

Prüfung

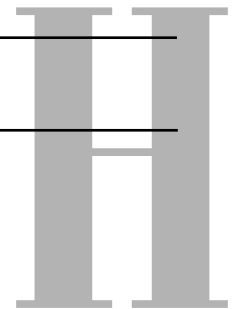
Wirtschafts- deutsch

International

Handbuch

Prüfungsziele

Testbeschreibung



Materialien zur *Prüfung Wirtschaftsdeutsch International*

- **Modellsatz 0.1**
Kandidatenblätter, Prüferblätter (ISBN 3-933115-64-7)
- **Modellsatz 0.1**
Hörkassette (ISBN 3-933115-65-5)
- **Handbuch**
Prüfungsziele, Testbeschreibung (ISBN 3-933115-66-3)
- **Trainingsmaterial für Prüfer** (ISBN 3-933115-67-1)
- **Prüfungsordnung**

Herausgeber:

- Deutscher Industrie- und Handelstag
Breite Straße 29, D-10178 Berlin
- Goethe-Institut
Zentralverwaltung, Bereich 55,
Postfach 190419, D-80604 München
- Carl Duisberg Centren
Hansaring 49-51, D-50670 Köln

Bezugsadresse:

VMH
Max-Hueber-Str. 4
D-85737 Ismaning
Telefon: 0049-89-9602-336
Fax: 0049-89-9602-328
E-Mail: gimat@goethe.de

Bestellnummer:
ISBN 3-933115-66-3

© Goethe-Institut 2000

Gestaltung: Felix Brandl Graphik-Design, München
Druck: KS-Druck GmbH, D-85560 Ebersberg

Michaela Perlmann-Balme

Prüfung

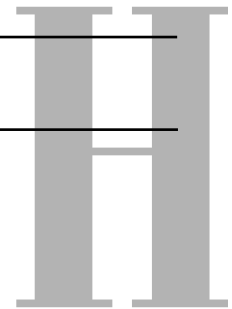
Wirtschafts- deutsch

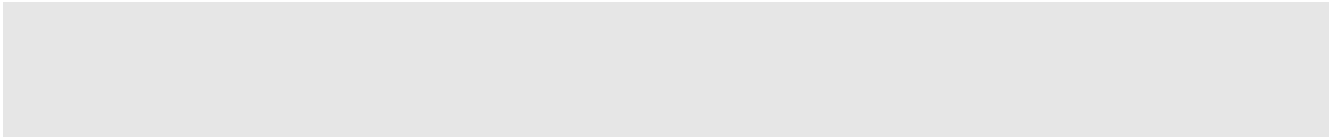
International

Handbuch

Prüfungsziele

Testbeschreibung





Inhalt

	Seite
Vorwort	Seite
Teil 1 Prüfung Wirtschaftsdeutsch International im Überblick	6
1 Träger der Prüfung	6
2 Information für Interessenten	9
3 Sprachliches Niveau	11
3.1 Niveaustufen des Europarates	11
3.2 Kompetenz in den vier Fertigkeiten	12
4 Prüfungsteilnehmer	14
4.1 Lernerprofile	14
4.2 Kontaktzonen	15
4.3 Fremdsprachenbedarf im beruflichen Kontext	17
4.4 Tätigkeitsprofile	19
Teil 2 Prüfungsziele und -anforderungen	20
5 Globales Lernziel: Fremdsprachliche Handlungsfähigkeit	20
5.1 Fachkompetenz	22
5.2 Methodenkompetenz	24
5.3 Sozialkompetenz	26
5.4 Sprachliche Kompetenz: Wortschatz, Grammatik	27
6 Handlungsketten	29
7 Zielaktivitäten	31
7.1 Informationen	31
7.2 Korrespondenz	32
7.3 Unternehmens- und Produktpräsentationen	32
7.4 Berichte, Protokolle	33
7.5 Gespräche, Besprechungen, Verhandlungen	33
8 Ausdrucksmittel in beruflichen Situationen	34
8.1 Vorstellung	34
8.2 Formeller Brief	34
8.3 Unternehmenspräsentation	35
8.4 Auftragsgespräche	36
8.5 Gesprächsstrategien	37
Teil 3 Prüfungsformen und -inhalte	41
9 Leseverstehen	41
10 Hörverstehen	47
11 Schriftlicher Ausdruck	52
12 Mündliche Kommunikation	56
Anhang	62
Auswahlbibliografie für PWD Vorbereitungskurse	62
Literaturverzeichnis	66

Vorwort

Ziele Die zunehmende weltwirtschaftliche Verflechtung hat das Interesse an Fremdsprachen stark belebt und insbesondere die Bereitschaft zum Erlernen von Deutsch für Beruf und Wirtschaft zunehmen lassen. Die Beherrschung einer oder mehrerer Fremdsprachen ist heute ein wesentlicher Bestandteil beruflicher Qualifikation. Damit ist auch die Nachfrage nach geeigneten Prüfungen angestiegen, die ein international anerkanntes Zertifikat ausstellen. Aus diesem Grund wurde in den Achtziger Jahren die *Prüfung Wirtschaftsdeutsch International (PWD)* entwickelt. Im Rahmen einer in den Jahren 1998 bis 2000 durchgeführten Revision wurden Prüfungsaufgaben und -inhalte den aktuellen Bedürfnissen angepasst.

Das vorliegende Handbuch soll mit den sprachlichen Anforderungen, den fachlichen Inhalten und dem Ablauf der neuen Prüfung vertraut machen.

Leserschaft Dieses Handbuch wendet sich an vier Gruppen von Lesern:

- Prüfer¹⁾, die mit der Abnahme der PWD beauftragt sind,
- Testkonstrukteure und Lehrbuchautoren, die Prüfungsaufgaben im Format der Prüfung gestalten,
- Kursplaner, die Sprachkurse für Wirtschaftsdeutsch einrichten,
- Lehrkräfte, die im Rahmen eines Kurses auf die *Prüfung Wirtschaftsdeutsch International* vorbereiten,
- Fachöffentlichkeit, die sich über Inhalte und Niveau der Prüfung informieren will.

Die Prüfung Wirtschaftsdeutsch International im Überblick

Teil 1 Hier finden sich alle Informationen über Art, Ziel und Teilnahmevoraussetzung der Prüfung. Für Kursplaner liefert dieser Teil eine differenzierte Beschreibung der Prüfungsteilnehmer. Für die Endabnehmer der Prüfung, also insbesondere Arbeitgeber im In- und Ausland, werden auf der Basis des Referenzrahmens des Europarates die Anforderungen in den einzelnen Fertigkeiten sowie das vorausgesetzte sprachliche Können umrissen.

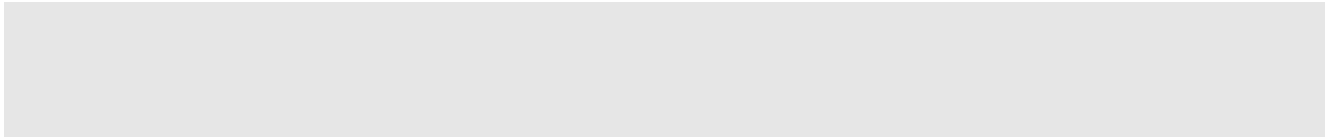
Teil 2 Prüfungsinhalte und -anforderungen

Dieser Teil bietet einen Stoffkatalog der Fachinhalte und grenzt damit den Gesamtbereich Wirtschaftsdeutsch auf den für die Zielgruppe relevanten Kern ein. Er erläutert das der Prüfung zugrunde liegende Modell der Handlungskompetenz als globales Ziel.

Teil 3 Prüfungsformen

Dieser Teil informiert über Umfang und Aufbau der vier Komponenten, über Einzelheiten der Aufgabenstellung, Textsorten und -quellen, Prüfungsziele, Bewertung und Gewichtung. In den Prüfungsteilen

¹⁾ Aus stilistischen Gründen und Gründen der Platzökonomie wird die (maskuline) Pluralform verwendet. Wenn von Teilnehmern, Kandidaten, Prüfern und Kollegen die Rede ist, sind selbstverständlich auch Teilnehmerinnen, Kandidatinnen, Prüferinnen und Kolleginnen gemeint.



Schriftlicher Ausdruck und *Hörverstehen*, Aufgabe 3, wird an je einem Kandidatenbeispiel gezeigt, welche Leistungen erwartet werden.

Informations- und Seminarveranstaltungen

Das Handbuch dient als Grundlage für Seminare zum Prüfertraining. Es ist Teil eines modularen Systems, zu dem als weitere Bestandteile gehören:

- Modellsatz,
- Prüfungsordnung, Durchführungsbestimmungen,
- Trainingsmaterial für Prüfer.

Diese Materialien können zur Aus- und Fortbildung eingesetzt werden. Sie bieten zum einen jenen Kollegen eine Grundlage, die bereits Erfahrung mit dieser Prüfung haben. Zum anderen sind sie als Hilfestellung für Kollegen gedacht, die sich mit den Prüfungsinhalten vertraut machen wollen. Das vorliegende Material eignet sich ebenfalls zur Präsentation vor Fachpublikum oder als erste Information von Interessenten.

Projektberater und -mitarbeiter

Sabine Dinsel, München, Projektmitarbeiterin Prüfungsentwicklung; Volker Eismann, Paris, Autor des Lehrwerks *Wirtschaftskommunikation Deutsch*, Langenscheidt; Dieter Wessels, Bochum, Testkonstrukteur; Konrad Wille, München, Leiter des Lehrwerkprojekts *Wirtschaftskommunikation Deutsch* im Goethe-Institut.

Für die Begutachtung des Modelltests: Anneliese Fearn, Konstanz; Dietmar Krafft, Universität Münster; Rudolf Mayländer, Göppingen; Hartmut Karotki, Goethe-Institut Chicago.

An der Erprobung des Prüfungsmodells haben sich die folgenden Lehrer im In- und Ausland beteiligt: Kay Janke, Goethe-Institut Düsseldorf; Hans-J. Oehlert, Goethe-Institut Freiburg; Ursula Stoiber, Volkshochschule München; Christine Jansen, Goethe-Institut Amsterdam; Christina Cramer, Goethe-Institut Genua; Marion Tardy-Riechers, Goethe-Institut Brüssel; Michael Assel, Goethe-Institut Madrid; Beatrix Hippchen, Goethe-Institut Barcelona; Helga Duhem, Goethe-Institut Paris; Helena Campbell, Goethe-Institut Rotterdam; Ingeborg Henderson, University of California, Davis; Katrin Kunze, International Business School, Budapest; Dr. Gabor Köpeczi-Naby, Tatabanya, Maria Komaromi, Budapest; Irene Pakozdi Gona, Budapest; Györgyi Szalay, Budapest; Irene Posmykiewicz, Goethe-Institut Warschau; Irene Girot, Lausanne.

Der fachliche Teil 2 dieses Handbuchs greift zurück auf Grundlagenarbeiten, die Anneliese Fearn u.a. in einem gemeinsamen Projekt des Goethe-Instituts und der Fachhochschule Konstanz zusammengestellt hat.

München, im Mai 2000

Dieter Klause Gabriele Kniffka Michaela Perlmann-Balme

Teil 1: Prüfung Wirtschaftsdeutsch International im Überblick

1 Träger der Prüfung

Die *Prüfung Wirtschaftsdeutsch International* wurde in Zusammenarbeit zwischen dem Goethe-Institut, dem Deutschen Industrie- und Handelstag (DIHT) sowie den Carl Duisberg Centren (CDC) entwickelt und wird von diesen drei Institutionen herausgegeben.

Der Deutsch Industrie- und Handelstag (DIHT)

ist die Spitzenorganisation der 82 deutschen Industrie- und Handelskammern. Er vertritt drei Millionen Unternehmen und ist damit die größte deutsche Wirtschaftsorganisation. Der DIHT betreut auch ein weltweites Netz von über 80 deutschen Auslandshandelskammern und Büros der deutschen Wirtschaft, die Außenhandel und Investitionen fördern. Aus- und Weiterbildung von Fach- und Führungskräften ist in diesem Rahmen eine wichtige Aufgabe der Auslandshandelskammern.

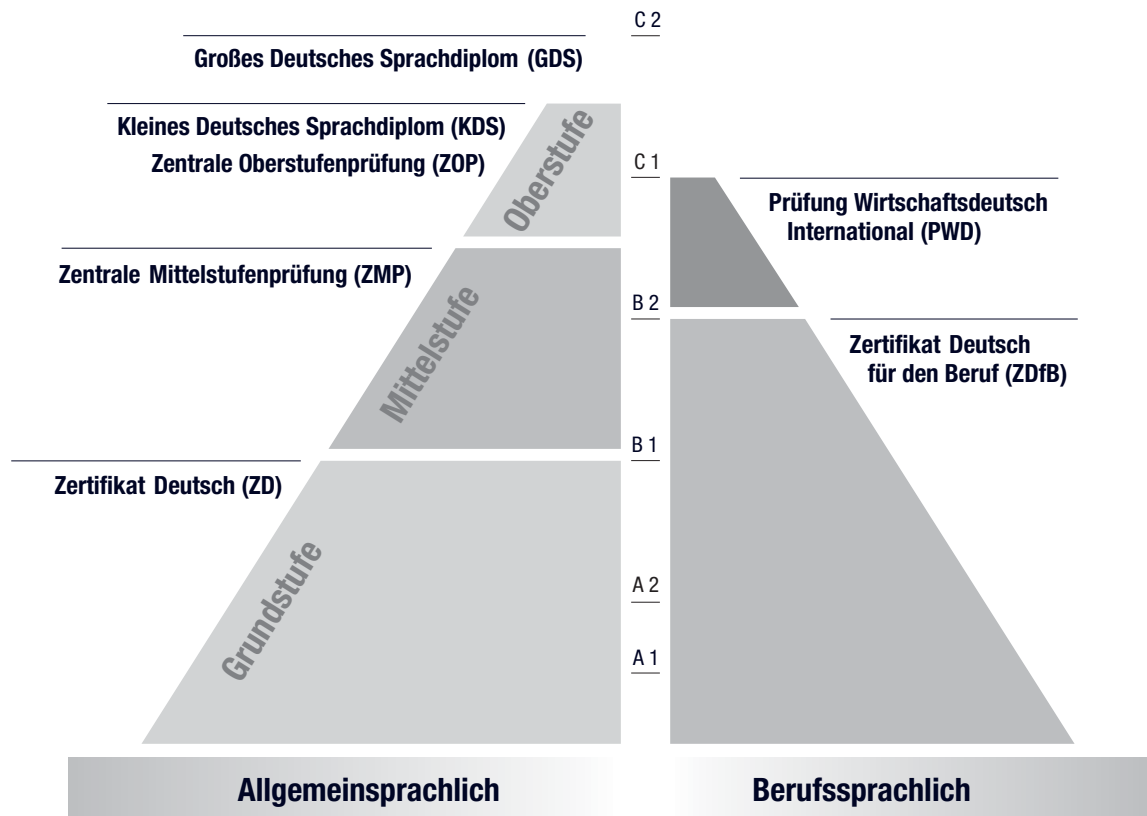
Die Carl Duisberg Centren Gemeinnützige GmbH (CDC)

ist Partner deutscher und ausländischer Kunden für internationale Personalentwicklung. Sie bietet Deutsch- und Fremdsprachenkurse, Sprachreisen, technische Fortbildung sowie Hochschulprogramme und Study tours an. In ihren Sprachkurscentren in Köln, Dortmund, Mannheim, Berlin, Hannover, München, Radolfzell und Saarbrücken lernen insbesondere ausländische Fach- und Führungskräfte praxisnah und bedarfsgerecht die deutsche Sprache, bevor sie eine Weiterbildung oder berufliche Tätigkeit in Deutschland beginnen. Vor allem im Bereich des fachsprachlichen Deutschunterrichts (z.B. Wirtschaft, Technik, Umweltmanagement) zählt CDC zu den führenden Anbietern.

Das Goethe-Institut e.V.

ist eine weltweit tätige Organisation, die im Auftrag der Bundesrepublik Deutschland die Pflege der deutschen Sprache und die internationale kulturelle Zusammenarbeit fördert. 127 Kulturinstitute in 75 Ländern führen Kulturprogramme durch, erteilen Sprachunterricht, unterstützen Lehrer, Universitäten und Behörden bei der Förderung der deutschen Sprache und stellen aktuelle Informationen über Deutschland zur Verfügung. Die 15 Institute in Deutschland vermitteln deutsche Sprache und Kultur an Gäste der Welt. Das Goethe-Institut bietet sieben international angesehene Sprachzertifikate an. Diese sind bei Arbeitgebern und öffentlichen Institutionen bekannt und geschätzt.

Prüfungen des Goethe-Instituts



Die PWD ist einer der beiden berufssprachlichen Bausteine im Angebot international anerkannter Sprachprüfungen des Goethe-Instituts. Die Definition des sprachlichen Niveaus der neuen PWD orientiert sich an den Stufenbeschreibungen des Europarates sowie der *Association of Language Testers in Europe (ALTE)*, dessen Gründungsmitglied das Goethe-Institut ist (vgl. auch S. 11). Bei der Revision der PWD wurden die Qualitätskriterien der ALTE zugrundegelegt und in folgender Weise berücksichtigt:

Auswahl von Prüfungsmaterialien

Die von den drei Trägern gebildete Testkommission ist verantwortlich für die Auswahl der Testmaterialien. Die Auswahl erfolgt auf der Grundlage der in Teil 3 dieses Handbuchs niedergelegten Vorgaben über zu prüfende Fertigkeiten, sprachliche Komplexität, fachliche Inhalte etc. Als Material für die Prüfungsaufgaben werden authentische Texte aus der Fachpresse sowie aus der betrieblichen Praxis verwendet. Die Auswahl erfolgt einerseits nach stufenspezifischen Sprachhandlungen gemäß dem Referenzrahmen des Europarats, andererseits nach zielgruppenspezifischen Zielaktivitäten.

Erstellung von Prüfungsaufgaben	Diese Aufgabe obliegt erfahrenen Testkonstrukteuren. Prüfungsmaterialien werden vor dem Einsatz unter Prüfungsbedingungen in Sprachkursen an Goethe-Instituten und Carl Duisberg Centren in Deutschland erprobt. Die Ergebnisse dieser Probeläufe werden ausgewertet und analysiert.
Korrektur und Bewertung	Die schriftlichen Prüfungsarbeiten werden lokal, d. h. am jeweiligen Prüfungszentrum korrigiert und auf der Grundlage einheitlicher Kriterien von jeweils zwei Prüfern unabhängig voneinander bewertet. Die mündliche Prüfungsleistung wird von mindestens zwei Prüfern unabhängig voneinander beurteilt.
Qualifikation der Prüfer	Einer der Prüfer in der mündlichen Prüfung ist ein Fachmann aus der Wirtschaft. Er beurteilt insbesondere die fachliche Angemessenheit. Ein erfahrener Sprachlehrer bewertet als zweiter Prüfer vor allem die sprachliche Leistung der Prüfungsteilnehmer. Auf diese Aufgabe werden die Sprachlehrer mit eigens für diesen Zweck entwickelten Schulungsmaterialien aus- bzw. fortgebildet.
Prüfungsergebnisse	Prüfungsergebnisse werden innerhalb von 60 Tagen nach der schriftlichen Prüfung in Form von Punkten und Prädikaten (<i>sehr gut, gut, befriedigend, ausreichend</i>) vergeben. Die Ergebnisse werden den Teilnehmern nach der Prüfung in Form einer Zeugnisurkunde mitgeteilt und bestätigt.
Sicherheit und Datenschutz	Die mit der Durchführung der Prüfung betrauten Institutionen garantieren für die ordnungsgemäße Durchführung der Prüfung, die Geheimhaltung der Prüfungsmaterialien sowie den Datenschutz.

2 Information für Interessenten

Art der Prüfung Die *Prüfung Wirtschaftsdeutsch International* ist eine zentrale Feststellungsprüfung. Sie wird weltweit nach einheitlichen Standards durchgeführt und von Arbeitgebern in vielen Ländern als Nachweis berufssprachlicher Deutschkenntnisse auf weit fortgeschrittenem Niveau geschätzt.

Ziel der Prüfung In der *Prüfung Wirtschaftsdeutsch International* weisen die Prüfungsteilnehmer nach, dass sie die deutsche Sprache im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit und des beruflichen Umfeldes in Wort und Schrift sicher und differenziert verwenden können. Insbesondere zeigen sie, dass sie in der Lage sind,

- ein breites Spektrum sprachlich komplexer und fachlich anspruchsvoller authentischer mündlicher und schriftlicher Texte aus dem wirtschaftlichen Kontext rezeptiv und produktiv zu verarbeiten,
- sich mündlich über berufliche und wirtschaftliche Sachverhalte in der deutschen Sprache korrekt, situationsadäquat und differenziert zu äußern,
- den geschäftlichen Schriftverkehr in angemessener Form abzuwickeln.

Teilnahmevoraussetzung Die Prüfung ist für alle Interessierten offen, die Deutsch **nicht** als Muttersprache sprechen. Sie kann erstmals mit vollendetem 18. Lebensjahr abgelegt werden. Die Teilnahme an der Prüfung ist **nicht** an den Besuch eines bestimmten Kurses gebunden.

Prüfungsteile und -dauer Die *Prüfung Wirtschaftsdeutsch International* besteht aus einer schriftlichen Prüfung in drei Teilen sowie einer mündlichen Prüfung in Form einer Einzelprüfung.

Komponente	Minuten	Punkte	Gewichtung
Leseverstehen	75	100	25 %
Hörverstehen	60	100	25 %
Schriftlicher Ausdruck	45	100	25 %
Mündliche Kommunikation	20	100	25 %

Bestehen der Prüfung und Prädikate

Pro Prüfungsteil werden maximal 100 Punkte vergeben. Davon müssen zum Bestehen eines Prüfungsteils jeweils mindestens 50 % erreicht werden. Die Prüfung ist insgesamt bestanden, wenn in jedem Prüfungsteil mindestens die Note *ausreichend*, d.h. mindestens 50 Punkte, erzielt wurden.

Punkte	Prädikat
100 bis 92	sehr gut
unter 92 bis 81	gut
unter 81 bis 67	befriedigend
unter 67 bis 50	ausreichend
unter 50	nicht bestanden

Bei nicht bestandener Prüfung erhält der Prüfungsteilnehmer eine entsprechende schriftliche Mitteilung des Prüfungszentrums. Eine nicht bestandene Prüfung kann zweimal wiederholt werden. Ist nur die mündliche Prüfung nicht bestanden, kann sie unter Anerkennung der schriftlichen Prüfungsleistungen einmal innerhalb eines Jahres wiederholt werden.

Zeugnisse

Hat der Prüfungsteilnehmer die gesamte Prüfung bestanden, erhält er eine Zeugnisurkunde, in der die Ergebnisse der Einzelprüfungen und ein Gesamtergebnis aufgeführt sind. Auf der Zeugniserückseite befindet sich eine Erläuterung der Prüfungsergebnisse in der jeweiligen Landessprache.

Prüfungsorte

Derzeit wird die *Prüfung Wirtschaftsdeutsch International* in circa 30 Ländern an verschiedenen Institutionen durchgeführt. Im **Ausland** kann die Prüfung an Auslandshandelskammern, Goethe-Instituten oder Carl Duisberg Centren sowie bei Institutionen, die eine Prüfungslizenz haben, abgelegt werden. In Deutschland kann sie an Goethe-Instituten, Carl-Duisberg-Centren sowie bei Institutionen, die eine Prüfungslizenz haben, abgelegt werden.

Prüfungstermine

Die schriftliche Prüfung findet im Ausland zweimal pro Jahr – jeweils am zweiten Samstag im Mai und November – statt. Die mündliche Prüfung folgt in einem Zeitraum von vier Wochen nach der schriftlichen Prüfung. Im Inland findet die Prüfung nach Bedarf statt. In der Regel kann sie am Ende eines Intensivkurses abgelegt werden.

Anmeldung zur Prüfung

Prüfungsbewerber wenden sich an das nächstgelegene Prüfungszentrum. Das Prüfungszentrum legt die Fristen für die Anmeldung sowie die am Ort geltende Prüfungsgebühr fest, die bei Anmeldung zu entrichten ist.

3 Sprachliches Niveau

3.1 Niveaustufen des Europarats

Als Referenzrahmen für die Bestimmung des sprachlichen Niveaus der *Prüfung Wirtschaftsdeutsch International* dient das *Common European Framework of Reference*²⁾ des Europarats mit seiner sechsstufigen Einteilung der fremdsprachlichen Kompetenz. Als zweiter Bezugsrahmen dient die fünfstufige Skala, die von der *Association of Language Testers in Europe (ALTE)* erarbeitet wurde.

Die *Prüfung Wirtschaftsdeutsch International* ist eine Prüfung auf weit fortgeschrittenem sprachlichen Niveau mit entsprechender fachsprachlicher Ausrichtung. Sie liegt am oberen Ende des Europarat-Niveaus C1 bzw. am oberen Ende der ALTE-Stufe 4.

A Basic User		B Independent User		C Proficient User	
A1	A2	B1 Kontakt- schwelle	B2	C1	C2
ALTE Break trough	ALTE Stufe 1	ALTE Stufe 2	ALTE Stufe 3 Zertifikat Deutsch für den Beruf	ALTE Stufe 4 Prüfung Wirtschafts- deutsch Inter- national	ALTE Stufe 5

Die Zielgruppe der *Prüfung Wirtschaftsdeutsch International* ist grundsätzlich die gleiche wie die der Prüfung *Zertifikat Deutsch für den Beruf (ZDfB)*. Die PWD ist allerdings sowohl hinsichtlich der fachsprachlichen Inhalte wie auch hinsichtlich der erwarteten sprachlichen Leistung oberhalb des ZDfB angesiedelt. Während sich die ZDfB auf berufliche Standardsituationen und Routinetätigkeiten beschränkt, werden bei der PWD komplexe berufliche Situationen und Tätigkeiten zugrunde gelegt. Mit dem Zeugnis der PWD weisen Teilnehmer nach, dass sie die deutsche Sprache in beruflichen Situationen **flexibel** und **effektiv** einsetzen können. Der Absolvent der PWD verfügt über ein breites Spektrum an sprachlichen Mitteln, aus dem er eine angemessene Formulierung wählen kann, um sich klar und differenziert auszudrücken.

²⁾ Council of Europe, 1998. *Modern Languages: learning, teaching, assessment. A Common European Framework of Reference*. Straßburg: Council of Europe. Derzeit existiert keine deutsche Übersetzung der Termini zur Stufenbezeichnung.

3.2 Kompetenzbeschreibung der vier Fertigkeiten ³⁾

Bezogen auf die vier Fertigkeiten lässt sich der Grad der Sprachbeherrschung wie folgt beschreiben:

Produktion: Sprechen

Der Prüfungsteilnehmer kann im beruflichen Kontext:

- intentions- und situationsangemessen sowie flüssig und spontan sprechen.
- an ausführlichen Gesprächen über die meisten berufsorientierten Themen aktiv teilnehmen.
- an einer Diskussion teilnehmen, selbst wenn es sich um unbekannte Themen handelt.
- einen zur Diskussion stehenden Punkt flüssig und ohne fremde Hilfe entwickeln und in Einzelheiten erörtern sowie gut auf Einwürfe reagieren.
- überzeugend argumentieren, auf Fragen und Kommentare reagieren und auf komplexe Gegenargumente flüssig, spontan und angemessen eingehen.
- klare, präzise, gut gegliederte mündliche Darstellungen von komplexen Sachverhalten geben, wobei einzelne Punkte entwickelt, Ansichten / Stellungnahmen argumentativ untermauert, begründet und mit Beispielen belegt und Schlussfolgerungen gezogen werden.
- eine Problemstellung oder einen Sachverhalt klar darstellen und dabei Gründe oder Folgen anführen, Vor- und Nachteile verschiedener Lösungsvorschläge abwägen.
- eine passende Wendung aus einem unmittelbar verfügbaren Spektrum an Diskursmitteln wählen, um seine Äußerungen in angemessener Weise einzuleiten, wenn er das Wort ergreifen oder behalten will.
- nachfragen, um das Verständnis zu sichern und in zweifelhaften Punkten Klarheit zu erlangen.

Produktion: Schreiben

Der Prüfungsteilnehmer kann im beruflichen Kontext:

- klare, gut gegliederte Texte verfassen und dabei relevante Gesichtspunkte hervorheben, Stellung nehmen, Argumente stützen, mit Begründungen und relevanten Beispielen untermauern und zu angemessenen Schlussfolgerungen kommen.
- sich in der Geschäftskorrespondenz klar und präzise ausdrücken und dabei flexibel und effektiv auf den Adressaten eingehen.

³⁾ Verwendet wurden der ALTE-Fragebogen „Ihre Sprachfertigkeiten“, Teil B: Arbeit (1998) sowie das „Framework“ des Europarates.

Rezeption: Lesen

Der Prüfungsteilnehmer kann im beruflichen Kontext:

- ein breites Spektrum sprachlich und inhaltlich komplexer Texte aus dem beruflichen Umfeld, unabhängig davon, ob sie in sein Fachgebiet fallen oder nicht, verstehen und dabei Einzelheiten sowie explizite und implizite Meinungsäußerungen identifizieren.
- lange Texte überfliegen und dabei relevante Einzelheiten lokalisieren.
- geschäftliche Korrespondenz verstehen unter gelegentlicher Benutzung eines Wörterbuchs.

Rezeption: Hören

Der Prüfungsteilnehmer kann im Rahmen seiner beruflichen Tätigkeit:

- ein breites Spektrum an sprachlich und inhaltlich komplexen Texten verstehen, einschließlich umgangssprachlicher Gebrauchsformen, und kann darin Einzelheiten sowie die zugrunde liegende Haltung und die Beziehung zwischen Sprechern identifizieren.
- den meisten Vorträgen, Gesprächen und Debatten mit relativer Leichtigkeit folgen.
- komplexen Interaktionen zwischen Gesprächspartnern in Gruppendiskussionen folgen, selbst wenn es sich um unbekannte Themenbereiche handelt.
- ein breites Spektrum an idiomatischen Ausdrücken und Redewendungen verstehen und die Register-Veränderungen richtig einschätzen.
- längeren Äußerungen folgen, selbst wenn diese nicht klar strukturiert sind und Beziehungen zwischen den Kommunikationspartnern nur implizit und nicht explizit signalisiert werden.

4 Prüfungsteilnehmer

4.1 Lernerprofile Die PWD wendet sich an Erwachsene, die Deutsch im Rahmen ihrer derzeitigen oder zukünftigen beruflichen Tätigkeit und im beruflichen Umfeld verwenden wollen, unabhängig davon, in welcher Branche sie arbeiten.

Je nach Art und Umfang des mitgebrachten fachlichen Vorwissens kann die Zielgruppe heterogen zusammengesetzt sein. Zwei Hauptzielgruppen lassen sich unterscheiden:

- Teilnehmer **mit** Praxiserfahrung,
- Teilnehmer **ohne** Praxiserfahrung in einem Unternehmen.

Stichproben aus dem Jahr 1998 haben ergeben, dass mehrheitlich Teilnehmer ohne Praxiserfahrung Vorbereitungskurse für die PWD besuchen.⁴⁾

Aufgrund dieser Zusammensetzung der Zielgruppe bietet die Prüfung Szenarien bzw. Situationen an, die sowohl von Teilnehmern mit als auch von solchen ohne Praxiserfahrung bearbeitet werden können. Neben allgemein verständlichen Texten der innerbetrieblichen Kommunikation werden auch öffentlich zugängliche Zeitungstexte verwendet.

Die Prüfungsteilnehmer zur PWD lassen sich in drei Gruppen mit unterschiedlichen Lernzielen unterteilen:

Berufstätige Dabei handelt es sich meist um Teilnehmer mit Praxiserfahrung in Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen. In der Regel sind es Mitarbeiter von Unternehmen, die wirtschaftliche Beziehungen zum deutschsprachigen Markt haben, oder von Unternehmen, die Tochtergesellschaften deutscher Unternehmen sind. Zu dieser Gruppe zählen aber auch selbstständig tätige Vertreter und Unternehmensberater, Repräsentanten eines heimischen Unternehmens in Deutschland wie z.B. Außendienstmitarbeiter. Im Einzelnen handelt es sich um

- **Fach- und Führungskräfte**, d.h. Mitarbeiter auf den Ebenen des unteren und mittleren Managements, die in allen Abteilungen tätig sind und dort unterschiedliche Funktionen wahrnehmen,
- **Sachbearbeiter**⁵⁾, die mit Kunden und Lieferanten Kontakt haben, Korrespondenz bearbeiten, Kosten z.B. von Geschäftsreisen erfassen, Messebesuche vor- und nachbereiten etc.,

⁴⁾ 1998 wurde an 21 Goethe-Instituten weltweit (Athen, Barcelona, Bratislava, Brüssel, Budapest, Dublin, Istanbul, Kopenhagen, Lima, London, Madrid, Mailand, Moskau, New York, Paris, Prag, Rio de Janeiro, Sofia, St. Petersburg, Sydney und Warschau) eine Umfrage zur PWD durchgeführt.

⁵⁾ Unter dieser Bezeichnung werden im deutschsprachigen Raum verschiedene Berufsbilder und Tätigkeitsbereiche zusammengefasst, z.B. Bürokaufmann/-frau, Fremdsprachenkorrespondenten.

- **Assistentinnen** und **Sekretärinnen**, die ihrem Chef/ihrer Chefin in allen Bereichen zuarbeiten, für Bürokommunikation zuständig sind, Gespräche mit Geschäftspartnern führen,
- **Praktikanten**, die nur vorübergehend im Unternehmen tätig sind und verschiedene Abteilungen kennen lernen.

Studierende Dabei handelt es sich um Teilnehmer ohne bzw. mit sehr geringer Praxiserfahrung. Sie bereiten sich in ihrem Heimatland oder in einem deutschsprachigen Land auf eine berufliche Tätigkeit in einem der oben genannten Arbeitsbereiche vor. Es sind vor allem Studierende an Hochschulen, Wirtschaftsakademien, Handelsschulen o.ä. der folgenden drei Studienrichtungen:

- wirtschaftswissenschaftliche Fächer, z.B. Betriebswirtschaft oder Volkswirtschaft,
- Germanistik bzw. Deutsch,
- Ingenieurwissenschaften, Maschinenbau, Elektrotechnik, Chemie.

Lehrer Dabei handelt es sich um ausländische Deutschlehrerinnen und -lehrer, die sich auf Wirtschaftssprache Deutsch spezialisieren wollen, um den Bedarf an solchen Kursen in ihrem Heimatland zu decken. Die PWD bedeutet für diese Lehrer eine Zusatzqualifikation.

4.2 Kontaktzonen Die Zielgruppen kommen mit Deutschsprachigen in unterschiedlichen beruflichen Kontaktzonen in Berührung. Die Kommunikation auf Deutsch kann stattfinden:

- im Heimatland und somit im muttersprachlichen Umfeld,
- in einem deutschsprachigen Land bzw. Umfeld,
- in internationaler Umgebung, etwa auf einer internationalen Tagung, die in einem Drittland veranstaltet wird.

Wenn die Kommunikation in einem deutschsprachigen Land stattfindet, kann Deutsch Kontakt- und Arbeitssprache oder – etwa für Zuwanderer, die dauerhaft bleiben wollen – Integrationssprache sein.

Die Prüfung bietet Szenarien bzw. Situationen an, die sowohl im Heimatland wie auch im deutschsprachigen Raum adäquat sind.

Deutsch als Kontakt- und Arbeitssprache

Heimatland / muttersprachliche Umgebung	z.B. als Mitarbeiter in einem deutschen Betrieb bzw. einer Tochtergesellschaft, z.B. BMW-Niederlassung in Paris.	Kommunikation z.B. mit deutschsprachigen Kollegen, Geschäftspartnern.
	z.B. als Mitarbeiter in einem einheimischen Betrieb, der Wirtschaftsbeziehungen zu Unternehmen im deutschsprachigen Raum hat, z.B. eine ungarische Softwarefirma, die Aufträge auf dem deutschsprachigen Markt akquiriert, oder eines griechischen Lebensmittelgroßhändlers, der deutschen Käse nach Griechenland einführt.	Kommunikation z.B. mit deutschsprachigen Handels- und Kooperationspartnern.
Internationales Umfeld, Drittland	z.B. als Teilnehmer einer internationalen Konferenz oder Tagung.	Kommunikation z.B. mit deutschsprachigen Konferenzteilnehmern.
Deutschsprachige Umgebung	z.B. als Besucher oder Aussteller auf einer Messe, z.B. der <i>Cebit</i> in Hannover.	Kommunikation z.B. mit deutschsprachigen Ausstellern und Besuchern, alten und neuen Kunden, einer Messeleitung, Werbeagenturen, der Presse.
	z.B. als Facharbeiter, Praktikant oder Trainee, z.B. ein indischer Softwareentwickler während eines dreimonatigen Praktikums bei Siemens.	Kommunikation z.B. mit deutschsprachigen Ausbildern.
	z.B. als Repräsentant eines einheimischen Unternehmens in Deutschland, z.B. einer italienischen Strickmodenfirma in Deutschland.	Kommunikation z.B. mit deutschsprachigen Kunden.

Deutsch als Integrationsprache

Deutschsprachige Umgebung	z.B. in einem deutschen Unternehmen, z.B. als amerikanischer Analyst bei einer deutschen Bank, zuständig für die Beobachtung des nordamerikanischen Marktes.	Kommunikation z.B. mit deutschsprachigen Kollegen, Ausbildern, Vorgesetzten, Mitarbeitern, dem Betriebsrat.
----------------------------------	--	---

4.3 Fremdsprachenbedarf im beruflichen Kontext

Welche Tätigkeiten sind von den Prüfungsteilnehmern in der beruflichen Praxis durchzuführen? Um diese Frage zu beantworten, lohnt sich ein Blick zum einen auf Bedarfsanalysen, zum anderen auf Tätigkeitsprofile der klassischen Berufsgruppen der PWD-Teilnehmer.

Aus Umfragen, die in verschiedenen Ländern sowohl von Goethe-Instituten (Irland, Polen) wie auch von anderen Institutionen wie Deutsche Welle, Carl Duisberg Centren und Deutscher Industrie- und Handelstag (Mittel- und Osteuropa, GUS) durchgeführt wurden, lassen sich wichtige Ergebnisse und Trends hinsichtlich der Inhalte und Fertigkeiten herausarbeiten, die Absolventen der PWD in ihrer anschließenden beruflichen Praxis benötigen:

- Umfragen in Irland (1988) und Polen (1994) zufolge werden Deutschkenntnisse vor allem benötigt, um Kontakte mit **Kunden** und **Lieferanten** aufzubauen und zu pflegen, insbesondere bei **Messebesuchen** und in Form von (**Telefon-**) Gesprächen.
- In 56 % aller befragten Unternehmen in Namibia (1993) wird oft mit deutschsprachigen Kunden auf Deutsch **verhandelt**, in 44 % auch **betriebsintern** häufig Deutsch gesprochen.
- Nach einer Umfrage in den USA (1994) wird bei deutsch-amerikanischen Geschäftskontakten vor allem in den Bereichen **Handel, Management, Marketing** auch auf Deutsch kommuniziert.
- Laut einer Umfrage bei finnischen Unternehmen mit Niederlassungen in Deutschland (1995) sagten 88,5 % der Befragten in Deutschland und 61,5 % der Befragten in Finnland, dass sie wöchentlich **Geschäftsbriefe** auf Deutsch schreiben. 38,5 % der Befragten in Deutschland und 27,9 % der Befragten in Finnland schreiben monatlich **Protokolle** auf Deutsch, 36,5 % der Befragten in Deutschland schreiben wöchentlich, 24 % monatlich **Broschüren** und **Pressemitteilungen** auf Deutsch.
- Bei Umfragen in Mittel- und Osteuropa sowie GUS (1996) wurde die **mündliche** Kommunikation auf Deutsch im Berufsalltag als besonders wichtig genannt. Für 82 % ist Deutsch als **Verhandlungssprache** sehr wichtig oder wichtig, für 71 % ist die **Kontaktaufnahme** mit Deutschen sehr wichtig bzw. wichtig, für 70 % **Präsentationen** in deutscher Sprache, für 67 % Telefonieren auf Deutsch, 48 % sehen im **Messtraining** auf Deutsch ein wichtiges Lernziel.
- Eine Untersuchung in China (1999) ergab, dass Deutsch besonders in kleineren und mittelständischen deutschen Firmen verwendet wird, und somit in Unternehmen mit relativ großer Abhängigkeit vom Mutterhaus in Deutschland. In international operierenden Unternehmen ist Englisch dagegen die Lingua franca.

Veränderungen im Fremdsprachenbedarf

Umfrageergebnisse, wie z.B. die aus Irland, zeigen, dass Fremdsprachenbedarf in enger Verbindung mit Exportaktivitäten ins deutschsprachige Ausland gesehen werden. Darüber hinaus beobachtet Jürgen Beneke (1995) in jüngster Zeit einen zunehmenden Fremdsprachenbedarf jenseits der klassischen Berufsgruppe der Im- und Exportkaufleute. Global tätige Konzerne, wie z.B. in der Automobilindustrie, machen fremdsprachige Kommunikationsprozesse bis tief in die Organisation hinein, von der Unternehmensspitze bis zum Buchhalter und Pförtner, notwendig.

„Sehr viele Menschen im Wirtschaftsprozess, tendenziell fast alle, müssen über (fast) alles so kommunizieren können, dass sie in die Lage versetzt werden, arbeitsfähige Gruppen oder Teams zu bilden, die konstruktiv miteinander arbeiten und tolerant miteinander leben können.“⁶⁾

Das hat zum einen zur Folge, dass die frühere Bündelung fremdsprachiger Kommunikation auf wenige Spezialisten zunehmend seltener wird. Zum anderen nimmt die Anzahl von Themen und Inhalten zu, über die kommuniziert wird. Tätigkeitsprofile wandeln sich also. Dies gilt in besonderem Maße für die klassische Sekretariatsfunktion ebenso wie für die der Fremdsprachenkorrespondenten.

⁶⁾ Deutscher Volkshochschulverband, Goethe-Institut (Hg.) *Das Zertifikat Deutsch für den Beruf*. Frankfurt a.M. 1995, S. 14.

4.4 Tätigkeitsprofile

Die beiden teilnehmerstärksten Zielgruppen der PWD, die bereits im Berufsleben stehen, sind zum einen Sekretärinnen und Assistentinnen, zum anderen Sachbearbeiter und Angehörige der mittleren Führungsebene eines Unternehmens.

Tätigkeitsprofile für diese Berufsgruppen lassen relevante Zielaktivitäten erkennen, in denen von Fall zu Fall auch die Fremdsprache Deutsch verwendet wird.

Sekretariat und Assistenz

Die Art und der Umfang der Aufgaben, die die Sekretärin oder Assistentin übernehmen können, sind selbstverständlich in hohem Maße von der Position der Vorgesetzten, von deren Fachgebiet und deren Bereitschaft zur Delegation abhängig.⁷⁾

Mündlich

- Beratung des Vorgesetzten,
- Entscheidungsvorbereitung,
- Betreuung von Auszubildenden,
- Vorbereitung von Mitarbeitergesprächen,
- Verhandlungen führen,
- Kontaktpflege (z.B. Besucher, Kunden, Kooperationspartner betreuen), Öffentlichkeitsarbeit (Veranstaltungen organisieren, Produktinformation geben).

Schriftlich

- Selbstständiges Korrespondieren,
- Erstellen und Auswerten von Protokollen,
- Informationsmanagement (Aktenführung, Auswerten von Büchern und Zeitschriften, Quellen, Belege, Zitate zusammenstellen, Statistiken erstellen).

Sachbearbeitung, untere und mittlere Führungsebene

Mündlich

- Kontakte mit Kunden, z.B. als Aussteller auf einer Messe, aufbauen und pflegen,
- Produkte präsentieren,
- Verhandlungen,
- Personal einstellen,
- Vorstellungs- und Mitarbeitergespräche führen.

Schriftlich

- Nicht standardisierte Korrespondenz (z.B. per E-Mail) abwickeln,
- Entwerfen von Reden und Referaten,
- Berichte, Stellungnahmen, interne Mitteilungen verfassen,
- Informationsmanagement (z.B. Statistiken erstellen).

⁷⁾ Assistenz 3/1998, abgedruckt in Markt 13/S. 5

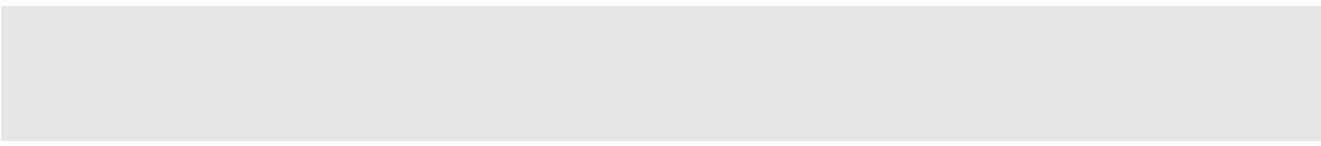
Teil 2 Prüfungsziele und -anforderungen
5 Globales Lernziel: Fremdsprachliche Handlungsfähigkeit

Fachkompetenz	Methodenkompetenz	Sozialkompetenz
<p>Fachliche Inhalte der Berufs- bzw. Fachsprache Wirtschaft</p> <p>wird geprüft in</p> <hr/> <p>allen Prüfungsteilen</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Sammeln, Organisieren und Vermitteln von Informationen, ● Präsentations- und Gliederungstechniken, ● Gesprächsstrategien <p>wird geprüft in</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ● Leseverstehen, Aufgabe 1 – 4 ● Mündliche Kommunikation, Aufgabe 2 und 3, Schriftlicher Ausdruck 	<p>Fähigkeit, Gedanken, Gefühle und Einstellungen von Kommunikationspartnern wahrzunehmen und sich situations- und personenbezogen zu verständigen</p> <p>wird geprüft in</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ● Mündliche Kommunikation, ● Schriftlicher Ausdruck
Sprachkompetenz		
<p>wird geprüft in</p> <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ● Wortschatz ● Grammatik ● Phonetik <p style="text-align: right;">Leseverstehen, Aufgabe 4 Schriftlicher Ausdruck, Mündliche Kommunikation</p>		

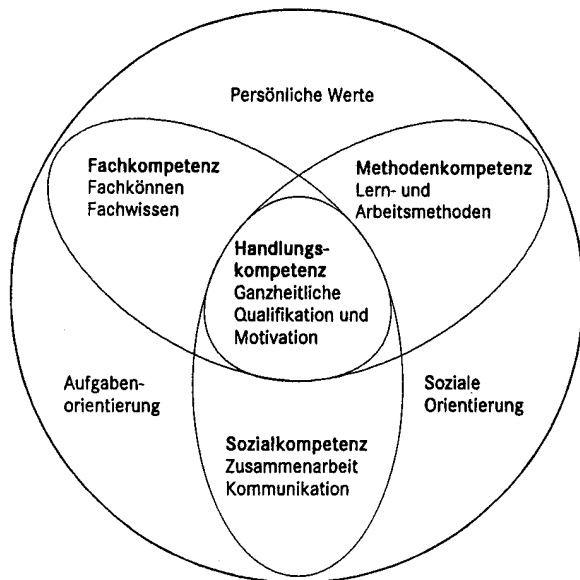
Globales Lernziel Globales Lern- und Prüfungsziel der PWD ist fremdsprachliche Handlungsfähigkeit bezogen auf komplexe berufliche Situationen. Mit der Betonung des Prinzips der Handlungsfähigkeit vollzieht sich im Vergleich zu PWD alt eine Verlagerung des Schwerpunktes in den Prüfungszielen. Im Mittelpunkt steht damit nicht mehr allein die sprachliche Kompetenz, d.h. in erster Linie die Kenntnis der entsprechenden deutschen Termini. Zusätzlich sollen Schlüsselqualifikationen wie z.B. Informationsverarbeitung und Präsentationstechniken überprüft werden.

Orientierung an der Wirtschaft Damit entspricht das globale Prüfungsziel den Anforderungen, die auch Experten der Wirtschaft an die Inhalte einer modernen Ausbildung und an berufsbezogene Prüfungen stellen. So etwa fordert das Bundesinstitut für Berufsbildung „komplexe und ganzheitliche Aufgaben, Projekte, Beratungs- und Kundengespräche, die geeignet sind, in einer Prüfungssituation die beruflichen Handlungsfähigkeit der Auszubildenden zu ermitteln“⁸⁾. Die Ausbildungsordnung für Reisebürokaufleute verdeutlicht den Paradigmenwechsel von der reinen Fachausbildung zu einem ganzheitlichen

⁸⁾ Vgl. Pressemitteilung des BIBB unter dem Titel „Moderne Prüfungen für moderne Berufe!“ vom 02.06.1999; BIBB (1999) 93



Ausbildungskonzept: „Der gleichberechtigte Anspruch von Fachkompetenz, Methodenkompetenz und sozialer Kompetenz beendet die Dominanz der beruflichen Fachkompetenz. In einem kommunikationsintensiven Ausbildungsberuf wie dem des Reiseverkehrskaufmanns/ der Reiseverkehrskauffrau spielt die soziale Kompetenz eine bedeutende Rolle.“⁹⁾



Besonders prägnant wird dieses neue Konzept in dem Ausbildungskonzept von Mercedes-Benz: Handlungskompetenz als globales Lernziel entfaltet sich nach diesem Modell in den Dimensionen von Fachkompetenz; Methodenkompetenz und Sozialkompetenz.¹⁰⁾ In einer Sprachprüfung wie der PWD tritt die sprachliche Kompetenz hinzu.

In welcher Weise sich handlungsorientierte Aufgaben in der PWD an der beruflichen Praxis orientieren, zeigt das folgende Beispiel.

Handlungsorientierte Aufgaben

Zielaktivität	Kontext	Aufgabe
Unternehmens- und Produktpräsentation	Suche nach einem Vertriebspartner	<p>Situation <i>Besuch bei einem zukünftigen Geschäftspartner</i></p> <p>Stimulus, z.B. <i>Folien mit Umsatzzahlen</i></p> <p>Kompetenzen</p> <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Fachkompetenz, z.B. Umsatz benennen,</i> ● <i>Sozialkompetenz, z.B. Höflichkeit,</i> ● <i>Methodenkompetenz, z.B. Stoff auf der Basis von Folien frei präsentieren</i> ● <i>Sprachkompetenz, z.B. „Wir erzielen einen Gewinn von ...“</i>

⁹⁾ Erläuterungen zur Verordnung über die Berufsausbildung zum Reiseverkehrskaufmann/ zur Reiseverkehrskauffrau, BIBB 1999, S. 93.

¹⁰⁾ Mercedes Benz AG, Betriebliche Bildung, Zentrale, Eine Ausbildungsmethode - Ausbildung am Arbeitsplatz.

5.1 Fachkompetenz

Berufs- und fachbezogene Kommunikation setzt neben Sozial- und Methodenkompetenz auch Kompetenz im Fach, d.h. Fachwissen und damit Fachsprachenkenntnisse, voraus.

Teilnehmer der PWD bringen unterschiedliche berufliche Erfahrung und ein breites Spektrum an zum Teil sehr unterschiedlichen Branchen- und Fachkenntnissen mit. In der PWD ist daher Fachwissen nicht im Sinne eines fachlichen Subsystems, zum Beispiel Fachsprache Bankwesen oder Fachsprache Finanzwesen, zugrunde gelegt. Vorausgesetzt ist vielmehr ein Grundverständnis von wirtschaftlichen Abläufen, von wirtschaftsbezogenen beruflichen Kontexten und berufsbezogenen Mitteilungsabsichten.

Die Aussagen deutscher Geschäftsführer bzw. Repräsentanten kleiner und mittlerer Unternehmen in China bestätigen erstens, dass **Grundkenntnisse** ausreichend, und zweitens, dass Kenntnisse in der Betriebswirtschaft, im Marketing und Management, relevanter und bedarfsge rechter sind als Kenntnisse in der Volkswirtschaftslehre.

” *Es gibt zunächst die **Grundbegriffe**, die jeder versteht. Wie ist ein Unternehmen aufgebaut, was sind (die) Produktionsfaktoren, wie hängen Produktion, Investition, Finanzierung und Absatz zusammen, wie funktioniert eigentlich ein Unternehmen. (...) Ich würde also darauf achten, bei einer Vorstellung eines Mitarbeiters, (...) dass die Basis geschaffen ist für wirtschaftliche **Grundzusammenhänge**.*

*Es macht ja vielleicht nicht unbedingt Sinn, sich als Germanistikstudent zusätzlich noch auf Bankbetriebslehre oder Transportwesen zu spezialisieren. Sondern Germanistikstudenten sollten versuchen, eine doch relativ breite **BWL**-Zusatzbildung zu bekommen. Er wird bei dem Bewerbungsgespräch daraufhin getestet werden, und wenn er da zu verstehen gibt, dass er eigentlich im Grunde von Management eine Ahnung hat, dann wird jeder Chef sagen, das Spezielle können wir (ihm) auch beibringen. Wichtig ist, dass er erst einmal eine Grundlage hat.*

*Man muss sich eigentlich **volkswirtschaftlich** aus den Medien bilden. Man muss das volkswirtschaftliche Geschehen also verfolgen. So ein richtiges tief greifendes Volkswirtschaftsstudium wird sehr schnell theoretisch. Es wird nur noch 5 % von dem gebraucht, was man eigentlich gelernt hat.¹¹⁾ “*

¹¹⁾ Zhao (1999)

Die Prüfungsteilnehmer sollen Basiskenntnisse in folgenden Themen mitbringen:

Marketing

Markt

- Marktbeobachtung, -forschung, -position, -segmente, -volumen,
- Angebot, Nachfrage, Wettbewerb, Käuferverhalten.

Produkt

- Produkteinführung, -entwicklung, -planung.

Distribution

- Vertrieb (direkter, indirekter Absatz),
- Handelsformen (Einzel-, Großhandel),
- Absatzmittler (Reisender, Handelsvertreter),
- Verkaufsniederlassungen, Auslandsvertreter, Franchising, Lizenznehmer, Joint Venture.

Kontrahierung

- Auftragsabwicklung (Anfrage, Angebot, Bestellung, Rechnung, Liefer- und Zahlungsbedingungen, Reklamation, Mahnung),
- Internationaler Zahlungsverkehr,
- Güterverkehr; Logistik (Lager, Verpackung, Versand, Transport).

Kommunikation

- Präsentationen,
- Messen und Ausstellungen,
- Werbung (Planung, Werbemittel und -träger).

Management

Unternehmensorganisation

- Rechtsformen: Einzelunternehmen, Personengesellschaften (OHG, KG), Kapitalgesellschaften (GmbH, AG), Handelsregister und Firma,
- Organisationsstrukturen, Aufbau- und Ablauforganisation, Funktionsbezeichnungen (Gruppe, Abteilung, Stab, Linie), Matrix,
- Informationsfluss,
- Unternehmenskooperation,
- Führungsleitsätze und -stile, Unternehmensphilosophie, Geschäftskultur,
- Projektmanagement.

Personal

- Personalentwicklung,
- Bewerbung und Einstellung: Anforderungsprofil, Arbeitsplatzbeschreibung,
- Arbeitsvertrag,
- Aus- und Fortbildung,
- Mitbestimmung,
- Teamarbeit, Projektteams.

Rechnungswesen, Controlling

- Bilanz: Jahresabschluss,
- Gewinn-/Verlustrechnung.

Rahmenbedingungen

Wirtschaftsgeographie

- Standorte, Standortfaktoren,
- Regionen.

Nationale und internationale Organisationen

- Auslandshandelskammern,
- Industrie- und Handelskammern,
- Europäische Union.

Volkswirtschaft

- Konjunktur,
- Banken und Börse,
- Währung.

5.2 Methodenkompetenz

Gleichberechtigter Bereich neben Fach- und Sozialkompetenz ist die Methodenkompetenz. Dabei geht es um das Wissen, wie etwas zu tun ist. Gemeint sind damit Strategien und Methoden, Aufgaben erfolgreich und zeitökonomisch zu bewältigen. Methodenkompetenz umfasst folgende Techniken: ¹²⁾

Sammeln und Organisieren von Informationen

Informationskompetenz gehört zu den Schlüsselqualifikationen, die in allen Berufen relevant sind. Voraussetzung ist der zielgerichtete Umgang mit Texten.

Zur gezielten **Informationssammlung** müssen die Prüfungsteilnehmer wissen, dass verschiedene Textsorten unterschiedlich aufgebaut sind bzw. wo und in welcher Form die gesuchten Informationen zu finden sind. Auf Texte, die zur Entnahme von Kernaussagen nur rasch überflogen werden müssen, sollte entsprechend weniger Zeit verwendet werden als auf Textsorten, die ein genaues Lesen und Verstehen von Einzelheiten erfordern.

Beim **Organisieren** der Informationen geht es vor allem darum, sich Exzerpte und Stichworte zu machen. Aufgrund dieser Exzerpte soll das Gehörte oder Gelesene zusammengefasst werden.

Wenn sie Texte lesen oder hören, verwenden die Prüfungsteilnehmer die folgenden der Textsorte angemessenen Rezeptionsstrategien.

Selektives Verstehen

d.h. die gezielte Auswahl von Informationen, Fakten, Daten. Im Vordergrund steht die Fähigkeit zum raschen Auffinden der gesuchten Informationen in einem Lesetext bzw. das gezielte Herausfiltern von Informationen aus einem Hörtext. Die Teilnehmer sollen zwischen relevanten Informationen und solchen, die nicht zur Lösung benötigt werden, unterscheiden.

Detailliertes Verstehen

d.h. das Verständnis eines gelesenen oder gehörten Textes in nahezu allen Einzelheiten.

Globales Verstehen

d.h. das Verständnis der Kernaussage eines gelesenen oder gehörten Textes und der wesentlichen Inhaltspunkte.

¹²⁾ DIHT 1996, 1 ff

Rezeption	<p>Der Prüfungsteilnehmer kann im beruflichen Kontext:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Fachtexte unterschiedlicher Textsorten und unterschiedlicher Schwierigkeitsgrades lesen und verstehen. ● fachbezogene Informationen aus Formen mündlicher Kommunikation entnehmen und verstehen. ● gelesene und gehörte Informationen verarbeiten, z.B. in Form von Notizen oder Textzusammenfassung.
Vermitteln von Informationen: Präsentations- und Gliederungstechniken	<p>Dazu zählt die Fähigkeit, ein Unternehmen anhand von Folien, Dias u.ä. frei zu präsentieren. Visualisierungstechniken in Form von Graphiken, Schaubildern etc. sind den Prüfungsteilnehmern geläufig. Gliederungstechniken sind beim Aufbau eines Briefes unerlässlich. Dabei sollen die Prüfungsteilnehmer ihre Fähigkeit zur Planung und Strukturierung einer sprachlichen Äußerung unter Beweis stellen. Bei der Bewertung der schriftlichen Textproduktion wird die Übersichtlichkeit unter dem Kriterium Textaufbau berücksichtigt.</p>
Gesprächsstrategien	<p>Die Teilnehmer sollten über ein Spektrum an Redemitteln verfügen, die ihnen eine flexible und situationsadäquate Reaktion ermöglichen. Eine wesentliche Rolle spielt die Beherrschung von Diskussions- und Argumentationstechniken.</p> <p>Im Prüfungsteil Mündliche Kommunikation wird der Einsatz von Gesprächsstrategien unter dem Kriterium Gesprächsfähigkeit bewertet.</p>
Produktion	<p>Der Prüfungsteilnehmer kann im beruflichen Kontext:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● sich klar, fließend und gut strukturiert ausdrücken, zeigt dabei Kenntnis von Gliederungsmitteln, verwendet kohärenz- und kohäsionsstiftende sprachliche Mittel. ● beim Aufbau und der Strukturierung von schriftlichen und mündlichen Äußerungen im beruflichen Kontext Layout und Gliederung konsistent und hilfreich einsetzen.

5.3 Sozialkompetenz Die Sozialkompetenz bezeichnet die Fähigkeit, Gedanken, Gefühle und Einstellungen von Kommunikationspartnern wahrzunehmen und sich situations- und personenbezogen verständigen zu können. Sozialkompetenz bezieht sich also auf das „Wissen, wie“ Kommunikation erfolgreich praktiziert wird. Zur Sozialkompetenz gehören der soziokulturelle und der interkulturelle Bereich. Prüfungsteilnehmer sollen sich mit ihren Kommunikationspartnern rational und verantwortungsbewusst auseinandersetzen, fremdes soziales Verhalten erkennen und sich auf das Gegenüber einstellen können.

Soziokultureller Bereich Soziokulturelle Kompetenz beinhaltet die Fähigkeit, Sprache bezogen auf verschiedene Situationen, Kommunikationspartner und -orte angemessen zu verwenden, z.B. durch die Verwendung von Höflichkeitsformen oder angemessenen Registern beim Verfassen von Briefen oder im Gespräch. Zur Bewältigung der Anforderungen, die bei der mündlichen und schriftlichen Kommunikation im Geschäftsleben gestellt werden, sind Sensibilität für soziale Konventionen, z.B. die Verwendung der richtigen Anrede- und Grußform, unerlässlich.

Interkultureller Bereich Bei der Kommunikation zwischen Menschen mit unterschiedlichen Denkt raditionen und kulturellen Konventionen ist das Wissen um die Andersartigkeit wichtig. So ist beispielsweise der Umgang mit Kritik oder mit Auskünften über das eigene Einkommen von Kultur zu Kultur unterschiedlich.

Produktiv

Mündlich

- Kann das, was er/sie sagen will, situations- und adressatengerecht ausdrücken und den Grad an Formalität annehmen, der den jeweiligen Umständen angemessen ist.
- Kann Kontakte im beruflichen Umfeld mündlich aufnehmen und dabei die passende Anrede- und Höflichkeitsform verwenden.
- Kann sich selbst im beruflichen Werdegang und der bisherigen Tätigkeit angemessen vorstellen.
- Kann im argumentativen Gespräch mit dem Partner seine Gedanken situationsadäquat vortragen, auf Gegenargumente eingehen, eine für beide akzeptable Lösung finden.

Schriftlich

- Kann soziale Kontakte schriftlich aufnehmen und entwickeln, und dabei die eigenen Stärken angemessen hervorheben.

5.4 Sprachliche Kompetenz: Wortschatz, Grammatik

Sprachliches Können	Teilnehmer an der <i>Prüfung Wirtschaftsdeutsch International</i> verwenden die Strukturen des Deutschen sicher. Sie verfügen über einen breiten Wortschatz, der es ihnen ermöglicht, nicht nur Aussagen informativen Inhalts, sondern darüber hinaus im beruflichen Kontext auch Meinungen, Erfahrungen und Gefühle differenziert auszudrücken. Sie sind in der Lage, die Fremdsprache den persönlichen beruflichen Erfordernissen gemäß adäquat einzusetzen. Texte, in denen einzelne weniger häufige Wörter vorkommen, können sie ohne Hilfe eines Wörterbuches erschließen. In schriftlichen Texten ist die Rechtschreibung korrekt, abgesehen von vereinzelt Fluchtigkeitsfehlern.
Wortschatz	Ausgangspunkt für eine Eingrenzung des Wortschatzes ist die Wortliste zum <i>Zertifikat Deutsch für den Beruf</i> ¹³⁾ . Eine darüber hinausgehende Liste von Fachwortschatz findet sich in Desinger e.a. (1999). Eine eigene Wortliste zur <i>Prüfung Wirtschaftsdeutsch International</i> existiert nicht, da eine quantitative Bezifferung des allgemeinsprachlichen sowie des fachlichen Wortschatzes, der in der PWD vorausgesetzt wird, auf dieser Stufe nicht mehr mit ausreichender Präzision möglich ist. Texte auf diesem Niveau weisen eine große Zahl von Wörtern auf, die sich aus bereits bekannten Wörtern ableiten und inhaltlich erschließen lassen. Von den Prüfungsteilnehmern wird erwartet, dass sie über die nötigen Strategien und das nötige strukturelle Wissen über Wortbildung verfügen.
Wortbildungselemente, Strukturen	Der Teilnehmer sollte folgende berufssprachrelevante Wortbildungselemente ¹⁴⁾ und Strukturen sicher beherrschen:
Ableitungen	Verben: <i>der Anstieg, die Zunahme, die Erhöhung, das Wachstum, die Abnahme, der Rückgang, der Absatz, der Vertrieb, die Verwaltung</i> Adjektive: <i>der Selbstständige, der freiberuflich Tätige</i>
Präfixe	an-, z.B. <i>ankaufen</i> außen-, z.B. <i>Außenhandel</i> er-, z.B. <i>erwirtschaften, erhöhen</i> haupt-, z.B. <i>Hauptversammlung, Hauptabteilung</i> hoch-, z.B. <i>Hochzinspolitik, Hochkonjunktur</i> halb-, z.B. <i>Halbfabrikat</i> kurz-, <i>mittel-, lang-</i> , z.B. <i>kurzfristig</i> nach-, z.B. <i>Nachbearbeitung</i> ver-, z.B. <i>verrechnen</i> vor-, z.B. <i>Vorbestellung</i>

¹³⁾ Diese Liste wurde von Prof. Dr. Jürgen Beneke und seinem Team erarbeitet und findet sich in der Broschüre *Lernziele, Wortliste, Testmodell, Bewertungskriterien* (1995) S. 74 ff.

¹⁴⁾ vgl. Karbelaschwilli (1998)

6 Handlungsketten

Fallbeispiel ¹⁵⁾

In der Praxis vollzieht sich sprachliches Handeln in der Regel nicht punktuell, sondern in Handlungsketten. Diese setzen sich aus einer ganzen Reihe von teilweise komplexen sprachlichen Handlungen zusammen. Dazu ein Beispiel aus der Praxis.

Der griechische Lebensmittelgroßhändler Haris plant, deutschen Käse nach Griechenland einzuführen. Er und seine Frau haben in Deutschland studiert und sprechen gut Deutsch. Sie besorgen sich die Adressen der ihnen bekannten Käsehersteller von der Auslandshandelskammer Athen, nehmen brieflich Kontakte auf und werden nach kurzer Korrespondenz von der Firma Quark zu einem Informationsbesuch nach Tupfing eingeladen. Bei der erfolgreich verlaufenden Geschäftsreise geht es um die beiden Firmen, ihre Produkte, ihre Marktstellung, ihr Marketing, um Pläne und Konzepte, Chancen und Risiken. Ein Grobkonzept für den Einstieg des deutschen Käseproduzenten in den griechischen Markt wird entworfen, ein Gegenbesuch in Athen geplant. Dieses Mal geht es um Informationsaustausch bezüglich des griechischen Lebensmittelmarktes und um Marketingüberlegungen inklusive Preiskalkulation. Am Ende des Geschäftsbesuchs fällt die Entscheidung zur Zusammenarbeit. Man trifft Absprachen bezüglich Sortiment, Qualität und Quantität, Zahlungs- und Lieferbedingungen, Marketingvorhaben, Termine, Gebietsschutz, Gewinnbeteiligung, Haftung.

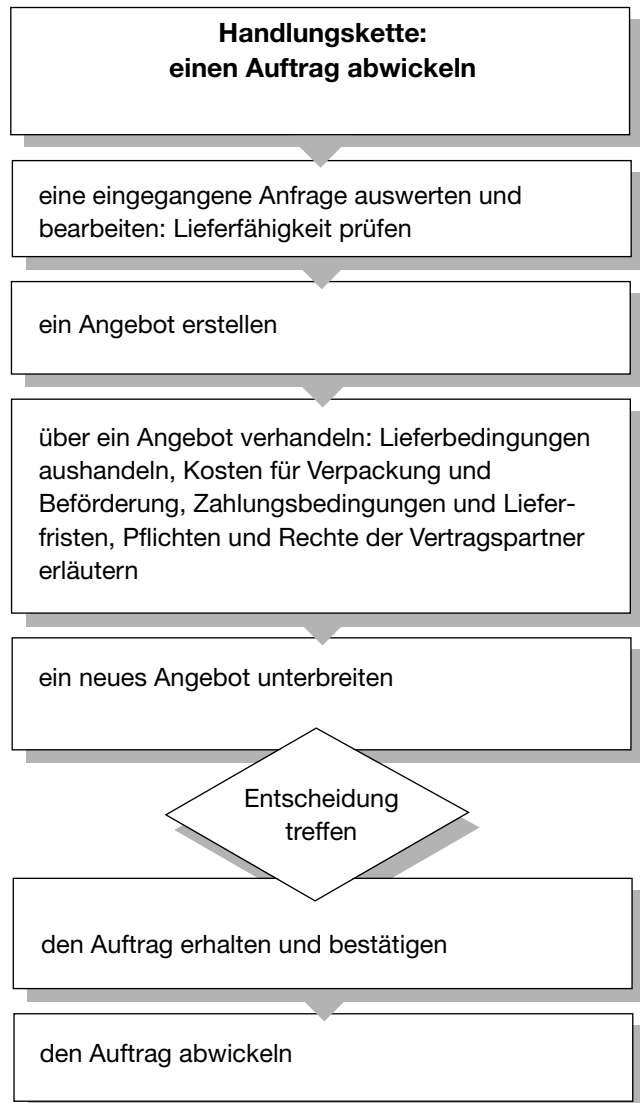
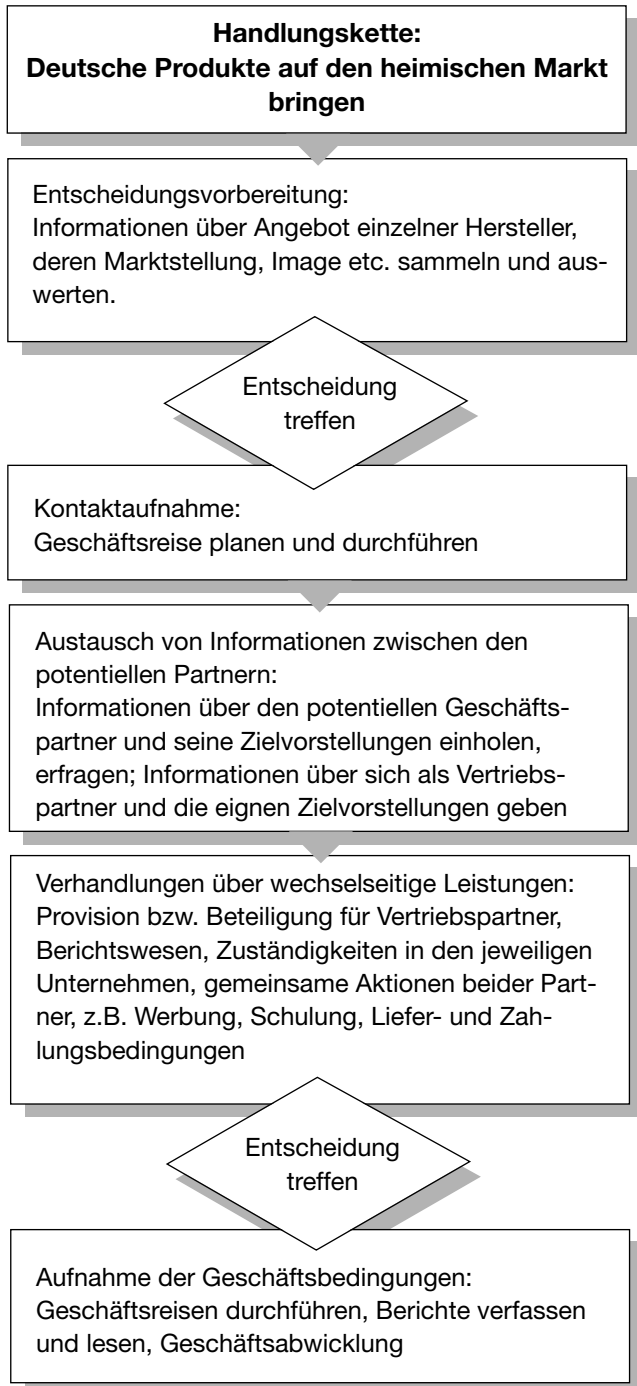
Die Glieder dieser Handlungskette – Entscheidungsvorbereitung, Kontaktaufnahme, Austausch von Informationen zwischen den potentiellen Partnern, Informationen über den potentiellen Geschäftspartner, Verhandlungen über wechselseitige Leistungen, Aufnahme der Geschäftsbedingungen – können auch Teil anderer Handlungsketten sein. So sind etwa Verhandlungen über wechselseitige Leistungen auch Teil der zweiten hier abgebildeten Handlungskette, in der es um die Abwicklung von Aufträgen geht.

Beispiele für Phasen in Handlungsketten ¹⁶⁾ in der *Prüfung Wirtschaftsdeutsch International*

Hörverstehen	Einen telefonisch übermittelten Bericht hören, wichtige Daten mitnotieren, diese für eine anschließende Arbeitsbesprechung zusammenfassen.
Schriftlicher Ausdruck	Eine Anzeige aus dem Internet lesen, daraufhin ein Kontaktschreiben formulieren.
Mündliche Kommunikation	Im Rahmen eines Geschäftsbesuchs sich selber vorstellen, sein Unternehmen präsentieren, über ein Angebot diskutieren.

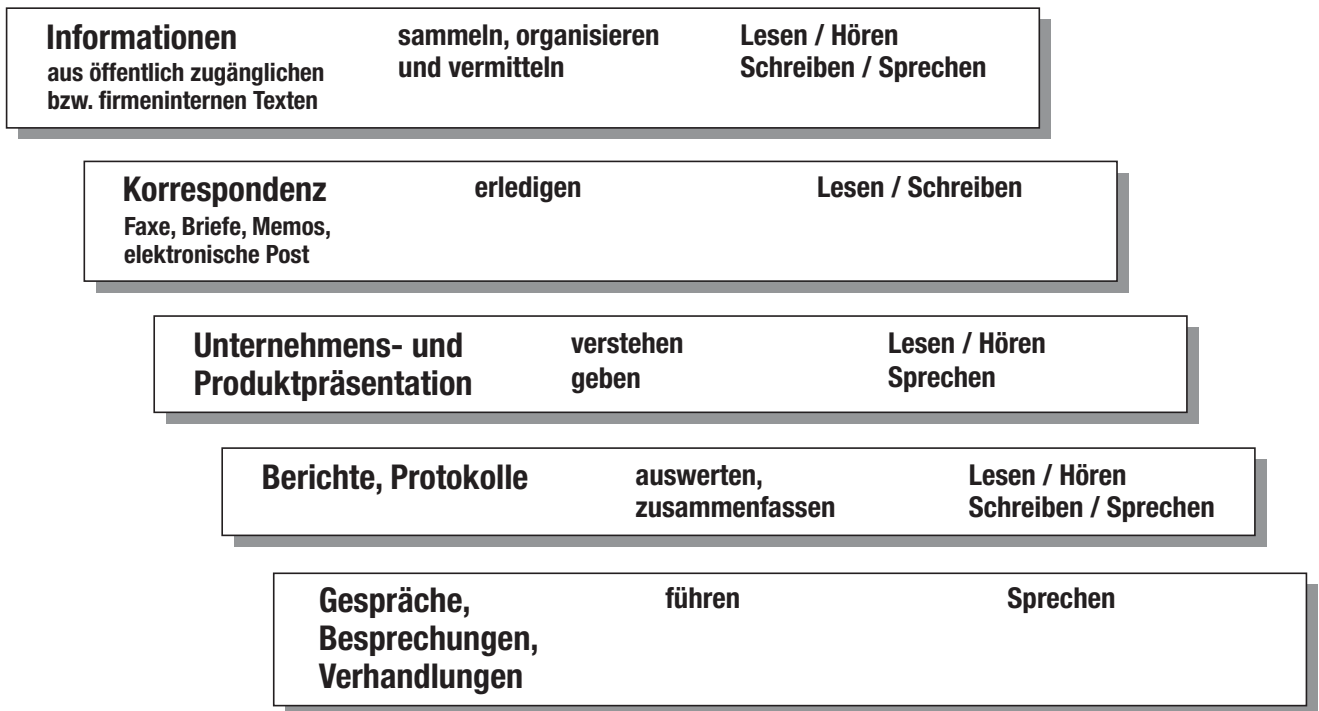
¹⁵⁾ vgl. Fearn's (1998) S. 96

¹⁶⁾ Im Rahmen einer Prüfung können solche komplexe Handlungsketten aus technischen Gründen sowie aus Gründen der Aufgabenvielfalt nur teilweise abgebildet werden.



7 Zielaktivitäten

Zielaktivitäten



7.1 Informationen.¹⁶⁾

- | | |
|--|--|
| Informationskompetenz | <ul style="list-style-type: none"> ● Informationsquellen und Medien (besonders Internet und Printmedien) nutzen; ● Seriosität der Quellen einschätzen; ● rationell lesen, ● Gelesenes exzerpieren, zu Gehörtem Notizen machen. |
| Arbeitsmethodik und Kommunikationsfähigkeit | <ul style="list-style-type: none"> ● Interkulturelle Gespräche führen und dabei höflich kommunizieren, ● Konfliktlösungsgespräche führen, ● Gehörtes und Gelesenes in eigenen Worten zusammenfassen, |
| Präsentationstechniken | <ul style="list-style-type: none"> ● Präsentationsmaterialien organisieren und strukturieren, ● Medien einsetzen, ● gewandt vortragen. |

¹⁶⁾ Knobbe u.a. (1999) S. 15

- Der Prüfungsteilnehmer kann im beruflichen Kontext:
- rezeptiv**
 - Informationsquellen und Medien (besonders Internet und Printmedien) nutzen, Presse- und Branchenberichte auswerten.
 - rationell lesen, d.h. lange und komplexe Texte überfliegen und dabei relevante Einzelheiten lokalisieren.
 - die meisten Artikel, mit denen er/sie in seinem/ihrem beruflichen Bereich zu tun hat, verstehen, einschließlich solcher Inhalte, die in komplexer Sprache ausgedrückt werden.
 - reproduktiv**
 - die meisten Mitteilungen annehmen und weiterleiten, die während eines normalen Arbeitstages anfallen.
 - Aufzeichnungen machen, während z.B. ein Kunde spricht.
 - mündliche Mitteilungen z.B. am Telefon systematisch stichwortartig mitnotieren.
 - produktiv**
 - Gespräche mit Angehörigen anderer Kulturen führen und dabei sich vorstellen und höfliche Umgangsformen pflegen.
 - detaillierte unternehmens-, personen-, produkt- und marktbezogene Informationen angemessen vermitteln.
 - auf Deutsch erhaltene Informationen für jemanden in der Muttersprache zusammenfassen.

7.2 Korrespondenz

- Der Prüfungsteilnehmer kann im beruflichen Kontext:
- rezeptiv**
 - nichtalltägliche Briefe, Faxe, elektronische Post usw., einschließlich von Briefen mit Fachbezug, z.B. solchen, die juristische Vorgänge betreffen verstehen und auswerten.
 - produktiv**
 - sich in der Geschäftskorrespondenz klar und präzise ausdrücken und dabei flexibel und effektiv auf den Adressaten eingehen.
 - die meisten Briefe der geschäftlichen Kommunikation verfassen.

7.3 Unternehmens- und Produktpräsentationen

- Der Prüfungsteilnehmer kann im beruflichen Kontext:
- rezeptiv**
 - öffentlich zugängliche oder firmeninterne Texte, in denen ein Unternehmen vorgestellt wird, auswerten.
 - produktiv**
 - ein Unternehmen anhand von Kenndaten und Zahlenmaterial vorstellen und dabei die Kenndaten nennen, Unternehmensdaten erläutern und werten.
 - Präsentationsmaterialien organisieren und strukturieren.
 - die Interpretation von Ergebnissen gewandt vortragen.
 - Kurven, Diagramme, Tabellen erläutern.

7.4 Berichte, Protokolle

- Der Prüfungsteilnehmer kann im beruflichen Kontext:
- rezeptiv** ● Protokolle, Gesprächsergebnisse und Berichte auswerten.
 - reproduktiv** ● einen Bericht in Form von Notizen auswerten und einen eigenen Bericht damit vorbereiten.
 - produktiv** ● über ein Gespräch Bericht erstatten und (Zwischen-) Ergebnisse dieses Gesprächs schriftlich festhalten.
 - Punkte eines gehörten Berichtes in eigenen Worten erläutern und zusammenfassend darstellen.

7.5 Gespräche, Besprechungen, Verhandlungen

- Der Prüfungsteilnehmer kann im beruflichen Kontext:
- rezeptiv** ● betriebsinternen Besprechungen und Verhandlungen mit Geschäftspartnern folgen, benötigt nur gelegentliche nähere Erläuterungen.
 - produktiv** ● Kontakt- und Koordinationsgespräche mit Geschäftspartnern ergebnisorientiert führen.
 - bei Besprechungen und Sitzungen eigene Redebeiträge formulieren und gewandt auf die Beiträge anderer Sprecher eingehen.
 - in Verhandlungen erfolgreich seine Meinung vertreten und, falls erforderlich, die Notwendigkeit von Leistungen begründen und Bedürfnisse genau erklären.
 - nicht immer den passenden Fachausdruck verwenden, aber Rückfragen zur Verständnissicherung stellen und Vermeidungsstrategien einsetzen, um Schwächen auszugleichen.
 - sich in der mündlichen Kommunikation generell fließend und spontan ausdrücken, fast ohne Anstrengung. Nur ein begrifflich schwieriges Thema kann sein natürliches Sprechtempo behindern.
 - Intonation variieren und den Satzakzent so platzieren, dass Bedeutungsvariationen ausgedrückt werden.

8 Ausdrucksmittel in beruflichen Situationen

8.1 Vorstellung

sich vorstellen	<i>Gestatten, ... (Name). Darf ich mich vorstellen? ... (Name). Erlauben Sie, dass ich mich vorstelle? ... ist mein Name. Oh, tut mir Leid, ich habe mich noch gar nicht vorgestellt. ... ist mein Name. Ich glaube, wir kennen uns noch nicht? Ich bin ...</i>
Position im Unternehmen nennen	<i>gelernter / studierter / promovierter / leitender (+ Beruf / Position)</i>
eigenen Arbeits- und Verantwortungsbereich beschreiben	<i>Ich bin zuständig / verantwortlich / trage die Verantwortung für ... / habe ... zu erledigen Meine Tätigkeit hat etwas mit ... zu tun. / besteht darin, dass ... / Schwerpunkte meiner Arbeit sind ... / Es gehört zu meinen Aufgaben, ... / Ich kann in folgenden Bereichen eigenständig entscheiden / eigenverantwortlich handeln</i>
Vorgesetzten benennen	<i>Mein unmittelbarer Vorgesetzter ist Herr ... / Frau ...</i>
Kenntnisse, Anforderungen beschreiben	<i>Ich verfüge über ausreichende Kenntnisse, um ... Für diese Tätigkeit benötigt man vor allem ... Ich habe umfangreiche / (noch keine) Erfahrung in ... / mit ...</i>

8.2 Formeller Brief

Anrede	<i>Sehr geehrte Damen und Herren, Sehr geehrte Frau ... Sehr geehrter Herr ...</i>		
Datum	<i>München, (den) 17. 03. 2000</i>		
Betreff	<i>Ihre Stellenausschreibung in der FAZ vom ... Ihre E-Mail-Anzeige vom 1. 2.</i>		
Behandlungsvermerk	<i>zu Händen von / dringend / vertraulich / privat usw.</i>		
gängige Abkürzungen	<i>z.Hd. (zu Händen), z.B. (zum Beispiel) d.h. (das heißt) ca. (circa) P.S. (Post Scriptum) Fa. (Firma) KW (Kalenderwoche) MfG (Mit freundlichen Grüßen)</i>	<i>MwSt. (Mehrwertsteuer) BLZ (Bankleitzahl) i.A. (im Auftrag) vgl. (vergleiche) evt. (eventuell) d. M. (des Monats) z.Zt. (zur Zeit)</i>	<i>lt. (laut) s.o. (siehe oben) z.T. (zum Teil) b.w. (bitte wenden) usw. (und so weiter) Abt. (Abteilung)</i>

Bezug	<i>Wir beziehen uns auf Ihr Schreiben vom ... Über Ihr Schreiben vom ... haben wir uns sehr gefreut. Hiermit bewerbe ich mich um die in ... ausgeschriebene Stelle eines / einer ...</i>
Bezug zur Anlage	<i>In der Anlage finden Sie ...</i>
für etwas danken	<i>Wir danken Ihnen für ... Besten Dank für haben wir dankend erhalten.</i>
Schritte zur weiteren Kontaktpflege	<i>Für weitere Informationen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Sollten Sie weitere Fragen haben, wenden Sie sich bitte an Frau / Herrn ... Nähere Details würde ich gerne persönlich mit ... besprechen. Für weitere Fragen / Rückfragen stehe ich Ihnen jederzeit zur Verfügung. Bitte setzen Sie sich mit ... in Verbindung.</i>
Termine bzw. Fristen vereinbaren	<i>Bitte schicken Sie uns die Unterlagen bis ... zurück. Ich würde gern einen Gesprächstermin vereinbaren, und zwar schlage ich den ... vor.</i>
Briefschluss	<i>Ihre Antwort abwartend, verbleiben wir ... Wir hoffen auf Ihr Verständnis und verbleiben ...</i>
Grußformel	<i>Mit freundlichen Grüßen Freundliche Grüße nach ...</i>

8.3 Unternehmenspräsentation

Rechtsform	<i>Die Rechtsform dieser Firma entspricht in etwa der deutschen ... (deutsche Rechtsform: OHG, GmbH, GmbH & Co. KG, KG, AG)</i>
Standort	<i>Unser Unternehmen hat seinen Sitz in ... Unser Firmensitz / Mutterhaus / Unsere Tochterfirmen Wir sind ein bundesweit / weltweit tätiges Unternehmen ... ist in über ... Ländern vertreten / ... hat Niederlassungen in ... Ländern</i>
Alter	<i>Unsere Firma wurde 19.. gegründet. Wir sind ein alteingesessenes / etabliertes / traditionsgebundenes Unternehmen.</i>
Anzahl der Mitarbeiter	<i>Die Firma hat (über / an die / ungefähr / circa / insgesamt) ... Mitarbeiter. Wir beschäftigen ... Mitarbeiter. Unsere Mitarbeiter sitzen überall in der Welt. Wir wollen im nächsten Monat mit diesem Produkt an den Markt gehen.</i>

Marktstellung

am Markt bestehen können / am Markt konkurrenzfähig sein / dem starken Konkurrenzdruck standhalten / die erreichte Marktposition ausbauen / in einen Wachstumsmarkt einsteigen / steigende Auftragslage / gute Ertragslage / überdurchschnittliche Rendite jahrelange Erfahrung / eine Firma expandiert in den ... Markt / nach ... (Land) / Krisen überwinden / Investitionen tätigen

Umsatz

*Wir erzielen / erwirtschaften einen **Gewinn** von ...
Der Gewinn ist (fast) unverändert / konstant geblieben / hat sich nicht / kaum verändert.
Der **Jahresumsatz** lag 1999 bei ... / liegt über dem Durchschnitt vergleichbarer Betriebe / ist (an-)gestiegen / gewachsen / hat um ... zugenommen.
Dieser Unternehmensbereich hat ein **Wachstum** / einen Anstieg / eine Zunahme / eine Erhöhung von ... %.
Der **Börsenwert** des Unternehmens hat sich gut / schlecht / nach oben / nach unten / mittelmäßig entwickelt / halbiert / verdoppelt / verdreifacht / vervierfacht / ist von (über / unter) ... auf ... gestiegen / gesunken
Die **Auftragslage** ist im Vergleich zu ... (Jahr) / zum Vorjahr / zu den Vorjahren steigend / ist um (fast / gut / über / unter / mindestens / höchstens) ... gestiegen / zurückgegangen
Der Rückgang der Aufträge von .. Prozent gegenüber ... (Jahr) / dem Vorjahr ...*

Produkt

*Diese Firma entwickelt ... / stellt ... her / ist spezialisiert auf ...
Die Ausrichtung des Sortiments auf ...
Das Angebot umfasst ... / Wir richten unser Angebot auf ... aus. / Die Breite des Angebots ... Eine Ausweitung des Angebots ist geplant / wurde durchgeführt.
Die Produktpalette umfasst ...
Es handelt sich um Produkte mittlerer / gehobener Qualität / des unteren / mittleren / oberen Preissegments / hoch- / niedrigpreisige Produkte*

8.4 Auftragsgespräche

Angebot

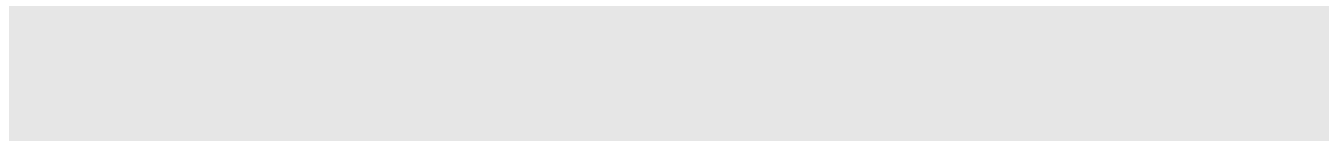
*ein **Angebot** / eine Offerte erstellen / schreiben / formulieren / unterbreiten / abgeben / einreichen / erläutern / abstimmen auf / widerrufen / verhandeln / vergleichen
den speziellen Bedarf des Kunden ermitteln / den Bedürfnissen entgegenkommen
Muster zur Erprobung aushändigen
Vereinbarungen treffen / vereinbaren
einen Vertragsabschluss erzielen*

Auftrag

*einen (dringlichen) **Auftrag** erteilen / entgegennehmen / bestätigen / prüfen / planen / abwickeln / klären*

Preise und Konditionen klären

*günstige **Konditionen** anbieten / aushandeln / über Konditionen verhandeln
Die Kosten für Beförderung / Transport / Lagerhaltung trägt ...
knapp kalkulierte **Preise**
Der Preis liegt bei circa / unter / über ... / beträgt gut / genau ... / bewegt sich um ... /*



Liefer- und Zahlungsbedingungen besprechen	<p><i>beläuft sich auf ...</i> <i>Preisminderung / Preisnachlass verlangen</i> <i>Preisspannen / Preisangaben weitergeben</i> <i>Das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt nicht.</i> <i>Ab welcher Bestellmenge / welchem Auftragswert gibt es Rabatt?</i> <i>Die hohen Qualitätsansprüche, die wir an unsere Produkte stellen, erlauben uns leider nicht, einen Preisnachlass zu gewähren.</i> <i>Aufgrund der großen Nachfrage ...</i> <i>Skonto in Anspruch nehmen / Skonto bei Zahlung innerhalb von ... Tagen nach Rechnungsdatum</i></p> <p><i>die bestellte Ware liefern</i> <i>etwas auf Lager haben / auf Lager sein</i> <i>Lieferungen, solange der Vorrat reicht</i> <i>Liefertermin vorbehalten / nach Vereinbarung (voraussichtlicher) Liefertermin: In der ... Kalenderwoche (KW) / am ... / in ca. ...</i> <i>Lieferzeit: ... – ... Wochen nach Auftragseingang.</i> <i>Der Liefertermin ist einzuhalten / machbar / schwierig / ausgeschlossen.</i> <i>bar / im Voraus / zu einem Zahlungstermin / bei Lieferung / per Nachnahme / innerhalb ... Tagen / in ... Raten zahlen.</i> <i>einen Wechsel ausstellen / eine Anzahlung leisten / auf Raten kaufen / einem Kunden einen Kredit einräumen</i></p>
---	--

8.5 Gesprächsstrategien ¹⁷⁾

um das Wort bitten	<p><i>Entschuldigung, ich möchte dazu gern etwas sagen: ...</i> <i>Ich würde (zu diesem Punkt) gern folgendes sagen: ...</i></p>
sicherstellen, dass man den Gesprächspartner korrekt verstanden hat	<p><i>Ich bin nicht sicher, ob ich Sie richtig verstanden habe – würden Sie das bitte noch mal erläutern.</i> <i>Habe ich Sie richtig verstanden?</i> <i>Wenn ich Sie richtig verstanden habe, meinen Sie ... – ist das korrekt?</i> <i>Sie sagten gerade: ... Würden Sie das bitte erläutern!</i> <i>Was verstehen Sie genau unter dem Begriff ...?</i> <i>Es ist mir noch nicht klar, was Sie meinen, wenn Sie sagen, ...</i></p>
nachfragen	<p><i>Darf ich bitte kurz nachfragen: ...</i> <i>Darf ich (direkt) dazu eine Frage stellen: ...</i> <i>Eine kurze Zwischenfrage, bitte: ...</i></p> <p><i>Entschuldigen Sie bitte, wenn ich Sie unterbreche; ...</i></p>

¹⁷⁾ vgl. Kleines Lexikon Gesprächsstrategien, in: Volker Eismann, Wirtschaftskommunikation Deutsch, München 2000, S. 171 ff.

einen Gesprächspartner unterbrechen	<i>Darf ich da ganz kurz einhaken: ...</i>
sich gegen eine Unterbrechung wehren	<i>Darf ich das bitte zu Ende führen. Einen Augenblick bitte, darf ich das abschließen. Einen Moment bitte, ich bin gleich fertig. Geben Sie bitte noch ... Minuten.</i>
zustimmen	<i>Das sehe ich ganz genauso! Ich teile Ihre Meinung voll und ganz. Ich kann dem nur voll zustimmen.</i>
Zweifel anmelden	<i>Ich bin nicht so ganz sicher, ob ... Ich habe da schon noch einige Zweifel: ... Einerseits ja, andererseits: ...</i>
höflich widersprechen	<i>Ich bin da gar nicht sicher: ... Tut mir leid, aber ich sehe das doch etwas anders. Also, ich kann dem so nicht zustimmen. Ich sehe da schon ein Problem: ...</i>
massiv widersprechen	<i>Entschuldigung, aber das sehe ich ganz anders. Das überzeugt mich nicht. Da muss ich Ihnen widersprechen: ... Für mich stellt sich das anders dar: ...</i>
ergänzen / differenzieren	<i>Ich würde dazu gern noch etwas ergänzen: ... Ich möchte Folgendes hinzufügen: ... Ich denke, da müssen wir zwei Dinge unterscheiden: ... Ich würde das gern etwas genauer erläutern. Das scheint mir zu wenig differenziert.</i>
etwas besonders betonen	<i>Ich finde Folgendes ganz entscheidend ... Ich finde diesen Punkt ganz wichtig. Es erscheint mir dabei besonders wichtig, ... Ich möchte unbedingt unterstreichen, was ... eben / vorhin gesagt hat: ... Das Wichtigste für mich ist Folgendes: ... Ich würde gern auf einen Punkt näher eingehen, der mir besonders wichtig ist.</i>
sich auf einen Gesprächspartner / auf vorher Gesagtes beziehen	<i>Darf ich noch mal auf das zurückkommen, was Sie vorhin gesagt haben: ... Ich würde gern noch mal auf etwas eingehen, was Sie vorhin gesagt haben: ... Wir haben neulich / vorhin ... Folgendes gesagt: ...</i>
	<i>Ich möchte etwas korrigieren. Ich habe vorhin gesagt, ... Ich habe mich da miss-</i>

sich korrigieren	<p><i>verständlich ausgedrückt. Ich meine Folgendes: ...</i> <i>Ich habe mich da vielleicht nicht klar ausgedrückt. Was ich meine, ist Folgendes: ...</i> <i>Ich wollte damit eigentlich Folgendes sagen: ...</i> <i>Ich möchte das noch einmal anders formulieren: ...</i> <i>Darf ich etwas richtig stellen: ...</i></p>
zu einem anderen Punkt überleiten	<p><i>Ich habe noch einen ganz anderen Punkt.</i> <i>Ich würde gern noch einen anderen Punkt ansprechen:...</i> <i>Darf ich noch auf etwas anderes kommen:..</i></p>
sich auf eine Quelle beziehen	<p><i>Ich zitiere: ...</i> <i>Hier, in dem Brief vom ... steht: ...</i> <i>Ich beziehe mich auf die Gesprächsnotiz vom ...</i></p>
einen Vorschlag zum Verfahren machen	<p><i>Ich glaube, so kommen wir nicht weiter. Ich schlage Folgendes vor: ...</i> <i>Ich meine, wir sind da in eine Sackgasse geraten. Ich hätte folgenden Vorschlag: ...</i> <i>Vielleicht sollten wir zunächst klären, ...</i></p>
einen etwas längeren Gesprächsbeitrag strukturieren	<p><i>Ich möchte einiges zum Thema ... sagen: ...</i> <i>Ich will zu folgenden Punkten etwas sagen: ...</i> <i>Ich beginne mit ...</i> <i>Ich komme dann zu ...</i> <i>Ich will etwas ausführlicher eingehen auf ...</i> <i>Ganz kurz behandeln will ich ...</i> <i>Zum Schluss will ich dann noch ...</i></p>
Gespräch abschließen	<p><i>Damit sind wir am Ende angekommen.</i> <i>Abschließend kann man sagen, dass ...</i> <i>Eigentlich würde ich hier gerne schließen. Haben Sie noch Fragen?</i> <i>Ich möchte mir das alles noch einmal in Ruhe überlegen. Sie hören dann von mir.</i> <i>Ich werde Ihnen in Kürze Bescheid geben.</i> <i>Ich würde gern noch um etwas Bedenkzeit bitten.</i></p>
nach der Meinung fragen	<p><i>Was meinen Sie als Fachfrau / Fachmann dazu?</i> <i>Darf ich fragen, was Sie davon halten?</i> <i>Mich würde interessieren, welche Ansicht Sie dazu haben.</i></p> <p><i>Die Untersuchung hat ergeben, dass ...</i></p>

**Meinungsäußerungen
einleiten**

*Wir sehen das im Moment so: ...
Wir gehen jedenfalls davon aus, dass ...
Wir stehen auf dem Standpunkt, dass ...
Ich vertrete die Auffassung, dass ...
Meines Erachtens ...*

eine Meinung äußern

*Soweit ich das beurteilen kann, ist ...
Wenn ich mich nicht irre, ...
Soviel ich weiß, ...*

**Überzeugung
ausdrücken**

*Zweifellos ... / Ohne Zweifel / Es besteht kein Zweifel, dass ...
Es liegt doch auf der Hand, dass ...
Ich bin (davon) überzeugt / zu der Überzeugung gekommen, dass ...*

**auf Verhandlungs-
partner reagieren:
zustimmen**

*Das überzeugt mich. Vielleicht könnte man sogar ...
Ich teile Ihre Meinung voll und ganz.
Was ... betrifft, bin ich mit Ihnen völlig einer Meinung.
Das entspricht (weitgehend / ganz / genau / nicht ganz) unseren Vorstellungen.
Das hat meiner Meinung nach den Vorteil, ...*

**auf Verhandlungs-
partner reagieren:
einschränken**

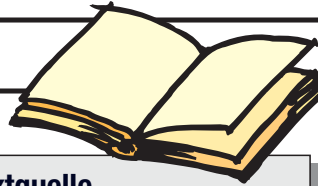
*Das hat meiner Meinung nach den Nachteil, ...
Sollte man nicht bedenken, dass ...
Ich halte es für problematisch, ... / erforderlich ...
Es scheint mir fraglich, ob ...
Ich habe Zweifel, ...
Einerseits ja, andererseits ...*

sich einigen

*Wir kommen Ihnen entgegen, indem ...
Ich bin bereit, hier einige Zugeständnisse zu machen.
Können wir uns auf diesen Vorschlag einigen?
Ich bin einverstanden mit diesem Vorschlag.
Könnten wir folgendermaßen übereinkommen: ...*

Teil 3 Prüfungsformen und -inhalte
9 Leseverstehen

Leseverstehen



Subtest	Prüfungsziel	Textquelle	Aufgabentyp	Items
1	selektive Informationsentnahme	Presstext – Firmenporträt z. B. Ziele, Produkte, Märkte, Geschäftsergebnisse	Notizen schreiben	10
2	detaillierte Informationsentnahme	Presstext – Trends & Themen z. B. neue Form von Geschäftsberichten, Qualitätsmanagement	Richtig-Falsch ankreuzen	10
3	Entnahme von Hauptinformationen	Firmentext – betriebsintern z. B. Protokoll, Aktennotiz, Memo	Zuordnung	5
4	Verwendung von Fachwortschatz im Kontext	Firmentext – kundenorientiert z. B. Prospekt, Werbematerial	Mehrfachwahlaufgabe ankreuzen	10

Umfang und Aufbau

Es handelt sich um eine 75-minütige Prüfung mit vier Subtests. Der Schwierigkeitsgrad der Subtests 1 bis 4 ist ansteigend. In welcher Reihenfolge die Subtests bearbeitet werden, bleibt den Prüfungsteilnehmern überlassen. Jeder Subtest besteht aus einem authentischen Text. Alle Lesetexte zusammengenommen – ohne Anweisungs- und Aufgabentexte – umfassen etwa 1000 Wörter. Dazu sind 35 Aufgaben zu lösen.

Aufgabenstellung

Die Arbeitsanweisungen der Subtests skizzieren jeweils eine realistische Situation aus dem beruflichen Kontext, z.B. eine Konferenz. Zu bearbeiten sind an der Realität orientierte Aufgaben, z.B. das zielgerichtete Lesen eines Protokolls. Zur Bewältigung der Aufgaben zum Leseverstehen sind einerseits Fachkompetenz, andererseits Methodenkompetenz, z.B. der richtige Umgang mit der Textsorte „Protokoll“, notwendig.

Prüfungsziel

Je nach Aufgabenstellung und Textsorte ist ein anderer **Lesestil** gefragt: Selektives oder gezieltes Lesen, um bestimmte Informationen herauszusuchen, werden in den Subtests 1 und 3 überprüft. Detailliertes oder intensives Lesen, bei dem alle zentralen Aussagen zu erfassen sind, wird in Subtest 2 überprüft. Subtest 4 überprüft die Kompetenz im Bereich

Wortschatz. Darin geht es um die sinngemäße und syntaktisch korrekte Textergänzung. Die Arbeitsanweisung gibt in den einzelnen Subtests einen Hinweis darauf, welcher Lesestil anzuwenden ist.

- Textsorten und -quellen** Der Prüfungsteil Leseverstehen bietet solche Textsorten an, die typischerweise im beruflichen Alltag auftreten. Die Subtests 1 und 2 verwenden Texte aus Tageszeitungen, Zeitschriften, Broschüren und Pressemitteilungen, die wirtschaftliche Themen in journalistischer und damit allgemein verständlicher Sprache präsentieren. Bei den Subtests 3 und 4 liegen dagegen authentische firmeninterne Texte zugrunde, die im Rahmen der Kommunikation innerhalb eines Betriebs und zwischen Betrieben verwendet werden. Verfasser dieser Texte sind Firmenmitarbeiter. Die Textquelle ist zur besseren Orientierung der Teilnehmer jeweils angegeben.
- Bewertung** Die Höchstpunktzahl beträgt bei den Subtests 1, 2 und 3 jeweils 20 Punkte, bei Subtest 4 beträgt sie 40 Punkte. Die Prüfungsleistungen werden von zwei geschulten Prüfern bewertet. Jede richtige Lösung wird mit einem Punkt bewertet, alle erreichten Punkte werden addiert und bei den Subtests 1 und 2 mit zwei, bei den Subtests 3 und 4 mit vier multipliziert. Fehler in der Rechtschreibung und Grammatik werden in Subtest 1 nicht bewertet, nur für absolut sinnentstellte Notizen gibt es keinen Punkt.
- Gewichtung** Im Prüfungsteil Leseverstehen sind maximal 100 Punkte zu erzielen. Dieser Prüfungsteil trägt somit 25 % zum Gesamtergebnis der Prüfung bei.

Leseverstehen Subtest 1

Prüfungsziel: Selektives Verstehen

Geprüft wird die Fähigkeit zur selektiven Entnahme von Hauptaussagen und wichtigen Detailinformationen. Voraussetzung dazu ist die Fähigkeit zur Unterscheidung von relevanten Informationen und solchen, die nicht zur Lösung der Aufgabe benötigt werden.

Prüfungsform: Dieser Subtest besteht aus einem Text von etwa 350 Wörtern. Es handelt sich um einen Text mit hoher Informationsdichte. Als Textquelle dienen Zeitungsartikel, in denen ein Journalist eine Firma, einen Unternehmer oder eine neues Unternehmenskonzept vorstellt. Aus diesem Text sind zehn Kenndaten des Unternehmens bzw. zehn Hauptinformationen herauszusuchen. Dazu sind in der Aufgabe zehn Stichpunkte in Rasterform vorgegeben; die dazu passenden Informationen müssen im Text gesucht und notiert werden. Die Anordnung der einzelnen Aufgaben folgt nicht dem Textverlauf.

Arbeitszeit: etwa 20 Minuten

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

DYNASTIEN, AUSSENSEITER; NEWCOMER: Eckart-Werke GmbH & Co. KG, Fürth

Mit Gold- und Silberbronze zur goldenen Nase

Das bereits 1876 in Franken gegründete Familienunternehmen glänzt bei Metallpigmenten als erfolgreicher "global player".

(SZ) Alter allein ist kein Verdienst. Wenn aber ein Familienunternehmen im stolzen Alter von gut 120 Jahren sich jung genug fühlt, um noch einmal so richtig durchzustarten, und das auch noch im Zeitalter der Globalisierung, dann muss mehr als unternehmerisches Glück dahinterstecken. Als Beispiel für eine solche Unternehmenskarriere kann die 1876 gegründete Eckart-Werke GmbH & Co. KG, Fürth, gelten. Dabei ist das Wort vom Durchstarten durchaus wörtlich zu nehmen, befasst sich die mittelsächsische Firma doch traditionsgemäß mit Metallpigmenten. Und diese mikroskopisch kleinen Pulverbestandteile fahren weltweit in Abermillionen metallfarbenen Autos mit und verteilen diesen Karossen ihren aufpreispflichtigen edlen Schimmer. In Europa haben die weltweit in 80 Ländern aktiven Fürther, die symbolträchtig einen Ritter in goldener Rüstung nebst wehender Standarte im Firmenemblem führen, bei Metallpigmenten gut ein Drittel Marktanteil. So stark wollen sie in den nächsten fünf Jahren auch im Autoland USA werden. Die Eckart-Gruppe setzte 1997 mit etwa 1400 Beschäftigten, von denen 950 in Deutschland arbeiten, bei einer Exportquote von 65 Prozent rund 500 Millionen DM um.

Es waren Hugenotten aus Frankreich, die das Handwerk der Gold- und Silberschläger nach Franken brachten. Der Urgroßvater der heutigen Eckart-Eigner, Carl Eckart, war gelernter Goldschläger. 1876 gründete er in Fürth das Familienunternehmen.

ein Mühlrad die Stampfwerke an. Auch im Marketing war er seiner Zeit voraus, denn er beschäftigte bereits Künstler als Designer für die Warenpräsentation, und machte so Eckart-Erzeugnisse weltweit zum Markenartikel.

Weil zu jener Zeit jedoch mit Bronzepulver noch kein fertiger Lack hergestellt werden konnte, wurden die Substanzen getrennt verpackt ausgeliefert und erst unmittelbar vor Gebrauch vom Kunden gemixt. "Es war ein Riesengeschäft," begeistert sich noch heute Carl F. Eckart über die unternehmerischen Talente seiner Vorfahren.

Aber schon bald wollte er nicht mehr den Hammer schwingen und mechanisierte deshalb den Handwerksbetrieb. Und so stellten fortan Maschinen Bronzepulver aus Messing her. Gold war dem sparsamen Handwerksmeister nämlich zu teuer. Dieses Pulver wurde an Drogisten, Bilderrahmenhersteller und Spiegelfabrikanten verkauft.

Carl Eckarts Sohn Jacob baute um die Jahrhundertwende den Betrieb zu einem Mini-Industrieunternehmen aus. Wasserkraft trieb über



Quelle: Süddeutsche Zeitung, 11/12/13.04.1998

Arbeitszeit: etwa 20 Minuten

Firmendaten	
Name	(0) <u>Eckart-Werke GmbH & Co. KG</u>
Rechtsform	(1) _____
Firmensitz	(2) _____
Anzahl der Mitarbeiter	
weltweit	(3) _____
Verkaufsergebnis	
	(4) _____
Marktanteile	
Fünf-Jahres-Ziel für die USA	(5) _____
Produkt heute	
Verwendung des Produkts	(6) _____
	(7) _____
Innovation um die Jahrhundertwende	
Besonderheit der Verpackung	(8) _____
in der Produktion	(9) _____
im Marketing	(10) _____

Leseverstehen Subtest 2

Prüfungsziel: Detailliertes Verstehen

Geprüft wird das genaue Verstehen eines Textes hinsichtlich der darin enthaltenen Aussagen und Meinungen.

Prüfungsform: Dieser Subtest besteht aus einem informativen Text von etwa 300 Wörtern. Es handelt sich um die Textsorte Bericht, wie sie in Wirtschaftsteilen der Zeitungen und Wirtschaftszeitschriften zu finden ist und in der Trends und Tipps für den beruflichen Kontext gegeben werden. Die Aufgabe enthält zehn Aussagen bzw. Empfehlungen; nur ein Teil davon entspricht den Aussagen des Textes. Die Prüfungsteilnehmer müssen entscheiden, ob die einzelnen Aussagen bzw. Empfehlungen die Textaussage adäquat wiedergeben oder nicht und dementsprechend in der Spalte „ja“ oder „nein“ ein Kreuz machen. Die Anordnung der einzelnen Aufgaben folgt dem Textverlauf.

Arbeitszeit: etwa 20 Minuten

Aufgabe 2: Als Mitarbeiter eines Teams erarbeiten Sie Vorschläge für eine kundenorientiertere Gestaltung des Geschäftsberichtes. Sie lesen dazu auch folgenden Zeitungsartikel. Kreuzen Sie bei den Nummern 11 bis 20 an, welche der folgenden Feststellungen und Empfehlungen der Text enthält („ja“) und welche nicht („nein“).

Geschäftsberichte werden langsam verständlicher

Geschäftsberichte haben sich in den vergangenen vier Jahren kräftig geändert, und viele Gesellschaften versuchen, ihre Jahresabschlüsse knapper und für den Leser verständlicher zu präsentieren. Die Untersuchung von Geschäftsberichten der 100 größten europäischen Unternehmen durch die Marketing-Gesellschaft Peter Prowse Associates ergab, dass sich die kontinentaleuropäischen Berichte immer mehr dem amerikanischen und britischen Vorbild angleichen.

Immer mehr Jahresberichte fangen sofort mit dem Vorstandsbericht und einer Zusammenfassung der wichtigsten Finanzkennzahlen an, konzentrieren sich also auf das, was die Aktionäre interessiert. Die Aufsichtsratsberichte und weitschweifende Abhandlungen über allgemeine Themen werden öfter nach hinten gestellt oder weggelassen.

Die Berichte werden kürzer und persönlicher formuliert. Manche Gesellschaften zeigen zudem, wie sich ihre Aktie im Vergleich oder Branchenindex entwickelte - so auch die deutschen Gesellschaften Hoechst und Allianz.

Eine positive Tendenz sei, dass die Unternehmen nicht mehr so aufwendiges Material für ihren Geschäftsbericht verwendeten, mehr umweltfreundliches Papier einsetzen und Tabellen und Graphiken aussagefähiger prä-

sentierten. Kritisiert wird allerdings, dass zu wenige Unternehmen langfristige Jahresvergleiche ihres Unternehmens in Graphiken darstellen. Dies geschieht leider, weil man sonst die oft schlechtere Entwicklung besser erkennen könnte.

Sehr gelobt wird der neue magazinähnliche Stil mancher Geschäftsberichte, die durch Bilder, unterschiedliche Themen und Querverweise den Aktionär zum Lesen animieren und ihn nicht mit langweiligem Material erschlagen. Beispielfähig sei hier der Geschäftsbericht von BASF, der wie ein wissenschaftliches Magazin aufgemacht sei, oder die Berichte von Hoechst und BMW, die fast wie Verbraucher-Magazine angelegt seien. Auch bei Daimler sei zu erkennen, dass sich der Bericht von der reinen Verkaufsbroschüre eher zu einem magazinähnlichen Bericht ändere.

Die britische Marketing-Gesellschaft kritisiert, dass fast kein Unternehmen Geschäftsberichte auf CD-Rom oder Internet anbiete. Manche Berichte seien auch sehr inlandsorientiert - die Berichte der Commerzbank, Deutschen Bank und RWE seien zum Beispiel sehr deutsch. Letztlich würden sich die Geschäftsberichte langfristig wohl auf ein europäisches Muster einstellen, erwartet Peter Prowse. Als beste Geschäftsberichte in Europa wurden unter anderem die Berichte von Hoechst und der Allianz ausgewählt.

Quelle: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 20.3.1996

Arbeitszeit: etwa 20 Minuten

Feststellungen und Empfehlungen im Text

ja nein

- | | | |
|---|-------------------------------------|-------------------------------------|
| (01) Deutsche Marketing-Gesellschaften sollten sich auch des Themas Geschäftsberichte annehmen. | <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> |
| (02) Geschäftsberichte sollten verständlich sein. | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (11) Die anglo-amerikanische Form der Berichte wird immer mehr zum Standard. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (12) Berichte werden heutzutage mehr auf die Erwartung der Leser abgestimmt. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (13) Im Vordergrund der Berichte sollten die Bedürfnisse der Aktionäre stehen. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (14) Der Bericht des Vorstands steht neuerdings weiter hinten. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (15) Wichtige Finanzkennzahlen werden am Anfang platziert. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (16) Umweltfreundlichkeit spielt bei der Wahl des Druckmaterials heutzutage keine Rolle mehr. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (17) Zahlen und Daten sollten übersichtlich und ansprechend aufbereitet sein. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (18) Langjährige Vergleiche sollten vermieden werden. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (19) Die Unternehmen bemühen sich, auch negative Entwicklungen für den Leser nachvollziehbar zu machen. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| (20) In Zukunft sollten Geschäftsberichte auch auf elektronischen Medien zugänglich gemacht werden. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Leseverstehen Subtest 3

Prüfungsziel: Globales Verstehen

Geprüft werden das suchende Lesen sowie das cursorische Verstehen eines Textes und das gezielte Auffinden bestimmter Informationen. Voraussetzung dafür sind die rasche Orientierung im Text und die Fähigkeit zur Unterscheidung von relevanten und nicht zur Lösung der Aufgabe benötigten Informationen.

Prüfungsform: Dieser Subtest besteht aus einem Text von etwa 150 Wörtern, in dem in komprimierter Form Informationen weitergegeben werden. Verwendet werden Textsorten der betriebsinternen Kommunikation wie Protokoll, Aktennotiz, Memo. Diese Textsorten sind in der Form stark normiert. Zu fünf Stichpunkten sind im Text die passenden Stellen zu suchen. Da die einzelnen Absätze im Text durchnummeriert sind, muss jedem Stichwort nur eine Zahl zugeordnet werden. Die Anordnung der einzelnen Aufgaben folgt nicht dem Textverlauf.

Arbeitszeit: etwa 20 Minuten

Aufgabe 3: Sie sind Mitarbeiter der Firma Bülch und bereiten die nächste Leitungskonferenz vor. Lesen Sie, wo im Protokoll der letzten Sitzung etwas zu den Tagesordnungspunkten 21 bis 25 gesagt worden ist. Es gibt jeweils nur eine richtige Lösung.

Datum: 19.4.1998	Verteiler	z.K.	
	U. Bülch	x	
	H.R. Feuerstein	x	
	S. Weber	x	
	A. von Walter	x	
Von: Heinz Falkenberg	R. Seidl	x	

Protokoll der Leitungskonferenz vom 15. April 1998

anwesend: U. Bülch, H.R. Feuerstein, S Weber, A. von Walter
entschuldigt: R. Seidl

- Leitung**
 - Wann wird das neue Modellager fertiggestellt? Baulich abgeschlossen; Einrichtung bis Ende April.
 - Inhouse-Schweißen: PS wurde beauftragt, innerhalb 6 Monaten eine Lösung zu finden, um das Reparatur-Schweißen im Hause erledigen zu können. H. Feuerstein warnt davor: Gusschweißen sei eine Kunst und mit Firma César hätte man gute Erfahrungen gemacht. Nach Meinung von P. Schäfer muss es mit Anlernung von eigenen Leuten jedoch nicht nur machbar, sondern auch wirtschaftlich vorteilhafter sein.
- Verkauf**
 - Firma Müller Martini: Will Produkte abziehen. Wir seien um 30 % teurer als Konkurrenz (Umsatzverlust Basis 1996: 258 000 Mark)
- Produktion**
- Nachbehandlung**
- Forschung und Entwicklung**
 - Firma MAN: Der gewünschte Hebel ist von uns nun herstellbar, ebenso der Deckel. Für letzteren folgen neue Spezifikationen.
- Instandhaltung**
 - R. Bülch besucht zwei Giessereien, die eine automatische Feuchtigkeitssteuerung in Betrieb haben.
- Personal und Finanzen**
 - S. Weber veranlasst, dass wöchentliche Auswertungen über die Arbeitszeiten erstellt werden. Wir werden prüfen, ob vereinzelt Aushilfen auf Stundenbasis engagiert werden sollen. Stundensaldi der Mitarbeiter nach Kostenstellen: Werden von A.v.Walter abgeliefert.
- Verschiedenes**
 - Das Postfach ist aufgehoben. Die Post wird nun jeweils in der 2. Vormittagshälfte zugestellt. Bitte überall in den persönlichen Unterlagen die Postadresse durch Parkstrasse 25 ersetzen.

1) schweißen = Verbinden von zwei bzw. mehreren Metall- oder Kunststoffteilen ohne Fließmittel nach Erhitzen bis zum Schmelzbeginn
2) giesen = Einfüllen von z.B. Metallschmelzen in eine vorbereitete Form; Guss = Prozess und Ergebnis des Gießens

Arbeitszeit: etwa 20 Minuten

Tagesordnungspunkte	1	2	3	4	5	6	7	8
(0) Änderung der Postanschrift?								X
(21) Erweiterungsinvestition?								
(22) die Einstellung von Teilzeitkräften?								
(23) Preisverhandlungen?								
(24) Abschluss der Konstruktion eines Produktes?								
(25) Modernisierung der Betriebsausstattung?								

Leseverstehen Subtest 4

Prüfungsziel: Verwendung von Fachwortschatz im Kontext

Geprüft werden das genaue Verstehen eines Textes in inhaltlicher und stilistischer Hinsicht sowie die Fähigkeit, semantische Zusammenhänge zu erkennen und fehlende Wörter zu ergänzen.

Prüfungsform: Dieser Subtest besteht aus einem mit zehn Lücken versehenen Text von etwa 150 Wörtern Länge. Grundlage ist ein Kurztext, wie er z.B. in einem Firmenprospekt, in einer Anzeige oder einem Katalog zu finden ist. Bezüglich des Inhaltes handelt es sich um kundenorientierte Texte, in denen die Unternehmenspolitik oder -philosophie und dergleichen vorgestellt werden. Zu jeder Lücke sind drei Auswahlantworten (a, b oder c) vorgegeben, von denen aber nur eine in den Kontext des Satzes passt.

Arbeitszeit: etwa 15 Minuten

Aufgabe 4: Als Mitglied eines Teams arbeiten Sie an einem Unternehmensporträt der Firma DLW, Deutsche Linoleum Werke. Wählen Sie bei den Nummern 26 bis 35 das Wort (a, b oder c), das in den Satz passt.

Unternehmens-Strategie

AUS TRADITION OFFEN FÜR NEUE LÖSUNGEN

Ohne Flexibilität und partnerschaftliche Zusammenarbeit können große
(0) heute nicht erfolgreich (26) _____ .
Neue (27) _____ erfordern neue Antworten und dementsprechend
wandeln sich die Strukturen des Unternehmens DLW.
Dazu kommen die nationalen Besonderheiten, die (28) _____ und
Anwender in ihrer Individualität. Ein Unternehmen, das beidem
(29) _____ werden will, muss international denken und vor Ort handeln.
Deshalb (30) _____ wir im europäischen Maßstab. Das zeigt beispiels-
weise die Zusammenarbeit mit unserem Tochterunternehmen Desso,
einem (31) _____ holländischen Teppichbodenhersteller, der wesentlich
zur (32) _____ von DLW im Bereich textiler Bodenbeläge beiträgt.
Gleichzeitig spezialisieren wir unsere Produktionsstätten und stärken die
Selbständigkeit der nationalen (33) _____ .
Für unsere Kunden und (34) _____ bedeutet dies: kurze Wege, schnelle
Entscheidungen, bewegliches Denken und die Offenheit für neue
Lösungen. Das hat bei DLW (35) _____ seit mehr als 100 Jahren.

Quelle: DLW Bodenbeläge. Grundlagen für gute Zusammenarbeit

Arbeitszeit: etwa 15 Minuten

Beispiel:

(0) a) Anlagen	b) Geschäfte	<input checked="" type="checkbox"/> Unternehmen
(26) a) operieren	b) organisieren	c) strukturieren
(27) a) Herausforderungen	b) Phantasien	c) Prinzipien
(28) a) Zulieferer	b) Hersteller	c) Verbraucher
(29) a) gerecht	b) fair	c) richtig
(30) a) fallen	b) steigen	c) wachsen
(31) a) enormen	b) führenden	c) leitenden
(32) a) Kompetenz	b) Konkurrenz	c) Relevanz
(33) a) Aufbauorganisation	b) Betriebsorganisation	c) Vertriebsorganisation
(34) a) Kreditnehmer	b) Freunde	c) Geschäftspartner
(35) a) Chancen	b) Wert	c) Tradition

10 Hörverstehen

Hörverstehen

Subtest	Prüfungsziel	Textstruktur und -quelle	Aufgabentyp	Items
1	Entnahme von Meinungen und Begründungen	z.T. monologisch, multilogisch Fachleute äußern sich z.B. zu Management, Marketing	Mehrfachwahl- aufgabe ankreuzen	10
2	Entnahme von Informationen und Handlungsanweisungen	dialogisch z.B. Gespräche im Rahmen von Berichterstattung, Messevorbereitung	Notizen schreiben	10
3	Zusammenfassung aus den Notizen eines gehörten Textes	wie 2	freies Formulieren in der Landessprache bzw. auf Deutsch	3



Umfang und Aufbau

Es handelt sich um eine 60-minütige Prüfung, die sich in drei Subtests gliedert. Der Schwierigkeitsgrad der Subtests ist ansteigend. Jeder Subtest besteht aus einem authentischen Hörtext von unterschiedlicher Länge mit einer dazu passenden Aufgabenstellung. Darin sind 23 Aufgaben zu bearbeiten. Die beiden Hörtexte sind in natürlichem Sprechtempo gesprochen. Sie werden in der Prüfung jeweils zweimal vorgespielt. Der Teil Hörverstehen (inklusive Pausen zum Lösen der Aufgaben) wird von einer Kassette vorgespielt. Die Spieldauer des Tonträgers beträgt circa 35 Minuten.

Aufgabenstellung

Die Arbeitsanweisungen der drei Subtests entwerfen einen Kontext, z.B. eine monatliche Umsatzberichterstattung zwischen Mutter- und Tochterfirma, zu dem die relevanten Informationen mitzunotieren sind.

Prüfungsziel

In den einzelnen Subtest ist je nach Aufgabenstellung und Textsorte ein anderer Hörstil gefragt: In Subtest 1 wird detailliertes Verstehen überprüft, bei dem alle zentralen Aussagen zu erfassen sind, in Subtest 2 selektives Verstehen von ausgewählten Informationen, in Subtest 3 globales Verstehen von Zusammenhängen und die Fähigkeit, diese in eigenen Worten (in der Muttersprache oder, falls dies am jeweiligen Prü-

fungsort im Inland nicht korrigierbar ist, auf Deutsch) zusammenzufassen. Um die Texte und die darin angesprochenen Zusammenhänge zu verstehen, sind Fachkenntnisse aus dem Bereich Wirtschaft nötig.

- Textsorten und -quellen** Der Prüfungsteil Hörverstehen bietet solche Textsorten an, die typischerweise im beruflichen Alltag auftreten und relevant sind. In Subtest 1 handelt es sich um Radiosendungen zu aktuellen Themen aus der Wirtschaft, in denen sich mehrere Personen zum Teil monologisch äußern. In Subtest 2 sind es Gespräche oder Telefonate, in denen in dialogischer Form Informationen und Anweisungen ausgetauscht werden, z.B. im Rahmen einer innerbetrieblichen Berichterstattung oder einer Messevorbereitung. In der Ansage zu den Hörtexten werden Quelle und Thema genannt und die am Gespräch beteiligten Personen kurz vorgestellt.
- Bewertung** Die Prüfungsleistungen werden von zwei geschulten Prüfern bewertet. Jede richtige Lösung wird mit einem Punkt bewertet, alle erreichten Punkte werden addiert und bei den Subtests 1 und 2 mit drei, bei Subtest 3 mit vier multipliziert. Die Höchstpunktzahl beträgt bei den Subtests 1 und 2 jeweils 30 Punkte, bei Subtest 4 beträgt sie 40 Punkte. Fehler in der Rechtschreibung und Grammatik werden in den Subtests 2 und 3 nicht bewertet, nur für absolut sinnentstellte Notizen bzw. Texte gibt es keinen Punkt.
- Gewichtung** Im Prüfungsteil Hörverstehen sind maximal 100 Punkte zu erzielen. Dieser Prüfungsteil trägt somit 25 % zum Gesamtergebnis der Prüfung bei.

Hörverstehen Subtest 1

Prüfungsziel: Detailliertes Verstehen

Geprüft wird das genaue Verstehen eines Radiotextes bzw. der darin enthaltenen Hauptaussagen und Meinungen.

Prüfungsform: In diesem Subtest wird eine Radiosendung zweimal vorgespielt, in der ein oder mehrere Experten sich zu einem aktuellen Thema äußern; dazu gibt es zehn Multiple-Choice-Aufgaben in Form von Fragen mit je drei Auswahlantworten. Bei jeder Frage ist zu entscheiden, welche der drei Antworten (a, b oder c) das in der Radiosendung Gesagte adäquat wiedergibt. Die Anordnung der einzelnen Aufgaben folgt dem gehörten Text.

Arbeitszeit: etwa 15 Minuten

Aufgabe 1: Sie hören eine Radiosendung zum Thema „Die lernende Organisation“. Darin kommen verschiedene Experten zu Wort. Kreuzen Sie zu den Nummern 1 bis 10 die Lösung (a, b oder c) an, die der Textaussage entspricht. Sie hören den Text zuerst einmal ganz. Danach hören Sie ihn in zwei Abschnitten noch einmal.

Beispiel 0: Was ist die Aufgabe von Nils Burmester?
 a) Er leitet eine Projektgruppe.
 b) Er unterrichtet Studenten.
 c) Er nimmt Managementaufgaben wahr.

- Was ist mit dem Begriff „lernende Organisation“ gemeint?**
 - Eine neue Konzeption von „Betrieb“.
 - Ein neu entwickeltes Gesellschaftsspiel.
 - Eine neue Form der betrieblichen Fortbildung.
- Was demonstriert Horst Wildemann mit seinem Flieger Spiel?**
 - Dass ein Unternehmen ohne feste Regeln besser funktioniert.
 - Dass sich einzelne gegen die Mehrheit durchsetzen können.
 - Dass sich nicht alle in einer Organisation an die vereinbarten Regeln halten.
- Was ergibt sich noch aus dem Spiel?**
 - Problemlösungen lassen sich damit nicht finden.
 - Gute Problemlösungen sind nicht abhängig von der Position in der Hierarchie.
 - Gute Problemlösungen stammen meistens von Führungskräften.
- Warum verbessert sich die Produktion?**
 - Weil alle die beste Methode von anderen Mitarbeitern übernommen haben.
 - Weil sie Experten zu Rate gezogen haben.
 - Weil sie schneller und härter gearbeitet haben.
- Wie kann jeder Betrieb ein neues Selbstverständnis entwickeln?**
 - Durch Streben nach Innovation.
 - Durch Orientierung an den Weltbesten.
 - Durch Veränderung des Kunden-Services.
- Was versteht Philipp Federspieler unter „Mitunternehmertum“?**
 - Der Vorgesetzte bestimmt die Unternehmensziele.
 - Eine Gruppe verhandelt mit den Vorgesetzten darüber, wer die Verantwortung für die Arbeit trägt.
 - Eine teilautonome Gruppe legt fest, wie sie bestimmte Arbeitsziele erreicht.
- Welche Veränderung stellt Nils Burmester bei den Mitarbeitern fest?**
 - Sie denken bei der Arbeit mehr mit als früher.
 - Sie haben eine positivere Einstellung zu ihren Vorgesetzten.
 - Sie sind intellektueller geworden.
- Wovor haben Mitarbeiter heute Angst?**
 - Vor mehr Verantwortung.
 - Vor Investitionen.
 - Vor Mehrarbeit.
- Wie geht Philipp Federspieler mit Fehlern um?**
 - Er will daraus lernen.
 - Er will sie reduzieren.
 - Er behandelt sie diskret.
- Wie sieht die lernende Organisation den Kunden?**
 - Als Aussenstehenden, den man bei Problemlösungen nicht einbezieht.
 - Als Partner, mit dem man Problemlösungen erarbeitet.
 - Als Zielgruppe bei Werbeveranstaltungen.

Hörverstehen Subtest 2

Prüfungsziel: Selektives Verstehen

Geprüft werden das selektive Verstehen eines Hörtextes und die Fähigkeit, Gehörtes zu bestimmten Stichpunkten mitzunotieren.

Prüfungsform: In diesem Subtest wird ein (Telefon-)Gespräch zweimal vorgespielt. Die Gesprächsinhalte sind z.B. im Rahmen einer innerbetrieblichen Berichterstattung oder einer Messevorbereitung angesiedelt. Zu dem Hörtext gibt es einen Notizzettel mit zehn Stichpunkten, auf dem wichtige Informationen des Gesprächs festzuhalten sind. Inhalte, die notiert werden sollen, sind z.B. Angaben zu Absatzzahlen und -entwicklungen, Transport- und Lieferbedingungen etc. Die einzelnen Aufgaben folgen in der Anordnung dem Hörtext.

Arbeitszeit: etwa 15 Minuten

Aufgabe 2: Sie hören ein Telefonat in einem Unternehmen. Dazu sollen Sie zwei verschiedene Aufgaben lösen. Lesen Sie die Aufgabe *Umsatzberichterstattung April*. Hören Sie nun das Gespräch und machen Sie sich dazu Notizen. Sie hören das Gespräch zweimal.

Umsatzberichterstattung April

Umsatz Leopold Mexiko

- Prognose vom Januar
- im Vergleich zur Prognose vom Januar in %
- im Vergleich zum Planwert vom August in %
- im April in DM
- Grund für die Absatzprobleme von Leopold

Situation der Autohersteller

- Preissegment mit besonders starkem Ertragsrückgang
- Grund für deren Ertragslage in Mexiko
- Kompensation ihres Inlandsabsatzes durch

Umsatzentwicklung von Leopold im Vergleich zu Prognose bzw. Plan

- in den USA
- in Europa
- Absatztrend Europa?

Leopold

(0) *nicht erreicht*

(11) _____

(12) _____

(13) _____

(14) _____

(15) _____

(16) _____

(17) _____

(18) _____

(19) _____

(20) _____

Hörverstehen Subtest 3

Prüfungsziel: Globales Verstehen und schriftliche Zusammenfassung des Gehörten

Geprüft wird die Fähigkeit, wesentliche Aspekte eines gehörten Textes auf der Grundlage eigener Notizen in eigenen Worten schriftlich zusammenzufassen.

Prüfungsform: Auf der Grundlage der bereits gemachten Notizen von Subtest 2 ist der Inhalt des gehörten Gesprächs kohärent zusammenzufassen, und zwar so, dass der Inhalt des Gesprächs in einer Arbeitsbesprechung präsentieren werden kann. Als Vorstrukturierung dienen drei Leitpunkte. Die erwartete Textlänge der Zusammenfassung liegt bei 100 bis 150 Wörtern, der Stil sollte sachlich sein. Im Ausland wird diese Zusammenfassung in der Regel in der Muttersprache verfasst. Im Inland bzw. wenn im Ausland die Muttersprache der Prüfungsteilnehmer nicht identisch ist mit der Landessprache, ist diese Textzusammenfassung auf Deutsch zu leisten. Der Text wird auf den Antwortbogen geschrieben.

Aufgabe 3: Fassen Sie den Inhalt des Telefonats für die bevorstehende Arbeitsbesprechung in circa 100 Wörtern zusammen. Nehmen Sie dazu Ihre Notizen aus Aufgabe 2 zur Hilfe. Nennen Sie möglichst viele Aspekte. Die Zahlen brauchen Sie nicht zu wiederholen. Schreiben Sie Ihren Text auf den Antwortbogen.

Arbeitszeit: etwa 30 Minuten

Berücksichtigen Sie folgende Aspekte:

- (21) die aktuelle Absatzsituation von Leopold in Mexiko,
- (22) die Situation der Autohersteller,
- (23) der weitere Absatztrend.

Arbeitszeit: etwa 25 Minuten

Bewertung: Die Textzusammenfassung wird nur nach inhaltlichen, nicht nach formalen Kriterien (d.h. nach dem Stil in der Muttersprache) bewertet. Den drei Leitpunkten sind insgesamt zehn Inhaltsaspekte zugeordnet. Für jeden sachlich richtig wiedergegebenen Inhaltsaspekt gibt es einen Punkt. Inhaltsfehler, die auf fehlerhafte Notizen in Aufgabe 2 zurückgehen, dürfen nicht zu Punktabzug führen.

Kandidatenbeispiel:

Der Umsatz hat Prognose von Januar nicht erreicht. D.h. im Vergleich zur Prognose vom Januar sankte die Zahl deutlich. Dagegen stagnierte der Umsatz im April mit 15,6 Millionen DM. Das ist die Zahl, die um 23 % im Vergleich zum Planwert zurückgegangen ist. Der Grund für Absatzprobleme kam aus die Schwierigkeiten der Autohersteller. VW hatte Preissegment mit besonderen starken Ertragsrückgang. Die Situation der Autohersteller in Mexiko ist außerdem eine negative Tendenz. Im Export hat die Kapazität frei. Durch Golf können sie Kompensation des Inlandsabsatzes machen. Dagegen wird der Umsatz in Ausland besser als erwartet. Während der Umsatz von Leopold sich mit 23 Millionen DM in den USA entwickelte, erreichte die Zahl des Umsatzes 13,5 Millionen Mark.

11 Schriftlicher Ausdruck

Schriftlicher Ausdruck

Prüfungsziel	Textsorte	Aufgabentyp
Erstellung einer schriftlichen Äußerung	Kontaktschreiben, Einladung, Anfrage, Pressemitteilung etc.	freies Formulieren nach Leitpunkten



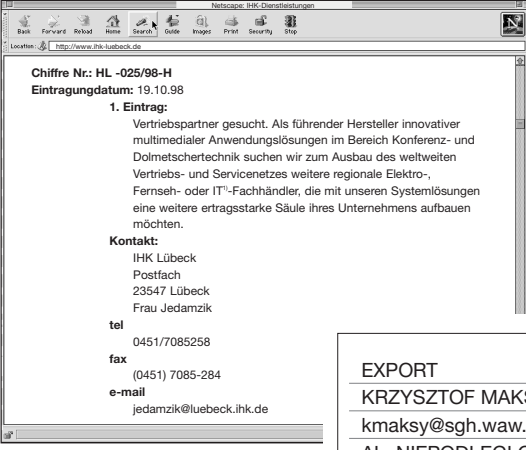
Umfang und Aufbau	Es handelt sich um eine 45-minütige Prüfung, die einen Subtest bzw. eine Aufgabe umfasst.
Aufgabenstellung	Die Arbeitsanweisung ist handlungsorientiert. Als Schreibimpuls dient ein authentischer Text, auf den der Prüfungsteilnehmer schriftlich reagieren muss – so, wie es in der Geschäftswelt von ihm erwartet werden könnte.
Prüfungsziel	Geprüft wird die Fähigkeit, im Rahmen der Geschäftskorrespondenz auf ein Schreiben mit einem Geschäftsbrief bzw. formellen Brief zu reagieren. Die Prüfungsteilnehmer zeigen, dass sie den Text z.B. in Form einer E-Mail verstehen und genug Fachkenntnisse und Fachwortschatz besitzen, um inhaltlich angemessen darauf zu reagieren, z.B. indem sie Informationen im Zusammenhang mit einer betrieblichen Aktivität geben, Informationen erfragen, um Weiterleitung bitten. Sie kennen außerdem die formalen Ansprüche, die an Geschäftskorrespondenz gestellt werden und wählen je nach Ziel und Zweck das passende Register.
Textsorten	Bei den zu schreibenden Texten handelt es sich um gängige Textsorten aus dem Berufsfeld Wirtschaft, d.h. um Geschäftsbriefe bzw. formelle Briefe wie z.B. Kontaktschreiben, Einladungen, Anfragen oder Pressemitteilungen.

Prüfungsform	Auf der Basis von sechs Leitpunkten sollen die Prüfungsteilnehmer einen Text von etwa 200 Wörtern verfassen. Der Text muss innerhalb der vorgegebenen Zeit auf den Antwortbogen übertragen werden. Die Verwendung eines Wörterbuchs ist nicht erlaubt.
Gewichtung	Maximal sind 100 Punkte zu erzielen. Dieser Prüfungsteil trägt somit 25 % zum Gesamtergebnis der Prüfung bei.
Bewertung	Der Text wird von zwei geschulten Prüfern unabhängig voneinander korrigiert und anhand von vier Kriterien beurteilt:

Kriterium	Bewertet wird
Umsetzung der Aufgabenstellung	<ul style="list-style-type: none"> ● in welchem Umfang die geforderte Textsorte (Brief) inhaltlich und sprachlich realisiert wird.
Textaufbau	<ul style="list-style-type: none"> ● die gedankliche Organisation des Textes, ● Umfang und Wirksamkeit der verwendeten Satzverknüpfungen.
Ausdruck	<ul style="list-style-type: none"> ● Angemessenheit der eingesetzten sprachlichen Mittel in Bezug auf Textsorte, Adressat und Situation/Schreibenanlass, ● Breite des (fachsprachlichen) Wortschatzes.
Sprachliche Richtigkeit	<ul style="list-style-type: none"> ● grammatische Korrektheit der Äußerung in Syntax und Morphologie, ● Korrektheit Orthografie¹⁸⁾ und Interpunktion.

¹⁸⁾ Die alten und neuen Regeln zur Rechtschreibung werden als gleichwertig korrekt anerkannt, auch wenn Prüfungsteilnehmer beide Systeme gemischt anwenden.

Aufgabe: Auf der Internet-Homepage der Industrie- und Handelskammer Lübeck finden Sie beim Stichwort *Kooperationsbörse* unter anderen folgenden Eintrag. Arbeitszeit: etwa 45 Minuten



Chiffre Nr.: HL -025/98-H
Eintragungdatum: 19.10.98

1. Eintrag:
Vertriebspartner gesucht. Als führender Hersteller innovativer multimedialer Anwendungslösungen im Bereich Konferenz- und Dolmetschertechnik suchen wir zum Ausbau des weltweiten Vertriebs- und Servicenetzes weitere regionale Elektro-, Fernseh- oder IT*-Fachhändler, die mit unseren Systemlösungen eine weitere ertragsstarke Säule ihres Unternehmens aufbauen möchten.

Kontakt:
IHK Lübeck
Postfach
23547 Lübeck
Frau Jedamzik

tel
0451/7085258

fax
(0451) 7085-284

e-mail
jedamzik@luebeck.ihk.de

1) IT = Informationstechnologie

Als Geschäftsführer / Geschäftsführerin der Firma *Elektro In* Ihre Vertriebspalette zu erweitern. Nehmen Sie per Brief Kontakt auf. Gehen Sie in Ihrem Schreiben auf folgende Punkte ein:

- Sagen Sie, warum Sie schreiben.
- Bitten Sie um Weiterleitung.
- Stellen Sie Ihr Unternehmen als geeigneten Partner
- Nennen Sie einen Bereich, in dem Sie bereits erfolgreich
- Bitten Sie um Informationsmaterial.
- Schlagen Sie weitere Schritte zur Kontaktaufnahme

Ihr Schreiben sollte Betreff, Anrede und Schlussformel enthalten. Schreiben Sie circa 200 Wörter auf den Antwortbogen.

Kandidatenbeispiel:

Das Beispiel zeigt eine sehr gute inhaltliche und sprachliche Bewältigung der Aufgabenstellung. Der Brief ist inhaltlich vollständig. Seine gedankliche Organisation ist klar und übersichtlich, die Satzanschlüsse gelungen. Die eingesetzten sprachlichen Mittel sind in Bezug auf Textsorte, Adressat und Situation/Schreibanlass angemessen, der fachsprachliche Wortschatz präzise. In Syntax und Morphologie sind die Äußerungen weitgehend korrekt, Orthografie und Interpunktion sind fehlerfrei.

EXPORT	Tel: 0048228431746
KRZYSZTOF MAKSYMNIK	E-mail:
kmaksy@sgh.waw.pl	
AL. NIEPODLEGLOSCI 33/15	
PL-02-653 WARSZAWA	
Frau Jedamzik	
IHK Lübeck	
23547 Lübeck	30.04.1999
Chiffre Nr.: HL-025/98-H	
Anzeige vom 19.10.98	
<i>Sehr geehrte Frau Jedamzik,</i>	
<i>auf Ihrer Internet-Homepage fand ich beim Stichwort „Kooperationsbörse“ die o. g. Anzeige. Ich glaube, daß mein Unternehmen den dargestellten Voraussetzungen entspricht.</i>	
<i>Ich bin seit 25 Jahren im Bereich „Handel mit Elektronik“ tätig. Auf dem polnischen Markt von multimedialen Bildungsprogrammen bin ich absoluter Spitzenreiter. Nach der Systemtransformation gelang es mir, zahlreiche Filiale in den 50 größten Städten Polens zu gründen. Seit dem Jahre 1994 bin ich autorisierter Vertreter von Sony Multimedia auf ganz Osteuropa. Dank diesen Erfolgen gehört mein Unternehmen zu den 50 umsatzgrößten Unternehmen in Polen. Das letzte Jahr schloß ich mit 1 Mio. PLN Gewinn ab.</i>	
<i>Als ständig expandierendes Unternehmen sehe ich eine Chance, unsere Vertriebspalette zu erweitern. Der Bereich Konferenz- und Dolmetschertechnik ist in Polen noch nicht überfüllt und ich hoffe, die Marktnische bestmöglich auszunutzen.</i>	
<i>In diesem Zusammenhang bitte ich Sie, Kataloge, Preisliste Ihres Kunden auf die o. g. Adresse zu schicken. Ich bin lebendig daran interessiert, in Verbindung mit diesem Hersteller zu kommen. Deshalb nach dem Bekanntmachen mit Informationsmaterialien wende ich mich persönlich (per Post oder per e-mail) an ihm. Wenn Ihr Kunde daran Interesse hätte, uns schon kennenlernen zu können, lege ich diesem Brief Informationen über mein Unternehmen bei.</i>	
<i>Mit freundlichen Grüßen</i>	
IMPORT EXPORT	
<i>Krzysztof Maksymik – Geschäftsführer</i>	

Bewertungskriterien Schriftlicher Ausdruck

Kriterium	5 – 4 Punkte	3 – 2 Punkte	1 – 0 Punkte
Umsetzung der Aufgabenstellung	<ul style="list-style-type: none"> Die geforderte Textsorte wird voll realisiert; auf die in der Aufgabenstellung genannten Punkte wird ausführlich eingegangen. 	<ul style="list-style-type: none"> Die geforderte Textsorte wird weitgehend realisiert; auf die in der Aufgabenstellung genannten Punkte wird eingegangen, jedoch nicht auf alle Punkte ausführlich. 	<ul style="list-style-type: none"> Die geforderte Textsorte wird nur teilweise realisiert; nur auf einzelne in der Aufgabenstellung genannten Punkte wird eingegangen.
Textaufbau	<ul style="list-style-type: none"> Der Text ist klar gegliedert, der Gedankengang kann problemlos nachvollzogen werden; der Text enthält ein breites Spektrum an Satzverknüpfungen. 	<ul style="list-style-type: none"> Der Text ist weitgehend klar gegliedert, der Gedankengang kann nachvollzogen werden; der Text enthält ein begrenztes Spektrum an Satzverknüpfungen. 	<ul style="list-style-type: none"> Der Text ist nicht klar gegliedert, der Gedankengang kann nur nachvollzogen werden, wenn der Leser kooperativ ist; der Text enthält nur wenige Satzverknüpfungen.
Ausdruck	<ul style="list-style-type: none"> Verwendete einen breiten fachsprachlichen Wortschatz; die Wahl der sprachlichen Mittel ist dem Adressaten, der Situation und der Textsorte angemessen. 	<ul style="list-style-type: none"> Verwendete ausreichenden fachsprachlichen Wortschatz, um sich klar auszudrücken; die Wahl der sprachlichen Mittel ist dem Adressaten, der Situation und der Textsorte weitgehend angemessen. 	<ul style="list-style-type: none"> Verwendete einen sehr begrenzten fachsprachlichen Wortschatz; die Wahl der sprachlichen Mittel ist dem Adressaten, der Situation und der Textsorte häufig nicht angemessen.
Sprachliche Richtigkeit	<ul style="list-style-type: none"> Durchgängig hohes Maß an grammatischer Korrektheit, auch bei komplexen Konstruktionen, nur vereinzelte Regelverstöße; nur vereinzelte Fehler in Orthografie und Interpunktion. 	<ul style="list-style-type: none"> Hohes Maß an grammatischer Korrektheit; wenige Regelverstöße bei komplexen Konstruktionen, die das Verständnis nicht beeinträchtigen; wenige Fehler in Orthografie und Interpunktion. 	<ul style="list-style-type: none"> Einige Regelverstöße, die gelegentlich das Verständnis beeinträchtigen; einige Fehler in Orthografie und Interpunktion.

12 Mündliche Kommunikation

Subtest	Prüfungsziel	Sprechhandlung	Stimuli	Gewicht
1	Vorstellung der eigenen Person im professionellen Kontext	Gespräch eröffnen, personenbezogene Informationen geben	verbal	20 %
2	Präsentation eines Unternehmens	unternehmensbezogene Informationen geben	Graphiken, Kuchendiagramme etc.	40 %
3	Argumentation im Rahmen eines Fallbeispiels	Position formulieren, Argumente bringen, auf den Partner eingehen, ihm höflich widersprechen etc.	verbal bzw. visuell	40 %

'Sprechen'

- Umfang und Aufbau** Es handelt sich um eine 20-minütige Prüfung, die aus drei Subtests besteht.
- Aufgabenstellung** Die Prüfungsteilnehmer sollen sich im beruflichen Kontext auf der Basis dreier handlungsorientierter Zielaktivitäten angemessen ausdrücken: Sich vorstellen, ein Unternehmen / eine Institution präsentieren und im Rahmen eines Gesprächs argumentieren.
- Prüfungsziel** Für den Prüfungsteil *Mündliche Kommunikation* benötigen die Prüfungsteilnehmer fachliches Wissen und den dazugehörigen Wortschatz, um z.B. auf die in den Aufgaben zugrunde gelegten beruflichen Situationen angemessen reagieren zu können. Außerdem benötigen sie entsprechende Redemittel, um z.B. eine Unternehmenspräsentation zu strukturieren. Darüber hinaus sollten die Äußerungen der Prüfungsteilnehmer sowohl zusammenhängend und frei mündlich vorgetragen werden als auch sprachlich korrekt und für jeden Deutschsprechenden verständlich sein.

Stimuli Bei allen drei Subtests geht der Gesprächsimpuls von authentischem Textmaterial aus, und zwar in Form von Stichworten (Subtest 1 und 3) oder von Übersichten, Tabellen und Statistiken auf Folien (Subtest 2). Unmittelbar vor der mündlichen Prüfung können sich die Prüfungsteilnehmer in einer Vorbereitungszeit von 15 Minuten mit dem Textmaterial zu den drei Subtests vertraut machen und sich dazu Notizen machen. Die Verwendung eines Wörterbuches ist nicht erlaubt.

Gewichtung Maximal sind 100 Punkte zu erzielen. Dieser Prüfungsteil trägt mit 25 % zum Gesamtergebnis der Prüfung bei.

Bewertung Die Leistung der Prüfungsteilnehmer wird von zwei geschulten Prüfern unabhängig voneinander anhand von fünf Kriterien beurteilt:

Kriterium	Bewertet wird
Umsetzung der Aufgabenstellung	<ul style="list-style-type: none"> ● in welchem Umfang die geforderten Sprechhandlungen (Vorstellung, Firmenpräsentation, Argumentation) inhaltlich und sprachlich realisiert werden.
Gesprächsfähigkeit	<ul style="list-style-type: none"> ● das kommunikative Verhalten, insbesondere die Gesprächsbeteiligung, ● ob und in welchem Umfang eine Unterstützung durch den/die Gesprächspartner erforderlich ist, ● die Flüssigkeit der Gesprächsbeiträge z.B. sprachlich bedingtes Stocken des Gesprächs.
Ausdruck	<ul style="list-style-type: none"> ● Angemessenheit der eingesetzten sprachlichen Mittel in Bezug auf Sprechsituationen, Adressaten und Sprechhandlungen, ● Breite des (fachsprachlichen) Wortschatzes.
Sprachliche Richtigkeit	<ul style="list-style-type: none"> ● grammatische Korrektheit der Äußerung in Syntax und Morphologie, ● Fähigkeit zur Selbstkorrektur.
Aussprache/Intonation	<ul style="list-style-type: none"> ● lautliche/phonetische Realisierung der Äußerung, ● Klarheit der Artikulation, ● korrekte Platzierung von Wort- und Satzaccent.

Für jedes der fünf Bewertungskriterien gibt es maximal 4 Punkte; es werden nur ganze Punkte vergeben. Die schlechteste Bewertung ist 0 Punkte. Alle erreichten Punkte werden addiert, die Punkte bei den Subtests 2 und 3 zuvor noch mit zwei multipliziert. Die Höchstpunktzahl beträgt bei Subtest 1 20 Punkte, bei Subtest 2 und 3 je 40 Punkte.

Subtest 1 **Prüfungsziel:** Sich Vorstellen

Geprüft wird die Fähigkeit, soziale Kontakte im beruflichen Umfeld aufzunehmen und zu entwickeln, d.h. in einer freien mündlichen, zusammenhängenden Äußerung personen- und firmenbezogene Daten zu geben, wie es unter Geschäftspartnern erwartet wird, wenn sie sich zum ersten Mal treffen. Dazu stellen die Prüfungsteilnehmer ihren beruflichen Werdegang und ihre bisherigen und geplanten Tätigkeiten dar. Je nach Gesprächsbereitschaft der Prüfungsteilnehmer kann dies überwiegend monologisch oder dialogisch ablaufen.

Prüfungsform: In der Vorbereitungszeit bekommen die Prüfungsteilnehmer das Aufgabenblatt vorgelegt. Die Stichpunkte darauf zeigen ihnen, welche Informationen erwartet werden. Es gibt auf dem Aufgabenblatt immer zwei Stichpunktlisten: für Prüfungsteilnehmer ohne bzw. mit Berufserfahrungen. Die Prüfungsteilnehmer dürfen sich im Rahmen der

Vorbereitung Notizen dazu machen. In der Prüfung sollen sie jedoch frei reden, ohne vom Blatt abzulesen. Es ist nicht notwendig, dass die Teilnehmer sich zu allen Stichpunkten äußern; auch die Reihenfolge der Stichpunkte ist nicht zwingend. An die Ausführungen der Prüfungsteilnehmer kann sich, soweit noch Zeit bleibt, ein Gespräch mit weiterführenden oder vertiefenden Fragen mit einem der beiden Prüfer anschließen.

Sprechzeit: etwa 3 Minuten

Aufgabe 1: Sie treffen zum ersten Mal Ihren deutschsprachigen Gesprächspartner, der Sie besser kennenlernen will. Stellen Sie sich ihm vor.

Zeit: etwa 3 Minuten

Sprechen Sie über mindestens vier der folgenden Punkte:

Wenn Sie berufstätig sind:

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

Wenn Sie (noch) nicht berufstätig sind:

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

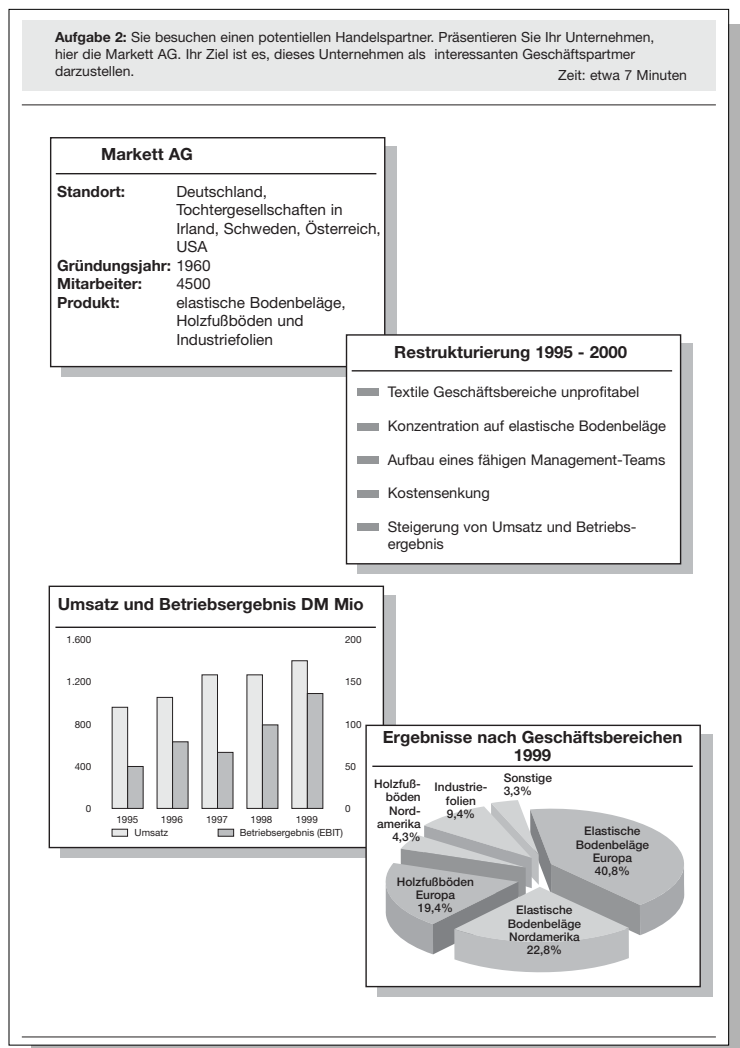
Subtest 2 Prüfungsziel: Präsentieren

Geprüft wird die Fähigkeit, aufgrund von verschiedenen graphisch aufbereiteten Daten ein Unternehmen zu präsentieren, für das man beruflich tätig sein soll. Die Präsentation sollte strukturiert, von den Redemitteln her angemessen, inhaltlich stimmig, flüssig, zusammenhängend und verständlich vorgetragen sein.

Prüfungsform: In der Vorbereitungszeit bekommen die Prüfungsteilnehmer das Aufgabenblatt mit Daten, Zahlen und Plänen oder der Struktur eines Unternehmens vorgelegt. Sie dürfen sich dazu Notizen machen, sollen allerdings in der Prüfung frei sprechen. Es ist nicht notwendig, dass sich die Teilnehmer zu allen Informationen auf den vier Folien äußern. Allerdings sollte die Reihenfolge, in der die Folien präsentiert werden, der zu erwartenden Reihenfolge einer Präsentation entsprechen, also vom Allgemeinen zum Speziellen führen und einer bestimmten Logik folgen. Erwartet wird eine weitgehend monologische Äußerung in Form eines Kurzvortrags. An die Ausführungen der Prüfungsteilnehmer kann sich, soweit noch Zeit bleibt, ein Gespräch mit weiterführenden Fragen eines der beiden Prüfer anschließen.

Erwartet wird eine weitgehend monologische Äußerung in Form eines Kurzvortrags. An die Ausführungen der Prüfungsteilnehmer kann sich, soweit noch Zeit bleibt, ein Gespräch mit weiterführenden Fragen eines der beiden Prüfer anschließen.

Sprechzeit: etwa 7 Minuten



Subtest 3 Prüfungsziel: Argumentieren

Geprüft wird die Fähigkeit, im Rahmen einer Besprechung oder Verhandlung bestimmte Standpunkte zu vertreten und zu verteidigen, aber auch spontan und angemessen mit den passenden Redemitteln auf Gegenargumente und Nachfragen eines der beiden Prüfer zu reagieren und sich am Schluss auf eine Lösung bzw. einen Vorschlag zu einigen. Die Argumente z.B. für eines der beiden vorgeschlagenen Angebote sollten in sich stimmig und strukturiert vorgebracht werden. Im Laufe der Verhandlung zeigt der Prüfungsteilnehmer, ob er Verständnis für berufliche Zusammenhänge hat und sich auch in sprachlich anspruchsvollen Situationen bewähren kann.

Prüfungsform: In der Vorbereitungszeit bekommen die Prüfungsteilnehmer das Aufgabenblatt mit der Ausgangssituation, z.B. bei der Suche nach einem neuen Geschäftspartner die Angebote zweier Unternehmen.

Sie dürfen sich dazu Notizen machen, sollen aber in der Prüfung frei sprechen, d.h. ohne die Notizen vom Blatt abzulesen. In der Prüfung tauschen die Prüfungsteilnehmer und einer der beiden Prüfer Argumente für die eine oder andere Lösung aus, führen manche Argumente näher aus, reagieren auf Gegenargumente, bis sie sich am Schluss auf eine Lösung einigen.

Sprechzeit: etwa 10 Minuten

Aufgabe 3: Sie haben von Ihrem Chef den Auftrag, den Export von Markett-Fußböden in Ihrem Heimatland zu initiieren und haben zwei Angebote von potentiellen Vertriebspartnern erhalten. Diskutieren Sie mit einem der beiden Prüfer/Prüferinnen, welches Angebot den Zuschlag bekommen soll. Zeit: etwa 10 Minuten

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

Konditionen	Angebot 1	Angebot 2
Komplementärprodukte	<i>Pflegemittel; Werkzeug und Maschinen zum Verlegen</i>	<i>keine</i>
Absatzgebiet	<i>Hauptstadt und Umgebung</i>	<i>das ganze Land</i>
Maßnahmen zur Verkaufsförderung	<i>keine</i>	<i>Anzeigen in Fachzeitschriften, Werbungsbeilagen der Tageszeitungen, Werbung der Handwerkermärkte</i>
Besuche des Vertriebspartners im Markett-Werk	<i>ja</i>	<i>nein</i>
Lager	<i>klein</i>	<i>nicht vorhanden</i>
Umsatzziel	<i>20 Mio DM</i>	<i>20 Mio DM</i>
Provision des Vertriebspartners	<i>5 %</i>	<i>8 %</i>

Bewertungskriterien Mündliche Kommunikation

Kriterium	4 Punkte	3 – 2 Punkte	1 – 0 Punkte
Umsetzung der Aufgabenstellung	<ul style="list-style-type: none"> ● Die geforderten Sprechhandlungen werden voll realisiert; ● auf die in der Aufgabenstellung genannten Punkte wird ausführlich eingegangen. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Die geforderten Sprechhandlungen werden weitgehend realisiert; ● auf die in der Aufgabenstellung genannten Punkte wird eingegangen, jedoch nicht auf alle Punkte ausführlich. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Die geforderten Sprechhandlungen werden teilweise realisiert; ● auf einzelne der in der Aufgabenstellung genannten Punkte wird eingegangen.
Gesprächsfähigkeit	<ul style="list-style-type: none"> ● Keine Unterstützung durch den Gesprächspartner erforderlich; ● spricht (auch über längere Passagen) flüssig, ohne störende Pausen, in natürlichem Sprechtempo. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Gelegentliche Unterstützung durch Gesprächspartner erforderlich; ● spricht flüssig, kaum Pausen und Verzögerungen, in angemessenem Sprechtempo. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Häufige Unterstützung durch Gesprächspartner erforderlich; ● spricht relativ flüssig, es gibt jedoch Pausen und Verzögerungen, die die Kommunikation erschweren.
Ausdruck	<ul style="list-style-type: none"> ● Verwendet einen breiten fachsprachlichen Wortschatz; ● die Wahl der sprachlichen Mittel ist dem Adressaten, der Situation und der jeweiligen Sprechhandlung angemessen. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Verwendet ausreichenden fachsprachlichen Wortschatz, um sich klar auszudrücken; ● die Wahl der sprachlichen Mittel ist dem Adressaten, der Situation und der jeweiligen Sprechhandlung weitgehend angemessen. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Verwendet einen sehr begrenzten fachsprachlichen Wortschatz; ● die Wahl der sprachlichen Mittel ist dem Adressaten, der Situation und der jeweiligen Sprechhandlung häufig nicht angemessen.
Sprachliche Richtigkeit	<ul style="list-style-type: none"> ● Durchgängig hohes Maß an grammatischer Korrektheit, auch bei komplexen Konstruktionen, sehr vereinzelte Regelverstöße; ● Fehler werden im allgemeinen selbst korrigiert. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Hohes Maß an grammatischer Korrektheit; wenige Regelverstöße bei komplexen Konstruktionen, die die Kommunikation nicht beeinträchtigen; ● die meisten Fehler werden selbst korrigiert. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Einige Regelverstöße, die gelegentlich die Kommunikation beeinträchtigen; ● Fehler werden nicht selbst korrigiert.
Aussprache/Intonation	<ul style="list-style-type: none"> ● Die Aussprache ist klar und weitgehend akzentfrei; ● Wort- und Satzakkent werden korrekt platziert, variieren je nach kommunikativer Intention. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Die Aussprache ist im Großen und Ganzen klar, deutlicher Akzent, der die Kommunikation aber nicht beeinträchtigt; ● Wort- und Satzakkent werden weitgehend korrekt platziert. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Die Aussprache ist nicht immer klar, der Akzent ist deutlich hörbar; es gibt stellenweise Aussprachefehler, die die Kommunikation beeinträchtigen; ● bei Wort- und Satzakkent gibt es gelegentlich Verstöße, die die Kommunikation beeinträchtigen.

Anhang

Auswahlbibliografie für PWD-Vorbereitungskurse

Kurstragende Unterrichtsmaterialien	<p>Buhlmann, R., A. Fearn, E. Leimbacher, Wirtschaftsdeutsch von A-Z. München: Langenscheidt 1995. Lehr- und Arbeitsbuch.</p> <p>Eismann, V., Wirtschaftskommunikation Deutsch, 2 Bände. Band 1. Berlin, München: Langenscheidt 2000. Lehrbuch, 2 Audiokassetten/CD, 2 Videokassetten. Band 2 in Vorbereitung. Enthält einen Modelltest zu PWD neu.</p> <p>Deutsche Welle, Carl Duisberg Centren, Deutscher Industrie- und Handelstag (Hg.), Marktplatz. Deutsche Sprache in der Wirtschaft. Begleitbuch und Audiokassetten zur Hörfunkserie der Deutschen Welle. Köln 1998: siehe auch http://www.dwelle.de/dpradio/bildung/marktplatz/Welcome.html</p>
Unterrichtsmaterialien zu einzelnen Fertigkeiten	
Leseverstehen	<p>Goethe-Institut (Hg.), Markt. Materialien aus der Presse für Berufsorientierten Unterricht DaF. Markt 1-17. München: Goethe-Institut 1997 ff.</p>
Hörverstehen; Hör-Seh-Verstehen	<p>Miebs, U., L. Vehorvirta, Kontakt Deutsch - Deutsch für berufliche Situationen. München: Langenscheidt 1997. Videokassetten, Kursbuch, Redemittelbuch, Glossare.</p> <p>Scheck, U. et al., Made in Germany - Videounterrichtseinheiten zur Vorbereitung auf die Prüfung Wirtschaftsdeutsch International. München: Goethe-Institut 1996. Videokassette, Begleitbuch.</p> <p>Süß, P., Telefonieren am Arbeitsplatz. Deutsch als Fremdsprache. München: Hueber 1997.</p> <p>Tenberg, R. et al., Gründung einer Tochterfirma. München: Goethe-Institut 1991. Videokassette, Arbeitsbuch.</p> <p>Weermann, W., Hörtexte Wirtschaftsdeutsch. Stuttgart: Klett 1994. Kassette, Begleitbuch.</p>
Schriftlicher Ausdruck	<p>Abegg, B., 100 Briefe Deutsch für Import und Export. München: Langenscheidt 1997 (Neuaufgabe).</p> <p>Hering, A., M. Matussek, Geschäftskommunikation - Schreiben und Telefonieren. München: Hueber 1996. Kursbuch, Kassette/CD.</p> <p>Siehe auch Goethe-Institut (Hg.), Markt.</p>
Mündliche Kommunikation	<p>Buscha, A., G. Linthout, Geschäftskommunikation. Verhandlungssprache. München: Hueber 1997. Lehrbuch, Kassette/CD.</p> <p>Krause, W., J. Schneider, Geschäftsverhandlungen. München: Langenscheidt 1995. Videokassette, Begleit- und Arbeitsbuch, Lehrerhandreichungen.</p>

Anhang
Auswahlbibliografie für PWD-Vorbereitungskurse

**Literatur für Lehrer
zur Kursvorbereitung**

Namuth, K., Th. Lüthi. Gesprächstraining Deutsch für den Beruf. Verlag für Deutsch. Lehr- und Arbeitsbuch, 2 Audiokassetten. München 1998.

Neumann, I., Fachkommunikation für die Wirtschaft. HøyskoleForlaget. Norwegian Academic Press. Norwegen 1996.

Neumann, I., Geschäftssituationen für Außenhandel, Tourismus und Technik. HøyskoleForlaget. Norwegian Academic Press. Norwegen 1996.

Siehe auch Goethe-Institut (Hg.), Markt.

Siehe auch Hering/Matussek, Geschäftskommunikation - Schreiben und Telefonieren.

Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA), Erfolgreiche Messebeteiligung Made in Germany. Köln 1995.

Buhlmann, R., A. Fearn, Einführung in die Fachsprache der Betriebswirtschaft, Bd. 1-3. München: Goethe-Institut 1990f. Lehr- und Arbeitsbücher, Lösungshefte, Lehrerheft.

Gabler Kompakt-Lexikon Wirtschaft. 7. Vollst.überarb. und erw. Auflage. Wiesbaden 1998.

Herrmann, K., Wirtschaftstexte im Unterricht. München: Goethe-Institut 1990.

Hindle, T., M. Thomas, Marketing. Erfolgreich werben und verkaufen von A bis Z. München: dtv 1994.

Hindle, T., Manager. Management-Praxis von A bis Z. München: dtv 1994.

Hindle, T., P. Sadler, MBA. Management und Management-Theorie von A bis Z. München: dtv 1994.

Hoefer, G., P. Schade, Kleines Lexikon der Wirtschaft für Schüler und Studierende. Bad Homburg v. d. Höhe: Gehlen 1997.

Jung, L., Fachsprache Deutsch - Betriebswirtschaft. München: Hueber 1993. Lese- und Arbeitsbuch, Kassette.

Kennedy, G., Verhandlungsführung. Erfolgreich verhandeln von A bis Z. München: dtv 1994.

Mühlbradt, F. W., Wirtschaftslexikon. Kompaktwissen für Schule, Ausbildung und Beruf. Frankfurt/M: Cornelsen-Scriptor 1993 oder später.

Seidel, H., R. Temmen, Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre. Bad Homburg v. d. Höhe: Gehlen 1997.

Anhang

Auswahlbibliografie für PWD-Vorbereitungskurse

Wörterbücher, Terminologie

Seidel, H., R. Temmen, Grundlagen der Volkswirtschaftslehre.
Bad Homburg v. d. Höhe: Gehlen 1997.

Stein, J., Das Bankwesen in Deutschland. Köln: Bank-Verlag 1995.

Vahlens Großes Wirtschaftslexikon. München 1993.

Dietl, C., Wirtschaftswörterbuch, 2 Bde. Deutsch-**Englisch** und Englisch-
Deutsch. Wiesbaden: Gabler 1990 ff.

Futász, D., Hamblock, D., Wessels, D., Wörterbuch Wirtschafts**ungarisch**,
2 Bde., Deutsch-Ungarisch und Ungarisch-Deutsch. Berlin: Cornelsen 1995.

Haensch, G., López-Casero, F., Wirtschaftsterminologie **Spanisch**-Deutsch
und Deutsch-Spanisch. München: Hueber 1995.

Haensch, G., Desportes, Y., Wirtschaftsterminologie **Französisch**-Deutsch
und Deutsch-Französisch. München: Hueber 1994.

Hamblock, D., Wessels, D., Großwörterbuch Wirtschafts**englisch**, 2 Bde.,
Deutsch-Englisch und Englisch-Deutsch. 5. Aktual., erw. Auflage,
Berlin: Cornelsen 1999.

Hamblock, D., Wessels, D., Elektronisches Wörterbuch Wirtschafts**englisch**,
2 Bde., Deutsch-Englisch und Englisch-Deutsch. Berlin: Cornelsen-Software
1995 (inhaltlich identisch mit der Druckfassung).

Milanovic, Michael (Hg.), Multilingual glossary of language testing terms.
Erarbeitet von den Mitgliedern der Association of Language Testers in
Europe (ALTE). Studies in language testing Bd. 6. Cambridge: Cambridge
University Press 1998.

Mini-Eichborn, Wirtschaftsenglisch, 2 Bde., Deutsch-**Englisch** und Englisch-
Deutsch. Burscheid: Siebenpunkt 1993.

Morgenroth, K. & Wagner, H., Wörterbuch Wirtschafts**französisch**, 2 Bde.,
Französisch-Deutsch und Deutsch-Französisch.
Berlin: Cornelsen 1997,1998.

Nikiforowa, A.S., Wörterbuch Wirtschafts**russisch**. Deutsch-**Russisch**.
Berlin: Cornelsen 1993.

N.N. **Französisch** für Kaufleute. München: Langenscheidt 1995.

N.N. **Italienisch** für Kaufleute. München: Langenscheidt 1993.

Renner, R., Sachs, R., Wirtschaftssprache Deutsch-**Englisch**/Englisch-
Deutsch. München: Hueber (neueste Auflage).

Anhang Auswahlbibliografie für PWD-Vorbereitungskurse

Tenberg, Reinhard/Derrick Ferney: Langenscheidts Wortschatz Wirtschafts-**englisch**. Ein nach Situationen und Sachgebieten geordnetes Lernwörterbuch. Berlin u.a. 2000.

Internet-Adressen

www.goethe.de/pwd

www.wirtschaftsdeutsch.de (Webliographie Wirtschaftsdeutsch, Universität Düsseldorf); in

riechert@uni-duesseldorf.de
(Subject: KWW mail list; Text: Subscribe. Hier u.a. die „Top-Links“)

viadrina.euv-frankfurt-o.de/~sw2/Forschung/Interk.Wirt./piwk.start.html
(Interkulturelle Wirtschaftskommunikation)

Anhang Literaturverzeichnis

Anonym, Fremdsprachliche Qualifikationen für den Beruf. Eine Initiative der Industrie- und Handelskammern. In: Zielsprache Französisch 3 (1997), S. 111-116.

Aigner, G.. H. Träger, Zertifizierung von Englischkenntnissen an der Berufsschule im kaufmännischen, gewerblich-technischen und gastronomischen Bereich - Vergleichbare Standards für Europa. In: Neusprachliche Mitteilungen aus Wirtschaft und Praxis 1 (1999), S. 41-47.

Alex, L; H. Bau (Hg.); Wandel beruflicher Anforderungen. Der Beitrag des Bundesinstitut für Berufsbildung zum Aufbau eines Früherkennungssystems Qualifikationsentwicklung – Qualifikationsreport, Bielefeld 1999.

Association of Language Testers in Europe (Hg.), ALTE Rahmenprojekt Fragebogen: „Ihre Sprachfertigkeiten“, Teil B Arbeit. Unveröffentlichtes Manuskript. Cambridge 1998.

Bolten, J., Das HRK-Zertifikat „Fachsprache Wirtschaft“. Richtlinien, Ausbildung und Praxisbezug. In: Info DaF 24/4 (1997), S. 530-541.

Burkert, M., Deutsch als Amts- und Arbeitssprache in der Europäischen Gemeinschaft. In: Born, Joachim, Gerhard Stickel (Hg.), Deutsch als Verkehrssprache in Europa. Berlin (1993), S. 54-63.

Busse, G., A. Paul-Kohlhoff, P. Wordelmann, Fremdsprachen und mehr. Internationale Qualifikationen aus der Sicht von Betrieben und Beschäftigten. Bundesinstitut für Berufsbildung (Hg.) Berlin und Bonn 1997.

Council of Europe, Council for Cultural Co-operation, Education committee (Hg.), Modern Languages: Learning, Teaching, Assessment. A Common European Framework of reference. CC-LANG (95) 5 rev.V, Strasbourg 1998.

Damm-Rüger, S., B. Stiegler, Soziale Qualifikation im Beruf. Eine Studie zu typischen Anforderungen in unterschiedlichen Tätigkeitsfeldern. Bundesinstitut für Berufsbildung (Hg.) Berlin und Bonn 1996.

Desinger, B., H. W. Frischkopf, U. Scheck, H. W. Seliger, Basiswissen Wirtschaftsdeutsch. Stoffgebiete und Fachwortschatz. Iudicium. München 1999.

Deutscher Industrie- und Handelstag (Hg.), Geprüfter Sekretariatsfachkaufmann, Geprüfte Sekretariatsfachkauffrau, Rahmenstoffplan mit Lernzielen, IHK-Weiterbildung, Bonn 1996.

Deutscher Industrie- und Handelstag (Hg.), Anforderungsprofile für handlungsorientierte Sprachfertigkeiten. In: Zielsprache Französisch 1 (1997), S. 16-20.

Anhang Literaturverzeichnis

Deutscher Volkshochschulverband und Goethe-Institut (Hg.), Das Zertifikat Deutsch für den Beruf. München 1995.

Fearns, A., Curricula für fach- und berufssprachlich orientierte Wirtschaftsdeutschkurse. In: Materialien Deutsch als Fremdsprache 52 (1999) S. 230-254.

Fearns, A., D. Hartmann, Curriculum zur Prüfung Wirtschaftsdeutsch International, Projekt des Goethe-Instituts und der Fachhochschule Konstanz. Unveröffentlichtes Manuskript. Konstanz 1998.

Goethe-Institut, H.-D. Dräxler (Hg.), Rahmenrichtlinien für den Mittelstufenunterricht. München 1996.

Hermant, J., Zur Situation der deutschen Sprache und Literatur in den USA. Eine historische Bilanz. In: Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache 25 (1999), S. 327-337.

Heuberger, K., Die Situation des Fachsprachenunterrichts Wirtschaft im Bereich Deutsch als Fremdsprache. In: Materialien Deutsch als Fremdsprache 45 (1997) S. 123-144.

Jacoby, S., T. McNamara, Locating Competence. In: English for Specific Purposes 18/3 (1999) 213-241.

Karbelaschwili, S., Lexikon zur Wortbildung der deutschen Sprache. Materialien Deutsch als Fremdsprache 51 (1998).

Kniffka, G., M. Perlmann-Balme, Zertifizierung im Bereich DaF in der Wirtschaft. In: Wolf, A., H. Tanzer (Hg.), 2000. Sprache – Kultur – Politik. Regensburg, Fachverband Deutsch als Fremdsprache. Materialien Deutsch als Fremdsprache 53 (2000).

Knobbe, Th., U. Wondol, J. Büsing, D. Baltés, I. Janko, Kernkompetenzen für Ihren Erfolg. Was im Job wirklich zählt. Arbeitsmethodik, Informationskompetenz, Kommunikationsfähigkeit, Belastbarkeit, Präsentationstechniken, Kreativität. Augsburg 1999.

Lazlo, A., H. Bau (Hg.), Wandel beruflicher Anforderungen. Der Beitrag des Bundesinstitut für Berufsbildung zum Aufbau eines Früherkennungssystems Qualifikationsentwicklung. Berlin 1999.

Luchtenberg, S., Interkulturelle Kommunikative Kompetenz als Schlüsselqualifikation für Wirtschaft und Beruf. In: Zeitschrift für Berufs- und Wirtschaftspädagogik, 94/1 (1998).

Mercedes-Benz, Betriebliche Bildung Zentrale (Hg.), Eine Ausbildungsmethode Ausbildung am Arbeitsplatz. Kaufmännische Berufsausbildung. Ohne Ort und Datum.

Anhang Literaturverzeichnis

Ross, E. (Hg.), Berufsbezogenes Fremdsprachenlernen. Neue Konzeptionen, Inhalte, Methoden und Medien. Bundesinstitut für Berufsbildung (Hg.) Berlin und Bonn 1997.

Ross, E., F. Kern, R. Skiba, Facharbeiter und Fremdsprachen. Fremdsprachenbedarf und Fremdsprachennutzung in technischen Arbeitsfeldern. Bundesinstitut für Berufsbildung (Hg.) Berlin und Bonn 1996.

Stadelmeier, K., Jung, dynamisch, erfolgsorientiert. Fremdsprachensekretärinnen der Deutschen Berufsschule - ein Qualitätsstandard im brasilianischen Markt. In: Begegnung 1/1998, S. 10.

Schneider, F., Mündliche Fachkommunikation ist Beziehungsarbeit. In: Nouveaux Cahiers d'Allemand 97/3, S. 273-288.

Schöffner-Grabe, S., R. Weiß, Vorsprung durch Fremdsprachentraining. Ergebnisse einer Unternehmensbefragung. Institut der deutschen Wirtschaft (Hg.) Köln 1998.

University of Cambridge Local Examinations Syndicate (Hg.), BEC 3, Business English Certificate 3. Handbook and Sample Paper. Cambridge. Ohne Datum.

Weiss, R., S. Schöpfer-Grabe, Fremdsprachenbedarf im Ausbildungsberuf Kaufmann/Kauffrau im Groß- und Außenhandel. Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Technologie. Bonn 1996.

Wordemann, P. (Hg.), Internationale Qualifikationen. Inhalte, Bedarf und Vermittlung. Bundesinstitut für Berufsbildung (Hg.) Berlin, Bonn 1995.

Zhao, J., Wirtschaftsdeutsch in China. Eine Umfrage unter möglichen Arbeitgebern für Germanistikabsolventen. In: Info DaF 26 (1999) 582-600.

Notizen
