Verhandlungspartner sollten Sie *gleichberechtigt* behandeln. Sie wollen etwas.
- ⊗ Halten Sie verbindlichen *Kontakt* (Blickkontakt, Zuhören, Ausreden lassen) und vermeiden Sie einen falschen Ton, das belastet nur die Beziehung.

♥ *Verhandeln Sie kontrolliert.*

- ☹ *Vermeiden* Sie falsche Eindrücke, Missverständnisse, aber auch Leichtsinn.
- ☹ Bemühen Sie sich um '*selektive Offenheit*' statt um ein 'Pokerface', denn Misstrauen schadet.

♥ *Steuern Sie das Gespräch bewusst:*

- ‡ Überblick bewahren,
- ‡ *Ordnung* anstreben,
- ‡ Unklares klären,
- ‡ Eskalation vermeiden,
- ‡ Fragetechnik einsetzen statt selber "leerlaufen".

Steuern Sie gemeinsames Problemlösen an.

- ‡ *Vermeiden* Sie Kampf (Sieg und Niederlage) ebenso wie Beschwichtigungsrituale. 'Gute Stimmung' ist auch kein Selbstzweck.
- ‡ Heben Sie *Gemeinsamkeiten* hervor, zeigen Sie Optimismus, sich einigen zu können.

♥ *Statt Bedingungen stellen:*

- Gegebenheiten *erläutern* (vermeidet Festfahren und fördert Einsicht).
- Begründen Sie *Bewertungen* mit Argumenten, nicht umgekehrt (fördert Einsicht und kann Ihre Forderungen hinausschieben).
- Konzentrieren Sie sich auf die *Sichtweise Ihres Partners*'(am interessiertesten ist er daran, wie seine Vor- und Nachteile aussehen).

♥ **Bevor Sie Bewertungen zurückweisen:**

- Υ Zuhören, Nachfragen, Prüfen. Das ist gut fürs Klima. Sind *Kompromissmöglichkeiten* sichtbar?
- Υ Verlangen Sie plausible Begründungen.
- Υ Fordern Sie nicht unüberlegt (zu viel, zu wenig, zu früh sind schlecht), aber fordern Sie.
- Υ Konfrontierende Gegenforderungen nur mit Augenmass wegen Gefahr des Festfahrens.

♥ **Nicht gleich die Tür zuschlagen, wenn Sie ablehnen müssen**



Es soll ja weitergehen.

- ♥ Zugeständnisse nur überlegt machen, vorher einplanen, evtl. um Pause bitten.
- ♥ *Ohne Kampfgeschrei* Druckmittel einsetzen oder Druckmittel zurückweisen.
- ♥ Bleiben Sie *beweglich*, vermeiden Sie ein Festfahren.

G. Wenn nötig die Situation analysieren, je nach Sachlage:

- ☞ Ideen suchen, Vertrauen bilden, *diplomatisch* sein.
- ☞ Beziehung pflegen, Pausen einlegen; *Taktieren* und Manipulation absprechen, sich dagegen verwehren.
- ☞ Ergebnisse genau *festhalten*, zwischendurch und am Ende.
- ☞ Notizen machen.
- ☞ Auf konkreten Vereinbarungen bestehen - *die Form wahren*.
- ☞ *Nachbereitung* sichert Ergebnisse und nützt der Aufarbeitung wie auch der Korrektur von Fehlern.

13 Gebote für eine erfolgreiche Verhandlung

1. Eine *gemeinsame Ausgangsbasis* erstellen.
2. Eigene *Vorschläge* begründen.
3. Die *Vorteile* des eigenen Vorschlages für den Partner herausstreichen.
4. Dann erst folgen die *konkreten* Vorschläge.
5. Falls notwendig, lässt man den Partner seine *Vorschläge* begründen.
6. Den Partner *anhören*, ohne ihn destruktiv" zu unterbrechen.
7. *Gegenvorschläge* nach der '*Ja-aber-Methode*' machen.
8. Falls notwendig, dem Partner den *Rückzug erleichtern*.
9. *Zugeständnisse* des Partners zurückhaltend aufnehmen.
10. Zwischenergebnisse durch entsprechende *Zusammenfassungen* absichern.
11. *Eigenen Rückzug* durch hinhaltenden Widerstand decken.

12. Jedem Zugeständnis ein eigener Vorstoß folgen lassen.

13. *Nicht vergessen: Falls ernste Probleme drohen, rechtzeitig einen Waffenstillstand oder eine Vertagung anbieten.*

Regeln zur Gesprächsführung

🔔 *Ansichten sind das Ergebnis von Erfahrungen.*

Andere Erfahrungen sind vielleicht auch 'echt'. Deshalb, die Meinung des anderen verdient Achtung/Beachtung und muss ernst genommen werden.

🔔 *Auf den Partner eingehen.*

Gesprächspartner anschauen. Blickkontakt fördert nicht nur Konzentration. Er verrät, wie ehrlich wir es meinen.

🔔 *Zu oft reagieren wir bei widersprüchlicher Meinung mit 'beleidigtem Verhalten'.*



In Kindheitserlebnissen ist Kritik oft mit Infragestellung der Person verbunden und die Beleidigungsreaktion verständlich.

🔔 *Die Kunst des 'Zuhörens' muss erlernt werden.*

Menschen, die das Ego als einzigen Bezugspunkt haben, tun sich besonders schwer beim Zuhören.

🔔 *'Irren' ist kein schuldhaftes Verhalten.*

Oft wollen wir Fehler nur deshalb nicht eingestehen, weil wir das 'Gesicht wahren' wollen.

🔔 *Aus Mangel an Geduld auern viel beim Zuhören auf das Stichwort für eigenen den Einsatz.*

Unterbrechen ist bei 'Langrednern' gestattet.

🔔 *Über unfreiwillige Enthüllungen und ungeschickte Antworten dürfen wir uns nicht lustig machen.*

Wir würden es auch nicht schätzen, würde jemand bei einer eigenen dummen Antwort ein schadenfreudiges Gelächter anstimmen.

🔔 *Wir müssen uns nicht aus Menschenliebe 'Monologen' ausliefern.*

In der Schule, in der Familie müsste bereits der gleichberechtigte Austausch von Meinungen erlernt worden sein.

🔔 *Wer sich an Gesprächspartnern interessiert, stellt Fragen.*

Fragen stellen heisst: 'Ich will auf Partner eingehen' ihm zuhören, ihn ermuntern, ihn sich darstellen lassen.

🔔 *Erst dann reden, wenn jemand zuhört.*



Wer kennt nicht das Phänomen beim *Ess-tisch, Partys, Pausenplätze* usw., dass alle *wild aufeinander einreden*. Keiner hat die Geduld zu warten, bis "Luft" für ein neues Thema geschaffen ist.

Wer den Gesprächspartner persönlich angreift, beweist, dass er für die eigene Meinung nur schlechte Argumente besitzt.

Persönliche Angriffe sind bei Gesprächen verboten.

☉ *Partner mit Namen ansprechen fördert die Gesprächsatmosphäre.*

Wer mit Namen angesprochen wird, fühlt sich bestätigt und beachtet.

☉ *Meinungen müssen mit Fakten und Argumenten begründet werden.*

Sie können X-mal sagen: "Das glauben Sie ja selbst nicht". Das ist kein Gegenbeweis! Ohne Argumente überzeugen Sie nicht.

☉ *Beim Thema bleiben! Nicht ausweichen oder das Thema ständig wechseln.*

Das heisst auch: Gespräche lenken!

FRAGEN und AUFGABEN zum Text: "Verhandeln - aber wie?"

- 1) Was sind die Grundelemente der Verhandlung?
- 2) Nennen Sie die Voraussetzungen für erfolgreiche Verhandlungen.
- 3) Wie schafft man günstige Verhandlungsbedingungen?
- 4) Nennen Sie 2-3 Tipps zur Durchführung einer Verhandlung.
- 5) Wichtige Fragen vor der Verhandlung: Nennen Sie einige.
- 6) Welche Regeln zur Gesprächsführung können Sie nennen?
- 7) Warum sind persönliche Angriffe bei Gesprächen verboten?
- 8) Heben Sie 13 Gebote für eine erfolgreiche Verhandlung hervor!
- 9) Warum ist es nötig die Situation (je nach Sachlage) analysieren?
- 10) Ist es wichtig, das Gespräch zu steuern?
- 11) Warum müssen Meinungen mit Fakten und Argumenten begründet werden?
- 12) Wie kann man das Gespräch bewusst steuern?
- 13) Wie muss man den Gesprächspartner ansprechen?
- 14) Wie zeigt man das Interesse an Gesprächspartnern?
- 15) Wann kann man mit dem Reden beginnen?

8.2. TEXT

Verhandeln lernen

(siehe: Die Internetquelle, der das unten angegebene Material entnommen ist: **Verhandeln lernen**//<http://www.verhandlungstraining.org/verhandeln-lernen.html>. Verhandlungstraining> Vorbereitung> Verhandeln lernen)



Verhandlungen sind komplexe Kommunikationsprozesse, die auf mehreren Ebenen geführt werden. Dazu gehören:

- Sachkompetenz,
- kluges Argumentieren,
- strategisches Verhalten,
- sicheres Auftreten,
- psychologische Fähigkeiten und vor allem
- das Gespür für die besten Vorschläge zur richtigen Zeit.

Erfahrung ist ein wichtiger Faktor, aber um eine starke Verhandlungspersönlichkeit zu werden, muss man nicht Jahrzehnte in der Branche unterwegs sein. **Verhandeln kann man in relativ kurzer Zeit lernen.**

Themen dieser Seite:

- *Verhandeln lernen ergibt Vorteile*
- *Verhandeln lernen beginnt bei der eigenen Persönlichkeit*
- *Verhandeln lernen heißt Kommunikation lernen*
- *Verhandeln lernen heißt Strategien umsetzen*
- *Verhandeln lernen heißt Erfolg haben*

Verhandeln lernen ergibt Vorteile

Die vielen Punkte, aus denen eine Verhandlung besteht, lassen sich genau definieren, und jeder Bereich kann trainiert werden. In der abgestimmten Anwendung aller Kenntnisse liegt **der Schlüssel zum Erfolg**.

WICHTIG !

Wer verhandeln lernt, ist auf jede Situation vorbereitet. Damit entsteht ein unschätzbare Vorteil innerhalb der begrenzten Zeit, die für eine Verhandlung zur Verfügung steht. Darüber hinaus entsteht durch das *Verhandeln lernen* insgesamt ein beruflicher Mehrwert.

Verhandeln lernen beginnt bei der eigenen Persönlichkeit

Verhandlungen werden zwischen Menschen geführt und die Vorteile in einer Ver-

handlung ergeben sich nicht durch abstrakte Umstände, sondern durch *das konkrete Handeln der Akteure*.

DIE FORMEL DES ERFOLGS IST:

Je stärker die Verhandlungspersönlichkeit ausgeprägt ist, desto besser sind ihre Chancen, andere Menschen zu überzeugen. **Dazu bedarf es**

- *der Übereinstimmung von verbaler und nonverbaler Kommunikation, einer Erscheinung,*



- *die Kompetenz und Sicherheit ausstrahlt, sowie*
- *des Vermögens, auf andere Menschen einzugehen.*

Alle diese Fähigkeiten werden nicht nur bei Verhandlungen benötigt, sondern sind als so genannte soft skills heute unverzichtbare Voraussetzungen für die berufliche Karriere.

Verhandeln lernen heißt Kommunikation lernen



- 1) Der Interessenausgleich zwischen zwei Verhandlungsparteien erfolgt in *einem Verhandlungsgespräch*. Damit kann derjenige, der alle Kommunikationstechniken beherrscht (und sich möglicher *Verhandlungsfehler* bewusst ist) und nach *psychologischen Gesichtspunkten* anwendet, die Führung im Gespräch übernehmen.
- 2) Der Interessenausgleich zwischen zwei Verhandlungsparteien erfolgt in *einem Verhandlungsgespräch*. Damit kann derjenige, der alle Kommunikationstechniken beherrscht (und sich möglicher *Verhandlungsfehler* bewusst ist) und nach *psychologischen Gesichtspunkten* anwendet, die Führung im Gespräch übernehmen.
- 3) Für schwierige Verhandlungsphasen gibt es Gesprächstechniken, die Verhärtungen aufweichen und Eskalationen verhindern können.

- 4) Die Akzeptanz als Gesprächsführer bedeutet bereits den ersten Verhandlungserfolg. Verhandlungskommunikation bedeutet nicht „Pokerface“, sondern die Teilnehmer der Verhandlung zu vereinnahmen.

Verhandeln lernen heißt Strategien umsetzen

1. Es gibt *konfrontative* und *integrative* Verhandlungsstrategien, und die Mittel ihrer Umsetzung sind im Verhandlungsalltag genauso wie in einem *Verhandlungstraining* erlernbar – ebenso, wann sie am sinnvollsten eingesetzt werden.
Wer z.B. bei *Preisverhandlungen* mit der Abstufung von Vorschlägen und Angeboten arbeitet, kann sich leicht dem Versuch entziehen, auf bestimmte Limits „festgenagelt“ zu werden.
2. Mit Vorschlägen für Problemlösungen und Sachargumentationen lässt sich ein *konstruktives Verhandlungsklima* schaffen.
3. Natürlich gibt es auch *manipulative Techniken*, die jedoch Situationen vorbehalten bleiben sollten, in denen der Verhandlungspartner offensichtlich unvernünftig handelt.

Verhandeln lernen heißt Erfolg haben



Mit einem umfassenden *Verhandlungstraining* erhält man Werkzeuge, die man nicht nur erfolgreich
→ bei *Verhandlungen*, sondern auch
→ im *beruflichen* und
→ im *privaten* Leben (*Stichwort* "Verhandlungstraining für privat") einsetzen kann.

‡ *Genau genommen verhandeln Menschen ständig.*

‡ Die Prinzipien, nach denen diese Verhandlungen entschieden werden, sind immer dieselben.

WICHTIG !

‡ Wer verhandeln richtig lernt, programmiert sein Leben auf Erfolg.

FRAGEN und AUFGABEN zum Text „Verhandeln lernen“:

- 1) Wie verstehen Sie die These: Verhandeln lernen beginnt bei der eigenen Persönlichkeit?
- 2) Wie kann man beim Verhandeln-Lernen Kommunikation lernen?
- 3) Welche Strategien kann man beim Verhandeln-Lernen umsetzen?
- 4) Wer kann sein Leben auf Erfolg programmieren?

- 5) Wie oft verhandeln die Menschen?
- 6) Unter welchen Bedingungen lässt sich ein konstruktives Verhandlungsklima schaffen?
- 7) Sind manipulative Techniken wünschenswert oder man soll diese vermeiden?
- 8) Welche Bedeutung haben konfrontative und integrative Verhandlungsstrategien?
- 9) Wie erreicht man die Akzeptanz als Gesprächsführer?
- 10) Was bedeutet der Begriff „Verhandlungstraining“?

8.3. TEXT

Richtig verhandeln: Mit diesen Tipps bekommen Sie, was Sie wollen

(Die Internetquelle, der das unten angegebene Material entnommen ist: *Richtig verhandeln: Mit diesen Tipps bekommen Sie, was Sie wollen* // <https://de.lifestyle.yahoo.com/blogs/leben/richtig-verhandeln-mit-diesen-tipps-bekommen-sie-sie-094834730.html>)

- *Den besten Platz im Restaurant,*
- *den Neuwagen zum Schnäppchenpreis, die längst fällige Gehaltserhöhung...*

WICHTIG !

Eines steht fest: Sie bekommen niemals das, was Sie sich wünschen, sondern immer das, was Sie verhandeln!

Das sagt einer der sich damit auskennt: *Wirtschaftspsychologe und Verhandlungsprofi* JACK NASHER. Mit seinen Tipps werden auch Sie in Zukunft erfolgreicher verhandeln.

Wer hat die bessere Methode?

Wissenschaftler gehen davon aus, dass wir knapp 40 Stunden pro Woche verhandeln. Unzählige Situationen und eigentlich jede einzelne Diskussion - egal ob im *Privatleben* oder *Job* - ist ein **klassisches Verhandlungsszenario**:

1. *Wer holt die Getränke aus dem Keller?*
2. *Wer entscheidet über das Fernsehprogramm?*
3. *Wer muss eine unliebsame Aufgabe im Büro übernehmen?*
4. *Wer darf am Brückentag frei nehmen?*

FAZIT:

☺ „Bei Verhandlungen geht es nicht nur darum, *wer die besseren Argumente hat, sondern um die richtige Methode*“, erklärt Psychologe und Buchautor Professor Jack Nasher (siehe: *„Deal! Du gibst mir, was ich will!“*, Campus Verlag um 20 Euro).

☺ „Stellen Sie sich vor, wenn Sie in Zukunft auch nur *bei jeder vierten Verhandlung Erfolg hätten*, dann hätten Sie insgesamt 25 Prozent mehr *und könnten Ihr Leben enorm verbessern!*“

Der erste Eindruck zählt: Was Ihr Aussehen über Sie verrät?

Die häufigsten Fehler in Verhandlungen

Viele sehen Verhandeln als etwas, das auf einen Basar gehört. Tatsächlich aber verschenken wir jeden Tag Zeit und Geld, indem wir unsere täglichen Verhandlungen nicht ernst nehmen und die falschen Techniken anwenden. *Das sind die häufigsten Fehler:*

☺ *Es aus Scheu nicht einmal versuchen:*

Die einfachste Möglichkeit zu bekommen, was Sie möchten, ist ganz simpel:

☺ *Nett danach fragen! Sie werden überrascht sein, wie oft das klappt.*



☺ *Mangelnde Hartnäckigkeit:* Wenn ein Mitarbeiter z.B. in einem Hotel Ihren Wunsch nicht erfüllt, lassen Sie sich nicht einschüchtern, sondern fragen einfach nach einer Weile *einen anderen Mitarbeiter.*

☺ *Verhandlungen sofort mit dem Chef beginnen:*



Auch das ist *ein No-Go.*

☞ „Je weiter unten Sie in der Befehlskette beginnen, *desto größer sind Ihre Chancen, dass Sie Ihren Wunsch erfüllt bekommen*“, erklärt der Professor der Munich Business School. Denn:

☞ Je mehr Anlaufstellen Sie haben, *umso größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass ein Angestellter Ihren Wunsch erfüllt.*

☹ Sagt der Chef dagegen „*nein*“, können auch seine Mitarbeiter nichts mehr für Sie tun und Sie brauchen ja nur ein einziges „*ja*“.

Lassen Sie sich nicht einschüchtern!

Typisch für Verhandlungen:

- ☹ *Wir halten unseren Gesprächspartner für viel mächtiger als er ist.*
Während wir selbst innerlich tief stapeln, glauben wir dagegen alles, was unser Verhandlungspartner sagt!



- ☹ *Wir glauben dem KELLNER, dass er uns im gut besuchten Restaurant keinen Tisch anbieten kann.*
- ☹ *Wir glauben dem MAKLER, dass es für die tolle Wohnung solventere Bewerber gibt.*
- ☹ *Wir glauben dem VERKÄUFER, dass er bei unserer Reklamation nichts tun kann und*
- ☹ *wir glauben unserem CHEF, dass eine Gehaltserhöhung im Moment nicht möglich ist.*

FRAGEN und AUFGABEN zum Text „Verhandeln lernen“:

1. Wie verstehen Sie die These: Verhandeln lernen beginnt bei der eigenen Persönlichkeit?
2. Wie kann man beim Verhandeln-Lernen Kommunikation lernen?
3. Welche Strategien kann man beim Verhandeln-Lernen umsetzen?
4. Wer kann sein Leben *auf Erfolg* programmieren?
5. Wie oft verhandeln die Menschen?
6. Unter welchen Bedingungen lässt sich ein *konstruktives* Verhandlungsklima schaffen?
7. Sind manipulative Techniken *wünschenswert* oder man soll diese *vermeiden*?
8. Welche Bedeutung haben *konfrontative* und *integrative* Verhandlungsstrategien?
9. Wie erreicht man die *Akzeptanz als Gesprächsführer*?
10. Was bedeutet der Begriff „*Verhandlungstraining*“?

Yahoo! Clever Frage: Was muss ich bei Gehaltsgesprächen und anderen Verhandlungen beachten?

Stellen Sie die Einzigartigkeit Ihrer Position heraus!

„Wenn Sie es geschickt anstellen, wird Ihr Gegenüber im Gespräch aber schnell an seine Grenzen stoßen“ macht der Verhandlungsprofi Mut.

„*Machen Sie sich unbedingt vor jeder Verhandlung klar, wie einzigartig Ihre Position ist.*“

- 🍷 Der KELLNER bekommt um diese Uhrzeit vielleicht nicht noch einmal Gäste, die etwas Essen möchten und damit gewillt sind, *mehr Geld (und Trinkgeld!) auszugeben*, als Gäste, die nur für ein Bier kommen.
- 🍷 Der MAKLER sollte sich über Sie *als Mieter glücklich schätzen*: Sie haben das wilde Partyleben hinter sich, längst einen sicheren Job und zudem handwerkliches Geschick, das Sie gerne der *neuen Wohnung zu Gute kommen lassen*.
- 🍷 Dem VERKÄUFER, der Ihre Reklamation nicht bearbeiten möchte, können Sie in Aussicht stellen, dass Sie schon immer gerne in seinem Laden einkaufen und das sicher nicht zum letzten Mal getan haben, *wenn Sie weiterhin freundlich behandelt werden*.
- 🍷 Und IHREM CHEF sollten Sie ebenfalls ein paar Dinge aufzählen können, *warum ausgerechnet Sie für Ihre Firma unentbehrlich sind*.

WICHTIG!

Wenn Sie trotzdem nicht weiter kommen:

Nicht aufgeben! Dann geht es weiter **mit Punkt 3 unserer nun folgenden Verhandlungstipps**.

Nie wieder Chaos: Hilfe für Ihre Steuererklärung

Die besten Verhandlungstipps:

1. *Verhandeln kann man lernen*. Je öfter Sie üben, desto besser werden Sie!
2. Sehen Sie die Verhandlung als Spiel, bei dem Sie durchaus auch verlieren können.
3. *Gehen Sie nie ohne eine gute Alternative in eine wichtige Verhandlung*. Ist Ihr CHEF z.B. beim Thema „*GEHALTSERHÖHUNG*“ nicht zu knacken, versuchen Sie etwas anderes heraus zu schlagen:
 - ✓ *Bezahlte Überstunden,*
 - ✓ *zwei zusätzliche Urlaubstage,*
 - ✓ *einen eigenen Firmen-Parkplatz,*
 - ✓ *eine vergünstigte Mitgliedschaft im firmeneigenen Fitness-Studio,*
 - ✓ *Freitags immer eine Stunde früher Schluss machen oder zumindest*

✓ *ein lästiges Projekt gegen eines eintauschen, das Ihnen wirklich Spaß macht...*

☺ Wenn Sie etwas KAUFEN wollen, sollten Sie im PREISNIVEAU immer extrem niedrig beginnen. Wenn Sie verkaufen wollen, beginnen Sie extrem hoch. *Studien beweisen: Der finale Preis liegt meist sehr nah am Ausgangspreis.*

☺ *Aber Achtung: Sein Sie nicht unverschämt, aber dicht dran! Begründen Sie Ihr Angebot stets und signalisieren Sie Offenheit.*

5. *Beschweren Sie sich niemals über etwas, sondern verlangen Sie lieber eine WIEDERGUTMACHUNG:*

☺ „Unser Tisch ist noch nicht fertig, obwohl wir reserviert haben? Kein Problem! Sicher *laden auf ein Glas Wein an der Bar ein Sie uns!*“

6. *Eine ähnliche Methode gilt beim KAUFEN:*

Überlegen Sie, was kostet den Verkäufer wenig, was Ihnen viel bringt? Beispiel AUTOKAUF: Sie merken, beim Preis ist nichts mehr zu machen, aber vielleicht hat der Verkäufer noch *Winterreifen*, die Sie „on top“ erhalten?

7. *Und zu gute Letzte: Fixieren Sie sich nicht auf Ihre Position („Das Fenster muss auf bleiben!“), sondern auf Ihr Interesse (frische Luft). So kann im Idealfall jeder das bekommen, was er will.*

8.4. Sachspiele «Führung von Vertragsverhandlungen» (Деловая игра «Ведение переговоров по контракту»).



a) Ordnung der Sachspieldurchführung

Порядок проведения деловой игры следующий. Деловая игра «Переговоры по контракту купли-продажи» должна быть импровизирована студентами при обсуждении условий договора, отстаивание своих интересов, т.е. максимально использовать 20 заповедей 1 и 2 текстов данной лекции.

Все переговоры должны вестись только на немецком языке.

b) Bitte bereiten sich Sie auf die «Führung von Vertragsverhandlungen» vor. Schreiben Sie einen Plan.

c) Merken Sie sich die zusätzlichen Redewendungen vor Verhandlungsbeginn vor!

1.	Добро пожаловать к нам (на фирму).	Herzlich willkommen bei uns (in der Firma).
2.	Располагайтесь, пожалуйста!	Machen Sie es sich bequem!
3.	Здесь можно курить?	Darf man hier rauchen?
4.	Пожалуйста, курите!	Rauchen Sie bitte!
5.	Позвольте предложить Вам сигарету (сигару).	Darf ich Ihnen eine Zigarette (eine Zigarre) anbieten?
6.	Вы курите? Да, я курю. Нет, я некурящий. Нет, я не курю.	Rauchen Sie? Ja, ich rauche. Nein, ich bin Nichtraucher. Nein, ich rauche nicht.
7.	Вот (где...) пепельница.	Da (Wo ...) ist ein Aschbecher.
8.	Что вы будете пить? Чай, кофе, сок, минеральную воду?	Was möchten Sie trinken? Kaffee, Tee, Saft, Mineralwasser?
9.	Лучше (предпочтительнее) кофе!	Lieber Kaffee!
10.	Угощайтесь!	Bedienen Sie sich!
11.	Как вы доехали (добрались)?	Wie sind Sie angekommen?
12.	Спасибо, всё в порядке.	Danke, alles ist in Ordnung
13.	Сколько вы ещё пробудете у нас в стране?	Wie lange bleiben Sie noch bei uns im Land?
14.	Мы пробудем ещё 5 дней неделю месяц	Wir bleiben noch fünf Tage eine Woche einen Monat.
15.	Как вам нравится у нас? Нам нравится ...ваша страна ...ваш город ...здесь всё.	Wie gefällt es Ihnen bei uns? Uns gefällt Ihr Land Ihre Stadt hier alles.
16.	Вы приехали с переводчиком?	Haben Sie einen Dolmetscher mitgebracht?
17.	Да, у нас есть переводчик (переводчица).	Ja, wir haben einen Dolmetscher (eine Dolmetscherin).

18.	Нет, у нас нет переводчика.	Nein, wir haben keinen Dolmetscher.
19.	Я думаю, мы можем перейти к делу.	Ich denke (meine), wir können ...zur Sache kommen. ...unsere Besprechung beginnen.
20.	Я предлагаю ... Мы предлагаем... следующее... следующую повестку дня... обсудить (также) следующие вопросы...	Ich schlage...vor Wir schlagen ... vor folgendes... folgende Tagesordnung... (auch) folgende Fragen zu besprechen...
21.	Мы согласны... я согласен... с ЭТИМ с такой повесткой дня	Wir sind ... einverstanden ich bin... einverstanden damit mit dieser Tagesordnung

d) Welche Kommunikationsformeln können von Käufern und Verkäufern gebraucht werden?

Liste von Kommunikationsformeln

So kann man Ihre eigene Überzeugung ausdrücken:

- ♣ Ich bin der Auffassung, dass ... - По-моему представлению
- ♣ Ich bin der Überzeugung, dass ... – Я убежден, что ...
- ♣ Ich bin der Meinung, dass ... – По-моему.../Я придерживаюсь мнения, что...
- ♣ So sieht das aus meiner Sicht aus ... – С моей точки зрения это выглядит так
- ...
- ♣ Ich bin ganz sicher, dass ... - Я совершенно уверен, что ...
- ♣ Ich bin zuversichtlich, dass ... - Я уверен, что ...
- ♣ Ich weiß genau, dass ... - Я точно знаю, что ...
- ♣ Ich glaube, ... – Я полагаю, ...
- ♣ Ich meine, ... – Я думаю/считаю, ...

So kann man zustimmen:

- ⌚ Das überzeugt mich. – Это меня убеждает.
- ⌚ Sie haben recht. – Вы правы.
- ⌚ Das ist richtig. - Это правильно.
- ⌚ Ich teile diese Auffassung. – Я разделяю эту точку зрения/это мнение.
- ⌚ Genau! - Точно!
- ⌚ Ich finde, das ist richtig. - Я нахожу это верным.
- ⌚ Das ist unbestritten. – Это неоспоримо.
- ⌚ Das ist wahr. Sie haben recht. – Это верно. Вы правы.

So kann man auf eine andere Meinung reagieren:

-  Damit bin ich im Großen und Ganzen einverstanden. – В целом я с этим согласен.
-  Das halte ich auch für richtig. – Я считаю это верным.
-  Da kann ich nur zustimmen. – Тут я могу только согласиться.

So kann man andere Meinung einschränken, relativieren oder in Frage stellen:

-  Ich stimme dem nur teilweise zu. – Я с этим не полностью/частично согласен.
-  Ich glaube, das spielt in diesem Zusammenhang keine Rolle. – Я полагаю, в этой связи это не важно.
-  Das kann man nicht sagen. – Так нельзя говорить/сказать.
-  Es ist nicht ganz richtig, dass ... - Это не совсем правильно.
-  Kann sein, dass... . Aber ... – Может быть, что ... Но ...

So kann man eine andere Meinung ablehnen:

- ↓ Ich bin nicht der Auffassung, dass ... - Я так не считаю.
- ↓ Da bin ich anderer Meinung. – Здесь я придерживаюсь другого мнения.
- ↓ Das überzeugt mich nicht. – Это меня не убеждает.
- ↓ Das halte ich für falsch. – Я считаю это неверным.
- ↓ Dem stimme ich nicht zu. - Я с этим не согласен.
- ↓ Das lehne ich ab. Das finde ich nicht. – Я так не думаю./Я так не считаю.
- ↓ Ich bin mit ... /nicht/ einverstanden. - Я /не/ согласен с...
- ↓ Das überzeugt mich nicht. - Это меня не убеждает.

So kann man jemanden überzeugen:

-  Das kann man nicht bestreiten. – Это нельзя оспорить.
-  Ich möchte Sie daran erinnern, dass ... – Я хотел бы напомнить о том, что ...
-  Es geht darum, dass ... – Речь идет о том, что ...
-  Da bin ich ganz sicher! – Я в этом совершенно уверен.
-  Das weiß ich genau! – Я это точно знаю.
-  Es kommt hinzu, dass ... – К тому же/К этому можно добавить, что ...
-  Das können Sie mir glauben. – Вы мне можете поверить.
-  Es ist offensichtlich, dass ... - Совершенно очевидно, что ...

So können Sie Ihren Zweifel äußern:

-  Ich zweifle daran, ... - Я сомневаюсь, ...
-  Ich bin nicht ganz überzeugt, dass ... - Я не совсем уверен, что ...
-  Man muss hier doch noch einmal überlegen. - Это надо ещё раз взвесить./Об этом надо подумать.

So können Sie Ihre Vermutung äußern:

- ¿ Soviel ich weiß, ... - Насколько я знаю, ...
- ¿ Wenn ich mich nicht irre /täusche, ... - Если я не ошибаюсь, ...
- ¿ Soweit ich unterrichtet bin, ... - Насколько мне известно, ...
- ¿ Wahrscheinlich ... - Вероятно ...

So können Sie zusammenfassen:

- 🔥 Wie bekannt ... - Как известно ...
- 🔥 Im Großen und Ganzen ... - В общем и целом ...
- 🔥 In gewissem Maße ... - В определенной степени ...
- 🔥 Das bedeutet, dass ... - Это означает, что ...
- 🔥 Wir kamen zum Schluss, dass ... – Мы пришли к выводу, что ...

So können Sie ergänzen und Ihre eigene Meinung äußern:

- ⌘ Hierzu wäre zu sagen, dass ... - Следовало бы добавить, что ...
- ⌘ Für meine Begriffe ... - В моем понимании ...
- ⌘ Hoffentlich ... - Надеюсь ...
- ⌘ Ich finde ... - Я считаю ...
- ⌘ Meiner Ansicht/Meinung nach... - По моему мнению/по-моему ...
- ⌘ Vor allen Dingen/vor allem ... - Прежде всего ...
- ⌘ Ich möchte erwähnen. - Я хотел бы упомянуть.
- ⌘ Ja, das leuchtet mir ein. - Да, это мне ясно.
- ⌘ Ich möchte noch etwas hinzufügen. - Я хотел бы ещё кое-что добавить.

So können Sie eine Frage stellen:

- ☺ Ich möchte gern wissen, ... - Мне хотелось бы знать, .../Хотелось бы узнать, ...
- ☺ Könnten Sie bitte präzisieren ... - Не могли бы Вы уточнить ...
- ☺ Was meinen Sie dazu? - Что Вы думаете по этому поводу?
- ☺ Ich möchte Sie fragen, ... - Я хотел бы Вас спросить, ...
- ☺ Darf ich fragen, ... – Разрешите спросить, ...
- ☺ Wie stehen Sie zu folgender Behauptung? – Как Вы относитесь к следующему утверждению?

Fachliteratur:

1. Verhandeln lernen// URL: // <http://www.verhandlungstraining.org/verhandeln-lernen.html>. Verhandlungstraining > Vorbereitung > Verhandeln lernen (Дата обращения: 3.11.2017)
2. Business Etikette kompakt: Zehn Fehler, die Sie vermeiden sollten...// URL: // [http://www.business-knigge.com/\(Business Etikette in Deutschland von Joachim Graff & Gretchen Schaupp](http://www.business-knigge.com/(Business%20Etikette%20in%20Deutschland%20von%20Joachim%20Graff%20&%20Gretchen%20Schaupp) (Дата обращения: 3.11.2017)

3. Selbsttest: Sind Sie stark - oder tun Sie nur so?// URL: // <https://karrierebibel.de/?s=VERTRAGSVERHANDLUNGEN> (Дата обращения: 3.11.2017)
4. Versicherungen für Berufsanfänger: Das brauchen Sie wirklich/ URL: // <https://karrierebibel.de/geschaeftsbriefe/> (Дата обращения: 3.11.2017)
5. Karriere als Beamter: Diese Fakten müssen Sie kennen // URL: // <https://karrierebibel.de/> (Дата обращения: 3.11.2017)
6. Stellenangebote: Darauf müssen Sie achten// URL: // <https://karrierebibel.de/?s=ANGEBOT/> (Дата обращения: 3.11.2017)

LEKTION IX

Thema: PRÄSENTATION VON PROJEKTEN, PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN



1.1. TEXT

Präsentationen: Tipps, um erfolgreich und selbstbewußt zu präsentieren (siehe: die Internetquelle, der das unten angegebene Material entnommen ist: *Präsentationen: Tipps, um erfolgreich und selbstbewußt zu präsentieren* // <http://www.expert-line.de/presentationen-tipps-um-erfolgreich-und-selbstbewusst-zu-praesentieren/>).

Wer Produkte oder auch Dienstleistungen erfolgreich verkaufen möchte, der wird diese früherer oder später auch vor einem kleineren oder größeren Publikum präsentieren möchten, eigentlich oft sogar müssen.

Ob dies nun

- auf einer MESSE ist, oder – wenn möglich –
- im EIGENEN BÜRO oder
- in einem HOTELRAUM,

die richtige Präsentationstechnik wird einen wesentlichen Teil, neben der eigentlichen *Dienstleistung* oder *Produkt*, dazu beitragen, wie erfolgreich man diese Produkte „AN FRAU / MANN“ bringt.

Wichtigste Voraussetzung ist dabei natürlich immer, dass man wirklich

- *von seinem Angebot überzeugt ist,*
- *nur wer an sich selber glaubt,*
der kann auch erwarten, dass andere an einem glauben und Vertrauen in das
angebotene Produkt oder Dienstleistung entwickeln können.

WICHRIG!

Hier einige Tipps, welche zu einer fantastischen Show führen können, die das Publikum begeistert. Natürlich **nur als Richtlinie zu verstehen**, denn jeder muss letztlich den Weg und die Art der Präsentation finden und entwickeln, welche am besten zur eigenen Persönlichkeit passt

Augenkontakt



Augenkontakt ist bei jedem Umgang mit Kunden sehr wichtig und so auch bei einer Präsentation.

- ☞ *Starren Sie bei einer Präsentation überallhin, nur nicht in Richtung Ihrer Zuhörer und Zuschauer, dann besteht schnell die Gefahr, dass das Publikum Sie nicht ernst nimmt, zumindest wird man Ihnen kein Selbstvertrauen zusprechen, was natürlich Rückwirkungen auf das Vertrauen in Ihr Angebot haben wird.*
- ☞ *Augenkontakt ist also sehr wichtig, um Selbstbewusstsein auszustrahlen.*



- ☞ Zudem vermittelt Augenkontakt bei einer Präsentation *einen ehrlichen Eindruck*, auch wichtig, um zu vermitteln, dass *Sie tatsächlich von Ihrem Produkt überzeugt sind*.

Ehrlich und sich selbst sein

Ehrlichkeit und Personalität sind zentrale Punkte, wenn man eine Präsentation vor einem Publikum hält, und ist zudem wichtig, um Aufmerksamkeit, Sympathie und Mitgefühl sich zu verdienen.

- ♥ Sie wirken *glaubhafter und natürlicher*.
- ♥ Insbesondere *die Bereitschaft offen zu sein* für Verbesserungsvorschläge, vielleicht auch an Kritik an den eigenen Produkten ist sehr wichtig.
- ♥ Jeder Kunde schätzt es, wenn er Ernst genommen wird und oft ist es auch so, dass Kunden sich geradezu darüber freuen, wenn diese einen Beitrag leisten können. Letztlich sind die meisten Produkte ja auch **Win – Win Angebote**:
 - der ANBIETER möchte GELD verdienen und
 - der ABNEHMER selbst *produktiver* sein, Probleme lösen und so seine eigene Effizienz und mitunter auch Umsatz steigern.
- ♥ *Besserwissen wollen oder falscher Stolz sind fehl am Platz*, auch dann, wenn sie überzeugt sind, dass der Kunde mit Kritik falsch liegt. Es ist dann halt an Ihnen Argumente aufzunehmen und freundlich zu widerlegen.

Slideshow Regeln

Hier könnte man die INTERESSANTE REGEL des begabten Redners GUY KAWASAKI aufgreifen: *die von vielen als wirksam beschriebene sogenannte 10-20-30 Regel*.

Bedeutsam ist diese Regel besonders bei der PRÄSENTATION VON SLIDESHOWS.

- *Die erste 10 steht dabei für das Maximum an Folien*, welche eine Präsentation enthalten sollte.
- *Die 20 steht für die Zeit*, welche jede Folie maximal präsentiert oder diskutiert werden sollte und
- *30 steht wiederum für die empfohlene Mindestschriftgröße*.
- Letztere hängt aber natürlich auch von den Gegebenheiten vor Ort ab, sodass jeder Teilnehmer normalerweise alle Folien noch gut lesen kann.

Sich Zeit nehmen

Sich Zeit nehmen bedeutet nun nicht, dass man das PUBLIKUM langweilen und einschläfern sollte, bedeutet vielmehr, dass man sich ausreichend Zeit nehmen sollte, **deutlich sprechen sollte**, und auch kleine Sprechpausen einlegen sollte.

‡ Wer WIE EIN ROBOTER vorträgt, *der überfordert seine Zuhörer*.

‡ *Immer daran denken*, dass man selbst sein Produkt natürlich sehr gut kennt, alles ist einem klar, für die Zuhörer gilt dies aber oft nicht.

‡ *Nehmen Sie sich also genug ZEIT alle Punkte verständlich und in einem nachvollziehbaren Tempo zu vermitteln, sodass die Informationen vom PUBLIKUM auch wahrgenommen werden und auch verarbeitet werden können.*

Nicht nur das Skript herunter lesen

1. Ein Skript ist wichtig, es gibt dem PRÄSENTATOR den notwendigen *LEIT-FADEN*, sodass die Präsentation *sinnig und fließend* vorgetragen werden kann und natürlich ist ein *SKRIPT auch nützlich als Orientierungspunkt*, wenn mal ein kleiner Hänger auftaucht.



2. Dennoch sollte ein SKRIPT ABER NUR EINE HILFE SEIN, es ist empfehlenswert das Skript schon vorab so ausführlich wie möglich zu kennen, *also im Kopf gespeichert zu haben*, um nicht nur schnell auf das Unerwartete reagieren zu können, sondern auch um *die Präsentation so frei wie möglich halten zu können*.
3. Sind Sie nicht permanent auf das Ablesen angewiesen, so sind Sie freier in der Bewegung und im Gespräch mit Ihren Kunden, was dem bereits erwähnten wichtigen Punkt *Augenkontakt zu Gute kommt*.
4. Zusätzlich sind Sie *automatisch entspannter, sicherer* und kommen weniger steif beim Zuhörer an.

WICHTIG!

Lernen Sie also Ihren Vortrag und die wichtigen Informationen sowie das eigene Produkt in- und auswendig, um einen natürlichen Eindruck zu vermitteln.

Dies gibt Ihnen auch noch **einen Vorteil**: *Gelegenheit die Show zu machen.*

Ein wenig Show muss sein

Natürlich steht im Zentrum das PRODUKT oder die DIENSTLEISTUNG, im Rahmen der Präsentation aber auch der PRÄSENTATOR als ENTERTAINER.

- *Geben Sie sich eine schöne Menge Platz auf Ihrer „SHOWBÜHNE“, um sich frei bewegen zu können.*
- *Sorgen Sie für die benötigte Technik, um dies zu ermöglichen (Mikrofone, Video-Extender u.ä.), mit der RICHTIGEN TECHNIK ausgestattet lassen sich Informationen besser präsentieren, wodurch eine *Präsentation* natürlich immer besser und erfolgreicher den Zuhörern vermittelt werden kann.*

WICHTIG!

- *Vergessen Sie nicht den Spaß!*

Ihr PRODUKT kann noch so *spannend* sein, oftmals sind viele *PRODUKTE* auch in der Beschreibung recht trocken, zum Beispiel Software.

- ☞ *Versuchen Sie also auch ein wenig Freude zu vermitteln,*
- ☞ *etwas Humor einzubauen* hat noch keiner Präsentation geschadet.
- ☞ Auch dies trägt dazu bei, wenn richtig dosiert, *andere zu überzeugen*, wie sehr Sie an Ihr PRODUKT glauben, und sorgt gleichzeitig für eine *entspannte ATMOSPHERE* bei allen Beteiligten.
- *ENTSPANNEN* und *SPASS* haben, dies werden Ihre Zuschauer sehr wohl bemerken und so *die Präsentation mehr genießen*.
- ☞ Zugegeben, *den richtigen HUMOR zu finden*, ist nicht immer einfach, übertreiben sollte man es daher nicht, zumindest nicht, bis man die entsprechende Sicherheit beim Präsentieren gefunden hat.

Präsentieren üben im kleineren Rahmen

PRÄSENTATIONEN *können*

- *spannend und unterhaltsam sein, oder auch*
- *staubtrocken.*

Ein PRÄSENTATOR kann

- ☹ als *langweilig, hölzern* oder auch
- ✓ als *unterhaltsam* und *sympathisch* empfunden werden.

WICHTIG IST immer sich gut vorzubereiten, sein Produkt zu kennen und daran zu glauben, den Zuschauer/Zuhörer Ernst zu nehmen und Kontakt zu ihm zu suchen.

Wem dies gelingt, der kann Präsentation erfolgreich zur Kundengewinnung nutzen.

Wer *unsicher* ist, dem seien vielleicht zunächst PRÄSENTATIONEN IN KLEINEREM RAHMEN zu empfehlen.

- ‡ Dies können auch *PRÄSENTATIONEN* vor *FREUNDEN* oder auch bereits sehr *verbundenen Kunden* sein.

- ‡ Eine gute Gelegenheit sich *Selbstsicherheit* zu erarbeiten, die sich auszahlen kann, sind doch *Präsentation* ein für viele *Produkte und Dienstleistungen* sehr *gutes Mittel zur Kundengewinnung*.

FRAGEN und Aufgaben zum Text „Präsentationen: Tipps, um erfolgreich und selbstbewusst zu präsentieren“:

1. Wie kann man Produkte oder auch Dienstleistungen erfolgreich verkaufen?
2. Welche Rolle spielen *Ehrlichkeit* und *Personalität*, wenn man eine Präsentation vor einem Publikum hält?
3. Welche Bedeutung hat die richtige Präsentationstechnik?
4. Warum muss man von seinem Angebot überzeugt sein?
5. Warum ist Augenkontakt bei jedem Umgang mit Kunden sowie auch bei einer Präsentation sehr wichtig?
6. Welche Tipps können zu einer fantastischen Show führen?
7. Formulieren Sie die interessantesten Regeln des begabten Redners GUY KAWASAKI!
8. Warum soll der Präsentator deutlich sprechen?
9. Wozu braucht man ein Script?
10. Warum muss der Präsentator seinen Vortrag und die wichtigen Informationen sowie das eigene Produkt in- und auswendig lernen?
11. Wie kann ein Präsentator von seinen Kunden empfunden werden?
12. Für wen sind die Präsentationen in kleinerem Rahmen besonders empfehlenswert?
13. Unter welchen Umständen werden die Zuschauer Ihre Präsentation mehr genießen?
14. Was trägt dazu bei, andere zu überzeugen, wie sehr Sie an Ihr PRODUKT glauben?
15. Wie kann man die Präsentation erfolgreich zur Kundengewinnung nutzen?

9.3. TEXT

Wie Sie sich, Ihre Produkte und Dienstleistungen besser präsentieren (Matthias Garten)

«*Stimm Tipp – Was macht eine gute Vortragsstimme aus? Audio-Stimm Tipp: Wie Sie beim Präsentieren vom ersten Wort weg klangvoll begeistern*»

(siehe: die Internetquelle, der das unten angegebene Material entnommen ist: *Wie Sie sich, Ihre Produkte und Dienstleistungen besser präsentieren (Matthias Garten)*//<http://arno-fischbacher.com/blog/?p=1220> 19 нояб. 2013 г. - Audio-Stimm Tipp):

Die Beschreibung der Situation:

Möglicherweise standen Sie schon mal vor der Herausforderung, Ihre Produkte, Ihre Dienstleistung o. Ä. vor einem größeren Kreis präsentieren. Sie standen unter dem

Druck, wirklich gut rüberzukommen und Ihr Publikum zu überzeugen. **Anschließend fing das Gedankenkarussell sich an zu drehen:**

1. *Wie soll ich das schaffen?*
2. *Wie soll ich vorgehen?*
3. *Wie schaffe ich es, die Zuschauer zu überzeugen?*
4. *Wie komme ich souverän und sympathisch rüber?*
5. *Wie kann ich mich von den Mitbewerbern abheben?*

Das Wichtigste zur Steigerung der Wirkung einer Präsentation ist die Vorbereitung! Gehen Sie dabei strukturiert und ideenreich vor!

Wie das geht, werde ich Ihnen im Folgenden skizzieren. Die Vorbereitung starten Sie mit der sogenannten **Analysephase**. Dabei sind *zwei Fragen von immenser Bedeutung*:

1. Vor wem präsentiere ich?

- ☉ Welche Einstellung und Erwartungen haben die einzelnen Personen?
- ☉ Was überzeugt die Zuschauer?
- ☉ Welche Sprache spricht die Zielgruppe?

Am besten Sie versetzen sich in die einzelnen Personen und stellen sich vor, wie diese „TICKEN“.

- Ⓢ Finden Sie heraus, was sie überzeugt und was sie erwarten.
- Ⓢ Fragen Sie entweder Ihre Zielgruppe direkt oder indirekt über Menschen, die diese Zielgruppe sehr gut kennen.
- Ⓢ Alternativ oder zusätzlich verwenden Sie ein **ZIELGRUPPENANALYSE-MODELL**, wie zum Beispiel das MotivChart aus der Presentation-Booster-Methode (1).

Bei dem Modell werden **Zuschauer** nach WERTEN UND MOTIVEN eingeteilt und darauf basierend eine PRÄSENTATION aufgebaut.

- Ⓢ So wollen z.B. GESCHÄFTSFÜHRER kurz und knapp informiert werden und wissen, was Sie als ANBIETER besonders auszeichnet, warum das UNTERNEHMEN gerade mit Ihnen zusammenarbeiten soll oder welchen besonderen Nutzen Sie anbieten.

2. Was ist das Ziel meiner Präsentation?

- 🔥 (1) **WAS wollen Sie genau erreichen?**
- 🔥 (2) Wollen Sie beispielsweise die GESCHÄFTSLEITUNG so überzeugen, dass diese ein ANGEBOT von Ihnen möchte?
Darüber hinaus möchten Sie *souverän, sympathisch und überzeugend rüberkommen*.

- 🔥 Sie haben also auf der einen Seite ein ZIEL, was sehr konkret ist, und auf der anderen Seite ein sogenanntes META-ZIEL, nämlich das Wecken bestimmter Emotionen beim Zuschauer.



Neben *diesen zwei Fragen* gehört in **die Analysephase (1)** auch **die Klärung der gesamten Rahmenparameter**, z. B.

- 1) sind
 - Lautsprecher,
 - Projektor und
 - Leinwand im Raum vorhanden, um etwa einen Film zu zeigen?
- 2) Können Sie Ihren Laptop anschließen? ...

Die Zweite Phase: DIE KONZEPTION

✚ Die Kernbotschaft:

Bereiten Sie diese als Erstes vor, denn:

Die Kernbotschaft ist die zentrale Aussage, die sich durch Ihre gesamte Präsentation zieht.

Beispiel:

- „Auf uns können Sie sich verlassen“,
- „Unser Service ist der beste der Branche“ oder
- „Wir sind die Nr. 1 in der Region“.

Es ist Ihnen dann geglückt, wenn die ZUSCHAUER es so verinnerlichen, dass sie von selbst Ihre Kernbotschaft zitieren, ohne dass sie merken, dass sie diese wiederholen.

✚ Informationen sammeln:

Jetzt sammeln Sie alle Informationen und jegliches Material für Ihre PRÄSENTATION, also *Folien, Artikel, Bilder, Statistiken* usw. Danach beginnen Sie erst zu *sortieren*, wo etwas hingehört.

✚ Struktur festlegen:

Beispielsweise für Verkaufspräsentationen können Sie eine einfache Struktur wählen. *Folgender Aufbau ist möglich:*

- ∇ *Thema,*
- ∇ *Problem,*
- ∇ *Lösung,*
- ∇ *Zusammenfassung und*

∇ *Handlungsaufforderung.*

Für jeden Abschnitt verwenden Sie eine Folie und untermauern jede Behauptung oder jedes Argument mit Beweisen.

Die dritte Phase: GESTALTUNG

✚ Für die Gestaltung können Sie POWERPOINT oder KEYNOTE auf dem MAC verwenden, da das der Business-Standard ist und von Ihnen erwartet wird.

✚ Wenn Sie sich dennoch davon unterscheiden wollen, funktionieren auch andere *Programme, wie Zooming Presentations, 3D-Presentation oder klassische Flipcharts.*

✚ Eine weitere *Alternative*, die sehr flexible und komfortable Präsentationen zulässt, ist der *Interactive Sales Presenter (2).*

✚ Gehen wir mal davon aus, dass Sie POWERPOINT verwenden. Sobald Ihre Folien inhaltlich fertiggestellt sind, beginnen Sie mit der Gestaltung. Da dieses Thema sehr umfangreich ist, gebe ich Ihnen hier **ein paar spezielle Tipps:**

1. *Achten Sie darauf, dass Ihre Folien in 3 bis max.20 Sekunden erfasst und verstanden sind.*
2. *Reduzieren Sie dazu Sätze auf Stichworte.*
3. *Nutzen Sie Bilder, Statistiken, Diagramme zur Untermauerung Ihrer Inhalte.*
4. *Halten Sie sich an Ihr Corporate Design – damit erzielen Sie einen formal einheitlichen Eindruck und erwecken Professionalität.*
5. *Verwenden Sie mindestens 20-Punkt-Schrift.*

Seien Sie hier auch kreativ und probieren Sie ruhig mal etwas Neues aus.

Die vierte Phase: TRAINING

Für das Training können Sie einen SPIEGEL oder noch besser eine VIDEOKAMERA alternativ auch ein *Smartphone* mit Kamera verwenden. *Schauen Sie sich das Ganze nochmal an und trainieren Sie.*



Spielen Sie *Ihren Vortrag mindestens 3x vorher durch.*

- 📖 *Beim ersten Mal* geht es darum, zu sehen, ob der Inhalt passt.
- 📖 *Beim zweiten Mal* steht die Zeit im Vordergrund.
- 📖 *Stoppen Sie die Zeit mit Ihrem Smartphone.*
- 📖 *Und ab dem dritten Mal* geht es darum, *Sprache, Zeit und Inhalt* gut zu transportieren.
- 👂 Machen Sie auch einen **PROBELAUF** vor **KOLLEGEN ODER FREUNDEN**, die Ihnen wohlgesonnen sind und möchten, dass Sie Erfolg haben. Sie können Ihnen noch konstruktive Rückmeldungen geben.
- 👂 Lassen Sie sich auch von den *Präsentationsexperten inspirieren* und zu neuen Ideen anregen für Ihre eigene Präsentation (3).
- 👂 *Unterschätzen Sie auch nicht die Wirkung Ihrer STIMME*, denn ohne Einsatz der Stimme wird das Vorgetragene wenig überzeugend und sogar belanglos. Dazu können Ihnen die Tipps von Arno Fischbacher sicherlich sehr helfen.

Zum Abschluss noch ein Tipp:

- ✂ Es ist sehr wichtig, ***authentisch zu sein.***
- ✂ *Ihre echte Persönlichkeit interessiert die Zuschauer.*
- ✂ *Entspannen Sie sich vor dem Vortrag.*
- ✂ Stellen Sie sich einfach vor, Sie würden vor Freunden präsentieren und ihnen Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung erklären.
- ✂ Wenn Sie *locker und entspannt* in die Präsentation gehen und haben Sie schon damit die Hälfte des Präsentationserfolgs eingefahren. Wenn Sie dann noch ***strukturiert***, mit starken Folien und immer mit Bezug auf die *Kernbotschaft* vortragen, wird Ihr PUBLIKUM sehr angetan sein, und Sie können schlussendlich Ihren Verkaufserfolg steigern.
- ✓ (1) **PRÄSENTATION BOOSTER METHODE** ist in meinem Präsentationsratgeber „**Präsentationen erfolgreich gestalten und halten**“ beschrieben, erschienen im *Gabal Verlag*.
- ✓ (2) Der Interactive Sales Presenter ist eine Präsentationslösung, die auf vielen Geräten, wie *iPAD, PC, MAC, Android, Blackberry, Smartphone* usw. läuft und dabei sehr professionell und innovativ designet ist. Sie erstellen die Präsentation einmal zentral und können sie dann an alle Endgeräte verteilen. *Power-Points, PDFs, Bilder, Videos* u. v. a. m. können integriert werden.
- ✓ Weitere Infos finden unter <http://www.smavicon.de/leistungen/interactive-sales-presenter>.
- ✓ (3) Eine Gelegenheit dafür bietet die **Präsentationskonferenz** in Darmstadt. Wenn Sie Ihre persönliche Performance noch weiter optimieren wollen, schauen Sie sich mal das **Presentation-Bootcamp** an. Weitere Information erhalten

Sie unter www.praesentationskonferenz.de. Das *Presentation-Bootcamp* finden Sie unter www.presentation-bootcamp.de.

FRAGEN zum Text „Wie Sie sich, Ihre Produkte und Dienstleistungen besser präsentieren (Matthias Garten)“:

1. Welche Phasen einer Präsentation können Sie nennen?
2. Wie wird eine Präsentation strukturiert?
3. Wie schätzt man die Wirkung Ihrer Stimme bei einer Präsentation?
4. Welche Einstellung und Erwartungen haben die einzelnen Personen?
5. Was überzeugt die Zuschauer?
6. Welche Sprache spricht gewöhnlich die Zielgruppe?
7. Vor wem kann man einen Probelauf einer Präsentation machen?
8. Welche Wirkung hat dabei Ihre Stimme?
9. Wie können Sie schlussendlich Ihren Verkaufserfolg steigern?
10. Wie können Sie Ihre persönliche Performance noch weiter optimieren?

9.4. TEXT

Die erfolgreiche Investorenpräsentation

(siehe: die Internetquelle, der das unten angegebene Material entnommen ist: *Die erfolgreiche Investorenpräsentation - Business Angels ...*
www.businessangels.ch/pub-finance-presentation/
<http://www.businessangels.ch/pub-finance-presentation>)



Die erfolgreiche Investorenpräsentation

 Die Art Ihrer *Präsentation* hat einen erheblichen Einfluss auf das Interesse der Investoren.

 Bitte gehen Sie nicht davon aus, dass die Teilnehmer Ihre Unterlagen vorab gelesen haben. Es ist in der Branche üblich, dass *die Teilnehmenden zuerst Ihre Präsentation hören und dann entscheiden, ob und wie sie weitermachen.*

📖 *Sie finden auf dem Internet zahllose Tipps und Tricks und **wir empfehlen Ihnen unbedingt, diese anzuschauen und das zu übernehmen, was Ihnen passt und gefällt.***

You never get a second chance to make a first impression. (Вы никогда не получите второй шанс для того, чтобы произвести первое впечатление)

Bitte nehmen Sie sich Zeit für das *Zusammenstellen und Üben Ihrer Präsentation*. Wir können Ihnen keinen zweiten Präsentationstermin geben.

Für die Vorbereitung sollten Sie rund einen Tag Arbeitsaufwand rechnen (ca. 1 Stunde pro Seite).

- ⌚ Sie sollten die Präsentation ausserdem etwa *zwei Mal gehalten haben*.
- ⌚ Sie sollten den Inhalt der Folien *einigermaßen auswendig kennen*, damit Sie nicht ablesen müssen.
- ⌚ *Stellen Sie sich auf 7 bis 8 Minuten Zeitbedarf ein*, denn im «Ernstfall» sind Sie langsamer und brauchen mehr Zeit.
- ⌚ *10 Minuten* sind aber bei BAS das Maximum.

☺ Im Lokal haben wir normalerweise einen BEAMTER zur Verfügung, aber nicht immer einen PC. Nehmen Sie bitte im Zweifel selbst *ein Laptop mit, inkl. Netzteil und Adaptern* für den Beamter.

☺ Außerdem ist es gut, wenn Sie die Präsentation **auf einem Memory Stick** dabei haben. Internet haben wir nicht zur Verfügung - falls Sie einen Internet-Anschluss benötigen, so richten Sie bitte Ihren PC entsprechend ein.



Die folgende Zusammenstellung gibt Ihnen einige Hinweise, welche Inhalte wir in den 15 Minuten erwarten (teilweise angelehnt an Arbeitsmaterial von Jean-Pierre Vuilleumier, CTI Coach):

**Seite 0:
Deckblatt**

-  *Firmenlogo und Slogan*
-  *Anlass*
-  *Referenten*
-  *Datum*
-  *Telefon, Mail, Adressen*

**Seite 1:
Das Problem**

-  *Welches Problem lösen wir?*
 -  «Make this world a better place»
 -  Erhöhen der Lebensqualität
 -  Korrektur eines Missstandes
 -  Bewahren von etwas Gutem
-  *Wo drückt den Kunden der Schuh?*

**Seite 2:
Unsere Lösung**

- ♥ *Spezifische Vorteile unseres Produkts*
 -  «USP» = «Unique Selling Proposition» = Schlüsselerfolgsfaktoren, strategische Erfolgspositionen
 -  Die wichtigsten drei Vorteile (nicht mehr)
- Bild des Produkts
- Mehrwert für Kunden / Partner (Distributoren)
- Weitere Produkte / Anwendungen, an die wir denken
- Patente / Schutzrechte

**Seite 3:
Wie und warum es funktioniert**

-  Erläuterung der Besonderheit, Spezialität hinter Ihrem Produkt, Ihrer Dienstleistung

**Seite 4:
Der Markt**

-  *Marktpotential (Grösse, Wachstum):*
 - Insgesamt relevanter Markt
 - Zielmarkt für unsere Anwendung
- Top-Down («1% aller Einwohner von D-A-CH») vs. Bottom-Up («im ersten Jahr 50 Kunden, im zweiten 150»). Bottom-Up-Zahlen sind in der Regel glaubwürdiger.
- Kundenliste (Logos), am besten echte Kunden. Vorsicht - es ist möglicherweise jemand von der Firma anwesend.
- Markteinführungsstrategie

**Seite 5:
Die Mitbewerber**

- *Struktur des Marktes* (Text / Grafik)
- Namen der Mitbewerber
- Andere Technologien, welche das gleiche Problem lösen (z.B. Nassrasierer vs. Trockenrasierer)

Seite 6: Wertschöpfungskette und Geschäftsmodell

- *Graphische Darstellung*, wie Ihr Geschäft funktioniert (Zusammenhänge zwischen Lieferanten, Ihnen, Partnern, Kunden)
- Leistungsflüsse und Geldflüsse

**Seite 7:
Die Umsetzung**

- *Was wir erreicht haben:*
 - Kunden (wichtige Zwischenresultate)
 - Erworbene Schutzrechte
 - Technologische Resultate
 - Partnerschaften
 - Forschungsprojekte
 - Staatliche Förderung
- *Zukunft (wann was?)*
 - z.B. Schlüsselmitarbeiter einstellen bis September
 - Bezug der eigenen Räume im Sommer
 - Finanzierung bis Frühherbst sicherstellen

**Seite 8:
Finanzen**

- In einer Tabelle die wichtigsten Kennzahlen für die letzten zwei (falls sinnvoll) und nächsten fünf Jahre
- *Typische Kennzahlen:*
 - Anzahl Mitarbeitende
 - Umsatz
 - Cash Flow
 - Kumulierter Cash Flow = Kapitalbedarf

**Seite 9:
Team, Verwaltungsrat, Beirat**

- *Management:*
 - Name, Funktion, Ausbildung, Abschlüsse,
 - Berufserfahrungen, Gründungserfahrung
 - ...
- *Verwaltungsrat:*
 - Name, Funktion, Ausbildung, Abschlüsse
 - Berufserfahrungen, Gründungserfahrung
 - ...
- *Beirat:*
 - Bekannte, erfahrene Persönlichkeiten (fachlich, unternehmerisch)

**Seite 10:
Angebot / Wunsch**

- Finanzierungsangebot: Wieviel Geld, welche Gegenleistung
- Zeitraum
- Andere gesuchte Unterstützung - Verwaltungsrat, Beirat, Netzwerke, ...

Hier noch einige Aussagen, die Sie bitte besser NICHT machen sollten:

- 🔔 «Unsere Finanzplanung ist konservativ» - das wird die Zukunft zeigen müssen.
- 🔔 «Gemäss Marktforschungsfirma XY, ... wird unser Markt in fünf Jahren 100 Millionen Dollar betragen» - auch das wird die Zukunft zeigen müssen.
- 🔔 «Nächste Woche wird der Vertrag mit dem Grosskunden unterschrieben» - warum sind Sie dann da?
- 🔔 «Sobald wir Geld haben, stellen wir Schlüsselmitarbeiter ein» - sind die Schlüsselmitarbeiter nur durch Geld motivierbar?
- 🔔 «Wir sind bereits in Verhandlung mit etlichen Investoren» - warum haben diese noch nicht unterschrieben?
- 🔔 «Grossfirmen sind zu alt, zu dumm und zu langsam, um uns gefährlich zu werden» - Überheblichkeit ist sehr gefährlich.
- 🔔 «Wir schützen uns mit Patenten» - Das Verteidigen von Patenten ist im Alltag sehr teuer und aufwendig.
- 🔔 «Wir müssen nur 1% des Marktes erobern» - das mag sein, aber wieviel kostet es, so weit zu kommen?
- 🔔 «Wir haben den First Mover Advantage» - kann ein Nachteil sein, denn Sie müssen den Markt öffnen.
- 🔔 «Unser Team (alle aus der gleichen Firma, dem gleichen Kurs) ist Weltklasse» - das ist sehr unwahrscheinlich.
- 🔔 «Es gibt keine Mitbewerber» - es gibt immer Mitbewerber.

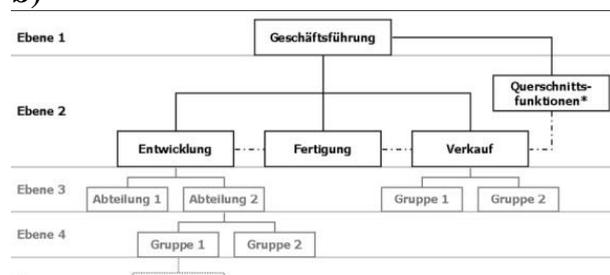
Aufgaben zum Text „Die erfolgreiche Präsentation“/ Typen von Schaubildern

1. Sehen Sie sich folgende Schaubilder an und lesen Sie danach die Definitionen für die abgebildeten Schaubildertypen. Füllen Sie die Tabelle aus:

a)



b)



c)

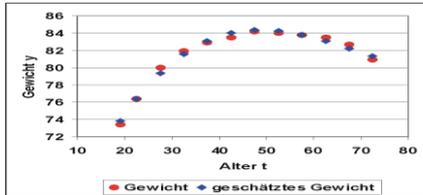


d)

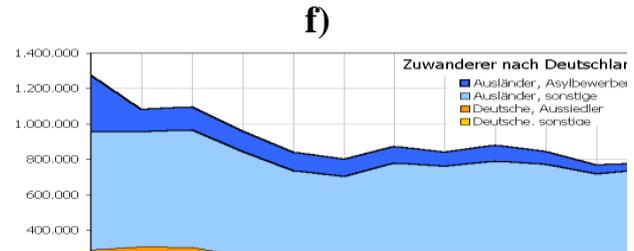




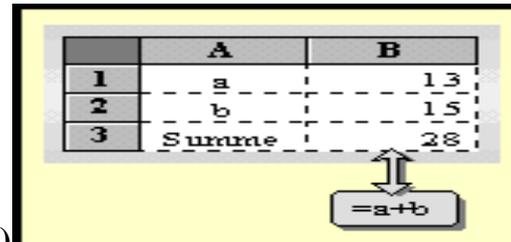
e)



g)



f)



h)



i)

1. ___ ist eine grafische Darstellung, in der zwei aufeinander senkrecht stehende Achsen eine Fläche aufspannen. Die Werte werden als Punkte (Kreuze, Kreise) eingetragen.
2. ___ ist eine grafische Darstellung. Die Punkte werden durch Linien (Geraden, Kurven) miteinander verbunden.
3. ___ ist eine grafische Darstellung. Die Fläche zwischen Achse und Linie ausgefüllt.
4. ___ ist eine grafische Darstellung. Der Abstand zwischen Achse und Datenpunkt wird mit einer senkrecht auf der x-Achse stehenden rechteckigen Fläche dargestellt.
5. ___ ist eine grafische Darstellung. Der Abstand zwischen Achse und Datenpunkt wird mit einer waagrecht auf der y-Achse stehenden rechteckigen Fläche dargestellt.
6. ___ ist ein Diagramm für die Darstellung der Einzelwerte als Teile eines Ganzen. Die Werte werden in Form von Kreissektoren gezeichnet.
7. ___ Ist eine grafische Darstellung der Aufbauorganisation. Organisatorische Einheiten sowie deren Aufgabenverteilung und Kommunikationsbeziehungen werden ersichtlich.
8. ___ ist eine geordnete Angabe von Mengen und Daten, die in Spalten und Zeilen strukturiert sind.
9. ___ ist ein Symbol, das eine Information durch vereinfachte Darstellung vermittelt.

Tortendiagramm (auch Tortengraphik oder Kuchendiagramm)	Spaltendiagramm (auch Spaltengraphik oder Säulendiagramm)	Balkengrafik (Balkendiagramm)	Kurvendiagramm (Kurvengraphik)	Organigramm	Flächendiagramm	Punktogramm (Streudiagramm)	Tabelle	Piktogramm
d								
6								

2. Test zum Thema „Schaubilder“

Was passt nicht?

1. Der Anteil / Die Zahl der mittelständischen Unternehmen ist in den letzten 3 Jahren von 30 % auf 25 % _____

a. geschrumpft b. gefallen c. abgenommen d. gesunken

2. Die Zahl der Kursteilnehmer hat sich von 2008 bis 2009 um ____ verringert.

a. die Hälfte b. ein Drittel c. den Mittelwert d. ein Viertel

3. Der Stromverbrauch konnte von 200... bis 200... um ...% __ werden.

a. verringert b. verkleinert c. vermindert d. reduziert

4. Verglichen mit 2000 ist die Zahl der Obdachlosen um 10% _____ geworden.

a. höher b. niedriger c. intensiver d. kleiner

5. Wurde 2002 pro Beschäftigten ein Umsatz von 1.800 Euro erwirtschaftet, waren es 2008 _____ 14.500 Euro

a. bereits b. schon c. über d. noch

6. 2008 beanspruchten _____ mehr Personen ihr Recht auf das Eigentum als im Jahre 2003...

b. wesentlich b. erheblich c. kräftig d. deutlich

7. Es ist festzustellen, dass die Erdölproduktion in den letzten

Jahren tendenziell_____.

a. reduziert b. sinkt c. steigt d. konstant bleibt

8. Das Schaubild zeigt deutlich den kontinuierlichen_des Erdgasverbrauchs.

a. Rückgang b. Reduktion c. Fall d. Anstieg

9. Für die Darstellung wurde die Form des__-diagramms gewählt.

a. Säulen- b. Balken- c. Dreieck e. Kurven

10. Die Entwicklung der Daten wird in Form einer Säule_.

a. berichtet b. wiedergegeben c. dargestellt d. illustriert

11. Das Dienstleistungsangebot konnte im Zeitraum von April bis Mai um die Hälfte___werden.

a. gesteigert b. produziert c. erhöht d. heraufgesetzt.

3. Suchen Sie in den angegebenen thematischen Blöcken passende Fakten zu Ihrer Problematik und bereiten Sie einen kurzen statistischen Bericht vor. Vergleichen Sie die Situation zum jeweiligen Thema in Deutschland mit dieser in Russland.

Löhne und Gehälter/ Steuer

- 2225 Euro verdiente ein Arbeitnehmer im Jahr 2003 im Durchschnitt.
- Ein kinderloser Single musste davon rund 40% für Steuern und Versicherungen abgeben, eine Familie mit 2 Kindern knapp 20%.

Studium und Schule



- ☐ Die meisten Kinder kommen mit sechseinhalb Jahren in die *Schule* und bleiben dort zehn Jahre lang.
- ☐ 25% der Schüler machen den *Hauptschulabschluss*, 40% den *Realschulabschluss* und 25% das Abitur, mit dem sie direkt an der *Universität* studieren können. 10% haben einen anderen oder gar *keinen Schulabschluss*.
- ☐ Im Vergleich mit 40 anderen Staaten können deutsche Schüler mittelmäßig gut lesen. Auch in den Naturwissenschaften und in Mathematik sind sie mittelmäßig.
- ☐ Fast 40% beginnen ein Studium: Das Fach Nummer Eins ist **Wirtschaft**.

Männer und Frauen. Ehe



- ‡ Jedes dritte Paar in Deutschland hat sich im Job kennengelernt.
- ‡ 10 % der Paare, die zusammenleben, sind nicht verheiratet.
- ‡ Frauen heiraten im Durchschnitt mit 29 Jahren, Männer mit 32.
- ‡ Jede sechste Ehe wird zwischen einem deutschen und einem ausländischen Partner geschlossen.
- ‡ Fast jede zweite Ehe wird geschieden.
- ‡ Seit 2001 können auch homosexuelle Paare heiraten. Bisher haben sich ungefähr 13 000 solche Paare für die Heirat entschieden.

Arbeit

- ⌚ 2004 arbeiteten die Deutschen durchschnittlich 37 Stunden pro Woche.
- ⌚ In 27 von 30 europäischen Ländern wurde länger gearbeitet.
- ⌚ 80% der deutschen Männer und 67% der Frauen zwischen 15 und 64 Jahren sind berufstätig.
- ⌚ Jede fünfte westdeutsche Mutter arbeitet Vollzeit, im Osten ist es jede zweite.

- ⌚ Jeder Zehnte arbeitet regelmäßig auch sonntags.
- ⌚ Fast 80 % der Deutschen *machen nie blau*. Unter den restlichen Europäern sind nur knapp 60 % so fleißig.
- ⌚ 81% der Deutschen halten die Arbeitslosigkeit für das größte Problem im Land. So denken in Polen 63%, in Großbritannien nur 4%.
- ⌚ Fast fünf Millionen Deutsche sind arbeitslos.

Massenmedien



- ⌚ Die Zeitung ist weniger interessant als früher: Nur noch jeder Zweite liest sie täglich.
- ⌚ Das Internet wird immer stärker genutzt: zurzeit mehr als zwei Stunden am Tag.

Freizeitgestaltung

- ☺ Die Bundesbürger gehen lieber *ins Kino als ins Theater* und lieber aufs Volksfest als ins Museum. *Schwimmbäder, Freizeitparks und Sportveranstaltungen* sind beliebter *als Bibliotheken, Kunstgalerien oder die Oper*.
- ☺ Im Durchschnitt fast acht Stunden lang läuft bei den Deutschen *täglich das Radio oder der Fernseher*.

Freunde

- Der Durchschnitts-Deutsche hat 3,3 Freunde. Jeder Sechste hat gar keine.

Politik



- ☞ 77 % der Deutschen interessieren *sich für Politik*.
- ☞ Mitglied in einer Partei sind nur noch 1,5 Millionen Menschen im Land: Es werden immer weniger.
- ☞ 4 % der Deutschen *vertrauen den Parteien*.
- ☞ Der Bundestag hat das Vertrauen von 11% der Bundesbürger; 8% vertrauen der Bundesregierung. Das ist im Vergleich zum Bundesverfassungsgericht (44%), der Polizei (40%) und der Justiz (31%) wenig. Nur 43% sind mit der Demokratie zufrieden.
- ☞ Trotzdem halten 77% die Demokratie für die beste Staatsform.

Kinder/ Nachwuchs



- ☞ Weniger als die Hälfte aller *Ehepaare* bekommt Kinder.
- ☞ Jedes dritte Kind hat *keine Geschwister*.
- ☞ Jedes siebte Kind wächst nur bei der Mutter oder dem Vater auf.
- ☞ Immer weniger Deutsche *wünschen sich Nachwuchs*.
- ☞ 15% der Frauen und 26% der Männer zwischen 20 und 39 Jahren *wollen keine Kinder*.
- ☞ Frauen, die sich für eine Familie entscheiden, werden durchschnittlich mit *29 Jahren zum ersten Mal Mutter*.
- ☞ Wird es ein Baby in seinem Leben besser haben als seine Eltern? „Ja“ sagen dazu nur 48% der Deutschen.

Gesundheit

- ‡ 60% der deutschen Männer und 40% der *Frauen sind zu dick*. Besonders dick sind verheiratete Männer und Witwen.
- ‡ 73 % der über 15-jährigen Deutschen sind *Nichtraucher*. Mehr als die Hälfte der Bundesbürger haben *nie geraucht*, 19% haben die Zigaretten aufgegeben.
- ‡ Am häufigsten leiden die Deutschen unter *Rheuma, Rückenschmerzen* und *Bluthochdruck*.
- ‡ 58% aller Berufstätigen leiden *unter Stress*.

‡ Die Krankheiten der Deutschen kosteten 2002 pro Kopf durchschnittlich 2710 Euro.

‡ Um 23.04 Uhr geht der Durchschnitts-Deutsche ins Bett, um 6.18 Uhr wacht er wieder auf.

Träume



–Dazwischen träumt er:

- ❖ am häufigsten von der *Arbeit* (34%).
- ❖ 27% verreisen *im Schlaf*,
- ❖ 22% träumen *von Toten*,
- ❖ ebenso viele wollen *laufen*, aber können es nicht.
- ❖ 19% träumen *von viel Geld*,
- ❖ 15% fallen *in die Tiefe*.
- ❖ 10% *fliegen im Traum*, f
- ❖ fast ebenso viele träumen *vom eigenen Tod*.

–Auch am Tag haben die Menschen in Deutschland Träume:

–56 % wünschen sich *die Deutsche Mark zurück* (und mögen den Euro nicht).

–73 % träumen *von einem Haus mit Garten*.

–Mehr als jeder Zweite zwischen 18 und 30 Jahren möchte *gern einmal in einem anderen Land leben*.

Lebensdauer

- ⌚ 76 Jahre lang lebt ein Mann im Durchschnitt, Frauen werden fünf Jahre älter.
- ⌚ Ein Mensch von 100 000 wird umgebracht, zwölf Mal so viele bringen sich selbst um.



Beerdigung

- Im Durchschnitt kostet eine Beerdigung 4500 Euro.
- In Westdeutschland werden rund 90% der Toten *kirchlich* bestattet. Im Osten sind es nur 20%.

Erbschaft

- Etwa 2.000.000.000.000 (= zwei Billionen!) Euro werden in den kommenden zehn Jahren an die nächste Generation vererbt. Rund 15 Millionen Haushalte teilen sich das Geld, die einzelnen Erbschaften sind unterschiedlich groß.

Wohnung



- ∇ Fast 42 Quadratmeter hat jeder Deutsche im Durchschnitt zum Wohnen.
- ∇ In einer Wohnung leben *statistisch 2,2 Personen*.
- ∇ Mehr als die Hälfte der Westdeutschen und zwei Drittel der Ostdeutschen *wohnen zur Miete*.
- ∇ Eine Mietwohnung kostet durchschnittlich *rund 400 Euro im Monat*.
- ∇ Mit 22 Jahren sind die meisten *Frauen aus ihrem Elternhaus ausgezogen*, mit 24 Jahren auch die meisten Männer.
- ∇ Ein Deutscher *zieht durchschnittlich alle zehn Jahre um*; meistens ist die neue Wohnung nur wenige Kilometer von der alten entfernt.
- ∇ Fast jeder Zweite teilt seine Wohnung mit einem Haustier, am liebsten *mit einer Katze oder einem Hund*.
- ∇ Rund 400 000 Menschen im Land sind *obdachlos*.

Religion

- * 46% der Deutschen glauben an einen Gott.
- * 72% der Westdeutschen gehören der *evangelischen* oder der *katholischen* Kirche an – in Ostdeutschland sind es nur 25%.
- * Einen Gottesdienst besucht jeder zehnte Deutsche regelmäßig.
- * Rund 700 000 Deutsche sind *Muslimen*, 100 000 *Buddhisten* und 25 000 *Juden*.



Vorurteile

- 42 % meinen, dass ein vierblättriges *Kleeblatt* Gutes bedeutet; 36% denken, dass es ihnen Glück bringt, wenn sie einem Schornsteinfeger begegnen.

Geld



- Das meiste Geld geben die Deutschen für das *Wohnen* aus (33%); für *Fahrtkosten und für Lebensmittel jeweils 14%*.
- Einen von zehn Euro, über die sie frei verfügen können, tragen die Bundesbürger auf die Bank.

Haushalt

- ☛ Im Durchschnitt besitzt jeder Haushalt 104 000 Euro.
- ☛ 17% der Deutschen besitzen Aktien oder Aktienfonds.
- ☛ Jeder 13. Haushalt ist überschuldet.

Lebensstandard

- 14% der Deutschen gelten als arm, 6% als reich.

4. Machen Sie sich mit dem Inhalt der unten angegebenen Tabellen (Variante A und Variante B) bekannt und danach beantworten Sie die Fragen.



Quelle: Projektbericht Perspektive Deutschland, 2005/2006

SCHREIBEN SIE,

- worüber sich die meisten Deutschen Sorgen machen?
- inwieweit die Angst vor Arbeitsverlust in Deutschland verbreitet ist?
- wie die Angst vor Terroranschlägen von den Deutschen empfunden wird?
- welche Ängste in Russland im Vergleich zu Deutschland zu verzeichnen sind?

Variante B



SCHREIBEN SIE,

- was an dieser Statistik auffällig ist ?
- welche Freizeitaktivitäten zu Hause besonders riskant sind?
- welche Sportarten die meisten Unfälle verursachen?
- wie die Statistik für die riskante Freizeit in Russland ist und welche sozialen Bevölkerungsgruppen von den Unfällen besonders betroffen sind?

Fachliteratur:

1. Bewerbungsschreiben /URL: //http://www.business-knigge.com/ (Дата обращения: 3.11.2017)
2. Präsentationen: Tipps, um erfolgreich und selbstbewußt zu präsentieren// URL: //http://www.expert-line.de/praesentationen-tipps-um-erfolgreich-und-selbstbewusst-zu-praesentieren(Дата обращения: 3.11.2017)
3. Business Etikette kompakt: Zehn Fehler, die Sie vermeiden sollten...// URL: //http://www.business-knigge.com/(Business Etikette in Deutschland von Joachim Graff & Gretchen Schaupp (Дата обращения: 3.11.2017)
4. Versicherungen für Berufsanfänger: Das brauchen Sie wirklich/ URL: //https://karrierebibel.de/geschaeftsbriefe/ (Дата обращения: 3.11.2017)
5. Karriere als Beamter: Diese Fakten müssen Sie kennen // URL: //https://karrierebibel.de/ (Дата обращения: 3.11.2017)
6. Stellenangebote: Darauf müssen Sie achten// URL: //https://karrierebibel.de/?s=ANGEBOT/ (Дата обращения: 3.11.2017)

LEKTION X

Thema: BUSINESS ETIKETTE IN DEUTSCHLAND

(siehe: die Internetquelle, der das unten angegebene Material entnommen ist: Business Etikette kompakt: Zehn Fehler, die Sie vermeiden sollten...//http://www.business-knigge.com/)



←Das Buch: *Business Etikette in Deutschland* von Joachim Graff & Gretchen Schaupp). Sie können u dieses Buch bei amazon.de bestellen.

1. Lesen Sie den vorliegenden Text „Business Etikette in Deutschland“ und übersetzen Sie ihn aus dem Deutschen ins Russische.

Business Etikette in Deutschland

Einführung (Vorwort)

„Für viele Wirtschaftsunternehmen ist Deutschland der größte Handelspartner und wichtigste Einzelmarkt innerhalb der EU. Jeder möchte auf diesem Markt präsent

sein - und man kann sicher sein: Fast jeder ist bereits aktiv. Dass dies eine scharfe Konkurrenzsituation vieler nahezu identischer Produkte und Dienstleistungen mit sich bringt, liegt auf der Hand“

Verhaltens-Basics

Bekanntmachen: Wer stellt wen vor?

Beim Bekanntmachen sind die Unterschiede zwischen *privaten* und *geschäftlichen* Gepflogenheiten groß. Im *innerbetrieblichen Umgang* ist es immer der höherstehenden *Hierarchiestufe* vorbehalten jemanden Unbekanntes vorzustellen. So wird ein neuer Mitarbeiter seinen Kollegen üblicherweise vom Chef vorgestellt.



Kommt eine einzelne Person neu zu einer Gruppe, so wird diese immer der Gruppe bekannt gemacht. Das gilt für Privat- und Berufsleben gleichermaßen. ...

Rangfolgen: Wer gibt wem die Hand?

Grundsätzlich gelten *folgende Regeln*: Das Recht zur Entscheidung, ob man sich per Handschlag begrüßt oder nicht, gilt nach folgender Priorität:

- Der Ranghöhere hat den Vortritt.
- Derjenige, der kommt, reicht die Hand.
- Alt vor jung



Das Recht des Ranghöheren folgt dabei nicht nur im

engeren innerbetrieblichen Umgang nach der Unternehmenshierarchie. Ganz allgemein muss man bei kniffligen Situationen ein Gefühl dafür entwickeln, wer sich wohl als ranghöher versteht und wer sich in der rangniedrigeren Position fühlen sollte.

Hierzu drei Beispiele...

Begrüßung: Was sage ich?

Schaffen Sie von Anfang an bei anderen positive Gefühle.

Jemand, der zur Begrüßung um den Schreibtisch herumgeht und der *BESUCHERIN /DEM BESUCHER* entgegen kommt, drückt wortlos aus: "Ich möchte Ihnen näher kommen, als der Schreibtisch zwischen uns es erlauben würde. Ich möchte ohne Hindernis und in nicht zu großem Abstand die Kommunikation mit Ihnen aufnehmen."



Zwar nimmt der andere dieses Entgegenkommen meist nur unbewusst wahr, aber es hilft trotzdem, eine *angenehme Gesprächsatmosphäre* vorzubereiten...

Anrede: "Du" oder "Sie"?

Die deutschen Anredegepflogenheiten machen nicht nur einem Ausländer das Geschäftsleben in Deutschland schwer. Denn die Kriterien dafür, wann wer wen duzen darf variieren von Ort zu Ort, von Branche zu Branche und von Unternehmen zu Unternehmen.

Ob jemand in Deutschland "DU" oder "SIE" sagt, ist grundsätzlich ein wichtiger Indikator für die Stellung von Personen untereinander.



"Sie" ist die neutrale Ebene, auf der sich jeder mit jedem trifft, wobei die intimen Distanzzonen voll gewahrt werden. Es lässt für jeden die meisten Freiheiten des Umgangs. ...

Geschenke

Im geschäftlichen Umgang in Mitteleuropa ist es heute nicht mehr üblich Geschenke aus der Heimatregion mitzubringen. Das mag mehrere Gründe haben. Zum einen sicherlich, dass der Reiseverkehr gerade im Geschäftsleben in den letzten Jahren enorm gestiegen ist. Damit ist es fast zur Normalität geworden, mal eben um den Erdball zu fliegen und einzukaufen, was gefällt.



Zum anderen wird sich heute mehr auf das Geschäft an sich konzentriert, als um eine gewisse Formalie, Stil und Ritual drumherum...

Redewendungen

Wie in jeder Sprache haben sich im täglichen Umgang *Redewendungen und Floskeln eingeschlichen*, die, je häufiger sie modeabhängig sind, umso bedenkenloser benutzt werden. Auch *eine wahre Abkürzungswut* grassiert in Deutschland - und dies nicht erst seit E-Mail und Fax.



Hier ein paar häufig benutzte Beispiele:

Schriftliche Redewendungen

1. Ist "Herr und Frau Peter Boss" noch die gängige Variante, wenn man ein Ehepaar anschreiben möchte?
Nein!

Man schreibt jeden einzeln an:

- *Herrn Peter und Frau Anja Boss* oder
 - *Herrn Peter Boss und Frau Anja Boss.*
2. Wird in der Anrede im Brief "Doktor" zu "Dr." abgekürzt, "Professor" aber ausgeschrieben?

Ja!

Seit 1997 gilt die Regel "Doktor" auf jeden Fall zu "Dr." abzukürzen. Im übrigen werden diese Titel bei jeder "Anrede", also auch mitten im Brief, mit erwähnt.

Zum Beispiel: "...und so haben Sie, *Herr Professor Dr. Schnurrbart*, die Möglichkeit, kostenfrei unseren Service in Anspruch zu nehmen, ...".

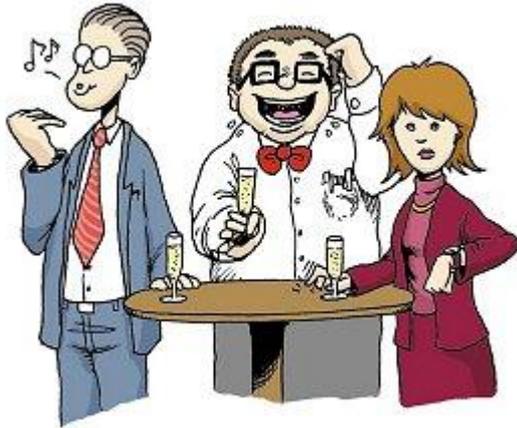
3. Achten Sie darauf, dass Sie bei einem "**Professor Dr.**" beide Titel nennen und dabei immer den "Professor" zuerst.
4. Kann *MfG (Mit freundlichem Gruß oder Mit freundlichen Grüßen)* bei einem Fax/E-Mail an den Kunden ohne weiteres verwendet werden? – **Nein!**

Small talk

Diese Situation hat jeder schon einmal erlebt:

Die Abteilung, in der man vor einer Woche angefangen hat, *feiert den Geburtstag eines Kollegen*. Die Kollegen plaudern, scherzen, lachen miteinander und als Neue/Neuer fühlt man sich ziemlich außen vor. Doch anstatt sich irritieren zu lassen, kann man die Zeit gut nutzen, um sich in Ruhe umzuschauen.

- Wie wirkt das Verhalten der Kollegen untereinander auf mich?
- Welche Kollegen könnten interessante Gesprächspartner sein?



Jetzt ist die Gelegenheit, sich denjenigen zuzuwenden, die man spontan interessant findet und mit denen man nicht schon den ganzen Tag zusammen arbeitet.

Unter Kollegen

Ist die Lage sondiert, geht man lächelnd, offen und interessiert auf die Gruppe oder den Kollegen zu. Bei dem Gespräch, das dort im Gange ist, hört man zuerst.

Geschäftssessen

- Traditionell ist in Deutschland das Mittagessen, zu dem man zwischen 11:30 und 13:30 Uhr geht, die Hauptmahlzeit des Tages.
- Im Gegensatz zu einem stundenfüllenden, mehrgängigen Menü werden dabei meist eine Vorspeise (oft ein Suppe), ein Hauptgericht und ein Dessert gewählt.
- In einer Konferenzumgebung ist jedoch oft das Mittag- mit dem Abendessen gleichwertig, da es als integraler Bestandteil der persönlichen Kontaktpflege und Fortsetzung der *Diskussionen in etwas gelockerter Atmosphäre* gesehen wird.



Frauen

- ♀ Entgegen früherer Umgangsregeln, die besagten, dass *eine DAME im Restaurant weder mit dem Ober sprechen noch den Wein probieren oder gar für einen Herrn bezahlen durfte, ist all das heutzutage normal.*
- ♀ Die Frau wird nicht nur ganz *selbstverständlich um die Rechnung bitten*, sondern sie wird *auch als erste das Restaurant betreten*, wenn ihr das praktisch erscheint.
- ♀ Ebenso kann sie, wenn sie das als Gastgeberin möchte, auch *den Wein probieren, was beim Business-Lunch allerdings nicht immer nötig ist*, weil häufig auf alkoholfreie Getränke Wert gelegt wird.

Kleidung

Die Wichtigkeit einer der Situation *angepassten Kleidung kann gar nicht genug betont werden. Das gilt im Privat- wie im Geschäftsleben gleichermaßen. Dadurch demonstrieren Sie nicht nur Ihren Respekt gegenüber dem Anlass, sondern auch den anderen Gästen, dem Umfeld und speziell den Gastgebern gegenüber. Eine über den Standard hinausgehende Kleidung wertet dabei den Anlass auf.*



Im Geschäftsleben, wo jede Art von Freizeitmode wie *Jeans, Shorts, Radlerhosen, Leggings oder T-Shirts im kundenorientierten Umfeld* verpönt ist, sollte man außerdem auf Folgendes achten:

Telefonieren

Generell: In Deutschland ist es üblich sich *immer mit dem Namen zu melden*. Die übliche Reihenfolge beim Anruf in einer Firma, welche oftmals eine Richtlinie zum "Corporate Identity" vorgibt, ist: Firmenname, Name der oder des Annehmenden, Tagesgruß.

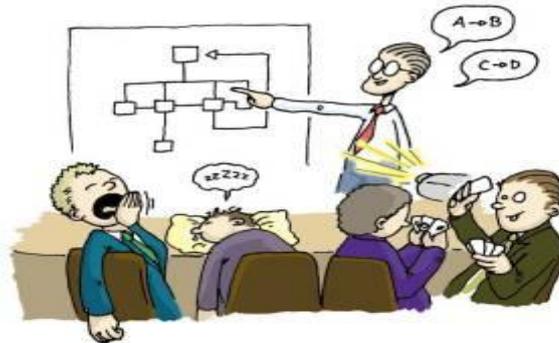
Beispiel: "Baugesellschaft Luftschloss, Müller, Guten Tag".



Ob zusätzlich noch die Abteilung genannt wird, hängt von innerbetrieblichen Entscheidungen ab.

Präsentationen

Bei Präsentationen erwarten deutsche Partner zumeist eine über die reine Information hinausgehende Entscheidungsgrundlage. Sie bevorzugen "knackige" Fakten und Referenzen, wobei *diese mit ein oder zwei entspannenden Anekdoten aufgelockert werden können*.



Vermeiden Sie jedoch langatmige Selbstbeweihräucherungen und häufige Anekdoten...

Netiquette, die E-Mail-Etikette

Die schnelle Verbreitung von E-Mails erleichtert viele Kommunikationsvorgänge, hat aber auch Verunsicherung und Missbrauch zur Folge. Deshalb wurden *Online-Benimm-Regeln*, die so genannte *Netiquette*, entwickelt, auf deren wichtigste Aspekte hier eingegangen wird.



Geschäftlich wie privat

- ☒ **Diese Regeln** gelten *nicht nur* im *BERUFSLEBEN*, sondern sie sollten auch, bis auf wenige Abweichungen, für die *PRIVATE KORRESPONDENZ* per E-Mail beachtet werden. Denn, auch wenn man Fremde in Newsgroups duzt, für den Schriftverkehr im Job gilt:
- ☒ **Eine E-Mail ist ein Geschäftsbrief**, in dem

- 🌈 *Anrede,*
- 🌈 *Grußformel,*
- 🌈 *Absenderangaben und eventuell*

- 🌈 *Angaben zum Haftungsausschluss („disclaimer“)* nicht fehlen dürfen.
- 🌈 Lediglich **bei schnellem Frage-Antwort-Wechsel** miteinander *kann auf die Anrede verzichtet* werden, ohne dass dies als Mangel an Respekt empfunden wird.
- ✉ Bei E-Mails mit DOKUMENTCHARAKTER, zum Beispiel bei juristischen Angelegenheiten, wie Mahnungen und Vertragsabschlüssen, und bei mehreren Empfängern muss die ORTHOGRAPHIE korrekt sein.
 - Ohnehin **zeugen Tippfehler** nicht unbedingt vom „Full-Time-Job“, sondern werden als *Nachlässigkeit* interpretiert und sind damit schlicht unhöflich.
- ✉ **Vor dem Abschicken einer E-Mail also besser noch einmal alles durchlesen** und die automatische Rechtschreibprüfung einsetzen.
- ✉ Beim Versenden PRIVATER E-MAILS ist eine höhere Toleranz bei Anrede, Absenderangaben und auch Tippfehlern üblich.
 - So wird ein Buchstabendreher wie „*dei*“ statt „*die*“ lediglich ein Signal für Eile sein.
 - Wer dagegen permanent „*das*“ statt „*dass*“ schreibt, der macht auf seine fehlende Rechtschreibkompetenz aufmerksam.
- ✉ **Schlimmer noch sind falsche Schreibweisen von Personen- oder Firmennamen:** Sie werden immer **als Mangel an Sorgfalt** und echtem Interesse interpretiert. Gerade bei E-Mails und im Internet ist es für viele ein Hobby, Abläufe stetig weiter zu automatisieren und damit zu beschleunigen.

So sollte unbedingt die *automatisierte Signatur* verwendet werden, auch um dem Gebot der eindeutigen Identifikation zu genügen.

- ✉ Weiterhin sind unternehmensspezifische DATENSCHUTZRICHTLINIEN („*Privacy Policy*“, *Schutz vertraulicher Informationen*) zu beachten, wobei auch das Verbot der automatischen Weiterleitung an externe Postfächer zu respektieren ist.

Die Anrede

Die erste Zeile:

- „*Sehr geehrter Herr ...*
- *Sehr geehrte Frau ...*
- *Sehr geehrte Damen und Herren ...*“ –

dies sind trotz *lockeren E-Mail-Stils* noch immer **die besten Anreden**.

Und dies nicht nur, wenn es sich um Personen handelt, **zu denen man noch nie Kontakt hatte**.

➤ Durch eine korrekte Anrede fühlt sich jeder Empfänger geehrt. „*Hallo*“ hört und liest man immer öfter – doch es wirkt eher als Füllwort, um zu vermeiden, gar nichts zu sagen.

- E-Mails, denen ein *vertraulich-persönlicher Charakter* gegeben werden soll, lauten auch häufig
„Lieber Herr xxx / Liebe Frau xxx“.
- Übrigens, auch im privaten Bereich ist eine respektvolle Anrede immer ein guter Start. ...

Distanzzonen

Verhaltensstudien machen deutlich, dass Menschen eine, der jeweiligen Situation angepasste, *Distanz zueinander einnehmen*. Dieses Verhalten beinhaltet eine non-verbale Nachricht, die einen als angenehm empfundenen Freiraum für den zwischenmenschlichen Austausch ermöglicht.



Eine als akzeptabel empfundene Distanz variiert von Kultur zu Kultur.

Was meint der Deutsche, wenn er sagt...

Sie können grundsätzlich davon ausgehen:

Was der Deutsche sagt, *das meint er auch so*. Denn in Deutschland wird die Einhaltung von *Zusagen* - mögen sie auch inhaltlich noch so banal sein - erwartet. Wer sich nicht daran hält, setzt die Vertrauensbasis aufs Spiel



Vorurteile über Deutsche

Man weiß nicht so genau woher sie kommen und warum sie bestehen, doch noch immer gibt es *in den Köpfen vieler Nicht-Deutscher* unveränderliche "**typisch deutsche**" Eigenschaften. Wie bei allen Vorurteilen handelt es sich dabei nicht um überprüfbare Fakten, sondern *um Meinungen*.



Wenn hier von "deutschen" Eigenschaften gesprochen wird, so spiegelt dies nicht die Meinung der Autoren wieder, sondern ...

Neue Strategien für den Job

Auch wenn sich der Wandel in den vergangenen Jahren eher still vollzogen hat:

DIE BAHN ist heute schneller, pünktlicher, moderner und bequemer als jedes andere Verkehrsmittel in Mitteleuropa. Gerade wenn Sie nur in Städten und Ballungszentren unterwegs sind, ist die Bahn, kombiniert mit Taxi oder U-Bahn, immer die bessere Alternative.



Sie haben damit einfach einen wesentlichen Stressfaktor weniger. Aber auch gegenüber dem Flugzeug ...

FRAGEN und AUFGABEN zum Text „Business Etikette in Deutschland“ von Joachim Graff & Gretchen Schaupp.

- 1) Wer stellt wen vor?
- 2) Wer gibt wem die Hand?
- 3) Was sagt man bei der Begrüßung?
- 4) Welche Anrede ist für Deutsche typisch: "Du" oder "Sie"?
- 5) Wie wirkt das Verhalten der Kollegen untereinander auf den Menschen?
- 6) Welche Kollegen könnten interessante Gesprächspartner sein?
- 7) Ist es heute üblich, Geschenke aus der Heimatregion mitzubringen?
- 8) Welche Besonderheiten hat das Geschäftsessen? Was meinen Sie im Hinblick auf *neue Strategien für den Job*?
- 9) Welche Vorurteile sind Ihnen über Deutsche bekannt?
- 10) Warum muss man Distanz zueinander einnehmen.
- 11) Welche Anredeformen sind Ihrer Meinung nach wichtig?
- 12) Was halten Sie von den *Online-Benimm-Regeln* oder von der so genannten *Netiquette*?
- 13) Welche Unterschiede gibt es zwischen der E-Mail als Geschäftsbrief und als privater Brief?

Fachliteratur:

1. Bewerbungsschreiben// URL: http://www.einstieg.com/studium/was-studieren/sprachen-kulturen.html.meine_zukunft.mein_ding/ (Дата обращения: 3.11.2017)
2. Präsentationen: Tipps, um erfolgreich und selbstbewußt zu präsentieren// URL: <http://www.expert-line.de/praesentationen-tipps-um-erfolgreich-und-selbstbewusst-zu-praesentieren>(Дата обращения: 3.11.2017)
3. Business Etikette kompakt: Zehn Fehler, die Sie vermeiden sollten...// URL: [http://www.business-knigge.com/\(Business_Etikette_in_Deutschland_von_Joachim_Graff_&_Gretchen_Schaupp](http://www.business-knigge.com/(Business_Etikette_in_Deutschland_von_Joachim_Graff_&_Gretchen_Schaupp) (Дата обращения: 3.11.2017)
4. Versicherungen für Berufsanfänger: Das brauchen Sie wirklich/ URL: <https://karrierebibel.de/geschaeftsbriefe/> (Дата обращения: 3.11.2017)
5. Karriere als Beamter: Diese Fakten müssen Sie kennen // URL: <https://karrierebibel.de/> (Дата обращения: 3.11.2017)
6. Stellenangebote: Darauf müssen Sie achten// URL: <https://karrierebibel.de/?s=ANGEBOT/> (Дата обращения: 3.11.2017)

LEKTION XI

Thema: GESCHÄFTSTELEFONATE

1. Redemittel zum Telefonieren



Kontaktaufnahme

- ① Kann ich mit Frau/Herrn X sprechen? Ich hätte gern Frau/Herrn X gesprochen. Könnte ich bitte Frau/Herrn X sprechen?
- ① Könnten Sie mich mit Frau/Herrn X verbinden?
- ① Würden Sie mich bitte mit Frau/Herrn X verbinden?
- ① Würden Sie es noch mal bei Frau/ Herrn X versuchen.
- ① Wer ist bei Ihnen eigentlich ... zuständig?
- ① Hätten Sie die Freundlichkeit, mich mit Frau/Herrn X zu verbinden? Ich will Frau/Herrn X sprechen. Geben Sie mir jetzt Frau/ Herrn X.
- ① Wäre es vielleicht möglich, mit Frau/Herrn X zu sprechen? Sagen Sie mal, ist die/der (Familiename) nicht da?
- ① Jetzt ruf ich schon zum dritten Mal an. Jetzt möchte ich aber wirklich dringend Frau/Herrn X sprechen. Oder verbinden Sie mich mit ihrem /seinem Chef.

Nichtverstehen/Missverständnisse bei der Gesprächseröffnung

- ☎ Wenn Sie mir Ihren Namen nicht nennen, kann ich Sie nicht weiter verbinden.
- ☎ Tut mir leid, ich brauche zuerst Ihren Namen, sonst kann ich Sie nicht mit Frau/Herrn X verbinden.
- ☎ Worum geht es denn?
- ☎ Darf ich Sie um Ihren Namen bitten?
- ☎ Tut mir leid, ich bin angewiesen, Anrufer namentlich zu melden.
- ☎ Vielleicht könnten Sie Ihr Anliegen schriftlich vorbringen? Ich gebe Ihnen gern unsere Faxnummer.
- ☎ Ich handle jetzt zwar gegen unsere Anweisungen, verbinde Sie jetzt aber. Ich glaube, ich habe Ihren Namen nicht richtig verstanden...
- ☎ Wie war der Name? Wie ist Ihr Name bitte?

- ☎ Wie war nochmals Ihr Name? Mit wem spreche ich bitte?
- ☎ Ist dort X?
- ☎ Mit wem spreche ich eigentlich? Bin ich mit X verbunden?
- ☎ Können Sie Ihren Namen noch mal wiederholen, die Leitung ist so schlecht/da ist so ein Knacken in der Leitung, ich kann kaum hören.
- ☎ Ist dort die Firma X? Spreche ich mit Frau/ Herrn X?
- ☎ Würden Sie mir Ihren Namen bitte buchstabieren? Darf ich Sie noch einmal um Ihren Namen bitten? Ich spreche nicht so gut Deutsch und habe Ihren Namen nicht richtig verstanden. Könnten Sie ihn bitte wiederholen?
- ☎ Ich habe mit Frau/ Herrn X gesprochen, stimmt das?
- ☎ Habe ich Ihren Namen richtig verstanden? Schreibt man X mit e oder ä ? Könnten Sie bitte etwas langsamer und lauter sprechen?

Herstellung der Verbindung durch Vermittlung

- ☺ Einen Augenblick bitte, ich verbinde Sie mit ... Herr X ist am Apparat 483726 zu erreichen.
- ☹ Tut mir Leid, Frau/Herr X ist jetzt nicht im Hause. Wenn Sie bitte in einer Stunde nochmals versuchen würden.
- ☹ Tut mir Leid, Herr X ist dienstlich verreist und kommt erst in einer Woche zurück.
- ☹ Tut mir Leid. Frau X ist zurzeit nicht im Hause. Soll ich ihr etwas ausrichten? (Möchten Sie eine Nachricht für sie hinterlassen?)
- ☺ Herr X spricht gerade auf der anderen Leitung/telefoniert am anderen Apparat. Wollen Sie warten?



- ① Können Sie noch einmal anrufen? Kann Herr X Sie zurückrufen?
- ① Können wir Sie später anrufen?
- ① Nein, kann ich vielleicht eine Nachricht hinterlassen?
- ① Ja, gerne. Ich gebe Ihnen die Nummer meines Handys, denn ich bin heute ziemlich viel unterwegs.
- ① Ich rufe selber noch einmal an. Können Sie mir bitte seine Durchwahl geben? Kann ich ihr/ihm etwas ausrichten?
- ① Richten Sie doch bitte aus, dass ... Nein, das ist nicht so wichtig.

- ① Nein, das war privat, ich versuche es heute Abend zu Hause.
- ① Nein, das ist sehr wichtig, können Sie mich vielleicht mit einem anderen Mitarbeiter verbinden?
- ① Wer ist denn (sonst noch) zuständig?

Gründe des Telefongesprächs



- ☎ Worum geht es bitte?
- ☎ Worum handelt es sich?
- ☎ Kann ich Ihnen weiterhelfen?
- ☎ Was kann ich für Sie tun?
- ☎ In welcher Angelegenheit rufen Sie an? Was darf ich für Frau/Herrn X notieren?
Wie kann ich Ihnen helfen?
- ☎ Ist uns/ Frau/Herrn X der Sachverhalt bekannt? Es geht um ...
- ☎ Es handelt sich um ...
- ☎ Ich rufe Sie wegen des ... an. Ich hätte gern gewusst, ob ...
- ☎ Ich wollte mich erkundigen, ob ...
- ☎ Warum ich anrufe? Das ist doch klar, wegen ...
- ☎ Sagen Sie Frau/Herrn X, dass ich sie/ihn sprechen möchte, er/ sie weiß dann schon Bescheid.
- ☎ Das möchte ich ihr/ihm persönlich sagen. Folgendes: ...
- ☎ Es geht um Folgendes: ...

Telefongespräch bei akustischen Problemen

- ☞ Können Sie mir, wenn Sie mich verstehen, ein Fax schicken? Entschuldigung, das Letzte habe ich akustisch nicht verstanden. Können Sie das wiederholen, bitte?
- ☞ Wie bitte? Entschuldigung, ich kann Sie nicht hören... Ich kann Sie leider kaum verstehen.
- ☞ Hallo, ich höre nichts mehr...
- ☞ Entschuldigung, das habe ich gerade nicht richtig mitgekriegt.
- ☞ Könn(t)en Sie bitte etwas lauter/ deutlicher/ langsamer sprechen? Ich höre Sie so schlecht. Entschuldigung, sind Sie noch da?
- ☞ Hallo, sind Sie noch dran?

- ☞ Die Leitung ist gestört. Ich kann Sie leider nicht verstehen. Hier bin ich wieder. Wir sind eben getrennt worden.
- ☞ Die Verbindung ist so schlecht. Ich kann Sie einfach nicht verstehen. Ich höre nichts mehr... !

Hilfsbereitschaft am Telefon bekunden

- ☞ Ich kümmere mich selbst darum. Ich rufe Sie noch heute zurück Ich werde es sofort weiterleiten.
- ☞ Ich kümmere mich unverzüglich darum.
- ☞ Sie können sich hundertprozentig darauf verlassen. Ich werde mich persönlich dafür einsetzen.
- ☞ Ich verspreche Ihnen, mich darum zu kümmern. Sie können sich darauf verlassen, ich werde ...

Beendigung des Telefongesprächs

- ☞ -so, -also, -ja, dann also
- ☞ Ich glaube, das wär's.
- ☞ Das wär's eigentlich. Das wollte ich wissen.
- ☞ Deswegen habe ich Sie angerufen.
- ☞ Nun glaube ich, ich habe Ihre Zeit in Anspruch genommen. Vielen Dank (noch)!
- ☞ Ich bedanke mich! Nochmals vielen Dank für...! Danke gleichfalls!
- ☞ Nichts zu danken. Gern geschehen. Danke für den Anruf.
- ☞ Grüßen Sie bitte Herrn Krause von mir. Viele Grüße an Ihre Familie.
- ☞ Einen schönen Gruß an Frau Meier. Danke, werde ich ausrichten.
- ☞ Ja, danke, wird gemacht (mache ich)

2. Bilden Sie 2 Gruppen. Lesen Sie den Text aus der Zeitschrift „Markt“. Die eine Gruppe liest die Tipps von 1 bis 4, die zweite Gruppe von 5 bis 8. Formulieren Sie kurz und prägnant den Leitgedanken aus jedem Tipp.

2.1. Der erste Eindruck zählt.



Wer einem Anrufer nur seinen Nachnamen entgegenschleudert, braucht gar nicht erst abnehmen. *Melden Sie sich deshalb freundlich mit Gruß, Vor- und Nachnamen, sowie dem Namen der Firma- und zwar in dieser Reihenfolge.*

WICHTIG!

Grund: Wir merken uns die letzte Information am besten, knüpfen instinktiv an sie an. Das Wichtigste, der Firmenname, gehört deshalb ans Ende der Begrüßung. Zudem gewöhnt sich das Ohr erst einige Sekunden an die Telefonakustik. Nehmen Sie deshalb auch erst nach zwei Klingelzeichen ab.

2.2. Ihre Körpersprache kann man hören.

- Im Stress krümmen wir uns instinktiv bis zur Embryonalhaltung zusammen. **Die Stimme** klingt gepresst, weniger souverän. Lehnen Sie sich besser zurück oder stehen Sie bei wichtigen Telefonaten auf. Ihr *Zwerchfell* ist nicht zusammengedrückt. Ihre Stimme enthält mehr Resonanzraum, wird voller und überzeugender.
- Und *lächeln* Sie – immer. Stimme kommt von Stimmung. Weil am Telefon der Blickkontakt fehlt, hilft ein Spiegel auf dem Tisch, um *automatisch häufiger zu lächeln*.

2.3. Ihre Stimmlage verkörpert Kompetenz.

- ☞ Vor allem Frauen telefonieren oft eine Oktave zu hoch, was unsicher wirkt. Entspannen Sie die Stimmbänder. Je tiefer Sie den Kopf halten, desto tiefer wird die Stimme. Das wirkt glaubwürdiger, haben Psychologen bei Nachrichtensprecherinnen festgestellt. Achten Sie auf Ihre *Artikulation*. *Wer nuschelt, wirkt nachlässig*.
- ☞ **Tipp:** TV– Moderatoren üben sauberes Sprechen mit einem Korken im Mund. Auch häufiges *Pfeifen* hilft, weil es die Mundmotorik trainiert.

2.4. Fasse dich kurz gilt immer.

- ☞ **Monologe ermüden schnell.** Das Business– Telefonat ist kein Roman, sondern eine packende Short – Story mit direktem Einstieg statt langer Einleitung.
- ☞ **Faustregel der Telefontrainer:** *Sprechen Sie maximal drei bis fünf Sätze hintereinander.* Vermitteln Sie Ihre wichtigsten Infos notfalls schlagwortartig und verhaspeln Sie sich nicht in Schachtelsätzen.
- ☞ *Ab 16 Wörtern pro Satz* laufen Sie Gefahr, *Ihren Zuhörer zu überfordern*. Aber Vorsicht: Kürze heißt nicht Tempo. Schnellsprecher machen misstrauisch.
- ☞ **Tipp:** Sie reden automatisch langsamer, wenn Sie sich vorstellen. Ihre Sätze können fremdsprachige Kinofilme untertiteln. Bremsen Sie sich durch bewusste *Pausen*. Damit ziehen Sie den Zuhörer außerdem aktiv ins Gespräch.

2.5. Erst der geschickte Gesprächsaufbau führt zum Ziel.

- ☺ Menschen sind *neugierig*, suchen den *eigenen Vorteil* und wollen *Anerken-*

nung. Versuchen Sie *alle drei Bedürfnisse* gleich nach der Begrüßung zu erfüllen.

- ☺ Erzeugen Sie *Sog statt Druck*.
- ☺ Bieten Sie vor allem *Nutzwert*, um das Interesse zu wecken.
- ☺ Je schlechter Ihre Argumente, desto wichtiger ist *ausgesuchte Höflichkeit* (sie verpflichtet), Verständnis für die Lage des anderen (lässt Angriffslust verpuffen) oder wohltdosierte Hilflosigkeit (veranlasst zu Unterstützung).
- ☺ Und bedienen Sie die Eitelkeit Ihres Gesprächspartners.
- ☺ Streuen Sie mehrmals seinen Namen ein. Das ersetzt den *fehlenden Blickkontakt*.

2.6. **Beschwerdeanrufe sind die schwierigsten.**

Oberstes Gebot:

- ☺ *Nie zweifeln oder belehren, auch wenn die Kritik unberechtigt ist.* Lassen Sie ausreden, zeigen Sie Verständnis, leiden Sie mit dem Anrufer.
- ☺ Kommen Sie nicht mit Sachargumenten, sondern *argumentieren Sie emotional*.
- ☺ Bei *Wutausbrüchen* reden Sie *einen Tick langsamer*. Sie bleiben cool, wenn Sie sich eine *schnurrende Katze vorstellen*, auch wenn der Anrufer in den Hörer bellt. Mit dem Kontern „*Gut, dass Sie sich sofort an uns gewendet haben...*“ und promptem Lösungsvorschlag nehmen Sie ihm den Wind aus den Segeln und übernehmen unbemerkt die Gesprächsregie.

2.7. **Konzentration und Kontrolle sind alles.**

- *Planen Sie Ihre Anrufe zielorientiert.*
- *Formulieren Sie Argumente vor, legen Sie getrennte, übersichtliche Frage – und Ergebnischecklisten an und notieren sie Gespräche grundsätzlich mit.* Wer nebenbei Männchen kritzelt, überhört die Hälfte.
- *Ziehen Sie nicht nur am Gesprächsende, sondern auch zwischendurch ein Fazit.* Rückformulierungen wie „*Sie meinen also, dass...*“ verhindern nicht nur Missverständnisse, sondern unterstreichen auch Ihr Interesse.
- *Zeichnen Sie wichtige Telefonate zur Sicherheit und zur Selbstkritik auf Band auf.*
- Lassen Sie einen Kollegen als Privat – Coach Ihre Telefonate mithören. Und Testanrufe im eigenen oder fremden Unternehmen geben nicht nur Anregungen, sondern machen auch Spaß.

2.8. **Überwinden Sie Hürden**

- ↗ *Der natürliche Feind des Anrufers ist die Sekretärin.* Dabei ist sie Ihre Verbündete, wenn Sie sie gleichberechtigt behandeln, mit ihrem *Namen* ansprechen und sie in ihrer Funktion *als Wächterin des Chefs* ernst nehmen.
- ↗ Nützt das nichts, beschreiben Sie Ihr Anliegen ausnahmsweise mit *Fremdwörtern* und *Fachausdrücken so kompliziert wie möglich*.
- ↗ Behaupten Sie aber keinesfalls, den Vorgesetzten privat sprechen zu wollen.



- Wenn nicht die Sekretärin, sondern Ihre eigene Hemmung vor einem wichtigen Gesprächspartner die Barriere ist: *Betrachten Sie ihn aus der Entfernung als ehemaligen Mitschüler*, den Sie nur vor 20 Jahren aus den Augen verloren haben.

3. Die Kunst des aktiven Zuhörens

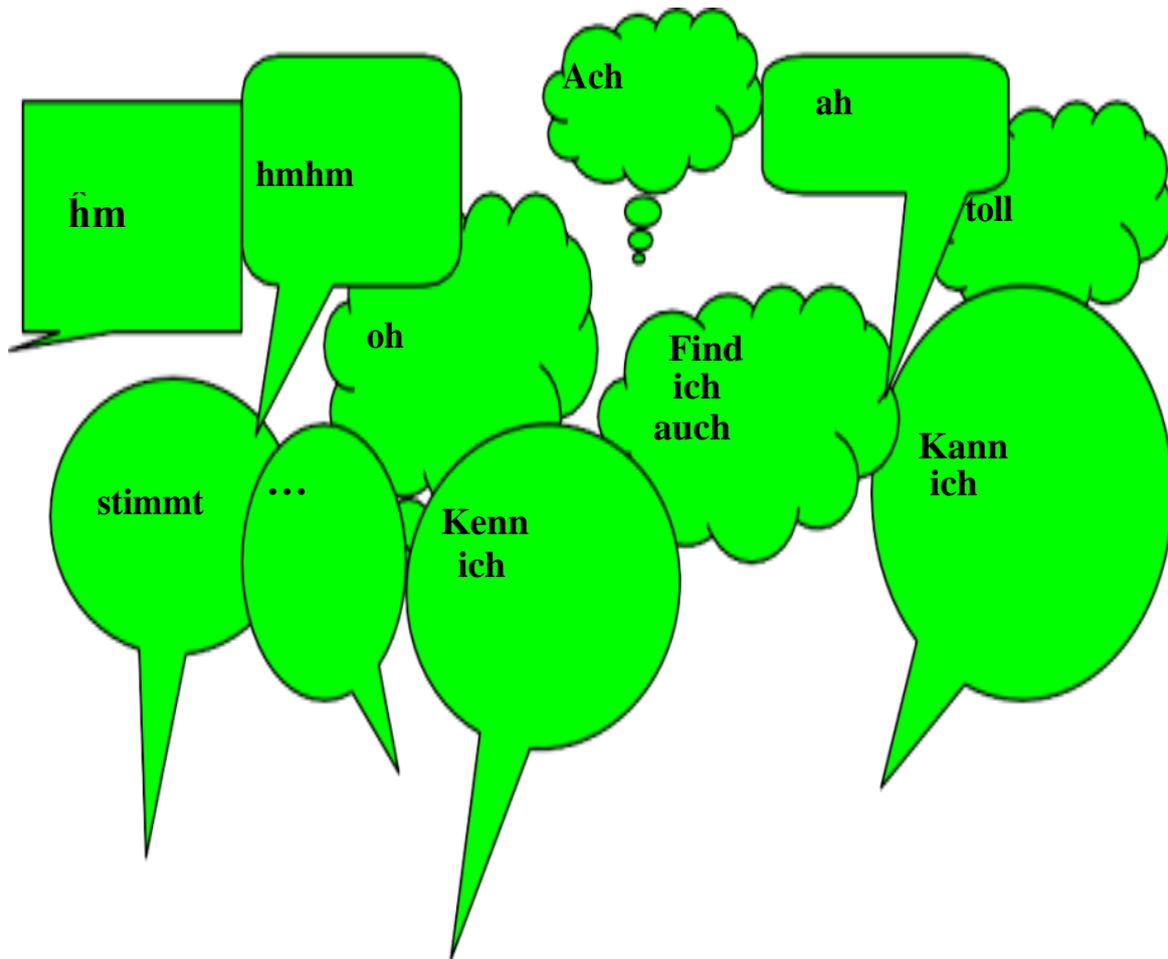
Nonverbale Signale entfallen beim Telefonieren, z.B. *Nicken, Augenbrauen hochziehen, Blickkontakt*.

Um eine gute Gesprächsatmosphäre zu erhalten und das Gespräch im Fluss zu halten, müssen Sie daher auf andere Möglichkeiten zurückgreifen:

1. *Bemerkungen, Geräusche*, z.B. Ahh, Ohh, so so, mmhmmh
2. *Zustimmung signalisieren*, z.B. ja, genau, stimmt etc.
3. *Gefühlen und Stimmungen zuhören*, z.B. Meinen Sie? Ehrlich? Sagen Sie! Na sowas!
4. *Wortwiederholungen*: interessante, wichtige Informationen halblaut wiederholen.
5. *Rückformulierungen*: Aussage des Gesprächspartners wörtlich oder sinngemäß wiederholen.
6. **Echomethoden**: z.B. „Es hat sieben Tage nicht geregnet“.



- „Schlussecho“: „Nicht geregnet“.
- Betonungsecho: „Sieben Tage“ .
- Synonymecho: „Eine Woche“.



Welche der folgenden Intentionen drücken die obigen Formeln aus?

- Bestätigung
- Verständnis
- Verständnisprobleme
- Gemeinsames Wissens / Anknüpfungspunkte für eine Gesprächsfortsetzung
- Verwunderung

4. Test zum Thema „Geschäftstelefonate“

I. Wortschatz und Strukturen

Bitte kreuzen Sie die richtigen Lösungen an (Es ist nur eine Lösung richtig).

- | | |
|---|---|
| 1 | „Könnte ich bitte ... sprechen?“
a) Herr X
b) Herrn X
c) mit Herr X
d) mit dem Herr X |
|---|---|

2	<p>„Was kann ich für Sie ...?“</p> <ul style="list-style-type: none"> a) tun b) tätigen c) helfen d) haben
3	<p>„Könnten Sie bitte Herrn Barasch ...?“</p> <ul style="list-style-type: none"> a) an den Apparat holen b) geben c) zum Telefon bringen d) nehmen
4	<p>„Wer ist in Ihrem Hause für das Personal ... ?“</p> <ul style="list-style-type: none"> a) vorhanden b) verantwortbar c) kompetent d) zuständig
5	<p>Ich handle jetzt zwar gegen unsere ... , verbinde Sie jetzt aber.</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Normen b) Anweisungen c) Formulare d) Direktiven
6	<p>Ein Kunde möchte einen Kollegen von Ihnen sprechen, der aber momentan nicht erreichbar ist. Welche Formulierung sollten Sie besser nicht verwenden?</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Herr Meier ist gerade zu Tisch. b) Herr Meier ist derzeit dienstlich unterwegs. c) Herr Meier ist zur Zeit nicht im Hause. d) Herr Meier ist im Augenblick unbekömmlich.
7	<p>Sagen Sie Frau X, dass ich ... sprechen möchte.</p> <ul style="list-style-type: none"> a) ihn b) sie c) ihr d) ihrer
8	<p>Ein Anrufer möchte eine Kollegin von Ihnen sprechen, die aber gerade nicht am Platz ist. Was sagen Sie? - „Kann ich ihr etwas ... ?“</p> <ul style="list-style-type: none"> a) erteilen b) entrichten c) ausrichten d) ermitteln

9	<p>Ich rufe ihn selber noch einmal an. Können Sie mir bitte ... Durchwahl geben?</p> <p>a) seinen b) seine c) ihre d) ihres</p>
10	<p>„Möchten Sie vielleicht eine Nachricht... ?</p> <p>a) hinterlassen b) überlassen c) übertragen d) überbringen</p>
11	<p>Wenn Sie mir Ihren Namen nicht nennen, kann ich Sie nicht weiter</p> <p>a) sprechen b) zustellen c) verbinden d) verstehen</p>
12	<p>Welche Nachfrage kann als unhöflich oder beleidigend aufgefasst werden?</p> <p>a) Entschuldigung, wie war doch gleich Ihr Name? b) Entschuldigung, ich habe Ihren Namen nicht richtig verstanden. c) Entschuldigung, was haben Sie denn für einen Namen? d) Entschuldigung; wenn ich Sie noch einmal um Ihren Namen bitten dürfte?</p>
13	<p>Sie erhalten einen Anruf von einem Kunden. Mit welcher Frage können Sie das Gespräch einleiten?</p> <p>a) Was kann ich Ihnen antun ? b) Wer kann etwas für Sie tun? c) Was kann ich für Sie tun? d) Was möchten Sie, dass wir tun?</p>
14	<p>Hätten Sie die, mich mit Herrn X zu verbinden?</p> <p>a) Freude b) Freundlichkeit c) Nettigkeit d) Ehre</p>
15	<p>Entschuldigung, ich muss ... mit Herrn Y sprechen.</p> <p>a) dringend b) drängend c) bedrängt d) drängelnd</p>

16	Vielleicht könnten Sie Ihr ... schriftlich vorbringen? Ich gebe Ihnen gern unsere Faxnummer. a) Bitte b) Anliegen c) Anfrage d) Beschwerde
----	--

Fachliteratur:

1. Business Etikette kompakt: Zehn Fehler, die Sie vermeiden sollten.... URL: [http://www.business-knigge.com/\(Business Etikette in Deutschland von Joachim Graff & Gretchen Schaupp](http://www.business-knigge.com/(Business%20Etikette%20in%20Deutschland%20von%20Joachim%20Graff%20&%20Gretchen%20Schaupp) (Дата обращения: 3.11.2017)
2. Bewerbungsschreiben//[http://www.einstieg.com/studium/was-studieren/sprachen-kulturen.html.meine zukunft. mein ding/](http://www.einstieg.com/studium/was-studieren/sprachen-kulturen.html.meine%20zukunft.%20mein%20ding/) URL: [http://www.business-knigge.com/\(Business Etikette in Deutschland von Joachim Graff & Gretchen Schaupp](http://www.business-knigge.com/(Business%20Etikette%20in%20Deutschland%20von%20Joachim%20Graff%20&%20Gretchen%20Schaupp) (Дата обращения: 3.11.2017)
3. Präsentationen: Tipps, um erfolgreich und selbstbewußt zu präsentieren// URL: <http://www.expert-line.de/praesentationen-tipps-um-erfolgreich-und-selbstbewusst-zu-praesentieren/>(Дата обращения: 3.11.2017)
4. Ralph Jeske. Erfolgreich verhandeln. Grundlagen der Verhandlungsführung Deutscher Taschenbuch Verlag dtv, 1998, ISBN 3-423-50824-8.
5. David M. Martin. Erfolgreiche Verhandlungstaktiken, Schwierige Situationen perfekt meistern. Falken Verlag, Niedernhausen, 1997, ISBN 3-8068-4971-4
6. Marcus Knill. Natürlich, zuhörerorientiert, aussagenzentriert reden "Angewandte Rhetorik" für alle, die kommunizieren müssen. Ein Lehr-, Lern- und Lesebuch. 1991 ISBN 3-908236-19-3

LEKTION XII

Thema: BEWERBUNG

(siehe: die Internetquelle, der das unten angegebene Material entnommen ist: Das Bewerbungsschreiben//[http://www.einstieg.com/studium/was-studieren/sprachen-kulturen.html.meine zukunft. mein ding](http://www.einstieg.com/studium/was-studieren/sprachen-kulturen.html.meine%20zukunft.%20mein%20ding/))

Das Bewerbungsschreiben

1. Lesen sie den vorliegenden Text und übersetzen Sie ihn ins Russische.

Bewerbungsschreiben sind die **Visitenkarten** von *Bewerbern*. Wer auf Floskeln und Phrasen setzt, geht mit seiner Bewerbung in der Masse unter.

➡ **Ein Muster oder eine Vorlage** kann beim Bewerbungsanschreiben helfen.

Susann Mustermann

Beispielstr. 12, 12345 Musterstadt, Fon: 01234 / 56 78 90, Mail: s.mustermann@meinblog.de

Zielunternehmen GmbH
Herr Ansprechpartner
Vorlageweg 90a
12345 Musterstadt

1. Januar 2016

Bewerbung als Key Account Managerin

Ihre Stellenanzeige vom 3.1.2016

Sehr geehrte(r) Frau/Herr _____,

was für eine positive Überraschung! Da suche ich auf Karrieresprung.de nach einer beruflichen Herausforderung und lese, dass Sie den Bereich _____ demnächst ausbauen. Wie der Zufall so spielt: Genau darüber habe ich meine Masterarbeit geschrieben! Titel: "_____" "Das passt perfekt", dachte ich mir - und bewerbe mich deshalb sofort bei Ihnen auf die ausgeschriebene Stelle.

Warum sollten Sie ausgerechnet mich einstellen, werden Sie sich fragen. Ich bringe ausgezeichnete Referenzen mit, konnte beispielsweise den Vertrieb bei der _____ AG optimieren. Meine Stärken sehe ich vor allem in der praktischen Lösung von Problemen im Betriebsablauf, in der Organisation und im Projektmanagement. Durch die gute Zusammenarbeit im damaligen Team und die Bereitschaft zu Blitzeinsätzen (auch nach Feierabend) ist es mir stets gelungen, Deadlines mindestens einzuhalten, mehr aber noch nachhaltige und ausgereifte Ergebnisse abzuliefern.

Obendrein fallen bei mir lange Einarbeitungszeiten weg, da ich Ihr Unternehmen schon kenne. Wir sind uns nicht unbekannt! Schon während meines Praktikums bei Ihnen im Haus (Abteilung _____, vom 1.7. bis 30.8.2015) brannte ich für das Projekt _____, das ich damals mitinitiierte und schließlich verantwortlich leiten durfte. Es war ein voller Erfolg, wie Ihnen Frau _____, meine damalige Leiterin, sicher gerne bestätigt. Die Erfahrungen von damals sowie mein aktuelles Wissen aus Studium und weiteren Praktika würde ich gerne bei Ihnen mit Mehrwert einsetzen. Vollen Elan gibt's gratis dazu.

Gerne überzeuge ich Sie in einem persönlichen Gespräch davon, dass Sie mit mir eine ebenso engagierte wie erfahrene Mitarbeiterin gewinnen. Bis zu Ihrer Rückmeldung verbleibe ich

mit besten Grüßen

Susann Mustermann

PS: Von meiner Haustür bis zu Ihrer Firmenzentrale sind es mit dem Fahrrad genau 20 Minuten. Das heißt: Während die anderen Mitarbeiter noch im Stau stehen, könnte ich morgens schon die erste im Büro sein...

ANLAGEN:

- Lebenslauf
- Zeugnisse
- Zertifikate

Bewerbungsschreiben (Muster für 2016): Hier sollte man die eigenen Stärken darstellen.

➡ Das **Bewerbungsschreiben** ist die erste Arbeitsprobe, die das Unternehmen, bei dem du dich bewirbst, von dir zu sehen bekommt – und darum besonders wichtig. Der Personaler möchte sich ein Bild von dir machen, um entscheiden zu können, ob du zum Ausbildungsplatz passt. *Verabschiede dich im Bewerbungsanschreiben daher von Floskeln*, die alle benutzen, und stelle stattdessen *deine persönlichen Stärken* in den Vordergrund.

Ein schlechtes Beispiel für ein Bewerbungsschreiben

➡ In unserem Muster-Bewerbungsschreiben (Bild anklicken zum Vergrößern) zeigen wir dir am Beispiel des Bewerbungsschreibens von Laura, die eine Ausbildung zur Fotografin absolvieren möchte, wie man **die häufigsten Fehler im Bewerbungsschreiben** vermeiden kann. Laura erwähnt zwar in ihrem Bewerbungsanschreiben einige ihrer Fähigkeiten und Erfahrungen.

Trotzdem kann man noch viel verbessern:



1. **Name und Adresse** reichen als Kontaktangaben nicht aus – hier gehören *auch E-Mail-Adresse* und *Telefon- oder Handynummer* hin. Überlege dir außerdem, ob du deine Adresse nicht in Form einer Kopfzeile angeben willst – das sieht gut aus und gibt der Bewerbung eine etwas persönlichere Note.

2. *Ansprechpartner fehlt! Versuche herauszubekommen, wer für die eingehenden Bewerbungen zuständig ist* und richte dein Bewerbungsanschreiben direkt an diese Person.

3. *Lass dir den Namen buchstabieren*, falls du dir über die Schreibweise unsicher bist.

4. *Im Betreff sollte stehen, welche Ausbildung du anstrebst* und wo du die Stellenanzeige gesehen hast (Medium und Datum nennen!).

4. Rechtschreibfehler gehen gar nicht im Bewerbungsschreiben! Es muss heißen: *"mit großem Interesse"* und *"bei Ihnen bewerben"*.

5. *Was ist seit dem vergangenen Jahr passiert?* Dieser Satz deutet eine Lücke im Lebenslauf an, die du erklären musst. Der Personaler könnte sonst denken, dass du ein Jahr auf der faulen Haut gelegen hast.

Mehr zum Thema Bewerbung

- *Lebenslauf*: Herzstück der Bewerbung
- *Bewerbungsmuster*: Anregungen für deine Bewerbung
- *Online-Bewerbung*: So überzeugst du per E-Mail oder Online-Formular
- *Motivationsschreiben*: Was gehört rein?

- *Einstellungstests*: So bereitest du dich vor
- *Bewerbungsunterlagen*: Was gehört zur Bewerbung?
- *Vorstellungsgespräch*: Überzeugend auftreten

6. Die Formulierung "*viel gelernt*" ist ungenau. Der Personaler ist kein Hellseher – er braucht konkrete Infos darüber, *was* du *wo* gelernt hast.

7. *Was hat der Führerschein mit Flexibilität zu tun?* Gemeint ist hier wohl eher die Mobilität. Im Bewerbungsschreiben solltest du dich bei jedem Wort fragen: Was will ich eigentlich damit sagen?

8. Wenn du dich als "*teamfähig*" und "*belastbar*" präsentieren möchtest, musst du diese Eigenschaften belegen, indem du erklärst, *wo und wann* du deine Teamfähigkeit und Belastbarkeit schon unter Beweis gestellt hast. Ansonsten bleiben die Begriffe leere Worthülsen.

9. Die zweifache Verwendung des Wortes "*würde*" macht den Satz holprig und gibt ihm einen *unterwürfigen* Touch. Im Bewerbungsschreiben darf ruhig ein bisschen selbstbewusster formuliert werden.

10. Unter dem Namen müssen heute zwar nicht mehr alle Anlagen (wie Lebenslauf, Zeugnisse usw.) einzeln aufgeführt werden. Das Wort "*Anlagen*" als Hinweis sollte aber nicht fehlen.

Fragen und Aufgaben zum Text: Das Bewerbungsschreiben (Teil 1):

1. Was ist ein schlechtes Beispiel für ein Bewerbungsschreiben?
2. Warum gelten heute alle Bewerbungsschreiben als *Visitenkarten* von *Bewerbern*?
3. Warum ist das Bewerbungsschreiben *so wichtig*?
4. Wie kann der Personaler entscheiden, ob du zum Ausbildungsplatz passt?
5. Warum muss man sich im Bewerbungsanschreiben von Floskeln verabschieden?
6. Was gilt als Herzstück der Bewerbung?
7. Was sollte im Betreff stehen?
8. Wie können manche Lücken im Lebenslauf interpretiert werden?
9. Was gehört zur Bewerbung?
10. Welche Formulierung gilt als ungenau?
11. Welche Unterlagen gehören zur Bewerbung?
12. Was hat der Führerschein mit Flexibilität zu tun? Was wollen Sie eigentlich damit sagen?
13. Welches Wort kann den Satz holprig machen und ihm einen unterwürfigen Touch geben?
14. Welche Eigenschaften müssen Sie belegen, wenn Sie sich als "teamfähig" und "belastbar" präsentieren möchten?

15. Warum muss man unbedingt auf die folgende Frage antworten: „Was ist seit dem vergangenen Jahr passiert“?
16. Müssen heute alle Anlagen (wie Lebenslauf, Zeugnisse usw.) einzeln aufgeführt werden?

2. Teil: Bewerbungsschreiben: So machst du es richtig

Briefkopf

Vorname Name
Musterstraße 1
PLZ Musterstadt
Telefon: 01234 / 56789
E-Mail: muster@web.de

Firma
Musterfirma GmbH
Herr / Frau Mustername
Musterstraße 1
PLZ Beispielstadt

Hauptteil

Musterstadt, 19. Juni 20xx

Bewerbung als Bankkauffrau

Sehr geehrte Damen und Herren

Der Finanzmarkt unterliegt dem ständigen Wandel und damit auch die Baufinanzierung. Basel II, Ratingagenturen und das anhängende Ratingverfahren spielen besonders bei der Kreditvergabe eine tragende Rolle. Mehrjährige Berufserfahrungen als Bankkauffrau in der Baufinanzierung und die Analyse in Verbindung mit der Kreditvergabe zählen zu meinen beruflichen Schwerpunkten.

Als Bankunternehmen für Baufinanzierungen kann ich mir gut vorstellen, meine Kenntnisse bei Ihnen erfolgreich anzuwenden. Deshalb habe ich mich dazu entschlossen, Ihnen meine Bewerbung als Bankkauffrau zu senden.

Kompetente Beratung der Kunden und fachgerechte Unterbreitungen von Finanzierungsmöglichkeiten sind für mich ebenso selbstverständlich wie das Beobachten der Finanzmärkte. Nur so kann eine sichere, kundengerechte und stabile Baufinanzierung erfolgen.

Hohe Kundenorientierung sowie Teamfähigkeit runden mein Profil ab.

Diese fundierten Kenntnisse, verbunden mit großem persönlichem Engagement, möchte ich sehr gern in Ihrem Unternehmen einbringen.

Auf eine Einladung von Ihnen freue ich mich.

Schluss

Es grüßt Sie freundlichst

Sabine Mustermann

Bloß keine Floskeln!

Bewerbungsschreiben sind die Visitenkarten von Bewerbern. Wer auf Floskeln und Phrasen setzt, geht mit seiner Bewerbung in der Masse unter. Ein Muster oder eine Vorlage können beim Bewerbungsanschreiben helfen.

2. Teil: Das perfekte Bewerbungsschreiben

- ∇ *Auf der rechten Seite des Bilds (anklicken zum Vergrößern) findest du Lauras überarbeitetes Bewerbungsschreiben.*
- ∇ *Sie hat sich vor dem Versenden ihrer Bewerbung mit dem Fotostudio in Verbindung gesetzt und konnte so im Anschreiben einen persönlichen Bezug herstellen. Darüber hinaus wurden die *Rechtschreibfehler getilgt.**
- ∇ *Mit dem Erwähnen *der USA-Reise macht Laura deutlich, was sie zwischen Schulabschluss und Bewerbung mit ihrer Zeit angefangen hat.**
- ∇ *Gleichzeitig nutzt sie die Reise gezielt, um *ihre Belastbarkeit und Flexibilität zu untermauern.* Sie erklärt, *wo sie was gelernt hat* (Fotokurs, Fotowettbewerb) und verleiht ihren Fähigkeiten dadurch *Glaubwürdigkeit.**
- ∇ *Im letzten Absatz wird deutlich, warum sich Laura im Foto Studio Objektiv bewirbt. Das wird Herrn Meyer gefallen. Denn wer möchte schon jemanden einstellen, dem egal ist, wo er seine Ausbildung macht?*

FRAGEN zum Text „Das Bewerbungsschreiben“ (Teil 2):

1. Wie sieht das perfekte Bewerbungsschreiben aus?
2. Ist es wichtig, im Anschreiben einen persönlichen Bezug herzustellen?
3. Warum sollen alle *Rechtschreibfehler getilgt* werden?
4. Worauf will Laura mit dem Erwähnen von der USA-Reise hinweisen?
5. Wodurch verleiht Laura ihren Fähigkeiten *Glaubwürdigkeit.*
6. Was wird Herrn Meyer besonders gefallen?
7. Kann man jemanden einstellen, dem egal ist, wo er seine Ausbildung macht?

TEXT 2

Eine perfekte Bewerbung schreiben – So geht es Schritt für Schritt

(siehe: die Internetquelle, der das unten angegebene Material entnommen ist: Eine perfekte Bewerbung schreiben – So geht es Schritt für Schritt//<http://perfektebewerbung-schreiben.com/>)

Eine perfekte Bewerbung schreiben – So geht es Schritt für Schritt

- ↗ Einfache, in 15 Minuten erstellte Bewerbungen bringen heute keinen *Arbeitssuchenden* mit einem *Arbeitgeber* zusammen.

- *Der Arbeitsmarkt ist sehr hart und nur die fleißigsten Bewerber werden einen Wunsch-Job ergattern.*
- *Wer bei seiner Bewerbung sich nicht bemüht, der macht es sich nur noch selbst schwerer, eine Arbeitsstelle oder Ausbildung zu bekommen.*

Heute führen „Bewerbungen von der Stange“ kaum zum Erfolg, sondern **meist individuelle Bewerbungsschreiben** – also perfekte Bewerbungen so zu sagen. Schreiben Sie **eine einzigartige Bewerbung**, dann haben Sie schon mal sehr viel höhere Chancen auf einen Vorstellungsgespräch, als die meisten anderen Mitbewerber, die für das Bewerbungsschreiben immer noch *abgestumpfte*, oft nicht funktionierende *Vorlagen* verwenden.

- Damit Sie einer perfekten Bewerbung einen guten Schritt näher kommen, wurde **dieser Einstiegskurs** verfasst. Hier finden Sie *wertvolle Tipps, die Ihnen das Schreiben einer guten bis perfekten Bewerbung erleichtern sollen*.
- Dieser Kurs zeigt Ihnen Schritt für Schritt, wie eine wirkungsvolle Bewerbung aufgebaut sein sollte und *wie sie so eine Bewerbung selbst schreiben können*.
- Bevor wir mit dem Kurs beginnen, ein Hinweis vorab: **Die perfekte Bewerbung schreiben ist keine Kunst**, aber auch schreibt sich so eine Bewerbung nicht von alleine – alles, was Sie dazu benötigen, *ist ein Wegweiser und viel Übung*.

Ein guter Ratgeber für eine perfekte Bewerbung (unser Tipp):

Das perfekte Anschreiben bei einer Bewerbung

- ⇓ Bei einer perfekten Bewerbung darf natürlich *das Anschreiben nicht fehlen*. Durch das Anschreiben teilen Sie dem PERSONALCHEF / BEARBEITER DER BEWERBUNG mit, wer Sie eigentlich sind und warum Sie der/die richtige für die freie Stelle sind.
- ⇓ *Eigene Kenntnisse und Fähigkeiten müssen in das Anschreiben sauber und beispielhaft eingearbeitet sein und sollten glaubwürdig rüber kommen*.
- ⇓ Der Personalchef wird anhand Ihres Anschreibens zuerst überprüfen, ob Sie *in das Berufsprofil passen* und ob Sie *Ihre Hausaufgaben gut gemacht haben*.
- ⇓ Sie müssen auch *Angaben zu Ihren Fähigkeiten und der Motivation* machen, damit der zuständige Bearbeiter der Bewerbung entscheiden kann, ob Sie zu den heißen Kandidaten gehören.
- ⇓ Es ist sehr wichtig, dass *Ihr Anschreiben professionell aussieht*, individuell ist und alle benötigten Angaben an der richtigen Stelle zu finden sind, sonst kann Ihre Bewerbung schnell im Papierkorb landen.

Folgende Angaben dürfen in Ihrem Anschreiben auf keinen Fall fehlen:

1. Absenderadresse, Telefonnummer (optional E-Mail)
2. Anschrift der Firma, bei der Sie sich bewerben
3. Ort und aktuelles Datum, an dem das Anschreiben gedruckt wurde/wird
4. Betreff (sehr wichtig!)
5. Anrede (wenn möglich den Namen des Ansprechpartners verwenden)
6. Textteil
7. Gruß und Unterschrift (in Handschrift)
8. Hinweis für die Anlagen
9. PS. (optional, aber empfehlenswert)

Max Mustermann
Frankfurter Straße 1
60386 Frankfurt
069-12 34 56 78
mustermax@gmx.de

1

Frankfurt, 20.11.20XX

3

Mayer Bank GmbH
Personalabteilung
Frau Kerstin Müller
Berliner Straße 2
60386 Frankfurt

2

4

Bewerbung um einen Ausbildungsplatz zum Bankkaufmann für das Ausbildungsjahr 20XX

5

Sehr geehrte Frau Müller,

mit großem Interesse habe ich Ihr Ausbildungsangebot auf Ihrer Homepage gelesen. Die Aussicht, bei einem führenden Kreditinstitut wie der Mayer Group eine diversifizierte und fundierte Ausbildung zu erhalten und den Einstieg in die Berufstätigkeit im Bankwesen zu schaffen, finde ich äußerst spannend und herausfordernd.

6

Derzeit besuche ich die 11. Klasse der Fachoberschule Musterschule in Frankfurt, die ich voraussichtlich im Juni 20XX mit der allgemeinen Fachhochschulreife abschließen werde. Mein Schulpraktikum bei der Frankfurter Volksbank verschaffte mir bereits erste Einblicke in das Bankgeschäft: Ich durfte an Kundengesprächen mitwirken, Überweisungsträger überprüfen, Daten aktualisieren und an Seminaren zum Thema Kapital- und Risikolebensversicherungen teilnehmen. Zudem habe ich mich sowohl im Internet als auch im Berufsinformationszentrum über die Aufgaben und Chancen eines Bankkaufmanns ausführlich informiert.

Seit meinem Praktikum habe ich den Wunsch, Bankkaufmann zu werden. Über das Handelsblatt verfolge ich regelmäßig die Entwicklungen an den Finanz- und Kapitalmärkten. Ich bin ein kommunikativer, offener und interessierter Mensch und würde Sie von meinen Stärken gerne in einem Vorstellungsgespräch überzeugen.

7

Mit freundlichen Grüßen

Max Mustermann

8

Anlagen:
Lichtbild
Lebenslauf
Zeugnisse

Keine Rechtschreibfehler und falsche Satzstellung!

- ⌘ Es ist schnell passiert und schon haben sich einige Rechtschreibfehler in den Bewerbungstext eingeschlichen.
- ⌘ Egal für welchen Job Sie sich bewerben, *Rechtschreibfehler sind immer ungern gesehen.*
- ⌘ Jedes Unternehmen erwartet von seinen Bewerbern, dass diese zumindest *die deutsche Sprache beherrschen und die Grammatik korrekt ist.*
- ⌘ Versuchen Sie im Bewerbungsschreiben *sich verständlich auszudrücken* und schreiben Sie *kurze, aussagestarke Sätze.*
- ⌘ *Vermeiden Sie wenn möglich auch verschachtelte Sätze.*
- ⌘ Natürlich sollten Sie auch *nicht vom eigentlichen Thema abschweifen* und immer zum Punkt kommen.

WICHTIG!

- ⌘ Denken Sie immer daran: Das „**perfekte Bewerbung schreiben**“ erfordert *durchdachte, punktgenaue Satzbildung ohne Abschweifungen.*

Seien Sie kreativ, einzigartig, überzeugend und heben Sie sich von den Mitbewerbern ab

- * Es wäre sicher ein **sehr großer Vorteil**, wenn Sie sich *über Ihren potenziellen Arbeitgeber und dessen Firma gut informieren.*
- * Bringen Sie alles Mögliche in Erfahrung, damit Sie im Bewerbungstext klar vermitteln können, dass *Sie wissen, was Sie bei Ihrem neuen Job erwartet* und dass es genau das Richtige für Sie ist.
- * Sie würden sich wundern, wenn Sie wissen würden, was ein Personalchef alleine *anhand Ihres Bewerbungstextes für versteckte Details über Ihre Person und Ihre Einstellung zum Job aufdecken kann.*
- * Die meisten Anschreiben beginnen mit der Standard-Anrede: „*Sehr geehrte Damen und Herren*“, und das ist eben nichts Besonderes. Stellen Sie sich vor, *wie positiv Sie punkten könnten*, wenn Sie nur wissen würden, wer Ihre Bewerbung später in den Händen halten wird?
- * Wenn Sie ausführlich *über Ihren potenziellen Arbeitgeber recherchieren*, dann werden Sie auch den Namen der Person kennen, die Ihre Bewerbung später auf dem Tisch liegen haben wird.
- * So können Sie anstatt: „*Sehr geehrte Damen und Herren*“, die Person mit dem korrekten Namen ansprechen, zum Beispiel: „*Sehr geehrter Herr Müller*“.

Damit werden Sie in jedem Fall auffallen und zeigen, dass Sie *Ihre Hausaufgaben ordentlich gemacht haben*.

- * Wenn Sie von Anfang an mit Ihrem Anschreiben mehr Aufmerksamkeit erhalten als die Mitbewerber, dann werden Sie auch *wesentlich höhere Chancen haben, dass Sie zu den Top-Kandidaten zählen*.

Ohne Individualität, keine perfekte Bewerbung!

- ✂ Im Anschreiben sollten Sie in klaren Worten vermitteln, *warum Sie sich bewerben und warum Sie „der/die Richtige“ für den Job sind*.
- ✂ Erwähnen Sie, *worin Ihre Stärken bestehen* und warum Sie *denken zum Jobprofil zu passen*.
- ✂ Geben Sie *dazu klare Beispiele*, um Ihre Qualifikation zu untermauern.

Aber seien Sie immer ehrlich!

- *Etwas vorzutäuschen, es aber nicht vorweisen können*, kann Ihnen nur kurzfristig zu mehr Erfolg verhelfen. Spätestens bei dem Vorstellungsgespräch werden Sie sich sehr wahrscheinlich irgendwann widersprechen und werden somit *als Lügner entlarvt... das kann alles ruinieren*.
- Wenn Sie bereits *Erfahrungen in dem Beruf* haben, dann müssen Sie *diese vorweisen können*.
- Vielleicht haben Sie *alte Arbeitszeugnisse oder Weiterbildungsnachweise* irgendwo rumliegen, die Sie selbstverständlich mit den Bewerbungsunterlagen, Ihrem potenziellen Arbeitgeber zuschicken sollten (Kopie), *um Ihre Berufsqualifikationen nachzuweisen*.

Abschließende Worte im Anschreiben

- ✂ *Im letzten Satz Ihres Anschreibens* haben Sie die letzte Chance, zu zeigen, *wie interessiert Sie an einem Vorstellungsgespräch sind*.
- ✂ Schreiben Sie klipp und klar, dass sich *der Bearbeiter der Bewerbung von Ihren Stärken und der Eignung für den Beruf in einem persönlichen Vorstellungsgespräch selbst überzeugen kann*.

Ein guter Ratgeber für eine perfekte Bewerbung (unser Tipp):

Der perfekte Einleitungssatz bei einer Bewerbung

- Eine perfekte Bewerbung schreiben setzt ***richtige Formulierungen*** voraus. Es ist nicht einfach, in wenigen Sätzen zusammenzufassen, warum man in das Berufsprofil passt. Für eine perfekte Bewerbung muss vor allem der Einleitungssatz sehr überlegt verfasst sein.

- Ist der **Einleitungssatz** nicht überzeugend genug, könnte Ihr Anschreiben an Wirkung verlieren. Ein gelungener Einleitungssatz *weckt das Interesse des Personalchefs* und hilft Ihnen, mit höherer Aufmerksamkeit, Ihre Kompetenz zu untermauern.
- Man kann nicht oft genug erwähnen, dass *ein Anschreiben von der Stange*, Ihnen keinen Individualitäts-Vorteil verschaffen kann.
- Stellen Sie sich einmal vor, *wie und warum soll der Personalchef gerade Sie auf die Liste der heißen Kandidaten setzen*, wenn Sie und weitere 50 Bewerbungen im gleichen Stapel, nach einer kostenlosen Vorlage erstellt wurden, die man an jeder Ecke im Internet finden kann...
- **Im kreativsten Fall** wurden vielleicht einige Formulierungen etwas verändert, aber weit über 80% des Anschreibens besteht immer noch aus Formulierungen *aus einer Standard-Vorlage* – von Individualität kaum eine Spur!
- Einleitungssätze wie: „*hiermit bewerbe ich mich als...*“ oder: „*ich habe Ihre Stellenanzeige in der Zeitung gelesen und bewerbe mich hiermit um einen Ausbildungsplatz als...*“ sind in jeder Standard-Bewerbung zu finden.
- **Aber Sie wollen doch kreativ sein** und sich von anderen Mitbewerbern unterscheiden, oder?

Beispiele für gute Einleitungssätze für eine perfekte Bewerbung

„...durch Recherchen konnte ich in Erfahrung bringen, dass Sie neue Mitarbeiter für Ihr Unternehmen suchen. Da ich schnell wichtige Entscheidungen treffen kann und gerne in gut organisierten Teams arbeite, bewerbe ich mich hiermit um die freie Stelle als Personalleiter...“



„...in Ihrem Stellenangebot auf Ihrer Firmen-Homepage, stellen Sie eine Arbeitsstelle vor, die meinen Kompetenzen entspricht. Da ich in den letzten Jahren solide Kenntnisse in ... und ... mir aneignen konnte, bewerbe ich mich hiermit als...“



„...von einem Bekannten habe ich erfahren, dass Sie eine zuverlässige, selbständig denkende und kontaktfreudige Mitarbeiterin suchen, die für ... und ... eingesetzt werden soll. Da ich diesen Anforderungen entspreche, bewerbe ich mich um die freie Stelle als...“



„...da ich im Bereich Internetmarketing seit vielen Jahren tätig bin und langjährig eine Gruppe von motivierten, jungen Unternehmern geleitet habe, bin ich davon

überzeugt, dass ich auch mit meinen ausgefallenen Marketing-Ideen zum steigenden Erfolg Ihres Unternehmens positiv beitragen kann und bewerbe mich hiermit um die kürzlich frei gewordene Stelle als Marketing-Leiter...“

An diesen Einleitungssätzen sieht man sofort, dass wir zum einen zeigen, dass wir gut recherchiert haben und zum anderen, dass wir ganz genau wissen, was von uns verlangt wird und wo unsere Stärken sind. Auch ist ein Stück Kreativität inklusive.

Der perfekte Lebenslauf bei einer Bewerbung

- ✎ Der Lebenslauf wird in **tabellarischer** Form verfasst.
- ✎ Die meisten Lebensläufe werden *heute mit einem PC geschrieben*.
- ✎ Es kann auch vorkommen, dass in der Stellenbeschreibung ein *handschriftlicher Lebenslauf* gefordert wird.
- ✎ Bei einem *handschriftlichen Lebenslauf* sollten Sie sehr *ordentlich* schreiben, denn anhand der Eigenschaften der Handschrift kann man einiges über den Charakter des Verfassers herausfinden.

	Tobias Bäumer <small>Karl-Friedrich-Straße 12, 20188 Hamburg, Tel. 040 / 234 567, Mobil: 0157 / 22 44 78, E-Mail: Tobias.Baumer@web.de</small>
LEBENSLAUF	
■ Persönliche Daten	
geboren am 12.01.1995 in Hamburg ledig	<small>© PictureFactory / fotok.com</small>
■ Schulausbildung	
seit 08.2005	Albert-Einstein-Gymnasium, Hamburg Abiturfächer: Deutsch, Erdkunde, Mathematik, Englisch Wahlpflichtfach: Wirtschaft (Klasse 10)
08.2001 – 07.2005	Gemeinschaftsgrundschule Pasteurstraße, Hamburg
■ Praktische Erfahrungen	
seit 08.2011	Electron Computer GmbH, Hamburg Mitarbeiter im Lager Ein- und Ausräumen, Verpackung und Versand von Waren an zwei Nachmittagen pro Woche
10.2011 – 11.2011	Mendelsohn Großhandelsgesellschaft mbH & Co. KG, Hamburg 3-wöchiges kaufmännisches Praktikum Dateneingabe am PC, Rechnungskontrolle, Ablage, Auftragsabwicklung
03.2010	Flott & Flink AG, Hamburg 2-wöchiges Praktikum im Verkauf und Lager Warenannahme, Waren ein- und ausräumen, Teilnahme an Verkaufsgesprächen, Kundenbedienung
■ Zusatzqualifikationen	
Sprachen	Englisch (7 Jahre Unterricht am Gymnasium, 4-wöchiger USA-Aufenthalt) Französisch (4 Jahre Unterricht am Gymnasium)
PC-Kenntnisse	MS-Word (gute Kenntnisse, Anfertigung von Referaten), MS-PowerPoint (gute Grundlagen, Erstellung von Präsentationen für den Deutsch- und Erdkundeunterricht), E-Mail- und Internetanwendungen
Interessen	seit 2006 aktives Mitglied im Handballverein HSV Hamburg 1904
Hamburg, 03.07.2013 Tobias Bäumer	

Worauf sollte man beim Schreiben generell immer achten?

- ⊙ Es sollen *keine Knitterfalten* zu sehen sein
- ⊙ Wählen Sie ein *weißes Papier*, kein dunkles Recycling-Papier und kein kariertes Papier
- ⊙ Es sollten *keine Flecken* auf den Unterlagen zu sehen sein
- ⊙ Achten Sie besonders auf die *Rechtschreibung und* lassen Sie – wenn möglich – Ihre Bewerbungs-Unterlagen *von einer geeigneten Person korrigieren*.

Der Lebenslauf wird in 4 Bereiche unterteilt:

- ✕ *Angaben zu der Person*
- ✕ *Der bisherige Bildungsweg (schulische Ausbildung)*
- ✕ *Die berufliche Karriere (berufliche Laufbahn)*
- ✕ *Qualifikationen (Stärken)*

Lösungen für Unschlüssigkeit im Lebenslauf

1. Bei einer größeren Lücke zwischen Ausbildung und dem ersten Job sollten Sie auf keinen Fall schreiben: „von ... bis ... ohne feste Anstellung“, sondern unbedingt einige Tätigkeiten angeben, auch wenn es einfache Zeit, Ferien- oder Aushilfsjobs waren. Bei fehlender Berufserfahrung können Sie ein Praktikum oder einen Aushilfsjob im Lebenslauf gut als Berufspraxis verkaufen.



2. Wenn Ihnen gekündigt wurde und Sie dadurch arbeitslos geworden sind, dann nennen Sie den Grund für eine „Betriebsbedingte-Kündigung“ im Lebenslauf. Stellenabbau oder Betriebsschließung sind gute Gründe, um den Jobverlust nicht mit persönlichem Verschulden zu begründen. Wenn diese Gründe in Ihrem Fall nicht zutreffen, dann brauchen Sie das im Lebenslauf nicht zu erwähnen.



3. Bei längerer Arbeitslosigkeit können Sie die Lücke als „berufliche Spezialisierung“ oder „Neuorientierung“ in Ihrem Lebenslauf bezeichnen. Dabei sollte zu erkennen sein, dass Sie in dieser Zeit berufliche Ziele verfolgt haben.



4. Wenn Sie ein Studium oder Ausbildung angefangen und nicht abgeschlossen haben, dann sollte der Satz: „von ... bis ... Studium / Ausbildung ohne Abschluss“ in dem Lebenslauf nicht zu finden sein. Nennen Sie einfach den Zeitraum der Beschäftigung inkl. Fächer.

5. *Sollten Sie im letzten Job keine besonderen Kenntnisse erworben haben, dann können Sie das nicht einfach als „nicht erwähnenswert“ betrachten. In jedem Job erlebt man besondere Situationen, die nicht bei jedem Angestellten eintreffen. Suchen Sie sich etwas Besonderes aus (z.B. Firma auf einer Messe repräsentiert...)*

Ein paar Tipps am Rande...

Besonderheiten, wie z.B.: **Fremdsprachenkenntnisse** oder berufliche Weiterbildung sollten im Lebenslauf unbedingt erwähnt werden. Das könnten unter anderem die **Maßgebenden Kriterien sein**, um den Job zu bekommen.

Negative Punkte, bei denen Sie wissen, dass diese sich nicht positiv auf die Berufsqualifikation auswirken oder die einfach zu unpassend sind, können Sie in Ihrem Lebenslauf einfach auslassen.

Ein guter Ratgeber für eine perfekte Bewerbung (**unser Tipp**):

Die Bewerbungsmappe einer perfekten Bewerbung

- Eine perfekte Bewerbung muss nicht *nur sauber geschrieben sein, sondern diese muss auch vollständig sein.*
- Empfehlenswert ist es, wenn Sie Ihren *Bewerbungsunterlagen* durch eine Bewerbungsmappe *etwas Professionalität einhauchen* und diese in einem DIN-A4 Brief per Post versenden.
- Lassen Sie uns *noch einmal näher anschauen*, woraus die gesamte Bewerbungsmappe bestehen muss.

Die Bewerbungsmappe sollte diese Unterlagen enthalten:

- *Anschreiben*
- *Lebenslauf*
- *Analgen*

Optional können Sie die *Unterlagen* zusätzlich mit einer *Heftklammer* fixieren. Bei einigen Bewerbungsmappen werden die Unterlagen auch ohne die Benutzung einer Heftklammer fest zusammengehalten.

Die Reihenfolge der Bewerbungsunterlagen

Hier die Reihenfolge der Bewerbungsunterlagen von oben nach unten:

- ***Anschreiben*** (Bewerbungsschreiben)
- ***Lebenslauf*** mit professionellem Passfoto (kein Freizeitfoto)
- ***Referenzen***, die Sie im Anschreiben oder dem Lebenslauf erwähnt haben
- ***Schulzeugnisse*** (Schule und Ausbildung)
- ***Arbeitszeugnisse*** (auch für Weiterbildungsmaßnahmen)

Bei den meisten Bewerbungen sind diese Unterlagen in der richtigen Reihenfolge enthalten.

- ✦ Achten Sie darauf, dass die *Unterlagen bei der Lagerung in der Bewerbungsmappe nicht zerknittern.*
- ✦ Die Bewerbungsmappe wird in *einem DIN-A4 Brief mit einem Fenster* verschickt. Die Zieladresse sollte durch *das kleine Fenster, dass sich in der linken, oberen Ecke befindet*, vollständig sichtbar sein.
- ✦ Die *Frankierung kostet mindestens 1,45€* und hängt vom Gesamtgewicht und dem Versandweg des Briefes ab.
- ✦ Die Versandkosten tragen „Sie“ und nicht der Empfänger!

Auf was sollten Sie sonst noch achten?

- ↗ Die **Bewerbungsunterlagen** müssen *vollständig* sein
- ↗ Checken Sie noch einmal das *Datum, Foto und die Unterschrift*
- ↗ *Überprüfen Sie alle Unterlagen auf sichtbare Flecken*
- ↗ Die Unterlagen müssen nur *von einer Seite bedruckt* sein
- ↗ Von allen Zeugnissen und Referenzen *nur Kopien versenden*
- ↗ Eine *farbige Bewerbungsmappe* fällt auf (erfolgreich von der Maße abheben)
- ↗ Sollten Sie nach mehreren Wochen keine Antwort erhalten, dann *fragen Sie ggf. telefonisch nach (Eigeninitiative).*
- 📄 Kaum etwas ist schlimmer, als ein abgelaufenes Datum in den Unterlagen anzugeben oder das **Passfoto** oder die **Unterschrift** zu vergessen. Sollten Sie nach einer Bewerbung eine Ablehnung erhalten, dann sollten Sie die bereits benutzten Unterlagen bei einer neuen Bewerbung nicht noch einmal verwenden, da sie bereits „benutzt“ aussehen.
- 📄 Sie können in diesem Fall höchstens *die Bewerbungsmappe wieder verwenden*. Die gesamten Bewerbungsunterlagen müssen jedoch angepasst und neu ausgedruckt werden (auch Zeugnisse).
- 📄 Ein geschultes Auge erkennt sofort, wenn *die Unterlagen bereits mehrfach bei früheren Bewerbungen* benutzt wurden.

Tipps für eine perfekte Bewerbung

Unten aufgeführt sind **einige Tipps**, die Ihnen bei Ihrer nächsten Bewerbung helfen, besser zu werden. Wenn Sie eine perfekte Bewerbung schreiben möchten, müssen Sie vor allem im Anschreiben von sich überzeugen, hier kann man recht viele Fehler machen, die natürlich vermeidbar wären.

Beispiele im Anschreiben, keine leeren Behauptungen

- ☉ Im Anschreiben sollte man durch **Beispiele Pluspunkte sammeln**, und nicht mit irgendwelchen Behauptungen.
- ☉ Beschreiben Sie ganz genau **durch Beispiele**, warum Sie qualifiziert **für den Job** sind.
- ☉ **Behauptungen** bringen Sie hier nicht weiter, denn hier kann man sehr schnell übers Ziel hinausschießen.

Wie motiviert sind sie wirklich

Im guten Anschreiben kann man die **Motivation** herauslesen, die den Bewerber zum Schreiben der Bewerbung bewegt hat. Es ist daher sehr wichtig, dass Sie im Anschreiben deutlich machen, was **Ihre Beweggründe** für die Bewerbung sind. Diese Motivation muss ehrlich sein.

Der Aufbau und die Formatierung des Anschreibens

Das Anschreiben ist nach einer bewährten Struktur aufgebaut. Der Aufbau des Anschreibens sieht wie folgt aus:

- *Adressdaten mit Name, Anschrift, Telefonnummer und eventuell E-Mail-Adresse*
- *Empfängeradresse aus der Stellenbeschreibung, Ansprechpartner (falls bekannt)*
- *Ort und Datum*
- *Betreffzeile mit klarem Bezug zum Stellenangebot*
- *Textteil*
- *Gruß und Unterschrift*
- *Anlagen*

Beim Schreiben des Anschreibens sollte man *diese bewährte Struktur einhalten* und möglichst nicht experimentieren.

Auch sollte man bei der Formatierung des Textes *nicht mit exotischen Schriftarten oder Farben herumexperimentieren*.

Der Schlusssatz sollte stimmen

Beim Schlusssatz soll man herauslesen können, dass Sie sehr motiviert sind, sich schnellstmöglich *persönlich vorstellen zu dürfen*. Denn Sie haben sich schließlich die Mühe gemacht, zu erklären, warum Sie den Job haben wollen und *warum Sie ideal dafür sind* – durch glaubwürdige Qualifikationsbeispiele.

PS – Ihre Trumpfkarte

Haben Sie jemals Briefe erhalten, in denen ein PS (Postskriptum) enthalten war? Und

haben Sie gelesen, was hinter dem PS stand? Natürlich! Auch der Personalchef liest gerne, was *Sie im PS zu sagen haben*. Da Sie seine Aufmerksamkeit haben, können Sie hier zum Beispiel folgendes schreiben:

PS.: Konnte ich Sie noch nicht von meinen Qualifikationen überzeugen? Dann besuchen Sie doch meine Homepage unter <http://webseite.de> und schauen Sie das Video an, das ich für Sie extra vorbereitet habe.

Sie können davon ausgehen, dass Sie sich mit diesem kleinen Trick von allen anderen Mitbewerben deutlich abheben werden – garantiert!

Besorgen Sie sich einen guten Coach

Auch wenn Sie alle **Bewerbungstipps** in Ihre Bewerbung einfließen lassen, muss es noch nicht heißen, dass *Ihre Bewerbung dann perfekt* ist. Es kann sich durchaus lohnen, *einen Coach aufzusuchen, der Ihre Bewerbung anschaut, diese bewertet und Ihnen Verbesserungsvorschläge macht*.



FRAGEN UND AUFGABEN ZUM TEXT „Eine perfekte Bewerbung schreiben – So geht es Schritt für Schritt“:

1. Nennen Sie die Reihenfolge der Bewerbungsunterlagen von oben nach unten.
2. Welche Tipps sind für eine perfekte Bewerbung wichtig?
3. Zu welchem Zweck sollte man im Anschreiben durch Beispiele Pluspunkte sammeln?



Auch wenn für das laufende Jahr 2017 **alle Signale auf Grün stehen**, sollte jeder bei der Jobsuche berücksichtigen:

📖 **Stellenanzeigen in Zeitungen und Zeitschriften studieren**

- 🔔 *Jobbörsen im Internet* durchstöbern und Suchprofile anlegen
- 🔔 *Personalberater und Personalvermittlungen* kontaktieren

📖 **Bewerbermessen besuchen**

- 🔔 *Zur Bundesagentur für Arbeit (Arbeitsamt)* gehen
- 🔔 *Branchenmessen* wie die *Hannover Messe* besuchen
- 🔔 *Initiativbewerbungen* versenden

📖 **Seinen Stellenwunsch und Lebenslauf bei den Jobbörsen im Internet hinterlegen**

- 🔔 *Wunscharbeitgeber regelmäßig im Internet besuchen*, Suchprofile und deren Job-angebote und Bewerbungsmöglichkeiten prüfen

📖 **Branchenspezifische Publikationen im Internet** nach Jobmöglichkeiten durchforsten

- 🔔 *Berufsspezifischen Organisationen und Netzwerken* beitreten (siehe Kapitel „Schneller erfolgreich durch Networking“)
- 🔔 Mit seinen *Freunden und den professionellen Jobvermittlern* über den Stellenwunsch sprechen.

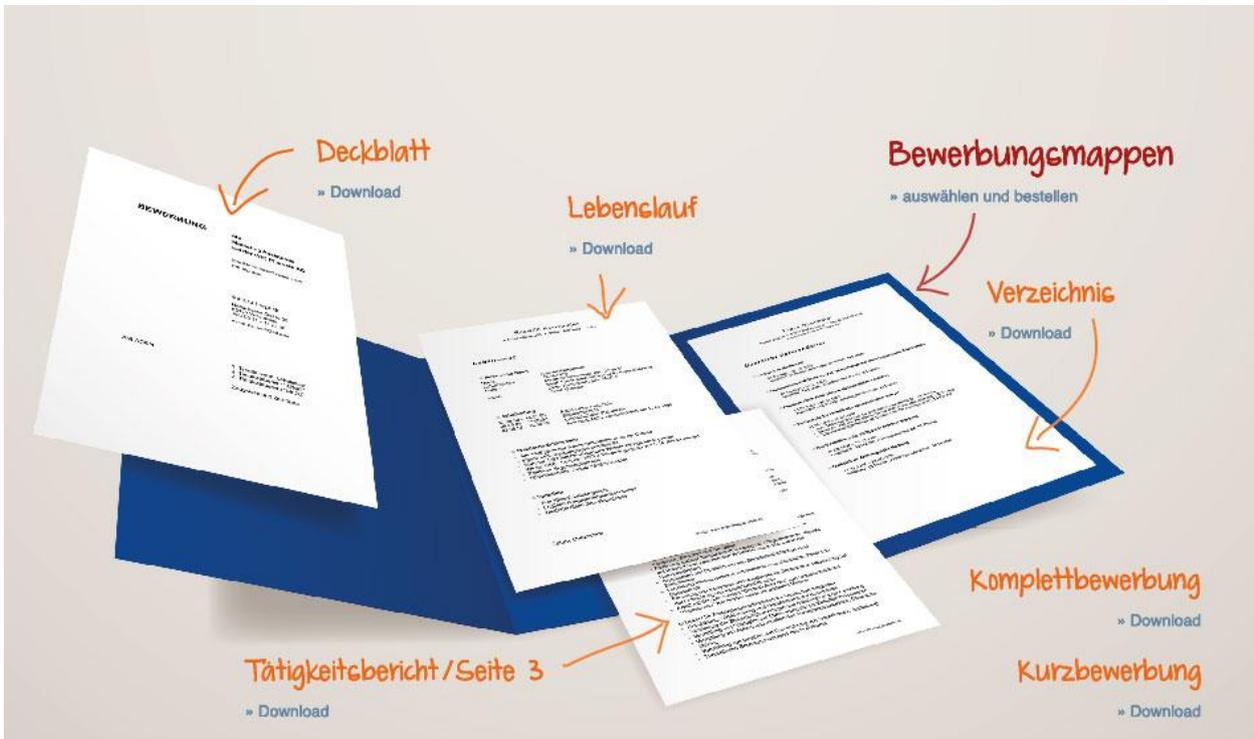
Jobbörsen im Internet

Die Jobsuche im Internet mit anschließender *Online-Bewerbung* gehört längst zum Standard einer umfassenden Jobsuche.

- ➡ **Um nach einem Job zu suchen**, empfehlen wir die entsprechenden *Suchmaschinen* zu nutzen, wie zum Beispiel
- ➡ **Jooble**: Arbeitsmetasuche in ganz Deutschland
- ➡ **Marketing jobs** – Suche nach Arbeitsplätzen in Deutschland unter jobisjob.de
- ➡ weitere Job-Suchmaschinen finden Sie unter learn-german-online.net/learning-german-resouces/job-boersen.htm

Die Bewerbungsmappe

Die Bewerbungsunterlagen, die von Personalabteilungen erwartet werden, können von Land zu Land sehr unterschiedlich sein:



In Deutschland sollte eine Bewerbungsmappe bei der schriftlichen Bewerbung immer folgende Unterlagen beinhalten (in der Reihenfolge der Sortierung):

- Anschreiben
- Lebenslauf mit Lichtbild
- Zeugnisse

Alle Schriftstücke sollten auf rein-weißem, hochwertigem Papier gedruckt sein, das absolut sauber ist und keine Knicke zeigt. Im Einzelnen:

1. Anschreiben

Dies ist das wichtigste Dokument Ihrer Bewerbung, weil es *den direkten Bezug Ihrer Person und Ihres Beschäftigungswunsches* mit der ausgeschriebenen Stelle herstellt.

Tipps in Kürze:

- ✍ *nur 1-Blatt-Darstellung* – präzise Aussagen in fehlerfreiem prägnanten Deutsch – *kurze Sätze* – übersichtliche Blattaufteilung.
- ✍ *Detaillierte Tipps zum Anschreiben und Muster* finden Sie z.B. bei www.job-pages.de.

2. Lichtbild

Hier sollte ein aktuelles, professionell gemachtes **Foto** verwendet werden, das *rechts* oben auf dem Lebenslauf platziert sein sollte.

3. Lebenslauf

Der *Lebenslauf* listet in tabellarisch-übersichtlicher Form alle persönlichen Daten und beruflichen Stationen auf.

Sehen Sie selbst anhand eines einfachen Beispiels unter www.jobware.de, Stichwort „*Ratgeber Bewerbung*.“ Wichtig ist *Lückenlosigkeit*, und dass eine Kontinuität in der Lebensplanung zu erkennen ist.

4. Zeugnisse

In diese Rubrik fügen Absolventen/Berufsanfänger hochwertige

Das Bewerbungsgespräch

Bei Ihrer Jobsuche in Deutschland, werden Sie sicherlich mehrere Vorstellungsgespräche führen. Um dabei erfolgreich zu sein, sollten Sie **drei Grundregeln** unbedingt beachten:

- ✓ *Gut vorbereitet und glaubwürdig sein*
- ✓ *Ruhe, Kompetenz und Zuversicht ausstrahlen*
- ✓ *Pünktlich und zuverlässig sein*

TEXT 4

Karrierepraxis

(siehe: Die Internetquelle, der das unten angegebene Material entnommen ist: *Business Etikette kompakt: Zehn Fehler, die Sie vermeiden sollten...* // <http://www.business-knigge.com/> (*Business Etikette in Deutschland* von Joachim Graff & Gretchen Schaupp))

Die ungeschriebenen Regeln und Gesetze in deutschen Unternehmen

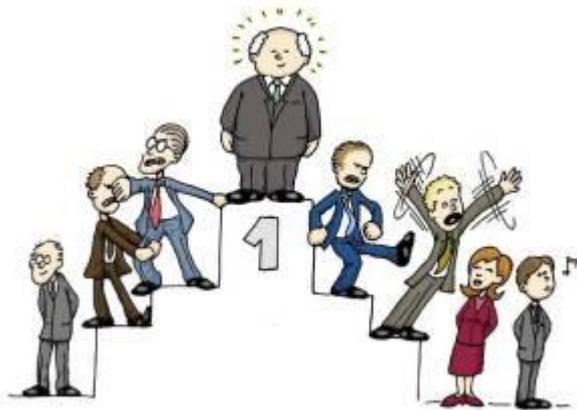
- ✚ *Veränderungsprozesse, "Change Management", gehören heute zum Alltag in nahezu jedem Unternehmen.*
- ✚ *Angetrieben durch Globalisierung, internationale Firmenübernahmen und Fusionen, treffen **verschiedene Kulturen** und *unterschiedliche Denkart* immer unvorbereiteter aufeinander.*



lichst

Für den einzelnen Mitarbeiter bedeutet dies, mög-

- Wie werden die *offizielle Unternehmenspolitik und die kommunizierten Leitbilder* durch die Mitarbeiter *tatsächlich wahrgenommen und umgesetzt*?
- Welche *Regeln und ungeschriebenen Gesetze* wirken im Unternehmen?



Für den einzelnen **Mitarbeiter** bedeutet dies, möglichst schnell für sich herauszufinden:

- Hat man erst einmal seinen **Arbeitsvertrag** in der Tasche, ist der erste Arbeitstag nicht mehr weit. Mit Arbeitsbeginn startet in der Regel eine sog. "**Probezeit**", die normalerweise zwischen 6 Wochen und 6 Monaten lang ist.
- Während dieser Zeit kann der *Arbeitgeber wie auch der Arbeitnehmer* das Arbeitsverhältnis innerhalb kürzester Zeit wieder auslösen. Umso wichtiger ist es für neue Arbeitnehmer während dieser Zeit **alle Fettnäpfchen zu vermeiden**, mit denen man beim Arbeitgeber wie auch bei den Kollegen einen unnötig schlechten Eindruck hinterläßt.

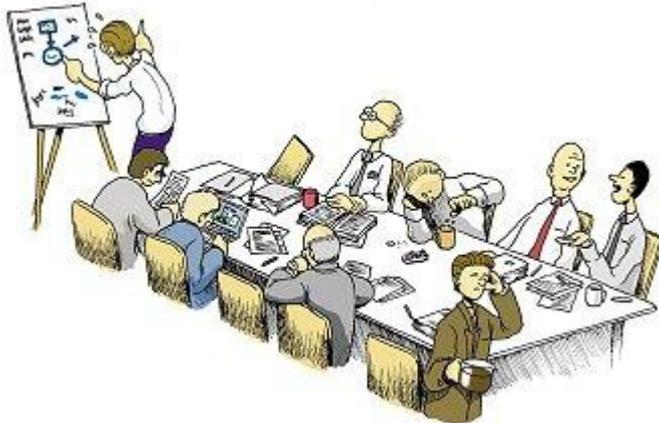
Hier die schlimmsten Fehler:

- von Anfang an alles selbst machen und niemanden um Rat fragen.
- für die Produkte und Dienstleistungen des Arbeitgebers geringes Interesse zeigen.
- am zweiten Tag einen Urlaubsantrag stellen.
- über einen Kollegen oder Kollegin lästern.

➤ den Kollegen am Ende der ersten Woche sagen, wo der Hase lang läuft. Wer als "**Neuer**" eine dieser "Sünden" begeht, darf sich nicht wundern, wenn die Kollegen und der Chef die Hände über dem Kopf zusammen schlagen und man sich die Chancen im neuen Job sowie die Freude an der Arbeit verbaut. Die ersten Wochen sind sowieso eine Gradwanderung zwischen Profilierung, Anpassung und Rücksichtnahme. Dass geht jeden so. Damit: ***Viel Glück, Freude und Erfolg bei der Einarbeitung während der Probezeit!***

Effiziente Besprechungen

- ♫ ***Besprechungen gehören zum beruflichen Alltag.*** Bei Managern kommen sie oft im *Viertelstundentakt* und sind darauf ausgerichtet, Entscheidungen vorzubereiten oder zu treffen.
- ♫ Damit sind sie *Schlüssel für unternehmerischen Erfolg, Zukunftsfähigkeit und Stärke*, denn für keine Tätigkeit nehmen ***sich Führungspersönlichkeiten mehr Zeit als für Besprechungen.***



Bis hierher alles klar? Also:

Auf zur nächsten Besprechung!

Die macht mich erfolgreich!

Leider ist die berufliche Wirklichkeit für die meisten von diesem Rezept weit entfernt.

Richtig ist, dass man viele Dinge auch heute *noch nicht per E-Mail, Online-Konferenz und Telefon erarbeiten, beurteilen und entscheiden kann.*

Oft braucht es das *Von-Angesicht-zu-Angesicht*, um die Denkweise des anderen zu verstehen, die nächsten **Schritte innerhalb eines Teams zu initiieren oder eine Partnerschaft neu zu beleben.**

Erfolgreich verhandeln

Verhandeln müssen Sie *ständig*,

- *mit Kunden,*
- *Lieferanten,*
- *Partnern, Kollegen oder*
- *Vorgesetzten.*

Beachten Sie die nachfolgenden **zwölf Hinweise** und es wird Ihnen gelingen, ***für al-***

le **Verhandlungspartner Entscheidungsfreiheiten aufzubauen** und zu tragfähigen Ergebnissen und Abschlüssen zu kommen:



Fingerspitzengefühl:

"Der Verhandler muss **die Geduld eines Uhrmachers besitzen und frei von persönlichen Vorurteilen sein.**" So beschrieb es einmal ein berühmter **Diplomat.**

Darum:

- Konfrontieren Sie Ihr Gegenüber **nicht sofort mit Argumenten und Forderungen.**
- **Nehmen Sie sich zu Beginn Zeit**, um eine angenehme Gesprächsatmosphäre herzustellen und einen guten Status an Übereinstimmung zu erzielen.
- Dies erreichen Sie beispielsweise mit Hilfe von *ein paar persönlichen Worten oder der Diskussion unstrittiger aktueller Ereignisse aus Sport, Film, Fernsehen oder der Kulturszene.*
- Auch dieser **Small talk** sollte jedoch *nur Themen beinhalten*, die Sie wirklich interessieren. Sonst wirkt es *aufgesetzt* oder Sie *langweilen* die Zuhörer, was negativ wirken könnte.
- Vermutlich wird Ihnen dann *der Stau auf der Autobahn, die Parkplatzsuche oder das schlechte Wetter* nicht mehr als einen Halbsatz wert sein und Sie *haben Zeit für Themen mit Profil.*

Ziele verfolgen und Verhandlungsspielraum einplanen: "*Wer nicht weiß, wohin er will, wird auch nie ankommen*", sagt ein ...

Wie bin ich selbst ein guter Chef?



Spannungsfeld Chef-Mitarbeiter

Auch wenn das Bild *des autoritären, streng hierarchisch orientierten Vorgesetzten noch in vielen Köpfen als Prototyp eines deutschen Bosses* gilt, so ist die Realität in den meisten Betrieben in Deutschland längst eine andere. *Der Chef muss heute vielmehr*

- *Motivator,*
- *Coach,*
- *Visionär,*
- *Koordinator und*
- *Kommunikator sein.*

Dies umso mehr, ist er Mitarbeiter in einer der großen Publikumsgesellschaften, wie beispielsweise *VW, Siemens, e on, Mercedes oder der Deutschen Bank*. Hier hat sich der kooperative gegenüber dem autoritären Führungsstil längst durchgesetzt.



- Im Gegenzug wird *von den Mitarbeitern ein hohes Maß*
- ✚ *an Eigeninitiative,*
 - ✚ *Begeisterungsfähigkeit,*
 - ✚ *Selbstmotivation,*
 - ✚ *Teamwork und*
 - ✚ *Frustrationsfestigkeit* erwartet.

Dabei ist es heute üblich, dass jeder *seine Aufgaben weitaus stärker hinterfragt als früher:*

- ▽ Warum?
- ▽ Für wen?
- ▽ Wofür?
- ▽ Wer ist mein Kunde?

Nach diesen Prämissen müssen heute *alle Beteiligten, Chefs wie Mitarbeiter, die Prioritäten ihres Tuns* kontinuierlich selbst austarieren.

Wichtig !

Tipps über die Art, wie sich eine gute Führungskraft zu verhalten hat, füllen mittlerweile ganze Bücherregale. Dabei wird meist die klassische Unterscheidung der Führungsstile vorangestellt:

➡ **Konfliktgespräche richtig steu**

Stellen Sie sich vor, Sie werden als *Manager mit Personalführungsaufgaben* nach Deutschland entsandt. Abgesehen davon, dass Sie noch dabei sind, Ihre sprachlichen Fähigkeiten zu verbessern, sind Sie **als Chef** von Anfang an mit Situationen konfrontiert, in denen Sie *ein hohes Maß an Sensibilität für Mitarbeiter erkennen lassen müssen*.



Denn überall, wo Menschen zusammenarbeiten, kommt es auch zu *Missverständnissen, Meinungsverschiedenheiten, Spannungen und Rivalitäten*. Dies kann für den Erfolg Ihrer Gruppe - und damit Ihren eigenen, persönlichen Erfolg - sehr abträglich sein.

FRAGEN und AUFGABEN zum Text „Karrierepraxis“:

1. Heben Sie die ungeschriebenen Regeln und Gesetze im deutschen Unternehmen hervor?
2. Was gehört heute zum Alltag in nahezu jedem Unternehmen?
3. Wie werden die offizielle Unternehmenspolitik und die kommunizierten Leitbilder durch die Mitarbeiter tatsächlich wahrgenommen und umgesetzt?
4. Welche Regeln und ungeschriebenen Gesetze wirken im Unternehmen?
5. Wie lange dauert die "Probezeit"?
6. Nennen Sie die schlimmsten Fehler der Arbeitnehmer!
7. Sind Konfliktgespräche richtig steu?
8. Was verstehen Sie unter dem Begriff „Erfolgreich verhandeln“?
9. Welche Dinge werden auch heute noch nicht per E-Mail, Online-Konferenz und Telefon erarbeitet?
10. Welche Themen sollte der *Small talk* beinhalten?
11. Wie muss der Chef sein?
12. Was gehört zu dem autoritären Führungsstil?
13. Wie kann man Ihre sprachlichen Fähigkeiten verbessern?

14. Warum müssen Sie als Chef ein hohes Maß an Sensibilität für Mitarbeiter erkennen lassen?
15. Wie kommt man zu Missverständnissen, Meinungsverschiedenheiten?

Fachliteratur:

1. Business Etikette kompakt: Zehn Fehler, die Sie vermeiden sollten.... URL: [//http://www.business-knigge.com/\(Business Etikette in Deutschland von Joachim Graff & Gretchen Schaupp](http://www.business-knigge.com/(Business%20Etikette%20in%20Deutschland%20von%20Joachim%20Graff%20&%20Gretchen%20Schaupp) (Дата обращения: 3.11.2017)
2. Bewerbungsschreiben//[http://www.einstieg.com/studium/was-studieren/sprachenkulturen.html.meine zukunft. mein ding/](http://www.einstieg.com/studium/was-studieren/sprachenkulturen.html.meine%20zukunft.mein%20ding/) URL: [//http://www.business-knigge.com/\(Business Etikette in Deutschland von Joachim Graff & Gretchen Schaupp](http://www.business-knigge.com/(Business%20Etikette%20in%20Deutschland%20von%20Joachim%20Graff%20&%20Gretchen%20Schaupp) (Дата обращения: 3.11.2017)
3. Präsentationen: Tipps, um erfolgreich und selbstbewußt zu präsentieren// URL: [//http://www.expert-line.de/praesentationen-tipps-um-erfolgreich-und-selbstbewusst-zu-praesentieren/](http://www.expert-line.de/praesentationen-tipps-um-erfolgreich-und-selbstbewusst-zu-praesentieren/)(Дата обращения: 3.11.2017)
4. Ralph Jeske. Erfolgreich verhandeln. Grundlagen der Verhandlungsführung Deutscher Taschenbuch Verlag dtv, 1998, ISBN 3-423-50824-8.
5. David M. Martin. Erfolgreiche Verhandlungstaktiken, Schwierige Situationen perfekt meistern. Falken Verlag, Niedernhausen, 1997, ISBN 3-8068-4971-4
6. Marcus Knill. Natürlich, zuhörerorientiert, aussagenzentriert reden "Angewandte Rhetorik" für alle, die kommunizieren müssen. Ein Lehr-, Lern- und Lesebuch. 1991 ISBN 3-908236-19-3

ПРИЛОЖЕНИЕ

(siehe: Die Internetquelle, der das unten angegebene Material entnommen ist: Business Etikette kompakt: Zehn Fehler, die Sie vermeiden sollten...//<http://www.business-knigge.com/> (Business Etikette in Deutschland von Joachim Graff & Gretchen Schaupp)

Teil I. PRAKTISCHE INFORMATION FÜR DEUTSCHLAND-BESUCHER

Tipps für den Notfall

16. Gesundheit Und Sicherheit

Deutschland ist als eines der sichersten Länder der Europäischen Union bekannt. Und tatsächlich werden Sie sich beim Aufenthalt in Deutschland kleineren Orten und Städten wahrscheinlich an einigen der sichersten Flecken der Erde aufhalten. *In die großen Städte zu reisen kann trotzdem manchmal riskanter sein.*

Die größte Gefahr für Besucher stellt dabei *der Taschendiebstahl* dar, der an stark frequentierten **Plätzen** wie

- ☹ *Flughäfen,*
- ☹ *Bahnhöfen,*
- ☹ *vollen Zug- oder Busabteilen und*
- ☹ *in der Nähe von Touristenattraktionen* manchmal vorkommt.

Aus diesem **Grunde** ist es das Beste *die Wertsachen und persönlichen Dokumente im Hotelsafe* zu lassen.



17. Medizinische Notfälle

- ① Es ist ratsam eine **Auslands-krankenversicherung** abzuschließen, wenn Sie ins Ausland reisen.
- ① Bei kleineren gesundheitlichen Problemen ist es nicht erforderlich direkt einen Arzt aufzusuchen, *in einer der vielen Apotheken in Deutschland* werden Sie üblicherweise gut beraten.

Apotheken

aponet.de

Offizielles Gesundheitsportal der
deutschen ApothekerInnen



Deutsche Apotheken gibt es reichlich, auch in kleineren Städten, und sie sind leicht zu finden. Schauen Sie einfach nach dem roten "A"  oder dem Wort "Apotheke" (www.apotheken.de).

- 🔥 **Apotheken** sind üblicherweise *von 8 Uhr bis 18 Uhr geöffnet und generell am Abend, Samstagnachmittag, Sonntags und Feiertags geschlossen.*
- 🔥 Jede Apotheke hat **eine Liste der nächstgelegenen Apotheken an seiner Tür**, die Bereitschaftsdienst haben,
 - d.h. die für den *Notfalldienst* geöffnet sind.
- 🔥 Die meisten Apotheken können auch **Ratschläge zur Behandlung von häufigen Krankheiten geben** und schlagen Medikamente vor, die frei,
 - d.h. ohne Rezept vom Arzt, verkäuflich sind.
- 🔥 Seien Sie sich darüber bewusst, dass es **für alle Medikamente** (auch Aspirin, zum Beispiel) **keine Selbstbedienung gibt**, sodass Sie den Apotheker/ die Apothekerin immer danach fragen müssen.
 - Das gilt auch für Medikamente, die nicht verschreibungspflichtig (also frei verkäuflich) sind.
- 🔥 Wenn Sie in Deutschland möglicherweise verschreibungspflichtige Medikamente kaufen wollen, sollten Sie **alle Medikamentenverschreibungen aus Ihrem Heimatland mitzubringen.**
- 🔥 Ansonsten müssen Sie in Deutschland zu einem Arzt gehen, was nicht kostenlos ist.
 - Beachten Sie auch, dass **Medikamente nicht mit der gewöhnlichen Post verschickt werden dürfen.**

Ärzte

In Deutschland den richtigen Arzt zu finden, kann aufgrund der Sprachschwierigkeiten *ein einschüchternder Prozess sein, aber es muss nicht!* Zuerst sollten Sie in die Gelben Seiten (www.gelbeseiten.de) oder ins lokale Telefonbuch (www.dasoertliche.de) nachschauen.



*Dort sind die Ärzte nach Ihrem Spezialgebiet gelistet. Für einen ersten Kontakt ist es ratsam zu einem "Hausarzt" zu gehen (schauen Sie unter "Allgemeinmedizin"), was übrigens obligatorisch ist, wenn Sie Mitglied in einer deutschen **Krankenversicherung** sind. Oder Sie fragen einfach einen Kollegen oder Freund. Auch hier erhält man die besten Tipps oft *Mund-zu-Mund*.*

Eine weitere gute Idee ist es direkt zu einer **Universitätsklinik** zu gehen, die oft in Universitätsstädten zu finden sind. Diese Kliniken sind mit *gut ausgebildetem Personal ausgestattet, das zumindest Englisch spricht*.

Einen Arzttermin vereinbaren

Wenn Sie bei einem *Arzt telefonisch oder persönlich einen Termin vereinbaren* wollen, sprechen Sie meist zuerst mit der **Sprechstundenhilfe** oder *Arzthelferin*.



Auch wenn diese kein Englisch sprechen sollte, machen Sie sich keine Sorgen, denn sie wird keine detaillierten Fragen stellen. Sie müssen *einfach nur den Tag und die Uhrzeit für die Sprechstunde beim Arzt vereinbaren*.

Einige hilfreiche Sätze dazu sind:

- Ich möchte einen Termin machen.
I would like to make an appointment.
- Es ist dringend. Haben Sie keinen früheren Termin?
It is urgent. Don't you have an earlier appointment?
- Wo befindet sich Ihre Praxis?
Where is your practice located?

Dringende Situationen – Notfälle



Auch wenn Sie am Abend, am Wochenende oder in der Urlaubszeit eine Notfallsituation haben, werden Sie kurzfristig medizinische Hilfe erhalten. So können Sie einen Notarzt erreichen:

- ↪ Anruf bei einem **Allgemeinmediziner**, der im *Telefonbuch* gelistet ist. Wenn er oder sie nicht erreichbar ist, wird auf dem Anrufbeantworter die Telefonnummer einer Vertretung oder des Notarzts genannt sein.
- ↪ In großen **Hotels** ist meist ein medizinischer Dienst am Ort und Stelle verfügbar. Wenn nicht, bitten Sie den *Rezeptionisten* einen Arzt zu bestellen.
- ↪ Rufen Sie die Notdienstnummer 110 an (gültig in ganz Deutschland) oder den "Ärztlichen Notdienst" (www.aerztlichepraxis.de/Bereitschaft/ oder www.aerzte-notdienst.de) an, um den Namen und Telefonnummer eines Arztes in Ihrer Nähe zu erfahren.
- ↪ Gehen Sie direkt ins **Krankenhaus** oder eine *Notfallklinik*
- ↪ In ganz Deutschland ist **112 die Notrufnummer**, wo Sie direkt mit einem erfahrenen Koordinator des Rettungsdienstes verbunden sind. Dies ist auch die Notrufnummer bei Feuer oder wenn ein Krankenwagen benötigt wird.
- ↪ Schauen Sie in *der lokalen Zeitung nach dem Notdienstkalender*, um einen diensthabenden Arzt oder eine offene Apotheke in Ihrer Nähe zu finden.

3. Autounfälle und andere Notfälle

Polizei

Die deutsche Polizei ist durch ihre auffallende grüne oder beige Uniform sowie den grün-weiß gestreiften Autos leicht erkennbar. Die motorisierte Polizei, "Verkehrspolizei" genannt, ist für die Sicherheit auf den Straßen und Autobahnen zuständig und an der weißen Schirmmütze erkennbar.



- 🔔 **Die Schirmmütze der Polizei** in der Stadt hat dagegen die *gleiche Farbe wie die Uniform*.
- 🔔 Die Polizei, die für *Kriminalfälle* verantwortlich ist, **Kriminalpolizei** genannt, ist normalerweise *unauffällig gekleidet* und gibt sich nur zu erkennen, wenn es erforderlich ist.
- 🔔 **Viele deutsche Polizisten sprechen Englisch**, sie sind *auskunfts- und hilfsbereit und in stark frequentierten Zonen wie auf Flughäfen oder großen Bahnhöfen leicht zu finden*.
- 🔔 Um die Polizei zu kontaktieren, wählen Sie die Nummer 110 in ganz Deutschland.

Autounfälle

Wenn Sie oder andere Verkehrsteilnehmer einen *Unfall* oder eine ernsthafte Panne auf einer deutschen Autobahn haben, können Sie einer der *orangefarbenen Notrufsäulen benutzen*, die in regelmäßigen Abständen auf dem Seitenstreifen stehen.



Diese Telefone verbinden Sie zu einem Notrufdienst, der Sie über den zuständigen Notdienst informieren wird. Die Notrufnummer 112 kann von jedem Telefon aus kostenlos gewählt werden, auch von Mobiltelefonen aus.

Deutsche Automobilclubs



**Deutscher
Automobil
Club**
Founded 1958

☞ Wenn Sie für längere Zeit in Deutschland sind, hat die Mitgliedschaft in einem deutschen Automobilclub mehrere Vorteile. Der größte ist der *ADAC (Allgemeine Deutsche Automobil-Club)*.

☞ Diese Organisation bietet Verkehrs- und Reiseinformationen *auch in englischer Sprache, verkauft Versicherungen und hilft bei einer Panne mit seinen Reparatur- und Abschleppfahrzeugen*.

☞ In den meisten Städten gibt es ein ADAC-Büros und er unterhält Partnerschaften zu ähnlichen Clubs in anderen Ländern, wie beispielsweise *den www.AAA.com in den USA*.

4. Verlorenes und gestohlenen Eigentum

➤ *Verluste oder Diebstähle* müssen sofort in der nächstgelegenen Polizeistation (www.polizei.de) gemeldet werden. Wenn eine Versicherung in Anspruch genommen werden kann, wird eine Diebstahl- oder Verlustanzeige benötigt, um nachzuweisen, dass der Verlust gemeldet wurde.

➤ Wenn Sie etwas *Wertvolles* verloren haben, fragen Sie beim **städtischen "Fundbüro"**, ob es abgegeben wurde. Diese existieren in jeder deutschen Stadt (www.fundbuero24.de).



➤ Die deutsche Bahn hat ihre eigenen Fundbüros (Fundbüro der Deutschen Bahn AG) für alle Dinge, die in den Zügen oder Bahnhöfen verloren wurden, gleiches gilt für viele Flughäfen.

5. Liste der Notrufnummern



- **Feuer und Ambulanz:**
112
- **Polizei:**
110
- Deutsche Rettungsflugwacht:
(0711) 70 10 70
- **Notruf bei Vergiftungen:**
(0761) 192 40
- Fundbüro der Deutschen Bahn AG:
(01805) 99 05 99
- Zentrales Fundbüro Berlin
(030) 69 95
- **Kreditkartenverlust**
 - American Express
(069) 97 97 10 00
 - Diner's Club
(05921) 86 12 34
 - EC and Bank Cards
(069) 74 09 87
 - Euro-MasterCard
(069) 79 33 19 10

- VISA
(0800) 81 49 100
- **Deutsche Automobilclubs**
 - ADAC (Allgemeiner Deutscher Automobil Club)
(089) 76760
 - AvD (Automobilclub von Deutschland)
(069) 66060
- **Telefonnummernsuche**
 - **Nationale Telefonauskunft** (kostenpflichtig)
11833
 - Internationale **Telefonauskunft** (kostenpflichtig)
11834

6. Botschaften

Botschaften und Konsulate bieten eine Reihe hilfreicher Dienste für ihre Staatsbürger, wenn sie sich im Ausland aufhalten.



- Wenn ihr **Reisepass** *abhanden* gekommen ist, können *die Botschaften und Konsulate Ihnen einen Ersatzausweis ausstellen*. Sie können auch Ausweise verlängern, für rechtlichen Beistand sorgen, *Ihnen eine Dolmetscher vermitteln* oder Ihre Familie benachrichtigen.
- Wenn Sie glauben, dass Ihr **Ausweis** *gestohlen wurde*, melden Sie dies zuerst der *lokalen Polizei*, denn *diese Diebstahlmeldung* hilft Ihnen, wenn Sie zur Botschaft gehen.
- Sollten Sie **Ihr Geld und die Kreditkarten** verloren haben, helfen *die Konsularangestellten Ihnen eine Bank, Ihren Arbeitgeber oder Ihre Familie* zu kontaktieren, damit Sie Geld überweisen bekommen.
- Liegen **außergewöhnliche Umstände** vor, wird das Konsulat oder die Botschaft Ihnen auch Geld leihen oder auch nach Rückreiseticket finanzieren.
- **Die Liste der ausländischen Botschaften in Deutschland sind zu finden unter** www.auswaertiges-amt.de/www/de/laenderinfos/vertretungen. *Direktlinks zu einigen Botschaften in Deutschland:*
- **Russische Botschaft**
- **Die deutsche Vertretungen im Ausland sind zu finden unter** www.auswaertiges-amt.de/DE/AAmt/Auslandsvertretungen/Uebersicht_node.html
- *Weitere Informationen: Reisedeutsch - Vokabular und Informationen für Deutschlandreisende*

Teil II. LEBEN IN DEUTSCHLAND

(siehe: Die Internetquelle, der das unten angegebene Material entnommen ist: Business Etikette kompakt: Zehn Fehler, die Sie vermeiden sollten...//<http://www.business-knigge.com/>(Business Etikette in Deutschland von Joachim Graff & Gretchen Schaupp)

Themen als Einstieg, um sich schnell zurecht zu finden

Planen Sie gerade Ihren allerersten Deutschlandbesuch und beabsichtigen Sie in Deutschland zu leben und zu arbeiten? Wir haben 15 elementare Fragestellungen aufgegriffen, die Ihnen kurz und bündig als Erstinformation den Einstieg erleichtern werden.

3. Einreise nach Deutschland

Die Einreise aus einem *Nicht-Schengen-Land nach Deutschland* kann für nicht EU-Bürger zuweilen eine mühsame Hürde sein. Das ist ein Grund, warum wir bei der Anfrage zu *Deutschkursen* in Deutschland häufig um Hilfestellung bei den Einreiseformalitäten gebeten werden.



Will man als Individualreisender in ein EU-Land einreisen, **solte man 3 Dinge unbedingt beachten**, um sich sinnloser Wege, Zeit und Kosten zu ersparen:

- ☞ **Kontaktieren Sie immer zuerst die Deutsche Botschaft in Ihrem Heimatland.** Sie gibt Auskunft über den Ablauf und die notwendigen Papiere, denn nur dort wird die Entscheidung über die Einreise nach Deutschland gefällt.
- ☞ **Ein Empfehlungsschreiben oder der Nachweis über die Einschreibung zu einem Sprachkurs in Deutschland kann helfen**, wird aber nicht, wenn sie nicht die Voraussetzungen erfüllen, die Sie, wie bereits erwähnt, nur an der deutschen Botschaft in Ihrem Heimatland erfahren. Die deutsche Botschaft wird nach den für Ihr Land geltenden Kriterien entscheiden.
- ☞ **Alle Anfragen und Entscheidungen führen über die Deutsche Botschaft in Ihrem Heimatland.** Lediglich wenn Sie mit einer akkreditierten Reiseagentur oder auf Einladung einer Firma einreisen, kann es ein abweichendes Einreise-prozedere geben.

Wichtig!

➡ Beim www.auswaertige-amt.de finden Sie alle Informationen und dort wird Ihnen gerne Auskunft gegeben.

➡ **Beachten Sie auch:**

➡ Wenn es Ihr Ziel ist in Deutschland zu **STUDIERN**, reisen Sie nicht mit einem Touristenvisum sondern mit einem Studentenvisum ein. Sie können das **TOURISTENVISUM** nicht in Deutschland in ein Studentenvisum umwandeln, sondern müssten dafür wieder in Ihr Heimatland zurück reisen.



4. Ankommen

Ⓢ Wer über einen der großen Hubs *Frankfurt, München oder Köln nach Deutschland* kommt, findet am *Flughafen eine gute Infrastruktur* vor, um schnell weiter zu reisen. Dabei ist normalerweise **die Metro oder der Fernzug** mit Haltestellen direkt auf dem Flughafengelände die bequemste und schnellste Art weiter zu reisen.

Ⓢ Wer mit dem **Taxi oder Mietwagen** in Stadtzentren fahren möchte, hat mit längeren Fahrzeiten zu rechnen.



Sicherheit

✓ Die persönliche Sicherheit, ob beim Eigentum oder auf der Straße, ist nicht wirklich ein Problem in Deutschland.

✓ Gärten und Parkplätze sind nicht besonders gesichert,

✓ Autos werden überall auf der Straße geparkt und es gibt keine Sonderwohnzonen ("Gated Communities");

✓ Natürlich gibt es, wie überall, Quartiere und Situationen, die ein erhöhtes Risiko darstellen.

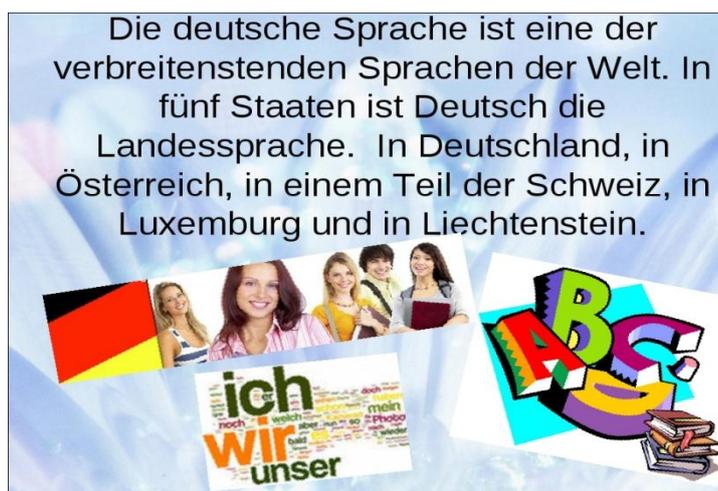
✓ So sollte man sich beispielsweise nicht unbedingt nach Mitternacht in den dunklen Ecken des Bahnhofsbereichs der großen Städte aufhalten.



5. Sprache

✚ Deutsch gehört zu den indogermanischen Sprachen und man wird feststellen, dass so manches Wort im Englischen ganz ähnlich ist.

✚ Bemüht sich ein Ausländer Deutsch zu sprechen, wird das von Deutschen stets positiv registriert. Das bedeutet aber nicht gleichzeitig, dass der Deutsche die Kommunikation auf Deutsch fortführt.



Viele Deutsche glauben mit Ihren **Fremdsprachenkenntnissen** so weit wie möglich einem Ausländer entgegen kommen zu müssen und empfinden dies *als eine Geste der Höflichkeit und des Respekts, meist ins Englisch zu wechseln*.

Kommt man

- in deutschen Großfirmen und
- bei einfachen Orientierungsgesprächen auf der Straße,
- im Hotel oder
- Reisebüro noch ganz gut mit Englisch zurecht, zeigt sich schnell, dass **das Erlernen der deutschen Sprache fundamental wichtig ist, um am Alltag in Deutschland wirklich teilzunehmen und die Deutschen "zu verstehen"**.

Selbst wichtige Hinweise und Schilder sind oftmals nur auf Deutsch. Wenn Sie Deutsch lernen wollen, finden Sie empfehlenswerte Kursangebote unter www.Deutschkurse.com.

6. Transport



Deutschland verfügt über eines der dichtesten Netze **an Straßen, Autobahnen und Schienenverbindungen**.

- ☞ **Das Reisen mit Bahn und Bus** ist angenehm, schnell und sicher. Wer gut plant, sich gründlich informiert und frühzeitig bucht, kann beim Reisen mit der Bahn gegenüber den Normalpreisen viel Geld sparen. Mehr Informationen unter www.bahn.de.
- ☞ **Wer mit dem Auto unterwegs sein will**, für den gibt es viele hilfreiche Informationen beim Allgemeinen Deutschen Automobilclub www.ADAC.de.
- ☞ Auch lohnt es im Internet mit den Stichworten *Autovermietungen* und auch *autobahnnetz, mobilität, reiseplanung, straßenverkehr, Reisen in Deutschland zu suchen*. Verkehrsinformationen und Meldungen über aktuelle Staus findet man unter Staumelder.com, Stau.info, www.google.de/hdtraffic, www.verkehrsinfo.de und www.verkehrsinformation.de. mit Verkehrs- und Stauinformationen.
- ☞ Auch versuchen wir derzeit *Verkehrsinformationen* aktueller und übersichtlicher als bisher gewohnt darzustellen.

7. Klima



In Deutschland gibt es ausgeprägte Jahreszeiten mit insgesamt *gemäßigtem Klima*. Im Winter und in der Übergangszeit sollte *ein warmer Pulli, eine warme Jacke und feste Schuhe* immer zum Reisegepäck gehören. Eine Regenjacke und ein Regenschirm ist zu jeder Jahreszeit eine sinnvolle Ausrüstung.

8. Essen

In den großen **Supermärkten** findet man, wie in anderen Ländern auch, ein vergleichbares Angebot *mit Lebensmitteln aus vielen Ländern*.

Spezielle Läden

- 👉 mit türkischen,
- 👉 asiatischen,
- 👉 russischen,
- 👉 französischen,
- 👉 italienischen,
- 👉 spanischen und
- 👉 orientalischen

Lebensmitteln findet man heutzutage nicht nur in großen Städten.



9. Hotels

Ganz abgesehen von den auch in Deutschland üblichen Standards der **großen weltweiten Hotelketten** wie

- *Hilton,*
- *Sheraton,*
- *Holiday Inn,*
- *Best Western,*

um nur einige zu nennen, ist es empfehlenswert **auf lokale Angebote zu achten.**

Dies sind meist **familiengeführte Hotels** oder *ortstypische Gasthöfe*, die neben dem Restaurantbetrieb auch Zimmer anbieten. Auch wenn man hier kaum mehr als eine 3 Sterne-Auszeichnung antreffen wird, ist ein solches Hotel persönlicher und günstiger und gehört zum Kennenlernen einer deutschen Stadt einfach dazu.

Beliebt ist es, **ein Hotel nach seinen Kommentaren und Bewertungen auszuwählen**, die es über das Internet erhalten hat.

Eine deutsche Studie hat die größten *Hotel-Bewertungsportale* untersucht und nach deren Reichweite gelistet. Demnach sind in folgenden Portale mehr als 25% aller Hotels bewertet:

HolidayCheck.de, Booking.com, HRS.de, Hotel.de, TripAdvisor.com

- zwischen 15 und 25% aller Hotels bewertet:
- Trivago.de, Expedia.de, Qype.de
- zwischen 5 und 15% aller Hotels waren bewertet bei:
- Zoover.de, Hotelkritiken.de, Ciao.de und Votello.de



10. Restaurants



Die Deutschen lieben **internationale Küche**. So lassen sich

- *italienische,*
- *türkische,*
- *griechische und*
- *chinesische Restaurants* selbst in kleinen Städten finden.

Es lohnt sich jedoch die **lokale Küche** zu beachten. Sie hält so manche Köstlichkeit bereit, die Sie sich nicht entgehen lassen sollten. **Typisch sind dabei**

- *die Fischgerichte in Norddeutschland wie Hering oder Scholle,*
- *in Bayern Gerichte wie Schweinshaxen und*
- *in Westdeutschland der Sauerbraten (eingelegtes Rindfleisch).*

Typische Restaurants mit lokalen Spezialitäten tragen in ihrem Namen oftmals "Gasthof",

- *"Gasthaus" oder "Tiernamen" wie*
- *Goldener Bär,*
- *Roter Hahn,*
- *Wilder Stier,*
- *Zum Storch,*
- *Schwarzer Adler o.ä.*

Bei der Auswahl des Essens sollte man beim Blick **AUF DIE SPEISEKARTE**

- zuerst die sog. "TAGESKARTE" oder
- das EXTRABLATT "HEUTE EMPFEHLEN WIR" beachten.

Dort sind Speisen aufgeführt, die zusätzlich zu dem *Standardangebot an diesem Tag besonders empfohlen werden*. Dies sind Gerichte, die nur *saisonal* angeboten werden und immer frisch zubereitet sind, dabei haben diese üblicherweise ein besonders gutes Preis- Leistungsverhältnis.

- Empfehlungen für Restaurants and Läden mit deutschem Essen weltweit findet man unter Leibspeise.wordpress.com.
- Leibspeise ist das private Projekt von zwei deutschen Weltreisenden.

11. Trinkgeld

Ein Trinkgeld wird

- ⇓ *in Restaurants und*
- ⇓ *für kleine Dienstleistungen im Hotel,*
- ⇓ *an der Tankstelle mit Bedienung sowie*
- ⇓ *beim Taxi immer geben.*

Üblich sind zwischen 5 und max. 10% der Rechnungssumme.



Wurde man im Restaurant gut bedient und ist man dem Essen zufrieden, gilt es als ziemlich unhöflich kein Trinkgeld zu geben. Das kann auch für die anderen Gäste am Tisch peinlich sein.

12. Telekommunikation

- ✚ Wer beabsichtigt ein paar Wochen oder öfter in Deutschland zu sein, kauft am besten gleich zu Anfang ein PrePaid-Handy im nächsten Telefonshop. Ob nun bei *T-Mobile, E-Plus, Base, Vodafone, Kabeldeutschland oder O2* ist eher Geschmacksache, denn die Tarife sind ähnlich.

☞

- ✚ **Billigere Tarife** werden mittlerweile auch in den *Supermärkten wie Aldi, Lidl, Plus und Norma* angeboten.

☞

- ✚ In den eigenen vier Wänden empfiehlt sich ein *Anbieter, der Festnetztelefon, Mobiltelefon, Internet und evtl. auch Kabelfernsehen als Paket* anbietet. Tarife und verfügbare Technik ändert sich dabei weiterhin so dynamisch, dass man sich vor Ort im Bedarfsfall ohnehin mehrere Anschlussangebote einholen muss.

13. Einkaufen



➤ Traditionell tätigten die Deutschen *ihre Einkäufe des täglichen Bedarfs in Geschäften, die rund um den Marktplatz angesiedelt waren.*



➤ *Seit die Zonen um Marktplätze* in den Innenstädten zunehmend zu Fußgängerzonen wurden, verlagerten sich *die familiären Großeinkäufe auf Gewerbegebiete am Ortsrand.* Dort sind heute die *großen Super- und Schuhmärkte, die Billigbekleidungshäuser, Elektro- und Baumärkte* angesiedelt.



➤ *In den Innenstädten* kämpfen die Einzelhändler ums Überleben und müssen vielerorts *Souvenirläden, Handyshops und Boutiquen* Platz machen. Dieser Trend, der in Deutschland im Vergleich zu anderen Ländern erst spät einsetzte, führt zu einem reduzierten Angebot und man muss oftmals lange *nach einem Lebensmittelgeschäft suchen.*

➤ Nichtsdestotrotz sind *die Fußgängerzonen als attraktive Einkaufszonen durchsetzt mit netten Cafés und Restaurants.*



Ein modernes Beispiel ist *die Friedrichstraße in Berlin.*

Weitere berühmte Einkaufstraßen in Deutschland sind

- *die Kaufingerstraße in München,*
- *die Zeil in Frankfurt,*
- *die Mönckebergstrasse in Hamburg und*
- *die Königstraße ("Kö") in Düsseldorf oder Stuttgart.*

14. Freizeit, Sport, kulturelle Veranstaltungen

Wer den Veranstaltungsteil der lokalen Tageszeitungen aufschlägt, wird unter einer Vielfalt

- * von Festen,
- * Konzerten,
- * Sportveranstaltungen,
- * Ausstellungen und

vieler Art **Freizeitvergnügungen** auswählen können, nicht nur am Wochenende.



- ♪ Für jeden Geschmack ist etwas dabei. Ob man nun selbst aktiv sein oder unterhalten sein will.
- ♪ **Für die spontane Entscheidung ist sicher die Tageszeitung** eine gute Quelle. Wer allerdings weiter im Voraus planen muss, greift am besten zu einem **Stadtmagazin**, das monatlich oder 14-tägig erscheint.

Hier die Online-Versionen der **Programmzeitschriften** einiger deutscher Städte:

- Bamberg: www.bamberg-guide.de und www.kultur.bamberg.de
- Berlin: www.zitty.de und www.tip-berlin.de
- Bremen: www.bremer.de
- Düsseldorf: www.stadtmagazin.com
- Dresden: www.cybersax.de
- Frankfurt: www.strandgut.de und Frankfurt.prinz.de
- Hannover: www.stadtkind-hannover.de
- Hamburg: www.oxmoxhh.de
- Leipzig: www.kreuzer-leipzig.de und www.blitz-world.de
- Köln: www.koelner.de
- Nürnberg: www.plaerrer.de
- München: www.Inmuenchen.de
- Stuttgart: www.lift-online.de und www.moritz.de
- Wien: www.wien-konkret.at und www.falter.at

15. Die beliebtesten Sportarten in Deutschland

Selbst Sport zu treiben macht Spaß, ist gesund und führt Gleichgesinnte zusammen. Mehr als 75 Prozent aller Deutschen treiben regelmäßig Sport, mit weiter steigender Tendenz besonders bei den Rentnern.



Die beliebteste Sportart?

Wer danach fragt, bekommt mit hoher Wahrscheinlichkeit als Antwort:

♣ **Fußball.**

Hierbei denkt man jedoch vor allem an den Sport im Fernsehen.

Bei dem aktiven Sporttreibenden wird *der Spitzenplatz* jedoch von den

♣ **Radlern** streitig gemacht.

Und hier sind die nächsten Plätze:

- Platz 2: *Schwimmen*
- Platz 3: *Joggen* - Ein kostenloses E-Book zum Thema Richtig Joggen mit umfassenden Informationen gibt es zum Download unter Trendfit.net/thema/joggen
- Platz 4: *Wandern*
- Platz 5: *Gymnastik und Aerobic*

Trendsportarten

Für alle, denen die Volkssportarten zu wenig spektakulär sind, suchen sich einen möglichst coolen Trendsport:

- ☺ *Klettern* zum Beispiel ist groß im Kommen, ebenso wie
- ☺ *Kitesurfing*,
- ☺ *Speedminton* und
- ☺ *Beachvolleyball*.

Wenn auch Sie sportlich aktiv werden wollen, findet beim *Deutschen Sportbund* viele Informationen: www.sportprogesundheit.de

16. Glückspiel in Deutschland



Glücksspiele gibt es fast so lange, wie es die Menschheit gibt. So gibt es Hinweise, dass in der römischen Antike bereits *Würfelspiele* beliebt waren. In Deutschland nimmt heutzutage jeder Zweite an einer Form des Glückspiels teil.

- * Ob *Lotto*,
- * *Fernsehlotterie*,
- * *Spielbank, Sportbar oder*
- * *Spielhölle*:

Die Auswahl der Verführungen mit der Hoffnung auf das große Glück sind vielfältig. Wer mehr über Standorte und Möglichkeiten wissen will, informiert sich am besten im Internet unter den *Stichworten Casinoratgeber, Casino oder Spielbank*.

17. Soziales Leben



Die Deutschen sind ein Land der Vereinsmitglieder.

Kaum jemand hat sich mit seinen Interessen und Freizeitvergnügen nicht irgendeinem Verein oder Freundeskreis angeschlossen. **Man organisiert sich,**

- ☞ *wenn man gerne wandert,*
- ☞ *Briefmarken sammelt,*
- ☞ *ins Theater geht,*
- ☞ *Tennis spielt oder einen Gemüsegarten anlegt.*

Wenn Sie also in Deutschland schnell dauerhafte Kontakte machen wollen und Geselligkeit mögen, informieren Sie sich am besten im Rathaus Ihrer Gemeinde über die ortsansässigen Vereine oder das Angebot der Volkshochschule (www.vhs.de), die an jedem größeren Ort etabliert ist. Nach Informationen Ihres Wohnorts können Sie auch recherchieren unter:

- www.meinestadt.de
- www.deutschland.de/Kreise_Staedte_und_Gemeinden
- www.deutsche-staedte.com

18.Immobilien



In Deutschland ist es weit verbreitet **eine Wohnung zu mieten** anstatt **zu kaufen**. Dadurch ist das Angebot an Mietobjekten im Vergleich zu anderen Ländern sehr hoch.

WICHTIG!

☞ **Grund** ist, dass die *Mietkosten* oft unter den monatlichen Zinsen liegen, die die *Finanzierung einer vergleichbaren Kaufimmobilie kostet*. Angebote von Privatleuten, Maklern wie auch Immobilien-verwaltungs-gesellschaften findet traditionell in den Samstagsausgaben der lokalen Zeitungen sowie im Internet unter www.immonet.de, www.immobilienscout24.de, www.immowelt.de, www.engelvoelkers.de, www.remax.de, und www.planet-home.de

☞ Gerade für einen nicht ortskundigen Immobilieninteressenten ist es *ratsam bei der Immobiliensuche einen etablierten lokalen Makler einzuschalten*. Dieser nimmt wohl üblicherweise eine Provision von bis zu 3,25% des Miet- oder Kaufpreises als Provision, doch die Ausgabe wird sich lohnen, will man Abwicklungsfehler vermeiden, nicht mit mangelhaften Verträgen "baden zu gehen" und schnell zu seiner Traumwohnung kommen.

19. Expatriate Community

Trafen sich früher Menschen, die fern der Heimat lebten, meist zu einem Stammtisch um Landleute zu treffen, so sind heute virtuelle Gemeinschaften beliebt, um Kontakte zur Heimat zu pflegen. In den deutschen Städten, die häufig einen Ausländeranteil von mehr als 25% haben, fällt es leicht, sich einer Gruppe aus der eigenen Heimat anzuschließen.



Als Sprungbrett für Kontakte sind folgende Community-Plattformen zu empfehlen:

- www.britishexpats.com
- community.justlanded.com
- www.expatsexchange.net
- www.expats-abroad.com
- www.ypat-blog.com
- www.expatriates.com
- www.expatcommunities.com/germany-expatriates.html
- www.expatforum.com
- www.expatfocus.com
- www.expatica.com
- www.internations.org
- www.theexpatdirectory.com/community.php?b=65
- www.toytowngermany.com
- www.transitionsabroad.com/listings/living/resources/expatriatewebsites.shtml

Mehr Tipps und Informationen zu einem erfolgreichen schnellen Start in Deutschland finden Sie in dem Buch "More than Manners / Business Etikette in Deutschland" von Joachim Graff & Gretchen Schaupp.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Представленное пособие ориентировано на практическое использование иностранного языка в сфере делового общения. При этом очевидна целесообразность комплексного подхода, при котором изучение лексико-грамматического материала проходит параллельно с развитием знаний и навыков профессионально-ориентированного общения.

В пособии реализуется системный подход к развитию коммуникативных навыков и умений, необходимых для общения в реальных жизненных ситуациях, с помощью последних достижений теории и практики преподавания немецкого языка.

Принцип сопоставительного изучения языков – русского и иностранного, реализованный в учебном пособии, формирует профессиональные знания, способствующие расширению контактов со специалистами другой культуры, тем самым – пространства личности и профессиональной коммуникации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Auftragsbestätigung: Tipps, Checkliste, Formulierungen // URL: <https://karrierebibel.de/?s=AUFTRAG/> (Дата обращения: 3.11.2017)
2. Bewerbung in der Schweiz: Tipps und Unterschiede zu Deutschland// URL: <https://karrierebibel.de/?s=ANFRAGE/> (Дата обращения: 3.11.2017)
3. Deutschlands beste Arbeitgeber 2017 //URL: <https://karrierebibel.de/?s=LIEFERUNGEN/> (Дата обращения: 3.11.2017)
4. Karriere als Beamter: Diese Fakten müssen Sie kennen // URL: <https://karrierebibel.de/?s=AUFTRAG/> (Дата обращения: 3.11.2017)
5. Selbsttest: Sind Sie stark - oder tun Sie nur so?// URL: <https://karrierebibel.de/?s=VERTRAGSVERHANDLUNGEN> (Дата обращения: 3.11.2017)
6. Stellenangebote: Darauf müssen Sie achten// URL: <https://karrierebibel.de/?s=ANGEBOT/> (Дата обращения: 3.11.2017)
7. Versicherungen für Berufsanfänger: Das brauchen Sie wirklich//URL: <https://karrierebibel.de/geschaeftsbriefe/> (Дата обращения: 3.11.2017)
8. Business Etikette kompakt: Zehn Fehler, die Sie vermeiden sollten.... URL: <http://www.business-knigge.com/>(Business Etikette in Deutschland von Joachim Graff & Gretchen Schaupp (Дата обращения: 3.11.2017)
9. [ausbildungspark.com](http://www.ausbildungspark.com) //URL: <http://www.business-knigge.com/>(Business Etikette in Deutschland von Joachim Graff & Gretchen Schaupp (Дата обращения: 3.11.2017)
10. Bewerbungsschreiben//http://www.einstieg.com/studium/was-studieren/sprachen-kulturen.html.meine_zukunft.mein_ding/ URL: <http://www.business-knigge.com/>(Business Etikette in Deutschland von Joachim Graff & Gretchen Schaupp (Дата обращения: 3.11.2017)
11. Business Etikette kompakt: Zehn Fehler, die Sie vermeiden sollten...// URL: <http://www.business-knigge.com/>(Business Etikette in Deutschland von Joachim Graff & Gretchen Schaupp (Дата обращения: 3.11.2017)
12. Business Etikette kompakt: Zehn Fehler, die Sie vermeiden sollten...//<http://www.business-knigge.com/>(URL: <http://www.business-knigge.com/>(Business Etikette in Deutschland von Joachim Graff & Gretchen Schaupp (Дата обращения: 3.11.2017)
13. community.justlanded.com URL: <http://www.business-knigge.com/>(Business Etikette in Deutschland von Joachim Graff & Gretchen Schaupp (Дата обращения: 3.11.2017)
14. Curt Tengemann. Die Kunst des Verhandelns Technik und Taktik erfolgreicher Gesprächsführung. Heyne Kompaktwissen Nr. 22/232 Saurer-Verlag GmbH, Heidelberg, 1972, ISBN 3-453-03347-7.
15. David M. Martin. Erfolgreiche Verhandlungstaktiken, Schwierige Situationen perfekt meistern. Falken Verlag, Niedernhausen, 1997, ISBN 3-8068-4971-4

16. Die erfolgreiche Investorenpräsentation - Business Angels ... URL: [\(http://www.business-knigge.com/\(Business Etikette in Deutschland von Joachim Graff & Gretchen Schaupp \(Дата обращения: 3.11.2017\)](http://www.business-knigge.com/(Business%20Etikette%20in%20Deutschland%20von%20Joachim%20Graff%20&%20Gretchen%20Schaupp)))
17. Eine perfekte Bewerbung schreiben – So geht es Schritt für Schritt//<http://perfekte-bewerbung-schreiben.com/> URL: [\(http://www.business-knigge.com/\(Business Etikette in Deutschland von Joachim Graff & Gretchen Schaupp \(Дата обращения: 3.11.2017\)](http://www.business-knigge.com/(Business%20Etikette%20in%20Deutschland%20von%20Joachim%20Graff%20&%20Gretchen%20Schaupp)))
18. Franz-Joseph Wehage, Wirtschaftsdeutsch/www.muskingum.edu/~modern/.../cover.html URL: [\(http://www.business-knigge.com/\(Business Etikette in Deutschland von Joachim Graff & Gretchen Schaupp \(Дата обращения: 3.11.2017\)](http://www.business-knigge.com/(Business%20Etikette%20in%20Deutschland%20von%20Joachim%20Graff%20&%20Gretchen%20Schaupp)))
19. Handel URL: http://dspace.kgsu.ru/xmlui/bitstream/handle/123456789/2938/09-28_%D0%9C%D0%B0%D1%85%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0- (Дата обращения: 3.11.2017)
20. Test /URL: [http://www %D0%A2%D0%9B_2009_%D0%9F%D0%9A_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://www.%D0%A2%D0%9B_2009_%D0%9F%D0%9A_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
21. Briefe /URL: <http://www.expert-line.de/praesentationen-tipps-um-erfolgreich-und-selbstbewusst-zu-praesentieren>(Дата обращения: 3.11.2017)
22. Lewicki - Hiam – Olander. Verhandeln mit Strategien. Das grosse Handbuch der Verhandlungstechniken Midas Management Verlag, Zürich, 1998, ISBN 3-907100-04-2
23. Marcus Knill. Natürlich, zuhörerorientiert, aussagenzentriert reden "Angewandte Rhetorik" für alle, die kommunizieren müssen. Ein Lehr-, Lern- und Lesebuch. 1991 ISBN 3-908236-19-3.
24. Mit diesen Tipps bekommen Sie, was Sie wollen// URL: [\(http://www.business-knigge.com/\(Business Etikette in Deutschland von Joachim Graff & Gretchen Schaupp \(Дата обращения: 3.11.2017\)](http://www.business-knigge.com/(Business%20Etikette%20in%20Deutschland%20von%20Joachim%20Graff%20&%20Gretchen%20Schaupp)))
25. Musterbriefe - RUSSISCH.COM - Russische Sprache und ... URL: <http://www.expert-line.de/praesentationen-tipps-um-erfolgreich-und-selbstbewusst-zu-praesentieren>(Дата обращения: 3.11.2017)
26. Präsentationen: Tipps, um erfolgreich und selbstbewußt zu präsentieren // URL: <http://www.expert-line.de/praesentationen-tipps-um-erfolgreich-und-selbstbewusst-zu-praesentieren>(Дата обращения: 3.11.2017)
27. Ralph Jeske. Erfolgreich verhandeln. Grundlagen der Verhandlungsführung Deutscher Taschenbuch Verlag dtv, 1998, ISBN 3-423-50824-8.
28. Richtig verhandeln: Mit diesen Tipps bekommen Sie, was Sie wollen// URL: <http://www.business-knigge.com/> (Дата обращения: 3.11.2017)
29. Roger Fisher und William Ury. Sachgerecht verhandeln, erfolgreich verhandeln Das Harvard-Konzept. Campus Verlag GmbH, Frankfurt/Main, Bestellnummer 04464 4.
30. Ross R. Reck. Unschlagbar Verhandeln, Die beiderseitige Gewinnstrategie. MVG Verlag München, 1989, ISBN 3-478-07420-7.

31. Samy Molcho. Körpersprache. Mosaik Verlag GmbH, München, 1983, ISBN 3-570-04973-6
32. Vera F. Birkenbihl. Psycho-logisch richtig verhandeln. MVG Verlag München, 1993, ISBN 3-478-81141-4
33. Verhandeln lernen//<http://www.verhandlungstraining.org/verhandeln-lernen.html>. Verhandlungstraining > Vorbereitung > Verhandeln lernen URL: //http://www.business-knigge.com/(Business Etikette in Deutschland von Joachim Graff & Gretchen Schaupp (Дата обращения: 3.11.2017)
34. Wie Sie sich, Ihre Produkte und Dienstleistungen besser präsentieren_ Audio-Stimmtipp // URL: <http://arno-fischbacher.com/blog/?p=1220>_(Дата обращения: 3.11.2017)
35. Wolfgang Reineke. Das Verhandlungs – Brevier. Datakontext-Verlag GmbH, 1990, ISBN 3-921899-71-0
36. Zehn Fehler, die Sie vermeiden sollten...// URL: //http://www.business-knigge.com/(Business Etikette in Deutschland von Joachim Graff & Gretchen Schaupp (Дата обращения: 3.11.2017)
37. Fingerhut M. Kommunikation am Arbeitsplatz. Hueber, 2006.
38. Namuth K. Th.Lüthi. Gesprächstraining. Deutsch für den Beruf. Hueber, 2006.
39. Höffgen A. Deutsch lernen für den Beruf. Kommunikation am Arbeitsplatz. Deutsch als Fremdsprache. Hueber, 2006
40. Barberis P, Bruno E. Deutsch im Hotel. Hueber, 2006.
41. Keller A, Roy Ch.Telefonieren im Beruf. Hueber, 2006.
42. Geschäftskontakte: Knüpfen und pflegen/ URL: //https://karrierebibel.de/geschaeftskontakte/
43. Басова Н.В. Немецкий для экономистов / Н.В. Басова, Т.Ф. Гайвоненко. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2004. – 375 с.
44. Богданова Н.Н. Учебник немецкого языка для технических вузов / Н.Н. Богданова. – М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2006. – 446 с.
45. Бориско Н.Ф. Бизнес-курс немецкого языка / Н.Ф. Бориско. – Киев: Логос, 2004. – 351 с.
46. Бориско Н.Ф. Поговорим о Германии. – Изд-во: Айрис-Пресс: 2004. – 480 с.
47. Буц И.А. Немецкий язык. Учимся беседовать на общественно-политические темы: Учеб. пособие для студ. и ин-тов и фак. иностр. яз. - М.: Высш. шк., 1991. - 139 с.
48. Дружинина В.И., Шестакова Л.Б. Диалогическая речь в сфере делового общения :Учеб.-метод. пособ. – Губкин: Изд-во Губкинского института (филиала) МГОУ, 2009. – 53 с.
49. Козьмин О.Г. Германия. История и современность. Учебное пособие по страноведению на немецком языке. – Изд-во: Высшая школа, 2006. – 391 с.
50. Курс делового немецкого языка для начинающих. Geschäftsdeutsch für Anfänger / Томсон Г.В., Чигашева М.А., — М.: ООО «ИПЦ «Маска», 2012 — 86 с. ISBN 978-5-91146-791-3

51. Латфуллина И.Д., Мельникова Л.В. Практикум по формированию навыков чтения и устной речи для студентов I - II курсов неязыковых факультетов. Часть II. Тюмень: Издательство ТюмГУ, 1998
52. Мелихова Н.В. Этика и практика делового разговора по телефону: Уч.пособие по немецкому языку / Н.В. Мелихова. – М.: НВИ-ТЕЗАУРУС, 2005. – 76 с.
53. Михайлова Л.М. Деловой немецкий язык. Бизнес. Маркетинг. Менеджмент / Л.М. Михайлова, Г. Вебер, Ф. Вебер. – М.: Астрель АСТ, 2004, 2009. – 302 с.
54. Мойсейчук А.М., Лобач Е.П. Современный немецкий язык. – М.: Выш. шк., 1998.
55. Павлов Н.В. Современная Германия. Гриф УМО МО РФ. – Издательство: Высшая школа. – 2005. -567 с.
56. Постникова Е.М. Business-Deutsch : Бизнес-курс немецкого языка / 9.Е.М. Постникова. - Киев: А.С.К., 2005. – 432 с.
57. Родни О.Ф. Немецкий язык. Федеративная Республика Германия. Bundesrepublik Deutschland. – Изд-во: АСТ, 2009. – 447 с.
58. Суслов И.Н. Страны немецкого языка: история и современность. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 1996.
59. Фаградянц И.В. Переписка с официальными лицами и учреждениями / И.В. Фаградянц. – Ростов н/Д.: Феникс, Москва: СиЭТС, 2006. – 208 с.
60. Фомина З.Е. Лингвострановедение. Германия: учеб. пособие для ПСПК / З.Е. Фомина, В.И. Чечетка; Воронежский ГАСУ. - Воронеж, 2013. – 172 с.
61. Фомина, З.Е. Теоретическая грамматика немецкого языка: учеб. пособие для аспирантов и студентов ПСПК /З.Е. Фомина, В.И. Чечетка; Воронежский ГАСУ. - Воронеж, 2015. – 110 с.
62. Фомина, З.Е. Лексикология современного немецкого языка: учеб. пособие для аспирантов и студентов ПСПК / З.Е. Фомина, В.И. Чечетка; Воронежский ГАСУ. - Воронеж, 2015. – 132 с.

СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ И АББРЕВИАТУР

A

Adr. – Adresse - адрес
AG – Aktiengesellschaft- акционерное общество
AK – Aktienkapital -акционерный капитал
Anh. – Anhang -дополнение, приложение
Ank. – Ankunft -прибытие
Apr. – April -апрель
Art. – Artikel -статья, пункт
Aug. – August -август
ausschl. – ausschließlich -за исключением
a.Z. – auf Zeit -на срок

B

beif. – beifolgend -прилагаемый
beil. – beiliegend -прилагается
Bel. – Beilage -приложение
Best.-Nr. – Bestellnummer -индекс заказа
betr. – betreffend, betrifft; betreffs -касательно, по поводу
bez. – 1. bezahlt -оплачено 2. bezüglich -касательно, по поводу
bezgl. – см. bez. 2.
BLZ – Bankleitzahl -код банка
BP – Betriebsabgabepreis -заводская отпускная цена
bzw. – beziehungsweise -или, соответственно

D

D/A – Dokuments anbei -документы прилагаются
Dez. – Dezember -декабрь
d.h. – das heißt -то есть
Di. – Dienstag -вторник
Dir. – Direktor -директор
Disk. – Diskont -дисконт, учетный процент
d. J. – dieses Jahres -текущего года
d.M. – dieses Monats -текущего месяца
d.O. – der Obige -вышеупомянутый
Do. – Donnerstag -четверг
dzt – derzeit -в настоящее время

E

EDV – elektronische Datenverarbeitung -электронная обработка данных
E.G., e.G. – eingetragene Genossenschaft -зарегистрированное торгово-
промышленное товарищество
einschl. – einschließlich -включая
empf. R. P. – empfohlener Richtpreis -рекомендованная ориентировочная цена

Entw. – Entwurf -план, проект
Epr., EPr. – Einzelpreis -розничная цена
Erg. – Ergänzung -дополнение
EW – einweg -одноразовый

F

Fa. – Firma - фирма
Fab. – Fabrik -фабрика, завод
FB – Frachtbrief -железнодорожная накладная; коносамент
Fdg – Forderung -требование
Febr. – Februar -февраль
ff – sehr fein -высший сорт
flg. – folgend -следующий
Fr. – Freitag -пятница

G

gem. – gemäß - в соответствии
gen – 1. genannt -вышеупомянутый 2. genehmigt -одобрено; согласовано
gepr. – geprüft -проверено
Gesch. – Geschäft -фирма, предприятие, дело
GH – Großhandel -оптовая торговля
GM – Gebrauchsmuster -промышленный образец
GmbH, G.m.b.H. – Gesellschaft mit beschränkter Haftung -общество с ограниченной ответственностью
GUS – Gemeinschaft der unabhängigen Staaten -Содружество независимых государств, СНГ

H

HGB – Handelsgesetzbuch -торговый кодекс
HR – Handelsregister -торговый регистр
H.V. – Handverkauf -ручная продажа

I

i.A., I.A. – im Auftrag(e) -по поручению
incl. = inkl. -включительно
Ind. – 1. Index -индекс 2. Industrie -промышленность
Ing. – Ingenieur -инженер
Inh. – Inhaber -владелец; держатель
inkl. – inklusive -включительно
i.S. – im Sinne -в значении
I.v. – Irrtum vorbehalten -исключая ошибки
i.V., I.V. – in Vollmacht, in Vertretung-по уполномочию
i.W. – in Worten прописью

J

Jan. – Januar -нварь

K

kfm. – kaufmännisch -торговый, коммерческий

Kfm. – Kaufmann торговец, коммерсант

KG – 1. Kommanditgesellschaft -коммандитное товарищество, товарищество на вере 2. Konsumgenossenschaft -потребительская кооперация

k.J. – künftigen Jahres -в будущем году

Kj. – Kalenderjahr -календарный год

KW – Kalenderwoche- календарная неделя

L

lfd. – laufend -текущий

lfd. J. – 1. laufendes Jahr -текущий год 2. laufenden Jahres -текущего года

lfd. M. – 1. laufenden Monats -сего месяца 2. laufender Monat -текущий месяц

lfd. Nr. – laufende Nummer -порядковый номер

LKW, Lkw – Lastkraftwagen -грузовой автомобиль

Lp – Luftpost -авиапочта

lt. – laut-в соответствии

M

m – Meter -метр

M. – Monat -месяц

mbH, m.b.H. – mit beschränkter Haftung -с ограниченной ответственностью

Md. – Milliarde -миллиард

mfg – mit freundlichen Grüßen -с дружеским приветом

Min., min – Minute- минута

Mio – Million -миллион

mm – Millimeter -миллиметр

Mo. – Montag -понедельник

MS – Motorschiff -теплоход

MWSt – Mehrwertsteuer- налог на добавленную стоимость

N

n. M. – 1. nach Muster -по образцу 2. nächsten Monats -следующего месяца

Nov. – November -ноябрь

Nr. – Nummer- номер

O

o.a. – oben angeführt -вышеприведенный

o.e. – obenerwähnt -вышеупомянутый

o.g. – obengenannt -вышеназванный

Okt. – Oktober -октябрь

o.O. – ohne Obligo -без обязательств

O.W. – ohne Wert -без цены

P

pa. – prima -высшего качества

p.c. – 1. pro centum, Procent -процент 2. per cassa -уплата наличными

Pos. – Position -позиция, пункт

R

rd – rund -округленно, приблизительно

Rj – Rechnungsjahr-финансовый год

RT – Registertonne -регистрационная тонна

S

s – Sekunde -секунда

s. – sieh(e) -смотри

Sa. – 1. Sonnabend -суббота 2. Summa -сумма, итог

Sept. – September-сентябрь

s.o. – siehe oben -смотри выше

s.S. – siehe Seite -смотри страницу

St. – Stück -штука; экземпляр

stf., stfr. – steuerfrei-не облагаемый налогом

Std. – Stunde -час

T

t – Tonne -тонна

T – Tausend -тысяча

Tel. – 1. Telegramm -телеграмма 2. Telefon -телефон

Tg. – Telegraf -телеграф

TL – technische Lieferbedingungen -технические условия поставки

TN – Tagesnorm -дневная норма

Tsd – Tausend -тысяча

TSV – technische Sicherheitsvorschriften -правила техники безопасности

Tx – Telex- телекс

U

u. – und- и

u.V. – unter Vorbehalt -с оговоркой

UVV – Unfallverhütungsvorschriften -правила техники безопасности

V

v. – von, vom 1. -из 2. -от (число)

V. – Vertrag -договор

VE – Verrechnungseinheit -расчетная единица

Vers. – Versicherung -страхование
vgl. – vergleiche -сравни
v.J. – vorigen Jahres - прошлого года
VKSt – Verkaufsstelle -торговая точка
v.M. – vorigen Monats - прошлого месяца
Vollm. – Vollmacht- полномочие; доверенность
vorm. – vormittags -в первой половине дня
Vst. – Verkaufsstelle -торговая точка

W

WA – Wirtschaftsabkommen -экономическое соглашение
Wust – Warenumsatzsteuer- налог с товарооборота
Wz., WZ. – Warenzeichen -товарный знак

Z

Z. – Zahl 1. -число; количество 2. цифра
ZA – Zahlungsabkommen-платежное соглашение
ZAnw – Zahlungsanweisung -платежное поручение
Zf – Zinsfuß -процентная ставка
z. G. – zu Gunsten -в пользу
zgl. – zugleich -одновременно
z. H., z. Hd., z. Hdn – zu Händen -лично, в руки
z.K. – zur Kenntnis -к сведению
ZT – Zolltarif -таможенный тариф
zugl. – zugleich -одновременно
zu zgl. – zuzüglich -включительно

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
Lektion I	
AUFNAHME VON GESCHÄFTSKONTAKTEN	4
Lektion II	
ÄUSSERE FORM DER GESCHÄFTSKONTAKTE	7
Lektion III	
ANFRAGE	17
Lektion IV	
ANGEBOT	23
Lektion V	
AUFTRAG (BESTELLUNG, ORDER)	32
Lektion VI	
PREIS UND ZAHLUNGSBEDINGUNGEN	37
Lektion VII	
LIEFERUNGEN	43
Lektion VIII	
FÜHRUNG VON VERTRAGSVERHANDLUNGEN	46
Lektion IX	
PRÄSENTATION VON PROJEKTEN, PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN	74
Lektion X	
BUSINESS ETIKETTE IN DEUTSCHLAND	100
Lektion XI	
GESCHÄFTSTELEFONATE	112
Lektion XII	
BEWERBUNG	122
ПРИЛОЖЕНИЕ	
Teil I: PRAKTISCHE INFORMATION FÜR DEUTSCH- LAND-BESUCHER	149
Teil II: LEBEN IN DEUTSCHLAND	156
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	170
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	171
СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ И АББРЕВИАТУР	175

Учебное издание

**Фомина Зинаида Евгеньевна
Чечетка Валентина Ивановна**

Деловой немецкий язык

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

ДЛЯ ВСЕХ НАПРАВЛЕНИЙ (ПРОГРАММ) МАГИСТРАТУРЫ

В авторской редакции

Подписано в печать 06.12.2017 г.

Формат 60x84 1/8. Бумага для множительных аппаратов.

Усл. печ. л. 22,6. Тираж 350 экз. Заказ № 180.

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный технический университет»

394026 Воронеж, Московский проспект, 14

Участок оперативной полиграфии издательства ВГТУ

394026 Воронеж, Московский проспект, 14