

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
АВТОМОБІЛЬНО-ДОРОЖНІЙ ІНСТИТУТ

Кафедра «Іноземні мови»

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДО ВИКОНАННЯ ПРАКТИЧНИХ РОБІТ З ДИСЦИПЛІНИ
«НІМЕЦЬКА МОВА ПРОФЕСІЙНОГО СПРЯМУВАННЯ»
(ДЛЯ СТУДЕНТІВ 2 – 3 КУРСІВ НАПРЯМУ ПІДГОТОВКИ
030601 «МЕНЕДЖМЕНТ»)**

21/55-2011-02

«РЕКОМЕНДОВАНО»
Методична комісія факультету
«Економіка та управління»
Протокол № 9 від 18.05.11

«РЕКОМЕНДОВАНО»
Кафедра «Іноземні мови»
Протокол № 7 від 02.03.11

Горлівка – 2011

УДК 811.112.2

Методичні вказівки до виконання практичних робіт з дисципліни «Німецька мова професійного спрямування» (для студентів 2 – 3 курсів напряму підготовки 030601 «Менеджмент») [Електронний ресурс] / укладач С.О. Юшкова. – Електрон. дані – Горлівка: ДВНЗ «ДонНТУ» АДІ, 2011. – 1 електрон. опт. диск (CD-R); 12 см. – Систем. вимоги: Pentium; 32 RAM; WINDOWS 98/2000/NT/XP; MS WORD 2000. – Назв. з титул. екрану.

Методичні вказівки містять систематизоване викладання навчальної дисципліни «Німецька мова професійного спрямування», що складається з навчальних текстів, системи дотекстових та післятекстових завдань, лексичних та граматичних вправ.

Укладач:

Юшкова С.О.

Відповідальний за випуск:

Мудра Т.В.

Рецензент:

Мараховська Т.А., к. філол. н.,
доц. каф. «Іноземні мови»

© Державний вищий навчальний заклад
«Донецький національний технічний університет»
Автомобільно-дорожній інститут, 2011.

INHALT

1. Verkehr	4
2. Individuelle kommunikation und massenmedien	9
3. Marktplatz internet	14
4. Unternehmungen	18
5. Rechtsformen von unternehmen	21
6. Ein paar staatliche giganten	24
7. Markt	27
8. Marketing	33
9. Marketinginstrumente - werbung und public relationswerbung	36
10. Der handel	39
11. Management	43
12. Banken	46
13. Geld	48
14. Börse	51

LESETEXTE

1. Das euro-geld ist besser als sein ruf	53
2. Public relations oder öffentlichkeitsarbeit	55
3. Pkw-Handelsbilanz: Deutschland erneut vor Japan	57
4. 1995 war ein äußerst positives Geschäftsjahr	58
5. Die Entwicklungshelfer	58
6. Gleitender Währungskurs ersetzt den Rubelkorridor	60
7. Steigender Dollar beflügelt die Aktien	60
8. Der aufstieg in die weltliga	61

Text N 1 VERKEHR

Eine moderne Industriegesellschaft benötigt ein hochentwickeltes Verkehrssystem. Es sichert den Menschen die uneingeschränkte Bewegung, erleichtert ihnen die Wahl des Wohnorts und des Arbeitsplatzes und trägt zum Abbau ungleicher Lebensbedingungen, bei. Industrie, Gewerbe und Handel können nur mit einem gut ausgebauten Verkehrsnetz ihre Leistungskraft und die erforderliche Flexibilität entfalten.

Die Verkehrsträger. Privatautos befördern die meisten Personen in Deutschland. Gemessen in Personenkilometern brachten es Bus, U-Bahn und Straßenbahn 1991 auf 84, die Eisenbahn auf 57 und das Flugzeug auf 18 Milliarden Personenkilometer. Im Güterverkehr lagen die Lastkraftwagen mit 203 Milliarden Tonnenkilometern vorn. Die Eisenbahn folgte mit 81, die Binnenschifffahrt mit 55 Milliarden Tonnenkilometern.

Die Bundesbahn und die Deutsche Reichsbahn. Die Eisenbahn bleibt als ein besonders umweltfreundliches Verkehrsmittel für die Beförderung vor allem von Massengütern, für den kombinierten Verkehr sowie den Personenverkehr unverzichtbar. Im Westen hat die DB 1991 ihre ersten neuen Hochgeschwindigkeitsstrecken in Betrieb genommen. Sie ermöglichen den neuentwickelten ICE-Zügen Geschwindigkeiten bis zu 250 km/h. Weitere Hochgeschwindigkeitsstrecken sind geplant. Die neuen Strecken zwischen Hannover und Würzburg sowie Mannheim-Stuttgart machen die Bahn besonders für Geschäftsreisende noch attraktiver. Ziel ist, auf Strecken bis zu 500 km Reisenden eine Alternative zum Flugzeug oder Auto zu bieten. Schon 1971 hatte die Bahn die Intercity-Züge eingeführt. Seit 1991 verkehren täglich mehr als 630 Fernzüge, die über 250 Städte erreichen. Eine wichtige Funktion hat die Bahn im öffentlichen Nahverkehr der wirtschaftlichen Ballungsräume. Attraktive Angebote sollen möglichst viele Autofahrer zum „Umsteigen“ auf öffentliche Verkehrsmittel bewegen; das wäre auch ein Beitrag zum Umweltschutz. In den vergangenen Jahren investierte die öffentliche Hand Milliardenbeträge in den Aus- und Neubau von Schnellbahnnetzen in Berlin und Hamburg, im Ruhrgebiet, in Frankfurt am Main, Köln, Nürnberg, Stuttgart und München. Die S-Bahnen werden ergänzt durch U-Bahnen, Straßenbahnen und Busse. Bewährt hat sich der „Verkehrsverbund“, der in fast allen Ballungsräumen die öffentlichen Verkehrsträger miteinander verzahnt und die Nutzung aller Verbundverkehrsmittel mit ein und derselben Fahrkarte erlaubt.

Die Straße. Auf Deutschlands Straßen fahren mehr Autos als je zuvor. 1992 waren rund 45 Millionen Fahrzeuge zugelassen, darunter 39 Millionen Personenkraftwagen (1950 gab es in der alten Bundesrepublik erst 1,9 Millionen, 1986 rund 31,7 Millionen Zulassungen). Das Straßennetz für den überörtlichen Verkehr hat eine Länge von über 226000 km (1992), davon sind

mehr als 11000 km Autobahnen. Damit hat Deutschland-nach den USA das längste Autobahnnetz der Welt. Auf den weitaus meisten deutschen Straßen gelten abgestufte Geschwindigkeitsbeschränkungen. So ist für Bundesstraßen eine Höchstgeschwindigkeit von 100 km/h die Regel, während innerorts nur 50 km/h, in Wohngebieten oft nur 30 km/h erlaubt sind. Nur ein Teil der Autobahnen kennt keine Geschwindigkeitsbegrenzungen.

Für viele ist das Auto weiterhin unentbehrlich für den Weg zur Arbeit; andere wollen in der Freizeit nicht darauf verzichten. Der schnelle Gütertransport von Tür zu Tür ist ohne Lastkraftwagen nicht möglich. Das Kraftfahrzeug bleibt auch in Zukunft ein Hauptverkehrsmittel.

Die Luftfahrt. Die hohen Zuwachsraten im internationalen Luftverkehr stellen auch in Deutschland steigende Anforderungen an Flughäfen und Flugsicherung. 1992 wurden auf den deutschen Flughäfen über 88 Millionen Fluggäste registriert. Dazu kamen fast 1,5 Millionen Tonnen Luftfracht. Der größte Flughafen ist Frankfurt am Main; er ist auch einer der wichtigsten in Europa. Weitere Flughäfen in Deutschland sind u.a. Berlin-Tegel und Berlin-Schönefeld, Bremen, Düsseldorf, Dresden, Erfurt, Hamburg, Hannover, Köln/Bonn, Leipzig, München, Nürnberg, Saarbrücken und Stuttgart.

Die Deutsche Lufthansa gehört zu den bedeutenden internationalen Fluggesellschaften. Sie beförderte 1992 rund 26,9 Millionen Passagiere. Zu ihrer Flotte zählen rund 220 moderne Maschinen. Im Ferienflugverkehr benutzen jährlich über 15 Millionen Passagiere die Gesellschaften Condor, LTU, Hapag-Lloyd, Aero-Lloyd, Germania und kleinere Charterunternehmen. Rund 100 internationale Luftverkehrsgesellschaften fliegen im regelmäßigen Linienverkehr die deutschen Flughäfen an. Von dort aus bestehen direkte Flugverbindungen zu rund 200 Zielen in mehr als 90 Ländern.

Die deutschen Flughäfen werden in privatrechtlicher Form betrieben, wobei die öffentliche Hand die Kontrolle ausübt.

Die Mosel mal ganz anders erleben. Das Moseltal ist auch heute noch ein Fleckchen Erde voll verträumter Romantik. Die reizvollste Art, die Schönheiten dieser Landschaft zu erleben: eine Fahrt mit dem KD-Schiff. Ob Sie nun bis Winnigen, Brodenbach oder weiter bis Cochem fahren, Sie werden begeistert sein. Denn an Bord eines KD-Schiffes wird jede Moselfahrt zum unvergeßlichen Erlebnis.

Kreuzfahrten auf Rhein, Main, Mosel, Neckar, Elbe und Donau. Wenn Sie mehr Zeit haben und die Schönheiten der Städte und Flußlandschaften an Rhein, Mosel, Neckar, Main, Elbe und Donau höchst komfortabel kennenlernen möchten, sind unsere Kreuzfahrten genau das richtige Angebot für Sie.

Reisen von 3 bis 9 Tagen, Unterbringung in Außenkabinen (Dusche/WC, Klimaanlage, Radio, Telefon), hochwertige Bordverpflegung mit 4-5 Mahlzeiten pro Tag, zuvorkommender Service. Genießen Sie es, sich mal einige

Tage so richtig verwöhnen zu lassen, interessante Menschen kennenzulernen und-ohne tägliches Kofferpacken-die reizvollsten Orte und Gegenden auf höchst bequeme Weise neu zu entdecken.

Unser Kreuzfahrt-Programm:

Rhein: 3-8tägige Reisen zwischen Amsterdam/Rotterdam und Straßburg/Basel.

Mosel: 3-4tägige Reisen zwischen Frankfurt und Trier bzw. Trier und Köln.

Neckar: 7-Stägige Reisen zwischen Köln/Trier/Würzburg und Stuttgart.

Main: 8-tägige Reisen zwischen Würzburg und Trier.

Elbe: 4-Stägige Reisen zwischen (Hamburg) Lauenburg und Litomerice (Prag).

Donau: 7-Stägige Reisen zwischen (Nürnberg) Dietfurt und Budapest.

Wörter

das Verkehrssystem, -e – транспортна система

die Leistungskraft, -e – продуктивна сила

die Flexibilität – змінюваність

das Privatauto, -s – особистий автомобіль

der Bus, -se – автобус

die U-Bahn, -en – метро

die Eisenbahn, -en – залізнична дорога

das Flugzeug, -e – літак

der Lastkraftwagen – вантажівка

die Binnenschifffahrt – річкове судноплавство

das Verkehrsmittel – транспортний засіб

der ICE-Zug, -e – міжміський експрес

der Geschäftsreisende, -n – відряджений

der Intercity-Zug, -e – міжміський потяг

die S-Bahn, -en – електричка

der Ballungsraum, -e – район концентрації великих міст

das Fahrzeug, -e – автомобіль

der Personenkraftwagen – легковий автомобіль

die Autobahn, -en – автобан

die Geschwindigkeitsbegrenzung, -en – обмеження швидкості

der Lastwagen – вантажівка

der Luftverkehr – авіація

der Fluggast, -e – пасажир літака

die Lufthansa – Люфтганза

die Fluggesellschaft, -en – авіакомпанія

die Flugverbindung, -en – повітряне товариство
 der Flughafen – аеропорт
 sichern – забезпечувати, гарантувати
 beitragen u, a, zu – зробити внесок
 entfalten – розгортати
 befördern – перевозити, транспортувати
 unverzichtbar sein – бути невід’ємним
 in Betrieb nehmen – прийняти до експлуатації
 verkehren – курсувати, здійснювати рейси
 bewegen, o, o – спонукати, схилити
 sich bewähren – справджувати сподівання
 verzahnen – зчіплювати, з’єднувати
 verzichten – відмовлятися
 gehören – належати
 benutzen – використовувати
 betreiben, ie, ie – проводити роботу
 das KD-Schiff, -e – теплоходи пароплавства Кьольн-Дюссельфорт
 der Schiffsausflug, -e – прогулянка на теплоході
 das Vergnügen – задоволення
 das Erlebnis, -se – переживання, враження
 der Tip, -s – вказівка, натяк, порада
 die Anregung, -en – спонукання
 die Aussicht, -en – вид
 erleben – переживати
 die Kreuzfahrt, -en – круїз
 genießen, o, o – тішитися
 die Gegend, -en – місцевість

Übungen

Übung 1. Beantworten Sie die folgenden Fragen zum Textteil "Bundesbahn".

1. Warum ist die Eisenbahn als Verkehrsmittel so beliebt und wichtig?
2. Wie heißen die neuentwickelten Züge in Deutschland?
3. Wie schnell fahren sie?
4. Wieviel Fernzüge verkehren täglich in Deutschland?
5. Wieviel Städte verbinden sie?
6. Wie heißt die Eisenbahn zwischen Hamburg und Berlin, die geradegebaut wird?

Übung 2. Beantworten Sie die folgenden Fragen zum Textteil "Die Straße".

1. Wieviel Personen befördern Privatautos in Deutschland?
2. Wieviel Autos hatte Deutschland 1992?
3. Welche Länge haben Autobahnen in Deutschland?
4. Gibt es auf deutschen Autobahnen Geschwindigkeitsbeschränkungen?
5. Warum ist das Auto bei Deutschen so beliebt?
6. Welche Automarken "made in Deutschland" kennen Sie?

Übung 3. Beantworten Sie die folgenden Fragen zum Textteil "Die Luftfahrt (In der Luft)".

1. Wie heißt die führende und größte Fluggesellschaft Deutschlands?
2. Wie viele Maschinen hat diese Gesellschaft?
3. Wie heißen die weiteren Fluggesellschaften Deutschlands?
4. Wie viele Fluggäste wurden 1992 registriert?
5. Wo liegt der größte Flughafen in Deutschland?
6. Wie heißt der zweitgrößte Flughafen Deutschlands?
7. In welchen Städten gibt es außerdem Flughäfen?

Übung 4. Beantworten Sie die folgenden Fragen zum Textteil "Die Schifffahrt (Zu Wasser)".

1. Waren Sie schon mal in Deutschland?
2. Haben Sie schon einen Schiffsausflug mit der KD (Köln-Düsseldorfer Linie) gemacht?
3. Bei welcher Stadt mündet die Mosel in den Rhein?
4. Woher ist Ihnen der Name "Mosel" außerdem bekannt?
5. Wo liegt die Loreley?
6. Warum sind diese Städte so berühmt?

Übung 5. Übersetzen Sie folgende Aufforderungen ins Russische.

1. Kommen Sie zeitig zur Sprechstunde!
2. Bleiben Sie bei der Sache!
3. Lassen Sie sich nicht ablenken!
4. Passen Sie gut auf!
5. Übersetzen Sie diese Stelle ohne Wörterbuch!
6. Teilen Sie die Lehrbücher aus!
7. Sammeln Sie die Kontrollarbeiten ein!

Übung 6. Beantworten Sie die nachfolgenden Fragen nach dem Muster.

Muster: - Liest du viel? - Ja, wenn ich freie Zeit habe.

1. Reist du viel?
2. Magst du Autos?
3. Benutzt du dein Auto oft?
4. Fährst du auch im Winter Auto?
5. Machst du mit uns eine Reise nach Sankt-Petersburg?
6. Fährst du mit der Bahn?

Übung 7. Übersetzen Sie folgende Sätze ins Deutsche.

- Якщо ви втомилися (müde sein), відпочиньте, будь ласка.
- Якщо ви виконали контрольну роботу (machen), здайте її, будь ласка (abgeben).
- Якщо ви не розумієте це місце в тексті, звертайтеся до викладача (sich wenden an Akk.)
- Якщо ви не розумієте це висловлювання, користуйтеся словником.
- Якщо вам не подобається мандрувати поїздом, летіть оцим літаком.
- Якщо ви маєте багато часу, насолоджуйтеся цим краєвидом (Aussicht).

Übung 8. Rollenspiel.

Sie sind ein russischer Student und studieren Wirtschaft. Sie sind mit einem Jungen aus Deutschland befreundet. Nun ist er in Russland. Er ist von Frankfurt/Main nach Sankt Petersburg geflogen und von dort mit der Bahn in Ihre Stadt gefahren. Fragen Sie ihn, ob er eine gute Reise hatte, wie der Service war, wie er russische Eisenbahnen findet u.s.w.

Text N2

INDIVIDUELLE KOMMUNIKATION UND MASSEN MEDIEN

Für den Geschäftsmann unseres Jahrhunderts gibt es verschiedene Möglichkeiten der Kommunikation, wobei die älteste Form, das persönliche Gespräch zwischen Verkäufer und Käufer relativ wenig mehr benutzt wird. Die Post leistet schnelle und zuverlässige Dienste in der Beförderung von Briefen. Bei großer Eile kann man bei ihr ein Telegramm aufgeben oder telefonieren oder, wenn man ans Fernschreibenetz angeschlossen ist, kann man, so schnell wie übers Telefon, z.B. Aufträge erteilen oder bestätigen und sofort die Dokumente zur Geschäftsabwicklung mitliefern. Telefax unterscheidet sich vom Telegramm nur durch eine höhere Übertragungsgeschwindigkeit. Die neueste Technik erlaubt durch Telefax auch die schnelle Fernübertragung eines Bildtextes.

Ohne den Computer ist das moderne Geschäftsleben kaum noch vorstellbar. Er kann durch seinen Schreibautomaten in Massen Briefe herstellen, die so aussehen, als ob sie an jeden Adressaten persönlich geschrieben wären. Der Computer speichert und verarbeitet Daten und kann durch Telefonleitungen an zentrale Datenbanken angeschlossen sein. Auf diese Weise kann z.B. ein Reisebüro in Sekunden feststellen, ob für einen bestimmten Flug noch Plätze zu haben sind. Eine an eine zentrale Datenbank angeschlossene Vorverkaufsstelle für Theater- und Konzertkarten braucht nicht mehr zu telefonieren, um herauszufinden, ob es für eine bestimmte Vorstellung noch Karten gibt, usw. Man kann die erwünschte Information durch den Druckweniger Tasten sofort auf den eigenen Bildschirm projizieren.

Die Deutsche Bundespost nimmt in der Rangliste der größten Gewinner, der größten Investoren und der größten Arbeitgeber den ersten Platz ein. 1987 beschäftigte sie 552625 Dienstkräfte. Die DBP wird von der Bonner Regierung verwaltet, mit einem Postminister an der Spitze.

Es hat nie ein Monopol in der Paketpost gegeben. Ein Drittel ist schon immer von der Bundesbahn und ein zweites Drittel von anderen Speditionsgewerben befördert worden. Das letzte Drittel pflegte der Bundespost zuzufallen, aber in den letzten Jahren hat sie einen Teil davon an neue Wettbewerber verloren.

An den Massenmedien war die Post schon immer beteiligt. Für jedes Radio und Fernsehgerät in Gebrauch kassierte sie monatliche Gebühren. Heute betreiben die Fernseh- und Rundfunkgesellschaften selbst das Inkasso. Aber auch in der Medienlandschaft hat die DBP kein Monopol. Sie ist weder an der Produktion der Programme beteiligt, noch vertreibt sie Endgeräte. Ihr Monopol beschränkt sich auf das Verteilungsnetz, die Verbreitung über Satelliten, bzw. über Richtfunk. Sie verkauft Übergabepunkte, an die man bis zu 200 Haushalte anschließen kann. Die Anschlüsse ins Haus darf die Post nicht machen. Die sind privaten Handwerkern vorbehalten. Das hat die Kosten stark erhöht und manchen Verbraucher davon abgehalten, sich für Kabelfernsehen zu entscheiden.

Die Bundespost hat keinerlei Einfluß auf die Programmgestaltung. Die deutschen Rundfunkanstalten – wobei "Rundfunk" ein *Sammelbegriff* für Hörfunk und Fernsehen ist – sind unabhängige Anstalten des öffentlichen Rechts. Repräsentanten dieser Gruppe bilden den *Rundfunkrat*, der Grundsatzfragen der Anstalt behandelt und den *Intendanten* wählt. Der leitet die gesamte Geschäftsführung einschließlich der Programmgestaltung. So geschieht das in den Landesrundfunkanstalten (Schleswig-Holstein hat keine), die in der ARD (=Arbeitsgemeinschaft der öffentlichen Rundfunkanstalten Deutschlands) zusammenwirken und für alle Länder das erste Programm (offiziell "Deutsches Fernsehen" genannt) produzieren. Nur ein kleiner.

Prozentsatz des Gesamtprogramms wird regionalen Interessen gewidmet.

Der ARD ist ein Drittes Programm angeschlossen, das von Land zu Land verschieden ist und hauptsächlich Kultur- und Bildungsprogramme sendet. Ein zweites Deutsches Fernsehen (ZDF) beruht auf einem Staatsvertrag aller Bundesländer. Es wird von Mainz an alle Bundesländer abgestrahlt.

Die Werbung im Fernsehen ist auf 30 Minuten pro Tag beschränkt und bringt nur etwa 3 % des gesamten Budgets ein. Der größte Teil wird durch die monatlichen Gebühren der Fernseh- und Rundfunkteilnehmer finanziert.

Jeder Landesrundfunk bietet mehrere Hörsendungen. Außerdem gibt es den "Deutschlandfunk", der in vierzehn Sprachen in ganz Europa gehört werden kann. Die "Deutsche Welle" sendet auf Kurz- oder Mittelwelle deutschsprachige Programme für die im nichteuropäischen Ausland lebenden Deutschen. Sie kann in Übersee auch in dreißig Fremdsprachen empfangen werden.

Etwa 400 Zeitungsverlage, die ungefähr 1270 Zeitungen verlegen, sind privatwirtschaftliche Unternehmen. Vor sechzig Jahren gab es noch mehr als doppelt so viele verschiedene Zeitungen, aber inzwischen sind viele Lokalblättchen verschwunden, und manche anderen Zeitungen haben sich wegen finanzieller und technischer Schwierigkeiten mit anderen Verlagen zusammengetan. So bestreitet z.B. der Verlag Axel Springer AG 25 Prozent der gesamten Tagespresse. Diese zunehmende Konzentration bringt natürlich die Gefahr der Meinungsmanipulation mit sich.

Das Fernsehen hat der Zeitungslesefreudigkeit der Deutschen bisher keinen Abbruch getan. 1954 wurden insgesamt 13 Millionen Tageszeitungen verkauft, 1985 war der Absatz auf 20,9 Millionen gestiegen.

Die wichtigsten überregionalen Tageszeitungen sind "DIE WELT" (konservativ), die "FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG" (konservativ/liberal), "SÜDDEUTSCHE ZEITUNG" (liberal) und die "FRANKFURTER RUNDSCHAU" (linksliberal). Sie alle enthalten einen wirtschaftlichen Teil. Besonders umfangreich ist er in der Wochenzeitung "DIE ZEIT". Es gibt vier tägliche Veröffentlichungen, die ausschließlich der Wirtschaft gewidmet sind:

1. Das "HANDELSBLATT" ist mit einer Auflage von 90000 Exemplaren das wichtigste Organ für nationale und internationale Wirtschaft. Es enthält als Beilage die "Finanzzeitung" mit Nachrichten über die Börsen. Alle großen Aktiengesellschaften veröffentlichen ihre Bilanzen darin.

2. Die Frankfurter "BÖRSENZEITUNG" ist spezialisierter als das "Handelsblatt"

3. Der "Blick durch die Wirtschaft" ist eine Beilage der "FRANKFURTER ALLGEMEINE".

4. Die "NACHRICHTEN FÜR DEN AUSSENHANDEL" werden von der schon erwähnten Bundesstelle für Außenhandelsinformation veröffentlicht.

Diese Zeitung hat als wöchentliche Beilage "Auslandsanfragen", in denen Geschäftsleute des Auslands kostenlos Kontakte in der BRD suchen können.

In der BRD werden erstaunlich viele (über 9500) Zeitschriften gedruckt und gelesen. Die aktuellen Unterhaltungszeitschriften sind auf vier Titel zusammengeschrumpft, von denen der "Stern" und die "Bunte" die höchsten Auflagen haben. Die beiden der Wirtschaft gewidmeten Illustrierten mit Beiträgen über alle Wirtschaftsbereiche sind "WIRTSCHAFTSWOCHE" und "CAPITAL". Darin finden Sie auch Stellenangebote.

Wörter

der Geschäftsmann, -leute – бізнесмен
 die Beförderung, -en – перевезення, транспорт
 das Geschäftsleben – ділове життя
 der Bildschirm, -e – екран
 die Taste, -n – кнопка
 die Bundespost – федеральна пошта
 die Massenmedien – засоби масової інформації
 die Fernsehgesellschaft, -en – телекомпанія
 die Rundfunkgesellschaft, -en – радіокомпанія
 der Rundfunkrat, -e – рада радіокомпанії
 die ARD – телекомпанія АРД
 das ZDF – телекомпанія ЦДФ
 die Gebühr, -en – податок, збор
 der Landesrundfunk – земельне радіо
 die Kurzwelle, -n – коротка хвиля
 die Mittelwelle, -n – середня хвиля
 der Zeitungsverlag, -e – видавництво газети
 die Tageszeitung, -en – щодена газета
 das Handelsblatt – торгівельна газета
 aufgeben – відправляти
 speichern – запам'ятовувати, занести до пам'яті
 verarbeiten – відпрацьовувати
 einnehmen, a, o – займати
 befördern – перевозити, транспортувати
 vorbehalten sein – бути заброньованим
 behandeln – поводитися, обходитися
 einbringen – привозити, приносити
 senden, a, a – надіслати
 empfangen, i, a – приймати, отримувати
 sich zusammentun – з'єднуватися, об'єднуватися
 enthalten, ie, a – містити
 veröffentlichen – опубліковувати
 einen Abbruch tun – завдавати збитків

Übungen

Übung 1. Nennen Sie Synonyme.

die Zeitung	senden
sich zusammmentun	das Gespräch
betreiben	produzieren
beruhen	

Übung 2. Aus welchen Komponenten bestehen die Wörter?

der Geschäftsmann	die Kurzwelle
die Bundespost	die Tageszeitung
die Massenmedien	das Handelsblatt
die Fernsehgesellschaft	der Deutschlandfunk
der Rundfunkrat	

Übung 3. Nennen Sie die Substantive zu den Verben und übersetzen Sie.

herstellen	senden	einnehmen
anschließen	veröffentlichen	behandeln
befördern	verarbeiten	empfangen

Übung 4. Mit welchen Substantiven sind im Text die Verben gebraucht?

benutzen	herstellen	betreiben
aufgeben	speichern	erhöhen
anschließen	verarbeiten	einbringen
erteilen	projizieren	bieten
mitliefern	einnehmen	

Übung 5. Beantworten Sie die Fragen.

1. Welche Möglichkeiten der Kommunikation kennen Sie?
2. Welche Dienste leistet die Post?
3. Auf welche Weise ist die Post an den Massenmedien beteiligt?
4. Hat die Bundespost Einfluß auf die Programmgestaltung von Hör- und Rundfunk?
5. Wie heißen die beiden führenden Fernsehgesellschaften Deutschlands?
6. Auf wieviel Minuten ist im öffentlich-rechtlichen Fernsehen die Werbung pro Tag beschränkt?
7. Wie heißen die beiden bekanntesten Rundfunkgesellschaften?

8. Kann man in Rußland die "Deutsche Welle" empfangen?
9. Nennen Sie einige überregionale Tageszeitungen in Deutschland.
10. Welche vier täglichen Veröffentlichungen sind der Wirtschaft gewidmet?

Übung 6. Merken Sie sich:

Wenn Sie in Deutschland telefonieren wollen und Ihnen kein privates Telefon zur Verfügung steht, gehen Sie zu einem öffentlichen Fernsprecher. Diese gelben Telefonzellen finden Sie fast in jeder Straße. Sie können da auch Ferngespräche führen. Besorgen Sie sich aber vorher eine Telefonkarte (zu 12 oder 50DM), denn die meisten Fernsprecher in Telefonzellen kann man nur mit Hilfe von Telefonkarten benutzen. Münzautomaten sind selten. Anschlüsse im Inland können Sie direkt wählen. Die Gebühren werden nach Zeiteinheiten berechnet. Mit drei Groschen (10-Pfennig Stücke) kann man eine Verbindung herstellen. Je größer die Entfernung zum Gesprächspartner ist, desto schneller muß man Münzen nachwerfen. Sie können auch 1 DM, 2 DM und 5 DM Münzen verwenden. Wenn Sie z.B. nach Rußland telefonieren wollen, wählen Sie zunächst 007, dann die Vorwahlnummer ihrer Stadt (z.B. 8202 für Tscherepowez) und ihre Telefonnummer zu Hause oder im Büro. Wenn Sie richtig gewählt haben, ist nach einer halben Minute die Verbindung hergestellt.

Übung 7. Rollenspiel.

Sie haben Besuch. Ihr Gast kommt aus der ehemaligen DDR und kann ziemlich gut Russisch sprechen. Er interessiert sich dafür, wie viele Programme Sie im Fernsehen empfangen können. Er möchte z.B. ein Wirtschaftsmagazin sehen, das im Rahmen einer Fernsehsendung gebracht wird. Führen Sie dazu ein Gespräch.

Text N 3 MARKTPLATZ INTERNET

Die Pioniere des Internet wollten die Völkerverständigung fördern. Bill Gates wittert dort vor allem eines: Geld. Der Gründer des amerikanischen Softwarekonzerns Microsoft predigt den "reibunglosen Kapitalismus". Alle Angebote der Erde würden künftig auf der Infobahn zu finden sein, schwärmt Gates. Man könne sie dann am Bildschirm prüfen, vergleichen oder gleich nach eigenen Wünschen maßfertigen lassen. Regionale Marktnischen verschwinden, die Globalisierung der Märkte wird endlich perfekt.

Noch ist dieser digitale Weltmarkt Zukunftsmusik. Nach einer Studie für die Mediagruppe München wird es vier Jahre dauern, bis die Internet-Umsätze in Europa auf mehr als drei Milliarden Dollar steigen. Am Ende des

Jahrhunderts, so die Autoren der Studie, wird ein Anschluß an die Netzwelt für Firmen so selbstverständlich sein wie heute das Faxgerät. Derzeit setzen Deutschlands Online-Händler nur kleinere Millionenbeträge im Netz um, und selbst weltweit ist die Milliardengrenzewohl noch nicht erreicht. Gleichwohl hat Michael Fuchs auf seinen Reisen um die Welt den Cybermarkt schon entdeckt. Der Präsident des Bundesverbands des Deutschen Groß- und Außenhandels fordert, daß die deutschen Unternehmen endlich aufwachen und sich ins Internet begeben. Seine eigene Großhandelsfirma mit Stammsitz in Koblenz wickelt in Asien längst Aufträge über das Netz der Netze ab.

Tatsächlich entstehen im Internet virtuelle Einkaufspassagen nicht nur für Verbraucher, sondern auch für Unternehmer. In den Vereinigten Staaten hat die junge Firma Industry-Net bereits 4500 Anbieter elektronisch vereint. Gegen eine Gebühr von bis zu 250000 Dollar im Jahr kaufen sie sich einen Platz im Verzeichnis und die Möglichkeit, das eigene Unternehmen on line zu präsentieren. Rund 200 000 Kaufinteressenten haben sich angemeldet. Bald sollen die Unternehmen auf dem digitalen Marktplatz auch verhandeln und einkaufen können.

Später wird es dann möglich sein, dort Spezialaufträge auszuschreiben und dem besten Anbieter gleich den Zuschlag zu erteilen. Dazu muß freilich eine Kreditagentur die Bonität der Kunden überprüfen, eine Bank den Geldfluß sichern und eine Lieferfirma die Ware auch zustellen. Ist das System erst einmal aufgebaut, will Industry-Net von allen beteiligten Parteien eine Kommission kassieren-kein Wunder, daß die Netzfirma den Atem der Konkurrenz im Nacken spürt.

Schon jetzt kündigen asiatische Regierungsstellen wie das Hongkonger Energieministerium öffentliche Aufträge im Internet an. Kraftwerksbauer können sich daraufhin schon einmal via Bildschirm bewerben. Die detaillierten Angebote kommen aus Sicherheitsgründen noch per Post.

Im Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA) diskutierten jüngst Firmenvertreter über das Internet. Man müßte da wohl dabei sein, meinten einige der Mittelständler; andere wollten erst einmal prüfen und abwarten. Dafür dürfte nicht mehr all zuviel Zeit sein.

Noch kommuniziert man vor allem intern über den Computer. So können Entwickler in Indien mit den Kollegen in Europa und Amerika gemeinsam an Plänen für neue Anlagen arbeiten. Und eilt es einmal, geht die Arbeit rund um die Uhr und rund um die Welt weiter.

Der amerikanische Computerkonzern IBM will zudem den weltweiten Einkauf digital koordinieren. Im riesigen internen Unternehmensnetz können sich die Beschaffer dann unter allen Angeboten der IBM-Vertragspartner das billigste herausuchen. Viele Großunternehmen bauen ihre eigenen Computernetze weiter aus und integrieren darin Zulieferer und feste Kunden. Aber sie trauen sich mit ihren Daten kaum auf das Internet. Da könne man

gleich Postkarten verschicken, heißt es.

Weil im öffentlichen Netz der Netze noch keine ausreichenden Sicherheitsstandards herrschen, schrecken auch die deutschen Kreditinstitute vor dem Cyberraum zurück. Während hiesige Bankkunden über den Computerdienst Telekom-On-line, eine Weiterentwicklung des früheren Bildschirm-texts, immerhin ihr Konto einsehen und Geld überweisen können, begnügen sich die meisten Geldhäuser im Internet damit, Informationsdienste anzubieten.

Wörter

das Internet - інтернет

der Pionier, -e – піонер, перший у галузі

der Softwarekonzern, -e – концерн по виробництву програмного забезпечення

die Infobahn, -en – інформаційний банк

der Bildschirm, -e – екран

die Marktnische, -h – ніша на ринку

der Internetumsatz, -e – оберт на інтернет

das Faxgerät, -e – факсовий

der Onlinehändler – провайдер он-лайн (пряма лінія)

der Cybermarkt, -e – ринок кібернетики

die Gebühr, -en – податок, збор

der Kaufinteressent, -en – зацікавлений у купівлі

die Netzfirma, -en – фірма, яка займається мережами, провайдер

der Mittelständler – людина середнього достатку

der Beschaffer – постачальник

der Cyberraum, -e – кібернетичний простір

der Bankkunde, -n – клієнт банка

der Informationsdienst, -e – інформаційна служба

fördern – сприяти

prüfen – перевіряти

vergleichen, i, i – порівнювати

verhandeln – вести переговори

umsetzen – запровадити в життя

sich begeben – відправлятися, йти

abwickeln – розвивати

vereinen – об'єднувати

sichern – забезпечувати, гарантувати

zustellen – доставляти

ankündigen – оголошувати

der Entwickler – який розвивається, сприяє розвитку

heraussuchen – вишукувати

ausbauen – розширювати, вибудувувати
 sich trauen auf – осмілюватися
 zurückschrecken – жахатися, лякатися
 einsehen Akk. – переглядати, заглядати
 überweisen, ie, ie – переводити (гроші)
 sich begnügen – задовольнятися
 digital – цифровий
 on line – “он-лайн” (“на лінії”)

Übungen

Übung 1. Nennen Sie Synonyme.

der Pionier	der Beschaffer	zustellen
der Bildschirm	sich begeben	sich begnügen
der Internetmarkt	abwickeln	

Übung 2. Wie lauten die Substantive?

Zustellen	sich bewerben	überweisen
Vereinen	ausbauen	prüfen
Umsetzen	einsehen	verhandeln

Übung 3. Suchen Sie im Text Wörter heraus, die die Komponente "Markt" enthalten und übersetzen Sie diese:

Beispiel: **Marktplatz**

Übung 4. Suchen Sie im Text Wörter heraus, die mit dem Begriff "Computer" zusammenhängen und übersetzen Sie diese.

Übung 5. Beantworten Sie die folgenden Fragen zum Inhalt des Textes.

1. Warum heißt der Text "Marktplatz Internet"?
2. Welche Aufgabe hatten die Pioniere des Internet?
3. Welche Erwartung hat der Multimilliardär Bill Gates an das Internet?
4. Ist das Internet als Weltmarkt schon eine Selbstverständlichkeit?
5. Wann voraussichtlich ist ein Anschluß an das Internet so selbstverständlich wie heute das Faxgerät?
6. Wie lautet die Bezeichnung des Marktes, die mit "Internet" zusammenhängt?
7. Welche Vorteile hat das Internet für Unternehmer?

8. Wie verhalten sich deutsche Firmen dem Internet gegenüber?
9. Wer möchte in Zukunft den weltweiten Einkauf digital koordinieren?

Übung 6. Rollenspiel.

Ihr Freund hat einen Anschluß an das Internet seit einem Jahr. Sie haben vor, auch einen Anschluß an die Netzwelt zu beantragen. Deshalb interessieren Sie sich für die Vorteile des Internet im Vergleich zum Faxgerät. Stellen Sie ihm Fragen, was ihm das Internet bietet und ob er auch noch ohne Internet auskommen könnte.

Text N 4 UNTERNEHMUNGEN

Unternehmungen sind rechtlich organisierte Institutionen, die Sachgüter und/oder Dienstleistungen produzieren.

Die Abgrenzung zwischen Betrieb und Unternehmung ist nicht eindeutig: Einerseits ist die Unternehmung als rechtlicher Überbau eines oder mehrerer technisch-organisatorischer Produktionseinheiten, die als Betriebe bezeichnet werden, den Betrieben übergeordnet.

Andererseits werden als „Betrieb“ alle Arten von Institutionen bezeichnet, in denen Güter produziert werden, also auch private Haushalte, öffentliche Verwaltungen, Betriebe in zentral gelenkten Volkswirtschaften, während Unternehmungen nur solche Betriebe darstellen, die auf Gewinnerzielung ausgerichtet sind und ihren Wirtschaftsplan selbst bestimmen können. In diesem Fall wäre der Begriff „Betrieb“ weiter gefaßt, als der der „Unternehmung“.

Wenn es nicht um rechtliche Fragen geht, kann man Unternehmung und Betrieb synonym verwenden.

Unternehmungen in der modernen Industrie- und Dienstleistungsgesellschaft sind nicht auf ihren wirtschaftlichen Zweck beschränkt, der im Vordergrund steht, sondern sie erfüllen in der Gesellschaft auch politische, soziale, kulturelle und ökologische Funktionen. Die Unternehmung muß damit als ein Subsystem des Systems Gesellschaft angesehen werden.

Solche Unternehmungen erweisen sich damit als zweckbestimmte, offene, soziotechnische Systeme. Die Zweckbestimmung liegt in der Schaffung von Leistungen (Sachgüter und Dienstleistungen) für Außenstehende, in der Sicherung des Einkommens für ihre Mitglieder, in der Erwirtschaftung von Steuern, Gebühren und in der Erfüllung von sozialen und kulturellen Leistungen für Mitglieder und Außenstehende. Offen ist die Unternehmung, weil vielfältige Beziehungen zu anderen Subsystemen der Gesellschaft, z.B. zu Haushalten, öffentlichen Einrichtungen, anderen Unternehmungen und zur

natürlichen Umwelt bestehen.

Durch die Unternehmung erfolgt eine Umwandlung verschiedenartiger Inputs (Betriebsmittel, Werkstoffe, Arbeit usw.) zu Output (Produkten) in der durch das Unternehmensziel bestimmten Quantität und Qualität.

Unternehmungen treffen ihre wirtschaftlichen Entscheidungen selbstständig. Diese Entscheidungen werden auf Märkten koordiniert.

Wörter

die Unternehmung, -en – підприємство
 die Institution, -en – організація, заклад
 das Sachgut, -er – товар
 die Art, -en – вид, рід
 die Gewinnerzielung, -en – отримання прибутку
 das Subsystem, -e – підсистема
 die Zweckbestimmung, -en – встановлення мети
 das Einkommen – прибуток
 die Einrichtung, -en – заснування
 das Input – вхід, ввід
 das Output – вихід, виведення
 die Quantität, -en – кількість
 die Qualität, -en – якість
 der Absatzmarkt, -e – ринок збуту
 bezeichnen – означати, називати
 auf etwas aus sein – прагнути чого-небудь
 der Begriff, -e – поняття
 rechtlich – правовий
 synonym – синонімічний
 beschränkt sein auf Akk. – бути обмеженим
 ansehen, a, e – розглядати, роздивлятися
 sich erweisen, ie, ie – виявлятися
 erfolgen – відбуватися
 Entscheidung treffen – приймати рішення

Übungen

Übung 1. Wie lauten die Substantive?

Unternehmen	begreifen	erfolgen
Einrichten	ansehen	entscheiden
Bezeichnen	bestehen	

Übung 2. Nennen Sie die Komponenten der Zusammensetzungen und übersetzen Sie.

Sachgut	Subsystem
Zweckbestimmung	Dienstleistungsgesellschaft
Absatzmarkt	Unternehmensziel

Übung 3. Nennen Sie Synonyme.

der Betrieb	die Einrichtung	entscheiden
die Unternehmung	ansehen	das Produkt
die Art	sich erweisen	

Übung 4. Suchen Sie im Text Wortverbindungen mit folgenden Vokabeln und übersetzen Sie.

organisierte	wirtschaftliche	private
öffentliche	soziotechnische	modernen
natürlichen	kulturellen	ökologische
verschiedenartiger	rechtlicher	

Übung 5. Lesen Sie den Text durch. Benutzen Sie zum Verstehen die Verständnishilfen. Fassen Sie den Inhalt des Textes kurz zusammen.

Toyota steigert die Gewinne

Toyota Motor Corp., Nagoya. Dieser größte japanische Autoproduzent hat jetzt für das Geschäftsjahr 1995/96 (31. März) einen nichtkonsolidierten Gewinn vor Steuern in Höhe von 340,7 Milliarden Yen oder umgerechnet rund 5,24 Milliarden DM vorgelegt. Damit erreichte der japanische Hersteller trotz gleichzeitig fallender Umsätze eine Steigerung von 8,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Dieses führt der Hersteller auf massive Kosteneinsparungen zurück.

Für das laufende Geschäftsjahr 1996/97 rechnet Japans einkommensstärkstes Unternehmen mit einer Gewinnsteigerung von 40,9 Prozent auf 480 Milliarden Yen oder umgerechnet rund 7,38 Milliarden DM.

Die schwache Inlandsnachfrage und ein sinkender Export führten zu einem Rückgang der Umsätze auf 7,95 Billionen Yen (122,3 Milliarden DM). Gleichzeitig aber leitete der Hersteller straffe Sparmaßnahmen ein, die zu Einsparung in Höhe von 130 Milliarden Yen führten und den Umsatzrückgang kompensierten. Die Abwertung des Yen in der zweiten Hälfte des zurückliegenden Geschäftsjahres half Toyota außerdem, die Auswirkung der

Währungsschwankungen gering zu halten. Der Betriebsgewinn des Unternehmens stieg als Folge um 13,7 Prozent auf 235,2 Milliarden Yen.

Toyota weitete im vergangenen Geschäftsjahr seine Fertigung im Ausland weiter aus und produzierte dort 1,283 Millionen Fahrzeuge. Damit produzierte der Hersteller erstmals mehr Autos im Ausland, als er dorthin exportierte. Insgesamt fielen die Exporte um 17,7 Prozent auf 1,66 Millionen Fahrzeuge. Im Inland will Toyota nach Aussagen des Managements den Marktanteil von 40 Prozent durch die Einführung zahlreicher neuer Modelle wieder zurückgewinnen.

Der Hersteller geht für das laufende Geschäftsjahr von einer Steigerung des Betriebsgewinns in Höhe von 70,1 Prozent auf 400 Milliarden Yen aus. Auf konsolidierter Basis, einschließlich der insgesamt 213 Toyota nahestehenden Unternehmen, wurde ein Umsatz von 10.71 Billionen Yen erreicht, ein Prozent weniger als im Vorjahr. Die Betriebsgewinne der Gruppe stiegen um 2,1 Prozent auf 348 Milliarden Yen.

Die Toyota-Gruppe will die Investition im neuen Geschäftsjahr auf 590 Milliarden Yen (gegenüber 471,3 Milliarden Yen im vergangenen Jahr) erhöhen. Es soll vor allem in die Produktentwicklung und Expansion der Produkte im Ausland investiert werden.

Verständnishilfen

steigern – збільшувати

Einsparung – економія

Steuer – податок

Fertigung – виробництво

zurückführen – пояснювати

Steigerung – збільшення

Inlandsnachfrage – попит у країні

Umsatz – оберт

Text N5

RECHTSFORMEN VON UNTERNEHMEN

Wem sind die nicht schon beim Lesen von Wirtschaftszeitungen vielen Abkürzungen aufgefallen, hinter denen sich unterschiedliche Rechtsformen von Unternehmen verbergen: AG, GmbH, OHG, KG, GmbH & Co. KG und viele andere? Etwa 30 verschiedenartige Rechtsformen kann man unterscheiden, von denen die meisten jedoch nur für sehr wenige Unternehmen z.B. in Deutschland Bedeutung haben. Wir werden hier nur die wichtigsten darstellen.

Zunächst unterscheidet man zwischen Betrieben des öffentlichen Rechts und Betrieben des Privatrechts. Öffentlich-rechtliche Betriebe finden wir bei Bund, Ländern und Gemeinden als Rundfunk- und Fernsehanstalten, Sparkassen und Banken, Universitäten, Elektrizitäts- und Wasserwerke, Verkehrsbetriebe, Schlachthöfe, Büchereien und vieles andere mehr.

Bund, Länder und Gemeinden sind jedoch auch häufig Eigentümer von

privatrechtlichen Unternehmen, die meist als Aktiengesellschaften geführt werden, wie z.B. die Lufthansa.

Im privaten Recht dominieren 5 Rechtsformen, die in der nachfolgenden Tabelle genauer beschrieben sind. Sie unterscheiden sich vor allem durch die Fragen der:

Haftung und Übernahme des Risikos;
Befugnis der Geschäftsleitung;
Finanzierung;
Besteuerung.

Bei den Einzelunternehmen und den Personengesellschaften ist immer ein persönlicher Bezug zu dem Inhaber gegeben. Er ist i.d.R. für die Leitung zuständig und haftet auch meist mit seinem gesamten Vermögen für Schulden der Unternehmung. Die Gewinne dieser Firmen werden als Einkommen der einzelnen Eigentümer versteuert.

Bei den Kapitalgesellschaften ist dagegen die Beziehung zu den Eigentümern eigentlich eine Nebensache. Wichtig ist nur der eingezahlte Kapitalanteil, nicht die Person, die sich dahinter verbirgt. Sehr oft sind die Eigentümer gar nicht bekannt. Die Leitung der Unternehmungen liegt in den Händen von Angestellten-Geschäftsführern, bei Aktiengesellschaften auch Vorstand genannt. Die Eigentümer haften für Schulden der Firma nur mit ihrer Kapitalanlage. Die Gewinnsteuer wird bei der Unternehmung, nicht bei den Eigentümern erhoben. Die Einkommensteuer hat daher auch den Namen „Körperschaftsteuer“.

Daneben sollte man die Genossenschaften nicht vergessen, die in verschiedenen Wirtschaftsbereichen (Bank- und Versicherungswesen, Fischerei) und Regionen (ländliche Gebiete) eine große Rolle spielen. Bei ihnen sind die Kunden meist gleichzeitig Eigentümer mit ganz geringen Kapitalanteilen. Durch die Vielzahl der Genossen kommen jedoch hohe Summen zusammen.

Wörter

die Abkürzung, -en – скорочення, аббревіатура
die Rechtsform, -en – правова форма
der Bund – федерація, союз; ФРН
das Land, -er – земля
die Gemeinde, -n – громада, община
der Eigentümer – власник, володар
die Aktiengesellschaft, -en – акціонерне товариство
die Haftung – відповідальність
die Befugnis – право, повноваження
die Besteuerung – оподаткування
der Inhaber – власник

die Nebensache, -n – другорядна справа, дріб'язок
 der Kapitalanteil, -e – доля капітала
 der Vorstand, -e – правління
 die Gewinnsteuer, -n – податок на прибуток
 die Einkommensteuer, -n – прибутковий податок
 die Genossenschaft, -en – товариство
 der Wirtschaftsbereich, -e – галузь економіки
 das Versicherungswesen – страхова діяльність
 der Kunde, -en – клієнт
 sich handeln um Akk. – мова йдеться про
 sich beziehen auf, o, o – торкатися, посилатися
 existieren – існувати
 gestalten – надавати виду, оформляти
 auffallen, ie, a – впадати в очі
 darstellen – зображувати
 zuständig sein für – бути компетентним у чому-небудь
 versteuern – оподатковувати
 erheben, o, o – підвищувати, піднімати
 zusammenkommen – сходитися, збиратися

Übungen

Übung 1. Prüfen Sie, ob Sie den Text richtig verstanden haben. Beantworten Sie dazu folgende Fragen:

1. Wie viele Rechtsformen von Unternehmen werden insgesamt unterschieden?
2. Zwischen welchen Betrieben gilt es vor allem zu unterscheiden?
3. Wie viele Rechtsformen dominieren im privaten Recht?
4. Durch welche Merkmale unterscheiden sie sich?
5. Zu welchen Betrieben zählen normalerweise Rundfunk- und Fernsehanstalten, Sparkassen, Universitäten, Verkehrsbetriebe?
6. Was für ein Betrieb ist die Lufthansa?

Übung 2. Beantworten Sie folgende Fragen zur Rechtsform einer OHG.

1. Was bedeutet OHG?
2. Wie heißt der Eigentümer eines solchen Unternehmens?
3. Wie groß muß das Gründungskapital sein?
4. Wie hoch ist die Haftung des Betriebes?
5. Wie hoch sind die Gewinnsteuern?

Übung 3. Entziffern Sie die Abkürzung GmbH.

1. Wie lautet die Abkürzung auf Russisch?
2. Von wem wird eine GmbH geleitet?
3. Wie heißen die Eigentümer einer GmbH?
4. Mit welchem Kapital kann man eine GmbH (in Deutschland) gründen?
5. Womit haftet eine GmbH?
6. Wie hoch sind die Steuern der GmbH?

Übung 4. Was bedeutet „AG“?

1. Wie heißt der Miteigentümer einer AG?
2. Welches Grundkapital braucht man, um eine AG zu gründen?
3. Von wem wird eine AG geleitet?
4. Können Sie einige AGs in Deutschland nennen?

Übung 5. Rollenspiel.

Ihr Vater ist Arbeiter und Aktionär der Severstahl AG. Zu Besuch haben Sie einen Gast aus Deutschland. Er 'st. bei Mercedes-Benz tätig und Aktionär der Mercedes-Benz AG.

Sprechen Sie über die beiden Unternehmen, über die Besonderheiten beider AGs. Einige Angaben über die AG Mercedes-Benz können Sie dem Thema 12 entnehmen.

Text N6**EIN PAAR STAATLICHE GIGANTEN**

Viele Länder Osteuropas kämpfen noch mit dem unausgewogenen Verhältnis von großen, kleinen und mittleren Betrieben, die sie aus der Zeit des Sozialismus geerbt haben. Damals gab es außer in Ungarn und in Polen kaum private Unternehmen. Die Industrie war in Kombinatzen zusammengefaßt; die Landwirtschaft arbeitete in großen genossenschaftlichen Einheiten. Die großen Kombinate sind noch lange nicht alle zerschlagen. In den meisten osteuropäischen Ländern ist nur die „kleine Privatisierung“, die Entstaatlichung der kleinen und mittleren Betriebe (Einzelhandelsgeschäfte, Hotels, Gaststätten, Handwerksbetriebe, Kleinindustrie) abgeschlossen.

Beim Stand der großen Privatisierung gibt es starke Unterschiede. Hier sind die mitteleuropäischen Staaten weiter als östliche Länder. In Ungarn hat die Suche des Staats nach Einnahmequellen dazu beigetragen, daß die Privatisierung sich beschleunigt hat. Die ungarische Regierung hat die Unternehmen gegen Bargeld vor allem an ausländische Investoren verkauft, um

ihr chronisches Defizit zu verringern. Die daraus entstandenen privaten Unternehmen mit überwiegend ausländischer Beteiligung sind erfolgreich-zum Beispiel das Tochterunternehmen von General Motors, die Opel Magyarorszag Jarmugyarto Kft, Ungarns sechstgrößtes Unternehmen.

Die Konsequenz und die Geschwindigkeit der großen Privatisierung ist auch eine Frage nach der Rolle, die sich der jeweilige Staat in der Wirtschaft noch vorbehält. Je mehr Unternehmen als „strategisch“ bewertet werden, desto geringer ist die Zahl der Privatisierungsobjekte. Als strategisch gelten vor allem Unternehmen, die Infrastruktur bereitstellen, die einen Versorgungsauftrag erfüllen, oder die Rüstungsgüter produzieren.

In Rußland gibt es derzeit nach vorsichtigen Schätzungen etwas mehr als eine Million Kleinunternehmer; das ist im Verhältnis zur russischen Erwerbsbevölkerung von fast hundert Millionen Menschen nur eine sehr niedrige Selbständigenquote von einem Prozent. In der Europäischen Union liegt diese Quote im Durchschnitt bei zwölf Prozent. Auch in den mitteleuropäischen Staaten ist der Mittelstand besser entwickelt als in Rußland. In der Tschechischen Republik sind schon Ende 1993 rund ein Million kleine und mittlere Unternehmen registriert gewesen, was eine Selbständigenquote von 10,6 Prozent ergibt. In Ungarn beläuft sich diese Quote auf 12,1 Prozent, in der Slowakei auf 5,4 Prozent und in Polen (die Kleinbauern mitgerechnet) auf knapp 24 Prozent.

Sich über die Größe, die Beschäftigtenzahlen und die finanziellen Verhältnisse der Unternehmen ein Bild zu machen, fällt in Rußland besonders schwer. Vor allem dem russischen Energie-Giganten Gazprom ist kaum eine Information zu entlocken. Der Energieversorger United Energy System of Russia (das Unternehmen mit den höchsten Gewinnen in Rußland) und Gazprom (an zweiter Stelle) tragen ihren Ruf als Giganten auch im internationalen Vergleich zu Recht: Gemessen an den geschätzten Gewinnen, zählen sie zu den hundert größten Unternehmen der Welt. Die Erlöse von United Energy Systems beliefen sich 1994 auf rund 35 Billionen Rubel (gut zehn Milliarden DM). Das Unternehmen beschäftigt etwa 200 000 Arbeitskräfte. Gazprom erzielte Erlöse von 33 Billionen Rubel und einen Gewinn von ebenfalls gut fünf Billionen Rubel; die Zahl der Angestellten belief sich auf 30 000.

Auch die anderen hundert (nach ihren geschätzten Gewinnen) größten Unternehmen in Rußland arbeiten in der Energiewirtschaft, im Bergbau, im Kommunikationswesen und in der Metallurgie. Anders als in Rußland sind viele der hundert größten Unternehmen in der Tschechischen Republik nicht mehr in staatlicher Hand. Die Chemopetrol (Erlöse 1994 rund 25 Milliarden Kronen), das drittgrößte Unternehmen, ist im vergangenen Jahr privatisiert worden, ebenso die SPT Telecom, das viertgrößte (und Monopol) Unternehmen (Erlöse rund 22 Milliarden Kronen). Zu den zehn größten Unternehmen zählen

jedoch auch die staatliche Eisenbahngesellschaft Ceske Drahy und das Gemeinschaftsunternehmen zwischen der deutschen Volkswagen AG und der tschechischen Regierung, die Skoda Automobilova, das zweitgrößte Unternehmen des Landes.

Wörter

die Entstaatlichung, -en – приватизація
 der Stand, -e – положення, стан
 der Unterschied, -e – відмінність
 die Einnahmequelle, -n – джерело прибутку
 die Beteiligung, -en – участь
 das Tochterunternehmen – дочірнє підприємство, філія
 die Konsequenz, -en – послідовність
 die Schätzung, -en – оцінка
 der Kleinunternehmer – дрібний підприємець
 der Mittelstand – середній стан
 die Beschäftigtenzahl, -en – кількість працівників
 der Erlös, -e – виручка, виторг
 der Angestellte, -n – службовець
 das Gemeinschaftsunternehmen – спільне підприємство
 beitragen, u, a – сприяти, зробити внесок
 sich beschleunigen – прискорюватися, поспішати
 verringern – зменшувати, скорочувати
 bewerten – оцінювати
 sich belaufen auf – складати (якусь суму)
 schwerfallen, fiel schwer, schwergefallen – важко даватися
 beschäftigen – займати, надавати роботу

Übungen

Übung 1. Aus welchen Bestandteilen bestehen die folgenden Wörter?
 Übersetzen Sie die Wörter ins Russische.

Osteuropa	Bargeld	Arbeitskräfte
Einzelhandelsgeschäft	Privatisierungsobjekt	Kommunikationswesen
Handwerksbetrieb	Rüstungsgüter	Bergbau
Kleinindustrie	Erwerbsbevölkerung	Eisenbahngesellschaft
Tochterunternehmen	Selbständigenquote	Versorgungsauftrag
Einnahmequelle	Kleinbauer	

Übung 2. Wie lauten die Adjektive zu

Osteuropa	Rußland	Osten
Ungarn	Tschechien	Westen
Polen	Mitteleuropa	Slowakei

Übung 3. Merken Sie sich, wie in Deutsch die Betriebe nach ihrer Größe heißen.

ein Großbetrieb, ein Kleinbetrieb

Übung 4. Beantworten Sie die folgenden Fragen zum Inhalt des Textes.

1. Gab es in der Zeit des Sozialismus private Unternehmen in Osteuropa?
2. Wie waren die Industrie und die Landwirtschaft organisiert?
3. Welche deutlichen Unterschiede fallen beim Prozeß der Privatisierung zwischen einzelnen Ländern Osteuropas auf?
4. Was ist für Ungarn charakteristisch?
5. Wie viele Kleinunternehmer gibt es zur Zeit in Rußland?
6. Sind dies viele im Vergleich zu der Europäischen Union?
7. Welche Giganten der russischen Industrie sind im Text angesprochen?
8. Wie groß sind ihre Erlöse?
9. Weshalb zählen Sie zu den hundert größten Unternehmen der Welt?

Übung 5. Rollenspiel.

Sie studieren Wirtschaftsdeutsch. Auf Einladung eines Landwirts weilen Sie in Deutschland, in Niedersachsen. Herr Themann zeigt Ihnen seinen Betrieb, er bewirtschaftet mehr als 100 Hektar Ackerland. Darüber hinaus betreibt er eine Schweinezucht und mästet etwa 700 Schweine pro Jahr. Sein Betrieb ist hoch technisiert. Neben seinem Sohn Rolf beschäftigt er nur noch einen festangestellten Arbeiter. Für Sie ist es natürlich sehr interessant zu erfahren, wie Herr Themanns Betrieb organisiert ist. Stellen Sie ihm Fragen dazu. Seinerseits interessiert sich Herr Themann für den derzeitigen Stand der Landwirtschaft in Rußland. Welche Auskünfte können Sie ihm darüber geben?

Text N 7 **MARKT**

Ein "Markt" bildet sich überall dort, wo sich Anbieter und Nachfrager treffen und ihre gegenseitigen Wünsche mitteilen. Der eine möchte eine Ware, der andere Geld, der eine möchte eine Wohnung haben, der andere eine vermieten usw. Der Markt kann also über Telefon, über Zeitungsinserate

geschaffen werden, aber auch im Geschäft und am Marktplatz sein. Der Markt muß sich nicht nur auf einen festen Ort beschränken: Man spricht auch von Weltmarkt, Ölmarkt oder Rohstoffmarkt und meint dann unter Umständen die Arbeiter und Nachfrager eines ganzen Landes, Kontinentes oder gar der ganzen Erde.

In einer Wirtschaft, in der der ganze Wirtschaftsablauf über den Markt gesteuert wird, bleibt die Produktionsplanung und-entscheidung dem einzelnen Produzenten überlassen; der Staat hat ihm nicht hineinzureden. Er muß aber bei seiner Entscheidung beachten, daß er nur dann verkaufen kann, wenn er den anderen Menschen solche Güter anbietet, die diese benötigen. Er muß also selbst dafür sorgen, daß er bei seiner Arbeit Güter produziert, die am Markt von anderen Menschen auch nachgefragt werden. Je besser er diesen Wünschen entspricht, um so mehr Vorteile hat er davon: Er wird dann selbst gut verdienen und sich die Wünsche erfüllen können, die er selbst hat. Der Markt soll sicherstellen, daß sich die individuellen Wünsche erfüllen lassen.

Am Markt treffen also Angebot und Nachfrage aufeinander, wobei das Ergebnis dieses Geschehens die Preise sind. Die Preise signalisieren, ob von bestimmten Gütern mehr produziert als nachgefragt wird; dann sinken die Preise und es wird weniger interessant, diese Produktion weiter zu betreiben, oder weniger produziert als nachgefragt wird; dann steigen die Preise und es wird reizvoller, die Produktion auszudehnen.

Man unterscheidet verschiedene Arten von Märkten. Entsprechend den gehandelten Leistungen oder Waren gibt es Märkte für Grund und Boden, Arbeitsmärkte und Kapitalmärkte, Warenmärkte und Wertpapiermärkte und viele andere. Auf dem Boden-und Immobilienmarkt werden bebaute und unbebaute Grundstücke, gewerbliche Räume (z.B. Büroräume) und Wohnräume gehandelt. Angebot und Nachfrage treffen in diesem Bereich in der Zeitung aufeinander oder wenn Immobilienmakler zwischen Verkäufer und Käufer, Vermieter und Mieter vermitteln. Auf dem Arbeitsmarkt wird die menschliche Arbeitskraft angeboten und nachgefragt (z.B. beim Arbeitsamt oder in Stellenanzeigen bzw. gesucht in der Zeitung). Auf dem Kapitalmarkt geht es um Kredite und Kapitalanlagen (z.B. Darlehen, Hypotheken, Gläubigerpapiere).

Bei den Gütermärkten differenziert man zwischen Konsum-und Investitionsgütermarkt. Auf dem Konsumgütermarkt werden die Güter des täglichen Bedarfs den Verbrauchern angeboten (z.B. Nahrungsmittel, Kleidung). Auf dem Investitionsgütermarkt treffen Unternehmer aufeinander und Produktionsmittel (z.B. Maschinen und Anlagen) werden ausgetauscht.

Derjenige Anbieter, der sich Mühe gibt, mit möglichst geringen Kosten zu produzieren, wird bei diesem Prozeß am ehesten die Nachfrager auf sich ziehen und viel verkaufen können. Der nicht Leistungsfähige wird dagegen untergehen. Der Markt soll also die Leistung belohnen.

In der Marktwirklichkeit geschieht es allerdings sehr oft, daß Anbieter und Nachfrager Absprachen treffen oder sich zusammenschließen und damit den Leistungswettbewerb verfälschen. Am gefährlichsten sind dabei die "Monopole", die den Wettbewerb ganz ausschalten. Der Markt kann dann seine Steuerungsfunktion nicht mehr erfüllen.

Wörter

der Markt, -e – ринок
 der Weltmarkt – світовий ринок
 der Ölmarkt – нафтовий ринок
 der Rohstoffmarkt – ринок сировини
 der Arbeitsmarkt – ринок праці
 der Kapitalmarkt – ринок капітала
 der Warenmarkt – ринок товарів
 der Immobilienmarkt – ринок нерухомості
 der Gütermarkt – ринок майна
 der Konsummarkt – споживчий ринок
 die Waren – товари
 das Geld, -er – гроші
 der Anbieter – постачальник
 der Nachfrager – покупець, замовник
 der Produzent, -en – виробник
 das Angebot an – пропонування чого-небудь
 die Nachfrage nach – попит на що-небудь
 der Verkäufer – продавець
 der Käufer – покупець
 der Preis, -e – ціна
 der Verbraucher – споживач
 schaffen, schuf, geschaffen – працювати, трудитися
 steuern – управляти, керувати
 verkaufen – продавати
 anbieten, bot an, angeboten – пропонувати
 produzieren – виробляти
 nachfragen, fragte nach, nachgefragt – справлятися, довідуватися,
 довідуватися про що-небудь
 sinken, sank, gesunken – тонути, падати (про ціни)
 steigen, stieg, gestiegen – підніматися, рости, збільшуватися
 austauschen, tauschte aus, ausgetauscht – міняти
 belohnen – винагороджувати

Übungen

Übung 1. Merken Sie sich die Wortbildung.

anbieten - das Angebot - der Anbieter
 nachfragen - die Nachfrage - der Nachfrager
 produzieren - die Produktion - der Produzent
 verkaufen - der Verkauf - der Verkäufer

Übung 2. Übersetzen Sie.

am Marktplatz	erbaute und unbebaute Grundstücke
man spricht von Weltmarkt	beim Arbeitsamt
unter Umständen	in Stellenanzeigen
er muß beachten, daß ...	die Güter des täglichen Bedarfs
Güter anbieten	mit möglichst geringen Kosten
Güter benötigen	Der Markt soll die Leistung belohnen.
die Produktion weiter betreiben	

Übung 3. Merken Sie sich.

auf dem Arbeitsmarkt	am Marktplatz	im Geschäft
auf dem Kapitalmarkt	am Markt	

Übung 4. Merken Sie sich die Namen großer deutscher Warenhäuser.

Neckermann, C&A, Karstadt, Brinkmann, Kaufhof, Woolworth u.s.w.

Übung 5. Überprüfen Sie, ob Sie richtig verstanden haben, indem Sie folgende Fragen beantworten:

1. Wann bildet sich ein "Markt"?
2. Kann ein Markt über Telefon entstehen?
3. Welche Arten von Märkten unterscheidet man?
4. Wo treffen Angebot und Nachfrage aufeinander?
5. Was ist das Ergebnis dieses Geschehens?
6. Welche Güter werden auf dem Konsumgütermarkt angeboten?
7. Was bedeutet "Immobilienmarkt"?
8. Was versteht man unter "Arbeitsmarkt"?

Übung 6. Beantworten Sie folgende Fragen. Benutzen Sie die Wörter der rechten Spalte.

Wie können die Preise sein?	groß, hoch, niedrig
Wie kann die Nachfrage sein?	groß, hoch
Was kann man auf dem Arbeitsmarkt kaufen?	Arbeitslose, Arbeitskräfte
Gibt es am Marktplatz einen Ölmarkt?	
Wieviel kostet ein Anzug?	300 DM, teuer; billig
Wann sinken die Preise?	bei schlechtem Wetter, wenn mehr produziert als nachgefragt wird

Grammatik: Pronomen "man"

Man spricht von Weltmarkt.	Говорять про світовий ринок
Man unterscheidet verschiedene Arten von Märkten.	Розрізняють різні типи ринків

Übung 7. Übersetzen Sie.

1. У Германії виробляють автомобілі, судна, метал, взуття, одягу, телевізори, пральні машини та інші товари.
2. Розрізняють декілька типів ринку, наприклад ринок праці, ринок нерухомості, ринок цінних паперів і т.і.
3. Говорять про ринок споживчих товарів і ринок інвестицій.

Grammatik: Präsens Passiv

Wir benutzen dazu das Präsens von "werden" und das Partizip II des Verbs.

Die Wirtschaft wird über den Markt gesteuert.	Економіка регулюється ринком.
Auf dem Bodenmarkt werden Grundstücke gehandelt.	На земельному ринку торгують земельними ділянками.
Auf dem Arbeitsmarkt werden die menschlichen Arbeitskräfte angeboten.	На ринку праці пропонується людська робоча сила.

Übung 8. Lesen Sie den Dialog zum Thema "Einkaufen im Supermarkt" durch, merken Sie sich die wichtigsten Besonderheiten beim Einkaufen in Deutschland.

Einkaufen im Supermarkt.

A: Gastgeber. B: Gast

A: Möchtest du mit dem Bus oder mit dem Auto einkaufen fahren?

B: Ich glaube, ich nehme lieber den Bus.

A: O.K! Du nimmst am besten Linie 4, die um n-Uhr am X-Platz abfährt. Du steigst vorne im Bus ein, erklärst dem Fahrer, daß du an der Haltestelle Z aussteigen möchtest. Dann zahlst du den vom Fahrer genannten Preis, nimmst dein Ticket (nicht wegwerfen!) und setzt dich hin. Auf der Anzeige vorne im Bus kannst du erkennen, wann du aussteigen mußt. Sobald Z im Display erscheint, drückst du auf einen der roten Halte-Wunsch-Knöpfe, wartest, bis der Bus stoppt und steigst aus. Gleich gegenüber befindet sich der Supermarkt, mit der großen Leuchtanzeige W.

Vorm Eingang von W. findest du die Einkaufswagen. Du nimmst ein Markstück, steckst es in die dafür vorgesehene Öffnung am Griff des Wagens und ziehst den Wagen aus der Reihe der anderen. Mit dem Einkaufswagen betrittst du den Verkaufsraum. Die Waren liegen alle in Regalen, die entsprechenden Preise sind am Regal angebracht. Die Artikel, die dir zusagen, packst du in den Wagen. Achte auf das Verfallsdatum der Produkte.

B: Was tue ich, wenn ich Obst kaufen möchte?

A: Du fährst mit deinem Wagen in die ausgeschilderte Obstabteilung. Dort nimmst du dir eine der Plastiktüten vom Ständer neben der Waage. Achte darauf, daß du immer nur eine Obstsorte pro Tüte packst. Die volle Tüte stellst du auf die Waage und wiegst ab, indem du auf das entsprechende Früchte-oder Gemüsesymbol auf dem oberen Teil der Waage drückst. Den von der Waage ausgedruckten Preisaufkleber klebst Du auf die Tüte.

B: Wie bezahle ich die Waren, wenn ich alles im Wagen habe?

A: In den meisten Supermärkten findest du den Ausgang links. Dort befinden sich auch die Kassen. Du reihst dich hinten in die Schlange ein, und wenn du an der Reihe bist, legst du alle Waren aus deinem Wagen auf das Transportband. Die Kassiererin/der Kassierer tippt oder scant den Preis/die Artikelnummer (Barcode) in die Kasse ein.

Der Gesamtpreis wird dir genannt und erscheint gleichzeitig auf dem Display der Kasse. Den geforderten Betrag händigst du der Kassiererin/dem Kassierer aus und erhältst Wechselgeld und Kassenzettel zurück. Anhand der Kassenzettel kannst du die Richtigkeit der Rechnung überprüfen und bei Unklarheiten (z.B. falschen Beträgen) die Kassiererin fragen.

B: Und dann?

A: Du lädst die Waren in die Tasche, die ich dir mitgeben werde und schiebst den Wagen zum Ausgang. Draußen bringst du ihn zu dem Ständer, von dem du ihn genommen hast und reihst ihn hinten in die Schlange ein. Vom vorderen Wagen nimmst du die Kette und steckst sie in die dafür vorgesehene Öffnung an deinem Wagen. Beachte die Zeichnung an dem Wagen.

Nachdem du dies getan hast, kannst du die Mark wieder entnehmen und mit dem Bus zurück fahren.

Übung 9. Rollenspiel.

Sie sind zu Besuch bei einem Autohändler. Er heißt Meier und verkauft Jahreswagen "Mercedes". Das Geschäft geht nicht besonders gut. Stellen Sie Herrn Meier Fragen, warum das Geschäft nicht gerade floriert (npouBCTaer), womit es zusammenhängt.

Text N 8 MARKETING

In der Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg bestand ein großer Nachholbedarf der Bevölkerung in allen Konsumbereichen. Es entwickelte sich ein typischer **Verkäufermarkt**, in dem den Anbietern praktisch alles aus der Hand gerissen wurde, was sie produzierten. Nach dem Abflauen der ersten Konsumwelle wandelten sich aber die Verhältnisse zwischen Anbietern und Nachfragern. Bei vielen Gütern bildete sich nun ein **Käufermarkt**, auf dem der Nachfrager die dominierende Stellung hatte. Die Anbieter mußten sich nun im Wettbewerb bewähren und konnten sich nicht mehr darauf verlassen, daß sie alles verkauften, was sie produzierten. Damit hatte die Geburtsstunde des **Marketing** geschlagen.

Das Wort „marketing“ kommt aus den USA und kann im Deutschen mit „etwas auf den Markt bringen“ übersetzt werden. Es ist aber nicht mit „Verkauf gleichzusetzen, durch den die Mittel für den weiteren Bestand der Unternehmung zurückfließen.

-----Ware-----
Einkauf-----Fertigung-----Verkauf
-----Geld-----

Marketing muß als völlige Umorientierung des unternehmerischen Denkens, als neue Unternehmensphilosophie angesehen werden. Es geht nicht mehr darum, das zu verkaufen, was die Unternehmung produziert, sondern das zu leisten, was die Kundenwünsche zufriedenstellt. Die Orientierung an den Kundenwünschen ist oberstes Leitbild der Unternehmung; sie stehen im Mittelpunkt aller betrieblichen Entscheidungen. Dies gilt nicht nur für die Vertriebsabteilung, sondern für alle Unternehmensbereiche.

Das Verkaufen fängt bei einer marketingorientierten Unternehmung schon mit dem Einkauf an, denn Art und Qualität der Rohstoffe sind unter Umständen schon ausschlaggebend für die Zufriedenheit des Kunden mit dem Endprodukt.

Man unterscheidet im Marketing oft vier Aktivitätsbereiche in der Unternehmung, die sicherstellen sollen, daß der Markt und die Unternehmung möglichst vollkommen harmonieren: 1) die Produktpolitik; 2) die Kommunikationspolitik; 3) die Kontrahierungspolitik; 4) die Distributionspolitik.

Zur Produktpolitik gehören alle Bemühungen, durch Art und Eigens-

chaften der Produkte, durch Gestaltung des Sortiments, durch Garantieleistungen, Produktpflege und Kundendienst den Markt zu erschließen.

Diese Produktpolitik ist wirkungslos, wenn nicht sichergestellt wird, daß die Kunden auch von den Besonderheiten unserer Produkte erfahren. Dazu benötigen wir die Kommunikationspolitik. Durch Werbung, public relations, besondere Verkaufsaktionen und hervorragend geschultes, entgegenkommendes Verkaufspersonal muß die Verbindung zum Nachfrager gefestigt werden.

Unterstützt wird die Kommunikationspolitik wiederum durch die Kontrahierungspolitik, bei der es um die gemeinsame Ausgestaltung der Kaufverträge geht. Natürlich spielen die Preise, die gelegentlich für jeden Kunden unterschiedlich sein können, eine wichtige Rolle. Daneben kommt es jedoch auf die Lieferungs- und Zahlungsbedingungen, Nebenleistungen u.a. an.

Alle diese Einsatzbereiche des Marketing können wirkungslos sein, wenn nicht die Distributionspolitik dafür sorgt, daß die Ware auch reibungslos zum Kunden gelangt. Unzureichende Verkaufsstellen, langwierige Transporte, nachlässige Vertreter oder schlechte Kontakte zum Einzelhandel, der die Ware an den-Endverbraucher weitergeben soll, machen alle anderen Bemühungen zunichte.

Alle Maßnahmen müssen so aufeinander abgestimmt sein und harmonisieren, daß die bestmögliche Marktstellung erreicht wird. Gute Werbung, die mir die Kunden ins Haus lockt, kann durch unfreundliche Verkäufer, die die Kunden wieder verjagen, umsonst gewesen sein. Marketing erfordert eine Gesamtkonzeption.

Wörter

der Verkäufermarkt, -e – ринок продавців
 der Käufermarkt, -e – ринок покупців
 der Kundenwunsch, -e – бажання клієнта
 die Orientierung an D, -en – орієнтація на що-небудь
 die Vertriebsabteilung, -en – відділ збуту
 das Endprodukt, -e – остаточний продукт
 die Produktpolitik – реалізаційна політика
 die Kommunikationspolitik – комунікативна політика
 das Sortiment – асортимент
 die Werbung, -en – реклама
 public relations – зв'язки з громадськістю
 das Verkaufspersonal – персонал, що займається продажами
 der Kontakt, -e (zu, mit) – контракт
 die Maßnahme, -n – захід
 der Konsumbereich, -e – область споживача
 die Lieferungsbedingung, -en – умови постачання

die Zahlungsbedingung, -en – умови сплати
 sich wandeln – перетворюватися
 sich bewähren – проявляти себе
 zufriedenstellen – залишати задоволеним, задовольняти
 anfangen, i, a – починати
 sicherstellen – забезпечувати
 erschließen, o, o – освоювати
 benötigen – мати потребу в чому-небудь
 festigen – укріплювати
 unterstützen – піддержувати, підтримувати
 gelangen – добиратися, досягати
 weitergeben, a, e – передавати
 zunichtemachen – знищувати
 erfordern – вимагати
 es geht um – мова йде про...
 hervorragend geschult sein – бути добре освіченим
 entgegenkommend – попереджувальний
 reibungslos – безперешкодний

Übungen

Übung 1. Beantworten Sie folgende Fragen; prüfen Sie dabei, ob Sie den Text richtig verstanden haben.

1. Wann entwickelte sich ein typischer Verkäufermarkt?
2. Was versteht man darunter?
3. Wann schlug die Geburtsstunde des Marketing?
4. Woher kommt der Begriff und was bedeutet er?
5. Worum geht es beim Marketing vor allem?
6. Welche vier Aktivitätsbereiche unterscheidet man im Marketing?
7. Was versteht man unter Produktpolitik?
8. Wozu benötigt man die Kommunikationspolitik?
9. Wofür sorgt die Distributionspolitik?
10. Ist Marketing ein Teil des Unternehmens?

Übung 2. Übersetzen Sie.

1. Man erinnert sich.
2. Man wandelt sich.
3. Man kann sich darauf verlassen.
4. Man unterscheidet vier Bereiche.
5. Man kann diesen Text ohne Wörterbuch nicht übersetzen.

6. Mann kann (dabei) den Inhalt kaum verstehen.

Übung 3. Übersetzen Sie.

1. Dieser Text ist nicht sehr leicht zu übersetzen.
2. Da wird dem Anbieter alles aus der Hand gerissen.
3. Das Wort „Marketing“ wird mit „etwas auf den Markt bringen“ übersetzt.
4. Es wird aber nicht mit Verkauf gleichgesetzt.
5. Zur Produktpolitik werden alle Bemühungen gerechnet, den Markt zu erschließen.
6. Sie bewährt sich, wenn die Kunden auch von den Besonderheiten der Produkte erfahren.

Text N 9

MARKETINGINSTRUMENTE — WERBUNG UND PUBLIC RELATIONSWERBUNG

Die Entstehung der Wirtschaftswerbung ist verknüpft mit dem Beginn der Herstellung von Waren und Dienstleistungen.

Der Ursprung des Wortes „werben“ liegt in dem althochdeutschen Wort „werban“, das „sich drehen“, „hin und her gehen“, „sich bemühen“ und „etwas betreiben“ bedeutet. In diesem Sinn ist „Werbung“ nicht nur im wissenschaftlich-politischen Bereich von Bedeutung, sondern auch im privaten Leben, wo man für sich oder um jemand anderen werben kann.

Für Wirtschaftszwecke wurde die Werbung schon in der Antike eingesetzt: Ausrufer für den Verkauf im antiken Ägypten, Tafeln mit Warenlisten in Babylon, Güte- und Herkunftszeichen auf Münzen usw. zeugen davon.

Werbung ist Teil einer Kette aus Ursache und Wirkung: Markt – Handel – Wettbewerb – Werbung. Das eine ist ohne das andere nicht möglich. Zum Wettbewerb gehört auch Marketing, zu dem alle geschäftlichen Maßnahmen und Tätigkeiten zählen, die den Fluß der Waren und Dienstleistungen vom Hersteller zum Konsumenten regeln. Ein Teil des Marketing ist die Kommunikationspolitik eines Unternehmens, bei der die Werbung eine entscheidende Rolle spielt. Werbung ist also ein Teil des Marketing.

Als Marketinginstrument von Firmen hat Werbung verschiedene Aufgaben und Ziele:

1. Bekanntmachung des Produktes
2. Schaffung einer positiven Einschätzung des Produktes
3. Verkauf des Produktes.

Zur Erreichung dieser Ziele werden in der Werbepaxis, in den

Werbeagenturen und Werbeabteilungen der Unternehmen verschiedene

Werbemittel eingesetzt. Werbemittel lassen sich hauptsächlich in visuelle (Plakate, Anzeigen, Prospekte, Flugblätter, Tragetaschen, Werbebriefe), in akustische (Hörfunkspot) und in audiovisuelle (Fernsehspot, Werbefilm) Werbebotschaften unterteilen. Mit Hilfe dieser Werbemittel transportieren die Werbeträger die Werbebotschaften der Werbungstreibenden zu den Umworbenen. Sie üben eine Übermittlungs bzw. Transportfunktion aus. Zu den Werbeträgern gehören Tageszeitungen, Anzeigenblätter, Fernsehen, Rundfunk, Plakatwand, Schaufenster, Messestand, Verpackungen.

Die Werbewirtschaft läßt sich somit in drei Gruppen gliedern:

1. Die werbenden Firmen (Dienstleistungsunternehmen wie Banken, Versicherungen, Handel, Beratung)
2. Die Werbeagenturen (sie gestalten und erstellen die Werbemittel)
3. Die Werbeträger (sie tragen die Werbebotschaft an die Zielpersonen heran).

Wörter

die Herstellung, -en – виробництво
 der Ausrufer – глашатай
 die Warenliste, -n – список товарів
 das Gütezeichen – товарний знак
 die Münze, -n – монета
 die Marktwirtschaft, -en – ринкова економіка
 der Wettbewerb, -e – змагання
 die Bekanntmachung, -en – ознайомлення
 die Firma, -en – фірма
 sich bemühen um A. – старатися, намагатися
 betreiben, ie, ie – займатися
 werben, a, o – вербувати, агітувати
 einsetzen – вставляти
 regeln – регулювати
 ausüben – виконувати
 gliedern – членувати
 gestalten – надавати вид, оформляти
 erstellen – виготовляти
 herantragen, u, a – приносити

Übungen

Übung 1. Nennen Sie die Synonyme zu.

Zählen	die Herstellung
Einsetzen	der Konsument
Werben	erstellen
betreiben	

Übung 2. Mit welchen Verben sind im Text die Substantive gebraucht?

Marketing	Tragetaschen	Fernsehen
FLuß	Fernsehspot	Rundfunk
Werbemittel	Werbefilm	Plakatwand
Plakate	Tageszeitung	Schaufenster
Anzeigen	Werbeträger	

Übung 3. Unterstreichen Sie, was zu den Werbeträgern zählt.

Anzeigeblätter, Rundfunk, Schaufenster, Messestand, Werbefilm, Tragetasche, Verpackungen, Prospekte, Anzeigen.

Übung 4. Beantworten Sie nun die Fragen zum Text.

1. Was bedeutet das Wort «werben»?
2. Ist Werbung auch im privaten Leben von Bedeutung?
3. Seit wann wurde die Werbung eingesetzt?
4. Sind Ausrufer, Tafeln mit Warenlisten, Gütezeichen auf Münzen Werbung?
5. Wie kann man den Begriff «Werbung» definieren?
6. Welche Aufgaben hat Werbung?
7. Können Sie sich an verschiedene Werbemittel erinnern?
8. Welche Funktionen haben die Werbeträger?
9. Was gehört zu ihnen?
10. In welche Gruppen gliedert man die Werbewirtschaft?

Übung 5. Rollenspiel.

Sie sind angehender (начинающий) russischer Marketing-Spezialist. Ihre Branche ist Werbung. Zu Besuch haben Sie einen deutschen Manager, der sich sehr gut in Werbungsfragen auskennt. Er möchte in Rußland aktiv werden. Sprechen Sie über Werbung, wie sie in Deutschland gemacht wird; fragen Sie ihn nach den Tendenzen in der Werbung.

Text N 10 DER HANDEL

Der deutsche Handel hält seit Jahrzehnten einen Anteil von etwa 10 Prozent der Bruttowertschöpfung. Rund vier Millionen Menschen arbeiten inzwischen in den etwa 600 000 westdeutschen Unternehmen des Handels. Damit ist jeder achte Erwerbstätige in Deutschland im Handel beschäftigt. Trotz einer starken Konzentrationsbewegung ist der Wirtschaftsbereich immer noch stark mittelständisch geprägt. Rund die Hälfte aller Handelsunternehmen beschäftigt nicht mehr als zwei Personen. In neun von zehn Unternehmen sind weniger als zehn Beschäftigte tätig. Dazu gehören meist der Inhaber selbst und oft auch dessen Angehörige.

Großhandel. Die Unternehmen des Großhandels liefern Güter von Herstellern oder internationalen Märkten an Einzelhändler, Weiterverarbeiter oder Großverbraucher. Sie kaufen größere Mengen von Waren und verkaufen Sie in kleineren Posten weiter. Vor allem der Einzelhandel wird vom Großhandel mit kurz- und langlebigen Gebrauchs- und Verbrauchsgütern versorgt. 1949 machte der Großhandel einen Umsatz von etwa 50 Milliarden DM, 1992 war es knapp eine Billion DM.

Einzelhandel. Im Einzelhandel vollzog sich in den letzten Jahrzehnten ein tiefgreifender Strukturwandel. Vor allem das System der Selbstbedienung erlaubte eine starke Rationalisierung. Neue Betriebsformen wie Discount-Läden und Verbrauchermärkte entstanden. Der Wettbewerb ist dadurch noch schärfer geworden. Den Vorteil hat der Kunde: Niedrige Preise und ein großes Sortiment.

1949 setzte der westdeutsche Einzelhandel 28 Milliarden um. 1992 waren es in den alten Bundesländern 667 Milliarden, in den neuen Bundesländern nach groben Schätzungen rund 120 Milliarden DM. Der Löwenanteil des Einzelhandelsumsatzes entfällt auf Nahrungs- und Genussmittel (über 25 Prozent). Rund 13% machen Textilien und Bekleidung aus. Die rund 400 000 westdeutschen Einzelhandelsunternehmen beschäftigen ca. 2,5 Millionen Menschen.

Die Bundesrepublik nimmt im Welthandel zusammen mit den Vereinigten Staaten und Japan eine Spitzenstellung ein. Zu den Grundsätzen der deutschen Handelspolitik zählen:

- Internationale Arbeitsteilung
- Weltweiter Wettbewerb
- Interessenausgleich.

Außenhandel. Der Gesamtwert der Ein- und Ausfuhr der alten Bundesländer stieg von 19,7 Milliarden DM im Jahr 1950 auf über 1,3 Billionen DM im Jahr 1992. Im Jahr 1992 führte Deutschland Waren im Wert von

637,8 Milliarden DM ein und exportierte für 670,8 Milliarden DM.

Fast jeder dritte Erwerbstätige arbeitet heute in der Bundesrepublik für den Export. An der Spitze der Ausfuhr Güter stehen Fertigwaren wie Kraftfahrzeuge, Maschinen, chemische und elektrotechnische Erzeugnisse. Als Merkmale deutscher Exporte gelten weltweit ein hoher Qualitätsstandard, ein umfassender Service und die zuverlässige Einhaltung von Lieferfristen. Als Land mit hohen Löhnen hat sich Deutschland auf die Produktion von qualitativ und technologisch hochwertigen Erzeugnissen konzentriert.

Zu den wichtigsten Einfuhr Gütern gehören Rohstoffe, Agrarprodukte, elektrotechnische Erzeugnisse und Textilwaren. Die enge Verflechtung der deutschen Wirtschaft mit dem Ausland bringt auch Abhängigkeit mit sich. Die Bundesrepublik ist anfällig gegen alle Störungen des Welthandels, weil Arbeitsplätze, Investitionen, Erträge und der Lebensstandard von seiner Entwicklung abhängig sind. Stabile Weltwirtschaft, freier Handel und ein geordnetes Währungssystem sind deshalb wichtige Lebensbedingungen für die deutsche Volkswirtschaft.

Handelspartner. Deutschlands wichtigster Handelspartner ist Frankreich. 1992 führte die Bundesrepublik für rund 87 Milliarden DM Waren und Dienstleistungen nach Frankreich aus. Die Einfuhr aus Frankreich erreichte das Volumen von gut 76,4 Milliarden DM. Weitere wichtige Exportländer für die deutsche Wirtschaft sind Italien, Großbritannien, die Niederlande und Belgien/Luxemburg. Danach folgen die Vereinigten Staaten, in die 1992 Waren im Wert von rund 42,6 Milliarden DM exportiert wurden. Auch bei der Einfuhr steht Frankreich an erster Stelle, gefolgt von den Niederlanden, Italien, Belgien/Luxemburg, Großbritannien und den Vereinigten Staaten. Insgesamt vollziehen sich 70 bis 75 Prozent des deutschen Außenhandels mit europäischen Staaten, 10 bis 15 Prozent mit dem asiatisch-pazifischen Raum, rund 7 Prozent mit Nordamerika und jeweils 2 Prozent mit Afrika und Lateinamerika. Das größte Ungleichgewicht herrscht seit Jahren im Handel mit Japan. Während Deutschland 1992 japanische Waren im Wert von 38 Milliarden importierte, kauften die Japaner in Deutschland lediglich für 14,6 Milliarden DM ein.

Wörter

der Handel – торгівля

der Erwerbstätige, -e – працюючий

der Beschäftigte, -e – зайнятий на виробництві

das Handelsunternehmen – торгове підприємство

der Großhandel – оптова торгівля

der Großverbraucher – оптовий споживач

der Einzelhandel – роздрібна торгівля

der Einzelhändler – торговець у роздріб
 der Preis, -e – ціна
 die Selbstbedienung – самообслуговування
 der Discountladen – крамниця зі зниженими цінами
 der Kunde, -n – клієнт
 das Nahrungsmittel – продукти харчування
 die Spitzenstellung, -en – передова позиція
 der Außenhandel – зовнішня торгівля
 die Ausfuhr – вивезення, експорт
 die Einfuhr – ввезення, імпорт
 das Ausfuhrgut, -er – експортний товар
 die Einhaltung – дотримання
 das Erzeugnis, -se – виріб, продукт
 das Entwicklungsland, -er – країна, що розвивається
 die Verflechtung, -en – сплетіння
 der Handelspartner – торгівельний партнер
 das Volumen – об'єм
 der Wert, -e – вартість
 geprägt sein – бути сформованим
 liefern – постачати
 versorgen – забезпечувати
 umsetzen – обертати (про гроші)
 entfallen, ie, a auf – припадати, діставатися кому-небудь
 einnehmen, a, o – позичати
 sich konzentrieren auf Akk. – концентруватися на чому-небудь
 anfällig sein, gegen – бути схильним до чого-небудь
 lediglich – тільки, виключно
 abhängig sein, von – надійний
 zuverlässig – надійний

Übungen

Übung 1. Suchen Sie im Text Synonyme zu den folgenden Wörtern.

die Ausfuhr	das Erzeugnis	der Kunde
die Einfuhr	zählen	der Erwerbstätige

Übung 2. Nennen Sie Antonyme, die im Text vorkommen.

die Ausfuhr	ausführen	das Produkt
die Einfuhr	gehören	der Binnenhandel
eingeführen		

Übung 3. Stellen Sie fest: Mit welchen Adjektiven sind folgende Substantive im Text gebraucht?

Handel, Verflechtung, Preis, Märkte, Posten, Rationalisierung, Handelspolitik, Arbeitsteilung, Wettbewerb, Erzeugnisse, Exporte, Service, Einhaltung, Löhne, Einfuhrgüter, Wirtschaft, Staaten, Waren, Ungleichgewicht.

Grammatik: Nominales Prädikat

Der Wettbewerb ist scharf.	Конкуренція гостра
Frankreich ist wichtigster Handels-partner Deutschlands.	Франція – найважливіший торгівельний партнер

Übung 4. Wie lautet der Infinitiv?

war	stieg	kauften ein
vollzog sich	führte ein	erreichte
erlaubte	führte aus	importierten

Übung 5. Beantworten Sie die Fragen zum Text.

1. Welche Bedeutung hat der Handel für die Wirtschaft eines Landes?
2. Wieviel Millionen Menschen arbeiten zur Zeit im deutschen Handel?
3. Was versteht man unter „Großhandel“?
4. An wen liefern die Unternehmen des Großhandels ihre Güter?
5. Was bedeutet „Einzelhandel“?
6. Welchen Vorteil hat der Kunde vom Einzelhandel?
7. Was versteht man unter „Außenhandel“?
8. Wodurch ist der Außenhandel Deutschlands gekennzeichnet?
9. Was führt Deutschland aus, was ein?
10. Welche Länder sind wichtigste Handelspartner Deutschlands?

Übung 6. Rollenspiel.

Sie sind Handelskaufmann. Sie kommen mit einem deutschen Unternehmer zusammen. Sie wissen, woran es im Moment in Rußland fehlt, was Mangelware ist. Sie sind bei einem Supermarkt tätig. Stellen Sie Ihrem deutschen Kollegen Fragen, die für Sie aktuell sind; lassen Sie sich beraten, er hat mehr Erfahrung im Marketing.

Text N 11 MANAGEMENT

Eine einheitliche Definition des Begriffes "Management" existiert nicht. Gegenüber den Begriffen wie "Unternehmensführung" oder "Unternehmensleitung" ist der aus dem anglo-amerikanischen Sprachgebrauch stammende Begriff "Management" umfassender.

Management kann man als die "Leitung von Organisationen" ansehen, was jedoch in einem zweifachen Sinn verwendet wird:

Management als Institution und
Management als Funktion.

Management als Institution

Management als Institution ist der Personenkreis, der mit der Leitung einer Institution betraut ist, wobei meist ein Unternehmen gemeint ist. Innerhalb dieser Personengruppe wird zwischen

Top-Management (obere Leitungsebene)
Middle-Management (mittlere Leitungsebene)
Lower-Management (untere Leitungsebene) unterschieden.

Management als Funktion

Management als Funktion ist die Gesamtheit aller Aufgaben, die der "Manager" als Führungskraft bzw. als Vorgesetzter ausübt. Die Managementfunktion kann von den Vorgesetzten an jeweils ihnen unterstellte Verantwortliche übertragen werden = Delegation von Verantwortung und Weisungsbefugnis.

Die Aufgaben des Managers werden dabei i.d.R. in zwei Schwerpunkten gesehen:

Leitung = sach-rationale Aufgaben wie Setzen von Zielen, Planen, Organisieren, Kontrollieren u.a.

Führung = sozio-emotionale Aufgaben wie Delegieren, Motivieren u.a.

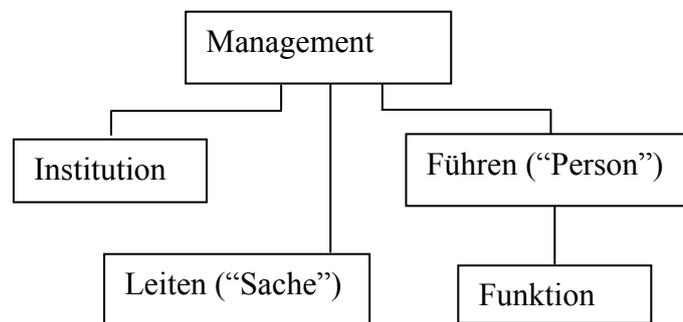
Zusammenfassend kann man sagen.

"Management" ist der Personenkreis, der mit Leitungs- und Führungsaufgaben des Unternehmens betraut ist; Management bezeichnet gleichzeitig die Funktionen eines Vorgesetzten, die sich in Leitungs- und Führungsfunktionen unterscheiden lassen.

Diese beiden Erscheinungsformen des Managements sind wie folgt dargestellt.

Management will Menschen durch ;
 Systeme und Prozesse,
 Analyse und Problemlösung,
 Entscheidungsfindung und Entscheidungsdurchsetzung,
 Kommunikation und Interaktion so führen und so motivieren, daß
 dadurch ein zielbestimmtes,
 planvolles,
 organisiertes,
 kontrolliertes
 Handeln im Unternehmen erreicht wird.

Erscheinungsformen des Managements



Wörter

die Definition, -en – дефініція, визначення
 der Begriff, -e – поняття
 die Leitung, -en – керівництво
 der Sinn, -e – значення
 der Personenkreis, -e – коло осіб
 das Top-Management – менеджер вищого рівня, топ-менеджер
 das Middle-Management – менеджер середнього рівня
 das Lower-Management – менеджер нижнього рівня
 die Gesamtheit, -en – спільність
 der Manager – менеджер
 der Vorgesetzte, -n – голова
 die Führungsaufgabe, -n – завдання щодо керування
 die Erscheinungsform, -en – форма проявлення
 die Abbildung, -en – ілюстрація, малюнок
 die Problemlösung, -en – вирішення проблеми
 die Entscheidungsfindung, -en – вирішування
 die Entscheidungsdurchsetzung, -en – виконання рішення
 die Interaktion, -en – інтеракція
 existieren – існувати

verwenden – використовувати
 betraut sein mit – довірено ким-небудь
 übertragen – передавати
 das Handeln – дія
 umfassend – численний

Übungen

Übung 1. Beantworten Sie nun die folgenden Fragen.

1. Was versteht man unter "Management"?
2. Welche drei Ebenen von Management gibt es?
3. Wieso ist Management gleichzeitig Institution und Funktion?
4. Was meint dabei Management als Funktion?
5. Welche Aufgaben hat ein Manager?
6. Woher stammt die Bezeichnung "Management"?
7. Wie lauten die deutschen Bezeichnungen von Management?
8. Decken sich die deutschen Begriffe und der anglo-amerikanische Begriff "Management" völlig?

Übung 2. Nennen sie Synonyme zu

ansehen	verwenden	die Institution
definieren	ausüben	die Interaktion
existieren	darstellen	erreichen

Übung 3. Welche Attribute passen zum Wort "Management"?

Übung 4. Mit welchen Attributen ist der Begriff "Handeln" im Text verbunden?

Übung 5. Was bedeuten die Termini "Entscheidungsfindung" und "Entscheidungsdurchsetzung"?

Grammatik: Die Funktionen und Verwendung des Wortes "als"

Der Begriff "Management" ist umfassender als "Unternehmensführung"	Поняття "менеджмент" ширше ніж "керівництво підприємством"
Management als Institution.	Менеджмент як (в якості) інституції
Als ich kam, war er schon weg.	Коли я прийшов, його вже не було

Übung 6. Suchen Sie im Text alle Wortverbindungen mit "als" und übersetzen Sie.

Text N 12 **BANKEN**

Das Bankensystem der Bundesrepublik Deutschland besteht aus einer Zentralbank und vielen Geschäftsbanken. Zentralbank ist die Deutsche Bundesbank mit ihren Hauptverwaltungen, den Landeszentralbanken. Die Geschäftsbanken lassen sich in Universal- und Spezialbanken einteilen. Universalbanken betreiben alle Bankgeschäfte, Spezialbanken sind fixiert z.B. auf Baufinanzierung, Schiffsfinanzierung.

Die Deutsche Bundesbank ist eine Bundesbehörde, aber von Weisungen der Bundesregierung unabhängig. Sie hat die Aufgabe, den Geldumlauf und die Kreditversorgung zu regeln sowie für den Zahlungsverkehr im Inland und mit dem Ausland zu sorgen. Die Bundesbank muß zwar die Wirtschaftspolitik der deutschen Bundesregierung unterstützen; im Fall von Zielkonflikten hat jedoch die Sicherung der Währung Vorrang.

Bargeld und Buchgeld werden durch das Bankensystem geschaffen, und zwar das Bargeld durch die Bundesbank, das Buchgeld durch die Geschäftsbanken (Einräumung von Kredit).

Je mehr Geld die Banken schaffen, je größer also die Geldmenge wird, desto eher ist die Gefahr einer Inflation gegeben. Andererseits bedeutet die Schaffung von zusätzlichem Geld auch die Schaffung von zusätzlicher Kaufkraft, von Nachfrage. Diese zusätzliche Nachfrage kann die Wirtschaft stimulieren und zum Abbau von Arbeitslosigkeit beitragen.

Die Einschränkung der Geldmenge durch die Banken birgt dagegen die Gefahr eines Rückgangs der Nachfrage, d.h. mangelnden Absatzes für die Unternehmen und damit evtl. von Entlassungen und wachsender Arbeitslosigkeit in sich. Die Einschränkung der Geldmenge kann auch Deflation bzw. den Abbau von Inflation zur Folge haben.

Es ist also außerordentlich wichtig, die Geldmenge richtig, d.h. so zu steuern, daß das Verhältnis von Geld- und Gütermenge möglichst im Gleichgewicht bleibt. Dies zu sichern ist Aufgabe der Zentralbank. Sie kann diese Aufgabe dadurch erfüllen, daß sie den Geschäftsbanken mehr oder weniger Bargeld zur Verfügung stellt. Beschränkt sie die Bargeldmenge, so können die Geschäftsbanken weniger Kredite geben. Im Gegensatz zu vielen anderen Ländern ist die Kreditvergabe der Deutschen Bundesbank an den Staat gesetzlich eng beschränkt. Dies sichert in hohem Maße die Stabilität der Währung.

Wörter

die Bank, -en – банк
 die Hauptverwaltung, -en – центральне управління
 die Landeszentralbank, -en – центральний земельний банк
 die Geschäftsbank, -en – комерційний банк
 die Deutsche Bundesbank – Німецький Національний Банк
 der Geldumlauf – обертання грошей
 Vorrang haben – мати перевагу
 die Einräumung, -en поступка
 die Arbeitslosigkeit – безробіття
 die Einschränkung, -en – обмеження
 das Gleichgewicht – рівновага
 der Gegensatz, -e – протилежність
 die Kreditvergabe – надання кредитів
 einteilen – поділяти
 unterstützen – підтримувати
 bergen, a, o – ховати, приховувати
 zur Verfügung stellen – надавати
 beschränken – обмежувати

Übungen

Übung 1. Nennen Sie Synonyme.

die Bank	regeln	zur Verfügung stellen
bestehen	fixiert sein	beschränken
betreiben		

Übung 2. Wie lauten die Verben?

die Verwaltung	die Regierung	die Nachfrage
die Finanzierung	die Sicherung	die Einschränkung
die Aufgabe	die Schaffung	

Übung 3. Mit welchen Verben sind folgende Wörter und Wortgruppen eng verbunden?

Beispiel: Gefahr – bergen

Bankgeschäfte	Vorrang	zur Verfügung
Geldumlauf	Geld	zur Folge

Zahlungsverkehr
Wirtschaftspolitik

Wirtschaft
zum Abbau

Kredite
Stabilität

Übung 4. Beantworten Sie die folgenden Fragen zum Wesen des Bankensystems der BRD.

1. Wie heißt die Zentralbank Deutschlands?
2. Aus welchen Banken besteht das Bankensystem der Bundesrepublik Deutschland?
3. Welche Geschäfte betreiben Universalbanken?
4. Worauf sind Spezialbanken fixiert?
5. Ist die Deutsche Bundesbank von der Regierung abhängig?
6. Welche Aufgabe hat sie?

Übung 5. Prüfen Sie, ob Sie den Text richtig verstanden haben.

Je mehr Geld die Banken schaffen, desto eher ist die Gefahr einer Inflation gegeben. Stimmt diese Behauptung?

Text N 13 GELD

«Geld regiert die Welt», heißt es, oder auch «Geld macht nicht glücklich, aber es beruhigt». Unzählig ist die Menge der Aussprüche und Sprichwörter, die sich auf das Geld beziehen. Dies zeigt, welche große Bedeutung die Menschen dem Geld zumessen.

Aus täglicher Anschauung kennen wir als Geld die Münzen und Scheine. Die meisten Menschen denken dabei gar nicht daran, daß dieses Geld im Grunde völlig wertlos ist (nur ein Stück Papier oder Metall) und die Bedeutung nur dadurch zustande kommt, daß wir im allgemeinen immer jemanden finden, der uns dafür eine Ware oder Dienstleistung gibt, die wir benötigen. Sehr häufig erlebten es die Menschen, daß sie für Münzen und Scheine nichts bekamen, dagegen für Zigaretten oder Kugelschreiber fast jede beliebige Ware erhielten. In manchen Ländern erlebt man es, daß man für die einheimische Währung nichts erhält, dafür aber für Dollar oder DM. Wir wissen auch, daß man in früheren Zeiten nicht mit Münzen oder Scheinen, sondern mit Vieh, Honig, Muscheln, Salz, Gold oder ähnlichem bezahlt hat. Dagegen erscheint heutzutage Geld sogar völlig materiallos als «Buchgeld», d.h. als Guthaben auf einem Bankkonto, mit dem man durch Scheck oder Überweisung bezahlen kann. Im Grunde geht es nämlich gar nicht um das «Geld», sondern um ein allgemein akzeptiertes Austauschmittel, das häufig gar keinen eigenen Nutzen für den Besitzer hat. Wie einfach wäre es auch sonst, die Armut vieler

Menschen zu beheben: Man brauchte nur die Druckerpressen für neue Banknoten in Bewegung zu setzen, um ihnen soviel Geld zu verschaffen, wie sie benötigen. Ein Überschwemmen des Landes mit Banknoten würde aber die Armut in keiner Weise beheben. Armut ist nicht der Mangel an Geld, sondern an Gütern. So «verschleiert» das Vorhandensein von Geld oft die wirklichen Wirtschaftsprozesse.

Geld ist ein Gutschein für Güter, jedoch ohne festen Wert. Der Wert hängt u.a. von dem Verhältnis von Geld- und Gütermenge in einer Volkswirtschaft ab:

Geldmenge — größer als — *Gütermenge* = **Inflation** (Prozeß fortlaufender Preiserhöhungen)

Geldmenge — gleich — *Gütermenge* = **Preisniveaustabilität**

Geldmenge — kleiner als — *Gütermenge* = **Deflation** (Prozeß fortlaufenden Preisverfalls)

Entscheidend für Geld ist nicht die Erscheinungsform, die fast beliebig sein kann, sondern sind die **Aufgaben**, die Geld erfüllt.

Aufgaben des Geldes:

1. Tauschmittel, Zahlungsmittel

Eine arbeitsteilige Wirtschaft kann ohne einen Gütertausch nicht existieren. Hauptaufgabe des Geldes ist es, für einen reibungslosen Tauschverkehr zu sorgen. Die ursprüngliche Tauschbeziehung

Ware → Ware

wird aufgelöst in die Beziehungen

Ware → Geld und Geld → Ware.

Hierdurch wird erreicht, daß die Tauschbeziehungen vielfältiger werden, weil man nicht darauf angewiesen ist, seine eigenen Erzeugnisse nur an Abnehmer zu geben, die das haben, was man selbst benötigt;

die Tauschbeziehungen zeitlich verschoben werden können, weil man ein Gut heute verkaufen und erst später ein benötigtes Gut kaufen kann.

Auch dadurch wird der Tauschverkehr belebt.

2. Wertaufbewahrung

Erst durch Geld wird die eben erwähnte zeitliche Verschiebung des Tausches möglich, indem man den Anspruch auf einen Vorrat von Gütern in Geldform komprimiert aufbewahrt, um ihn im Bedarfsfall später zu nutzen.

3. Recheneinheit, Wertmaßstab

Mit Hilfe des Geldes kann man verschiedenartige Güter miteinander vergleichen, d.h. ihre Werte bestimmen und gegeneinander abwägen. Die Bedeutung wird Ihnen klar, wenn Sie einmal an einen Aufenthalt im Ausland denken, wo Ihnen in der ersten Zeit jede Orientierung des Wertes/Preises von Gütern durch das Rechnen mit der ausländischen Währung verlorengeht.

Wörter

der Schein, -e – купюра
 die Währung, -en – валюта
 das Buchgeld – безготівкові гроші
 das Bankkonto, -s – банківський рахунок
 der Scheck, -s – чек
 die Überweisung, -en – переказ грошей
 das Austauschmittel – засіб обміну
 die Armut – вбогість
 der Mangel – нестача чого-небудь
 der Gutschein, -e – талон, ордер
 das Verhältnis, -se – ставлення, відношення
 die Geldmenge, -n – грошова маса
 die Inflation, -en – інфляція
 die Preisniveaustabilität, -en – стабільність рівня цін
 die Deflation, -en – дефляція
 das Tauschmittel – засіб обміну
 das Zahlungsmittel – спосіб платежу
 der Gütertausch – обмін товарами
 der Tauschverkehr – бартер
 die Tauschbeziehung, -en – відношення обміну
 der Abnehmer – покупець
 die Wertaufbewahrung, -en – збереження вартості
 der Anspruch, -e – презентація
 die Recheneinheit, -en – одиниця розрахунку
 der Wertmaßstab, -e – масштаб вартості
 regieren – управляти, керувати
 sich beziehen, o, o – ставитися
 bezahlen – сплачувати
 beheben, o, o – усувати
 verschleiern – завуалювати
 abhängen von – залежати від чого-небудь
 erfüllen – виконувати
 verschieben, o, o – переносити
 verlorengehen – пропадати

Übungen

Übung 1. Definieren Sie die Begriffe.

Bargeld	Schein	Inflation
Buchgeld	Währung	Deflation
Münze		

Übung 2. Erläutern Sie, was bedeuten

Tauschmittel	Recheneinheit	Güteraustausch
Tauschbeziehungen	Zahlungsmittel	Tauschverkehr

Übung 3. Beantworten Sie die folgenden Fragen zum Inhalt des Textes.

1. Als was kennen wir normalerweise Geld?
2. Wurde immer mit Münzen oder Scheinen bezahlt?
3. Als was kann man also Geld bestimmen?
4. Wovon hängt der Wert des Geldes ab?
5. Wann kommt es zu einer Inflation?
6. Wann ist die Preisstabilität gesichert?
7. Was ist entscheidend für Geld?
8. Welches sind die Aufgaben des Geldes?

Text N14 BÖRSE

Die Börse entwickelte sich aus früheren Messen und Märkten; erste Börsen in Deutschland entstanden zu Ende des 10. Jahrhunderts. Die Börse ist ein besonderer Markt. Hier treffen Anbieter und Nachfrager zusammen, um Wertpapiere, Waren oder Devisen zu handeln, die in der Börse selbst gar nicht verfügbar sind, d.h. an Ort und Stelle nicht geprüft werden können.

Bei Warenbörsen wird zwischen Produktenbörsen und Warenterminbörsen unterschieden. Produktenbörsen dienen dem Handel von Waren, insbesondere von landwirtschaftlichen Produkten, die sofort geliefert werden sollen. Bei Warenterminbörsen werden Verträge abgeschlossen, die nicht sofort, sondern zu einem späteren Termin erfüllt werden müssen.

Handelsobjekte der Devisenbörse sind Devisen, also auf fremde Währung laufende Forderungen.

Auf der Effekten- oder Wertpapierbörse werden zum Börsenhandel zugelassene Kapitalwertpapiere, insbesondere Aktien gehandelt.

Der Preis, der sich an der Börse für die dort gehandelten Waren oder Werte bildet, ergibt sich ausschließlich aus den Forderungen der Anbieter und den Vorstellungen der Nachfrager.

Natürlich werden Preisvorstellungen von Anbietern und Nachfragern von vielen Faktoren geprägt, wie etwa politische Ereignisse (Wahlen; Kriege usw.) volkswirtschaftliche Veränderungen, wie z.B. konjunkturelle Schwankungen, wirtschaftspolitische Maßnahmen wie, z.B. Einfuhrbeschränkungen, weltwirtschaftliche Ereignisse, wie z.B. Missernten, Energiekrise.

Die Börse wird als Veranstaltung von einem Börsenträger errichtet, der für die ordnungsgemäße Abhaltung und Durchführung sorgt. Solche Börsenträger sind z.B. Industrie- und Handelskammern oder Börsenvereine. Nur ein ganz enger Personenkreis ist jeweils berechtigt, Geschäfte an der Börse abzuwickeln. Die größte Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit genießen die Wertpapierbörsen, deren Aktivität täglich in Funk und Fernsehen übertragen und in vielen Tageszeitungen dargestellt wird. Hierbei wird die Entwicklung der Kurse der wichtigsten Wertpapiere bekanntgemacht. Ein vereinfachter «Kurszettel» sieht etwa wie in der Grafik aus.

Wörter

- die Börse, -n – біржа
- die Messe, -n – ярмарок
- das Wertpapier, -e – цінні папери
- die Devisen – іноземна валюта
- die Warenbörse, -n – товарна біржа
- die Produktenbörse, -n – товарна біржа
- die Warenterminbörse, -n – біржа, пов'язана з термінами постачання товару
- die Aktie, -n – акція
- der Wert, -e – вартість
- die Schwankung, -en – коливання
- der Börsenträger – представник біржи
- die Industriekammer, -n – промислова палата
- die Handelskammer, -n – торгівельна палата
- die Wertpapierbörse, -n – біржа цінних паперів
- der Funk – радіостанція
- zusammentreffen, a, o – зустрічатися
- unterscheiden, ie, ie – розрізнятися
- dienen – слугувати
- der Termin, -e – термін
- sich ergeben, a, e – виявлятися

Übungen

Übung 1. Nennen Sie Synonyme.

die Devisen
unterordnen
sich ergeben

bekanntmachen
die Börse

abschließen
abwickeln

Übung 2. Mit welchen Substantiven sind im Text die folgenden Verben gebraucht?

Zusammentreffen
handeln
unterscheiden

abschließen
prägen
sorgen

abwickeln
genießen

Übung 3. Beantworten Sie die folgenden Fragen zum Text.

1. Wann entstand die erste Börse in Deutschland?
2. Was ist eigentlich eine Börse?
3. Wer trifft an der Börse zusammen?
4. Was sind Handelsobjekte der Devisenbörse?
5. Von welchen Faktoren hängen Preisvorstellungen an der Börse ab?
6. Welche Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit genießen die Wertpapierbörsen? Und warum?

LESETEXTE

DAS EURO-GELD IST BESSER ALS SEIN RUF

7 Vorteile für Unternehmer

Wer sich heute auf den europäischen Binnenmarkt begibt, nimmt an einer gigantischen Geldvernichtungsaktion teil. Der Testfall: Ein Reisender, der mit 10000 DM in der Tasche eine Tour durch die Union macht und dabei in jedem Mitgliedsstaat sein Geld in die jeweilige Landwährung tauscht, ist am Ende der Fahrt um 4944 Mark ärmer, ohne auch nur einen Pfennig tatsächlich ausgegeben zu haben. Gesamtschaden der Wechselkursverluste für die europäische Wirtschaft: 30 Milliarden Mark pro Jahr.

Gibt es eine einheitliche europäische Währung, büßt unser Reisender keine Mark ein. Solche Vorzüge leuchten ein. Nach einer Umfrage der EU-Kommission befürworten 53 Prozent der Europäer die Währungsunion. Nur die Dänen und Briten sind mehrheitlich dagegen. Und die Deutschen. Gerade einmal 36 Prozent stehen hinter dem Maastrichter Vertrag, nach dem Euro-Geld

spätestens 1999 eingeführt werden soll.

Dieses Stimmungsbild ist das Ergebnis einer öffentlichen Diskussion um die Währungsunion, in der die Angstmacher den Ton angeben. An der Spitze der Bewegung steht der Frankfurter Währungsexperte Professor Wilhelm Hankel. Wenn die Deutschen ihre heißgeliebte D-Mark gegen das neue Euro-Geld eintauschen, so prophezeit der Schwarzseher, dann ziehen Inflation, Massenarbeitslosigkeit und Kapitalflucht über Deutschland.

Die Risiken dieses Projekts werden von den Befürwortern der Währungsunion nicht verdrängt. Doch sie haben es bislang versäumt, rechtzeitig und laut genug die andere Seiten der Bilanz aufzuzeigen. Das Euro-Geld bringt den Europäern, den Unternehmen handfeste Vorteile: mehr Sicherheit für Exportgeschäfte, stabile Preise und einen Schub für den Binnenmarkt.

Mit diesem Beweis wollen die Schrittmacher der Währungsunion nun in die Gegenoffensive gehen. So fordert der Vorsitzende des Wirtschaftswährungsausschusses im Europäischen Parlament, der Deutsche Karl von Wogau, eine großangelegte Informationskampagne. Von Wogau: „Wir müssen Akzeptanz für das Euro-Geld schaffen. Dazu gehört, den Menschen erst einmal klarzumachen, daß sie die einheitliche Währung nicht mit dem Vermögensverlust bezahlen.“

Doch die Gegner der Währungsunion schüren die Furcht vor dem neuen Geld mit Behauptungen, die einer Überprüfung nicht standhalten. Vor allem diese: Rekordschuldner wie Italien oder Belgien würden sich mit Hilfe der Eurowährung sanieren – zu Lasten der Deutschen. Tatsache aber ist, daß kein Mitgliedsland der Währungsunion sich in den Tresoren der Europäischen Zentralbank nach Bedarf bedienen kann. Im Gegenteil, das Instrumentarium von Sanktionsmaßnahmen der europäischen Währungshüter gegen strategische Schuldenmacher in den Regierungen ist schärfer als das der Deutschen Bundesbank.

So warnt Altkanzler Helmut Schmidt auf einer Bankier-Tagung in Hamburg, „eine Währungsunion ist zwar auch ohne politische Zusammenarbeit möglich, umgekehrt funktioniert dies aber nicht“. Die Folgen wären verheerend. Die Europäischen Nachbarn würden sich zu einer Koalition gegen die übermächtige D-Mark zusammenschließen, Deutschland würde – zum dritten Mal in diesem Jahrhundert – politisch isoliert. Und das, warnt Schmidt, bedeutet Auftrieb für alle nationalistischen Kräfte. Der Schaden einer gescheiterten Währungsunion wäre nicht nur politischer Natur. Auch die Wirtschaft wäre übel dran, befürchtet Hilmar Kopper, Vorstandssprecher der Deutschen Bank. Im Impulse-Interview sagte Kopper: „Es besteht die Gefahr der Renationalisierung der Wirtschaftspolitik und auch das Risiko eines aufflammenden Protektionismus.“

Wörter

der Binnenmarkt, -e – внутрішній ринок
 das Euro-Geld – загальноєвропейські гроші, “євро”
 das Exportgeschäft, -e – експортний бізнес
 die Währungsunion, -en – валютний союз, спілка
 der Vorzug, -e – перевага
 die Kapitalflucht, -e – облік капіталу
 der Vorteil, -e – перевага
 der Tresor, -en – сейф
 die EU-Kommission, -en – комісія Європейської Спілки
 der Ruf, -e – слава
 das Ergebnis, -se – результат
 der Währungsexperte, -n – експерт по валюті
 der Gegner – супротивник
 der Befürworter – прихильник
 das Risiko, Risiken – ризик
 die Landwährung, -en – національна валюта
 die Wirtschaft, -en – економіка
 tauschen in Akk. (Geld) – обміняти на що-небудь (гроші)
 einbüßen – втрачати
 den Ton angeben – задавати тон
 befürworten – висловлюватися за
 dagegen sein – бути проти чого-небудь
 einführen – вводити
 sanieren – оздоровлювати
 zu Lasten – за рахунок
 zu Gunsten – на користь
 sich bedienen – обслуговуватися
 der Protektionismus – протекціонізм
 bezahlen – оплачувати

PUBLIC RELATIONS ODER ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Der Begriff «public relations» stammt ursprünglich aus den USA. In Deutschland wurde der Begriff erstmals 1938 von Carl Hundhausen eingeführt. Jedoch begann erst nach dem Zweiten Weltkrieg die eigentliche Entwicklung der public relations in der Bundesrepublik. Das in den fünfziger Jahren einsetzende «Wirtschaftswunder» machte public relations für die Unternehmen notwendig und interessant. Public relations (PR) wird meist mit «Öffentlichkeitsarbeit» übersetzt, wobei dieser Eindeutschungsversuch jedoch

umstritten ist. Bei public relations geht es darum, Verbindungen (relations) von Unternehmen und Öffentlichkeit (public) herzustellen.

Öffentlichkeitsarbeit ist inzwischen als wirksames Marketinginstrument anerkannt und etabliert. Es wird immer wichtiger, sich nach außen wie nach innen mit Produkten und Profil, Images und Idealen darzustellen, statt einfach nur Waren und Dienstleistungen zu vermarkten. Wie die Werbung ist auch die Öffentlichkeitsarbeit ein Teil der Kommunikationspolitik von Unternehmen, welche wiederum ein Teil des Marketing ist. Im Gegensatz zur Werbung ist Öffentlichkeitsarbeit aber kein einseitiger Vorgang, sondern gewissermaßen ein Prozeß, an dem die Öffentlichkeit selbst beteiligt wird. Außerdem geht es nicht darum, Produkte und Dienstleistungen anzupreisen und zu verkaufen (Werbung), sondern Informationen über ein Unternehmen als Teil der Gesellschaft zu vermitteln.

Ziel der Öffentlichkeitsarbeit ist es, das Vertrauen und Verständnis für das zu schaffen, was das Unternehmen tut.

Öffentlichkeitsarbeit kann als interne und externe Öffentlichkeitsarbeit ausgestaltet sein. Bei der internen Öffentlichkeitsarbeit werden die Mitarbeiter eines Unternehmens z.B. mittels Hauszeitschriften, Betriebsferien, Mitarbeiterbefragung und anderen Kommunikationsformen angesprochen. Sie sollen sich mit dem Unternehmen identifizieren können, Vertrauen in den eigenen Betrieb haben und somit motiviert werden.

Die externe Öffentlichkeitsarbeit spricht das breite Publikum an. Die Pressearbeit ist dafür eines der klassischen Mittel. Der Kontakt mit den Medien, die Vermittler zwischen Unternehmen und Öffentlichkeit sind, ist sehr wichtig. Durch Presse-gespräche, Pressekonferenzen werden die Informationen nach außen gegeben. Ebenso gehören der «Tag der offenen Tür», Betriebsbesichtigungen, Firmenveranstaltungen und Firmenjubiläen zu den Möglichkeiten der externen Öffentlichkeitsarbeit.

Eine zukunftssträchtige Form ist das Sponsoring. Die Unternehmen engagieren sich häufig im sozialen und kulturellen Bereich. Sie fördern Sportler und Künstler, schreiben Wettbewerbe aus usw. Die Schaffung einer imagebildenden Atmosphäre für Unternehmen im Dialog mit der Öffentlichkeit wird ergänzt durch den Informations- und Wissenstransfer an ein breites Publikum. Die Sponsoring-Formen haben sich in den letzten Jahren differenziert entwickelt. Nicht nur Sport- und Kultursponsoring, sondern auch Sozio- und Ökosponsoring werden von den Unternehmen betrieben. Meist gilt für das Sponsoring das Motto «Tue Gutes und rede darüber!»

Wörter

der Begriff, -e – поняття

public relations = Öffentlichkeitsarbeit – робота/зв'язки з громадськістю

die Verbindung, -en – зв'язок
 die Öffentlichkeit – громадськість
 das Produkt, -e – продукт
 das Profil, -e – профіль
 das Image, -s – імідж
 der Vorgang, -e – процес
 das Vertrauen – довіра
 das Verständnis, -se – розуміння
 Medien – засоби масової інформації
 der Vermittler – передавач
 das Sponsoring, -e – спонсорство
 der Bereich, -e – галузь
 der Wissenstransfer – трансфер знань
 das Sportsponsoring – спортивне спонсорство
 das ÖkoSponsoring – екологічне спонсорство
 das Motto, -s – гасло, лозунг
 stammen – відбуватися
 einführen – вводити
 vermitteln – передавати, розповсюджувати
 anpreisen – рекламувати
 sich engagieren – брати участь
 fordern – сприяти чому-небудь
 ausschreiben – призначати
 gelten, a, o – пасувати
 intern – внутрішній
 extern – зовнішній

Pkw-Handelsbilanz: Deutschland erneut vor Japan

Im zweiten Jahr hintereinander lag Deutschland im Pkw-Handel mit Japan wertmäßig vorne. Laut Mitteilung des Statistischen Bundesamtes (StBA), Wiesbaden, exportierte Deutschland im vergangenen Jahr 139025 Personenkraftwagen im Wert von 6,18 Mrd. DM nach Japan, während Japan 283922 Personenkraftwagen im Wert von 5,44 Mrd. DM nach Deutschland lieferte.

Damit war auch 1995 das Exportvolumen Deutschlands wertmäßig höher als das Importvolumen im Pkw-Handel mit Japan. Erstmals seit Mitte der 70-er Jahre, als der Automobilhandel zwischen den beiden Ländern bedeutend geworden war, hatte 1994 die Bundesrepublik mit 5,97 Mrd. DM vor Japan mit 5,39Mrd. DM gelegen.

Die deutschen Pkw-Lieferungen auf den japanischen Markt stiegen 1995

im Vergleich zu 1994 um 9,7%. Der japanische Pkw-Export auf den deutschen Markt verzeichnete gegenüber 1994 ein leichtes Plus von 1,0%.

1995 war ein äußerst positives Geschäftsjahr

Audi-Vorstandschef Dr. Herbert Demel berichtet auf der Bilanzpressekonferenz von einem beeindruckenden Zahlenwerk des AudiKonzerns. Audi wird auch innerhalb der VW-Gruppe offensichtlich immer selbstbewußter.

Je erfolgreicher Audi ist, um so stärker wird die Position unter den „VW-Kindern“! Weltweit konnte Audi 1995 ca. 450000 neue Audis ausliefern, 19,2% mehr als 1994! In Deutschland entsprachen 204000 Auslieferungen an Kunden einer Steigerung von 26,9% gegenüber dem Vorjahr.

Auf der Produktionsseite nahm insbesondere die Anzahl der gefertigten Sechs- und Achtzylindermotoren zu.

Das Ergebnis des Jahres 1995 ist für Demel mit seiner Mannschaft „Ansporn, den eingeschlagenen Weg fortzusetzen. Wir wollen ein Ergebnis erzielen, das mindestens auf dem Niveau des letztjährigen liegt.“ Audi habe sich vorgenommen, 1996 mit mindestens 5% Plus bei den weltweiten Auslieferungen an Kunden stärker als der Gesamtmarkt zu wachsen.

Mit dem Audi A 4 Avant, der Ende Februar in den Markt eingeführt wurde, und dem Audi A 3, der im Herbst zu den Händlern kommen wird, sind die Ingolstädter mit weiteren innovativen Modellen für die Herausforderungen gerüstet.

Die Entwicklungshelfer

Banken: Commerzbank und Deutsche Bank feiern ihr 125jähriges Bestehen

Commerzbank: 26. Februar 1870. *Deutsche Bank:* 10. März 1870. *Deutsches Reich:* 18. Januar 1871. *Dresdener Bank:* 1. Dezember 1872. Die größten deutschen Banken sind alle etwa so alt wie Deutschland. Und sie haben sich auch so entwickelt wie Deutschland.

Das begann schon bei der Gründung. Sie spiegelte das seit der Bildung des Norddeutschen Bundes 1866 erweckte Selbstbewußtsein deutscher Politik und Wirtschaft wider: die Finanzierung des wachsenden Auslandsgeschäfts sollte nicht den dominierenden englischen Häusern überlassen bleiben.

In der Folgezeit entwickelten sich die Banken parallel zur boomenden deutschen Wirtschaft. Der Einstieg ins Depositengeschäft, also die Geldanlage für Privatkunden, erschloß neue Kapitalquellen, und die Entwicklung der Elektroindustrie Ende des letzten Jahrhunderts brachte den Banken den

Durchbruch im Industriegeschäft.

Das rasante Wachstum der Elektroindustrie konnte nur über Kredite finanziert werden.

Damit war der Grundstein gelegt für die enge Verflechtung zwischen Großbanken und Großindustrie, die seither nie ernsthaft gefährdet war und auch heute noch ein Spezifikum des deutschen Finanzsystems ist. In den meisten anderen Ländern haben Banken einen wesentlich geringeren Einfluß auf die Industrie.

Nicht umsonst ist Deutschland deswegen das Land, in dem immer wieder die Diskussion über die Macht der Banken aufflammt. Schon 1909 seufzte der Bankier und Publizist Alfred Lansburgh über «die Macht der Banken».

Der deutsche Staat hielt sich meist weitgehend aus der unternehmerischen Verantwortung heraus. Lediglich die DDR-Regierung versuchte, anstelle der Banken die Wirtschaft zu lenken, und sie machte damit Bankrott.

Allerdings hat auch die Geschichte der Banken ein Sonderkapitel: die Zeit des Dritten Reiches. «Die Untersuchung der Deutschen Bank hat ergeben, daß sie eine ungewöhnliche Konzentration wirtschaftlicher Macht darstellt und an der Durchführung der verbrecherischen Politik des Naziregimes auf wirtschaftlichem Gebiet teilgenommen hat».

Nun war diese «Konzentration wirtschaftlicher Macht» für deutsche Verhältnisse wesentlich weniger ungewöhnlich als für amerikanische, und sie war auch nicht erst in der Nazizeit entstanden. Die Nazis waren im Gegenteil an allzu einflußreichen Banken im Reich beteiligt; die unter den Nazis verbreitete Abneigung gegen das «raffende Kapital» blieb nicht ohne Folgen.

In den vergangenen Jahren waren die Banken vor allem in einem Punkt der Kritik ausgesetzt: ihre mangelnde Risikobereitschaft. So häuften sich die Klagen über die Kreditvergabe in den neuen Bundesländern. Die Übervorsicht und Zögerlichkeit wurde angeprangert, die Geschäftsbanken sogar als Bremsen des Aufschwungs Ost bezeichnet. Aber auch im Westen wird die geringe Bereitschaft der Banken kritisiert, Risikokapital für Neugründungen zur Verfügung zu stellen.

Anders als etwa in den USA oder Großbritannien ist das Bankensystem in Deutschland nicht so sehr ein eigenständiger Wirtschaftszweig. Es ist eher Teil der ökonomischen Infrastruktur – weniger mit der Autoindustrie als mit den Autobahnen vergleichbar. Was den Amerikanern die Börse ist, den Japanern das Miti und den Deutschen die Banken: Rückgrat und Erfolgsgarant der Nationalökonomie. Bricht die Deutsche Bank zusammen, dann kippt auch die deutsche Wirtschaft. Deshalb ist der Zusammenhang wahrscheinlich umgekehrt: Erst wenn die deutsche Wirtschaft zusammengebrochen ist, kippt auch die Deutsche Bank.

Gleitender Währungskurs ersetzt den Rubelkorridor

Rußland führt von Juli an einen gleitenden Währungskurs ein, der den bisherigen Rubelkorridor ablösen wird. Für einen Dollar sollen in der Zeit vom 1. Juli bis zum 31. Dezember mindestens 5000 und höchstens 5600 Rubel gezahlt werden. Vom 1. Januar 1997 an soll die Bandbreite des Rubel zum Dollar zwischen 5500 und 6100 Rubel je Dollar betragen. Am Donnerstag betrug der von der Inter-Währungsbörse täglich neu festgesetzte Umtauschkurs 4970 Rubel je Dollar. Der Rubel-Dollar-Kurs wird von Juli an täglich von der russischen Zentralbank festgelegt. Ein Erlaß über den gleitenden Währungskurs wurde von Präsident Boris Jelzin nach einem Treffen mit Vize-Regierungschef Wladimir Kadannikow, dem Vorsitzenden der Zentralbank Sergej Dubinin und Jelzins wirtschaftlichem Chefberater Alexander Liwschitz am Donnerstag unterzeichnet. Dubinin sagte, den neuen Umtauschraten komme die Rolle eines «Ankers» im Kampf gegen die Inflation zu. Die monatliche Inflationsrate solle bis zum Dezember auf ein Prozent fallen. Im April hatte sie 2,2 Prozent betragen – die niedrigste Rate seit Beginn der Reformen im Jahr 1992 —, für Mai rechnet man mit 1,6 Prozent.

Verständnishilfen:

gleitend – що ковзає

der Währungskurs – курс валюти

betragen – складати

wird festgelegt – встановлюється

der Erlaß – указ

der Anker – якір

Steigender Dollar beflügelt die Aktien

Steigende Dollarkurse haben am Dienstag zu höheren deutschen Aktienkursen geführt. In Frankfurt kletterte der Deutsche Aktienindex „Dax« um 0,6 Prozent auf 2558,30 Punkte. Der F.A.Z.-Aktienindex verzeichnete Gewinne mit den guten Vorgaben der Devisen- und Rentenmärkte. Trotz der Kursgewinne beschrieben Händler die Stimmung auf dem Parkett als trübe. Sie beklagten die nach wie vor sehr geringen Umsätze. Thema des Tages war die Krise bei KHD, deren Aktien vom Börsenhandel ausgesetzt waren. Auf den Kurs des Großaktionärs Deutsche Bank hat dies aber nur zeitweise Eindruck gemacht. Zuletzt notierten die Aktien des größten deutschen Kreditinstituts mit 72,98 DM gut 0,3 Prozent im Plus. Die meisten Marktteilnehmer gehen davon aus, daß die Bank ausreichend Vorsorge getroffen hat. Die auf der Hauptversammlung bekanntgegebenen Ergebniszahlen für die ersten vier Monate 1996 wurden von den Marktteilnehmern jedenfalls überwiegend positiv aufgenommen. Der festere Dollar beflügelte besonders die Auto- und

Chemieaktien. So verbesserten sich BMW um 0,7 Prozent auf 838,50 DM, und VW stieg um 0,8 Prozent auf 543,00 DM.

BASF erhöht sich um ein Prozent auf 423,80 DM, Hoechst stieg um 1,5 Prozent auf 520,80 DM.

In **Berlin** konnten sich Brau und Brunnen um 4,50 auf 168,50 DM verbessern. Bankgesellschaft Berlin legte zur Kasse 3,50 auf 327 DM zu. Kempinski wurde um 10 DM höher auf 690 DM taxiert. Dagegen verlor Sero 0,30 auf 41,70 DM. In **Stuttgart** stieg VBH um 25 auf 395 DM. Hugo Boss-Vorzüge gaben zur Kasse 30 auf 1730 DM ab. In **München** kletterte Etienne Aigner um 10 auf 740 DM. In **Düsseldorf** verlor Stollwerck 20 auf 470 DM. Dyckerhoff steigerte sich um 15 auf 515 DM. In Hamburg stieg Beiersdorf um 30 auf 1495 DM.

Dollar knapp unter 1,5475 DM

Der Kurs des amerikanischen Dollar hat sich am Dienstag am frühen Nachmittag um die Marke von 1,5475 DM bewegt. Der amtliche Mittelkurs war in Frankfurt mit 1,5474 (Freitag 1,5428) DM festgestellt worden. In New-York lag der Kurs gegen 19 Uhr hiesiger Zeit bei 1,5475 DM und 108,75/85 Yen. Von Devisenhändlern war zu hören, daß – falls die Widerstandslinie von 1,5475 DM in naher Zukunft überwunden werden kann – eine Steigerung in Richtung 1,56 bis 1,58 DM durchaus denkbar sei. Möglich seien auch einige deutliche Korrekturen: Große Exporteure, die mit einem viel niedrigeren Dollarkurs kalkuliert hätten, könnten Gewinne mitnehmen und für eine deutliche Konsolidierung sorgen. Die Unterstützung nach unten dürfte dann bei 1,5410 und 1,5330 DM liegen. Mit einiger Spannung werden die neuesten amerikanischen Konjunkturdaten erwartet. Am Donnerstag könnte auch, wie es hieß, die Deutsche Bundesbank den Repo-Satz ändern, was sich auch auf den Kurs der D-Mark innerhalb des Europäischen Währungssystems EWS auswirkte. Außerhalb des EWS gab der Schweizer Franken geringfügig nach. Der Japanische Yen verlor deutlich auf 1,4250 (14322) DM.

DER AUFSTIEG IN DIE WELTLIGA

Vor siebenunddreißig Jahren, im November 1959, ist in dieser Zeitung zum ersten Mal ein Verzeichnis der hundert größten Unternehmen erschienen. Es spiegelte die Position der Unternehmen in den Jahren 1957-1958 wider. Damals befand sich die deutsche Wirtschaft in ebenso großer Bewegung wie heute. Das Wirtschaftswunder nach der Katastrophe des Zweiten Weltkrieges war in vollem Gange. Im Jahre 1957 war die erste Auflage von Ludwig Erhards Bestseller «Wohlstand für alle» erschienen. Anfang 1958 war die Europäische Wirtschaftsgemeinschaft Wirklichkeit geworden, die in den kommenden

Jahrzehnten den deutschen Unternehmen ungeahnte Entfaltungsmöglichkeiten bieten sollte.

Am Ende des gleichen Jahres machten dreizehn europäische Staaten ihre Währungen mehr oder weniger konvertibel – eine neue Herausforderung für die Unternehmen. Der damals geschaffene freie Zugang zum Weltmarkt war der erste Schritt auf einem Weg, der den deutschen Unternehmen wieder zur Weltgeltung verhelfen sollte, zu größerem Gewicht, als sie es je besessen hatten, etwa in Gestalt des Chemiekonzerns I.G. Farben oder der Vereinigten Stahlwerke vor dem Krieg.

Heute nach knapp vier Jahrzehnten «heißt die deutschen Unternehmen vor einer neuerlichen Herausforderung. Sie spielen zwar längst in der Weltliga und sind größer denn je. Doch sie müssen sich zum ersten Mal auf einem wirklich weltumspannenden Markt behaupten, auf dem sich nicht nur Waren, Kapital und Menschen frei bewegen, sondern wo dank moderner Technik auch Fabriken mobil geworden sind und dorthin verlagert werden, wo die Effizienz am größten ist.

Der hierdurch verschärfte Konkurrenzkampf zwingt die Unternehmen auf der ganzen Welt zur dramatischen Anpassungen und neuen Antworten, das wachsende Interesse der Öffentlichkeit daran, wie sich deutsche Unternehmen in diesem Strukturwandel behaupten, ist Anlaß, «die hundert größten Unternehmen» nun in erheblich erweiterter Form zu veröffentlichen, ergänzt unter anderem durch ein Verzeichnis der größten Unternehmen nach der Börsenkapitalisierung sowie durch eine Liste der hundert größten europäischen Unternehmen.

Vergleicht man die heutige Liste mit der ersten F.A.Z.-Aufstellung aus dem Jahre 1959, fällt als erstes auf, wie viele Gesellschaften es nicht mehr gibt. Sie sind untergegangen oder in einem größeren Konzernverbund aufgegangen wie die Steinkohlebergwerke Mathias Stinnes, die Ilseder Hütte oder Rheinstahl. Der Autohersteller Borgward, der dreimal soviel Umsatz hatte wie BMW, ist 1961 zusammengebrochen. Auch die Henschel-Werke und die Schlieker-Werftgruppe verschwanden nach Krisen. Der Elektrokonzern AEG, der sich noch einmal in unserer Liste findet, wird im nächsten Jahr verschwunden sein. Im Jahre 1958 stand an der Spitze der Industrie ein traditionsreiches Familienunternehmen, der Stahlkonzern Krupp, mit mehr als 3 Milliarden DM Umsatz, gefolgt von Siemens und Daimler in ähnlicher Größenordnung.

Heute ist Daimler als Auto- Flugzeug- und Wehrtechnik-Konzern mit knapp 104 Milliarden DM Umsatz die Nummer eins. Wie stark die Konzentration und Expansion der Unternehmen in den letzten vierzig Jahren gewesen sind, zeigt sich unter anderem daran, daß das deutsche Bruttoinlandsprodukt etwa zehnmal so groß ist wie damals, der Umsatz der Spitzenreiters Daimler aber 33mal so groß geworden ist.

Der Aufstieg in die Weltliga läßt sich auch daran ablesen, daß damals in der Rangliste der amerikanischen Zeitschrift «Fortune» über die gemessen am Umsatz größten Industrieunternehmen das größte deutsche Industrieunternehmen, Krupp, erst an 52. Stelle auftauchte. Heute zählen die drei größten deutschen Industriekonzerne, gemessen am Umsatz, zu den ersten zwanzig in der Welt.

Die Zukunftsfrage ist längst nicht mehr, welche Rolle deutsche Unternehmen in Deutschland spielen; sie geht dahin, welche Position Unternehmen mit Sitz in Deutschland in Europa und in der Welt einnehmen. Dennoch wird wie im Sport die Neugier bleiben, wer denn eigentlich deutscher Meister ist, auch wenn es darüber hinaus Europameister und Weltmeister gibt.

Wörter

- der Aufstieg, -e – підняття
 das Verzeichnis, -se – каталог, список
 das Wirtschaftswunder – економічне диво
 die Europäische Wirtschaftsgemeinschaft – Європейське Економічне
 Співтовариство
 die Währung, -en – валюта
 der Zugang, -e – доступ, вхід
 die Herausforderung, -en – вимога
 die Effizienz, -en – ефективність
 die Anpassung, -en – пристосування
 der Anlaß, -se – привід, причина
 der Umsatz, -e – оборот
 die Expansion, -en – експансія
 das Bruttoinlandsprodukt, -e – валютний національний продукт
 der Spitzenreiter – піонер у галузі
 konvertibel – конвертований
 widerspiegeln – відображати
 verhelfen, a, o – посприяти
 sich behaupten – утримуватися, триматися
 verlagern – переміщати, переводити
 zwingen, a, u – примушувати
 veröffentlichen – опубліковувати
 vergleichen, i, i – порівнювати
 untergehen, ging unter, untergegangen – опускатися
 sich zeigen – показуватися
 messen, a, e – міряти, виміряти
 zählen – належати
 einnehmen, a, o – позичати

ЕЛЕКТРОННЕ НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНЕ ВИДАННЯ

Юшкова Світлана Олексіївна

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДО ВИКОНАННЯ ПРАКТИЧНИХ РОБІТ З ДИСЦИПЛІНИ
«НІМЕЦЬКА МОВА ПРОФЕСІЙНОГО СПРЯМУВАННЯ»
(ДЛЯ СТУДЕНТІВ 2 – 3 КУРСІВ НАПРЯМУ ПІДГОТОВКИ
030601 «МЕНЕДЖМЕНТ»)**

Підписано до випуску 12.09.2011 р. Гарнітура Times New Roman.
Умов. друк. арк. 3.94Зам. № 291

Державний вищий навчальний заклад
«Донецький національний технічний університет»
Автомобільно-дорожній інститут
84646, м. Горлівка, вул. Кірова, 51
E-mail: drukfn@rambler.ru

Редакційно-видавничий відділ

Свідоцтво до внесення до Державного реєстру видавців, виготовників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 2982 від 21.09. 2007 р.