Учреждение образования

«Белорусский государственный экономический университет»

Факультет международных бизнес-коммуникаций

Кафедра немецкого языка

СОГЛАСОВАНО

Председатель методической

комиссии по иностранным языкам

Н. В. Попок

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2016 г.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС**

**(ЭЛЕКТРОННЫЙ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС)**

**ПО УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

**«ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ»**

для специальностей

1-25 01 08 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит (по направлениям)», 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность», 1-25 01 16 «Экономика и управление на рынке недвижимости» 1-26 02 03 «Маркетинг», 1-25 01 13 «Экономика и управление туристской индустрией»

Составители: Бартош В. С. старший преподаватель кафедры немецкого языка

«Белорусского государственного экономического университета»

Шуранова Е.Э. преподаватель кафедры немецкого языка «Белорусского государственного экономического университета»

Рассмотрено и утверждено на заседании научно-методического совета БГЭУ

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ «\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г., протокол № \_\_\_

**ОГЛАВЛЕНИЕ:**

**ВВЕДЕНИЕ**

**УЧЕБНО-ПРОГРАММНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ**

1. Учебная программа

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ**

2. Практикум

3. Тематика и планы семинарских, практических и лабораторных занятий, деловые игры

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ**

**СТУДЕНТОВ**

4. Вопросы к зачетам, экзаменам, контрольным мероприятиям, проводимым в рамках рейтинговой системы знаний и управляемой самостоятельной работы студентов

5. Образцы тестовых заданий

5.1. Промежуточный контроль (устная и письменная форма)

5.2. Итоговый контроль

**ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

6. Методические рекомендации по изучению дисциплины и отдельных ее тем, проведению семинарских, практических и лабораторных занятий, написанию рефератов, выполнению контрольных и курсовых работ, по компьютерному тестированию и самостоятельной работе студентов

7. Список рекомендованной литературы

8. Другие справочные и информационные материалы

**ВВЕДЕНИЕ**

Динамично развивающиеся рыночные условия определяют необходимость переосмысления теоретических подходов и практических решений, связанных как с профессиональной подготовкой студентов в целом, так и с обучением иностранным языкам.

Большое значение приобретает расширение и углубление инновационной деятельности в учреждениях образования высшей школы, которая выражается, в большинстве своём, во внедрении информационных технологий в обучение.

Разработка и внедрение профильно - ориентированного электронного учебно-методического комплекса УМК (ЭУМК) по иностранному языку в процесс обучения способствует раскрытию творческого потенциала студентов нашего университета, помогает решать такие актуальные проблемы, как профессиональная направленность всего учебного процесса, ориентация на активную самостоятельную работу студентов и создание условий для их самовыражения и саморазвития.

Электронный учебно-методический комплекс по дисциплине «Деловые коммуникации на иностранном языке» предназначен для организации процесса обучения на факультете международных бизнес-коммуникаций БГЭУ, готовящего специалистов в сфере туризма и гостиничного бизнеса по специальностям 1-25 01 08 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит (по направлениям)», 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность», 1-25 01 16 «Экономика и управление на рынке недвижимости» 1-26 02 03 «Маркетинг», 1-25 01 13 «Экономика и управление туристской индустрией»

**Целью** дисциплины «Деловые коммуникации на иностранном языке» является совершенствование навыков и развитии умений практического владения иностранным языком в разных жанрах устного и письменного делового общения, и, как следствие, приобретение студентами коммуникативной компетенции, т.е. способности к использованию иностранного языка для решения практических задач в различных ситуациях делового общения. В частности, развиваются умения общаться, вести переговоры, проводить презентации и осуществлять деловую переписку на иностранном языке в сфере туризма и гостиничного бизнеса.

Актуальность создания УМК (ЭУМК) обусловлена его профессиональной направленностью.

Ценность комплекса заключается в оригинальности составления, простоте изложения и концентрированности материала. УМК (ЭУМК) может применяться на любых формах обучения, в том числе, при внедрении дистанционных образовательных технологий.

УМК (ЭУМК) по дисциплине «Деловые коммуникации на иностранном языке» соответствует требованиям к содержанию и уровню подготовки специалистов, сформулированных в Государственном образовательном стандарте для высших учебных заведений и на основе учебного плана БГЭУ. Данный комплекс разработан в соответствии с рабочей программой по соответствующей учебной дисциплине для студентов 2 курса дневной формы обучения – с учетом реальных возможностей и потребностей и рассчитан на активную самостоятельную как аудиторную, так и внеаудиторную работу.

Структурными элементами данного учебно-методического комплекса являются: учебно-программная документация, учебно-методическая документация; материалы для текущей, промежуточной и итоговой аттестаций; перечень учебных изданий и информационно-аналитических материалов, рекомендуемых для изучения дисциплины.

Теоретический и практический разделы УМК (ЭУМК) позволят ознакомиться с 4материалами:

- для теоретического изучения учебной дисциплины в объеме, установленном учебным планом по специальности;

- для проведения практических учебных занятий.

В разделе контроля знаний приведены варианты контрольных работ, учебных тестов и тестовых заданий, примерный перечень контрольных вопросов к экзамену, позволяющие определить соответствие результатов учебной деятельности обучающихся требованиям образовательных стандартов и учебной программе данного обучающего курса.

Вспомогательный раздел УМК (ЭУМК) содержит краткое описание методики преподавания дисциплины, методические рекомендации по изучению дисциплины, перечень учебных изданий и информационно-аналитических материалов, рекомендуемых для изучения дисциплины, а также толковый словарь терминов в сфере туризма и гостиничного бизнеса и клише для описания статистических данных.

**УЧЕБНО-ПРОГРАММНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ**

**1. Учебная программа**

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ «БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор Учреждения образования

«Белорусский государственный

экономический университет»

В.Н. Шимов

«25» июня 2018г.

Регистрационный №УД3501-18/уч.

**ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ**

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине для специальностей:

1-25 01 13 «Экономика и управление туристской индустрией»,

1-25 01 10 «Коммерческая деятельность»,

1-25 01 16 «Экономика и управление на рынке недвижимости»,

1-25 01 14 «Товароведение и торговое предпринимательство»,

1-25 01 08 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит (по направлениям)»,

1-26 02 03 «Маркетинг»

2018

**СОСТАВИТЕЛИ:**

Н.А. Новик, заведующий кафедрой профессионально ориентированной английской речи учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат филологических наук, доцент;

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

Л.В. Шимчук, декан факультета иностранных языков для руководящих работников и специалистов ИПКиПК учреждения образования «Минский государственный лингвистический университет», кандидат филологических наук, доцент

В.А. Шевцова, заведующий кафедрой немецкого языка учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат филологических наук, доцент

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой профессионально ориентированной английской речи учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»,

(протокол № 10 от 14 мая 2018г.)

Кафедрой английского и восточных языков учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»,

(протокол № 11 от 14.05.2018г.)

Кафедрой немецкого языка учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 10 от 22.05.2018г.);

Кафедрой романских языков учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 12 от 22. 05. 2018г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет**»**

(протокол № 6 от 20.06. 2018г.);

**Пояснительная записка**

Интенсивное развитие международного сотрудничества в таких областях жизнедеятельности, как сфера туризма и гостеприимства, коммерческая деятельность, маркетинг, банковское дело и другие сферы ВЭД невозможно без активного владения специалистами иностранным языком. Навыки деловой коммуникации на иностранном языке являются составляющей всего комплекса профессиональной компетентности специалиста.

*Целью*учебнойдисциплины «Деловые коммуникации на иностранном языке» является *совершенствование навыков и развитии умений практического владения иностранным языком в разных жанрах устного и письменного делового общения,* и, как следствие, приобретение студентами коммуникативной компетенции, т.е. способности к использованию иностранного языка для решения практических задач в различных ситуациях делового общения.

Преподавание данной учебной дисциплины в БГЭУ носит коммуникативно-ориентированный и профессионально-направленный характер. Проблема формирования навыков деловой коммуникации в процессе языковой подготовки будущих экономистов является чрезвычайно актуальной. Деловая коммуникация - многофункциональный процесс практического взаимодействия между несколькими людьми, порождаемый потребностями совместной деятельности. Как показывает опыт, специалисты часто испытывают затруднения коммуникативного характера, что отрицательно сказывается на качестве выполняемой ими работы.

В ходе изучения дисциплины совершенствуются навыки и развиваются умения практического владения иностранным языком в разных жанрах и видах устного и письменного делового общения, в частности развиваются умения общаться по телефону, обсуждать и заключать контракты, вести переговоры, проводить презентации и осуществлять деловую переписку на иностранном языке в сфере избранной специальности.

Данный учебная дисциплина предусматривает не только обучение студентов иностранному языку как средству делового общения и передачи профессионально значимой информации, но предполагает, прежде всего, формирование многоязычной личности, вобравшей в себя ценности родной и иноязычной культур и готовой к межкультурному профессиональному общению.

Наряду с практической целью – обучением деловой коммуникации, дисциплина «Деловые коммуникации на иностранном языке» ставит *образовательные и воспитательные цели.* Достижение образовательных целей означает расширение кругозора студентов, повышение уровня их речевой культуры и образования, а также культуры мышления и говорения. Реализация воспитательного потенциала иностранного языка проявляется в готовности специалистов содействовать налаживанию межкультурных внешнеэкономических связей, представлять свою страну на международных семинарах, конференциях, рабочих встречах и т.д., относиться с уважением к духовным ценностям других стран.

Изучив учебную дисциплину «Деловые коммуникации на иностранном языке», студенты должны

***знать:***

* + - языковые особенности деловой коммуникации, наиболее употребительные речевые клише, стили делового общения, формы устной и письменной коммуникации;

***уметь:***

* вести диалог с выражением определенных коммуникативных намерений (запрос/сообщение информации, выяснение мнения собеседника, выражение собственного мнения, одобрения/недовольства, уклонение от ответа), что необходимо для деловых переговоров;
* сделать сообщение (монологическое высказывание в среднем темпе речи) в типичных ситуациях делового общения, что необходимо при презентациях, беседах у стендов выставок, выступлениях на деловых вечерах, переговорах, совещаниях, и т.д.;
* профессионально обобщать, систематизировать полученную деловую информацию и материал, выделять главное, делать выводы, анализировать;
* понимать на слух иностранную речь экономического содержания (в том числе, и по телефону);
* вести деловую корреспонденцию, что предполагает усвоение последовательности действий при написании конкретного типа делового письма (ознакомление с языковыми средствами, необходимыми для реализации плана письма; чтение и анализ образцов деловых писем; практика в написании деловых писем различных типов).

***приобрести навыки***:

* + - понимания сообщения делового характера (в монологической и диалогической форме);
    - восприятия на слух нужной информации делового и профессионального содержания;
* грамотного диалогического и монологического говорения на иностранном языке по деловой и профессиональной тематике;
  + - реализации на письме коммуникативных намерений (установление деловых контактов, напоминание, информирование), написание деловых писем, факсов, телексов.

Для дневной формы обучения специальности 1-25 01 13 «Экономика и управление туристской индустрией» всего часов по учебнойдисциплине 270, в том числе всего часов аудиторных 140, из них 140 часов - практические занятия. Формы контроля – зачет и экзамен.

Для заочной формы обучения специальности 1-25 01 13 «Экономика и управление туристской индустрией» всего часов по учебнойдисциплине 270, и том числе всего часов аудиторных 34 (30 для сокращенной формы обучения), из них 34 часа (30 часов для сокращенной формы обучения) – практические занятия. Формы контроля – зачет и экзамен.

Для дневной формы обучения специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» всего часов по учебнойдисциплине 292, в том числе всего часов аудиторных 140, из них 140 часа - практические занятия. Формы контроля – зачет и экзамен.

Для заочной формы обучения специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» всего часов по учебнойдисциплине 292, в том числе всего часов аудиторных 34 (28 для сокращенной формы обучения), из них 34 часа (28 часов для сокращенной формы обучения) – практические занятия. Форма контроля – зачет.

Для дневной формы обучения специальности 1-25 01 16 «Экономика и управление на рынке недвижимости», всего часов по учебнойдисциплине 124, в том числе всего часов аудиторных 72, из них 72 часа – практические занятия. Форма контроля – зачет.

Для заочной формы обучения специальности 1-25 01 16 «Экономика и управление на рынке недвижимости», всего часов по учебнойдисциплине 124, в том числе всего часов аудиторных 14 (12 для сокращенной формы обучения), из них 14 часа (12 часов для сокращенной формы обучения) – практические занятия. Форма контроля – зачет.

Для заочной формы обучения специальности 1-25 01 14 «Товароведение и торговое предпринимательство», всего часов по учебнойдисциплине 68, в том числе всего часов аудиторных 8, из них 8 часов – практические занятия. Форма контроля – зачет.

Для дневной формы обучения специальности1-26 02 03 «Маркетинг», всего часов по учебнойдисциплине 238, в том числе всего часов аудиторных 122, из них 122 часа – практические занятия. Форма контроля – зачет и экзамен.

Для дневной формы обучения специальности1-25 01 08 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит (по направлениям)» всего часов по учебнойдисциплине 82, в том числе всего часов аудиторных 82, из них 82 часа – практические занятия. Факультатив.

**СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА**

**Тема 1. Деловая коммуникация**

## Проведение профессиональных деловых переговоров. Переговоры по телефону. Проведение профессиональных деловых совещаний. Проведение презентаций.

**Тема 2. Деловая корреспонденция и документация**

Речевые функции, необходимые в деловой переписке. Написание резюме и сопроводительного письма. Деловая переписка: основные правила и особенности делового письма, размер письма; построение письма; язык и стиль письма. Электронная корреспонденция Факс и электронная почта.

**Тема 3. Виды деловой корреспонденции**

Запросы о товарах и услугах; ответы на запросы; условия поставок, наиболее употребляемые сокращения в деловой переписке; заказы; рекламации; кредит; переписка с банком; транспортировка груза; кредитное письмо; письмо-жалоба; платежные документы; страховой полис; прочие виды писем.

**Тема 4. Речевые функции, необходимые в деловой переписке**

Просьбы; выражение сообщения; выражение надежды; благодарность; извинения; выражения неудовлетворения; отказы на запросы и предложения.

**Тема 5. Контракты**

Виды и типы контрактов. Составление контрактов. Основная терминология и аббревиатуры**.**

## Тема 1. Компания

Структура компании и виды её деятельности. Типы и формы организаций. Различные структуры компаний. Их преимущества и недостатки. Форма организации компаний у нас в стране и за рубежом. Выбор формы организации компании при ее основании.

### Тема 2. Персонал компаний

Должности в различных компаниях и основные обязанности персонала. Уровни менеджмента.

**Тема 3. Руководство компанией**

Совет директоров: его функции, состав, виды директоров, комиссии в совете директоров, право голоса и вознаграждения. Высшее руководство компании: его функции, права и обязанности, право быть представленным в совете директоров. Самоуправление в компании, профсоюз и его функции.

**Тема 4. Проведение совещаний и переговоров по контрактам**

Открытие встречи, разъяснение целей и задач совещания, повестка дня, правила ведения дискуссии. Культурный фактор при проведении переговоров, подготовка и план переговоров как залог их успешного проведения. Информация, получаемая от прочтения визитной карточки. Работа переводчика и его роль и место на деловых переговорах.

**Тема 5. Работа с кадрами и работа с клиентами**

Поиск работы. Типы собеседований, интервью и тестирований при приеме на работу. Правила приема на работу. Обсуждение условий трудового контракта. Правила работы с клиентами. Умение провести презентацию своей компании и выпускаемой продукции или предоставляемых услуг. Маркетинг.

**Тема 6. Занятость и безработица**

Виды занятости. Прием на работу. Написание резюме. Проведение собеседования при приеме на работу. Трудовые отношения. Повышение квалификации. Роль профсоюзов. Виды безработицы. Борьба с безработицей и роль государства в решении этой проблемы.

**Тема 7. Менеджмент как карьера**

Функции менеджмента в различных компаниях. Основные функции топ менеджеров и менеджеров среднего звена. Элементы психологии управления. Лидерство как один из способов менеджмента компании. Виды лидерства. Врожденные и приобретаемые качества лидера.

**Тема 8. Принятие решений**

Виды и типы решений. Систематический подход в принятии решений: этапы принятия решений, сложности и ошибки при принятии решений, ответственность за принятие решений, делегирование полномочий при принятии решений персоналу как один из факторов успешного менеджмента компании.

**Тема 9. Этика в бизнесе**

Организационная культура. Профессиональная этика. Корпоративная культура. Коммуникативно-поведенческие стандарты.

**Тема 10. Бизнес и социально-культурные особенности страны**

**(Национальные стереотипы)**

Особенности национального характера (уклад нации, обычаи, поведение) образ жизни, стереотипы поведения в деловой и личной жизни. Проблемы национальных меньшинств. Взаимоотношения в молодежной среде. Вопросы трудоустройства. Культурологические особенности. Проблемы сохранения национального достояния. Проблемы межкультурной деловой коммуникации.

**1-25 01 13 «Экономика и управление туристской индустрией»**

Дневная форма получения высшего образования

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер темы | Название темы | Количество аудиторных часов | | | | | Количество часов  УСР | Форма контроля знаний |
| Лекции | Практические  занятия | Семинарские  занятия | Лабораторные  занятия | Иное |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 1 | Деловая коммуникация |  | 6 |  |  | [3,4, 5, 12] |  | Устный опрос.  Тест текущего контроля |
| 2 | Деловая корреспонденция и документация |  | 20 |  |  | [10, 12, 3,4,5, 14] |  | Устный опрос.  Перевод  Тест текущего контроля |
| 3 | Виды деловой корреспонденции деловых писем |  | 8 |  |  | [4, 8] |  | Устный опрос.  Презентации  Тесты текущего контроля |
| 4 | Речевые функции, необходимые в деловой переписке |  | 10 |  |  | [5, 7, 8, 13, 14] |  | Устный опрос.  Тест текущего контроля |
| 5 | Контракты |  | 12 |  |  | [2,3,7, 8] |  | Устный опрос.  Тесты текущего контроля |
|  |  |  | 56 |  |  |  |  | Зачет |
| 6 | Компания |  | 6 |  |  | 2,3,7, 8] |  | Устный опрос.  Перевод  Тесты текущего контроля |
| 7 | Персонал компаний |  | 6 |  |  | [2,3,6, 8] |  | Устный опрос.  Презентации  Тест текущего контроля |
| 8 | Руководство компанией |  | 4 |  |  | [3,6, 7, 8 |  | Устный опрос.  Презентации |
| 9 | Проведение совещаний и переговоров по контрактам |  | 10 |  |  | [13, 14,3,7,8] |  | Устный опрос.  Презентации |
| 10 | Работа с кадрами и работа с клиентами |  | 12 |  |  | [2,3,4,7,8] |  | Устный опрос.  Презентации |
| 11 | Занятость и безработица |  | 10 |  |  | [3, 7, 8, 9] |  | Устный опрос |
| 12 | Менеджмент как карьера |  | 10 |  |  | [1, 8, 11] |  | Устный опрос.  Презентации  Тест текущего контроля |
| 13 | Принятие решений |  | 10 |  |  | [13, 14] |  | Устный опрос.  Проекты. |
| 14 | Этика в бизнесе |  | 8 |  |  | [13, 14] |  | Устный опрос.  Презентации |
| 15 | Бизнес и социально-культурные особенности страны  (Национальные стереотипы) |  | 8 |  |  | [1, 9, 10] |  | Устный опрос.  Презентации  Финальный тест |
|  |  |  | 84 |  |  |  |  |  |
|  | **ИТОГО**: |  | 140 |  |  |  |  | Экзамен |

Заочная форма получения высшего образования

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер темы | Название темы | Количество аудиторных часов | | | | | Количество часов  УСР | Форма контроля знаний |
| Лекции | Практические  занятия | Семинарские  занятия | Лабораторные  занятия | Иное |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 1 | Деловая коммуникация |  | 4 |  |  | [3,4, 5, 12] |  | Устный опрос. |
| 2 | Деловая корреспонденция и документация |  | 4 |  |  | [10, 12, 3,4,5, 14] |  | Устный опрос.  Тесты текущего контроля |
|  | Контракты |  | 4 |  |  | [2,3,7, 8] |  | Перевод  Тесты текущего контроля |
| 3 | Компания: Персонал компаний Руководство компанией |  | 2 |  |  | [2,3,6, 8] ] |  | Устный опрос. |
| 4 | Проведение совещаний и переговоров по контрактам |  | 4 |  |  | [2,3,6, 8] |  | Устный опрос.  Тест текущего контроля |
|  |  |  | 18 |  |  |  |  | Зачет |
| 5 | Работа с кадрами и работа с клиентами |  | 6 |  |  | [2,3,4,7,  8] |  | Устный опрос.  Презентации |
| 6 | Занятость и безработица |  | 6 |  |  | [3, 7, 8, 9] |  | Устный опрос.  Перевод |
| 7 | Бизнес и социально-культурные особенности страны  (Национальные стереотипы) |  | 4 |  |  | [1, 9, 10] |  | Устный опрос.  Презентации  Финальный тест |
|  |  |  | 16 |  |  |  |  |  |
|  | **ИТОГО**: |  | 34 |  |  |  |  | Экзамен |

Сокращенная заочная форма получения высшего образования

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер темы | Название темы | Количество аудиторных часов | | | | | Количество часов  УСР | Форма контроля знаний |
| Лекции | Практические  занятия | Семинарские  занятия | Лабораторные  занятия | Иное |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 1 | Деловая коммуникация |  | 4 |  |  | [3,4, 5, 12] |  | Устный опрос. |
| 2 | Деловая корреспонденция и документация |  | 4 |  |  | [10, 12, 3,4,5, 14] |  | Устный опрос.  Тесты текущего контроля |
|  | Контракты |  | 4 |  |  | [2,3,7, 8] |  | Перевод  Тесты текущего контроля |
| 3 | Компания: Персонал компаний Руководство компанией |  | 4 |  |  | [2,3,6, 8] ] |  | Устный опрос. |
| 4 | Проведение совещаний и переговоров по контрактам |  | 4 |  |  | [2,3,6, 8] |  | Устный опрос.  Тест текущего контроля |
|  |  |  | 20 |  |  |  |  |  |
| 5 | Работа с кадрами и работа с клиентами |  | 4 |  |  | [2,3,4,7,  8] |  | Устный опрос.  Презентации |
| 6 | Занятость и безработица |  | 4 |  |  | [3, 7, 8, 9] |  | Устный опрос.  Перевод |
| 7 | Бизнес и социально-культурные особенности страны  (Национальные стереотипы) |  | 2 |  |  | [1, 9, 10] |  | Устный опрос.  Презентации  Финальный тест |
|  |  |  | 10 |  |  |  |  |  |
|  | **ИТОГО**: |  | 30 |  |  |  |  | Экзамен |

**1-25 01 10 «Коммерческая деятельность»**

Дневная форма получения высшего образования

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер темы | Название темы | Количество аудиторных часов | | | | | Количество часов  УСР | Форма контроля знаний |
| Лекции | Практические  занятия | Семинарские  занятия | Лабораторные  занятия | Иное |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 1 | Деловая коммуникация |  | 6 |  |  | [4, 5, 13] |  | Устный опрос.  Тест текущего контроля |
| 2 | Деловая корреспонденция и документация |  | 20 |  |  | [10, 13,4,5, 16] |  | Устный опрос.  Перевод  Тест текущего контроля |
| 3 | Виды деловой корреспонденции деловых писем |  | 8 |  |  | [5, 9] |  | Устный опрос.  Презентации  Тесты текущего контроля |
| 4 | Речевые функции, необходимые в деловой переписке |  | 6 |  |  | [6, 5, 8, 9, 14] |  | Устный опрос.  Тест текущего контроля |
| 5 | Контракты |  | 12 |  |  | [4,8, 9] |  | Устный опрос.  Перевод.  Тесты текущего контроля |
|  |  |  | 56 |  |  |  |  |  |
| 6 | Компания |  | 2 |  |  | [4,8, 9] |  | Устный опрос.  Перевод  Тесты текущего контроля |
| 7 | Персонал компаний |  | 2 |  |  | [4,7, 8, 9] |  | Устный опрос.  Презентации  Тест текущего контроля |
| 8 | Руководство компанией |  | 2 |  |  | [4,7, 8, 9] |  | Устный опрос.  Презентации |
| 9 | Проведение совещаний и переговоров по контрактам |  | 2 |  |  | [14, 13,4,8, 9] |  | Устный опрос.  Презентации |
| 10 | Работа с кадрами и работа с клиентами |  | 2 |  |  | [3,4,8, 9] |  | Устный опрос.  Презентации |
| 11 | Занятость и безработица |  |  |  |  | [4, 8, 9, 10] |  | Устный опрос |
| 12 | Менеджмент как карьера |  |  |  |  | [2, 9, 12] |  | Устный опрос.  Презентации  Тест текущего контроля |
| 13 | Принятие решений |  |  |  |  | [13, 14] |  | Устный опрос. |
| 14 | Этика в бизнесе |  |  |  |  | [13, 14] |  | Устный опрос.  Презентации |
| 15 | Бизнес и социально-культурные особенности страны  (Национальные стереотипы) |  |  |  |  | [2, 10, 11] |  | Устный опрос.  Презентации  Финальный тест |
|  |  |  | 84 |  |  |  |  |  |
|  | **ИТОГО**: |  | 140 |  |  |  |  | Экзамен |

Заочная форма получения высшего образования

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер темы | Название темы | Количество аудиторных часов | | | | | Количество часов  УСР | Форма контроля знаний |
| Лекции | Практические  занятия | Семинарские  занятия | Лабораторные  занятия | Иное |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 1 | Деловая коммуникация |  | 4 |  |  | [4, 5, 13] |  | Устный опрос.  Тест текущего контроля |
| 2 | Деловая корреспонденция и документация |  | 6 |  |  | [10, 13, 4, 5, 14] |  | Устный опрос.  Перевод  Тест текущего контроля |
| 3 | Контракты |  | 6 |  |  | [4,8, 9] |  | Устный опрос.  Перевод.  Тесты текущего контроля |
| 4 | Компания: Персонал компаний Руководство компанией |  | 4 |  |  | [4,8, 9] |  | Устный опрос.  Тесты текущего контроля |
| 5 | Проведение совещаний и переговоров по контрактам |  | 4 |  |  | [14, 13,4,8, 9] |  | Устный опрос.  Презентации |
| 6 | Работа с кадрами и работа с клиентами |  | 4 |  |  | [3,4,8, 9] |  | Устный опрос.  Презентации |
| 7 | Занятость и безработица |  | 4 |  |  | [4, 8, 9, 10] |  | Устный опрос |
| 8 | Бизнес и социально-культурные особенности страны  (Национальные стереотипы) |  | 2 |  |  | [2, 10, 11] |  | Устный опрос.  Презентации  Финальный тест |
|  | **ИТОГО**: |  | 34 |  |  |  |  | Зачет |

Сокращенная заочная форма получения высшего образования

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер темы | Название темы | Количество аудиторных часов | | | | | Количество часов  УСР | Форма контроля знаний |
| Лекции | Практические  занятия | Семинарские  занятия | Лабораторные  занятия | Иное |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 1 | Деловая коммуникация |  | 4 |  |  | [4, 5, 13] |  | Устный опрос.  Тест текущего контроля |
| 2 | Деловая корреспонденция и документация |  | 4 |  |  | [10, 13,4,5, 14] |  | Устный опрос.  Перевод  Тест текущего контроля |
| 3 | Контракты |  | 6 |  |  | [4,8, 9] |  | Устный опрос.  Перевод.  Тесты текущего контроля |
| 4 | Компания: Персонал компаний Руководство компанией |  | 4 |  |  | [4,8, 9] |  | Устный опрос.  Тесты текущего контроля |
| 5 | Проведение совещаний и переговоров по контрактам |  | 2 |  |  | [14, 13,4,8, 9] |  | Устный опрос.  Презентации |
| 6 | Работа с кадрами и работа с клиентами |  | 4 |  |  | [4,8, 9] |  | Устный опрос.  Презентации |
| 7 | Занятость и безработица |  | 2 |  |  | [4, 8, 9, 10] |  | Устный опрос |
| 8 | Бизнес и социально-культурные особенности страны  (Национальные стереотипы) |  | 2 |  |  | [2, 10, 11] |  | Устный опрос.  Презентации  Финальный тест |
|  | **ИТОГО**: |  | 28 |  |  |  |  | Зачет |

**1-25 01 16 «Экономика и управление на рынке недвижимости»**

Дневная форма получения высшего образования

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер темы | Название темы | Количество аудиторных часов | | | | | Количество часов  УСР | Форма контроля знаний |
| Лекции | Практические  занятия | Семинарские  занятия | Лабораторные  занятия | Иное |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 1 | Деловая коммуникация |  | 6 |  |  | [4, 5, 13] |  | Устный опрос.  Тест текущего контроля |
| 2 | Деловая корреспонденция и документация |  | 20 |  |  | [10, 13, 4, 5, 16] |  | Устный опрос.  Перевод  Тест текущего контроля |
| 3 | Виды деловой корреспонденции деловых писем |  | 8 |  |  | [5, 9] |  | Устный опрос.  Презентации  Тесты текущего контроля |
| 4 | Речевые функции, необходимые в деловой переписке |  | 6 |  |  | [6, 5, 8, 9, 14, 13] |  | Устный опрос.  Тест текущего контроля |
| 5 | Контракты |  | 12 |  |  | [4,8, 9] |  | Устный опрос.  Перевод.  Тесты текущего контроля |
| 6 | Компания |  | 2 |  |  | [4,8, 9] |  | Устный опрос.  Тесты текущего контроля |
| 7 | Персонал компаний |  | 2 |  |  | [4,8, 9] |  | Устный опрос.  Тест текущего контроля |
| 8 | Руководство компанией |  | 2 |  |  | [4,8, 9] | 1 | Устный опрос. |
| 9 | Проведение совещаний и переговоров по контрактам |  | 2 |  |  | [14, 13,4,8, 9] |  | Устный опрос.  Презентации |
| 10 | Работа с кадрами и работа с клиентами |  | 2 |  |  | [4,8, 9] |  | Устный опрос.  Презентации  Тест текущего контроля |
| 11 | Занятость и безработица |  |  |  |  | [4,8, 9, 10] | 1 | Устный опрос |
| 12 | Менеджмент как карьера |  |  |  |  | [2, 9, 12] |  | Устный опрос.  Презентации |
| 13 | Принятие решений |  |  |  |  | [14, 13] |  | Устный опрос.  Презентации |
| 14 | Этика в бизнесе |  |  |  |  | [13, 14] |  | Устный опрос.  Презентации |
| 15 | Бизнес и социально-культурные особенности страны  (Национальные стереотипы) |  |  |  |  | [2, 10, 11] |  | Устный опрос.  Презентации  Финальный тест |
|  | **ИТОГО**: |  | 72 |  |  |  | 4 | Зачет |

Заочная форма получения высшего образования

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер темы | Название темы | Количество аудиторных часов | | | | | Количество часов  УСР | Форма контроля знаний |
| Лекции | Практические  занятия | Семинарские  занятия | Лабораторные  занятия | Иное |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 1 | Деловая коммуникация |  | 2 |  |  | [4, 5, 13] |  | Устный опрос.  Тест текущего контроля |
| 3 | Деловая корреспонденция и документация |  | 4 |  |  | [10, 13,4,5, 14] |  | Устный опрос.  Перевод  Тест текущего контроля |
| 4 | Контракты |  | 2 |  |  | [5, 9] |  | Устный опрос.  Перевод.  Презентации  Тесты текущего контроля |
| 5 | Компания: Персонал компаний Руководство компанией |  | 2 |  |  | [6, 5, 8, 9, 14, 13] |  | Устный опрос.  Тест текущего контроля |
| 6 | Работа с кадрами и работа с клиентами |  | 2 |  |  | [4,8, 9] |  | Устный опрос.  Тесты текущего контроля |
| 7 | Бизнес и социально-культурные особенности страны  (Национальные стереотипы) |  | 2 |  |  | [2, 10, 11] |  | Устный опрос.  Презентации  Финальный тест |
|  | **ИТОГО**: |  | 14 |  |  |  |  | Зачет |

Сокращенная заочная форма получения высшего образования

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер темы | Название темы | Количество аудиторных часов | | | | | Количество часов  УСР | Форма контроля знаний |
| Лекции | Практические  занятия | Семинарские  занятия | Лабораторные  занятия | Иное |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 1 | Деловая коммуникация |  | 2 |  |  | [4, 5, 13] |  | Устный опрос.  Тест текущего контроля |
| 3 | Деловая корреспонденция и документация |  | 2 |  |  | [10, 13,4,5, 14] |  | Устный опрос.  Перевод |
| 4 | Контракты |  | 2 |  |  | [5, 9] |  | Устный опрос. Перевод.  Тесты текущего контроля |
| 5 | Компания: Персонал компаний Руководство компанией |  | 2 |  |  | [3,4,8, 9] |  | Устный опрос.  Тесты текущего контроля |
| 6 | Работа с кадрами и работа с клиентами |  | 2 |  |  | [3,4,8, 9] |  | Устный опрос.  Презентации  Тесты текущего контроля |
| 7 | Бизнес и социально-культурные особенности страны  (Национальные стереотипы) |  | 2 |  |  | [2, 10, 11] |  | Устный опрос.  Презентации  Финальный тест |
|  | **ИТОГО**: |  | 12 |  |  |  |  | Зачет |

**1-25 01 14 «Товароведение и торговое предпринимательство»**

Сокращенная заочная форма получения высшего образования

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер темы | Название темы | Количество аудиторных часов | | | | | Количество часов  УСР | Форма контроля знаний |
| Лекции | Практические  занятия | Семинарские  занятия | Лабораторные  занятия | Иное |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 1 | Деловая коммуникация |  | 2 |  |  | [4, 5, 13] |  | Устный опрос.  Тест текущего контроля |
| 3 | Деловая корреспонденция и документация |  | 2 |  |  | [10, 13,4,5, 14] |  | Устный опрос.  Перевод |
| 4 | Контракты |  | 2 |  |  | [5, 9] |  | Перевод.  Тесты текущего контроля |
| 5 | Работа с клиентами |  | 2 |  |  | [3,4,8, 9] |  | Устный опрос.  Презентации |
|  | **ИТОГО**: |  | 8 |  |  |  |  | Зачет |

**1-25 01 08 «Бухгалтерский учет, анализ и аудит (по направлениям)»**

**Факультатив**

Дневная форма получения высшего образования

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер темы | Название темы | Количество аудиторных часов | | | | | Количество часов  УСР | Форма контроля знаний |
| Лекции | Практические  занятия | Семинарские  занятия | Лабораторные  занятия | Иное |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 1 | Деловая коммуникация |  | 6 |  |  | [10, 13, 4, 5, 14] |  | Устный опрос.  Презентации  Тест текущего контроля |
| 2 | Деловая корреспонденция и документация |  | 12 |  |  | [5, 9] |  | Устный опрос.  Презентации  Тесты текущего контроля |
| 3 | Виды деловой корреспонденции деловых писем |  | 8 |  |  | [6, 5, 8, 9, 14] |  | Устный опрос.  Презентации  Тест текущего контроля |
| 4 | Речевые функции, необходимые в деловой переписке |  | 6 |  |  | [4,8, 9] |  | Устный опрос.  Презентации  Тесты текущего контроля |
| 5 | Контракты |  | 12 |  |  | [4,8, 9] |  | Устный опрос.  Перевод  Тесты текущего контроля |
| 6 | Компания |  | 4 |  |  | [4,8, 9] |  | Устный опрос.  Тест текущего контроля |
| 7 | Персонал компаний |  | 4 |  |  | [4,8, 9] | 1 | Устный опрос.  Презентации |
| 8 | Руководство компанией |  | 2 |  |  | [14, 4,8, 9] |  | Устный опрос.  Презентации  Тест текущего контроля |
| 9 | Проведение совещаний и переговоров по контрактам |  | 6 |  |  | [4,8, 9] |  | Устный опрос.  Презентации  Тест текущего контроля |
| 10 | Работа с кадрами и работа с клиентами |  | 4 |  |  | [4,8, 9, 10] | 1 | Устный опрос.  Презентации |
| 11 | Занятость и безработица |  | 2 |  |  | [2, 9, 12] |  | Устный опрос.  Презентации  Тест текущего контроля |
| 12 | Менеджмент как карьера |  | 2 |  |  | [14, 13] |  | Устный опрос.  Презентации  Тест текущего контроля |
| 13 | Принятие решений |  | 6 |  |  | [13, 14] |  | Устный опрос.  Презентации  Тест текущего контроля |
| 14 | Этика в бизнесе |  | 4 |  |  | [2, 10, 11] |  | Устный опрос.  Тест текущего контроля |
| 15 | Бизнес и социально-культурные особенности страны  (Национальные стереотипы) |  | 4 |  |  |  |  | Устный опрос.  Презентации  Защита проектов |
|  | **ИТОГО**: |  | 82 |  |  |  |  |  |

**1-26 02 03 «Маркетинг»**

Дневная форма получения высшего образования

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер темы | Название темы | Количество аудиторных часов | | | | | Количество часов  УСР | Форма контроля знаний |
| Лекции | Практические  занятия | Семинарские  занятия | Лабораторные  занятия | Иное |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 1 | Деловая коммуникация |  | 10 |  |  | [4, 5, 13] |  | Устный опрос.  Тест текущего контроля |
| 2 | Деловая корреспонденция и документация |  | 24 |  |  | [10, 13,4,5, 14] |  | Устный опрос.  Перевод  Тест текущего контроля |
| 3 | Виды деловой корреспонденции деловых писем |  | 10 |  |  | [5, 9] |  | Устный опрос.  Презентации  Тесты текущего контроля |
| 4 | Речевые функции, необходимые в деловой переписке |  | 8 |  |  | [5, 8, 9, 14, 13] |  | Устный опрос.  Тест текущего контроля |
| 5 | Контракты |  | 16 |  |  | [4,8, 9] |  | Устный опрос.  Тесты текущего контроля |
|  |  |  | 68 |  |  |  |  | Зачет |
| 6 | Компания |  | 6 |  |  | [4,8, 9] |  | Устный опрос.  Перевод  Тесты текущего контроля |
| 7 | Персонал компаний |  | 4 |  |  | [4,7, 8, 9] |  | Устный опрос.  Презентации  Тест текущего контроля |
| 8 | Руководство компанией |  | 2 |  |  | [4,7, 8, 9] |  | Устный опрос.  Презентации |
| 9 | Проведение совещаний и переговоров по контрактам |  | 6 |  |  | [14, 13,4,8, 9] |  | Устный опрос.  Презентации |
| 10 | Работа с кадрами и работа с клиентами  Маркетинг |  | 10 |  |  | [4,8, 9] |  | Устный опрос.  Презентации |
| 11 | Занятость и безработица |  | 4 |  |  | [4, 8, 9, 10] |  | Устный опрос |
| 12 | Менеджмент как карьера |  | 6 |  |  | [2, 9, 12] |  | Устный опрос.  Презентации  Тест текущего контроля |
| 13 | Принятие решений |  | 6 |  |  | [13, 14] |  | Устный опрос. |
| 14 | Этика в бизнесе |  | 4 |  |  | [13, 14] |  | Устный опрос.  Презентации |
| 15 | Бизнес и социально-культурные особенности страны  (Национальные стереотипы) |  | 6 |  |  | [2, 10, 11] |  | Устный опрос.  Презентации  Финальный тест |
|  |  |  | 54 |  |  |  |  |  |
|  | **ИТОГО**: |  | 122 |  |  |  |  | Экзамен |

**ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

**Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Деловые коммуникации на иностранном языке»**

В овладении знаниями учебной дисциплины «Деловые коммуникации на иностранном языке» важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

* первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
* ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
* изучение и расширение учебного материала за счет специальной литературы, консультаций;
* подготовка к практическим занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
* подготовка к выполнению диагностических форм контроля (тесты, устные опросы, презентации и т.п.);
* подготовка к зачету и экзамену.

Организация самостоятельной работы студентов

**Текущая СРС** направлена на углубление и закрепление знаний, развитие практических умений. Текущая СРС в рамках учебной дисциплины «Деловые коммуникации на иностранном языке» включает:

– анализ материала;

– выполнение письменных домашних заданий;

– подготовка к мини-опросам;

– подготовка к тестам текущего контроля.

**Творческая проблемно-ориентированная самостоятельная работа (ТСР)** ориентирована на развитие интеллектуальных умений, комплекса универсальных (общекультурных) и профессиональных компетенций, повышение творческого потенциала студентов, включает следующие виды работ:

– поиск, анализ, структурирование и презентация информации;

– работа над проектом.

**Содержание самостоятельной работы студентов**

**по учебной дисциплине «Деловые коммуникации на иностранном языке»**

1. Работа с материалами практических занятий: повторение материалов, подготовка к занятиям, самостоятельный поиск дополнительной информации (в соответствии с тематикой занятий).

2. Домашние задания: опережающие задания, проблемные задания, переводы.

**Контроль самостоятельной работы**

1. Качество работы студентов с практическими материалами контролируется на практических занятиях в виде мини-опросов, индивидуальных заданий, презентаций проектов.

2. Письменные домашние задания проверяются и оцениваются преподавателем. По результатам проверки домашних заданий при необходимости проводятся консультации.

3. Проект оценивается преподавателем и студентами на занятии по результатам защиты проекта в виде презентации.

Текущий контроль проводится в течение изучения учебной дисциплины. В течение семестра проверка осуществляется как в устной, так и в письменной формах. Для устного контроля выбираются такие формы как проверка способности интерпретировать прослушанный либо прочитанный материал по теме, способность адекватно понимать прослушанную информацию и выполнять задания по ней, способность проявить адекватную лингвистическую реакцию в таких формах устных заданий как ролевые игры и ситуации общения с учетом основ межкультурной коммуникации. В качестве письменной проверки используются различного рода тесты.

Оценка текущей успеваемости студентов осуществляется по результатам:

– проверки выполнения проблемных заданий);

– устного / письменного мини-мониторинга на занятии;

– выполнения тестов текущего контроля (тестовые задания открытого и закрытого типа).

Итоговое задание по учебной дисциплине включают вопросы*,* ответы на которые дают возможность студенту продемонстрировать, а преподавателю оценить степень усвоения теоретических и фактических знаний и уровень сформированности практических навыков.

Изучение учебной дисциплины «Деловые коммуникации на иностранном языке» опирается на знания, полученные при изучении цикла специальных учебных дисциплин и учебных дисциплин специализации на родном языке и дисциплины «Иностранный язык», с которой она логически и содержательно-методически связана.

Для изучения данной учебной дисциплины необходимы следующие знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами:

*Знания*: необходимы знания лексики, необходимой для адекватного восприятия информации в устной и письменной форме; грамматической системы иностранного языка с целью вербализации информации.

*Умения*: применять на практике приобретенные знания, дифференцировать информацию на основе различных параметров, выделять основную идею иностранного текста, вести беседу, читать и работать с документами по специальности на иностранном языке, готовить презентации на иностранном языке.

*Навыки*: оперировать языковым материалом, высказываться на заданную тему, усваивать теоретический материал самостоятельно.

**ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

**ЛИТЕРАТУРА**

**Английский язык**

**Основная:**

* + - 1. Вершина, А.М. Основы делового английского языка / А.М. Вершина, И.Н. Частнойть. – Минск: БГЭУ, 2012. - 232с.
      2. Воробьёва, С.А. Деловой английский для сферы туризма / С.А. Воробьёва. – M.: Филоматис, 2006 г, 352 с. 2008 г, 352 с
      3. Плетюхова, О.В. From Business Talk to Business Talks / О.В. Плетюхова, Л.И. Василевская. – Минск: БГЭУ, 2004.
      4. Слепович, В.С. Деловой английский. Business Communication/ В.С. Слепович. – Минск: Тетрасистемс, 2012.  - 256 с
      5. Слепович, В.С. Бизнес-коммуникация: Как найти работу с английским  
         языков. Business Communication: Job Hunting in English / В.С. Слепович. – Минск: Тетрасистемс, 2002. – 272 с.

**Дополнительная**

* + - 1. Baker, Sue. Principles of Hotel Front Office Operations / Sue Baker, Pam Bradley. - N.Y., 2000. - 325 p.
      2. Block, J.A. 101 Best Resumes to Sell Yourself / J.A. Block. — McGraw-Hill, 2002. – 245 p.
      3. Cotton, D. Business Class: Course Book / D. Cotton, S. Robbins. – Longman, 2006. – 183 p.
      4. Dignen, B. Communicating in Business Engish / B. Dignen. – Compass Publishing, 2003. – 192 p.
      5. Emmerson, P. Business Grammar Builder / P. Emmerson. – Macmillan, 2002. – p. 272.
      6. Flinders, S. Test your professional English. Business: General / S. Flinders – Essex: Pearson Education Limited, 2003. – 106 p
      7. Hollett, V. Business Opportunities / V. Hollett. - London: Longman Group UK Limited, 1999. - 192p.
      8. Jones, L. New International Business English / L. Jones, A. Richard. - London: Longman Group UK Limited, 2002. – 144 p.
      9. Lougheed, L. Business Communication. Ten Steps to Success / L. Lougheed. – Addison Wesley Publishing Company Inc., 1993. - 136 p.
      10. MacKenzie, I. English for Business Studies. A course for Business Studies and Economics Students / I. MacKenzie. ─ N.Y.: Cambridge University Press, 2010. - 191 p.
      11. Mascull, B. Business Vocabulary in Use / B. Mascull. – Cambridge: Cambridge University Press, 2002. – 172 p.
      12. Northey, M. Impact. A Guide to Business Communication / M. Northey. – Prentice-Hall Canada, Inc., 2001. - 320 p.
      13. O’ Driscoll, N. Meetings and Discussions / N. O’ Driscoll. ─ London: Longman Group UK Limited, 1992. – 96 p.
      14. Powell, M. In Company 2.0 Student’s Book. – Macmillan, 2010. – 2nd Edition. – 183 p.
      15. Robbins, S. Business Vocabulary in Practice / S. Robbins. – Glasgow: Harper Collins Publishers, 2004. – 248 p.
      16. Schofield, J. Speaking: English for Business / J. Schofield, A. Osborn. HarperCollins Publishes, 2011. – 123 p.
      17. Sweeney, S. English for Business Communication / S. Sweeney. – Cambridge Univ. Press, 2003. – 174 p.

# Wallwork, A. Business Options: Class Audio CDs (2) Audio CD – Audiobook / A.Wallwork. - London: Longman Group UK Limited, 2003.

**Немецкий язык**

**Основная:**

1. Бартош, В.С. Практикум по совершенствованию навыков и умений устной речи на базе текстов научно-экономического содержания. / В.С. Бартош, Т.С. Шарупич. Минск, БГЭУ, 2015. – 184 с.
2. Каурова, Е.М. Geschäftsdeutsch / Е.М. Каурова. - Улан-Удэ: Издательство Бурятского государственного университета, 2013. – 120 с.
3. Корзун, И.Н. Немецкая деловая корреспонденция = Deutsche Handelskorrespondenz. / И.Н. Корзун, Е.М. Онуфрейчик. – Минск: БГЭУ, 2002. – 82 с.
4. Мишкевич, М.В. Экономический немецкий язык = Wirtschaftsdeutsch. / М.В. Мишкевич, Е.С. Шубина, М.А. Кудревич. – Минск: БГЭУ, 2002. – 205 с.

**Дополнительная:**

1. Юркевич, Л.А. Немецкий экономический для продвинутого уровня = Rund um die Wirtschaft. Минск: БГЭУ, 2011. – Ч.I. – 90 с.
2. Постникова, Е.М. Бизнес-курс немецкого языка. Киев: «А.С.К.», 2002. – 432 с.
3. Buscha A. Geschäftskommunikation = Деловая коммуникация / А. Буша, Г. Линтоут. – Ismaning, 2004..
4. Eismann, V. Wirtschaftskommunikation Deutsch. Band I, II = Экономическая коммуникация по-немецки. – Berlin, 2000
5. Eismann, V. Erfolgreich bei Präsentationen / V. Eismann. – Berlin, 2006.
6. Eismann, V. Erfolgreich in der interkulturellen Kommunikation / V. Eismann. – Berlin, 2007.
7. Eismann, V. Erfolgreich in der interkulturellen Kommunikation. Hinweise für den Unterricht / V. Eismann. – Berlin, 2007.
8. Eismann, V. Erfolgreich in Verhandlungen / V. Eismann. – Berlin, 2006.
9. .Heringer, H.J. Interkulturelle Kommunikation / H.J. Heringer. – Stuttgart, 2010
10. Fearns, A, Levy-Hillerich, D. Kommunikation in der Wirtschaft. Lehr- und Arbeitsbuch. – Plzen; Berlin, 2009.
11. Höffgen, A. Deutsch lernen für den Beruf. Kommunikation am Arbeitsplatz. – Ismaning, 1999.
12. Marktplatz. Deutsche Sprache in der Wirtschaft. Köln, 1998

**Французский язык**

**Основная:**

1. Кузнецов, В.Г. Французский язык для экономистов: практический курс и перевод: учебное пособие / В.Г. Кузнецов. – М.: ФЛИНТА: Наука, 2016. – 152 с.
2. Мелихова, Г.С. Французский язык для делового общения / Г.С. Мелихова. - М.: Рольф, 2004. – 222с.
3. Салущева, Ж.И. Введение в маркетинг. Initiation au marketing: Учеб.-метод. пос. / Ж.И. Салущева, В.А. Салущев. – Мн.: БГЭУ, 2003. – 143 с.
4. Федоренко, О.Н. Практический курс французского языка. Cours pratique du français économique: учеб.пособие / О.Н. Федоренко [и др. ]. – Минск: БГЭУ, 2011. – 191 с.
5. Danilo, M. Le français de l’entreprise / M.Danilo. Paris: - Cle International, 1990. – 107 p.

**Дополнительная:**

1. Чигирева, М.А. Деловой французский. Le français des affaires / М.А. Чигирева/ - СПб.: Изд-во филолог.фак-та Санкт-Петербургского госуниверситета, 2000. – 172 с.
2. Миньяр-Белоручев, Р.К. Курс устного перевода / Р.К. Миньяр-Белоручев. - М.: «Московский лицей», 2000. – 325 c.
3. Шишковская, О.В. Французский язык для экономистов (продвинутый этап): учеб. пособие /О.В. Шишковская. – М.: НВИ – ТЕЗАУРУС,2006.–276 с.
4. Danilo, M. Le français commercial / M.Danilo. Paris: - Pocket, 1995. – 305 p.
5. Mermet, G. Francoscopie 2010/G.Mermet.-Рaris: Larousse, 2010.–542 p.
6. Pou, G. Commerce / Affaires. Niveau intermédiaire / G. Pou, M. Sanchez. – Paris: Cle International, 1993. – 144 p.
7. Rosillo, M. Quartier d’affaires / M. Rosillo, P. Maccotta, M. Demaret. – Paris: Cle International, 2013. – 144 p.

**Испанский язык**

**Основная:**

1. Гринина Е.А., Микаэлян Ю.И. Español actual / Е.А. Гринина, Ю.И. Микаэлян. – М.: Филоматис, 2015.– 203 с.
2. Душевский, А. A. Испанский для экономистов / А.А. Душевский, Е.В. Дыро, М.Н. Мардыко. – Минск: БГЭУ, 2012. – 150 с.
3. Дыро, Е.В. Испанский для экономистов / Е.В. Дыро, М.Н. Мардыко, Н.В. Попок. – Минск: БГЭУ, 2005. – 230 с.
4. Иовенко, В.А. Общий перевод с испанского / В.А. Иовенко. – М.: ЧеРо, 2000. – 315 с.
5. Калустова, О.М. Бизнес-курс испанского языка / О.М. Калустова. – К: ООО ИП Логос, 2003. – 230 с.

**Дополнительная:**

1. Арсуага-Герра, М. Испанский язык для делового общения / Мигель Арсуага-Герра. - М.: ЧеРо, 2005.
2. Арсуага-Герра, М. Испанский язык для современной предпринимательской деятельности / Учебное пособие // Мигель Арсуага-Герра. – M.: Филоматис, 2011..
3. Rosa de Juan, С. El español en el ámbito jurídico / Carmen Rosa de Juan. – Madrid: Edinumen, 2010. – 280 с..
4. Комарова, Ж.Т. Испанский для всех / Ж.Т. Комарова. – М.: Менеджер, 2005. – 185 с.
5. Alonso, R. Gramática básica del estudiante de español / R. Alonso. – Tesys, 2005. – 215 с.
6. Baralo, M. Santana M.a Eugenia. Español Lengua Extranjera / Marta Baralo, Genís Marta, Santana M.a Eugenia. - Madrid: Grupo Anaya, S.A., 2012. – 294 p.
7. Fernández, C. Manual de español / Claudia Fernández, Lahuerta Javier, Lerner Ivonne. – Madrid: Instituto Cervantes, 2012. – 122 p.
8. Lago, A. F. Español para el comercio internacional / A. F. Lago. – Madrid, 2005. – 210 с.
9. Pareja, María José. Temas de empresa / María José Pareja. –Madrid: Edinumen, 2014. – 214 p.

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО**

**“ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ”**

на 20 /20 учебный год

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п/п | Дополнения и изменения | Основание |
|  |  |  |

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

(протокол № от )

(название кафедры)

Заведующий кафедрой

Доцент, к.ф.н. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(ученая степень, ученое звание) (подпись) (И.О. Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета ФМБК

доцент, к.ф.н. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н.В. Попок

(ученая степень, ученое звание) (подпись) (И.О.Фамилия)

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

(ПРИМЕРНАЯ ФОРМА)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Название  учебной  дисциплины, с которой требуется согласование | Название  кафедры | Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине | Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола) |
|  |  | нет |  |
|  |  |  |  |

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ**

1. **Практикум**

**Thema 1 “Handelskorrespondenz“**

**Die äußere Form der Geschäftsbriefe**

**Übung 2.**

-lesen Sie einen Brief,

-finden Sie alle Bestandteile des Briefes und lesen Sie vor,

-beantworten Sie Fragen:

-worum geht es in jedem Teil?

-an wem ist dieser Brief adressiert?

-wer hat diesen Brief geschrieben?

-wie ist das Ziel des Briefes?

-wie muss die Reaktion des Empfängers sein?

-hat der Brief Anlagen?

**NATUR UND SPIEL GMBH**

72191 Nagold

Natur und Spiel GmbH. Postfach 23. 72191 Nagold

Spielwarencenter

Nicole Reinhardt

Bremer Straße 28

21073 Hamburg

Ihr Zeichen, Unser Zeichen, Telefon, Name Datum

Ihre Nachricht vom unsere Nachricht vom (0 74 52) 42 86 ..- 09-13

1-r .. -09-10 r-pr 13 Richter

Angebot über Holzspielwaren

Sehr geehrte Frau Reinhardt,

wir freuen uns über Ihr Interesse an unseren Holzspielwaren. Wir senden Ihnen gern den gewünschten Katalog mit der aktuellen Preisliste.

Holzspielwaren erfreuen sich in einer Zeit, in der immer mehr Wert auf eine gesunde Umwelt gelegt wird, großer Beliebtheit. Die runden, weichen Formen des glatten Holzes fordern zum Anfassen unserer Spielwaren heraus. Verletzungen, die bei Metallspielwaren leicht auftreten können, sind beim Umgang mit unseren natürlichen Produkten nahezu ausgeschlossen. Sämtliche Spielwaren unseres Hauses weisen das Umweltlabel des Deutschen Kinderschutzbundes auf.

Die einfache und klare Gestalt von Holzspielwaren fördert die Fantasie des Kindes. Namhafte Kinderpsychologinnen und -Psychologen fordern den Einzug von Holzspielwaren ins Kinderzimmer.

Spielwert und Robustheit aller unserer Erzeugnisse sind in mehreren Kindergärten unserer Umgebung über lange Zeiträume hinweg sehr erfolgreich getestet worden. Im Katalog haben wir die Spielwaren danach sortiert, wie sie von den jeweiligen Altersgruppen bevorzugt angenommen werden.

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

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

Mit freundlichen Grüßen Anlagen

Natur und Spiel GmbH Katalog

ppa. Preisliste

Annette Prollius

Geschäftsräume Telex 765501 henne d Deutsche Bank Nagold

Waldstraße 18 Telefax (0 74 52) 42 88 (BLZ 641700 87)

Nagold Telefon (0 74 52)42 86-0 Konto-Nr. 31 254

**Übung3.**

Schreiben Sie folgende Sätze einfacher:

1. Bitte stellen Sie Nachforschungen an. 2. Wir haben eine Preisherabsetzung vorgenommen. 3. Ich habe den Brief aus Mexiko unter Zuhilfenahme eines Wörterbuches gelesen. 4. Die Inbetriebnahme der Maschine verzögert sich. 5. Die Instandsetzung der Büroräume dauert eine Woche. 6. Die Außerachtlassung dieser Bedingungen führt zur Annullierung der erteilten Aufträge. 7. Er nahm sofort die Buchung vor. 8. Im Falle der Nichtzahlung bleibt die Ware mein Eigentum. 9. Wir sollten dem Kunden die Mitteilung machen, dass wir erst in drei Tagen liefern können. 10. Der Betrag ist unverzüglich in Abzug zu bringen. 11. Wir müssen Ihnen leider diese Mitteilung machen. 12. Gestern wollte ich verschiedene Einkäufe tätigen.

**Übung4.**

Schreiben Sie Sätze im Aktiv.

1.Die Ware wird von uns im Mai geliefert. 2. Die Ausstellung wird von uns am 10. Januar eröffnet. 3. Ihre Bestellung wird schnellstens bearbeitet. 4. Ihnen wird ein Sonderrabatt von 5% gewährt. 5. Die Rechnung wird von uns noch in diesem Monat bezahlt. 6. Fehlerhafte Ware wird von uns noch in diesem Monat bezahlt. 6. Fehlerhafte Ware wird von uns zurückgenommen, der Kaufpreis wird Ihnen sofort erstattet. 7. Bei Zahlung innerhalb 14 Tagen wird vom Lieferanten ein Skonto von 3% eingeräumt. 8. Trotz unserer Mahnung ist der Liefertermin von Ihnen nicht eingehalten worden. 9. Die Lehrerin wurde von den Schülern sehr verehrt. 10. Die Ware wurde vom Kunden beanstandet.

**Übung 5.**

Machen Sie sich mit der Struktur des Telefaxes bekannt.

**Telefax – Nachricht**

Absender: Fax-Nr.

Kaltenegger HandelsgesmbH Linz

Österreich

Gerbergasse 15 (0) 732/607034

A – 4020 Linz

Tel.0732/60727

An:

Industrie – Handelskammer

Für München und Oberbayern

Fax – Nr.:(089)5116369

Ref.-Nr.:335

Anzahl der übermittelten Seiten:1

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir suchen Lieferanten von Brauerei – und Mälzereigeräten. Bitte nennen Sie uns Namen und Adressen (mit Telefon-, Telex, Telefax-Nr.) von Firmen in Ihrem Kammerbezirk, die solche Geräte herstellen.

Mit freundlichen Grüßen

**Übung6.**

Lesen Sie bitte die folgenden Textteile, und ordnen Sie sie!

FAXNACHRICHT

A

|  |
| --- |
| Unser Zeichen:JH/FG Datum 04.09.2003 |

B

|  |
| --- |
| An:  Hasan A. Emer, Izmar  Fax-Nr. 00905156789 |

C

|  |
| --- |
| Mit freundlichen Grüßen |

D

|  |
| --- |
| Sehr geehrter Herr Emer, |

E

|  |
| --- |
| Josef Hermann |

F

|  |
| --- |
| Von:  Hermann & Söhne, Mannheim  Fax-Nr.0921-633466 |

G

|  |
| --- |
| Ich beziehe mich auf meine Bestellung Nr. 62204 vom 18.09.2003. Inzwischen habe ich festgestellt, dass die Waren mit den Bestellnummern 1161 und 1175 versehentlich zweimal bestellt wurden. Sie sind bereits auf Bestellung Nr. 61804 aufgeführt, die ich Ihnen letzte Woche sandte. Bitte entschuldigen Sie dieses Versehen. Lieferung der übrigen Positionen wie vereinbart. |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| F |  |  |  |  |  |  |

**Übung7.**

Lesen Sie bitte die folgenden Textteile, und ordnen Sie sie!

A

|  |
| --- |
| 5. November 2003 |

B

|  |
| --- |
| Autohaus ,,Schneck`` Westalendamm  D-44123 |

C

|  |
| --- |
| Anfrage |

D

|  |
| --- |
| Autohaus ,,Schenck`` AUTOHAUS SCHENK  Westfalendamm 34-36 Telefon-Nr.: 510/40 3425  D-44123 Telefax: 510/40 2345  Unser Zeichen: FRKO-de-fu |

E

|  |
| --- |
| Im vorigen Herbst hat unsere Firma Schmierstoffbestellung bei Ihnen gemacht. Jetzt brauchen wir die Schmierstoffe wieder. Haben Sie die Preise geändert? Bitte, schicken Sie uns Ihren neuen Katalog und eine neue Preisliste. |

F

|  |
| --- |
| Hanns Kerelmann  Geschäftsführer |

G

|  |
| --- |
| Reinischer Schmierstoffvertrieb GmbH  Produktionsabteilung  Krablerstraße 127  D-45326 Essen |

H

|  |
| --- |
| Sehr geehrter Herr Liebermann, |

I

|  |
| --- |
| Wir danken Ihnen im voraus für die Erfüllung unserer Bitte.  Mit bestem Gruß |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Übung 8.**

Ordnen Sie die durch Buchstaben gekennzeichneten Bestandteile des Briefes (a-f) den folgenden Begriffen (1-6) zu.

1.Betreff

2.Grußformel

3.Bezugszeichenzeile

4.Anschrift

5.Anrede

6.Absender

**Autohaus Siemens KG**

a)Autohaus Siemens

Postfach 135

26702 Emden

b) Büroeinrichtungen

Schröpke GmbH

Aurichter Str. 12

26702 Emden

c)Ihre Zeichen, Ihre Nachricht vom

si-schrö 17.06.2003

Unsere Zeichen, Unsere Nachricht vom

wi-dir 3.06.2003

d)Bestellung

e)Sehr geehrter Herr Sachröpke,

ich bedanke mich für Ihr Angebot und bestelle 2 Schreibtische, Modell Sumatra, Stückpreis 350 Eu.

Abzüglich 15% Rabatt.

Ich bitte darum, den zugesagten Liefertermin einzuhalten, um die Neugestaltung unseres Büros planmäßig durchführen zu können.

f)Mit freundlichen Grüßen

Autohaus Siemens KG

(W. Dirksen)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| a | b | c | d | e | f |
|  |  |  |  |  |  |

**Übung9.**

Sie schreiben an die Firma Braun. Sie kennen niemanden persönlich. Wie lautet die Anrede?

a) Sehr geehrte Herren

b)Sehr verehrte Damen und Herren

c) Sehr geehrte Damen und Herren

d)Sehr verehrte Herren

**Übung 10.**

Sie antworten auf einen Brief der Firma Braun. Der zuständige Sacharbeiter heißt Seitz. Wie lautet die Anrede?

a) Sehr geehrte Herren

b)Sehr geehrte Damen und Herren

c)Sehr geehrter Herr

d)Sehr geehrter Herr Seitz

**Übung11.**

Am Ende des Briefes steht die Grußformel. Welche Formel verwendet man normalerweise in deutschen Geschäftsbriefen?

a)Viele Grüße

b)Mit freundlichen Grüßen

c)Hochachtungsvoll

d)Mit vorzüglicher Hochachtung

**Übung 12.**

Was bedeuten die folgenden Abkürzungen in einem Brief?

|  |  |
| --- | --- |
| ppa.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  i.A.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  z.H.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  etc.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  Inkl.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | i.V.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  u.U.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  z.T.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  PLz\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  s.o.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |

**Privatkorrespondenz**

**Geburt und Konfirmation.**

**Zitate zur Geburt**

■ Das Gluck eines Kindes beginnt, lange bevor es geboren wird,

im Herzen von zwei Menschen, die einander sehr gern haben.

*Phil Bosmanns*

■ Jedes Baby, das das Licht der Welt erblickt,

ist schöner als das vorhergehende.

*Charles Dickens*

■ Kleine Kinder sind noch immer das Symbol einer ewigen

Vereinigung von Liebe und Pflicht.

*George Eliot*

■ Denn wir können die Kinder nach unserem Sinne nicht formen;

so wie Gott sie uns gab, so muss man sie haben und lieben.

Sie erziehen aufs Beste und jeglichen lassen gewahren.

Denn der eine hat die, die anderen andere Gaben;

jeder braucht sie,

und jeder ist doch nur auf eigene Weise gut und glücklich.

*Johann Wolfgang von Goethe*

■ Ein Kind ist sichtbar gewordene Liebe.

*Novalis*

**Zitate zur Konfirmation**

■ Wo das Wissen aufhört, fängt der Glaube an.

*Aurelius Augustinus*

■ Der Glaube ist ein groß herrliches Werk.

Wer glaubt, der ist ein Herr;

und ob er gleich stirbt, so muss er doch wieder leben.

Ist einer arm, so muss er doch reich sein;

ist einer krank, so muss er doch wieder gesund werden.

*Martin Luther*

■ Alle Dinge sind möglich dem, der da glaubt.

*Markus 9, 24*

■ Es ist aber das Herz, das Gott spurt, und nicht die Vernunft.

Das aber ist der Glaube: Gott im Herzen spuren und nicht

in der Vernunft.

*Blaise Pascal*

**Briefe zu Geburt und Konfirmation**

**Geburt und Konfirmation 75**

Liebe Susanne,

lieber Martin,

wir gratulieren Euch ganz herzlich zur Geburt Eurer Tochter!

Noch weiß sie nicht, dass sie in eine glückliche Familie geboren wurde, doch

schon jetzt spurt sie die Fürsorge und die Liebe ihrer Eltern und Geschwister.

Wir wünschen Eurer Eva Gluck und Gesundheit auf ihrem Lebensweg.

Herzliche Grüße

Eure

{{Liebe Christina, lieber Uwe,

wir freuen uns mit Euch über die Geburt Eurer Tochter. Herzlichen

Gluckwunsch!

Bestimmt habt Ihr Euch auf die Veränderungen, die in den nächsten Wochen

bevorstehen, gut vorbereitet, damit es Eurer Daniela an nichts fehlt. Und

trotzdem kommen sicher noch genug Überraschungen! Mit Kindern erlebt man

ja jeden Tag etwas Neues, und jeden Tag sind es Dinge, die in keinem Lehrbuch

stehen.

Genießt die Zeit, in der Ihr mit Eurer Tochter auf »Entdeckungsreise« geht, und

lasst uns doch ab und zu mal daran teilnehmen.

Alles Gute für Euch drei

Bernd und Ute

Liebe Alexandra,

am Tag Deiner Konfirmation wünsche ich Dir, dass Dir der Glaube Dein ganzes

Leben lang Halt geben möge. In der Gewissheit, Teil der großen kirchlichen

Familie zu sein, kannst Du fröhlich Deine Konfirmation feiern.

Ich wünsche Dir einen schonen, festlichen Tag mit Deinen Eltern und Freunden

und bin mit den besten Grüßen

Deine

# Verlobung und Vermahlung

**Zitate zu Verlobung und Vermahlung**

■ Ehe ist der Versuch, zu zweit mit Problemen fertigzuwerden,

die man alleine niemals gehabt hatte.

*Woody Allen*

■ Liebe ist der Wunsch, etwas zu geben, nicht zu erhalten.

*Bertolt Brecht*

■ Einen Menschen zu lieben heißt einzuwilligen,

mit ihm alt zu werden.

*Albert Camus*

■ Ehe macht erfinderisch.

*Fritz de Crignis*

■ In der Ehe ist das Nachgeben keine Niederlage

und das Durchsetzen des Willens kein Sieg.

*Julie Elias*

■ Liebe ist der Entschluss, das Ganze eines Menschen zu bejahen,

die Einzelheiten mögen sein, wie sie wollen.

*Otto Flake*

■ Die Ehe, zum Mindesten das Gluck derselben, beruht nicht auf der

Ergänzung, sondern auf dem gegenseitigen Verständnis.

Mann und Frau müssen nicht Gegensatze, sondern Abstufungen,

ihre Temperamente müssen verwandt, ihre Ideale dieselben sein.

*Theodor Fontane*

■ Eben darin besteht ja die Liebe, dass sie uns in der Schwebe halt,

in der Bereitschaft, einem Menschen zu folgen in allen seinen

möglichen Entfaltungen.

*Max Frisch*

■ Das ist die wahre Liebe, die immer und immer sich gleichbleibt,

wenn man ihr alles gewahrt, wenn man ihr alles versagt.

*Johann Wolfgang von Goethe*

■ Ohne Ehe ist der Mensch überall und nirgends zu Hause.

Bogumil Goltz

**Briefe zu Verlobung und Vermahlung**

**80**

Liebe Helga,

lieber Karl,

mit großer Freude habe ich Eure Verlobungsanzeige in der Zeitung gelesen,

und ich mochte nicht versäumen, Euch herzlich zu gratulieren.

Ich wünsche Euch alles erdenklich Gute für Eure Zukunft! Und drucke die

Daumen dafür, dass viele Eurer gemeinsamen Wunsche in Erfüllung gehen.

Eure

Liebe Gisela,

lieber Hans,

wir gratulieren Euch ganz herzlich zu Eurer Verlobung. Wir freuen uns,

dass Ihr diese Entscheidung füreinander getroffen habt.

Nun musst Ihr nur noch kurze Zeit warten, bis Ihr mit Eurer Hochzeit endlich

auch »offiziell« den gemeinsamen Lebensweg beginnt.

Wir wünschen Euch schon heute dazu von Herzen alles Gute.

Eure

Sehr geehrtes Brautpaar,

ganz herzlich gratulieren wir Ihnen zu Ihrer Vermahlung. Wir wünschen Ihnen

von Herzen alles Gute für Ihren gemeinsamen Lebensweg. Möge gegenseitiges

Vertrauen, Achtung und Liebe Sie immer begleiten in guten und in schlechten

Tagen.

Ihre

Liebes Silberhochzeitspaar,

»Liebe ist das Einzige, was wachst, indem wir es verschwenden. « Was Ricarda

Huch sagt, könnt Ihr durch Eure 25-jahrige Ehe bestätigen.

Bleibt auch weiterhin ein »verschwenderisches Ehepaar«, dem man kaum

ansieht, dass es bereits eine so lange Lebensstrecke gemeinsam zurückgelegt

hat.

Dies wünschen Euch von Herzen

Eure

**Glückwünsche zum Geburtstag 85**

Herzliche Glückwünsche zum Geburtstag!

Lieber Vater,

lange haben wir überlegt, was wir Dir zu Deinem Geburtstag schenken konnten.

Freude sollte es Dir machen, unser Geschenk, und es sollte Dich immer an uns

erinnern.

Da fiel uns ein, dass Du doch früher sehr gerne fotografiert hast. Wäre das nicht

auch ein schönes Hobby für den Ruhestand?

Hoffentlich hast Du viel Freude an diesem Fotoapparat. Damit sich auch der

zweite Teil unserer Überlegung für das Geschenk erfüllt – die Erinnerung –,

stellen wir uns jetzt schnell in Positur und

wünschen Dir viel Glück und Gesundheit!

Deine

Liebe Mutter,

ich sende Dir die allerherzlichsten Glückwünsche zu Deinem Geburtstag!

Auf unsere Feier freue ich mich schon sehr. Es macht mir immer wieder

großen Spaß, Deinen Geburtstag mit Dir zu feiern, weil Du uns, Deine Familie,

so liebevoll umsorgst. Wir fühlen uns alle immer sehr wohl bei Dir.

Doch nun kommt erst einmal mein Päckchen. Bevor Du es öffnest, mochte ich

Dir noch sagen:

Ich habe Dich lieb!

Deine

Sehr geehrter Herr Winter,

als Mitarbeiter Ihres Unternehmens gratulieren wir Ihnen herzlich

zum 50. Geburtstag und danken Ihnen für die Einladung zum Betriebsfest!

Wir alle hoffen, dass Sie noch lange die Firma zu weiteren Erfolgen fuhren

werden.

Hierzu alles Gute, Glück und Gesundheit!

Ihre

Lieber Martin,

zu Deinem 30. Geburtstag gratulieren wir Dir herzlich!

Mit der magischen 30 hast Du die erste bedenkenswerte Altersgrenze ja nun

überschritten – Zeit für einen Ruckblick! Damit Du nicht jetzt schon vergisst,

was Du als Kind so alles erlebt hast, haben wir für Dich ein Fotoalbum

zusammengestellt. Ein paar Kommentare konnten wir uns dazu nicht

verkneifen – hoffentlich macht Dir das Blättern Spaß!

Wir wünschen Dir, dass die nächsten 30 Jahre genauso glücklich werden

wie die vergangenen.

Es grüßen Dich

Deine

**25 Jahre Betriebszugehörigkeit**

Feitel AG 5. August 2006

Sturmstraße 87

86842 Turkheim

Herrn

Florian Erftegger

Maximusplatz 37

86842 Turkheim

Sehr geehrter Herr Erftegger,

für die 25-jahrige Betriebszugehörigkeit danken wir Ihnen herzlich. In all der Zeit waren

Sie für die Feitel AG ein zuverlässiger Mitarbeiter.

Sowohl die Geschäftsführung wie auch die Kollegen loben Ihre vorzüglichen Leistungen.

Jeder weiß, was in Ihrer Abteilung erarbeitet wird, ist von höchster Qualität. Nicht ohne

Grund fällt Ihr Name sofort, wenn wieder einmal einige Sonderanfertigungen verlangt

werden. Und dann kann man den Fachmann sehen, der in seiner Aufgabe aufgeht!

Das, sehr geehrter Herr Erftegger, mochten wir noch viele Jahre erleben. Ihre Mitarbeit ist

uns sehr wichtig!

Mit den besten Glückwünschen zum Jubiläum

Ihr

**Schulabschluss**

Erich Mäuler 5. Juni 2006

Sternstraße 74

67269 Grünstadt

Herrn

Klaus Schmidt

Klosterstraße 4

67305 Ramsen

Lieber Klaus,

ich freue mich mit Dir über Deinen guten Schulabschluss und hoffe,

dass er Dir einen guten Start in das Berufsleben ermöglichen wird.

Wie ich von Deinem Vater erfahren habe, mochtest Du eine Ausbildung zum Bankkaufmann

beginnen. Da hast Du sicher eine gute Wahl getroffen, denn Bankkaufleute wird es

wohl immer geben, egal wie es sonst wirtschaftlich steht.

Für Deine Bewerbungsgespräche drucke ich Dir nun ganz fest die Daumen.

Alles Gute

Dein

**Briefe zum Eintritt in den Ruhestand**

Johannes Offermann 29. Juni 2006

Intell GmbH

Bahnhofstraße 27

09569 Frankenstein

Herrn

Herbert Steuber

Grabenstraße 81

09569 Frankenstein

Sie werden uns fehlen!

Sehr geehrter Herr Steuber,

als Verkaufsleiter haben Sie ein gutes Jahrzehnt unsere Produkte mit Geschick auf dem

Markt platziert. Ihre Erfolge lassen sich in unseren Bilanzen nachlesen.

Dass wir sehr gern mit Ihnen gearbeitet haben, liegt freilich nicht allein an den

erfreulichen Umsätzen. Ihre Integrität, die stets von Mitarbeitern und Kunden

gleichermaßen gelobt wurde, machte Sie zu einem verlässlichen Partner.

Wir danken Ihnen für die Arbeit, die Sie in den Dienst der Intell GmbH gestellt haben, und

wünschen Ihnen für den Ruhestand alles Gute!

Mit freundlichen Grüßen

# Briefe zu Weihnachten und zum Jahreswechsel

Ein fröhliches Weihnachtsfest und ein glückliches neues Jahr,

liebe Veronika,

lieber Georg,

das wünschen wir Euch und Euren Kindern von ganzem Herzen!

Schade, dass wir uns vor den Festtagen nicht treffen konnten. Aber Euch wird es

nicht anders ergangen sein als uns: Die Weihnachtsvorbereitungen sind

anstrengend und kosten viel Zeit.

Und das wäre auch schon ein erster Vorsatz fürs neue Jahr: Wir sollten uns

gleich für den Januar verabreden. Wie wärs mit dem zweiten Wochenende? –

Einverstanden?

Wir freuen uns auf Eure Zusage!

Eure

Liebe Johanna,

lieber Walter,

meine besten Wünsche begleiten Euch in das neue Jahr, das für Euch ebenso

erfolgreich werden soll wie das vergangene.

Ganz besonders wünsche ich Eurer Tochter fürs Abitur viel Erfolg.

Grüßt das »Kind« von mir bitte mit einem dicken Kuss.

Alles Gute wünscht Euch

Eure

**Einladungen**

Hallo liebe Freunde!

Am Samstag, dem 22. Marz, veranstalten wir einen Bayernabend. Auch

Preußen sind dabei nicht unerwünscht. Es gibt Fassbier, Weißwürste und

zünftige Musik. Massenweise gute Laune kommt hoffentlich mit Euch.

Jens und Cordelia Besan

Zu unserer silbernen Hochzeit am 28. April,

liebe Frau Schmidt,

laden wir Sie herzlich ein. Gerade Ihre Anwesenheit ist uns besonders wichtig.

Über viele Jahre haben Sie unseren Lebensweg begleitet, nahmen Anteil an

unserem Leid und unserem Glück. Mit Ihnen durften wir eine Nachbarschaft

erleben, die wir sehr genossen haben.

Es wäre schon, wenn wir Sie an unserem Festtag begrüßen konnten.

Mit herzlichen Grüßen

Ihre

**Danksagungen**

**116**

Liebe Rita, lieber Hans,

habt ganz herzlichen Dank für Eure liebe Karte. Über die Einladung haben wir

uns sehr gefreut und sagen Euch deshalb gern zu.

Die Brommers

Sehr geehrte Frau Heiner, sehr geehrter Herr Heiner,

vielen Dank für die Einladung.

Es ist sehr schon, dass Sie uns zum Kreis Ihrer Freunde zahlen. Wir freuen uns

schon sehr auf den sicher anregenden und unterhaltsamen Abend bei Ihnen.

Mit den besten Grüßen

Lotte und Franz Dernbach

**Finanzbriefe. Rechnungen und Zahlungen**

**Vokabular**

|  |  |
| --- | --- |
| Die Bezahlung (-en) | оплата, погашение задолженности |
|  |  |
| die ~ leisten | производить оплату |
| auf die ~ verzichten | отказываться от выплаты |
| die ~ verzögern | задерживать оплату |
| zur ~ vorlegen | предъявлять к оплате |
| überfällige ~ | просроченная оплата |
| vorfristige ~ | досрочная оплата |
| ~ durch Akkreditiv | платеж с аккредитива |
| ~ durch Geldüberweisung | оплата путем денежных |
|  | переводов |
| ~ in Bargeld | оплата наличными |
| ~ mit Scheck | оплата чеком |
| der Zahlungsausgleich | балансирование платежей, |
|  | расчеты |
| die Bezahlungsfrist | срок оплаты |
| Die Rechnung (-en) | счет (документ), счет (в |
|  | банке) |
| eine - aufmachen (ausfertigen) | оформлять счет |
| eine ~ ausgleichen (begleichen) | оплачивать счет |
| eine ~ ausschreiben | выписывать счет |
| eine -ausstellen | выставлять счет |
| eine ~ berichtigen | исправлять счет |
| eine - bewilligen | утверждать счет |
| eine - bezahlen (einlösen) | оплачивать счет |
| eine - fälschen (nachahmen) | подделывать счет |
| auf die ~ setzen | относить (сумму) на счет |
| die ~ vorlegen | представлять счет |
| fällige ~ | счет, срок платежа по |
|  | которому наступил |
| der Rechnungsbeleg | подтверждающий документ |
| der Rechnungsbetrag | сумма счета |
| die Rechnungsvorlage | предъявление счета |
| der Verrechnungsscheck | расчетный чек |

**Übung 1.**

Zahlungsbedingungen. Ordnen Sie den Begriffen die entsprechenden Definitionen zu.

1. netto Kasse

2. innerhalb 14 Tagen 2% Skonto

3. gegen Vorauskasse

4. gegen Nachnahme

5. durch Akkreditiv

6. Kasse gegen Dokumente

a) Wenn der Käufer innerhalb einer bestimmten Frist bezahlt, kann er vom Rechnungsbetrag einen bestimmten Prozentsatz abziehen. Er zahlt also etwas weniger als Belohnung für schnelles Bezahlen.

b) Zahlungsformen im Außenhandel, bei der die Bank des Käufers und die Bank des Verkäufers zusammenarbeiten. Die Banken verpflichten sich zur Auszahlung des Rechnungsbetrags bzw. zur Aushändigung der Warendokumente. Dadurch ist eine höchstmögliche Sicherheit für Käufer und Verkäufer gegeben.

c)... ist im Außenhandel und im innerdeutschen Handel üblich. Der Käufer ist verpflichtet zu zahlen, sobald er die Warendokumente erhält. Der Besitz der Dokumente garantiert die Ware.

d) Zahlungsbedingungen, bei denen es keinen Abzug (z.B. Skonto) gibt.

e) Zahlungsbedingungen, bei denen die Post bei der Auslieferung den Rechnungsbetrag bar vom Kunden entzieht. Der Betrag wird auf das Postgirokonto des Verkäufers überwiesen.

f) Der Käufer bezahlt die Rechnung, bevor er die Ware bekommt. Man kann diese Art der Zahlung auch mit anderen kombinieren.

**Übung 2.**

Lesen Sie Musterbriefe und schreiben Sie ähnliche.

*Zahlung durch Akzept*

Sehr geehrter Herr Seifert,

zum Ausgleich Ihrer Rechnung Nr. 1-46/4 vom 4. Mai 19.. sende ich Ihnen als Anlage mein Akzept über 3.845,75 DM, fällig am 4. August 19.. in Karlsruhe. Ich bitte um Gutschrift und Empfangsbestätigung.

Mit freundlichem Gruß

Anlage

Karin Ihlenburg

Akzept

*Zahlbarstellung von Wechseln*

Sehr geehrte Damen und Herren,

in Zukunft werde ich häufiger mit Wechseln arbeiten und ich möchte sie bei Ihnen zahlbarstellen. Bitte teilen Sie mir Ihre Bedingungen hierfür mit.

Mit freundlichen Grüßen

Karin Ihlenburg

*Wechselavis*

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich danke Ihnen für die Bereitwilligkeit meine Akzepte einzulösen und bin mit Ihren Bedingungen einverstanden.

Heute habe ich einen Wechsel über 3.845,75 DM, fällig am 4. Aug. 19.., Zahlungsempfänger: Hartmut Seifert, Ludwigshafen bei Ihnen zahlbar gestellt.

Ich bitte Sie den Wechsel einzulösen. Für rechtzeitige Deckung werde ich sorgen.

Mit freundlichem Gruß

*Rechnungsausgleich durch Wechsel*

Sehr geehrte Damen und Herren,

zum Ausgleich Ihrer Rechnung Nr. 146/4 vom 4, Mai 19.. sende ich Ihnen als Anlage einen Wechsel über 3.845,75 DM, fällig am 4. Aug. 19.. in Karlsruhe,

Bezogene: Karin Ihlenburg, Luisenplatz 8.

Ich bitte um Gutschrift und Empfangsanzeige.

Mit freundlichem Gruß

Anlage

Hartmut Seifert

Wechsel

*Bitte um Wechseleinzug*

Sehr geehrter Herr Krause,

als Anlage sende ich Ihnen einen Wechsel über 5.250,00 DM, fällig 13. Sept. 19.. in Kiel.

Legen Sie bitte den Wechsel bei der Nordbank, Kiel, zur Zahlung vor und überweisen Sie den Betrag auf mein Konto Nr. 4613 bei der Volksbank Straubing, BLZ 742 900 00. Im Voraus besten Dank. Ich wünsche Ihnen für Ihre Arbeit im neuen Bezirk weiterhin gute Erfolge.

Mit besten Grüßen

Anlage

Anton Maier

Wechsel

**Übung 3.**

Lesen Sie folgenden Brief.

Welches Ziel hat er?

Schreiben Sie einen ähnlichen Brief.

**Uhrenhaus Finck**

**Postfach 20.07.68 80005 München**

Einrichtungshaus Bassermann

Herrn Meixner

Nordstr. 11

66780 Rehlingen

Zahlung durch Akzept

3.9.20..

Sehr geehrter Herr Meixner,

zur Begleichung Ihrer Rechnung Nr.2545/035 vom 1.9.20.. sende ich mein Akzept über

Euro 18 796,-, fällig am 1.12.20.. in München.

Bitte schicken Sie mir eine Empfangsbestätigung und Gutschrift.

Mit freundlichen Grüßen

Uhrenhaus Finck

Bartholomäus Finck

Anlage: Akzept

**Übung 4.**

Sehen Sie folgendes Formular durch, und sagen Sie , welche Angaben muss man hier nennen.

Füllen Sie dieses Formular aus.

Angenommen

den 19

Ort und Tag der Ausstellung (Monat in Buchstaben)

Nr. d. Zahl. —Ortes Zahlungsort Verfalltag

Gegen diesen **Wechsel** — erste Ausfertigung — zahlen Sie am 19—

Monat in Buchstaben

An Euro

Betrag in Ziffern

Euro

Cent wie oben

Betrag in Buchstaben

Bezogener

in

Ort und Straße (genaue Anschrift)

Zahlbar in

Zahlungsort

bei

Name des Kreditinstituts

z.L.Konto Nr.

Zweckform Einheitswechsel A Din 5004

Unterschrift und genaue Anschrift des Ausstellers

Stempelmarken auf der Rückseite unmittelbar unter diesem Rande aufkleben

**Anfrage und Angebot**

**Übung 1.**

Ordnen Sie die Punkten:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Ihre Adresse teilte uns  Wir haben Ihre Adresse  Die IHK hat uns  Wir haben Ihre Anzeige  Wir beziehen uns  Wir interessieren uns  Bitte nennen Sie uns  Wir sind interessiert  Wir benötigen laufend  Bitte senden Sie uns  Wir brauchen auch Angaben  Sollten Ihre Preise  Bei guter Qualität können Sie  Bei guter Qualität sind wir  Die Hypo-Bank München erteilt  Ihnen | **a**. für Ihre Baumaschinen  **b**. an Sie verwiesen  **c.** über Ihre Verkaufs- Lieferbedingungen  **d.** mit größeren Aufträgen rechnen  **e**. gerne Auskunft über uns  **f.** durch die IHK bekommen  **g**. ein Angebot zu.  **h.** im ,,Handelsblatt`` gelesen  **i.** zu weiteren Aufträgen bereit  **j.** Ihre Verkaufs- und Lieferbedingungen  **k**. an Ihre Baumaschinen.  **l.** Baumaschinen  **m.** die IHK mit  **n**. konkurrenzfähig sein, erhalten Sie größere Aufträge  **o**. auf Ihre Anzeige im |

**Übung 2.**

* Lesen Sie den Brief und sagen Sie welche Information fragt die Firma Bärenbräu AG an.
* Wie erkannte diese Firma die Adresse des Geschäftspartners.
* Schreiben Sie einen ähnlichen Brief.

**Bärenbräu AG**

Bärenbräu AG Gelbe Gasse 15 A-4020 Linz

Xaver Ertl GmbH

Drygalskiallee 118

D-81477 München

26.3.20..

**Anfrage**

Sehr geehrte Damen und Herren,

Ihre Adresse teilte uns die Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern mit.

Wir sind eine mittelständische österreichische Brauerei und suchen für unser geplantes neues Weißbier Linzer Weiße hefetrüb einen Etikettenlieferanten. Unser geschätzter Jahresbedarf liegt bei ca. 100000 Stück. Bitte senden Sie uns so bald wie möglich ein unverbindliches Angebot mit Mustern Ihrer Etiketten zu. Außerdem benötigen wir ausführliche Angaben über Lieferzeiten, Preise, Liefer- und Zahlungsbedingungen.

Bei Rückfragen steht Ihnen unsere Mitarbeiterin Hermine Brunnauer gern zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Bärenbräu AG

Bärenbräu AG

Gelbe Gasse 15

A-4020 Linz

Telefon 07 32-69 86 32

Telefax 07 32-69 86 54

**Übung 3.**

Lesen Sie und übersetzen folgende Sätze\_ bilden Sie Beispiele mit ihnen.

Wir verdanken Ihre Anschrift der Firma XY.

... hat uns an Sie verwiesen.

Wir haben Ihre Anzeige in ... gelesen.

Wir suchen / interessieren uns für / benötigen ständig / haben laufend Bedarf an ...

Bitte nennen Sie uns Ihre Verkaufsbedingungen und Lieferzeiten für .../machen Sie uns ein Angebot für ...

Für ausführliche Informationen / die Zusendung Ihres neuesten Katalogs / wären wir dankbar.

Als Referenzen können wir Ihnen die folgenden Firmen nennen:...

... ist gerne bereit, Ihnen jede gewünschte Auskunft über uns zu erteilen.

Wenn Ihre Preise konkurrenzfähig sind / die Qualität Ihrer Erzeugnisse unseren Erwartungen entspricht / die Ware unseren Anforderungen genügt,...

... wären wir bereit, Ihnen einen Probeauftrag zu erteilen. ... können Sie mit laufenden Aufträgen rechnen. ... dürften sich hier gute Verkaufsmöglichkeiten ergeben.

**Reklamation**

***Vokabular***

die Reklamation (-en), dieрекламация

Mängelrüge (-n) предъявлять рекламацию кому-л., на что-л.

die Reklamation erheben

gegenüber (D.) an (D.)

die Reklamation geltendпредъявлятьрекламацию

machen

die Reklamation anmelden beiзаявлятькому-л. рекламацию

(D.)

beanstanden (A.)заявлять претензию на что-л.

sich beschweren über (A.)жаловатьсяначто-л.

sich beklagen über (A.)жаловаться на что-л.

dieBeschwerde überA.жалобаначто-л

der Mangel an D.дефектчего-л.

sich erweisen als N.оказатьсячём-л., каким-л.

dieSchuldtrifft (A.) вину несет кто-л.

haftenfür (A.), aufkommenfür нести ответственность за что-л.

(A.)

zurückführen auf (A.) объяснятьчем-л.

dem Konto gutschreiben A.записать (сумму) на счет

кредитовать счет (суммой)

bestehenaufD. настаивать на чем-л.

verweigernA. отказываться от чего-л.

entschädigenA. fürA. возместить убытки кому-л. за что-л.

den Preis herabsetzen um A. снижать цену на

derAnnahmeverzug задержка в получении (приемке)

**Übung 1.**

Lesen Sie und behalten Sie folgende Beispielsätze.

Wir danken für die pünktliche Lieferung der Ware, müssten aber feststellen, dass...

Bei Überprüfung Ihrer Warensendung fiel mir auf, dass ...

Die heute eingetroffene Ware kann ich in diesem Zustand nicht verwenden, weil...

In den einzelnen Packungen fehlen ...

Die Bohrungen sind zu groß, deshalb ...

... sind so nachlässig verarbeitet, dass ...

... kann in diesem Zustand nicht verwendet und muss daher ersetzt werden.

... muss ich Sie leider um Ersatz des Schadens bitten.

... ließe sich bei einem Preisnachlass von —, — DM noch

verkaufen.

**Übung 2.**

Schreiben Sie einen ähnlichen Brief.

Beanstandung der gelieferten Fischpastete

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit Ihrer Sendung Fischpastete, die heute morgen eingetroffen ist, bin ich nicht zufrieden. Die Pastete schmeckt so tranig, dass ich nicht glauben l kann, sie sei, wie auf den Dosen angegeben ist, aus frischem Dorsch undSeelachs hergestellt worden. Außerdem ist sie ungewöhnlich salzig.

Um meine Kunden nicht zu verlieren stelle ich Ihnen die Ware zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Willi Obenaus

**Übung 3.**

Lesen Sie einen Brief.

Wie ist das Ziel des Briefes?

Angaben des Absenders

**Firma**

**Empfänger in der Firma**

**Straße oder Postfach**

**PostleitzahlundOrt Datum**

Unsere Lieferung vom ...

Offensichtlicher Qualitätsmangel

Ihr Schreiben vom...

Liebe Frau Schmalbach,vielen Dank für Ihre humorvollen Zeilen. Ich bin froh, dass Sie unser kleines Missgeschick nicht zu ernst nehmen, und vor allen Dingen, dass Sie keine großen Probleme durch unseren Fehler haben.

Unser Werkmeister muss einen anderen Arbeitsplatz bekommen, denn Farbenblindheit können wir uns an seinem jetzigen Platz nicht leisten. Vorerst soll nun mein fünfjähriger Sohn die Farbentscheidungen treffen. Ist das so in Ihrem Sinne? Unser Fahrer holt die roten Frösche am ... bei Ihnen ab und liefert Ihnen dafür grüne. Er bringt Ihnen außerdem einen Strauß bunter Frühlingsblumen, mit dem ich mich für unseren Fehler entschuldigen möchte.

Mit freundlichen Grüßen

Unterschrift(en)

**Übung 4.**

Lesen Sie diesen Brief und beantworten Sie die Fragen.

1. Wer ist der Verfasser des Briefes?
2. Worum handelt es sich?
3. Ist der Lieferant mit der Forderung des Käufers einverstanden?
4. Warum will der Lieferant die Ware zurücknehmen?

Angaben des Absenders

**Firma**

**Empfänger in der Firma**

**Straße oder Postfach**

**PostleitzahlundOrt Datum**

Ihre Forderung nach Wandelung vom..

Unsere ... (Ware)-Lieferung vom ...

Sehr geehrte Damen und Herren,

es tut uns sehr Leid, von Ihnen zu hören, dass Sie unsere Lieferung (Lieferschein Nummer...) zu beanstanden haben. Herr Lachmüller, Havariekommissar, wird Sie, wie telefonisch mit Ihnen besprochen, am ... besuchen, um sich den Schaden anzusehen.

Selbstverständlich nehmen wir die Ware danach zurück, damit Sie nicht noch weitere Schwierigkeiten haben.

Mit freundlichen Grüßen

Unterschrift(en)

**Übung 5.**

Ordnen Sie den folgenden Satzanfängen das jeweils richtige Satzende zu.

1. Ich kenne bereits Ihre Ansprüche und ...

2 Ja wir haben Ihre Reklamation erhalten, aber...

3. Die Reklamation enthält alle Angaben, die...

4. Wir bitten Sie nachdrücklich, unsere Reklamationsansprüche zu prüfen und ...

5. Wir überprüfen Ihre Ansprüche und, wenn sie berechtigt sind,...

6. Wir hoffen, dass sie alle Maßnahmen ...

7. Ich weiß, dass die Waren bisher einwandfrei waren, aber...

8. Wir nehmen die Ware unter Bedingung an, wenn ...

9. Der Grund besteht darin, dass ...

10. Da der Garantiefrist noch nicht abgelaufen ist,...

A. ... überweisen die erforderliche Summe auf Ihr Konto.

B. ... zur Erledigung unserer Reklamation ergreifen werden.

C. ... Ausnahmen kann es immer geben.

D. ... bitten wir Sie um eine kostenlose Behebung der angeführten Mängel.

E. ... werde mich sofort mit dieser Angelegenheit beschäftigen.

F. ... gemäß den Vertragsbedingungen erforderlich sind.

G. ... noch nicht geprüft.

H. ...die Summe von ... Rubel auf unser Konto zu überweisen.

I. ... Sie den Preis für sie um 10% senken.

J. ... die Güte der Ware den von uns vereinbarten Bestimmungen nicht entspricht.

**Übung 6.**

Welche Aufzüge (A-H) gehören zu welchem Brief (a,b). Geben Sie die richtige Reinfolge der Sätze an.

a) Reklamation

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |

b)Bewerbungsschreiben

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |

**A.** Seit Jahren bin ich im Kaufgeschäft tätig und habe viele praktische Erfahrungen.

**B.** Sehr geehrte Herren,

Wir haben auf unserem Lager ca. 50 reklamierte Waren, und wir bitten uns zu informieren, in welcher Weise Sie eine Vergütung leisten werden.

**C.** Sehr geehrte Damen und Herren,

In der Zeitung «Frankfurter Allgemeine» vom 15.04.03 suchen Sie eine Bürokauffrau. Ich würde gern diese Arbeit übernehmen.

**D.** Wir können die Ware vielleicht mit 30% Preisabschlag anbieten. Gerne laden wir Experten Ihrer Firma und der Erzeugungsfabrik ein, damit sie sich selbst von den Qualitätsdifferenzen überzeugen können.

**E.** Ich habe vor kurzem meine EDV-Kenntnisse am eigenen Heimcomputer vertieft.

**F.** Bis zur Klärung bitten wir die Lieferung zu unterbrechen und erst zu einem späteren Zeitpunkt, wenn diese Probleme gelöst sind, die restliche Ware zu versenden. Wir sind bereit, die Vertragsdauer zu verlangen und eventuelle Lieferungen auch im II. Quartal zu übernehmen.

**G.** Ich interessiere mich für ausgeschriebene Stelle sehr und ich würde mich freuen, einen neuen verantwortungsvollen Wirkungskreis in Ihrem Haus zu finden.

Mit freundlichen Grüßen,

Sabine Wagner

**H.** Wir bitten Sie um Ihr Verständnis und glauben, dass wir bei den großen finanziellen Opfern auch Sie bitten dürfen, uns etwas mehr zu unterstützen.

Mit freundlichen Grüßen

**Übung 7.**

Schreiben Sie anhand des gegebenen Briefes selbst eine Reklamation für jeden der folgenden Fälle.

Firma Chemotec GmbH

Abt. Haushaltsgeräte

Sehr geehrte Damen und Herren,

leider muss ich Ihnen mitteilen, dass meine elektrische Zahnbürste kaputtgegangen ist. Ich habe sie zur Reparatur gebracht und dort wurde mir gesagt, dass die Reparatur sich nicht mehr lohnt, dass ich mir auch gleich eine neue Zahnbürste kaufen könnte. Dies ärgert mich besonders, weil die Garantiezeit erst vor einer Woche abgelaufen ist.

**Fälle:**

I. Neues Auto: Scheibenwischer funktioniert nicht immer.

2. Blauen Teppich geliefert, grünen bestellt.

3. Videorekorder nach 2 Monaten schon kaputt.

**Benutzen Sie dabei folgende Textbausteine:**

Es geht um ...

Es handelt sich um ...

Leider habe ich festgestellt, dass...

Leider ist Ihnen ein Irrtum/ Fehler... unterlaufen.

Ich habe einen blauen Teppich/.... bestellt und keinen grünen/

Ich habe eine Reklamation: Der Videorekorder/ der ... ist nach zwei Monaten/...

schon kaputtgegangen. Aber ich habe ja noch ...Garantie...

**Übung 8.**

Ihre Abteilung hat die folgende schriftliche Reklamation erhalten.

Heinrich Mahler

Spezialgeschäft für Schirme und

Regenmäntel

D-01059 Dresden

**Firma**

Alberto Moravia

cassela postale

1-02412 Mailand 21.01.04.

**Mängelrüge wegen schadhafter Damenschirme**

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir haben am 14. Januar d.J. 250 Damenschirme, 40 cm, Qualität FT1 von Ihnen bezogen.

Leider hatten wir mit 22 dieser Schirme Schwierigkeiten. Die Kunden brachten uns diese Schirme oft schon nach Tagen abgebrochen zurück. Wir haben die Schirme zurückgenommen und genau untersucht. Unserer Meinung nach ist der verwendete Stahl fehlerhaft.

Wir haben Ihnen die Schirme gestern per Luftfracht zugesandt, so dass Sie sie selbst überprüfen können.

Da wir mit den restlichen Schirmen kein Risiko eingehen möchten, wäre es uns am liebsten, wenn Sie uns die gesamte Lieferung ersetzen könnten.

Wir sehen Ihrer baldigen Antwort und Erledigung des Problems entgegen und verbleiben mit freundlichen Grüßen

Heinrich Mahler

Ihr Chef hat Sie gebeten auf die Reklamation zu antworten. Er bittet Sie folgende Punkte im Brief zu erwähnen.

Schreiben Sie den Antwortbrief an Heinrich Mahler.

Wählen Sie dazu aus den folgenden Textbausteinen die passenden

aus.

Achten Sie darauf, dass Sie an manchen Stellen genaue Angaben machen müssen und auch mal ein bisschen umformulieren müssen. Vergessen Sie nicht den Betreff, die Anrede, einen Anfangs- und einen Schlusssatz.

*Notizen Ihres Chefs:*

- vielmals entschuldigen (guter Kunde)

- Untersuchung hat gezeigt: Stahl war falsch behandelt

- alle Schirme auf unsere Kosten zurückschicken (Bahnfracht)

- Ersatz sofort, kostenlos

- Hoffnung auf weitere gute Geschäftsbeziehungen. *Antwort auf Mängelrüge*

1. Wir bedauern diese Verzögerung außerordentlich.

2. Wir sind bereit Ihnen die Waren kostenlos zu ersetzen.

3. Unsere Untersuchungen haben gezeigt, dass ...

4. Zu unserem Erstaunen haben wir Ihre Lieferung noch nicht erhalten.

5. Leider können die bestellten Waren erst in 3 Wochen geliefert werden.

6. Es tut uns außerordentlich leid, dass Sie mit unserer letzten Lieferung Schwierigkeiten hatten.

7. Wir bedauern diesen Vorfall sehr.

8. Wir hoffen die Angelegenheit zu Ihrer Zufriedenheit geregelt

zu haben und verbleiben

9. Bitte schicken Sie uns die komplette Sendung auf unsere Kosten per Bahnfracht zurück.

10. Wir hoffen auf weiterhin gute Geschäftsbeziehungen.

**Übung 9.**

Schreiben Sie die Geschäftsbriefe zu den folgenden Geschäftsvorgängen:

Die Tuchgroßhandlung Heinrich Scholz in 33 Braunschweig, Leibnizstraße 11, hatte am 15. 02. 04. von der Aachener Tuchweberei AG in Aachen, Karolingerstraße 54, verschiedene Stoffe bezogen. Bei der Überprüfung der Ware am 24.02. wurde bei Art.335 ein durchgehender Webfehler vom 11. bis 25. Meter festgestellt. Der Abnehmer bittet um Neulieferung der beschädigten Meterzahl.

Die Firma «Moderne Herrenwäsche», Inhaber Karl Blöhm in 45 Osnabrück, Friedrichstraße 38, hatte am 1.02.04 von der Firma «Bielefelder Hemdenfabrik», 48 Bielefeld, Kurfürstenstraße 17, verschiedene Posten von Herrenhemden bezogen. Bei der Überprüfung der Ware am 5.02.04 musste sie feststellen, dass anstelle der 6 Dtzd. Herrenhemden Typ «James Bond», Art. 27, nur 5 Dtzd. geliefert wurden.

Die Firma «Schuh-Mayer», Inh. Kurt Mayer, in 69 Heidelberg, Schlossstraße 10, hatte am 23.03.04. von der Schuhfabrik Herbert Zinn in 605 Offenbach (Main), Schopenhauerstraße 3, eine Sendung von Damenschuhen erhalten. Bei Übernahme wurde festgestellt, dass anstelle des Art. 123 (Abendschuhe in Schwarz) Straßenschuhe in Braun geliefert wurden.

**Thema 2 “Geschäftskommunikation“**

***Zeitungstypen und Zeitschriften***

***in Deutschland***

**Das Besondere einer Zeitung**

*Noch immer sind Zeitungen eine unserer wichtigsten Informationsquellen. Wer ausführlich informiert sein will, Einzelheiten und Hintergründe kennen lernen möchte, kommt an der Zeitung nicht vorbei. Außerdem findet man in der Zeitung Informationen, an die sonst nur schwer heranzukommen ist, z. B. zu lokalen oder regionalen Veranstaltungen, Vereinsnachrichten und Todesanzeigen. Viele Menschen haben deshalb eine Tageszeitung abonniert. Auch Zeitungen gehen mit der Zeit. Heute bestehen Printmedien, Radio- und Fernsehsender sowie Internet-Websites nebeneinander. So verfügen alle Tageszeitungen über einen Internetauftritt, der neben der jeweiligen Ausgabe auch aktuelle Meldungen, ein Archiv sowie zahlreiche Zusatzangebote einschließt.*

**„Die Tageszeitungen liest doch jede®“ – oder?**

*Gut drei Viertel der deutschen Bevölkerung über 14 Jahre (75,7 Prozent) lesen regelmäßig eine Tageszeitung, das sind 49 Millionen Männer und Frauen. Bei den lokalen und regionalen Abonnementzeitungen liegen die Leserinnen mit 65,2 Prozent sogar ganz leicht vor den Lesern (63,1 Prozent).*

*Nach Altersgruppen betrachtet, erreichen die Tageszeitungen ihre höchste Reichweite traditionell bei den 40- bis 69-jährigen Lesern, nämlich zwischen knapp 85 und gut 78 Prozent. Von den über 70-Jährigen greifen fast 84 Prozent regelmäßig zur Tageszeitung, und bei den 30- bis 39-Jährigen sind es gut 71 Prozent. Zwar wird von den jüngeren Altersgruppen im Vergleich weniger und weniger regelmäßig Zeitung gelesen, doch liegen auch hier die Reichweiten auf einem hohen Niveau: Von den 20- bis 29-Jährigen werden 61,5 Prozent durch die Zeitung erreicht, bei den 14- bis 19-Jährigen sind es immerhin fast 52 Prozent.*

**Was in der Tageszeitung interessiert, %**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Leseinteressen* | *Die 16- bis*  *29-Jährigen* | *Gesamt-*  *bevölkerung* |
| *lokale Berichte aus dem Ort und der Umgebung* | *74* | *83* |
| *politische Meldungen und Berichte aus dem Inland* | *49* | *69* |
| *politische Meldungen und Berichte aus dem Ausland* | *45* | *60* |
| *Anzeigen* | *41* | *43* |
| *Leserbriefe* | *28* | *43* |
| *Leitartikel* | *36* | *44* |
| *Tatsachenberichte aus dem Alltag* | *32* | *42* |
| *Sportberichte/Sportnachrichten* | *45* | *42* |
| *kulturelles Leben (Film, Theater, Bücher, Musik)* | *24* | *31* |
| *Wirtschaftsteil, Wirtschaftsnachrichten* | *20* | *38* |
| *Gerichtsberichte, Berichte über laufende Prozesse* | *31* | *31* |
| *Frauenseiten (Mode, Haushalt, Kindererziehung* | *24* | *26* |
| *aus Wissenschaft und Technik* | *25* | *27* |
| *Fortsetzungsromane* | *3* | *5* |

Institut für Demoskopie, Allensbach, 2007

**Zeitung für junge Leute**

*Um das Interesse insbesondere der Jugendlichen an der Zeitung zu wecken und zu halten, haben in den vergangenen zehn Jahren zahlreiche Verlage weit über 100 eigene redaktionelle Angebote für junge Leser entwickelt. Seither veröffentlichen die Zeitungen zum Beispiel regelmäßig Jugendsupplements (=* Jugendbeilagen*) mit ausführlichen Veranstaltungshinweisen oder spezielle Jugendseiten sowie auf diese Zielgruppe zugeschnittene Internetaktivitäten. Gerade durch die Verknüpfung mit interessanten Online-Angeboten hoffen die Verlage, den internetaffinen (=* geneigten*) Nachwuchs auch mit den Qualitäten der gedruckten Zeitung vertraut zu machen. Mittlerweile richten sich zahlreiche Aktivitäten aber auch bereits an Kinder im Grundschulalter. Dabei wird auf interessante inhaltliche Angebote ebenso viel Wert gelegt wie auf Leseförderungsmaßnahmen.*

*www.bdzv.de im 2. Quartal 2006*

**Presse- und Medienkonzentration**

*In der Bundesrepublik Deutschland sank die Zahl der selbständigen Tageszeitungen seit den 1950er-Jahren von 225 auf rund 130 im Jahr 2006. Sie werden von wenigen, wirtschaftlich starken Verlagen herausgegeben. Zwei Drittel aller verkauften Zeitungen erscheinen bei nur vier großen Konzernen:* ***Bertelsmann, Springer, Burda*** *und* ***Bauer****. Sie besitzen darüber hinaus auch hohe Marktanteile an privaten Fernsehsendern und damit eine große Macht. Daraus können Gefahren entstehen: Einschränkung der Pressefreiheit, Abhängigkeit von Werbekunden, politische Einflussnahme.*

**Zeitungsgattungen**

Im internationalen Vergleich zeichnet sich die Bundesrepublik Deutschland durch ein besonders reichhaltiges und vielfältiges Zeitungsangebot aus. Zeitungsverlage, die fast ausnahmslos in privatem Besitz sind, geben 380 Zeitungen (Tages-, Wochen- und Sonntagszeitungen) mit einer Gesamtauflage von 29 Millionen Exemplaren heraus. Innerhalb dieser Kategorie nimmt die „**Bild**- Zeitung mit einer verkauften Auflage von rund 3,2 Millionen Exemplaren als einzige überregionale Verkaufszeitung eine herausragende Rolle ein. Die Gesamtauflage der rund 350 Tageszeitungen liegt bei 25 Millionen täglich.

Viele Tageszeitungen erscheinen mit mehreren Lokalausgaben unter verschiedenen Namen. Man nennt das „Publizistische Einheiten“. Sie haben eine Vollredaktion und für die verschiedenen Lokalausgaben jeweils eine Lokalredaktion. Es gibt 135 Publizistische Einheiten mit 1567 Zeitungsausgaben. (Alle Zahlen: 1. Quartal, 2010)

Deutsche Zeitungen unterscheiden sich in Niveau, Zielgruppen und Verbreitungsgebiete, so die Zeitungen in

* **Regionale und lokale Tageszeitungen**: Sie sind vornehmlich in einer bestimmten Region verbreitet. Sie bieten wochentäglich eine aktuelle Berichterstattung und Kommentierung sowohl zu „großen“ als auch zu regionalen und lokalen Politik-, Wirtschafts-, Kultur- und Sportereignissen. Regionale und lokale Tageszeitungen werden überwiegend im Abonnement abgesetzt.
* **Überregionale Zeitungen** mit hohem Anspruch (***Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Die Welt, Frankfurter Rundschau***): Sie sind solche Zeitungen, von deren Auflage mindestens 20 Prozent außerhalb eines Kernverbreitungsgebietes bezogen werden. Diese Zeitungen, die fast alle von Montag bis Samstag erscheinen, berichten ausführlich über das Geschehen in Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport in Deutschland und in der Welt. Sie bieten hierzu Kommentare und auch Hintergrundinformationen. Der weitaus größte Teil der Auflage der überregionalen Tageszeitungen ist von einem festen Leserstamm abonniert.
* ***Boulevardzeitungen*** *(„Boulevard-Blätter“) (***Bild, Abendzeitung, BZ, Express***): Diese Zeitungen haben ihren Namen daher, weil sie nicht im Abonnement, sondern auf der Straße verkauft werden. Sie sind auffällig bunt gestaltet, werben mit großen Schlagzeilen und berichten oft über Skandale, Klatsch und Tragödien. Der Gefühlswert der Beiträge übertrifft deutlich den sachlichen Informationswert.*

Das Zeitungsangebot lässt sich auch nach ***der Erscheinungsweise*** (in Tages-, Wochen- und Sonntagszeitungen) und nach ***der Vertriebsart*** ordnen, d.h. danach, ob eine Zeitung überwiegend im Abonnement oder im Einzelverkauf an der Straße oder am Kiosk abgesetzt wird.

*Für die politische Meinungsbildung sind z.B. wichtig*

* **Wochenzeitungen** (***Die Zeit, Rheinischer Merkur***): Politische Wochenzeitungen sind überregional verbreitet. Da sie wöchentlich erscheinen, findet sich in diesen Zeitungen keine tagesaktuelle Berichterstattung und Kommentierung. In den redaktionellen Beiträgen dieser Zeitungen werden vorwiegend zusammenfassende und Hintergrundinformationen sowie Deutungen von Ereignissen und Entwicklungen des politischen, aber auch des wirtschaftlichen und kulturellen Lebens geboten.
* ***Sonntagszeitungen*** *(***Welt am Sonntag, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung***): Sie sind zum Teil regional, zum Teil überregional verbreitet. Diese Zeitungen erscheinen nur einmal in der Woche. Sie behandeln aktuelle Themen und Hintergründe.*

**Zeitschriftenpresse**

*Der deutsche Zeitschriftenmarkt ist auch breit gefächert: Einschließlich aller Fachzeitschriften werden mehr als 9000 Titel angeboten. Ein Schwergewicht bilden die* ***Publikumszeitschriften*** *mit einer Gesamtauflage von 114 Millionen Exemplaren. Das sind Illustrierte, Programm-, Frauen-, Jugend- und Kinderzeitschriften. Zu den meistgelesenen* ***Nachrichtenmagazine*** *gehören „****Stern****“ und „****Der Spiegel****“. Diese Nachrichtenmagazine illustrieren lebendig geschriebene Berichte und Kommentare mit vielen Fotos.*

Immer mehr Leser gewinnen auch so genannte „Special-Interest-Titel“, die sich an bestimmte Zielgruppen mit ausgewählten Einzelthemen, ob Tennis, Computer oder Unterhaltungselektronik, wenden.

Zahlenmäßig groß, aber ohne hohe Auflage ist die Gruppe der Fachzeitschriften. Hinzu kommen konfessionelle Blätter, Kundenzeitschriften und Anzeigenblätter. Ein Drittel des Zeitschriftenmarktes entfällt auf die Publikationen der Organisationen und Verbände. Die „**ADAC-Motorwelt**“ des Allgemeinen Deutschen Automobilclubs ist mit rund 13 Millionen Exemplaren das auflagenstärkste Blatt.

**Was „Boulevard“ bedeutet**

*Die frühen Boulevardmedien entstanden in den großen Metropolen. Die ersten Boulevardblätter waren Kaufzeitungen, die von Handverkäufern auf den großen Einkaufsstraßen, den Boulevards, vertrieben wurden. Die Zeitungen waren mit spektakulären Schlagzeilen aufgemacht, um das flanierende Publikum zum spontanen Kauf zu animieren.* **Bild**, **Bild am Sonntag**, **Express**, **AZ** *und* **BZ** *sind heute die bekanntesten Boulevardzeitungen in Deutschland. Sie werden von Millionen Menschen gelesen. Auch die wöchentlich erscheinenden Boulevardmagazine wie* **BUNTE** *und* **GALA** *erfreuen sich einer treuen Leserschaft. Schließlich hat der Boulevard auch Fernsehen und Internet erobert. Dabei wird der Begriff selbst oft kritisch verwendet. So wird z. B. von „Boulevardisierung“ gesprochen, wenn beklagt wird, dass sich die Qualität des Fernsehangebots verschlechtert.*

*Aber wodurch unterscheiden sich die Boulevardmedien von anderen journalistischen Formaten? Der typische Boulevardjournalismus zeichnet sich vereinfacht durch die folgenden Punkte aus:*

1. ***Personalisierung****, d.h. das Geschilderte wird an einer Person festgemacht und als persönliche Geschichte erzählt;*
2. ***Emotionalisierung****, d.h. die Berichterstattung ist sehr gefühlsbetont und zielt darauf ab, den Leser bzw. Zuschauer zu berühren;*
3. ***inhaltliche und sprachliche Simplifizierung****, also die starke Vereinfachung des Geschilderten, und schließlich*
4. ***die (scheinbare) Positionierung aufseiten des Lesers****, d.h. der Boulevardreporter spricht oft für seinen Leser und tritt damit deutlich aus seiner Rolle als Beobachter heraus („Bild klagt an!“, „Wollen wir das wirklich?“ oder auch „Da packt uns das Grauen“).*

*Der Boulevardjournalist versucht damit, den Geschehnissen „ein Gesicht zu geben“, indem er Betroffene befragt und damit ihre Emotionen direkt einfängt. Er begrenzt ein Thema, sodass der Leser oder Zuschauer seine eigenen Erfahrungen bestätigt sieht und sich mit der Geschichte identifizieren kann.*

## *Tendenzen von überregionalen Zeitungen*

In der Gesellschaft der Bundesrepublik Deutschland gibt es unterschiedliche Auffassungen darüber, an welchen Grundsätzen sich das Zusammenleben in diesem Gemeinwesen orientieren und in welche Richtung es sich entwickeln sollte. Auch Zeitungen nehmen hierzu bestimmte Grundpositionen ein – sie vertreten bestimmte Tendenzen.

Nicht alle Zeitungen bekennen sich zu einer Tendenz, wohl aber die klassischen, überregionalen Tageszeitungen.

**Die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ über sich:** Die Frankfurter Allgemeine Zeitung bekennt sich zur Ausgewogenheit und zur Mitte, mit kritischer Distanz zu allen Gruppen. Sie will gerade jungen Menschen, den Führungskräften von morgen, Sinn und Bedeutung der staatlichen Verfassung, der Lebens- und Wirtschaftsordnung, vor Augen führen. Die F.A.Z.-Leitartikel, Kommentare und sonstigen Beiträge machen eine bestimmte Linie der Zeitung deutlich.

**Die „Frankfurter Rundschau“ über sich:** Am 1. August 1945 zum ersten Mal erschienen – als erste deutsche Zeitung in der damaligen amerikanischen Besatzungszone – gehört das Blatt inzwischen zu den vier überregionalen Blättern in der Bundesrepublik. Täglich werden über 220 000 Exemplare verkauft. Neben dem Rhein-Main-Gebiet und den hessischen Städten ist die Frankfurter Rundschau vor allem in Berlin, Hamburg, Bonn und den Universitätsstädten besonders stark vertreten. Die Zeitung versteht sich als linksliberales Blatt und ist stolz auf ihre politische und wirtschaftliche Unabhängigkeit.

**Die „Süddeutsche Zeitung“ über sich:** Von der US-Militärregierung in Bayern erhält die „Süddeutsche Zeitung“ die Lizenz Nr. 1. Und am 6. Oktober 1945 erscheint ihre erste Ausgabe, gleichzeitig als erste Zeitung in Bayern.

Die Süddeutsche Zeitung wurde Weltblatt und Heimatzeitung zugleich. Unabhängig, frei, kritisch und wachsam zu sein, war von Anfang an ihre Devise; kein Blatt vor den Mund zu nehmen, nicht einmal das eigene, wurde ihre Lebensphilosophie. Eine gute Zeitung ist kein Dogmengebäude. Sie dient der Ermittlung und Verbreitung von Nachrichten sowie deren Interpretation. Eine gute Zeitung ist auch keine Partei. Deshalb gibt es in der SZ-Redaktion fast so viele Meinungen wie Redakteure. Es gab niemals Richtlinien und Sprachregelungen; nur eine im besten Sinne liberale und demokratische Haltung war die Voraussetzung für Mitarbeiter.

**„Die WELT“ über sich:** Die WELT gehört zu den führenden Blättern der Welt-Presse. Als einzige überregionale deutsche Tageszeitung hat sie ihre Zentralredaktion in Bonn. Das gibt ihr eine unübertroffene Nähe zum Geschehen im Zentrum der deutschen Politik. Die WELT ist unabhängig von Parteien und Interessenverbänden, staatsloyal aber nicht regierungstreu, reformoffen bei liberalkonservativer Grundhaltung.

*Politik-Wirtschaft, Arbeitsbuch 8, 2008*

Anmerkung. Seit dem 1. Juni 1993 befindet sich die Zentralredaktion der Zeitung „DIE WELT“ in Berlin; in Bonn unterhält „DIE WELT“ ein Redaktionsbüro.

***Aufgaben zum Text „Zeitungstypen und Zeitschriften in Deutschland“***

1. *Welche Stellung nimmt die Zeitung unter anderen Informationsquellen ein?*
2. *Wie groß ist der Anteil der deutschen Bevölkerung, der regelmäßig eine Tageszeitung liest?*
3. *Auf welchem Niveau liegen die Reichweiten nach Altersgruppen betrachtet?*
   * *Reichweite bei den 40- bis 69-Jährigen,*
   * *Reichweite bei den über 70-Jährigen,*
   * *Reichweite bei den 30- bis 39-Jährigen,*
   * *Reichweite bei den 20- bis 29-Jährigen,*
   * *Reichweite bei den 14- bis 19-Jährigen.*
4. *Beschreiben und werten Sie die Tabelle zum Thema „Was in der Tageszeitung interessiert“ aus. Verwenden Sie dazu die Hinweise zur Arbeit an der Statistik. Vergleichen Sie das angegebene Forschungsergebnis mit Ihrem eigenen Leseverhalten.*
5. *Was tun die Verlage, um das Interesse der Jugendlichen an der Zeitung zu wecken? Wie stehen Sie zu diesen Aktivitäten?*
6. *Welche Argumente sprechen für oder gegen eine Medienkonzentration in der Hand weniger Unternehmen?*
7. *Nach welchen Kriterien kann man die deutschen Zeitungen ordnen? Füllen Sie die Spalten der unten stehenden Tabelle aus und fassen Sie anschließend die Zeitungstypen zusammen.*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Gesichts-punkte* | *regionale/lo-*  *kale Tages­zeitungen* | *überregio-*  *nale Tages­zeitungen* | *Wochen-*  *zeitungen* | *Sonntags-*  *zeitungen* | *Boulevard-zeitungen* |
| *Verbrei-tungsgebiet* |  |  |  |  |  |
| *Erschei-nungsweise* |  |  |  |  |  |
| *redaktionel-les Angebot* |  |  |  |  |  |
| *Vertriebsart* |  |  |  |  |  |

1. *Welche Zeitungen zählen zu den auflagenstärksten Printorganen der BRD? Welche Qualitätszeitungen haben hohe Auflagen? Was sind „Publizistische Einheiten?*
2. *Welche Zeitschriften bietet der deutsche Markt an? Welche Zeitschriften werden besonders gern gelesen, warum?*
3. *Wie ist der Begriff „Boulevard-Zeitung“ zu Stande gekommen? Was versteht man heute darunter? Wie erklären Sie die starke Tendenz zur „Boulevardisie-rung“?*
4. Durch welche Punkte zeichnet sich der Boulevardjournalismus aus? Erläutern Sie diese Punkte.
5. Was könnte mit „Tendenz“ gemeint sein? Welche Zeitungen weisen ihre Tendenzen aus?
6. Welche Aussagen über die Tendenzen von überregionalen Zeitungen enthält der Text oben? Füllen Sie die unten stehende Tabelle aus und erklären Sie, welche Grundhaltung sich die angegebenen Zeitungen zuschreiben.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Die Zeitung | bezeichnet sich als | was so aufgeschlüsselt werden kann |
| Frankfurter Allgemeine Zeitung | ...................................  ................................... | .................................................................  ................................................................. |
| Frankfurter Rundschau | ...................................  ................................... | .................................................................  ................................................................. |
| Süddeutsche Zeitung | ...................................  ................................... | .............................................. ..................  ................................................................. |
| DIE WELT | ...................................  ................................... | .................................................................  ................................................................. |

1. Wie würden Sie die Aussage über die „liberalkonservative Grundhaltung“ aufschlüsseln?
2. Was versteht man unter der Ausrichtung „links“? Was könnte die Aussage „linksliberal“ bedeuten?
3. Woran kann man eine gute bzw. schlechte Zeitung erkennen? Ordnen Sie zu und berichten Sie darüber.

**Bei einer guten Zeitung** ...

**Bei einer schlechten Zeitung** ...

* + 1. wird der Wahrheitsgehalt jeder Information geprüft.
    2. geht es weniger um sorgfältige Recherche, weil ohnehin die Unterhaltung im Vordergrund steht.
    3. wird sorgfältig zwischen Tatsachen (Bericht) und Meinungsäußerungen (Kommentar) unterschieden.
    4. werden Bericht und Meinungsäußerung häufig vermischt.
    5. werden „schrille“ Inhalte und Sensationsmeldungen vermieden.
    6. entscheiden Verkaufsargumente und Sensationslust in erster Linie über den Inhalt.
    7. werden keine Themen aufgrund politischer oder wirtschaftlicher Interessen bzw. Bindungen ausgespart.
    8. wird je nach dem Interesse einzelner Gruppen berichtet oder eben nicht berichtet.
    9. wird nicht danach gefragt, ob man „politisch anecken“ kann (z. B. bei der Regierung oder bei Unternehmen).
    10. wird einseitig und tendenziös berichtet.
    11. wird die „Wahrheit“ entsprechend nicht künstlich oder gewaltsam vereinfacht.
    12. wird mit der Berichterstattung selber „Politik gemacht“, um bestimmten politischen Akteuren zu schaden oder zu nutzen.
    13. wird durch Weglassen vereinfacht oder werden Informationen bewusst unterschlagen.

***Die globale Vernetzung***

**Entwicklung des Internets**

*In den 1960er-Jahren ließ das amerikanische Verteidigungsministerium nach einem Kommunikationsmittel forschen, das selbst durch einen Atombombenangriff nicht ausgeschaltet werden konnte. So entstand 1973 das Internet, ein dezentrales weltweites Netzwerk voneinander unabhängiger Computer. Im Prinzip kann in diesem Netzwerk jeder Computer mit jedem anderen kommunizieren.*

*Das Internet wurde zunächst nur für wissenschaftliche und militärische Zwecke genutzt. Für private Haushalte und Firmen nutzbar wurde es erst, als 1989 in Genf das World Wide Web (WWW) entwickelt wurde, das die Orientierung im Netz vereinfachte. Seitdem steigt die Zahl der Internetnutzer weltweit von Jahr zu Jahr an (2006: 1164 Millionen).*

**Auf virtueller Tour, %**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Internet-nutzer*  *in*  *Deutsch-*  *land* | *West* | *Ost* | *Männer* | *Frauen* | *Arbeiter* | *mittlere Angestellte/ Beamte* | *leitende*  *Angestellte/*  *Beamte* | *Selbstständi-ge* |
| *68* | *58* | *73* | *60* | *49* | *65* | *75* | *80* |

Globus, Stand 2006

*Um jederzeit gut informiert zu sein, ist es erforderlich, dass man schnell, einfach und relativ preiswert miteinander kommunizieren kann. Hierfür bietet das Internet ideale Voraussetzungen. Es ermöglicht, dass Menschen überall auf der Welt zur gleichen Zeit die gleichen Informationen zur Verfügung stehen.*

*Geschäftsabschlüsse können ohne lange Postwege durch einen Mausklick in Sekundenschnelle auch auf anderen Kontinenten getätigt werden. Man spricht deshalb vom „****global village****“, denn alle Menschen auf der Erde können mithilfe der Kommunikationstechnologie so eng zusammenrücken, als würden sie im gleichen Dorf leben.*

*Die Kommunikation ist in den letzten Jahrzehnten nicht nur schneller, sondern auch viel billiger geworden. Die Computernutzung kostet heute in Deutschland nur noch etwa 0,1 Prozent dessen, was sie Anfang der 1970er-Jahre gekostet hat. Hätten sich die Kosten für ein Auto genauso entwickelt, würde es heute etwa zehn Euro kosten.*

*Zeitungen werden weiterhin auf Papier gedruckt. Im Fernsehen wetteifern ARD, ZDF und RTL. Doch im Schatten des Gewohnten ist das Internet zum Massenmedium geworden. Eine ganze Generation wächst mit ihm auf und erzwingt, dass auch traditionelle Medienkonzerne sich wandeln.*

*Immer wichtiger, aber nicht nur bei der*

*jungen Generation werden die sozialen Netzwerke im Internet. Das soziale Netz, die „Community“ erscheint vielen jünge-ren Internet-Nutzern als glaubwürdiger und attraktiver.*



*Zu den erfolgreichsten Angeboten gehören die deutschsprachigen* ***Facebook****,* ***MySpace****,* ***StudiVZ*** *und* ***SchülerVZ****. Sie sind zusammen mit Blogs und Mikroblogging-Plattformenwie* ***Twitter*** *zu*

*einer digitalen Öffentlichkeit geworden, die in rasantem Tempo wächst und zunehmend in die öffentliche Meinungsbildung eingreift.*

*Heute hat sich das Internet als weltweites Medium der Massen durchgesetzt. Allein in Deutschland gehen fast zwei Drittel aller Menschen über 14 Jahre regelmäßig online, während Kino, Zeitungen, Zeitschriften und Radio an Publikum verlieren und das Fernsehen bei jugendlichen Netzsurfern vor allem fürs Hintergrundrauschen sorgt. Bei einer aktuellen Umfrage gaben zehn Prozent aller deutschen Internet-Nutzer an, seit sie surfen, hätten sie aufgehört, Zeitungen und Zeitschriften zu kaufen. Und rund zwanzig Prozent sagten, sie würden deutlich weniger dafür ausgeben.*

*Ohne jede Scheu tritt ein wachsender Teil des Publikums als Zuschauer und als Medienschaffende gleichzeitig auf: Die ersten Fotos von der Flutwelle in Asien wurden nicht mehr von professionellen Journalisten, sondern von Urlaubern mit privaten Digitalkameras aufgenommen und im Internet verbreitet. Dem Drang, sein eigenes Programm zu machen, kann niemand widerstehen.*

**Nutzungsmöglichkeiten des Internets**

*Das Internet bietet eine Vielzahl an Nutzungsmöglichkeiten, die jeder Anwender individuell verwenden kann. Ob im kommerziellen, hochschulischen oder privaten Bereich – das Internet kann in allen Bereichen eingesetzt werden. Zu den Nutzungsmöglichkeiten des Internets gehören:*



1. ***Informationsbeschaffung****: Zu allen denkbaren Themen können Sie im Internet Informationen finden: zu Nachrichten, Sport, Reisen, Unterhaltung, Fernsehen, Medizin, Technik und vielem mehr.*
2. ***Kommunikation (z. B. E-Mail)****: Es können Nachrichten weltweit versandt und empfangen werden.*
3. ***Business und Marketing****: Firmen können eine elektronische Verbindung zu ihren Filialen herstellen, Bestellungen annehmen, Beratungen anbieten oder andere Dienstleistungen liefern, das Internet zur Werbung nutzen sowie beispielsweise Produktkataloge und Firmeninformationen für jedermann bereitstellen.*
4. ***Bildung und Weiterbildung****: Universitäten, Fachhochschulen und die meisten deutschen weiterführenden Schulen bieten ihren Schülern und Studenten einen kostenlosen Internetzugang. Es können Informationen zum jeweiligen Lerngebiet recherchiert werden und Lernprogramme sowie Fernlehrgänge stehen zur Verfügung.*
5. ***Programme und Hilfen zur Arbeit mit dem Computer****: Personen, die mit dem Computer arbeiten, finden im Internet Beschreibungen zur Installation und Handhabung von Software sowie nützliche Hilfsprogramme. Außerdem können aus dem Internet neue bzw. überarbeitete Programmversionen bezogen werden.*
6. ***Einkaufen****: Viele Firmen und Versandhäuser ermöglichen das Bestellen von Waren über das Internet.*
7. ***Homeshopping****“ oder* ***Teleshopping*** *: Das „Homeshopping“ oder „Teleshopping“ hat den Vorteil, dass das „Warenhaus“ ständig geöffnet hat und der Kunde von zu Hause aus einkaufen kann. Der Nachteil besteht darin, dass er die Ware nicht direkt begutachten kann.*
8. ***Homebanking****: Von jedem Ort der Welt aus kann der Bankkunde Rechnungen bezahlen, Kontostände abrufen oder Überweisungen durchführen.*
9. ***Spielen****: Auch das Spielen ist im Internet möglich, beispielsweise das Schachspielen.*

Politik und Wirtschaft 9/10, 2007

***Fragen zum Text „Die globale Vernetzung“***

1. *Wie entstand das Internet? Wo hat es seinen Ursprung? Wodurch wurde das Internet für einen größeren Personenkreis nutzbar?*
2. *Wie groß ist die Zahl der Deutschen, die einen Internetzugang haben?*
3. *Wie kann das Internet genutzt werden? Ordnen Sie die Nutzungsmöglichkeiten des Internets mithilfe einer Mindmap. Benutzen Sie zum Erstellen einer Mindmap die Hinweise auf S. 196.*
4. *Was zählt zu den beliebten sozialen Netzwerken im Internet? Von wem werden diese Netzwerke besonders gern genutzt, warum? Welche Rolle spielen die sozialen Netzwerke für Sie?*
5. *Was versteht man unter „global village“? Trifft diese Bezeichnung auch auf das Internet zu, warum?*
6. *Wie verändert das Internet die Mediennutzung? Welche Auswirkungen hat das Internet auf die herkömmlichen Medien?*
7. *Wie nutzen die Deutschen das Internet und zu welchem Zweck? Antworten Sie auf diese Frage auf Grund des Schaubildes „So nutzen sie das WWW“. Bewerten Sie das Schaubild.*
8. *Vergleichen Sie diese Internetnutzung mit Ihren eigenen Surf-Gewohnheiten.*

***Internet-Dienste***

**Die unterschiedlichen Dienste im Überblick**

*Im Internet, das ursprünglich zum Versenden von Nachrichten konzipiert war, haben sich inzwischen eine Reihe von Diensten herausgebildet. Die einzelnen Anbieter von Internetzugängen bieten auch spezielle Dienste wie Versenden von FAX oder Telefonieren an.*

*Die folgende Übersicht enthält nur die wichtigsten, heute genutzten Dienste.*

* ***World Wide Web*** *(kurz „****Web****“ genannt): Das WWW kann allgemein als multimediales Informationssystem beschrieben werden. Es ist heute zum am meisten genutzten Internet-Dienst geworden. Mit Hilfe so genannter Web-Browser (*Programme zur Darstellung von Internetseiten*) können Hypertextseiten betrachtet werden. Das WWW vereinfacht die Benutzung des Internets erheblich, denn fast alle weiteren Internet-Dienste können vom WWW aus sehr einfach genutzt werden. Über Verknüpfungen (Hyperlinks) gelangt man auch durch einfachen Mausklick von Dokument zu Dokument. Auch wenn das WWW nur einen Dienst des Internets darstellt, werden die beiden Begriffe „Internet“ und „WWW“ häufig synonym verwendet. Das Nutzen des Dienstes WWW wird auch als „Surfen“ bezeichnet.*
* ***E-Mail (elektronische Post)****: Dieser Dienst wird zum weltweiten* ***Empfangen*** *und* ***Versenden*** *von Nachrichten, Briefen verwendet. Heute lassen sich auch beliebige Dateien als so genannte Anhänge an die Nachricht versenden.*
* ***Newsgroups (Diskussionsforen)*** *(auch* ***NetNews*** *oder* ***Usenet****): Usenet dient zum Austausch von Informationen über News-Server zu bestimmten Themengebieten (NewsGroups). Newsgroups sind vergleichbar mit einem öffentlichen schwarzen Brett, an das Nachrichten gehängt werden, die für jeden lesbar sind. Auf die Nachrichten können Sie öffentlich (per News) oder privat (per E-Mail) antworten.*

*Im Gegensatz zu E-Mail können alle Usenet-Teilnehmer Nachrichten, Anfragen oder Antworten zu den gewählten Themen einsehen, wenn sie über die erforderliche Software, den News-Client verfügen.*

* ***FTP (Dateitransfer)****: Das File Transfer Protocol ist ein Programm zum „Her-unterladen“ (****downloaden****) von Dateien, die auf FTP-Servern gespeichert sind, via Internet auf einen lokalen Computer.*
* ***IRC (Echtzeitkommunikation)****: Internet Relay Chat realisiert per Tastatur die direkte Kommunikation verschiedener Teilnehmer in Echtzeit. Das bedeutet, dass auf jede Frage oder Aussage sofort reagiert werden kann, denn alle, die sich unterhalten, sitzen zum gleichen Zeitpunkt vor dem Computer und geben ihre Antwort ein.*

*Die Nutzung dieses Internet-Dienstes wird häufig als „****Chat****“ bezeichnet. Die Tätigkeit selbst wird „****chatten****“ genannt. Die Gespräche zwischen Internet-Nutzern erfolgen in so genannten* ***Chat-Räumen****.*

Orientierungskurs EDV, 2005

**Internet-Aktivitäten der Jugendlichen, %**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Bezeichnung der Aktivitäten* | *Mädchen* | *Jungen* |
| *E-Mail* | *53* | *51* |
| *Informationssuche* | *28* | *42* |
| *aktuelle Infos* | *23* | *41* |
| *Musik hören* | *21* | *34* |
| *Berufsinformation* | *32* | *27* |
| *Chat* | *26* | *25* |
| *Musik-Download* | *10* | *18* |
| *Internet-Spiele* | *3* | *22* |

JIM-Studie 2005

***Fragen zum Text „Internet-Dienste“***

1. *Welche Dienste wurden im Internet früher angeboten? Zu welchem Zweck wurde das Internet eigentlich konzipiert? Welche Dienste haben sich im Internet heute herausgebildet?*
2. *Was ist das Besondere an jedem Internet-Dienst?*
3. *Wie nutzen die Jugendlichen das Internet? Werten Sie dazu die Tabelle zum Thema „Internet-Aktivitäten der Jugendlichen“ aus.*
4. *Wie oft gehen Sie online? Zu welchem Zweck? Erstellen Sie für sich selber eine Aufstellung Ihrer eigenen Mediennutzung nach Arten – an einem ganz normalen Wochentag und am Wochenende. Berichten Sie dann über Ihre Mediennutzung in der Gruppe.*

***Sicher Surfen***

**Kommunikationsmedium Internet**

*In beinahe allen deutschen Haushalten, in denen Jugendliche aufwachsen, ist mindestens ein Computer vorhanden, der von ihnen eifrig genutzt wird. Mehr als jeder zweite Jugendliche verfügt über einen eigenen PC oder Laptop. 86 Prozent der Computer in Haushalten mit Kindern sind mit einem Internetzugang ausgerüstet. Entsprechend häufig wird das Internet von Jugendlichen genutzt. Mehr als ein Drittel der 12- bis 19-Jährigen surft vom eigenen Zimmer aus. Dabei dient das Internet vor allem als Kommunikationsmedium – das Lesen und Versenden von*

*E-Mails wird als häufigste Internet-Aktivität angegeben.*

*Darüber hinaus haben 65 Prozent der jugendlichen Internetnutzer schon einmal einen so genannten Chatroom aufgesucht, in dem man sich zu verschiedenen Themen mit anderen austauschen kann. Dabei kann man von Fachleuten interessante Informationen erhalten oder sich mit Gleichgesinnten „unterhalten“. Das kann hilfreich sein und viel Spaß machen, doch man „spricht“ mit völlig Fremden. Deshalb ist auch Vorsicht geboten. Besorgniserregend ist, dass etwa die Hälfte der Chatroom-Nutzer angibt, bereits ein- oder mehrmals auf Personen gestoßen zu sein, die aufdringlich waren oder unangenehme Fragen stellen. Ein sensibler Umgang mit dem Internet ist dabei notwendig.*

**Informationsmedium Internet**

*Mit Hilfe des Internets können wir zu jedem Thema von überall auf der Welt aktuellste Informationen bekommen. Fernsehsender und Zeitungen stellen ihre Artikel ins Netz. Städte, Behörden und Ministerien liefern Informationen und Universitäten veröffentlichen Forschungsergebnisse. Reisen können gebucht und Einkäufe erledigt werden.*

*Auch in Schulbüchern heißt es oft: „Mehr Informationen findet ihr im Internet“. Doch neben Information und Unterhaltung lauern im weltumspannenden Netz auch massenhaft Gefahren für den Surfer: Computerviren oder Dialer (Anwählprogramm) können Schäden am Computer anrichten und hohe Kosten verursachen.*

*Durch Computerviren verursachte Schäden sind vor allem der Verlust von Daten oder Programmen. Bei allen Programmen, die man sich aus dem Internet holt, gilt deshalb die Regel, dass man sie vor und nach der Installation auf Viren testen sollte. Kostenlose Virenscanner (Freeware) gibt es im Internet, z. B. unter*

[*www.freeav.de*](http://www.freeav.de)*.*

**Datenschutz und Datenklau**

*Das Internet bietet eine Fülle von Informationen. Doch nicht immer erkennt man auf den ersten Blick, woher die Informationen stammen. Deshalb sollte man mit fremden Daten aus dem Internet vorsichtig umgehen. Da jeder nahezu unkontrolliert alles im Internet veröffentlichen kann, was er möchte, sind nicht immer alle Quellen vertrauenswürdig. Vor der Verwertung von Informationen aus dem Netz sollte man daher immer überprüfen, wer die Informationen ins Netz gestellt hat. Ebenso wie bei Artikeln in Zeitschriften oder Büchern müssen auch bei Texten im Internet die Verfasser deutlich erkennbar sein. Nicht zuletzt muss stets sorgfältig nachgewiesen werden, woher die Informationen stammen. Ein Täuschungsversuch mit einem fertigen Text aus dem Internet kann leicht auffliegen.*

Politik und Wirtschaft 9/10, 2007

***Aufgaben zum Text „Sicher Surfen“***

1. *Was ist die häufigste Internet-Aktivität der Jugendlichen?*
2. *Warum ist beim Chatten Vorsicht geboten?*
3. *Was zeugt davon, dass das Internet ein Informationsmedium geworden ist?*
4. *Welche Gefahren lauern auf denjenigen, der im weltumspannenden Netz surft? Was sind Viren?*
5. *Welche Regel gilt für diejenigen, die sich Programme aus dem Internet holen?*
6. *Warum ist ein sensibler Umgang mit Informationen aus dem Internet notwendig?*
7. *Wie muss man sich bei der Verwertung dieser Informationen verhalten?*
8. *Schreiben Sie einen Aufsatz zum Thema „Wir leben in der Generation Internet“.*
9. *Nehmen Sie in Ihrer Einleitung allgemein Bezug zum Thema Internet.*
10. *Beschreiben Sie im Hauptteil zuerst die Gefahren, die beim Umgang mit dem Internet entstehen können.*
11. *Legen Sie nun die Vorteile dar, die das Internet bietet.*
12. *Beschreiben Sie zum Schluss, was für Sie das Internet bedeutet.*

***Mehr Demokratie durchs Internet?***

**Stimmabgabe über das Netz**

*Auf dem Bildschirm erscheint eine Wahlurne mit der Aufforderung: „Bitte wählen Sie jetzt, ob Sie zum Tagesordnungspunkt 2 mit Ja, Nein oder Enthaltung stimmen.“ Danach wird man aufgefordert: „Bestätigen Sie bitte“, damit die Stimm-abgabe registriert wird. Nach etwa einer Minute liegt das Abstimmungsergebnis vor – für jeden auf dem Bildschirm ablesbar.*

*Sieht so oder so ähnlich die Demokratie des 21. Jahrhunderts aus? Könnte so jeder Bürger direkt an politischen Entscheidungen beteiligt werden? Technisch machbar wäre das, vorausgesetzt, jeder hätte einen Internetzugang. Vorstellbar wären nicht nur Abstimmungen, sondern auch Online-Diskussionsforen zu politischen Themen. Aber: Können politische Entscheidungen immer auf „Ja“ oder „Nein“ zugeschnitten werden? Was geschieht mit den Meinungen von Minderheiten, die in der politischen Diskussion nach oft langen Auseinandersetzungen in den gefundenen Kompromiss einfließen?*

**Direkte Demokratie mithilfe des Internets?**

*Wenn von den politischen Einsatzmöglichkeiten des Internets gesprochen wird, so verknüpft sich damit die Hoffnung, dass man die direkten demokratischen Mitwirkungsmöglichkeiten für die Bürgerinnen und Bürger nach dem attischen Vorbild deutlich ausbauen könnte. Für eine direkte Demokratie bietet das Internet ideale Voraussetzungen. Über das Internet könnten die Bürgerinnen und Bürger Zugang zu allen Informationen erhalten. Man könnte sich so eine Meinung bilden und über Chatrooms dann mit Mitbürgern und Politikern ins Gespräch kommen. Eventuelle Abstimmungen könnten anschließend ebenfalls online erfolgen. Dabei müsste jedoch sichergestellt sein, dass die Abstimmung geheim bleibt und dass jeder nur eine Stimme abgibt.*

*Amerikanische Untersuchungen haben gezeigt, dass das politische Interesse der Bevölkerung durch entsprechende Angebote im Internet deutlich gesteigert werden kann. Das gilt in besonderem Maße auch für diejenigen, die vorher kaum politisches Interesse gezeigt haben.*

**Das virtuelle Rathaus**

*Die Gemeinden verfügen inzwischen über eigene Websites. Hier hat man Gelegenheit, sich über den Ort sowie die Gemeindepolitik, Veranstaltungen, aktuelle Nachrichten und Angebote zu informieren. Man kann aber auch Adressen und Öffnungszeiten der verschiedenen Ämter erfahren und direkt mit ihnen Kontakt aufnehmen und Anfragen stellen bzw. Meinungen äußern.*

**Mehr Demokratie in der Gemeinde**

*In Santa Monica verbindet seit 1989 Bürger und Verwaltung ein elektronisches Netz. Die kalifornische Stadt verfügt über ein Public Electronic Network (PEN), das allen interessierten Bürgern kostenlos zur Verfügung steht. Über das Netz können sie E-Mails an die Beamten im Rathaus schicken oder sich an elektronischen Diskussionsforen beteiligen. Wenige Monate nach der Einführung starteten viele Bürger in Santa Monica eine elektronische Debatte, die das Problem der Obdachlosen in den Mittelpunkt rückte. Der Gemeinderat erlebte, dass sich aus vielen Vorschlägen ein Programm herauskristallisierte, das so vernünftig klang, dass er es übernahm und per Mehrheitsentscheidung beschloss. Die Entscheidung blieb bei der politischen Instanz. Die Online-Aktivisten sehen in diesem Modell den größten demokratischen Gewinn des Internets: lokale Beteiligung, schnelle Kontaktaufnahme, reibungsloser Austausch von Vorschlägen und Meinungen.*

**E-Mail ans Amt**

*Fast jede Kommune in Deutschland ist bereits im Netz präsent. Bald könnten also Behördengänge so einfach werden wie das Shoppen im Netz. Das Interesse daran ist groß. Allerdings gibt es noch nicht allzu viel abzuwickeln. Das liegt hierzulande vor allem am föderalen System. So listet das zentrale Regierungsportal www.bund. de zwar alle Bundesbehörden auf, aber die meisten Dienstleistungen sind Sache der Länder und Kommunen. Der zweite Grund ist der Stufenplan, mit dem die meisten online gehen wollen, anfangs nur mit Informationen wie Öffnungszeiten. Erst allmählich stellen sie E-Mail-Foren oder Formulare ein.*

*Die Behörden von Bund und Ländern wollen mit E-Government effizienter arbeiten. Fallstudien in den USA etwa haben gezeigt, dass die Bearbeitung eines Online-Dokuments um 75 Prozent billiger war als der herkömmliche Dienstweg. Aber jeder vierte Bürger wird nicht für digitale Dienste zu begeistern sein, weil er Computer und Internet gar nicht nutzt, schätzen E-Government-Entwickler. Die Online-Projekte lohnen sich aber nur, wenn ein Großteil der Bevölkerung mitmacht.*

Politik und Wirtschaft 9/10, 2007

***Texterklärungen***

***Attische Demokratie****: Regierungsform des Stadtstaates Athen im antiken Griechenland, in*

*der die Bürger in der Volksversammlung politische Entscheidungen fällten. Allerdings waren nur attische Bürger entscheidungsberechtigt. Sklaven, Frauen und Zugezogene hatten kein Stimmrecht.*

***Kommune****: Kommune ist der Oberbegriff für Gemeinde, Kreis und Stadt.*

***Fragen zum Text „Mehr Demokratie durchs Internet?“***

1. *Wie erfolgt die Stimmabgabe über das Netz? Welche politischen Aktivitäten wären im Netz noch vorstellbar? Welcher Nachteil ergibt sich daraus?*
2. *Für welche Art der Demokratie bietet das Internet ideale Voraussetzungen, warum? Was denken Sie, welche Rolle spielt das Internet im Wahlkampf?*
3. *Wie weit fördert das Internet das politische Interesse der Bevölkerung? Wessen Untersuchungen geben Auskunft darüber?*
4. *Welche Aktivitäten kann das virtuelle Rathaus entwickeln? Wie erfolgt das?*
5. *Über welches Netz verfügen die US-Bürger der Stadt Santa Monica? Was ermöglicht dieses Netz?*
6. *Welche Debatte haben die Online-Aktivisten von Santa Monica gestartet? Wie hat die Debatte geendet? Welche Rolle hat hier das Internet gespielt?*
7. *Warum ist das Versenden elektronischer Post ein nützlicher Internetdienst für die deutschen Behörden? Auf welche Schwierigkeiten stoßen die E-Government-Entwickler dabei?*

# WORTSCHATZARBEIT

**Aufgabe 1.***be-, ent-, er-, miss-, ver-, zer-: Welches Präfix passt zu welcher Spal­te?*

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| wachen  sprechen  denken  urteilen  dienen  danken  zahlen  folgen | teuern  armen  bessern  sichern  bringen  dienen  einigen  irren | stehen  nehmen  schärfen  spannen  warnen  gehen  sorgen  fallen | fallen  trauen  achten  handeln  deuten  billigen  verstehen  glücken | klären  zeugen  setzen  schießen  stechen  trinken  morden  fahren | setzen  legen  laufen  platzen  schlagen  brechen  streuen  stören |

**Aufgabe 2.***Die Präfixe sind hier durcheinander geraten. Korrigieren Sie sie.*

**Beispiel**: Das Gehör befüllt wichtige Funktionen. - *erfüllt*

1. Das Gehör entleichtert die Orientierung im Raum.
2. Wir hören z.B., ob wir uns in einem großen oder kleinen Raum erfinden.
3. Dank unseres Gehörs können wir andere Menschen entstehen und an ihrer Stimme verkennen.
4. Bei Gesprächen benehmen wir auch die Sprachmelodie oder Tonhöhen.
5. Damit entschlüsseln wir die Stimmung und Gefühle des Sprechers.
6. Das Hörvermögen vermöglicht akustische Genüsse.
7. Beim Hören von Musik oder Wasserplätschern kann man z.B. wunderbar bespannen.
8. Ein zu lauter Knall kann das Gehör erstören.

**Aufgabe 3.***Um welche Fachbegriffe aus der Medienwelt geht es? Die angegebenen Erläuterungen sollten Ihnen hilfreich sein.*

* + 1. Journalistische Darstellungsform, Mitteilung einer Neuigkeit, die für Rezipienten von Interesse ist; soll objektive Sachverhalte darstellen und frei von subjektiven Einflüssen sein
    2. Text, der einen Sachverhalt oder Handlung objektiv schildert, ohne Wertungen des Autors zu enthalten
    3. Häufigste Form des Berichtes, Berichterstattung während des Geschehens
    4. Eine räumliche, zeitlich begrenzte Geschichte, die subjektive Aussagen enthält und nicht immer einem chronischen Verlauf folgt; Ergänzung von Fakten durch eigene Eindrücke
    5. Veranschaulichung allgemeiner Vorgänge; Vorgehensweise vom Besonderen ins Allgemeine, zunächst szenischer Einstieg, der Einzellfall schildert; Erklärung von Hintergründen und Zusammenhängen im Berichtsstil
    6. Der Beitrag gehört zu den meinungsorientierten Darstellungsformen einer Zeitung; Funktion: Kommentierung von politischen und gesellschaftlichen Ereignissen des Tages durch Pro- und Contra-Darstellung
    7. Kurzer, pointierter Meinungsbeitrag mit polemischem oder satirischem Charakter; Themen: weltpolitische oder lokale Ereignisse
    8. Befragung durch Fragesteller mit dem Ziel, persönliche Informationen oder Sachverhalte zu ermitteln
    9. Betrachtung von kulturellen, gesellschaftlichen Phänomenen durch kurze, geistreiche Abhandlungen; Form: Besonderheit durch Leichtigkeit, Verständlichkeit, aber auch durch Wortwitz
    10. Kurzer, meist einspaltiger Meinungsbericht; nicht klar zu unterscheiden von der Glosse; oft als Stellungnahmen zu aktuellen Ereignissen benutzt
    11. Persönliche, namentlich gekennzeichnete Meinung des Autors; der Autor will argumentativ und logisch überzeugen; Sonderformen dieser Berichterstattung sind Leitartikel und Glosse
    12. Eigenschaften: Dezentralität, Globalität, Interaktivität, Multidirektionalität; Verschmelzung verschiedener Darstellungsformen; dient als Selbstdarstellungsplattform

**Aufgabe 4.***Suchen Sie auf Grund der unten stehenden Erklärungen die Fachbegriffe rund um die Presse. Beachten Sie die Anfangsbuchstaben.*

**Medium Zeitung**

1. Besonders wichtiger Artikel: L...
2. Dauerbezug von Zeitungen: A...
3. Anziehungspunkt auf der ersten Seite: A...
4. Nachforschung: R...
5. Anschaulicher Bericht über ein aktuelles Thema: R...
6. Seiten/Spalten der Zeitung, thematisch gesehen: S...
7. Informationen zu Herausgebern, Redaktion u.ä.: I...
8. Kulturteil der Zeitung: F...
9. Meinungsäußerung eines Redakteurs: K...
10. Meinungsäußerung eines Lesers: L...
11. Anzeige: I...
12. Verfasser von Zeitungsartikeln: J...
13. Einer der ineinander gelegten Teile der Zeitung: B.
14. Vermittler von Nachrichten: P...
15. Spöttisch-kritischer Artikel: G...
16. Großes Themengebiet der Zeitung: R...
17. Täglich ein Stück Literatur: F...
18. Er sucht immer Sensationen: R...
19. Spottname für kleine Zeitung: K...
20. Kritisch-spöttische Zeichnung: K...
21. Das Wichtigste in Kurzform: S...
22. Besonders auffallender Artikel: E...
23. Aufbauprinzip einer Meldung: L...
24. Optische Gestaltung der Zeitung: L...

**Aufgabe 5.***Welche Wörter kann man zusammensetzen?*

**Beispiel**: 1. Programm + d) Ablauf = *Programmablauf*

1. Programm
2. programmieren
3. Loch
4. Problem
5. Software
6. Speicher
7. Betrieb
8. binär
9. Text
10. Diskette
11. Funktion
12. Analyse
13. Code
14. Kapazität
15. Ablauf
16. Entwicklung
17. System
18. Sprache
19. Karte
20. Format
21. Taste
22. Verarbeitung

**Aufgabe 6.***Was passt zusammen?*

**Beispiel**: *Software entwickeln*

* 1. Software
  2. Passwort
  3. Virus
  4. Computer
  5. Datei
  6. Befehl
  7. Betriebssystem
  8. Getreide
  9. Feuer
  10. Arzneimittel
  11. Bücher

12. Geld

13. einen Schock

14. Daten

1. *eingeben*
2. *vernichten*
3. *laden*
4. *eingeben*
5. *ausschalten*
6. *entwickeln*
7. *anlegen*
8. *verarbeiten*
9. *eingeben*
10. *abrufen*
11. *löschen*
12. *drucken*
13. *speichern*

**Aufgabe 7.***Ordnen Sie die Fremdwörter und die Erklärungen einander zu.*

* 1. Chip
  2. City
  3. fit
  4. Gag
  5. Jet
  6. Job
  7. Klub
  8. Mini
  9. Mob
  10. Pop
  11. Roboter
  12. Slip
  13. top
  14. Twen
      1. von höchster Güte
      2. junger Mensch in den Zwanzigern
      3. Maschinenmensch
      4. witziger Einfall
      5. (vorübergehende) Beschäftigung zum Geldverdienen
      6. Kurzform von miniature: sehr klein bzw. kurz (bei Kleidern, Röcken etc.)
      7. Innenstadt, Geschäftsviertel einer Großstadt
      8. Düsenflugzeug
      9. gesellige Vereinigung, oft mit besonderem Zweck (Politik, Sport, Spiel)
      10. (meist) unverzichtbares Kleidungstück
      11. kleines Halbleiterplättchen
      12. Sammelbezeichnung für Popkunst (*populär art – volkstümliche Kunst*)
      13. in guter körperlicher Verfassung, leistungsfähig, sportlich durchtrainiert
      14. aufgewiegelte Volksmenge

**Aufgabe 8.***Definieren Sie die Begriffe aus der Medien-Fachsprache, die ver-*

*wendet werden, wenn der Kampf der Fernsehanstalten um Zuschauer beschrieben wird.*

1. Einschaltquote
2. Sehbeteiligung
3. Marktanteil
4. Werbeblockreichweite
5. Tausenderkontaktpreis
6. Zielgruppe
7. Prime Time
8. Quotenkönig
9. (guter) Programmplatz
10. Sponsor

**Aufgabe 9.***Welches Wort gehört nicht hierher?*

1. Fluchtauto – Fluchttunnel – Fluchtpunkt – Fluchtweg – Fluchthelfer – Flucht-verdacht
2. Geisterroman – Geistergeschichte – Geisterfahrer – Geisterbeschwörer
3. Geistesgegenwart – Geistesschärfe – Geisteshaltung – Geistesgabe
4. Jugendrichter – Jugendstrafe – Jugendheim – Jugendarrest
5. Jugendsprache – Jargon – Fachsprache – Slogan – Geheimsprache
6. Kleinfamilie – Großfamilie – Sippe – Clan – Wohngemeinschaft – Geschlecht
7. Landflucht – Landmacht – Landstraße – Landfunk
8. Planwirtschaft – Marktwirtschaft – Gastwirtschaft – Staatswirtschaft

# THEMA 3 “Die WirtschaftsTÄTIGKEIT“

**Wortschatz**

***Lesen Sie folgende Lexik, merken Sie sich nachstehende Wörter, Wortgruppen und Sätze:***

**• die Wirtschaft (-en)** – *хозяйство, экономика*. Die Wirtschaftslehre; wirtschaftlich; wirtschaftliche Integration, der wirtschaftende Mensch. Wir haben wirtschaftliche Beziehungen mit vielen Staaten der Welt;

**• ausgeben** – *выдавать; (эк.) расходовать, тратить (деньги).* Meine Mutter gab heute viel Geld aus;

**• sparen** – *экономить, беречь.* Die Sparkasse, das Sparbuch, sparsam. Die Deutschen sind sehr sparsam;

**• einwirken auf Akk** = **beeinflussen + Akk** – *влиять на кого-либо, что-либо*. Was kann auf die Wirtschaft einwirken? Was kann das Menschenleben beinflussen?;

**• der Preis (-e)** – *цена.* Hohe, niedrige, schwankende, feste, günstige Preise. Hier verkauft man zu günstigen Preisen;

**• sinken** – *падать, снижаться, тонуть.* Die Preise können sinken oder steigen;

**• der Hersteller = der Produzent** – *производитель, изготовитель.* Herstellen = produzieren = erzeugen. Produktion herstellen = Erzeugnisse produzieren. Was wird in diesem Betrieb produziert?;

**• der Verbraucher (-) = der Konsument (-en) –** *потребитель.* Der Mensch ist sowohl Produzent als auch Konsument;

**• einen Vertrag abschließen –** *заключить договор.* Die Firma hat zahlreiche Verträge abgeschlossen;

**• das Wesen (-) –** 1. *существо;* 2. *суть, сущность.*Das Wesen der Wirtschaft; das Wesen des Problems. Worin besteht das Wesen der Wirtschaft?;

**• der Unternehmer (-) –** *предприниматель.* Unternehmen; ein großes Unternehmen. Was können wir unternehmen? Wir haben jetzt viele Unternehmer und Unternehmerinnen;

**• lösen –** 1. *решать (задачу);* 2. *разгадывать (загадку).*Jeder Unternehmer hat die Aufgabe drei Grundfragen zu lösen, was, wie und für wen zu verkaufen;

**• zwingen, a.u**– *принуждать, заставлять.*Jeder Unternehmer ist gezwungen täglich wirtschaftliche Entscheidungen zu lösen;

**• knapp –** 1. *тесный, узкий (об одежде);* 2. *скудный, ограниченный.*Ein knappes Kleid, die Knappheit;

**• die Verschuldung –** 1.*задолженность, долги;* 2. *вина, ошибка.* Die Schuld. Die Staatsverschuldung;

**• zunehmen, a, o –** 1. *увеличиваться, усиливаться, возрастать;* 2. *прибавлять, полнеть (поправляться).*Das Wasser nimmt zu. Der Wind nimmt zu. Die Frau ist zugenommen;

**• rechnen –** *решать, вычислять, считать;***rechnenmitD** – *считаться с (чем-либо), принимать в расчет, ожидать чего-либо*. Er kann im Kopf rechnen. Er muß ein mathematisches Beispiel rechnen. Wir haben mit dem Gewitter nicht gerechnet. Müssen wir mit höheren Steuern rechnen?;

**• die Ausbildung (-en) –** 1.*обучение; подготовка;* 2. *образование.*Bessere Ausbildung; die Hochschulausbildung. Die Ausbildung zum Ingenieur dauert fünf Jahre. An unserer Universität werden Ingenieure in mehr als 40 Fachrichtungen ausgebildet;

**• der Bereich (-e) –** 1. *область, сфера, район, зона;* 2. *круг (знакомых), окружение, компания.*Alle Lebensbereiche. Die Wirtschaft ist mein Berufsbereich. Sein Unternehmen liegt im Bereich der Stadt;

**• die Ware (-n) –** *товар; изделие.* Halbfertige Ware. Die Ware ist ausverkauft (ausgegangen). Wie die Ware, so das Geld (Sprichwort);

**• feststellen –** *устанавливать, констатировать, определять.* Was kann man feststellen? Es wurde festgestellt, dass das Wesen der Wirtschaft das Rationalprinzip ist;

**• das Mittel (-) –** 1. *средство;* 2. *средняя величина (мат.).*Im Mittel; die gegebenen Mittel; aus staatlichen Mitteln; aus eigenen Mitteln. Er lebt über seine Mittel;

**• der Einsatz (-e) –** 1. *применение; участие; введение в действие;* 2. *вставка.* Einsetzen; der Einsatz an Mitteln; der Mitteleinsatz; alle Mittel einsetzen;

**• anstreben –** *стремиться ( к чему-л.).*Ein anstrebenswertes Ziel. Welches Ziel wird hier angestrebt? Ein geplanter Erfolg ist anzustreben;

**• die Deckung –** (эк.) *обеспечение, покрытие (векселя); гарантия, уплата.* Die Deckung einer Wechselschuld; die Deckung eines menschlichen Bedarfs;

**• in Gang halten –** *недавать остановиться;*

**• die Kaufkrafteinbüßen –** *терять покупательскую способность.*

**Dialog**

***Machen Sie sich mit dem Inhalt des Dialogs bekannt.***

***Lesen Sie rollenweise den Dialog vor.***

A n d r e a s: Hallo, Paul!

P a u l: Hallo, Andreas. Wie geht’s?

A n d r e a s: Danke, es geht. Wir hatten heute ein neues Thema in Deutsch „Die Wirtschaftslehre“.

P a u l: Oh, das ist ein sehr wichtiges Thema. Wollen wir es besprechen!

A n d r e a s: Aber gerne, die Wirtschaft kann man mit der Gesundheit des Menschen vergleichen. Nicht war?

P a u l: Wirtschaft und Gesundheit? Wie kann man das vergleichen?

A n d r e a s: Ganz einfach! Sieh mal, nehmen wir unsere Gesundheit. Sag mal, denkst du oft an deine Gesundheit?

P a u l: An meine Gesundheit? Nur im Fall, wenn ich krank bin.

A n d r e a s: Siehst du, genauso ist es der Fall mit der Wirtschaft. Wir denken an die Wirtschaft nur dann, wenn sie krank ist.

P a u l: Ja, du hast Recht. In diesen Fall kann man die Wirtschaft mit der Gesundheit vergleichen.

A n d r e a s: Und wie meinst du, was ist das Wesen der Wirtschaft? Kannst du das kurz sagen?

P a u l: Kurz? Schwer zu sagen. Aber ich versuche. Meiner Meinung nach ist das Wesen jeder Wirtschaft die Deckung des menschlichen Bedarfs.

A n d r e a s: Ach so! Mein Freund aber meint, dass das Wesen der Wirtschaft ist, Profite zu machen.

P a u l: Ich würde so nicht sagen. Profite machen ist natürlich wichtig, aber das ist nur eine Seite der wirtschaftlichen Tätigkeit jedes Unternehmens.

A n d r e a s: Ja, richtig. Profite, das ist eine der Grundlagen des Wirtschaftens.

P a u l: Genau. Jeder Unternehmer muss viele wirtschaftliche Entscheidungen treffen: was soll er produzieren, für wen, wie, wieviel soll die Ware kosten, zu welchem Preis und so weiter. Das sind auch die Fragen der Wirtschaft.

A n d r e a s: Das sind die Aufgaben der Wirtschaft. Und das Wesen der Wirtschaft ist die Deckung des menschlichen Bedarfs an Waren. Aber nicht nur eine einfache Deckung, sondern eine rationale Deckung des Bedarfs.

P a u l: Genau!

***Lesen Sie den Text, beantworten sie die Fragen zum Text, erzählen Sie den Text nach!***

Text 1. **Die Wirtschaftslehre**

Mit der Wirtschaft scheint es sich wie mit der Gesundheit zu verhalten: Solange man gesund ist, kümmert man sich weder um die Kranken, noch um die vielen Krankheiten. Man erachtet oft genug die Gesundheit nicht einmal als ein besonderes wertvolles Geschenk. Ähnlich ist es im Wirtschaftsleben. Solange es den Menschen wirtschaftlich gut geht, kümmern sie sich herzlich wenig um all die Gegebenheiten, die Impulse, die ihre wirtschaftliche Existenz in Gang halten. Wenn aber plötzlich die Preise zu steigen beginnen, wenn man merkt, dass das Geld, welches man als Gegenleistung für die oft harte Arbeit bekommt, laufend seine Kaufkraft einbüßt, wenn man gar von einem Tag auf den anderen seinen Arbeitsplatz verliert, dann beginnt man doch, sich auch hier Gedanken zu machen.

Schlagen wir heute unsere Zeitung auf, dann stellen wir bald fest, dass die Innenpolitik einer Regierung fast ausschließlich aus Wirtschafts- und Sozialpolitik besteht. Vielseitig wirkt die Wirtschaft auf den Menschen ein. Sie beeinflusst alle Lebensbereiche. Ob die Menschen arbeiten oder Freizeit verbringen, ob sie Geld ausgeben oder sparen, etwas kaufen oder verkaufen, Verträge abschließen, Miete, Heizung und auch Steuern zahlen- immer handelt es sich um wirtschaftliche Vorgänge. Umgekehrt beeinflusst der Menschen seinerseits die Wirtschaft. Dabei spielt er im Wirtschaftsleben passive und aktive Rollen. Er ist nicht nur Produzent (Hersteller), sondern gleichzeitig auch Konsument (Verbraucher). Alle wirtschaftlichen Menschen treffen täglich Entscheidungen und Beeinflüssen dadurch ständig das wirtschaftliche Geschehen. Also, die Wirtschaft beeinflusst den Menschen, der Mensch beeinflusst die Wirtschaft.

Jeder Mensch, der arbeitet, aber auch jeder, der nicht arbeitet, der Rentner, der Kranke, und jeder Mensch, der noch nicht arbeitet, jedes Baby, jedes Schulkind, nimmt in diesem System (in der Wirtschaft) einen bestimmten Platz ein. Jeder hat seine Funktion.

Selbstverständlich löst ein Topmanager, der Direktor einer Großbank, der Präsident eines multinationalen Unternehmens einen größeren Impuls aus, als ein Baby, das gerade geboren ist. Trotzdem hat auch Baby seine Funktion. Wenn es nämlich keine Babys mehr gibt, bleiben die Kliniken halb leer, dann bleiben die Babywäschefabrikanten auf ihren Waren sitzen, dann verkaufen die Kinderwagenfabrikanten nicht mehr so viele Kinderwagen, dann müssen die Hersteller von Babynahrung sich umstellen oder Konkurs anmelden, dann sind die Kindergärten nicht mehr voll. Die Kindergärtnerinnen haben nicht mehr genug Arbeitsplätze. Es werden keine größeren Schulen mehr gebaut, dann haben die Architekten, die Baufirmen weniger zu tun.

Man könnte dieses und viele andere Beispiele noch unendlich fortsetzen. Sie lassen aber auch erkennen, dass Wirtschaft letzten Endes Politik ist, die Wirtschaftspolitik.

Unter Wirtschaft versteht man die Gesamtheit aller Einrichtungen und Maßnahmen zur planvollen Deckung des menschlichen Bedarfs an Gütern. Das Wesen der Wirtschaft bildet das ökonomische Prinzip, d.h. das Rationalprinzip.

Wirtschaften bedeutet, sinn- und planvoll zu handeln. Je aktiver der Mensch sich am Wirtschaftsleben beteiligt, umso nachhaltiger kann er sein Leben, das Leben seiner Familie, seiner Mitbürger und letzten Endes die Wirtschaft und Wirtschaftspolitik des Staates mitgestalten.

**Fragen zum Text:**

1. Womit wird die Wirtschaft in diesem Text verglichen?

2. Wann beginnt man sich über die wirtschaftlichen Vorgänge Gedanken zu machen?

3. Was gehört zu wirtschaftlichen Vorgängen?

4. Was kann auf die Wirtschaft einwirken?

5. Welche Funktion hat das Baby in der Wirtschaft?

6. Was versteht man unter Wirtschaft?

7. Was bildet das Wesen der Wirtschaft?

8. Was bedeutet „wirtschaften“?

**Text 2. Wirtschaften und ökonomisches Prinzip**

Die Tatsache, dass Güter nur begrenzt zur Verfügung stehen und dass die Bedürfnisse die erreichbaren Güter übersteigen, zwingt den Menschen dazu, Wahlenentscheidung zu treffen. Er muss seine Bedürfnisse mit den zur Verfügung stehenden Mitteln in Einklang bringen. Das erfordert Planung. Der Mensch wirtschaftet!

|  |
| --- |
| Wirtschaften ═ planmäßiger Einsatz knapper Mittel für die menschliche Bedürfnisbefriedigung. |

Die beim Wirtschaften zu treffenden Wahlenentscheidungen richten sich nach bestimmten Kriterien. Ein solches Kriterium ist das ökonomische Prinzip, das als Maximal- oder Minimalprinzip formuliert werden kann.

• Das Maximalprinzip besagt, dass mit gegebenen Mitteln ein möglichst großer Erfolg erzielt werden soll (Haushaltsprinzip).

Einem Haushalt steht ein bestimmtes Einkommen zur Verfügung. Dieses soll so eingesetzt werden, dass die bestmögliche Bedürfnisbefriedigung erreicht wird.

• Das Minimalprinzip besagt, dass ein bestimmter Erfolg mit möglichst geringem Mitteleinsatz erzielt werden soll (Sparprinzip).

Das Maximalprinzip findet vornehmlich im Bereich der Produktion Anwendung. Ein Unternehmen wird bemüht sein, die Produktion des Gutes A mit möglichst geringem Aufwand (an Arbeitszeit, Rohstoffen, Maschinen usw.) durchzuführen, um ein möglichst günstiges Verhältnis zwischen Aufwand und Leistung zu erzielen.

|  |
| --- |
| Maximalprinzip ═ mit gegebenen Mitteln maximalen Erfolg erzielen.  Minimalprinzip ═ bestimmten Erfolg mit minimalem Mitteleinsatz erzielen. |

**Fragen zum Text::**

1. Erläutern Sie den Begriff „ökonomisches Prinzip“?
2. Was versteht man unter Maximalprinzip?
3. Was ist Minimalprinzip?

Text 3. **Das ökonomische Prinzip im Familienhaushalt**

In allen ihren wirtschaftlichen Entscheidungen bemühen sich die Menschen, nach dem Wirtschaftlichkeitsprinzip zu handeln. Das gilt für den privaten Haushalt ebenso wie für die Wirtschaft.

Bei den meisten Menschen reicht das verfügbare Einkommen nicht aus, um sich alle Wünsche zu erfüllen. Deshalb versucht man mit seinen finanziellen Mitteln so gut wie möglich zu wirtschaften, um seinen Bedarf bestmöglich zu decken. Wirtschaften heißt hier richtig einteilen und auswählen. Man kann nur das kaufen, wofür man das nötige Geld hat. Es lohnt sich, einen Haushaltsplan aufzustellen, der Einnahmen und Ausgaben enthält und mit dessen Hilfe man versucht, möglichst viele Wünsche mit dem vorhandenen Geld zu erfüllen. Dann ist ein von der Vernunft bestimmtes, d.h. effektives Haushalten möglich.

Der Haushaltsplan kann bei der Aufstellung einer Wunschliste helfen. Sie soll die Rangordnung der Wünsche bestimmen: zuerst das unbedingt Notwendige, dann das Nützliche, dann das Angenehme. Die Wunschliste soll auf das verfügbare Geld abgestimmt werden, denn morgen können noch andere Anforderungen und zusammen mit ihnen andere Wünsche kommen.

Wer in richtiger Menge, zur rechten Zeit, preiswert und in guter Qualität kauft, den kann man einen klugen Verbraucher nennen. Sehr viele Menschen handeln aber oft unvernünftig oder irrational. Für so eine Art Verbraucher werden hier ein paar Tipps gegeben, damit sie in Zukunft auch klug wirtschaften können:

– Einnahmen und Ausgaben im Voraus planen;

– keine unüberlegten, spontanen Käufe machen;

– sich durch Fensterauslagen, Inserate und alle Arten der Werbung informieren;

– Informationen und Bereiche über Marktpreise in Radio und Zeitung nutzen;

– die Erfahrung anderer bei Kauf und Verbrauch nutzen, verschiedene Fabrikate vergleichen;

– Vorteile beim Einkauf wie Sonderangebote, Mengenrabatt, Ausverkäufe außerhalb der Hauptsaison nutzen;

– Etiketten und Beschriftungen auf Waren lesen, denn sie enthalten wichtige Informationen über Zusammensetzung, Qualität, Pflege, Verfallsdaten.

**Fragen zum Text:**

1. Nach welchem Prinzip bemühen sich die Menschen zu handeln?

2. Reicht bei allen Menschen das verfügbare Einkommen zur Erfüllung ihrer Wünsche?

3. Wie funktioniert das ökonomische Prinzip im Familienhaushalt?

4. Warum ist ein Haushaltsplan empfehlenswert?

5. Wobei kann der Haushalt helfen?

|  |
| --- |
| **Widerholungsaufgaben zum Thema „Wirtschaftslehre“.**   1. Führen Sie die Ursachen, die den Menschen zum Wirtschaften zwingen! 2. Erläutern Sie den Begriff „ökonomisches Prinzip“! 3. Schildern sie anhand eines selbstgewählten Beispiels , unter welchen Bedingungen in einem Haushalt das ökonomische Prinzip beachtet wird! 4. Geben Sie Beispiele für ihre eigene Rolle im Wirtschaftsleben. 5. Was bedeutet “wirtschaften“? 6. Was gehört zu den wirtschaftlichen Vorgängen? 7. Wie funktioniert das ökonomische Prinzip im Haushalt? 8. Worauf soll die Wunschliste abgestimmt werden? 9. Wen kann man einen klugen Verbraucher nennen? 10. Wie finden Sie die angefügten Tipps für einen vernünftigen Verbraucher? |

**Thema Unternehmen**

**Wortschatz**

***Lesen Sie folgende Lexik, übersetzen Sie nachstehende Wörter und Wortgruppen ins Russische:***

**• das Unternehmen** – 1. *предприятие, фирма;* 2. *дело, акция;* der Unternehmer – *предприниматель;* das Unternehmertum – *предпринимательство;* das private Unternehmen – *частное предпринимательство;* das Einzelunternehmen – *единоличное предприятие;*

**• die Einheit** – 1. *единство, согласие, единодушие;* 2. *единица измерения;*

**• die Beschaffung** – *приобретение, получение, доставка;* die Beschaffungsabteilung – отдел снабжения; die Kapitalienbeschaffung – привлечение капитала;

**• die Haftung –** *ответственность; гарантия.*Beschränkte Haftung, mit beschränkter Haftung, Haftungsbeschränkung- ограничение ответственности, Haftungsübernahme- гарантия;

**• die Gesellschaft** – 1. *общество, свет;* 2. *общество, объединение, союз*; 3. *общество, товарищество, компания.*Das Gesellschaftsunternehmen; die Gesellschaftsform – *общественная форма;*die Gesellschaftsordnung – *общественный строй;*der Gesellschafter – 1. *собеседник, спутник;* 2. *акционер компании;*

**• die Kommanditgesellschaft** – *коммандитное общество, товарищество на вере.*Kommanditgesellschaft auf Aktien (KgaA);

**• die Personengesellschaft** – *обществолиц;*

**• Offene Handelsgesellschaft** (OHG) – *открытоеторговоеобщество;*

**• Stille Gesellschaft** – *негласныйкомпаньон;*

**• die Kapitalgesellschaft** – *товариществокапиталов;*

**• die Aktiengesellschaft(AG)** – *акционерноеобщество;*

**• Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH)** – *обществосограниченнойответственностью;*

**• die Genossenschaft** – *товарищество, кооператив;* der Genossenschftler – *членкооператива;* Genossenschaft organisieren – *кооперировать;* das Genossenschafts-Eigentum – *кооперативнаясобственность.*

**Dialog**

***Lesen Sie folgenden Dialog! Spielen Sie rollenweise!***

P a u l: Hallo, Hans!

H a n s: Hallo, Freund! Was gibt´s Neues im Wirtschaftsdeutsch?

P a u l: Ach, wir nehmen jetzt das Thema „Unternehmen und Unternehmer“. Hat ihre Gruppe dieses Thema schon genommen?

H a n s: Ja, In der vorigen Woche haben wir über Betriebe und Unternehmen gesprochen.

P a u l: Wunderbar. Ich bin über Begriffe „Unternehmen“ und „Betriebe“ nicht ganz im Klaren. Kann man sagen, dass Unternehmen auch ein Betrieb ist?

H a n s: Natürlich ist jedes Unternehmen ein Betrieb, aber nicht jeder Betrieb ist ein Unternehmen. Der Betrieb ist die Produktionsstätte des Unternehmens und somit der Ort ihrer Leistungsstellung. Der Begriff Unternehmen schließt neben der Produktionsstätte die Rechtsform (z.B. Aktiengesellschaft- AG, Gesellschaft mit beschränkter Haftung GmbH) und das Kapital mit ein. Ich kann dir das Schema zeichnen. Also,

Betrieb = Produktionsstätte

Unternehmen = Produktionsstätte + Rechtsform + Kapital.

#### P a u l: So, der Unterschied zwischen Betrieb und Unternehmen ist mir jetzt klar. Und wann spricht man von einer Firma?

H a n s: „Firma“ ist nur der Name des Unternehmens. Du fragst mich nicht nach dem Werk?

P a u l: Das sollte meine nächste Frage sein.

H a n s: „Werk“ ist eine Produktionsstätte mit Spezialaufgabe im Produktionsablauf, z.B. Gaswerk, Stahlwerk und so weiter, die in ein Unternehmen eingeschlossen ist.

P a u l: Jetzt ist mir alles klar. Danke für so klare Erklärung.

H a n s: Bitte, das mache ich sehr gerne.

***Lesen Sie folgenden Text und beantworten Sie die Fragen zum Text!***

Text 1.**Unternehmen: Begriff, Wesen und Aufgaben**

Marktwirtschaft gibt den einzelnen Menschen die Freiheit, ihre wirtschaftlichen Ziele zu verfolgen. Sie lenkt diese Freiheit durch den Wettbewerb und bewirkt die Lenkung der produktiven Kräfte über Märkte und Preise. Sie erwartet von den Wirtschaftenden selbst Initiative, die den Wirtschaftsprozess in Gang setzt und vorantreibt.

Die Produktion und der Absatz von Gütern werden in der Marktwirtschaft von den Unternehmen übernommen. Unternehmen heißt die rechtliche, wirtschaftliche und soziale Einheit in der Industrie, im Handel und im Dienstleistungsbereich. Im Unternehmen werden Güter und Leistungen produziert und abgesetzt. Ein Unternehmen kann aus mehreren Betrieben bestehen, wobei der Betrieb die kleinste Einheit der Wirtschaft ist.

Unternehmen als Einheiten der Produktion und Haushalte als Einheiten des Verbrauchs sind die wesentlichen Träger des Wirtschaftsprozesses und sind einander zugeordnet. Viele Märkte, die zwischen ihnen funktionieren, lenken über das regulierende Spiel der Preise die Produktionsfaktoren und Güterströme.

Betriebe sind die kleinsten technisch-organisatorischen Wirtschaftseinheiten. Das Funktionieren eines Betriebs ist durch das Zusammenwirken der technischen Einrichtungen von Maschinen, Werkzeuge, auch Rohstoffe usw. möglich. Die Leistungserstellung im Betrieb soll reibungslos verlaufen. Die Arbeit im Betrieb muss organisiert werden. Die Organisation ermöglicht es einem Betrieb, seine Aufgaben zu erfüllen. Diese sind:

– die Herstellung von Sachgütern (Produktions- und Konsumgüter);

– das Bereitstellen von Dienstleistungen.

Das Unternehmen stellt sich nach außen als eine rechtliche Einheit dar, auch wenn mehrere Betriebe dazugehören. Das Unternehmen regelt alle Vorgänge mit der Außenwelt.

Neben der technischen Seite kann ein Unternehmen auch als finanzielle Wirtschaftseinheit angesehen werden, da sie über ein bestimmtes Kapital verfügt.

Die rechtliche Seite in der Tätigkeit eines Unternehmens kommt zum Ausdruck, wenn es beispielsweise Verträge abschließt. Ein Unternehmen als rechtlich- finanzielle Wirtschaftseinheit soll hauptsächlich folgende Aufgaben erfüllen:

– Es soll die rechtlichen und finanziellen Voraussetzungen für die Produktion schaffen.

– Es soll Gewinne erzielen und sein Vermögen vergrößern.

Unternehmen wirtschaften in eigener Verantwortung und in eigener Risiko. Sie bestimmen selbständig die Höhe der Produktion, des Absatzes oder der Preise.

**Fragen zum Text:**

1. Wie lenkt die Marktwirtschaft die wirtschaftliche Freiheit der Menschen?
2. Was heißt Unternehmen?
3. Welche Rolle spielen Unternehmen und Haushalte im Wirtschaftsprozess?
4. Wie unterscheiden sich Betrieb und Unternehmen?
5. Wann spricht man von einer Firma und von einem Werk?
6. Welche Aufgaben hat ein Betrieb?
7. Welche Aufgaben erfüllt ein Unternehmen als rechtlich-finanzielle Wirtschaftseinheit?

**Text 2. Die Firma**

Umgangssprachlich werden die Begriffe Unternehmung, Betrieb und Firma gleichgesetzt. Was im juristischen Sinne die Firma ist, regelt das Handelsgesetzbuch (das HGB). Nach §17 Abs. 1 HGB: Die Firma eines Kaufmanns ist der Name, unter dem er im Handel seine Geschäfte betreibt und die Unterschrift abgibt.

Die Firma besteht aus dem Firmenkern und dem Firmenzusatz. Beispiele. Primus GmbH, Groß- und Außenhandel für Bürobedarf; Bürodesign GmbH, Herstellung von Büromöbeln.

*Der Firmenkern* beinhaltet den Namen des Kaufmanns, den Gegenstand des Unternehmens oder eine Fantasiebezeichnung. Beispiel. Primus GmbH, Bürofachgeschäft Herbert Blank e.K.

Der Firmenzusatz kann das Gesellschaftsverhältnis erklären, über Art und Umfang des Geschäftes Auskunft geben oder der Unterscheidung der Person oder des Geschäftes dienen . Er muss der Wahrheit entsprechen. Beispiel. Primus GmbH, Groß- und Außenhandel für Bürobedarf, Computec GmbH &Co. KG, Hard- und Softwarevertrieb.

**Arten der Firma:**

► *Personenfirma*: der Firmenkern besteht aus einem oder mehreren Namen und gegebenenfalls dem Vornamen. Beispiel. Herbert Blank e.K.

► *Sachfirma*: Der Firmenkern ist aus dem Gegenstand des Unternehmens abgeleitet. Beispiel . Bürodesign GmbH

► *Gemischte Firma*: die Firma besteht aus namen und Gegenstand des Unternehmens. Beispiel. Computerfachhandel Martina van den Bosch e.K.

► *Fantasiefirma:* Die Firma besteht aus einer Abkürzung oder einem Fantasienamen. Beispiel. Bürotec GmbH

**Fragen zum Text::**

1. Wie werden die Begriffe Unternehmung, Betrieb und Firma verstanden?
2. Was ist Firma?
3. Woraus besteht die Firma?
4. Welche Arten von der Firma gibt es?

Text 3. **Rechtsformen der Unternehmen**

Die Gesetze der Bundesrepublik Deutschland geben mehrere Möglichkeiten für die Wahl der Rechtsform der Unternehmen. Welche Unternehmensform gewählt wird, hängt von der Betriebsgröße, der Möglichkeit der Kapitalbeschaffung, der Haftung der Unternehmer und von steuerlichen Überlegungen ab.

*Einzelunternehmen.* Der Inhaber hat alle Rechte, Pflichten und das Risiko seines Unternehmens allein zu tragen. Er muss auch das Geschäftskapitel allein aufbringen. Vorteilhaft ist es, dass er seine unternehmerischen Entscheidungen frei, schnell und selbständig treffen und den möglichen Erfolg für sich verbuchen kann. Er haftet aber mit seinem gesamten Geschäfts- und Privatvermögen gegenüber Gläubigern der Firma.

*Gesellschaftsuntenehmen.* Sie entstehen durch vertraglichen Zusammenschluss von zwei oder mehr Personen zur Erreichung eines gemeinsamen Zwecks. Je nachdem, ob mehr die persönliche Beteiligung oder mehr die Kapitalbeteiligung im Vordergrund steht, unterscheidet man Personengesellschaften (OHG, KG) oder Kapitalgesellschaften (AG, GmbH).

*Personengesellschaften.* Sie entstehen durch Zusammenschluss mehrerer Personen zu einem gemeinsamen Unternehmen bzw. Geschäftszweck. Die Gesellschafter der Personengesellschaften haften in der Regel mit ihrem gesamten Vermögen.

*Offene Handelsgesellschaften (OHG).* Das ist eine vertragliche Vereinigung von mindestens zwei Gesellschaftern (Teilhabern), die mit ihrem gesamten Geschäfts- und Privatvermögen den Gläubigern gegenüber persönlich als Gesamtschuldner haften, d.h. ein Gläubiger kann von jedem Gesellschafter die Zahlung fordern. Jeder Gesellschafter hat die Pflicht, die Geschäfte der Gesellschaft zu führen und Dienste persönlich zu leisten. Das Unternehmensrisiko wird hier auf mehrere Gesellschafter verteilt. Mehrere Gesellschafter bringen auch mehr Kapital und Fachwissen. Der Gewinnanteil wird dem Kapitalkonto eines jeden Gesellschafters gutgeschrieben. Sie unternehmen auch unbeschränkte, direkte und gesamtschuldnerische (solidarische) Haftung.

*Kommanditgesellschaft (KG).* Das ist eine Form der Personengesellschaft, aber zum Unterschied von der OHG gibt es hier zwei Arten von Gesellschaftern: Komplementäre und Kommanditisten. Die Komplementäre (auch Vollhafter genannt) entsprechen in ihren Rechten und Pflichten der OHG-Gesellschaften. Sie haften mit ihrem gesamten Vermögen und führen das Geschäft. Die Kommanditisten (auch Teilhafter genannt) haften nur mit ihrer Einlage. Sie sind von der Geschäftsführung ausgeschlossen. Sie haben nur ein Kontrollrecht, ein Informations- und Widerspruchsrecht und das Recht, ihre Beteilung durch Kündigung zu beenden. Die Rechtsform der KG wird von kleineren und mittleren Betrieben gewählt. Es handelt sich dabei häufig um Familienunternehmen. z.B. wenn Ehefrau oder Kinder als Teilhaber beteiligt sind.

*Stille Gesellschaft.* Das ist eine Gesellschaft, bei der ein oder mehrere Gesellschafter nicht nach außen in Erscheinung treten (stille Gesellschafter). Ein stiller Gesellschafter stellt dem Unternehmen Finanzmittel zur Verfügung und wird dafür am Gewinn beteiligt. Im Konkursfall haftet er mit seiner Einlage für die Verbindlichkeiten der Gesellschaft.

*Kapitalgesellschaften.* Im Gegensatz zu den Personengesellschaften sind Kapitalgesellschaften juristische Personen. Im Konkursfall haftet nur die Gesellschaft mit ihrem Vermögen, die Gesellschafter verlieren nur ihre Einlage (Anteile).

*Aktiengesellschaft (AG).*Die Aktiengesellschaft ist eine juristische Person, d.h. sie ist eine Gesellschaft mit eigener Rechtspersönlichkeit. Sie wird von Teilhabern (Aktionären) gebildet, die sich mit Einlagen (Aktien) am Grundkapital beteiligen. Die Aktionäre sind Geldgeber. Sie haften nicht und riskieren nur ihren Anteil. Die Aktionäre haben folgende Rechte: Recht auf Anteil am Gewinn (Dividende), Recht auf Teilnahme an der Hauptversammlung, Stimmrecht in der Hauptversammlung, Bezugsrecht neuer (junger) Aktien, Anteil vom Erlös (bei Liquidation der Gesellschaft).

Organe der AG: Die Leitung der AG liegt beim Vorstand, der vom Aufsichtsrat für höchstens 5 Jahre bestellt und überwacht wird. Der Vorstand vertritt die Gesellschaft rechtlich nach außen. Der Aufsichtsrat prüft den vom Vorstand erstellten Jahresabschluss (Bilanz, Gewinn- und Verlustrechnung) und Geschäftsbericht.

Die Hauptversammlung ist das beschließende Organ der AG. Sie entlastet den Vorstand und Aufsichtsrat, beschließt über die Erhöhung des Grundkapitals und Verteilung des Gewinns, wählt die Abschlussprüfer. Sehr viele Großunternehmen bedienen sich zur Finanzierung der modernen technischen Mittel der Rechtsform der AG, im Einzelhandel insbesondere die Großbetriebsformen wie Waren- und Kaufhäuser.

*Gesellschaft mit beschränkter Haftung.* Die GmbH entstand aus dem Bedürfnis nach einer Kleinform der Kapitalgesellschaft mit einfacherem Aufbau und stärkerer persönlicher Bindung der Gesellschafter. Sie wird oft auch als die „kleine Aktiengesellschaft" bezeichnet. Sie ist auch eine Kapitalgesellschaft mit eigener Rechtspersönlichkeit. Eine Person (Ein-Mann-GmbH) oder mehrere können eine GmbH gründen. Die Gesellschafter haften nur mit ihrer Einlage. In der GmbH gibt es Geschäftsführung, Aufsichtsrat (bei über 500 Beschäftigten), Versammlung der Gesellschafter, Gewinne im Verhältnis der Anteile. Die GmbH ist für kleinere und mittelständische Unternehmen geeignet.

*Kommanditgesellschaft auf Aktien (KgaA).*Mindestens ein Gesellschafter haftet für die Verbindlichkeiten der Gesellschaft unbeschränkt (Komplementär), die übrigen Gesellschafter (Kommandit-Aktionäre) sind ohne persönliche Haftung an dem Grundkapital der Gesellschaft beteiligt. Ihre Anteile werden in Form von Aktien ausgegeben. Es handelt sich um eine Mischform zwischen Personen- und Kapitalgesellschaft. Organe: Hauptversammlung, Aufsichtsrat, Geschäftsführung.

*Genossenschaften.* Genossenschaften sind Gesellschaften mit mindestens sieben Mitgliedern (Genossen), die durch gemeinschaftlichen Geschäftsbetrieb die Erwerbsmöglichkeiten ihrer Mitglieder fördern wollen. Sie funktionieren nach dem Prinzip „Einer für alle – alle für einen“. Mitglieder einer Genossenschaft können natürliche und juristische Personen sein. Der Geschäftsanteil ist der im Statut bestimmte Betrag. Die Gewinnverteilung erfolgt nach Geschäftsanteilen. Hier gibt es keine persönliche Haftung für die Verbindlichkeiten der Genossenschaft Man unterscheidet eingetragene Genossenschaften mit beschränkter Haftung (GmbH) und eingetragene Genossenschaften mit unbeschränkter Haftung (GmbH). Die Unterscheidung hängt davon ab, ob die Mitglieder nach dem Gesellschaftsvertrag (Statut) zu Nachzahlungen verpflichtet werden können. Organe: Vorstand, Aufsichtsrat, Generalversammlung.

Der Vorstand wird von der Generalversammlung oder vom Aufsichtsrat gewählt und hat Befugnis zur Geschäftsführung und Vertretung. Die Bedeutung der Genossenschaften liegt im Zusammenschluss von wirtschaftlich Schwachen zur Selbsthilfe im Wettbewerb mit Großbetrieben. Als Beispiel kann man Wohnungsbaugenossenschaften, Genossenschaften, Banken und Einkaufsgenossenschaften anführen.

**Fragen zum Text :**

1. Was bestimmt die Wahl der Unternehmensformen?

2. Was sind die wesentlichen Merkmale eines Einzelunternehmens?

3. Wie kann man Kommanditgesellschaft charakterisieren?

4. Wodurch unterscheidet man OHG von einer KG?

5. Was kennzeichnet eine Stille Gesellschaft?

6. Wodurch unterscheiden sich Personengesellschaften und Kapitalgesellschaften?

|  |
| --- |
| Wiederholungsaufgaben zum Thema „Unternehmen“:   1. Was kann die Unternehmung gelten? 2. Was ist dem Begriff „Betrieb“ zugeordnet? 3. Für welche Bezeichnung kann man die Begriffe „Unternehmung“ und „Betrieb“ synonym verwenden? 4. Charakterisieren Sie Die Arten von Firma! 5. Wie viele Rechtsformen von Unternehmen werden insgesamt unterschieden? 6. Durch welche Merkmalen unterscheiden sie sich? 7. Was bedeutet OHG? 8. Wie heißt der Eigentümer eines solchen Unternehmens? 9. Wie lautet die Abkürzung GmbH auf russisch? 10. Wie heißen die Eigentümer der GmbH ? Womit haftet eine GmbH? 11. Was bedeutet AG? 12. Welches Grundkapital braucht man, um eine AG zu gründen? 13. Wie charakterisiert man eine Genossenschaft? |

**THEMA “Markt“**

**Wortschatz**

***Lesen Sie folgende Lexik , lernen Sie auswendig:***

**• der Wettbewerb (e) –** *соревнование, соперничество, конкуренция.*Der Wettbewerber, der Wettbewerbsteilnehmer, wettbewerbsfähig, ein internationaler Wettbewerb; aus dem Wettbewerb ausscheiden. Unter den Firmen herrscht ein harter, heftiger Wettbewerb;

**• das Eigentum (-tümer) anAkk. –** *собственность на что-л., состояние, имущество.*Das Privateigentum, eigenes Auto, das Eigentum erwerben und vermehren. Das Haus ist mein Eigentum. Das Grundstück ist in unser Eigentum übergegangen;

**• die Arbeitskraft (..e) –** *движущая сила.* Аntreiben, die Antriebskraft der freien Wirtschaft. Das Streben, Eigentum zu erwerben und es zu vermehren, ist die Antriebskraft der Marktwirtschaft;

**• uneingeschränkt –***неограниченный.* Nicht eingeschränkt, uneingeschränkten Vertrauen. Die freie Marktwirtschaft gewährt Erzeugern und Verbrauchern uneingeschränkte Freiheit und Selbstverantwortlichkeit;

**• die Gewerbefreiheit (-en) –** *свобода выбора занятий, профессий.*Das Gewerbe, ehrliches Gewerbe, ein Gewerbe ausüben. Bei der Marktwirtschaft besteht uneingeschränkte Gewerbefreiheit;

**• der Ausgleich (-e) –** *уравновешивание, выравнивание, компенсация.*Zum Ausgleich, einen Ausgleich erhalten. Der Markt bewirkt den Ausgleich von Angebot und Nachfrage;

**• das Steuerorgan (-e) –** *орган управления.* Steuern, der Steuermann, das Steuerpult, das Steuerorgan der Wirtschaft. Der Markt ist das Steuerorgan oder das Lenkungsorgan der Wirtschaft;

**• der Umsatz (..e) –** *оборот.* Die Umsatzsteuer, Gesamtmenge umgesetzter Waren, einen guten Umsatz von der Seife haben. Der Umsatz steigt (sinkt);

**• rücksichtslos –***беспощадно, бесцеремонно.* Оhne Rücksichtsnahme, rücksichtloses Verhalten, rücksichtlose Kritik. Die Fabrikanten haben das Überangebot an Arbeitskräften rücksichtslos ausgenutzt;

**• die Abwanderung ( -en) –** *переселение, уход, переход.* Das Abwandern, abwandern, die Abwanderung in die Stadt. Viele arme Bauern sind in die Stadt abgewandert. Ein Überangebot an Arbeitskräften bewirkte die Abwanderung der Bauern in die Industriestädte;

**• die Absprache (-n) –** *договоренность, уговор.* Еine Absprache (Vereinbarung) treffen, ohne vorherige Absprache. Riesige Konzerne können den Wettbewerb durch Absprachen über Produktionsmenge und Preise unterdrücken;

**• zerstören –** *разрушать, уничтожать.* Еine Brücke, ein Gebäude zerstören. Die Stadt ist durch den Krieg, durch ein Erdbeben, Feuer zerstört worden. Die freie Marktwirtschaft kann ihr eigentliches Steuerorgan, den Markt und den Wettbewerb, und damit sich selbst zerstören;

**• auf der Strecke bleiben –** *погибать, проигрывать.* Nicht konkurrenzfähige Unternehmen können nicht mithalten und bleiben im Konkurrenzkampf auf der Strecke;

**• zur Folge haben –** *повлечь за собой, иметь последствием.*Die zwangsläufige Folge. Das Unwetter hatte schwere Schäden zur Folge. Die kapitalistische Wirtschaftsordnung hat die Bereicherung der Reichen und die Verarmung der Armen zur Folge.

**Polylog**

***Lesen sie folgenden Polylog, geben Sie den Polylog in Rollen wieder!***

A n d r e a s: Guten Tag! Ich habe heute einen Vorschlag. Stellt euch vor! Ich bin euer Lehrer in der Wirtschaftslehre. Das Thema unserer Diskussion heißt Markt, Preis und Preisbildung. Versucht meine Fragen kurz und bündig zu beantworten. Die erste Frage betrifft also den Markt selbst. Was versteht man unter einem Markt?

D i e t e r: Darf ich antworten? Unter Markt versteht man den Ort des regelmäßígen Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage.

H a n s: Ich möchte etwas ergänzen. Es ist allen bekannt, dass der Markt das Lenkungsinstrument oder das Steuerorgen ist. Und mittels freier Preisbildung bewirkt der Markt den Ausgleich von Angebot und Nachfrage.

A n d r e a s: Ihr beide habt vorkommen Recht. Ein echter Markt bietet Alternativen sowohl für den Konsumenten als auch für den Produzenten und auf echten Markt herrscht immer Wettbewerb. Und wie unterscheidet man die Märkte?

S t e f fi: Ich kann diese Frage beantworten. Die Märkte werden sachlich, räumlich-zeitlich und nach Funktionen gegliedert.

P a u l: Genug des Guten. Ich setze fort. Es bestehen Warenmärkte, Dienstleistungsmärkte, Arbeitsmärkte und Kreditmärkte. Das ist sachliche Gliederung.

F r a n k: Ich bin nun dran. Es gibt auch Wochenmärkte, Großmärkte, Jahrmärkte, Börsen, Messen, Ausstellungen und Versteigerungen. Und das ist, was räumlich-zeitliche Gliederung angibt.

A n d r e a s: Danke. Und wie unterscheidet man den Markt nach Funktionen? Wer kann sagen?

A n n a: Darf ich? Nach Funktionen unterscheidet man Beschaffungsmarkt, Binnenmarkt, Importmarkt, Exportmarkt und Absatzmarkt.

A n d r e a s: Vollkommen richtig. Aber es gibt auch eine andere Gliederung. Was könnt Ihr über die homogenen und die heterogenen Märkte sagen?

L u i s e: Das ist doch so einfach. Du hast den Anfang gemacht und ich werde deinen Gedanken beenden. Auf homogenen oder vollkommenen Märkten sind vollkommen einheitliche und auf heterogenen oder unvollkommenen Märkten nicht gleichartige Güter im Handel.

A n d r e a s: Danke, danke! Und nun meine letzte Frage, denn unser Lehrer kommt in 10 Minuten. Ganz kurz über die Funktion des Preises.

I l o n a: Der Preis als Gegenwert für Güter und Dienstleistungen regelt die Produktion, schaltet Leistungsschwache aus und bestimmt die Allokation der Produktionsfaktoren.

A n d r e a s: Prima! Machen wir Schluss. Ich als euer Studienkollege bin mit euch zufrieden. Hoffentlich auch unser Lehrer.

***Lesen Sie folgende Texte und beantworten Sie die Fragen zu den Texten!***

Text 1. **Markt**

Ein Markt bildet sich 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 vermieten usw. Der Markt kann also über Telefon, über Zeitunsinserate 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 Anbieter und Nachfrager eines ganzen Landes, Kontinentes oder gar der ganzen Erde.

Also,

|  |
| --- |
| Markt= Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage |

Am Markt treffen sich 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 Weltpapiermärkte und viele andere. Auf dem Boden und Immobilienmarkt werden bebaute und unbebaute Grundstücke, gewerbliche Räume und Wohnräume gehandelt. Angebot und Nachfrage treffen sich 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 Arbeitsmarkt oder in Stellenanzeigen bzw. –gesuchen 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 Investitionsmarkt 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.

Darüber hinaus spricht man z.B. in Deutschland vom deutschen, in Europa vom europäischen und in der Welt vom Weltmarkt. Gegenstände oder Objekte von Marktbeziehungen können Sachgüter, Dienstleistungen oder Rechte sein.

**Fragen zum Text:**

1. Wann bildet sich Markt?

2. Kann ein Markt über Telefon entstehen?

3. Welche Arten von Märkten gibt es?

4. Wo treffen sich das Angebot und Nachfrage aufeinender?

5. Was ist das Ergebnis dieses Geschehens?

6. Was bedeutet Immobilienmarkt, Arbeitsmarkt, Konsumgütermarkt?

Text 2. **Angebot und Nachfrage**

Angebot und Nachfrage ist das Prinzip des Wettbewerbs. Es sorgt ähnlich wie beim Sport für ständige Leistungssteigerung. Das ist für die Anbieter oft unbequem, aber für die Kunden ein Segen.

Wenn der erste Spargel oder die ersten Erdbeeren auf den Markt kommen, aber zunächst nur wenige Händler sie anbieten und viele Käufer sich mit Hunger auf diese langentbehrten Genüsse stürzen, haben die fixen Anbieter einen Wettbewerbsvorteil. Denn weil die Produkte knapp und begehrt sind, lassen sie sich zu guten Preisen verkaufen.

Natürlich haben die Konkurrenten beobachtet, wie gut das Geschäft am Stand nebenan gelaufen ist. Deshalb werden sie versuchen, sich für den nächsten Tag ebenfalls Spargel oder Erdbeeren zu beschaffen. Dadurch wird das Angebot größer. Um die größere Menge zu verkaufen, müssen die Preise sinken. Denn nur so können mehr Käufer angelockt werden Kunden, denen der Spargel bisher noch zu teuer war. Das geht so lange weiter, bis die Händler merken, dass sie den vielen Spargel, den sie eingekauft haben, nur noch bei kräftigen Preissenkungen loswerden. Damit können sie vielleicht auch noch einige von Verbrauchern gewinnen, die nicht so scharf auf dieses Gemüse sind. Kurz vor Geschäftsabschluss verkaufen einige Kaufleute die letzten Spargel oft sogar unter dem Einkaufspreis, um nicht ganz darauf sitzen zu bleiben: Besser ein kleiner Gewinn als ein großer Verlust.

Das bedeutet: In einer Marktwirtschaft wird der Preis durch Angebot und Nachfrage bestimmt. Hohe Preise schränken die Zahl der Käufer ein, verlocken aber Hersteller und Händler, mehr davon auf den Markt zu bringen. Das steigende Angebot kann jedoch nur dann abgesetzt werden, wenn jetzt die Preise sinken und dadurch mehr Kunden gewonnen werden können. So werden im Idealfall Produktion und Angebot nach den Bedürfnissen des Marktes (also der Käufer) gesteuert. Preise haben deshalb eine ganz ähnliche Funktion wie rote und grüne Ampeln im Verkehr.

Das ist eigentlich schon das ganze Geheimnis. Dass es in einer Marktwirtschaft ein so umfassendes Güterangebot, keine dauerhaften Versorgungsmängel und immer wieder Qualitätsverbesserung gibt, lässt sich auf die Anwendung von zwei im Grunde simplen Prinzipien zurückführen: Auf den Wettbewerb zwischen verschiedenen Anbietern sowie darauf, dass Angebot und Nachfrage den Preis bestimmen, der wiederum die Produzenten zur Steigerung oder Einschränkung der Produktion veranlasst- und die Kunden zum Kauf oder Verzicht auf die Produkte.

Noch „lupenreiner“ als auf einem Wochenmarkt funktioniert das Prinzip von Angebot und Nachfrage in einem Bereich der Wirtschaft, der auf den ersten Blick viel komplizierter erscheint nämlich bei der Börse. Denn während auf dem Gemüsemarkt immer kleine Qualitätsunterschiede zwischen den Kartoffeln oder Äpfel bestehen, die der Bauer A und der Bauer B anbieten und sich auch nicht jede Hausfrau die Mühe macht, alle Preise und Qualitäten zu vergleichen, ist jede Aktie von BMW, Hoechst oder IBM so gut wie alle anderen dieses Unternehmens. Deshalb hängt der Preis (hier Kurs genannt) allein von Angebot und Nachfrage ab. Wenn viele Sparer auf Grund guter Nachrichten aus der Wirtschaft auf Gedanken kommen, Aktien von Siemens, Thyssen, VW oder BASF zu kaufen, aber nur wenige verkaufen wollen, die Makler nach dem Kurs, bei dem sich Angebot und Nachfrage ausgleichen: je höher er ist, um so weniger Interessenten wollen noch kaufen. Aber um so mehr Aktienbesitzer entschließen sich, zu verkaufen. An einem bestimmten Punkt treffen sich die Vorstellungen beider Gruppen. Das ist dann der Kurs (der Preis) dieser Aktie an diesem Tag.

Natürlich funktioniert dies nicht auf allen Märkten immer so reibungslos, so übersichtlich und ohne Verzögerung. Wenn als Folge schlechter Witterung nur geringe Mengen Spargel geerntet werden, bleiben die Preise hoch und die Verbraucher halten sich zurück. Die Importeure werden darüber nachdenken, ob sie Spargel aus Spanien oder gar Südamerika holen, und die Bauern werden für die kommende Ernte die Anbauflächen vergrößern. Steigende Preise führen also dazu, dass das Angebot zunimmt. Umgekehrt wird bei sinkenden Preisen die Produktion gedrosselt.

In der Industrie ist alles etwas schwerer zu durchschauen als auf dem Wochenmarkt oder an der Börse. Aber dennoch wirken die gleichen Marktkräfte. Wenn zum Beispiel ein neues Automodell gut ankommt, lässt sich die Produktion nicht in kürzerer Zeit so hochfahren, dass jeder Interessent sofort beliefert werden kann. Aber der Hersteller verdient gut an dem Model, weil er wegen der hohen Nachfrage seinen Listenpreis ohne Anstriche fördern kann. Er wird sich deshalb bemühen, die Produktion der weniger gefragten Typen zu drosseln und die Mitarbeiter mit Überstunden zu schlagen und Prämien dafür zu gewinnen, möglichst viele Sonderschichten einzulegen. Die höhere Nachfrage lässt zur Freude der Mitarbeiter also auch den Preis für die Arbeit steigen. Bleibt die Nachfrage hoch, werden neue Anlagen gebaut und zusätzliche Arbeitskräfte eingestellt.

Lässt irgendwann das Interesse der Autofahrer nach (oder kommt die alarmierte Konkurrenz mit noch attraktiven Modellen), wendet sich das Blatt. Plötzlich lässt der Verkäufer wieder über Rabatte und günstige Preise für den alten Wagen mit sich reden. Es werden preiswerte Sondermodelle und „Extras“ ohne Aufpreis angeboten. In der Praxis kann das bedeuten, dass der Käufer mit etwas Feilschen das gleiche Auto bei einer Absatzflaute um zwanzig Prozent billiger bekommen kann als während des Booms. Angebot und Nachfrage lösen also auch hier die notwendigen Anpassungsprozesse aus- auch wenn die Hersteller von Markenartikeln meist versuchen, dies mit den genannten Mitteln etwas zu verschleiern. Viele fürchten, dass offene Preissenkungen dem Ruf oder Image schlagen können.

**Fragen zum Text:**

1. Was ist das Prinzip des Wettbewerbs?

2. Was geschieht auf dem Markt, wenn die ersten langentbehrten Produkte auf den Markt kommen?

3. Wie reagieren die Konkurrenten?

4. Warum verkaufen einige Kaufleute ihre Produkte unter dem Verkaufpreis?

5. Wie wird der Preis durch Angebot und Nachfrage bestimmt?

6. Wie funktioniert das Prinzip von Angebot und Nachfrage in der Wirtschaft`?

7. Wie wirken die Marktkräfte in der Industrie?

**Text 3. Arten der Märkte**

**Gütermärkte.** Auf den Gütermärkten werden die verschiedensten Güterarten angeboten und nachgefragt. Früher sprach man auch von „Warenmärkten“. Der Begriff ist aber zu eng, weil auch Dienstleistungen wie sie z.B. von Rechtsanwälten, Steuerberatern, Banken oder Versicherungen angeboten werden, zu den Wirtschaftsgütern zählen.

*Konsumgütermärkte.* Die von den privaten und öffentlichen Haushalten nachgefragten Sachgüter und Dienstleistungen bezeichnet man als Konsumgüter. Dementsprechend spricht man von Konsumgütermärkten.

Produktionsgütermärkte. Auf den Produktionsgütermärkten werden alle wirtschaftlichen Güter gehandelt, die der Herstellung anderer oder zumindest veränderter Wirtschaftsgüter dienen. Produktionsgüter (auch Investitionsgüter genannt) werden von den wirtschaftlichen Unternehmen (Produzenten, Wiederverkäufer) angeboten und nachgefragt.

Dem einzelnen Gut an sich kann man nicht ansehen, ob es zu den Konsumgütern oder zu den Produktionsgütern gehört. Frischgemüse wird z.B. von den Haushalten als Konsumgut, von den Lebensmittelfabriken als Produktionsgut nachgefragt.

**Arbeitsmärkte.** Auf den Arbeitsmärkten treten diejenigen Personen als Anbieter ihrer Arbeitskraft auf, die entweder noch keinen Arbeitsplatz besitzen, oder zwar einen Arbeitsplatz haben, aber einen neuen Arbeitsplatz suchen. Die Nachfrager auf dem Arbeitsmarkt sind die privaten Haushalte (Nachfrage nach Kindermädchen, Hausgehilfinnen, Raumpflegerinnen), die staatlichen Wirtschaftsunternehmen. Als Vermittler zwischen Arbeitsangebot und- Nachfrage können die Arbeitsämter, die das Bundesamt für Arbeit unterstellt sind, auftreten. Aber auch außerhalb der Arbeitsmärkte werden täglich offene Stellen nachgefragt und angeboten. Das sind Stellenangebote und Stellengesuche in den Tageszeitungen und Fachzeitschriften.

**Kreditmärkte.** Das Zusammentreffen des Angebots und der Nachfrage nach Krediten heißt *Kreditmark*t. Handelt es sich um kurzfristige Mittel, spricht man von *Geldmarkt*, handelt es sich langfristige Mittel, von Kapitalmarkt.

|  |
| --- |
| **Wiederholungsaufgaben zum Thema „Markt“:**   1. Was versteht man unter Markt? 2. Was bietet ein echter Markt für beide Marktseiten? 3. Was herrscht auf einem echten Markt? 4. Erklären sie die Begriffe Angebot und Nachfrage! 5. Unterscheiden Sie die Begriffe Gütermarkt, Arbeitsmarkt, Geldmarkt, Kapitalmarkt! 6. Was bedeutet „Besser ein kleiner Gewinn als großer Verlust“? 7. Wann funktioniert das Prinzip von Angebot und Nachfrage nicht so reibungslos? 8. Wie unterscheidet sich Kreditmarkt vom Geldmarkt? 9. Beschreiben Sie einen Arbeitsmarkt! 10. Erklären Sie das Wesen eines vollkommenen Marktes und eines unvollkommenen Marktes! |

## THEMA “Güter und Güterarten“

**Wortschatz**

*Merken Sie sich bitte folgende Lexik, übersetzen Sie ins Russische nachstehende Wörter, Wortgruppen und Sätze:*

**• das Gut (..er) –** *товар.*Güter des täglichen Bedarfs; freie Güter; wirtschaftliche Güter. Die Güter, die vom Menschen erzeugt werden man als Sachgüter. Sachgüter sind z. B. Nahrungsmittel, Autos, Schuhe, Wohnung usw.;

**• direkt –** 1. *прямой;* 2. *прямо, непосредственно.* Direkte Steuern. Man kann Bedürfnisse des Menschen direkt oder indirekt befriedigen;

**• uferlos –***бесконечный.* Die Bedürfnisse des Menschen sind uferlos;

**• begrenzen –**ограничивать. Begrenzte Mittel. Die Güter sind begrenzt und knapp;

**• jemandem zur Verfügung stehen –** *(находиться****)****в чьем-л. распоряжении.* Uns stehen begrenzte Mittel zur Verfügung; **verfügen über + Akk. –** *иметь в своем распоряжении, располагать (чем-л.)*. Wir verfügen über begrenzte Mittel. Er verfügt über gute Kenntnisse;

**• zwingen, a, u –** *принуждать, заставлять, вынуждать.*Er zwingt mich zu diesem Schritt. Ich bin gezwungen, Geld zu sparen. Der Mensch ist gezwungen, mit den knappen Gütern sparsam umzugehen;

**• der Geist (-er) –** 1. *дух, душа;* 2. *ум, образ мыслей;***die Geisteswissenschaften (pl.)** – *гуманитарные науки.* Geisteswissenschaftliche Hilfe; geistige Arbeit. Ich studiere an der Fakultät für geisteswissenschaftliche und sozialökonomische Wissenschaften.

**• der Körper (-)** – *тело, туловище, корпус, организм;***körperlich**– *физический, телесный.*Körperliche Schönheit. In einem gesunden Körper (wohnt) ein gesunder Geist (Sprichwort). Die Menschen müssen geistig und körperlich arbeiten;

**• die Dienstleistung (-en) -** 1. *выполнение (определенно города) работы;* 2. *услуга, одолжение;* 3. **pl. Dienstleistungen** – *услуги (коммунальные и др.).* Dienstleistungen verrichten. Der Mensch muss Dienstleistungen verrichten. Die Dienstleistungen sind die Leistungen, Arbeiten in der Wirtschaft, die nicht der Produktion von Gütern dienen;

**• der Anspruch (..e) –** *притязание, требование;***jemanden in Anspruch nehmen** – *отнимать у кого-либо время;***etwas in Anspruch nehmen** – *пользоваться чем-л.;***hohe Ansprüche stellen an +Akk.** Er nimmt mich sehr in Anspruch. Diese Arbeit nimmt viel Zeit in Anspruch. Jeder Mensch kann Rechte (z. B. Patente, Lizenzen) in Anspruch nehmen;

**• umfassen –** *охватывать.* Der Begriff „Güter“ umfasst: Sachgüter, Dienstleistungen und Rechte;

**• leisten –** *делать, исполнять, выполнять; совершать.* Eine große Arbeit leisten; jemanden einen Dienst leisten; jemandem Widerstand leisten; **sich (D) etwas leisten –***позволять себе что-л.* Ich kann mir das leisten. Das moderne Auto ist zu teuer, das kann ich mir nicht leisten;

**• vorhanden –** *имеющийся, наличный;***vorhanden sein –** *существовать, иметься, быть налицо.*Die vorhandene Ware. Freie Güter sind unbegrenzt vorhanden;

**• rein –** *чистый.* Reinigen; das gereinigte Wasser; die Reinigung. Das Meerwasser kann gereinigt werden;

**• (an) bieten, o,o –** *предлагать (что-л.), давать, предоставлять.*Waren zum Verkauf anbieten; jemandem seine Hilfe anbieten, jemandem einen Stuhl anbieten. Die Natur bietet viele freie Güter;

**• das Angebot (-e) –** *предложение (товара).* Ein reichhaltiges Angebot; das Angebot der Güter. Nach der Herstellung werden die Güter zum Verkauf angeboten, sie bilden das Angebot, aus dem der wirtschaftende Mensch Bedarf decken kann;

**• verlangen –** *желать, просить (чего-л.); требовать (кого-л., чего-л.).*Diese Ware wird viel verlangt. Er verlangt zuviel für seine Ware. Diese Aufgabe verlangt den ganzen Menschen. Freie Güter verlangen keine Arbeit;

**• verursachen –** *(по) служить причиной (чего-л.); причинять; вызывать.*Die Ursache. Was verursacht die Unruche? Danke für das Wörterbuch. – Keine Ursache!;

**• der Aufwand –** *(чрезмерные) затраты, издержки, расходы; расточительство*. Wozu der Aufwand? Großen Aufwand machen; der Aufwand an Geld. Freie Güter verursachen einen Aufwand;

**• sich befassen mit + Dat –** *заниматься чем-л.* Womit befassen Sie sich? Womit befasst du dich? Die Wirtschaft befasst sich nur mit Gütern.

**Dialog**

***Machen Sie sich mit dem Inhalt des Dialogs bekannt, geben Sie ihn in Rollen wieder!***

G e r d: Herein, bitte!

K a r l: Hallo, Gerd!

G e r d: Grüß dich, Karl! Wie geht’s?

K a r l: Es geht. Ich habe dir dein Lehrbuch für Wirtschaftslehre mitgebracht.

G e r d: Brauchst du es nicht? Hast du dich zum Seminar nicht vorbereitet?

K a r l: Doch.

G e r d: Dann kannst du mir erklären, welches Gut Wasser ist. Nimm bitte hier Platz!

K a r l: Setzen wir uns an den Tisch. Nimm ein Blatt Papier und einen Bleistift. Ich erkläre dir, welches Gut Wasser ist, und du machst ein Schema. Gell?

G e l d : Na gut, ich versuche. Ob es mir aber gelingt?

K a r l: Also: Was ist Wasser? Wirtschaftlich ist es bestimmt ein Sachgut. Schreib’ oben in die Mitte: Sachgut!

G e r d: Hab’ schon geschrieben.

K a r l: Um weiches Wasser geht es?

G e r d: Um Wasser in Meeren und Flüssen, um Trinkwasser, um beliebiges Wasser.

K a r l: Es ist wichtig zu unterscheiden, um welches Wasser es geht. Da liegt der Hund begraben. Geht es um Wasser in Meeren und Flüssen, dann ist es freies Gut. schreib’ bitte links „freies Gut“!

G e r d: Gemacht. Ich hab’ verstanden, das Trinkwasser ist nicht freies Gut, sondern wirtschaftliches Gut.

K a r l: Ja eben, weil es gereinigt wurde, also durch wirtschaftliche Tätigkeit des Menschen hergestellt wurde. Schreib’ bitte rechts: „wirtschaftliches Gut“.

G e r d: Geschrieben.

K a r l: Fahren wir fort! Zum wirtschaftlichen Gut gehören: Konsumgut und Produktionsgut. Schreib’ das unter das wirtschaftliche Gut!

G e r d: So. Was weiter.

K a r l: Konsumgut kann auch zweiartig sein: Verbrauchsgut, z. B. Trinkwasser und Gebrauchsgut, z. B. Wasser in der Zentralheizung. Stimmt das?

G e r d: Ja, das stimmt. Also unter das Konsumgut schreibe ich Verbrauchs- und Gebrauchsgut.

K a r l: Produktionsgut kann auch Verbrauchsgut, z. B. Wasser als Rohstoff (Lebensmittel) oder Gebrauchsgut sein, z.B. Kühlwasser. Schreib’ das auch. Und jetzt wir, was für ein Schema du gemacht hast.

***Lesen Sie folgende Texte, beantworten sie die Fragen zu den Texten, geben sie den Inhalt wieder!***

Text 1. **Güter und Güterarten**

Alle Mittel, die Bedürfnisse des Menschen direkt oder indirekt befriedigen, nennt man Güter. Güter sind für den Menschen nützlich, weil sie das bestehende Mangelgefühl beseitigen. Die Bedürfnisse des Menschen sind uferlos, die Güter dagegen begrenzt und knapp. Die Knappheit der Güter resultiert aus dem Spannungsverhältnis zwischen unbegrenzten Bedürfnissen und den begrenzten Mitteln, die zur Bedürfnisbefriedigung zur Verfügung stehen. Deshalb ist der wirtschaftende Mensch gezwungen mit den knappen Gütern sparsam und planvoll umzugehen.

**Arten der Güter:**

**• Freie und wirtschaftliche Güter**.

*Wirtschaftliche Güter.* Gegenstand wirtschaftlicher Betrachtung sind nur die Güter, die knapp sind. Sie bezeichnen wir als wirtschaftliche Güter.

Es ist zwischen Knappheit und Seltenheit zu unterscheiden. Ein seltenes Gut muss nicht knapp sein. Knappheit liegt vor, wenn die gewünschte Gütermenge und die vorhandene Gütermenge nachhaltig differenzieren.

Wirtschaftliche Güter sind dadurch gekennzeichnet, dass ihre Bereitstellung in der Regel kosten verursacht.

*Freie Güte*r. Sie sind Güter, die im Verhältnis zu den Bedürfnissen reichlich vorhanden sind. Sie sind nicht knapp und deshalb auch nicht Objekte des Wirtschaftens. Die Zahl der freien Güter ist gering.

Ob ein Gut „frei“ ist, kann nur von Fall zu Fall entschieden werden. Luft am Meer ist freies Gut, Luft in einem Bergwerk - wirtschaftliches Gut (Kosten!).

**• Konsumgüter und Produktionsgüter**. Konsumgüter befriedigen unmittelbar Bedürfnisse in den Haushalten. Produktionsgüter dienen der Produktion, die neue und andere Güter bereitstellt.

**• Verbrauchsgüter und Gebrauchsgüter**. Bei Konsum- und Produktionsgütern unterscheidet man ferner zwischen Verbrauchsgüter und Gebrauchsgütern.

Verbrauchsgüter gehen in einem einmaligen Konsumakt unter (z.B. Milch, Brot). Gebrauchsgüter erlauben mehrmalige Nutzung. Konsumgüter, die Gebrauchsgüter sind, gestatten mehrere Konsumakte, nämlich solange, wie das Gut funktionstüchtig ist (Beispiele: Fernsehgerät, Kühlschrank).

Typische Gebrauchsgüter in der Produktion sind Maschinen und Werkzeuge. Sie werden über einen längeren Zeitraum genutzt und nutzen sich beim Gebrauch ab.

Alle materiellen Güter, die ge- und verbrauchen, entstammen letztlich unserer natürlichen Umwelt, dem Produktionsfaktor Natur. Werden die Güter gebrauchs- oder verbrauchsfertig von der Natur geliefert, bezeichnet man sie auch als Natur- oder Umweltgüter. Werden sie durch den Menschen in irgendeiner Weise verändert, z.B. Meerwasser zum Trinkwasser, Lehm zum Ziegeln, Eisenerz zu Industriestahl, Gold zu Schmuck oder Getreide zu Mehl, werden sie zu Industriegütern. Auch durch den Transport vom Fundort zum Verbrauchsort oder durch den Kauf bzw. Verkauf werden die Naturgüter zu Industriegütern.

**Fragen zum Text:**

1. Wie werden die Bedürfnisse der Menschen befriedigt?

2. Welche Güter nennt man freie Güter?

3. Was versteht man unter wirtschaftlichen Gütern?

4. Wie unterscheiden sich Konsum - Verbrauchsgüter von Produktionsgütern?

5. Welchen Unterschied gibt es zwischen Verbrauchs- und Gebrauchsgütern?

Text 2. **Dienstleistungen**

Dienstleistungen gehören zu den ökonomischen Gütern, die wie Waren (Sachgüter) der Befriedigung menschlicher Bedürfnisse dienen. Im Unterschied zu den Sachgütern sind Dienstleistungen jedoch nicht lagerfähig. Im engeren Sinne bezeichnet man manchmal als Güter und stellt sie den Dienstleistungen gegenüber.

Bei dem Wort Dienstleistung denken wir zuerst an eine Handreichung, an Bedienung, z.B. im Restaurant, im Frisiersalon oder an eine Taxifahrt. Es gibt heute viele Maschinen, die „Dienst leisten“ und damit menschliche Dienstleistungen ersetzen können. Es genügen hier einige Beispiele: Die vollautomatische Waschmaschine kann die Waschfrau ersetzen, die Geschirrspülmaschine, die Küchenhilfe, der Bankautomat einen Kassierer.

Es werden auch Dienstleistungen gewerblicher Unternehmen (wie Banken, Versicherungen, Handel, Verkehr) benötigt. Den Menschen stehen auch Dienstleistungen in den Bereichen Wissenschaft, Kunst, Gesundheitswesen, Sport usw. zur Verfügung.

Von den Unternehmen werden neben Dienstleistungen von Arbeitern und Angestellten auch gewerblicher Unternehmen (wie Banken, Versicherungen, Handel) und freier Berufe (wie Anwalt, Vertreter, Unternehmens- und Steuerberater) angefordert.

Unter Dienstleistungen versteht man also die Tätigkeiten verschiedener Art auf verschiedenen Ebenen zur Erfüllung menschlicher Bedürfnisse.

**Fragen zum Text:**

1. Wie unterscheiden sich Dienstleistungen von Sachgütern?

2. Woran denkt man zuerst bei dem Wort Dienstleistung?

3. Welche Dienstleistungen gewerblicher Unternehmen werden benötigt?

4. Welche weiteren Dienstleistungen stehen den Menschen zur Verfügung?

5. Welche Dienstleistungen werden von den Unternehmen angefordert?

1. Was versteht man im Ganzen unter Dienstleistungen?

|  |
| --- |
| **Wiederholungsaufgaben zum Thema „Güter“:**   1. Wodurch erfolgt die Befriedigung menschlicher Bedürfnisse? 2. Welche Arten von Gütern unterscheidet man? 3. Wie bezeichnet man Güter, die vom Menschen erzeugt werden? 4. Geben Sie je ein Beispiel für ein freies und wirtschaftliches Gut an! Begründen Sie, warum es sich bei den gewählten Beispielen um ein freies bzw. wirtschaftliches Gut handelt! 5. Welchen Güterarten können folgende Güter zugeordnet werden: Küchenmaschine, Mehl für die Brotherstellung (Brotfabrik), Urlaubsreise, Eigenheim, Benzin für betriebseigenen LKW, Lagerhalle, Kamera eines Pressefotografen? 6. Luft ist ein freies Gut. Beurteilen Sie diese Aussage in Hinblick auf die Umweltverschmutzung! 7. Wie nennt man Arbeiten und Leistungen in der Wirtschaft, die nicht der Produktion von Gütern dienen? Freie Güter verlangen keine Arbeit. Stimmt das? 8. Nennen Sie Beispiele für Dienstleistungen, die Sie in Anspruch nehmen! 9. Vergleichen Sie bitte freies und wirtschaftliches Gut. Welche Unterschiede haben sie? |

**THEMA „GELD“**

**Wortschatz**

***Lesen sie folgende Lexik, markieren Sie sich:***

**• Geld** – *деньги;***Bargeld***– наличные деньги;***Buchgeld** – *безналичные деньги;***Geldmenge**– *денежная масса.*Das Geld bezahlen;

**• tauschen –** *менять, обменивать что-л. на что-л.*Der Tausch, seine Wohnung gegen größere tauschen, das Tauschmittel. Geld ist ein allgemein anerkanntes Tauschmittel;

**• zahlen –***платить*.Bezahlen, die Zahlung, das Zahlen, das Zahlungsmittel. Geld oder Schecks, womit man etwas bezahlen kann, gehören zu den Zahlungsmittel;

**• die Devisen (nur Pl.) –** *иностранная валюта.* Mit Devisen kaufen. Die Währungsreserve für den internationalen Handel bilden Bundesbank ausländische Zahlungsmittel. Sie werden anders Devisen genannt;

**• der Zahlungsverkehr (ohne Pl.)** – 1. *платежный оборот.* Der Geldverkehr, der Verkehr; 2. *расчетная система, система расчета.* Im Zahlungsverkehr sein. Die Deutsche Bundesbank ist Kassenhalterin des Staates und Trägerin des Zahlungsverkehrs mit dem Ausland;

**• die Barzahlung (**-**en) –** *наличный расчет, платеж наличными*. Bares Geld, in bar, gegen bar, nicht im bargeldlosen Geldverkehr. Die Barzahlung ist Zahlung in bar. Bei der Barzahlung übergibt der Käufer dem Verkäufer das Geld;

**• die Menge (-n) –** *количество, множество.*Die Geldmenge, die Gütermenge. Das kostet eine Menge Geld. Bei der gesunden Währung entspricht eine bestimmte Gütermenge einer ähnlichen ausgeglichenen Geldmenge;

**• gegenüberstehen –** *противостоять.* Im Widerstand stehen. Hier stehen verschiedene Auffassungen gegenüber. Bei der Inflation einer geringen Gütermenge eune große Geldmenge gegenüber. Bei der Deflation steht eine kleinere Geldmenge der vorhandenen Gütermenge gegenüber.

**• das Gleichgewicht –***равновесие.* Sein Gleichgewicht bewahren, verlieren, aus dem Gleichgewicht geraten; stabiles (labiles) Gleichgewicht. Zwischen Gütermenge und Geldmenge herrscht Gleichgewicht bei der stabilen Wirtschaftsordnung;

**• der Schuldner –***должник.* Schuldig sein, die Schuldklage, der Schuldschein. Der Schuldner ist der Mann, der einem anderen Geld schuldet;

**• der Gläubiger (-) –** *кредитор.* Glauben, der Glauben, der Gläubigeranspruch, die Gläubigerversammlung. Der Gläubiger ist der Mann, der durch ein Schuldverhältnis berechtigt ist, an einen anderen finanzielle Forderungen zu stellen. Bei der Barzahlung wechselt Bargeld vom Schuldner in die Hand des Gläubigers;

**• das Konto, die Konten –** *счет.* Bei einer Bank ein Konto eröffnen, Geld von einem Konto abheben. Halbbare Zahlung bedeutet Einzahlung von Geld auf ein Konto;

**• das Giro –** 1. *жиро, индоссамент, передаточная надпись (на векселе), жирооборот, безналичный расчет*. Bei der bargeldlosen Zahlung müssen sowohl Schuldner als auch Gläubiger über ein Girokonto verfügen, und das Geld wird nur von Konto zu Konto überwiesen;

**• riskant –***рискованно*. Riskieren; mit einem Risiko verbunden. Die Sache (der Plan) ist riskant. Es äußerst riskant, bares Geld herumzutragen, um ein Auto oder einen Kühlschrank zu kaufen;

**• augenblicklich –***мгновенно, сейчас*. Der Augenblick, im Augenblick, jeden Augenblick. Wo ist er augenblicklich beschäftigt? Bei den elektronischen Konten werden riesige Summen augenblicklich von einem Konto auf das andere überwiesen;

**• die Weisung (-en) –** *директива, указание.* Еine Weisung erhalten, empfangen; nach einer Weisung handeln. Die Weisung ist Befehl, Anweisung oder Direktive, wie man sich verhalten soll. Die Deutsche Bundesbank ist an Weisungen der Bundesregierung nicht gebunden;

**• unterhalten –***осуществлять, поддерживать, содержать.* Der Unterhalt; Straßen, Gebäude unterhalten; das Feuer im Kamin unterhalten; gute Verbindungen, Kontakte mit, zu jemandem unterhalten. In jedem Bundesland unterhält die Deutsche Bundesbank eine Hauptverwaltung mit der Bezeichnung Landeszentralbank;

**• verpflichten –***обязывать, брать на службу, ангажировать.*Die Verpflichtung, das Verpflichten, verpflichtet sein. Er ist zu dieser Zahlung verpflichtet. Die Deutsche Bundesbank ist verpflichtet, die Wirtschaftspolitik der Bundesregierung zu unterstützen;

**• die Beschlussfassung (-en) –** *принятие решения.* Еinen Beschluss fassen; einen Entwurf zur Beschlussfassung vorlegen. Zur Beschlussfassung und Durchführung ihrer Aufgaben besitzt die Deutsche Bundesbank Organe: den Zentralbankrat und das Direktotium;

**• verantwortlich sein für (Akk.) –** *отвечатьзачто-л., закого-л.* Für etwas die Verantwortung tragen; voll verantwortlich sein. Der Zentralbanlrat ist für Durchführung der Beschlüsse der Zentralbank verantwortlich;

**• der Hüter (-), die Hüterin (-nen) –** *хранитель, хранительница.* Hüten; das Bett hüten; ein (e) Hüter (in) der Rechtsordnung, der Demokratie, des Gesetzes. Die Deutsche Bundesbank versorgt die Wirtschaft mit Geld und daher nennt man sie auch „Hüter der Währung“;

**• refinanzieren –***рефинансировать.* Die Refinanzierung = fremde Mittel aufnehmen, um damit selbst Kredit zu geben. Die Bundesbank nennt man auch die „Bank der Banken“, weil sich die Geschäftsbanken bei der Bundesbank refinanzieren können;

**• lenken –**направлять, вводить. Lenkbar; Aufmerksamkeit lenken – eine bestimmte Richtung geben, nehmen. Die Zentralbank hat nur die Möglichkeit, die unsichtbare Hand des Marktes in die nötige Richtung zu lenken;

**• mit einem Federstrich –**росчерк пера. Kurzerhand = ohne Rücksicht auf etwas. Niemand, nicht einmal der Präsident oder Bundeskanzler hat das Recht, mit einem Federstrich über das Geld von Dutzenden Millionen Menschen zu enterscheiden;

**• der Wert (-e) –** цена, значение, стоимость. Аn Wert verlieren; Wert auf etwas legen. Wert ist Kaufpreis, Betrag, zu dem etwas gekauft wird. Bei der Inflation steigen die Preise, und das Geld verliert immer mehr en Wert;

**• der Stillstand (ohne Plural) –**застой, приостановка. Stillstehen; den Motor zum Stillstand bringen. Der Stillstand ist auch der Zustand, in dem etwas aufhört, sich zu entwickeln. Der Stillstand, anders Stagflation genannt, ist durch geringes Wirtschaftswachstum, Preissteigerungen, Arbeitslosigkeit und geringe Investitionsneigung gekennzeichnet;

**• die Inflation –***инфляция.* Beträchtliche Erhöhung des Geldumlaufs im Vergleich zur Produktion. Die Inflation ist mit Geldentwertung und Preissteigerungen verbunden;

**• die Deflation –***дефляция.* Abnahme des Preisniveaus. Die Abnahme des Preisniveaus und Zunahme der Gütermenge ist Deflation.

**Dialog**

***Lesen Sie folgenden Dialog, geben Sie den Inhalt in Rollen wieder!***

H a n s: Hallo, Paul!

P a u l: Hallo, Hans. Heute möchte ich mit dir über Geld sprechen.

H a n s: Na, gerne.

P a u l: Welche Zahlungen sind zu unterscheiden?

H a n s: Man unterscheiden bare, halbbare und bargeldlose Zahlungen.

P a u l: Geht es bei der Barzahlung nur um bares Geld oder kann man dabei auch Quittungen oder Postanweisungen verwenden?

H a n s: Bei der Bezahlung seiner Schuld kann der Schlunder eine Quittung vom Gläubiger verlangen.

P a u l: Und wer benutzt Postanweisungen?

H a n s: Die Postanweisung hat nur noch Bedeutung für Privatpersonen, die über kein Konto bei einem Geldinstitut verfügen.

P a u l: Und was bedeutet halbbare Zahlung?

H a n s: Bei der halbbaren Zahlung muss entweder der Schuldner oder der Gläubiger über ein Konto verfügen. Dazu gehören ein Girokonto bei einer Bank oder Sparkasse oder ein Postgirokonto bei einem der Postgiroämter.

P a u l: Was erfolgt bei der Einzahlung (Gutschrift) des Bargeldes vom Schuldner auf das Konto des Gläubigers?

H a n s: Der Schuldner muss bei der Einzahlung (Guterschrift) auf ein Bankkonto einen Zahlschein und bei der Einzahlung auf ein Postgirokonto eine Zahlkarte verwenden.

P a u l: Und beim umgekehrten Weg?

H a n s: Der umgekehrte Weg der Lastschrift auf einem Konto und der baren Auszahlung ist durch einen Barscheck oder Postscheck gegeben.

P a u l: Worin besteht das Wesen des Schecks?

Hans: Mit dem Scheck kann der Inhaber Kontos bei einem Geldinstitut über sein Guterhaben verfügen. Rechtlich ist der Scheck eine schriftliche Anweisung an eine Bank oder Sparkasse.

P a u l: Kommen wir nun zur bargeldlosen Zahlung. Was erfolgt bei der bargeldlosen Zahlung?

H a n s: Diese Zahlungsart spielt im modernen Wirtschaftsleben die Hauptrolle. Die Einzahlung und Auszahlung erfolgt durch Lastschrift und Gutschrift auf den Konten der Beteiligten.

P a u l: Welcher Scheck ist bei der bargeldlosen Zahlung von Bedeutung?

H a n s: Der Verrechnungsscheck bietet eine Möglichkeit der bargeldlosen Zahlung. Der Gläubiger reicht bei seiner Bank oder seinem Postgiroamt den Scheck, der vom Schuldner ausgestellt ist, ein. Der Scheck wird also zur Guterschrift auf seinem Konto eingereicht.

P a u l: Und welche Zahlungsart wird bevorzugt?

H a n s: Ein direkter Vergleich der 3 Zahlungsarten ist kaum möglich. Die Barzahlung ist die Zahlungsart für den privaten Bereich sowie für den Einzelhandel. Aber die Mehrheit der deutschen Haushalte wickelt größere Zahlungen vor allem halbbar oder bargeldlos ab.

P a u l: Und die Wirtschaft? Welche Zahlungsart zieht die Wirtschaft vor?

H a n s: Die Wirtschaft führt ihre Zahlungen in der Regel bargeldlos durch, da diese Art der Zahlung die Bequemste und Sicherste ist.

P a u l: Es wurden also genannt: als erstes Quittung, Postanweisung, als zweites Gutschrift, Lastschrift, Zahlschein, Zahlkarte und als drittes für bargeldlose Zahlung Verrechnungsscheck. Aber Wechsel (bei Weitergabe an einen Gläubiger) ist noch zu erwähnen, stimmt das?

H a n s: Ja, das stimmt! Bei der Ausstellung eines Wechsels fordert der Aussteller eine andere Person auf, eine bestimmte Geldsumme zu einem bestimmten Zeitpunkt zu zahlen. Darüber wird aber später näher gesprochen.

***Lesen Sie den Text, beantworten Sie die Fragen zum Text!***

Text 1.**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 nicht bekamen, dagegen für Zigaretten oder Kugelschreiber fast jede beliebige Ware erhielten. In manchen Ländern erlebt man es, dass man für die einheimliche Währung nichts erhält, dafür aber für Dollar oder Euro. Wir wissen auch, dass man in frühern 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 Druckpressen 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 von dem Verhältnis von Geld- und Gütermenge in einer Volkswirtschaft ab.

**Fragen zum Text?**

1. Als was kennen wir normalerweise Geld?
2. Wurde immer mit Münzen oder Scheine 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. Wie sind die Aufgaben des Geldes?

Text 2. **Währung**

Währung ist die gesetzliche Ordnung des Geldwesens innerhalb eines Landes. Hierzu gehören:

– die Bestimmung der einzelnen Geldeinheiten

– die Festlegung der gesetzlichen Zahlungsmittel

– die (mögliche) Festsetzung eines Austauschverhältnisses der Landeswährung zu den Währungen anderer Länder

– die Fixierung von Deckungsvorschriften für ausgegebenes Geld

– die Regelung des Münzregals und der Befugnis zur Ausgabe von Banknoten

Also, Währung ist Geldeinheit des Staates. Man spricht von der Pfund- Währung in England, von der Euro-Währung in Europa, von der Rubel-Währung in Russland.

Währungssysteme sind feste, meist gesetzlich fixierte und wissenschaftlich fundierte Grundordnungen des Geldwesens eines Landes. Sie sind denkbar auch im supranationalen (überstaatlichen) Bereich. Folgende Arten sind zu unterscheiden:

a) bei den *Metallwährungen* sind Geldmenge und Geldwert an ein bestimmtes Metall gebunden. Geldmetall und Metallgewicht werden in feste Beziehung gebracht. Dagegen haben freie Währungen einen solche Bildung nicht: hier bestimmt der Staat einen andere Festlegung des Geldwertes und bemüht sich um Knapphaltung des Umlaufs an Zahlungsmitteln;

b) Es gibt eine *bimetallische Währung*, bei der zwei Metalle (Gold und Silber) verwendet werden, in Form der Doppelwährung, mit einer festen Relation zwischen Gold und Silber;

c) Bei *monometallischen Währungen* liegt eine Bindung nur an ein Metall, also Gold oder Silber vor;

d) *Goldumlaufwährung* sind durch das Kursieren vollwertiger Goldmünzen gekennzeichnet, wobei als gesetzliches Zahlungsmittel anerkannt sein können;

e) Bei *Goldkernwährungen* befindet sich Gold nicht im Umlauf, sondern dient zur Deckung eines Teils der umlaufenden Banknoten: im Auslandsverkehr besteht *Einlösungspflicht* für Banknoten in Gold;

f) Wesen der *manipulierten Papierwährung* ist das freie Steuerungs- und Lenkungs-recht der Zentralnotenbank, wobei der Geldumlauf dem Geld- und Kreditbedarf angepasst, Geld- und Kreditvolumen durch die Geldmenge gesteuert werden können. Dieses Währungssystem befand sich in Form einer *nominellen Goldwährung*

g) Bei einer *Indexwährung* sind geldpolitische Maßnahmen an einen Index, z.B. der Lebenshaltungskosten oder der industriellen Erzeugerpreise, gebunden. z.B. an Arbeitsstunden u.a. vor.

**Fragen zum Text:**

1. Was versteht man unter Währung?

2. Welche Arten von der Währung unterscheidet man?

3. Welche Währungssysteme können Sie nennen? Beschreiben sie bitte diese Systeme!

Text 3. **Währungsstörungen**

Inflation und Deflation sind Währungsstörungen oder Währungskrankheiten. Bei der gesunden Währung steht der Geldmenge eine entsprechende Gütermenge zu einem ausgeglichenen Preis gegenüber. Es herrscht Gleichgewicht zwischen Gütermenge und Geldmenge. Die Volkswirtschaft ist stabil.

Für stabile Wirtschaftspolitik gelten die 4 Grundforderungen:

– ständiges Wirtschaftswachstum;

– Vollbeschäftigung;

– gleich bleibende Preise und außenwirtschaftliches Gleichgewicht (keine zu großen Export- und oder / Importüberschüsse). Aber ab und zu kommt es zu einer Stockung. Man sagt, die Wirtschaft „Stagniert“. Die Stagflation (Stagnation/Stillstand) ist hauptsächlich gekennzeichnet durch geringes Wirtschaftswachstum, Preissteigerungen, Arbeitslosigkeit, geringe Investitionsneigung.

**Inflation**

a) *Wesen:*

– die Nachfrage nach Gütern ist größer als das Angebot an Gütern;

– dadurch steigen die Preise mit unterschiedlicher Geschwindigkeit, jedoch ständig;

– der Wert des Geldes sinkt entsprechend;

b) *Ursachen:*

– Verringerung des Geldvolumens, d.h. des Angebots an Waren und Dienstleistungen, z.B. des Angebots an Waren und Dienstleistungen;

– Verstärkung der Nachfrage durch überhöhte Staatsausgaben ohne entsprechende Geldabschöpfung durch Steuern (Ausgabeinflation);

– Erhöhung des Konsums und damit der Nachfrage durch erhebliche Verfügung über Sparguthaben, durch Einschränkung oder Unterbleiben des Sparens (Konsuminflation);

– unangemessene, dem Produktionsergebnis nicht entsprechende Lohnerhöhungen in einem wesentlichen Teilbereich der Wirtschaft oder in der Gesamtwirtschaft (Lohninflation);

– Erhöhung der industriellen Erzeugerpreise durch Kostenerhöhung (z.B. Rohstoffe, Löhne/Gehälter), wenn die Kosten auf die Preise abgewälzt werden (Kosteninflation);

– starke Kreditgewährung an die Wirtschaft (Investitionskredite), die sich zunächst nicht in einer Erhöhung des Güterangebots niederschlägt, sondern in höheren Preisen (Kredit- oder Investitionsinflation);

– stark aktive Zahlungsbilanzen können außerdem zu einer importierten Inflation, d.h. zur Übertragung einer Inflation vom Ausland auf das Inland aufgrund freier Konvertierbarkeit der Währung.

c) *Ursachen der Inflation nach Geschwindigkeit, Erscheinungsform und Grad:*

• Offene Inflation (Preisinflation):

– die Preise steigen entsprechend der inflatorischen Lücke, d.h. dem Übergewicht der Nachfrage im Verhältnis zum Güterangebot;

– der Staat greift nicht ein oder versucht die Inflationsrate mit Markkonformen Mitteln zu senken.

• Zurückgestaute (verdeckte) Inflation:

– die Inflation kommt im Gütermangel zum Ausdruck;

– die Preise sind aufgrund von Preisstops eingefroren;

– Nachfrage wird durch Rationierung und Abschöpfung der Kaufkraft über das Zwangsparen beschränkt;

• Schleichende Inflation:

– es besteht nur geringgefügige Güterknappheit;

– die Preissteigerungsraten erhöhen sich nur mäßig oder bleiben gleich und halten sich in bestimmten Grenzen;

– der Nachfrageübergang kann durchaus „gesund“ sein, d.h. eine Wirtschaft im Wachstum kennzeichnen.

• Galoppierte Inflation (Hyperinflation):

– größere und ständig steigende Inflationsrate;

– künstliche Verringerung des Güterangebots durch Zurückhaltung von Gütern in der Hoffnung auf durch Preissteigerungen größere Gewinne;

– Einsetzen psychologischer Ursachen und Auswirkungen (Vertrauensschwund).

**Deflation**

a) *Wesen:*

– die Nachfrage nach Gütern ist geringer als das Güterangebot, dadurch sinken die Preise;;

– der Wert des Geldes steigt entsprechend.

b) *Ursachen:*

• Vermehrung des Güterangebots durch:

– erhöhte Produktivität der Wirtschaft z.B. durch umfangreiche vorangegangene Investitionen, schließlich Überproduktion;

– starke Zunahme der Importe.

• Rückgang der Nachfrage:

– nach Konsumgütern aufgrund der hohen Sparens der Haushalte, aufgrund zu hoher Steuern;

– nach Investitionsgütern aufgrund unzureichender Kreditversorgung der Wirtschaft, fehlender Investitionsneigung.

• Sinken der Auslandsnachfrage z.B. aufgrund einer vergleichbaren deflatorischen Entwicklung.

• Zu geringe staatliche Ausgaben, Einschränkung von Aufträgen, Bildung von Haushaltsüberschüssen.

**Fragen zur Diskussion:**

1.. Was ist das Wesen der Inflation?

2. Wie sind die Ursachen der Inflation?

3. Wie sind die Ursachen der Inflation nach der Geschwindigkeit?

4. Was verstehen wir unter Deflation?

5. Wodurch ist die Deflation gekennzeichnet?

6. Was ist die Stagflation?

|  |
| --- |
| Wiederholungsaufgaben zum Thema „Geld“:   1. Nennen Sie und beschreiben Sie kurz die Funktionen des Geldes! 2. Erklären Sie die verschiedenen Zahlungsmöglichkeiten! 3. Was ist die Währung? Nennen Sie die Arten der Währung! 4. Welche Währungsstörungen machen die Wirtschaft instabil? 5. Machen Sie den Unterschied zwischen der Inflation, Deflation und Stagflation? 6. Üben Sie Kritik an diesen Währungsstörungen! 7. Welche Grundprinzipien gelten für stabile Wirtschaftspolitik? 8. Sprechen Sie über wirtschaftliche und soziale Folgen einer Deflation! |

##### Banken

**Wortschatz**

***Lesen Sie folgende Lexik, markieren Sie sich und lernen Sie die Wörter auswendig:***

• **die Bank** – *банк.* Die Bankinstitution, das Bankensystem; die Zentralbank – *центральный банк;*die Geschäftsbank – *коммерческий банк;*die Deutsche Bundesbank – *немецкий Национальный банк.* Die Universalbank, die Spezialbank;

• **die Hauptverwaltung** – центральное управление;

• **der Kredit** – *кредит;* der Kontokorrentkredit, der Buchkredit, der Diskontokredit, die Kreditvergabe – *выдача кредита;*

• **der Geldumlauf** – обращение денег;

• **die Einschränkung** – ограничение;beschränken– ограничивать;

• **das Gleichgewicht** – равновесие;

• **die Börse** – *биржа;* die Warenbörse (die Produktenbörse) – *товарная биржа;* die Warenterminbörse – *биржа, связанная со сроками поставки товара*; der Börsenträger – *представитель биржи;*

• **der Wert** – *стоимость;* das Wertpapier – *ценная бумага.* Die Wertpapierbörse;

• **die Aktie** – *акция;*

• **die Devisen** – *иностранная валюта;* die Währung – *валюта;*

• **Schwankung** – *колебание;*

• **Vorrang haben** – *иметь преимущество;*

• **die Einlage** – *вклад, взнос;*die Termineinlage – *срочный вклад;* die Sichteinlagen – *бессрочный вклад;* die Spareinlagen –*вклад в банке;*

• **der Konto** – *счет;* ein Konto eröffnen – *открыть счет;* ein Konto bei der Bank haben – *иметь счет в банке.*

**Dialog**

***Lesen Sie folgenden Dialog, geben Sie in Rollen wieder!***

H a n s: Peter, ich interessiere mich für Banken und Bankensystem in Deutschland. Können wir dieses Thema jetzt besprechen?

P e t e r: Ja, gerne. Ich habe viel Literatur zu diesem Thema schon gelesen. Also, das Bankensystem der BRD besteht aus einer Zentralbank und vielen Geschäftsbanken. Zentralbank ist die deutsche Bundesbank mit ihren Hauptveranstaltungen, den Landeszentralbanken.

H a n s: Und die Geschäftsbanken? Wie teilen sie sich?

P e t e r: Die Geschäftsbanken lassen sich in Universalbanken und Spezialbanken einteilen. Universalbanken betreiben alle Bankgeschäfte, Spezialbanken sind fixiert zum Beispiel auf Baufinanzierung oder Schiffsfinanzierung.

H a n s: Also, Deutsche Bundesbank ist eine Bundesbehörde. Ist sie von der Bundesregierung abhängig?

P e t e r: Nein, die Deutsche Bundesbank ist von der Regierung unabhängig. Sie hat die Aufgabe, den Geldumlauf und die Kreditversorgung zu regeln sowie für den Zahlungsverkehr im Innland und mit dem Ausland zu sorgen.

H a n s: Klar, und wie steht es mit dem Buchgeld und Bargeld? Wird es durch das Bankensystem geschaffen?

P e t e r: Ja, und zwar, das Bargeld durch die Bundesbank, das Buchgeld durch die Geschäftsbanken.

H a n s: Die nächste Frage, die mich interessiert ist Inflation und Deflation. Wann entsteht die Inflation und was ist die Ursache der Deflation.

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

H a n s: Und die Einschränkung der Geldmenge durch die Banken birgt dagegen die Gefahr eines Rückgangs der Nachfrage und kann auch Deflation zur Folge haben. Richtig?

P e t e r: Genau, und es ist außerordentlich wichtig, die Geldmenge richtig so zu steuern, dass das Verhältnis von Geld- und Gütermenge möglichst im Gleichgewicht bleibt. Dies zu steuern ist die Aufgabe der Zentralbank.

***Lesen Sie folgende Texte , geben Sie den Inhalt der Texte wieder!***

Text 1. **Die Banken**

Die Banken nennt man den Motor der Wirtschaft. Die Banken (oder umfassender: Kreditinstitute) nehmen im Wirtschaftskreislauf einen bedeutenden Platz ein. Betrachten wir deshalb die wichtigsten Geschäfte der Banken etwas eingehender. Beginnen wir mit den Einlagen.

**Einlagen**

Jene einer Bank leihweise übertragenen Gelder nennt man Einlagen. Ein wesentliches Unterscheidungsmerkmal der Einlagen liegt darin, wie lange der Kunde seiner Bank das augenblicklich nicht benötigte Geld überlässt.

*Sichteinlagen oder täglich fällige Gelder*: Für diese Einlagen können die Banken keinen hohen Zins zahlen, denn sie wissen nicht, wie lange das Geld bei ihnen bleibt. Laufende Konten oder Privatkonten, auf denen Sichteinlagen gut geschrieben werden, sind deshalb die Arbeitskonten “des Privatmannes und der Wirtschaft, über die der laufende Zahlungsverkehr abgewickelt wird.

*Termineinlagen*: Sie stehen der Bank für einen bestimmten Zeitraum zur Verfügung oder können mit einer bestimmten Frist gekündigt werden. Deshalb spricht man von Fest- und Kündigungsgeld. Sie bleiben bis zum Ablauf der Festlegungsfrist bzw. bis zur vereinbarten Zeit nach der Kündigung auf dem Konto stehen.

*Spareinlagen*: Je länger sie der Bank überlassen werden, je länger also ein Kreditinstitut mit dem Geld arbeiten kann, und so höher sind die Zinsen, die der Kunde bekommt. Und darin liegt der Anreiz der Bank das Geld so lange wie möglich zu überlassen.

**Kredite**

Die Kreditinstitute nehmen nicht nur Einlagen entgegen und verzinsen sie, sondern sie versorgen Wirtschaft und Haushalte auch mit Krediten. Das Wort „Kredit“ ist abgeleitet aus dem Lateinischen, von „credere“, das heißt „vertrauen“. Die Arten von Krediten sind:

*– Der Kontokorrentkredit – auch Buchkredit*. In diesem Fall stellt die Bank dem Kreditnehmer Geld auf seinem Kontokorrentkonto zur Verfügung (das heißt auf seinem laufenden Geschäftskonto);

*– Der Diskontokredit*. Ein Teil der Warenumsätze wird mit Wechseln finanziert. Der Inhaber solcher Wechsel kann diese nun an eine Bank verkaufen. Die Bank legt die Schuldsumme unter Abzug von Zinsen bis zum Fälligkeitstage aus. Man nennt diesen Vorrang - einen Wechsel diskontieren;

*– Der Lombardkredit*. Es handelt sich um einen Kredit, bei dem der Kreditnehmer der Bank ein leicht verkäufliches Pfand, z.B. Wertpapiere oder Rohstoffe, als Sicherheit überträgt. Zahlt der Kunde den Kreditbetrag nicht zum vereinbarten Termin zurück, so kann die Bank das Pfand veräußern;

*– Der Avalkredit*. Hier übernimmt die Bank gegenüber dem Gläubiger eines Kunden die Bürgschaft, dass bestimmte Schulden dieses Kunden pünktlich bezahlt werden;

*– Dispositionskredite*. Hierunter versteht man Überziehungskredite, mit denen die Banken Privatpersonen ermöglichen, einen kurzfristigen Kreditbedarf im Rahmen der häuslichen Geldwirtschaft zu decken. Die Bank bietet Kredite den Kunden an, die über ein regelmäßiges Einkommen verfügen. Der Kunde überzieht dann sein Konto bis zu einem festgelegten Höchstbetrag ohne vorherige Ankündigung und ohne Formalitäten. Die Banken verlangen für diese Kredite keine Sicherheiten;

*- Das persönliche Darlehen*. Es sind Kredite, die Privatpersonen ohne besondere Sicherheiten für persönliche Zwecke, vor allem für größere Anschaffungen eingeräumt werden.

**Fragen zum Text:**

1. Wie nennt man Banken?
2. Welche Geschäfte sind die wichtigsten Geschäfte der Banken?

3. Was versteht man unter Einlagen?

4. Welche Arten von Einlagen unterscheidet man?

5. Was bedeutet das Wort Kredit?

6. Welche Kredite gibt es? Beschreiben Sie kurz jede Art?

Text 2.**Börse**

Die Börse entwickelte sich aus früheren Messen und Märkten; erste Börsen in Deutschland entstanden zu Ende des 16.Jahrhunderts. Die Börse ist ein besonderer Markt. Hier treffen sich 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 gehandelten waren oder Werte bildet, ergibt sich ausschließlich aus den Forderungen der Anbieter und den Vorstellungen der Nachfrager.

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.

**Fragen zum Text:**

1. Wann entstand die erste Börse in Deutschland?

2. Was ist eigentlich die 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?

Text 3. **Deutsche Bundesbank**

**Wesen.** Die Deutsche Bundesbank ist nach dem Gesetz der Bundesrepublik Deutschland aus dem Jahre 1957 eine bundesunmittelbare juristische Person des öffentlichen Rechts. Ihr Grundkapital steht dem Bund zu, ihr vorläufiger Sitz ist Frankfurt am Main. Die Hauptverwaltungen der Deutschen Bundesbank heißen Landeszentralbanken. Gemäß §8 Abs.1 unterhält die Deutsche Bundesbank je eine Hauptverwaltung mit der Bezeichnung Landeszentralbanken für den Bereich:

1) des Landes Baden-Würtemberg;

2) des Freistaates Bayern;

3) der Länder Berlin und Brandenburg (Sitz Berlin);

4) der Freien Hansestadt Hamburg und der Länder Niedersachsen und Sachsen-Anhalt;

5) der Freien und Hansestadt Hamburg und der Länder Mecklenburg-Vorpommern; und Schleswig-Holstein (Sitz Hamburg);

6) des Landes Hessen;

7) des Landes Nordrhein-Westfallen;

8) der Länder Rheinland-Pfalz und Saarland (Sitz Mainz);

9) des Freistaates Die Bundesbank unterhält ein Netz von Zweiganstalten zur Sicherstellung der Versorgung mit Notenbankdienstleistungen. In jeder Hauptstadt gibt es eine Hauptstelle der Deutschen Bundesbank, die die Geschäfte mit den Kreditinstituten der Landeshauptstadt und Umgebung tätigt und dem jeweiligen Land als „fiscal agent“ zur Verfügung steht.

**Organe**. Als Organe sind der Zentralbankrat, das Direktorium und die Vorstände der Landeszentralbanken gesetzlich bestimmt.

Der Zentralbankrat bestimmt die Währungs- und Kreditpolitik der Bundesbank und stellt als oberstes Organ auch Rechtlinien für die Geschäftsführung und Verwaltung auf und grenzt die Zuständigkeit des Direktoriums und der Vorstände der Landeszentralbanken ab. Er setzt sich zusammen aus dem Präsidenten, dem Vizepräsidenten, den weiteren Mitgliedern des Direktoriums und den Präsidenten der Landeszentralbanken.

Das Direktorium ist ein ausführendes Organ. Es leitet und verwaltet die Bundesbank und führt die Beschlüsse des Zentralbankrats aus. Es besteht aus dem Präsidenten und Vizepräsidenten der Bundesbank und sechs weiteren fachlich geeigneten Mitgliedern. Alle Mitglieder des Direktoriums werden vom Bundespräsidenten auf Vorschlag der Bundesregierung nach Anhören des Zentralbankrats bestellt.

Der Vorstand der Landeszentralbank führt die Geschäfte und Verwaltungsarbeiten aus, die in den Bereich seiner Bank fallen. Er setzt sich zusammen aus dem Präsidenten und Vizepräsidenten und kann noch um ein Mitglied oder zwei Mitglieder erweitert werden. Der Präsident wird vom Bundespräsidenten auf Vorschlag des Bundesrats und der zuständigen Landesregierungen und nach Anhören des Zentralbankrats bestellt. Bei den länderübergreifenden Hauptverwaltungen müssen sich die betroffenen Länder auf einen gemeinsamen Vorschlag für den Präsidenten der LZB einigen.

Die übrigen Mitglieder werden vom Präsidenten des Zentralbankrats bestellt. Der vorstand der Landeszentralbank wird in Fragen der Währungs- und Kreditpolitik von einem Beirat beraten, der bis zu vierzehn Mitglieder haben soll.

Aufgaben. Die Deutsche Bundesbank hat eine dreifache Aufgabe:

– Als Notenbank hat sie den Geldumlauf zu bestimmen und für die Stabilität der Währung zu sorgen (Hüterin der Währung);

– Als Bank der Banken ist sie die Kreditgeberin für die Banken und hat für die Durсhführung des Zahlungsverkehrs im Inland und mit dem Ausland zu sorgen;

- Als Bundesbank ist sie Kassenhalterin und Kreditgeberin des Bundes und der Länder.

**Wiederholungsaufgaben zum Thema „Banken“:**

1. Was ist die Aufgabe einer beliebigen Zentralbank?
2. Ist die Deutsche Bundesbank ein vom Staat unabhängiges Geldinstitut?
3. Welche Zahlungsmöglichkeiten unterscheidet man?
4. Sprechen sie Ihre Meinung über die Arbeit der Deutschen Bundesbank aus. Vergleichen Sie deren Arbeit mit der Zentralbank Belarus!
5. Was nennt man Einlagen? Nennen Sie die Arten der Einlagen!
6. Was nennen wir Kredite? Sprechen Sie über die Arten der Kredite!

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ**

**3. Тематика и планы семинарских, практических и лабораторных занятий, деловые игры**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер раздела  темы | Название раздела, темы | Количество аудиторных часов | | | | | | Иное | Форма контроля  знаний |
| Лекции | Практические  занятия | Семинарские  занятия | Лабораторные  занятия | Количество часов  УСР | |
| Лек-ции | ПЗ (СЗ) |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1. | Парадигмы спряжения глаголов в действительном залоге (повторение). Образование и употребление страдательного залога во всех временных формах глагола, пассив с модальными глаголами. Общие сведения о наклонениях глагола. Образование и употребление повелительного наклонения глаголов, начальные сведения о сослагательном наклонении глаголов (конъюнктив II). |  | 16 |  |  |  |  | [2, 5, 10, 11] | Контрольная работа |
| 2 | Случаи употребления инфинитива (неопределенной формы глагола) с частицей zu и без нее. Конструкции haben+zu Infinitiv, sein+zu+Infinitiv. Инфинитивныеобороты um ... zu, statt ... zu, ohne ... zu Infinitiv. |  | 12 |  |  |  |  | [2, 5, 10, 11] | Контрольная работа |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 3 | Феномен глобализации. Средства массовой информации: теле-, радиовещание; печатные издания. Переговоры по телефону. Мобильная связь. СМС-сообщения. Условные сокращения. История возникновения компьютера. Составляющие компьютерной системы и режим работы. Интернет. |  | 7 |  |  |  | [1, 2] | [6, 7, 12] | Устный  опрос |
| **4** | Электронная корреспонденция. Проведение деловых переговоров. Проведение презентаций. |  | 7 |  |  |  |  |  | Презентация |
| 5 | Преимущества и недостатки супермаркетов, универмагов, небольших магазинов, рынков. Продавец и покупатель. Права покупателей. Как обменять товар? |  | **7** |  |  |  | [1,3] | [2, 5, 10, 11] | Дискуссия |
| 6 | Цели, задачи и виды торговых предприятий; торговля РБ. Розничная и оптовая торговля. Внешняя торговля: импорт, экспорт, транзитная торговля. |  | 7 |  |  |  |  |  | Устный опрос |
|  | **Итого за 3 –й семестр** |  | **56** |  |  |  |  |  | **зачет** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Номер раздела  темы | Название раздела, темы | Количество аудиторных часов | | | | | | Иное | Форма контроля  знаний |
| Лекции | Практические  занятия | Семинарские  занятия | Лабораторные  занятия | Количество часов  УСР | |
| Лек-ции | ПЗ (СЗ) |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 1 | Форма и содержание деловых писем. Личные письма. Корреспонденция в гостиницах и турфирмах. Запрос. Основания для письма-запроса. Запрос проспектов, брошюр. Предложение. Структура письма-предложения. Резервирование, подтверждение, аннулирование заказа. Расчеты, оплата счетов. Выставление счета. Подтверждение оплаты. Отказ от оплаты. Рекламация. Написание рекламации. Ответ на рекламацию. |  | 24 |  |  |  |  | [2, 7, 8, 9, 15] | Устный опрос  Дискуссия  Контрольная работа  Сочинение |
| 2 | Понятие предприятия, его основные задачи и признаки. Персонал предприятия: кадровая структура персонала, функциональные обязанности каждого сотрудника. Структура предприятия: отделы предприятия, функции отделов маркетинга, производственного отдела, исследовательского отдела. Юридические формы предприятий. |  | 12 |  |  |  |  | [1, 3, 4, 6, 7] | Устный опрос  Дискуссия  Презентация  Контрольная работа |
| 3 | Устройство на работу: правила написания заявления о приеме на работу, автобиографии; правила поведения на собеседовании. Маркетинг: цели и задачи маркетинга, методы рыночного исследования, составные части маркетингового инструментария (реклама), виды и формы рынка. Выставки и ярмарки как маркетинговый инструмент. |  | 10 |  |  |  |  | [4, 6, 7, 9, 14] | Ролевая игра  Дискуссия |
| 4 | Основные платежные средства: различные формы и  виды оплаты в общем платежном обороте, основные виды кредита. Банковская система Германии: структура банковской системы Германии, основные банковские операции, функции банков и других кредитных учреждений, открытие счета. |  | 10 |  |  |  |  | [2, 6, 7, 8, 9, 13] | Презентация  Контрольная работа |
| 5. | Правила образования и употребления причастия I и II. Причастие I и II в функции определения (распространенные определения), причастные обороты, герундий. |  | 6 |  |  |  |  | [2, 5, 10, 11] | Устный опрос  Тест |
| 6 | Порядок слов в сложносочиненном предложении. Сочинительные союзы (влияющие и не влияющие на порядок слов), их значение и употребление. |  | 4 |  |  |  |  | [2, 5, 10, 11] | Устный опрос  Тест |
| 7 | Порядок слов в главном и придаточном предложениях; место придаточного предложения по отношению к главному. Употребление временных форм в главном и придаточном предложениях. Виды придаточных предложений (дополнительные, относительные причины, времени, условные, сравнительные, следствия, образа действия, уступительные, цели). Значение и употребление союзов и союзных слов в придаточных предложениях. |  | 18 |  |  |  |  | [2, 5, 10, 11] | Устный опрос  Устный опрос  Тест  Контрольная работа |
|  | **Итого за 4 –ый семестр** |  | **84** |  |  |  |  |  | **экзамен** |

**МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ**

**СТУДЕНТОВ**

**4. Вопросы к зачетам, экзаменам, контрольным мероприятиям, проводимым в рамках рейтинговой системы знаний и управляемой самостоятельной работы студентов**

Степень усвоения студентами курса «Деловые коммуникации на иностранном языке» проводится в форме текущего, промежуточного и итогового контроля. Текущий контроль знаний осуществляется постоянно на всех практических занятиях. Промежуточный контроль знаний проводится несколько раз в семестр (в зависимости от количества практических часов) в устной или письменной формах. Итоговый контроль осуществляется в конце семестра в форме зачета или экзамена.

**Рекомендуемые вопросы к ЗАЧЕТУ**

**Тема „Die Geschäftskommunikation“**

**Massenmedien**

1. Was ist der Unterschied zwischen „alten“ und „neuen“ Medien?
2. Was verstehen Sie unter Verschmelzung der Medien? Erklären und nennen Sie die Vor- und Nachteile dieser Entwicklung.
3. Was sind die Aufgaben der Medien in der modernen Gesellschaft? Erläutern Sie sie.

**Zeitungen**

1. Welche Stellung nimmt die Zeitung unter anderen Informationsquellen ein?
2. Wie groß ist der Anteil der deutschen Bevölkerung, der regelmäßig eine Tageszeitung liest?
3. Nach welchen Kriterien kann man die deutschen Zeitungen ordnen?
4. Wie ist der Begriff „Boulevard-Zeitung“ zu Stande gekommen? Was versteht man heute darunter?
5. Wie erklären Sie die starke Tendenz zur „Boulevardisierung“? Durch welche Punkte zeichnet sich der Boulevardjournalismus aus? Erläutern Sie diese Punkte.
6. Woran kann man eine gute bzw. schlechte Zeitung erkennen?

**Internet**

1. Wie entstand das Internet? Wo hat es seinen Ursprung? Wodurch wurde das Internet für einen größeren Personenkreis nutzbar?
2. Wie groß ist die Zahl der Deutschen, die einen Internetzugang haben?
3. Wie kann das Internet genutzt werden?
4. Was zählt zu den beliebten sozialen Netzwerken im Internet? Von wem werden diese Netzwerke besonders gern genutzt, warum? Welche Rolle spielen die sozialen Netzwerke für Sie?
5. Was versteht man unter „global village“? Trifft diese Bezeichnung auch auf das Internet zu, warum?
6. Wie verändert das Internet die Mediennutzung? Welche Auswirkungen hat das Internet auf die herkömmlichen Medien?
7. Wie nutzen die Deutschen das Internet und zu welchem Zweck? Antworten Sie auf diese Frage auf Grund des Schaubildes „So nutzen sie das WWW“. Bewerten Sie das Schaubild!
8. Vergleichen Sie diese Internetnutzung mit Ihren eigenen Surf-Gewohnheiten.

**Рекомендуемые вопросы к экзамену**

**„Massenmedien“**

1. Welche Aufgaben haben Massenmedien?

2. Wie unterscheiden sich die Zeitungen?

3. Wie wird die Presse finanziert?

4. Welche deutschen Zeitungen und Zeitschriften sind sehr gefragt?

5. Welche Informationen enthält das Impressum“? Auf welcher Seite der Tageszeitung steht es?

6. Welche tatsachenorientierten und meinungsorientierten Textsorten kennen Sie?

7. Warum müssen Anzeigen in Zeitungen sein?

8. Was versteht man unter dem Begriff „Duales Rundfunksystem“?

9. Wann wurden er öffentlich-rechtliche und der private Rundfunk eingeführt?

10. Welche Sendeanstalten gehören zu den Landesrundfunkanstalten?

11. Welche bundesweiten öffentlich-rechtlichen Programme kennen Sie?

12. Woher bekommen die Sender das Geld, um ihr Programm herzustellen?

13. Was ist eigentlich der Unterschied zwischen einem Sender wie Sat1 und einem wie ARD?

14. Was ist ein Bildungsauftrag?

15. Welche Sendeformate kennen Sie?

16. Was ist Ihre Lieblingssendung? Und warum?

17. Welche Rundfunkanstalten bzw. Programmanbieter gibt es in Ihrem Land?

18. Welche Tipps können Sie zu einem verantwortlichen und kompetenten Umgang mit Medien geben?

**„Handel“**

1. Was wird unter dem Begriff Handel verstanden?
2. Welche Arten von Handel können Sie nennen?
3. Was bedeutet der Binnenhandel?
4. In welchem Fall kann man von Export sprechen?
5. Welche allgemeinen Formen der Handelsunternehmen werden unterschieden?
6. Wer sind die Kunden des Großhandelsunternehmens?
7. Wo kann man verschiedene Groß- und Einzelhandelsunternehmen finden?
8. Welches Sortiment wird den Kunden in den Fachgeschäften präsentiert?
9. Wodurch unterscheiden sich Kaufhaus und Warenhaus?
10. Was erhält man in einem Supermarkt?
11. Wo werden die Kunden meistens vom Inhaber selbst bedient?
12. Welche Sonderformen des Einzelhandels werden differenziert?

**„Geschäftstätigkeit“**

1. Welche Modelle werden in der Wirtschaftslehre diskutiert?
2. Worauf beruht das Modell der freien Marktwirtschaft?
3. Welche Merkmale hat freie Marktwirtschaft?
4. Worüber regulieren sich Güter, Kredite und Arbeitskräfte?
5. Was bedeutet Gewerbefreiheit?
6. Was bedeutet Vertragsfreiheit?
7. Worauf verzichtet der Staat in der freien Marktwirtschaft und was garantiert er
8. Aus welchem Grund wurden Prinzipien der sozialen Marktwirtschaft erarbeitet?
9. Wie sind die wichtigsten Elemente der Sozialen Marktwirtschaft?
10. Was bedeutet persönliche Freiheit?
11. Welche Komponente umfasst das System der sozialen Sievering?
12. Welches wirtschaftliche Modell funktioniert in Belarus?
13. Was ist ein Unternehmen?
14. Welches Ziel verfolgt ein Unternehmen?
15. Welche Klassifikationskriterien der Unternehmen gibt es?
16. Welche Beispiele der Personalgesellschaften können Sie nennen?

**„Markt“**

1. Nennen Sie die Elemente des Marktes
2. Welche Gründe hat die unterschiedliche Entwicklung der Nachfrage
3. Was ist Substitution
4. Woraus ergibt sich die Gesamtnachfrage am Markt
5. Warum ändern sich die Mengeinheiten der Haushalte? Erläutern Sie!
6. Warum unterliegt ein Monopolist keinem Wettbewerb?
7. Wie kann der Monopolist seinen höchsten Gewinn erreichen?
8. Zeigen Sie einige typische Marktstrategien des Oligopolisten auf!
9. Welche Gefahren können bei Oligopolen für die Wirtschaft entstehen?
10. Nennen Sie Voraussetzungen der vollkommenen Konkurrenz!

**„Geld“**

1. Nennen Sie und beschreiben Sie kurz die Funktionen des Geldes!

2. Erklären Sie die verschiedenen Zahlungsmöglichkeiten!

3. Was ist die Währung? Nennen Sie die Arten der Währung!

4. Welche Währungsstörungen machen die Wirtschaft instabil?

5. Machen Sie den Unterschied zwischen der Inflation, Deflation und Stagflation?

6. Üben Sie Kritik an diesen Währungsstörungen!

7. Welche Grundprinzipien gelten für stabile Wirtschaftspolitik?

8. Sprechen Sie über wirtschaftliche und soziale Folgen einer Deflation!

**5. Образцы тестовых заданий**

**5.1. Промежуточный контроль (устная и письменная форма)**

Промежуточный контроль: грамматические тесты, лексико-грамматические контрольные работы, словарные диктанты, тесты на аудирование, пересказ и письменное изложение аудио- и видеотекстов, эссе, сочинение, устные опросы/беседы по темам, презентация темы с использованием программы Power-Point.

**Образец грамматического теста по теме *«*DER IMPERATIV»**

**I. Wählen Sie die richtige Variante:** 1. Der Imperativ verfügt über (drei, vier, sechs) Formen. 2. Die Verben mit dem Wechsel *e/i* im Indikativ Aktiv haben im Imperativ Singular a) kein -*e*, b) ein -*e*. 3. Das Personalpronomen gebraucht man in [a) zwei; b) drei; c) vier] Imperativformen. 4. Die starken Verben mit dem Stammvokal -*a*- verändern den Stammvokal im Imperativ Singular. (ja, nein) 5. (Alle, nicht alle) Präfixe werden im Imperativ abgetrennt. 6. (Hebe, hib, hebst, heben) das auf! 7. (Lasse, lass, lässt) mich endlich in Ruhe! 8. (Komme, komm, kommst) heute Abend! 9. (Lade, ladet, ladt, laden Sie, ladet ihr) eure Freunde ein!

**II. Prüfen Sie die Übersetzung:**

|  |  |
| --- | --- |
| * 1) Извини! 2) Скажи, пожалуйста, далеко ли до главпочтамта? 3) Туда надо ехать или можно пройти пешком? * 4) Это не далеко, рукой подать. * 5) Не мог бы ты мне объяснить дорогу туда? * 6) Иди по этой улице. 7) Затем сверни налево и перейди следую-щую улицу. 8) Там ты увидишь почтамт.   – 9) Но это ведь далеко.   * 10) Езжай четвертым номером трамвая. * 11) Выйди на следующей остановке. | * 1) Entschuldigung! 2) Sag bitte, ist es weit bis zum Hauptpostamt? 3) Muss man dorthin fahren oder zu Fuß gehen? * 4) Es ist nicht weit, ein Katzensprung von hier. * 5) Könnten Sie mir den Weg dorthin erklären? * 6) Gehst durch diese Straße. 7) Biegt dann links ein und überquier die nächste Straße. 8) Dort sieh das Hauptpostamt. * 9) Das ist ja aber weit. * 10) Nehme die Straßenbahn Linie 4. * 11) Stiege an der nächsten Haltestelle aus! |

**Образец грамматического теста по теме INFINITIVKONSTRUKTIONEN MIT *«UM…ZU, OHNE…ZU, ANSTATT…ZU»***

**Übersetzen Sie die Sätze ins Russische!**

1. Der Bildbetrachter muss vor allem genügend Zeit aufwenden, um alle Einzelheiten wie das Ganze auf dem Bild zu betrachten.
2. Sie können auf zahlreiche Konjunktionen zurückgreifen, um Sätze und Absätze angemessen zu verbinden.
3. Moritz von Schwind besuchte Italien, ohne hier starke Eindrücke zu empfangen.
4. Der Künstler verwendete eine von ihm selbst erfundene Maltechnik, statt zum Pinsel oder Spachtel bei der Arbeit zu greifen.
5. In den vergangenen Jahren wurden zahlreiche kognitions- und sozialpsychologische Theorien herangezogen, um das Phänomen der Fremdheit zu erklären.
6. Unsere Theorie scheint einen neuen Weg der Lösung dieses Problems zu weisen.
7. Maria mit dem Christuskind ist ein biblischer Stoff, den die Maler der Renaissance benutzen, um realistisch das Thema Mutter und Kind zu gestalten.
8. Ohne lang zu überlegen, betiteln die zeitgenössischen Bildhauer ihre Bildwerke als „Objekt“ – Objekt №1, Objekt № 3 usw.
9. Nehmen Sie sich ausreichend Zeit, um durch Literaturstudium einen umfassenden Überblick über Ihr Thema zu gewinnen.
10. Die Moleküle bewegen sich voneinander unabhängig, ohne irgendeine Richtung im Raum zu bevorzugen.
11. Um den Inhalt der Dresdener Zeichnung Dürers verstehen zu können, muss man wissen, welche Rolle der Tod im Alltag des Mittelalters spielte.
12. Anstatt diese Arbeit fortzusetzen, begannen wir neue Versuche anzustellen.
13. Dieses Ereignis scheint auf ihn einen großen Eindruck gemacht zu haben.
14. Statt auf die technische Entwicklung näher einzugehen, wollten wir die beiden Hauptformen der modernen Automatisierung charakterisieren.
15. Die Eigenart des Velasquez liegt darin, dass er sich in seinem Schaffen der Natur unterordnete, statt sie nach irgendwelchen Regeln zu meistern.

**Образец грамматического теста по теме PFLEGEN, BRAUCHEN, SCHEINEN+ZU+INF**

**Übersetzen Sie die Sätze ins Russische!**

1. Unsere Theorie scheint einen neuen Weg der Lösung dieses Problems zu weisen.
2. Man braucht nur die jeweilige Technologie zu berücksichtigen.
3. Sein Leben war so auf die Minute geregelt, dass die Nachbarn nach ihm die Uhren zu stellen pflegten
4. Auf die einzelnen Arten von Kristallbaufehlern brauchen wir an dieser Stelle nicht einzugehen.
5. Wörterbücher scheinen bei der stürmischen Entwicklung der Wissenschaft mehr denn je zu einer beliebten Informationsquelle zu werden.
6. Bertold Brecht pflegte seine Dichtungen unendlich oft umzuarbeiten.
7. Sie saßen auf einem ovalen Tisch, wo sie sonst zu speisen pflegten.
8. Für unser Thema scheint diese Tatsache auf den ersten Blick belanglos zu sein.
9. Nach den bisherigen Erkenntnissen scheint der Stille Ozean in gewisser Weise eine Sonderstellung einzunehmen.
10. Wir brauchen diesen Umstand gar nicht in Erwägung zu ziehen.
11. Abends pflegte er einen Spaziergang an dem Ufer des Sees zu machen.
12. Wir brauchen noch nicht diesen Apparat einzuschalten
13. Es braucht nicht betont zu werden, dass sich junge Menschen für diesen Problemkreis interessieren
14. Seine Meinung schien mir recht vernünftig zu sein.
15. Er hat, wie er zu betonen pflegt, Thomas Manns „Dr. Faustus“ mindestens dreimal gelesen.

**Образец лексико-грамматического теста по теме Handelskorrespondenz**

### Thema: Handelskorrespondenz (1)

### Bitte kreuzen Sie die richtige Lösung an. (Es ist nur eine Lösung richtig)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | „Den Katalog mit unserer neuen Kollektion senden wir Ihnen mit ... Post.“ a) spezialer 🞏  b) abgesonderter 🞏  c) getrennter 🞏  d) sonderlicher 🞏 |  |
| 2 | **„Wir wären an einer ... Geschäftsbeziehung interessiert.“**  a) dauerhaften 🞏  b) bedauerten 🞏  c) bedauerlichen 🞏  d) andauernden 🞏 |  |
| 3 | **„Die Übersicht über unsere Produktpalette erhielten Sie bereits in unserem ... Schreiben vom  16.07.2003.“**  a) ausgeführten 🞏  b) ausführlichen 🞏  c) geführten 🞏  d) abgeführten 🞏 |  |
| 4 | **„Wir ... Ihnen folgendes Angebot.“**  a) unterbreiten 🞏  b) verstellen 🞏  c) verbreitern 🞏  d) unterstellen 🞏 |  |
| 5 | **„Zur Einholung der Importlizenzen ....“**  a) halten wir Ihnen gerne zu Ihren Diensten. 🞏  b) stehen wir gerne auf. 🞏  c) stehen wir Ihnen gerne zu Verfügung. 🞏  d) halten wir uns jederzeit in Bereitschaft. 🞏 |  |
| 6 | **„Wir versprechen eine .... Ausführung des Auftrags.“**  a) pünktliche und sorgenhaltige 🞏  b) pompöse und sorgenvolle 🞏  c) prompte und sorgfältige 🞏  d) prunkvolle und sorgenfreie 🞏 |  |
| 7 | **„Es wird eine Zahlung ... Scheck erbeten.“**  a) pro 🞏  b) auf 🞏  c) in 🞏  d) per 🞏 |  |
| 8 | „Es handelt sich hierbei um ein... Angebot.“ a) unverbindliches 🞏  b) unverbundenes 🞏  c) umgebundenes 🞏  d) ungebundenes 🞏 |  |
| 9 | „Die Zustellung der Ware ... innerhalb von 4 – 5 Arbeitstagen.“ a) kommt 🞏  b) erfolgt 🞏  c) liefert 🞏  d) passiert 🞏 |  |
| 10 | **Die Sendung ist gestern ... bei uns eingetroffen.**  a) wohlbehalten 🞏  b) in wohligem Zustand 🞏  c) wohlgestaltet 🞏  d) in Wohlstand 🞏 |  |

**Образец лексико-грамматического теста по теме Handelskorrespondenz 2**

## Bitte kreuzen Sie die richtige Lösung an. (Es ist nur eine Lösung richtig)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | **Welche Abkürzung dient dazu, kenntlich zu machen, dass der Unterschreibende eine Handlungs-**  **vollmacht besitzt?**  a) Bcc 🞏  b) P.S. 🞏  c) ppa. 🞏  d) c/o 🞏 |  |
| 2 | **Welcher Briefanfang ist falsch? „Sehr geehrte Frau Gesner,...“**  a) ich beziehe mich auf obige Bestellung vom 20. August 🞏  b) wir bestätigen Ihren Auftrag vom 28. August 🞏  c) unter Bezugnahme auf Ihre Anfrage vom 20. August möchten wir Ihnen mitteilen, dass ... 🞏  d) beste Danksagung für Ihre Bestellung vom 20. August 🞏 |  |
| 3 | Wie nennt man die einem Brief zusätzlich beigefügten Papiere? a) Zulagen 🞏  b) Zutaten 🞏  c) Anlagen 🞏  d) Ablagen 🞏 |  |
| 4 | **Wo steckt der Fehler? *„*Unsere Zahlungsbedingungen lauten: *...“***  a) Bei Erstauftrag Barzahlung bei Auftragserteilung 🞏  b) Zahlung innerhalb 30 Tagen nach Rechnungsdatum 🞏  c) Kasse gegen Dokumente 🞏  d) Zahlung bei Erhalt der Ware gegen Rücknahme 🞏 |  |
| 5 | **Was kann man mit einem Auftrag nicht machen?**  a) ihn erteilen 🞏  b) ihn stornieren 🞏  c) ihn widerrufen 🞏  d) ihn unterbreiten 🞏 |  |
| 6 | **Wenn die Lieferung einer Ware nicht in der gesetzten Frist erfolgt, spricht man von ...**  a) einem „Lieferungsverzug“. 🞏  b) einer „Nachlieferung“. 🞏  c) einer „Lieferantenverspätung“. 🞏  d) einem „Lieferrückzug“. 🞏 |  |
| 7 | **Wie nennt man das Dokument, im dem ein Aussteller eine zweite Person/Institution damit beauftragt, eine bestimmte Summe an den Besitzer des Dokuments auszuzahlen.**  a) Tratte 🞏  b) Trust 🞏  c) Tranche 🞏  d) Trasse 🞏 |  |
| 8 | **In welchem Satz wird ein falsches Verb verwendet?**  a) „Die Container sind von unserem Werk in Stuttgart heute an Sie abgegangen.“ 🞏  b) „Die von Ihnen bestellten Waren sind am 17.09 verladen worden.“ 🞏  c) „Der Spediteur teilte uns mit, dass die Teile morgen Abend bei Ihnen eingeliefert werden.“ 🞏  d) „Die Fracht wurde heute der American Airlines Cargo zum Weitertransport übergeben.“ 🞏 |  |
| 9 | **Welche Ergänzung ist richtig? „Die Versandkosten ... des Bestellers.**  a) gehen zu Lasten 🞏  b) übernimmt die Last 🞏  c) tragen die Belastung 🞏  d) sind ein Laster 🞏 |  |
| 10 | Was ist ein Kollo? a) Ein Frachtstück 🞏  b) Ein Zahlungspapier 🞏  c) Ein Rundschreiben 🞏  d) Ein Freiexemplar 🞏 |  |

Punkte:\_\_\_/ 10

**Образец лексико-грамматического теста по теме Handelskorrespondenz 3**

## Bitte kreuzen Sie die richtige Lösung an. (Es ist nur eine Lösung richtig)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | **„.Wir ... uns das Recht ... , Sie für eventuelle Ausfälle haftbar zu machen.“**  a) behalten .... vor 🞏  b) stellen ... vor 🞏  c) halten ... ein 🞏  d) fordern ....ein 🞏 |  |
| 2 | Welcher Satz ist falsch ? a) Ihr Lieferungsverzug bringt uns in eine schwierige Lage 🞏  b) Durch die Lieferungsverzögerung sind wir in eine schwierige Lage geraten 🞏  c) Die Lieferrückstände können in der gesetzten Frist nicht mehr aufgeholt werden. 🞏  d) Durch Ihre Lieferungsverrechnung ist uns ein großer Schaden entstanden. 🞏 |  |
| 3 | **„Wir haben laufend ... an hochwertigen Strickjacken.“**  a) eine Sucht nach 🞏  b) ein Bedürfnis nach 🞏  c) Bedarf an 🞏  d) eine Benötigung an 🞏 |  |
| 4 | **„Die Preise für die bestellte Ware verstehen sich ... .“**  a) ab Werk 🞏  b) werktags 🞏  c) am Werk 🞏  d) vom Werk aus 🞏 |  |
| 5 | **Wie nennt man den festgesetzten Zeitraum oder Termin , die ein Auftraggeber einem Auftrag- nehmer gibt, um eine versäumte (noch nicht erbrachte) Leistung nachzuholen?**  a) Nachfrist 🞏  b) Endlinie 🞏  c) Endtermin 🞏  d) Nachtfrost 🞏 |  |
| 6 | **„Bei der Überprüfung der Sendung mussten wir ... , dass ein Großteil der gelieferten Ware  beschädigt ist“**  a) bemerken 🞏  b) sehen 🞏  c) feststellen 🞏  d) erkennen 🞏 |  |
| 7 | **Ein unzufriedener Käufer schreibt an seinen Lieferanten: “ Wir müssen Ihnen leider mitteilen, dass Ihre letzte Sendung nicht zu unserer Zufriedenheit ... ist.“**  a) angekommen 🞏  b) ausgefallen 🞏  c) eingegangen 🞏  d) abgeliefert 🞏 |  |
| 8 | Was bedeutet die Abkürzung „b.w.“ a) bitte weiterlesen 🞏  b) bitte weiterreichen 🞏  c) bitte wenden 🞏  d) bitte wechseln 🞏 |  |
| 9 | **Wie heißt es richtig? „.... können wir Ihnen folgende Firmen nennen.“**  a) Als Referenten 🞏  b) Als Referate 🞏  c) Als Referenzen 🞏  d) Als Referenden 🞏 |  |
| 10 | „.Da die Ware nicht innerhalb der in unserem Mahnschreiben gesetzten Frist geliefert wurde, sehen wir uns gezwungen, unseren Bedarf ..... zu decken“ a) anderseitig 🞏  b) mit anderem 🞏  c) von anderen 🞏  d) anderweitig 🞏 |  |

Punkte:\_\_\_/ 10

**5.2. Итоговый контроль**

**Образец письменных и устных заданий**

*Schriftliche Aufgaben:*

**kontrollarbeit zum thema«DAS VERB»**

**I. Wählen Sie die richtige Variante:** 1. Das Verb *tun* ist ein (schwaches, starkes, unregelmäßiges) Verb. 2. Das Verb *begegnen* ist (subjektiv, objektiv). 3. Das Verb *senken* ist (kausativ, nicht kausativ). 4. Das Verb *sterben* ist (kursiv, terminativ). 5. Das Verb *sein* bildet seine Grundformen (suppletiv, nicht suppletiv). 6. Die transitiven Verben haben (zwei, vier, sechs) Infinitive. 7. Der Infinitiv II drückt die (Vorzeitigkeit, Gleichzeitigkeit) aus.

**II. Welche von den Verben sind kausativ?** Sitzen, denken, setzen, tränken, trinken, gehen, sprengen, springen, laufen, fällen, drängen, liegen, legen, schwemmen, schwimmen.

**III. Setzen Sie das nötige Wort ein:** 1. Die … Verben nennen einen Vorgang, der sich auf eine andere Person bzw. ein anderes Ding richtet. 2. Die …Verben sind von den entsprechenden starken intransitiven Verben abgeleitet worden. 3. Die …Verben bezeichnen einen Vorgang, der zeitlich einen natürlichen Abschluss findet. 4. Die …Verben verlangen ein direktes Objekt. 5. Die …Verben nennen einen Vorgang, der sich auf keine Person bzw. kein anderes Ding richtet. 6. Die …Verben bezeichnen einen Vorgang, der in seiner Dauer durch nichts eingeschränkt ist.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

a) kausativen; b) objektiven; c) transitiven; d) subjektiven; e) kursiven f) terminativen.

**IV. Wählen Sie die nötige Form des Infinitivs:** 1. Jutta erinnert sich, Anfang September schon a) immatrikuliert zu sein; b) immatrikuliert zu werden; c) zu immatrikulieren; d) immatrikuliert zu haben. 2. Frau Meyer bereut, gestern mit dem Betriebsleiter a) nicht gesprochen zu werden; b) nicht gesprochen zu haben; c) nicht gesprochen worden zu sein; d) nicht zu sprechen. 3. Stefan verspricht immer artig a) gewesen zu sein; b) geworden zu sein; c) zu sein. 4. Das Kind freut sich, morgen zum Geburtstag ein neues Spielzeug a) bekommen zu werden; b) zu bekommen; c) bekommen zu haben. 5. Das Zimmer schien vor kurzem a) aufzuräumen; b) aufgeräumt zu haben; c) aufgeräumt zu werden; d) aufgeräumt worden zu sein. 6. Es atmet sich leicht, der Raum scheint gut a) gelüftet zu werden; b) gelüftet zu sein; c) gelüftet gewesen zu sein; d) gelüftet zu haben.

**KONTROLLARBEIT zum thema *«DAS PASSIV»***

1. **Formen Sie die folgenden Sätze jeweils ins Aktiv oder ins Passiv um.**
2. Hoffentlich hat man kein Geld verschwendet.
3. Wann schleppt man den defekten Lkw ab?
4. Der Assistent wird von einem Studenten vertreten.
5. Den Rest erledigen wir morgen.
6. Du wirst sicher danach gefragt werden.
7. Möchten Sie, dass ich Sie morgen früh wecke?
8. Ihm verzeiht man gern.
9. Es wurde getanzt, gesungen und gelacht.
10. Schlangen greifen Menschen nur selten an.
11. Die Sendung wurde sofort unterbrochen.
12. Er sollte einmal von einem Facharzt untersucht werden.
13. Zum Glück traf ihn die Kugel nicht.
14. Von den Akten wurde die Hälfte weggeworfen.
15. Zunächst wusch man den Metallstaub ab.
16. Dort erzieht man Kinder früh zur Selbstständigkeit.
17. Der Brand hatte gerade noch verhindert werden können.
18. Man will die hässliche Fassade erneuern.
19. Das Betriebsklima könnte man wesentlich verbessern.
20. Man muss die Pakete unbedingt nachwiegen.
21. Man müsste so einen Plan gut durchdenken.
22. Um wie viel Uhr melkt der Bauer die Kühe?
23. **Übersetzen Sie bitte ins Russische!**
24. Diese Ergebnisse sollen hier durch einfache Betrachtungen gedeutet werden.
25. Jeder Kraftfahrer weiß, dass beim Beschleunigen viel mehr Kraftstoff verbraucht wird als beim Fahren mit gleichbleibender Geschwindigkeit.
26. Gegenwärtig muss den Arbeitern an geschlossenen magnetischen Fallen besondere Aufmerksamkeit geschenkt werden.
27. Einzelne Fachgebiete werden zu Fakultäten zusammengefasst.
28. Die Verfolgung der Erythromicinkonzentration im Permentationsmedium zeigte, dass nach 5 - 6 Tagen ein Maximum durchlaufen wird.
29. Besonders hohe Forderungen werden an Materialien gestellt, die in der Weltraumfahrt, für Raketen und für Ultraschallflugzeuge verwendet werden.
30. Damals wurde erstmal überhaupt eine einheitliche Rechtschreibung für den ganzen deutschen Sprachraum herbeigeführt.
31. Der Entwurf dieses Dokuments wurde zur Diskussion übergeben.
32. Im Zuge dieser Maßnahmen werden die Waldgebiete, insbesondere des Harzes, begangen.
33. Die Wärme muss abgeführt werden, sonst steigt die Kristalltemperatur auf unzulässig hohe Werte an.
34. Es sind spezielle Newsgroups eingerichtet worden, die sich mit Befragungen befassen.
35. Die Themengebiete sind ganz unterschiedlich Hilfegesuche können hier gestellt werden, allgemeine Meinungen geäußert werden oder ein „Plausch unter Freunden“ betrieben werden.
36. **Übersetzen Sie ins Deutsche!**
37. Дочка отвечает на вопросы, не спросив маму.
38. Вместо того чтобы пойти спать, он учит допоздна новые слова.
39. Поезд едет в Париж, не останавливаясь ни на одной остановке.
40. Не сказав ни слова, она потратила деньги на новый телефон.
41. Вместо того чтобы пропылесосить, она моет пол.
42. Не зная этого художника, я иду в картинную галерею.
43. Они поженились, не любя друг друга.
44. Она ходит в фитнес-студию, чтобы оставаться в форме
45. Вы едете в Германию, чтобы осмотреть достопримечательности?
46. Мы готовим много, чтобы пригласить наших друзей.

**kontrollarbeit zum thema *«INFINITIV»***

**I. Nennen Sie die fehlende Information:** Der Infinitiv steht ohne Partikel *zu* a) wenn er als ... ohne Erweiterungen gebraucht wird; b) nach den Verben ...,…, ..., wenn beide Verben durch ... Einschübe getrennt sind; c) in der Fügung ...; d) in den idiomatischen Wendungen mit den Verben ..., ..., ...; e) nach allen … .

**II.Wählen Sie die richtige Variante**:1. Der General [a) lässt die Soldaten; b) befiehlt den Soldaten] sich aufzustellen. 2. Frank [a) bat; b) schickte ] den jüngeren Bruder eine Mutter holen. 3. Wir [a) brauchen nur; b) müssen ] die Wohnung aufzuräumen. 4. Die Familie [a) hat die Absicht; b) möchte ] in den Kaukasus fahren. 5. Unsere Gruppe [a) bleibt; b) hat vor ] im Sprachlabor arbeiten. 6. Max [a) schlägt vor; b) sieht seine Freunde ] Fußball zu spielen. 7. Die Eltern [a) warnten den Sohn davor; b) fanden den Sohn ] am Ufer des Flusses spielen.

b) 1. Студент обещает, что скоро наверстает пропущенный материал. – Der Student verspricht bald den versäumten Lehrstoff a) nachholen zu werden; b) nachzuholen. 2. Референту казалось, что он не сможет ответить на вопрос. – Der Referent [a) schien; b) glaubte] die Frage nicht beantworten zu können. 3. Начинающий политик утверждает, что не вступал ни в какую партию. – Der angehende Politiker behauptet keiner Partei a) beizutreten; b) beigetreten zu haben; c) beigetreten zu sein. 4. Все, кажется, уже подготовлено. – Alles scheint schon a) vorbereitet worden zu sein; b) vorbereitet zu sein; c) vorbereitet zu werden. 5. Музыкант признался, что его никогда раньше не принимали так тепло. – Der Musiker gab zu, früher noch nie so warm a) aufgenommen zu haben; b) aufzunehmen; c) aufgenommen worden zu sein. 6. Моя бабушка умеет готовить щуку. – Meine Oma versteht es, den Hecht richtig a) zuzubereiten; b) zubereiten; c) zubereitet zu werden; d) zubereitet zu haben; e) zubereitet haben.

**III. Setzen Sie, wo nötig, die Partikel *zu* ein**:1. Meine Oma versteht es, Märchen ... erzählen. 2. Der beschämte Boris ließ seinen Blick ... sinken. 3. Die Studenten bleiben im Sprachlabor ihre Aussprache ... üben. 4. Lola machte den Vorschlag, in die Schweiz ... fahren. 5. Seine Gesundheit ... vernachlässigen ist gefährlich. 6. Du sollst es vermeiden, deine Mitmenschen ... beleidigen. 7. ... schwimmen macht Spaß. 8. Der Kranke braucht nicht operiert ... werden. 9. Nach dem Spaziergang schien Teo gut gelaunt ... sein. 10. Till lernte Rad ... fahren. 11. Du hast gut ... reden. 12. Die Freunde kamen auf ihr Studium ... sprechen.

**kontrollarbeit zum thema*«PARTIZIP I, II »***

**1.** Das Partizip I und das Partizip I mit der Partikel *zu* haben a)dieselbe Bedeutung; b)verschiedene Bedeutungen. **2.** Das Partizip II bezeichnet a)die Abgeschlossenheit der Handlung; b) die Nichtabgeschlossenheit der Handlung. **3.** Das Partizip I mit der Partikel *zu* kann durch den Infinitiv mit dem Modalverb *wollen* nicht ersetzt werden*.* (Nein, doch) **4.** Das Partizip II eines reflexiven Verbs wird in der Partizipialgruppe ohne Pronomen *sich* gebraucht*.* (Nein, ja) **5.** Das Partizip II eines intransitiven terminativen Verbs hat a)eine aktivische Bedeutung; b) eine passivische Bedeutung*.***6.** Das verlorene Buch ist das Buch, das a) verloren werden soll; b) verloren ist; c) verloren wird; d) zu verlieren ist. **7.** Der viel trainierende Sportler ist der Sportler, der viel a) trainiert; b) trainieren soll; c) trainieren wird. **8.** Das zu errichtende Denkmal ist das Denkmal, das a) errichtet wird; b) errichtet ist; c) errichtet worden war; d) errichtet werden soll. **9.** Das gern besuchte Schwimmbad ist das Bad, das gern a) zu besuchen ist; b) besucht wird; c) besucht werden kann*.***10.** Der festlich gekleidete Sohn ist der Sohn, der a) sich festlich kleidet; b) sich festlich zu kleiden hat; c) festlich gekleidet ist; d) festlich gekleidet wird*.***11.** Auf dem Markt alles eingekauft, ging Otto sofort nach Hause. Das bedeutet: [a) Nachdem Otto auf dem Markt alles eingekauft hatte; b) nachdem von Otto auf dem Markt alles eingekauft worden ist; c) wenn Otto auf dem Markt alles einkaufen wird], ging er sofort nach Hause. **12.** Als sich der Junge dem Stadion genähert hatte, blieb er stehen. – ist gleich: [a) Sich dem Stadion nähernd; b) sich dem Stadion genähert; c) dem Stadion genähert], blieb der Junge stehen. **13.** In dem vor kurzem [a) bauenden; b) gebauten] Stadion wurden schon einige Wettkämpfe veranstaltet. **14.** Die mit einem Wagen [a) bringenden; b) gebrachten] Feuerleute liefen zum [a) brennenden; b) gebrannten] Haus. Sie befahlen den neben dem Gebäude [a) stehenden; b) gestandenen] Menschen zur Seite zu treten.**15.** Das zu [a) tapezierende; b) tapezierte] Zimmer war sehr groß. **16.** Es ist nicht leicht, das [a) Verlierende; b) Verlorene] zu finden.

# Образец лексико-грамматического теста за 4-ый семестр

TEST

**Wie heißen die Fremdwörter auf Deutsch?**

der Saldo der Exporteuer der Transit

das Handelsdefizit die Bilanz die Konvertibilität

der Import die Autarkie das Akzept

**Welche Paare sind synonym?**

Der Außenhandel = Freihandel der Zahlungstag = Fälligkeit

Die Handelsbilanz = die Zahlungsbilanz der Vorschuss = die Anzahlung

Der Güterverkehr = der Kapitalverkehr gegen Kasse = auf Vorkasse

Das Handelsdefizit = der Passivsaldo einfahren = exportieren

Das Akzent = der unterschiebene Wechsel konvertibel = umtauschbar

**Finden Sie in der rechten Spalte Benennung für die Begriffe in der linken**

1. Freie Austauschbarkeit der Währungen a. der Zahlungsverkehr
2. Behinderungen des Außenhandels b. die Konvertibilität
3. Überschuss der Einfuhr über die Ausfuhr c. der Freihandel
4. Fluss des Geldes über die Ländergrenzen d. der Import
5. Ausfuhr der Güter über die Ländergrenzen e. der Güterverkehr
6. Unbehinderter Handel f. der Binnenhandel
7. Handel innerhalb der Ländergrenzen g. das Handelsdefizit
8. Warenaustausch über die Ländergrenzen h. der Außenhandel
9. Zahlung vor Erhalt der Ware i. der Protektionismus
10. Abwicklung der Zahlungen j. der Export

k. der Kapitalverkehr

l. die Anzahlung

**Suchen Sie das richtige Wort oder den richtigen Satz.**

1. Das ist aber ein schönes Geschenk! Ich danke Ihnen herzlich …
2. dazu b) dafür c) darauf
3. Morgen fahre ich nach Hause. Ich freue mich schon … Wiedersehen mit meiner Familie!
4. auf das b) über das c) über dem
5. Hast du deiner Schwester schon … Geburtstag gratuliert?
6. beim b) um den c) zum
7. Er bittet mich, … ich ihn morgen um 10 Uhr anrufe.
8. damit b) um c) dass
9. Der Arzt verschreibt dem Kranken diese Arznei, … er sie täglich einnimmt.
10. dass b) damit c) um d) weil
11. Bis 18 Uhr … ich zu Hause geblieben.
12. habe b) bin c) sein d) darf
13. Ich weiß nicht, … der Zug aus München angekommen.
14. dass b) was c) ob d) wie
15. Hast du Zeit, …
16. dass du mit mir auf der Datscha arbeitest.
17. arbeiten mit mir auf der Datscha.
18. mit mir auf der Datscha zu arbeiten.
19. zu arbeiten mit mir auf der Datscha.
20. Wo … ihr gestern Abend? In der Disko?
21. waren b) warst c) wart d) seid
22. Ich … nach Kiew gefahren.
23. habe b) sei c) werde d) bin
24. Hast du schon deine Tabletten …?
25. genommen b) genehmt c) nehmen d) nimmst
26. Wir sprechen ganz leise, … das Kind nicht zu wecken.
27. damit b) dass c) weil d) um
28. Inge hat gesagt, …
29. dass sie kann morgen kommen.
30. dass sie morgen kommen kann.
31. dass sie morgen kann kommen.
32. Gestern waren wir am See. Ich habe mich sehr … die Reise gefreut.
33. für b) über c) auf
34. Ist das alles, …
35. was du uns erzählen kannst.
36. das du uns erzählen kannst.
37. was du kannst uns erzählen.
38. Heute … ihr sehr früh aufgestanden.
39. sind b) habt c) seid d) haben
40. Ich erinnere mich …, wie er sich über mein Geschenk gefreut hat. a)darüber b) darum c) daran d) habt
41. Die Hausaufgaben … sie schon gemacht.

a)werden b) haben c) sind d) habt

1. Sie liebt das Meer, … sie Sonne, Strand und Wasser mag.
2. denn b) dann c) weil d) sondern
3. Ich studiere an der Universität, um einen interessanten Beruf …
4. bekommen b) zu bekommen c) bekommt
5. Der Zug … vor fünf Minuten …
6. hat … abgefahren b) ist … abgefahren c) hat … abgefahrt d) ist …abgefahrt
7. Ich hoffe, Sie bald …
8. wiederzusehen b) wiedersehen c) zu wiedersehen d) zu sehen wieder
9. Er hat mich gefragt, … ich mich für dieses Buch interessiere.
10. ob b) dass c) wie d) was
11. Das kleine Mädchen lernt …
12. zu tanzen b) tanzen c) tanzt
13. Er muss unbedingt ein neues Auto kaufen, … sein altes ist kaputt.
14. oder b) aber c) sondern d) denn

Mündliche Aufgaben:

**Образец текста для устного пересказа**

**TEXT**

**ZUCKERBROT ODER REITSCHE**

Eine ganz wichtige Aufgabe des Gewinns in der Marktwirtschaft besteht darin, das Geld dorthin zu steuern, wo es den größten Nutzen bringt. Jeder vernünftige Sparer legt sein Geld dort an, wo er die meisten Zinsen bekommt. Nicht anders verhalten sich die Unternehmer mit ihren Investitionen. Natürlich sind dabei Fehlentscheidungen nicht auszuschließen. Aber wenn sich in der Marktwirtschaft ein Unternehmen verkalkuliert und auf falsches Pferd setzt, hat nicht die Allgemeinheit die Folgen zu tragen, sondern der Eigentümer selbst.

Marktwirtschaft bedeutet Zuckerbrot oder Peitsche. Das Zuckerbrot ist die Aussicht auf Belohnung durch Gewinn. Die Peitsche ist die Angst vor Fehlentscheidungen, die schmerzhafte Verluste oder sogar der Konkurs zur Folge haben. Trotz aller negativen Begleiterscheinungen für Mitarbeiter, Eigentümer und Lieferanten sind Pleiten ein notwendiger Bestandteil der Marktwirtschaft. Veraltete Unternehmen mit veralteten Produkten scheitern. Das Wissen, dass modernen Unternehmen nicht geholfen wird, verhindert den Stillstand.

Die Konkurrenz sorgt dafür, dass beim Gewinn die Bäume nicht in den Himmel wachsen. Wenn zum Beispiel eine Unternehmen mir einer völlig neuen Idee großen Erfolg hat, ziehen andere Unternehmen so schnell wie möglich nach. Dass die Gewinne nicht so üppig sind, wie die meisten vermuten, zeigt ein Blick in die Statistik. Die Rendite der deutschen Industrie beträgt 2,5 Prozent. Sie misst den Anteil des Nettogewinns am Umsatz.

2,5 Prozent bedeuten Nach Abzug aller Kosten und Steuern bleibt den Unternehmen von hundert Mark Umsatz 2,50 Mark Gewinn. Im internationalen Vergleich ist das ein ziemlich bescheidenes Ergebnis.

**Fragen zum Text:**

1. Warum ist der Text so betitelt?
2. Wer hat die Folgen zu tragen, wenn sich ein Unternehmer auf falsches Pferd setzt?
3. Warum sind die Pleiten ein wichtiger Bestandteil der Marktwirtschaft?
4. Wie benehmen sich andere Unternehmen, wenn ein Unternehmen mit einer völlig neuen Idee großen Erfolg hat?
5. Beweisen Sie, dass in der Marktwirtschaft die Konkurrenz nötig ist. Welche Rolle spielt sie?
6. Wie werden Renditen in der deutschen Industrie berechnet?

**ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**

**6. Методические рекомендации по изучению дисциплины и отдельных ее тем, проведению семинарских, практических и лабораторных занятий, написанию рефератов, выполнению контрольных и курсовых работ, по компьютерному тестированию и самостоятельной работе студентов**

**Целью** дисциплины «Деловые коммуникации на иностранном языке» является совершенствование навыков и развитии умений практического владения иностранным языком в разных жанрах устного и письменного делового общения, и, как следствие, приобретение студентами коммуникативной компетенции, т.е. способности к использованию иностранного языка для решения практических задач в различных ситуациях делового общения. В частности, развиваются умения общаться, вести переговоры, проводить презентации и осуществлять деловую переписку на иностранном языке в сфере туризма и гостиничного бизнеса.

**Учебный план** дисциплины «Деловые коммуникации на иностранном языке» предусматривает практические занятия в аудитории (под руководством преподавателя) и вне учебной аудитории (самостоятельную работу студентов с последующим контролем преподавателя) на протяжении 4 курсов с первого по восьмой семестр.

В своей концепции учебный курс опирается на разработанные Советом Европы «Общеевропейские компетенции владения иностранным языком», что, с одной стороны, способствует самостоятельному определению начального уровня языковой компетенции (посредством стартового тестирования, методов самооценки, составления портфолио и др.), с другой стороны, осуществлять автономный мониторинг прогресса обучения:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **A**  (Элементарное владение) | |  | | **B**  (Самостоятель-ное владение) | |  | | **C**  (Свободное владение) | |  |
| **A1** | | **A2** | | **B1** | | **B2** | | **C1** | | **C2** | |
| Уровень выживания | | Предпоро-говый уровень | | Пороговый уровень | | Пороговый продвину-тый уровень | | Уровень профессио-нального владения | | Уровень владения в совершен-стве | |

Данный курс предусматривает наличие навыков самостоятельного владения иностранным языком на Пороговом уровне. Основной целью курса является достижение Порогового продвинутого уровня владения иностранным языком. Курс направлен на практическое овладение навыками аудирования, понимание письменного текста, диалогической и монологической речи, а также продуктивное овладение основным грамматическим материалом в рамках изучаемых лексических тем.

**Требования к итоговым умениям и навыкам на уровне B2:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Понимание** | Аудиро- вание | Понимание развернутых докладов или лекций и содержащейся в них сложной аргументации, в рамках изученной тематики. Понимание новостных передач и репортажей о текущих событиях. Понимание содержания большинства фильмов, если их герои говорят на литературном языке. |
| Чтение | Понимание статей и сообщений по современной проблематике, авторы которых занимают особую позицию или высказывают особую точку зрения. Понимание современной художественной прозы. |
| **Говорение** | Диалог | Умение без подготовки довольно свободно участвовать в диалогах с носителями изучаемого языка. Умение принимать активное участие в дискуссии по знакомой проблеме на базе изученных тем, обосновывать и отстаивать свою точку зрения. |
| Монолог | Умение понятно и обстоятельно высказываться по широкому кругу вопросов. Умение объяснить свою точку зрения по актуальной проблеме, высказывая все аргументы «за» и «против». |
| **Письмо** | Письмо | Умение писать понятные подробные сообщения по широкому кругу вопросов. Умение писать эссе или доклады, освещая вопросы или аргументируя точку зрения «за» или «против». Умение писать письма, выделяя те события и впечатления, которые являются особо важными. |

В программе подчеркивается роль и значение самостоятельной деятельности студентов в процессе овладения немецким языком, обучения их методике самообразования и самоконтроля за результатами процесса обучения. Программа предусматривает формирование учебных умений, обеспечивающих культуру усвоения языка и культуру общения с его носителями. Особое внимание в процессе обучения уделяется автономному обучению и обучению активным формам презентации результатов самостоятельной работы.

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

Студент в процессе обучения должен не только освоить учебную программу, но и приобрести навыки самостоятельной работы, которая способствует развитию ответственности и организованности, творческого подхода  к  решению проблем учебного и профессионального уровня, поскольку студент должен уметь планировать и выполнять свою работу.

Самостоятельная работа студентов является одной из основных форм аудиторной и внеаудиторной работы при реализации учебных планов и программ. Самостоятельная работа определяется как индивидуальная или коллективная учебная деятельность, осуществляемая без непосредственного участия педагога, но по его заданиям и под его контролем.

При определении содержания самостоятельной работы студентов учитывается уровень самостоятельности абитуриентов и требования к уровню самостоятельности выпускников для того, чтобы за период обучения искомый уровень был достигнут.

Для организации самостоятельной работы необходимы следующие условия:

* готовность студентов к самостоятельному труду;
* наличие и доступность необходимого учебно-методического и справочного материала;
* консультационная помощь.

Формы самостоятельной работы студентов определяются  при разработке рабочих программ учебных дисциплин содержанием учебной дисциплины, учитывая степень подготовленности студентов.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

Для овладения знаниями:

чтение текста (учебника, дополнительной литературы), составление плана текста,  графическое изображение структуры текста, конспектирование текста, выписки из текста, работа со словарями и справочниками, ознакомление с нормативными документами, учебно-исследовательская работа, использование аудио-  и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.

Для закрепления и систематизации знаний:

работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом (учебника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей, составление плана, составление таблиц для систематизации учебною материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению  на семинаре (конференции), подготовка реферата, составление библиографии, тематических кроссвордов, тестирование и др.

Для формирования навыков и развития умений:

решение задач и упражнений по образцу, решение вариативных задач, решение ситуационных (профессиональных) задач, подготовка к деловым играм, проектирование и моделирование разных видов и компонентов  профессиональной  деятельности, рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.

Таким образом, самостоятельная работа всегда завершается какими-либо результатами. Это выполненные задания, упражнения, решенные задачи, написанные сочинения, заполненные таблицы, построенные графики, подготовленные ответы на вопросы.

**Цели и задачи:**

Целью самостоятельной работы студентов является овладение фундаментальными знаниями, профессиональными умениями и навыками деятельности по профилю, опытом творческой, исследовательской деятельности. Данный учебно-методический материал ориентирован на достижение главной цели:повышение результативности самостоятельной работы студентов,развитие способности к самостоятельному получению знаний, освоению коммуникативныхкомпетенций по учебной дисциплине Иностранный язык (немецкий).

В ходе выполнения самостоятельной работы студент научится активно, целенаправленно приобретать новые знания и развивать коммуникативные умения без прямого участия в этом процессе преподавателей; самостоятельно анализировать современные учебно-методические материалы; закреплять пройденный материал посредством анализа, сравнения, обсуждения и описания реалий согласно тематике.

**Указанная цель требует реализации ряда задач, таких как:**

* приобретение конкретных знаний, формирование навыков и развитие речевых умений по немецкому языку, в соответствии с темами, заявленными в учебной программе дисциплины;
* систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся;
* развитие познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;
* формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию,
* самосовершенствование и самореализация;
* развитие исследовательских умений;
* реализация универсальных учебных действий с использованием информационно-коммуникационных технологий.

Информация, полученная в результате самостоятельного изучения обозначенного материала, будет необходима для написания реферата, сочинения, подготовки презентации, более продуктивной работы на практических занятиях, а также успешного прохождения всех этапов контроля знаний. Помимо анализа библиографического списка литературы, поощряется самостоятельное нахождение и изучение дополнительной литературы и электронных источников.

При этом целями и задачами *самостоятельной аудиторной работы* по дисциплине «Иностранный язык (немецкий)» являются:

* + методическая помощь студентам при изучении дисциплины «Деловые коммуникации на иностранном языке» по темам, выносимым на самостоятельное изучение;
  + активизация употребления профессиональной лексики в речи студентов, связанной с конкретными специальностями;
  + обучение логичному и последовательному изложению своих мыслей в соответствии с предложенной ситуацией, максимально приближенной к реальной жизни, и в пределах освоенного лексико-грамматического материала;
  + применение сформированных навыков при работе с аутентичными материалами;
  + развитие творческих способностей студентов, активизация мыслительной деятельности, повышение положительной мотивации к изучению немецкого языка;
  + отработка навыков работы со специальными тематическими словарями, с научными справочными пособиями, а также навыков реферирования;
  + оказание методической помощи при написании рефератов, сочинений.

**Цели и задачи *внеаудиторной самостоятельной работы* студентов:**

* + закрепление, углубление, расширение и систематизация знаний, полученных во время занятий;
  + самостоятельность овладения новым учебным материалом;
  + формирование навыков самостоятельного умственного труда;
  + овладение различными формами самоконтроля;
  + развитие самостоятельности мышления;
  + развитие коммуникативных умений в сфере профессионального общения;
  + воспитание способности к самоорганизации, творчеству.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, степени развития умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине. Используется устная, письменная и смешанная формы контроля.

По дисциплине «Деловые коммуникации на иностранном языке» практикуются следующие виды и формы самостоятельной работы студентов:

* подготовка к практическим занятиям;
* подготовка к контрольным работам, зачетам и экзаменам;
* отработка изучаемого материала по печатным и электронным источникам;
* выполнение контрольных, самостоятельных работ;
* тестирование в учебных компьютерных классах по материалам, разработанным преподавателем;
* индивидуальные исследовательские задания (подготовка кратких сообщений, докладов, рефератов и др.);
* подготовка к участию в научно-практических конференциях;
* подготовка и оформление мультимедийных презентаций в соответствии с учебными разделами и темами, а также слайдового оформления и видеосопровождения докладов;
* написание сочинений;
* самостоятельное составление заданий (кроссвордов, викторин, контрольных упражнений) по изучаемой теме;
* работа над выполнением наглядных пособий (схем, таблиц, коллажей и др.);
* проектная работа (подготовка деловой игры; портфолио).

**Рекомендации по выполнению самостоятельной работы:**

1. Изучение теоретического материала.

Изучение тематических текстов на немецком языке, лексических и грамматических комментариев к ним, а также указанной в библиографии литературы и Интернет-ресурсов с целью расширения знаний по той или иной теме необходимо осуществлять с учетом следующих пунктов:

* + прежде чем приступить к работе, требуется четко определить цели задания, что поможет осуществить самоконтроль в конце работы;
  + ход работы проводить «пошагово» и не приступать к следующему пункту, не пройдя предыдущий;
  + при работе с литературными источниками выделять главное, обращая особое внимание на классический немецкий язык,
  + в конце работы проверить достигнута ли цель и сколько времени потребовалось для её достижения.

В зависимости от цели просмотрового чтения и степени полноты извлечения информации выделяют четыре подвида просмотрового чтения:

*Конспективное* – для выделения основных мыслей. Оно заключается в восприятии только наиболее значимых смысловых единиц текста, составляющих логико-фактологическую цепочку.

*Реферативное* – для выделения основных мыслей. При этом читающего интересует только самое основное в содержании материала, все подробности опускаются как несущественные для понимания главного.

*Обзорное* – для определения существа сообщаемого. Оно направлено на выделение главной мысли текста, причем задачи сводятся в основном к ее обнаружению на основе структурно-смысловой организации текста. Понимание главной мысли, выраженной имплицитно, в данном случае практически невозможно. Интерпретация прочитанного ограничивается вынесением самой общей оценки содержанию и определением соответствия текста интересам студентов.

*Ориентировочное* – для установления наличия в тексте информации, представляющей для читающего интерес или относящееся к определенной проблеме. Основная задача читающего – установить, относится ли данный материал к интересующей его теме.

*Грамматический анализ* непонятных предложений текста на иностранном языке. Бегло просмотрите текст и постарайтесь понять, о чем идет речь.

* При вторичном прочтении определите тип непонятного предложения и функции всех его составляющих по внешним признакам.
* При наличии сложносочиненного или сложноподчиненного предложения разделяйте его по формальным признакам на самостоятельные и придаточные, выделяйте инфинитивные, причастные и деепричастные обороты.
* Если в предложении есть служебные слова, используйте их для членения предложения на смысловые группы.
* В каждом отдельном предложении сначала находите сказуемое или группу сказуемого, затем подлежащее или группу подлежащего. Если значение этих слов неизвестно, обращайтесь к словарю.
* Глагол-сказуемое обычно стоит на втором месте. Сказуемое можно найти
* по личным местоимениям;
* по вспомогательным и модальным глаголам в личной форме;
* по неправильным глаголам;
* по суффиксам
* Помните, что существительные употребляются в функции подлежащих только без предлогов
* Найдя подлежащее и сказуемое, проверьте, согласуются ли они в лице и числе. Поняв значение главных членов, выявляйте последовательно второстепенные, сначала в группе сказуемого, а затем в группе подлежащего.
* Если предложение длинное, определите слова и группы слов, которые можно временно опустить для выяснения основного содержания предложения. Не ищите сразу в словаре все незнакомые слова, а заменяйте их вначале неопределенными местоимениями и наречиями (кто-то, какой-то, как-то, где-то и др.)
* Внимательно присмотритесь к словам, имеющим знакомые вам корни, суффиксы, приставки. Попытайтесь установить значение этих слов. При этом обратите внимание на то, какой частью речи являются такие слова, а затем подбирайте соответствующий русскийэквивалент.
* Слова, оставшиеся непонятными, ищите в словаре, соотнося их значение с контекстом.

1. **Подготовка доклада.**

Требование к студентам по подготовке и презентации доклада.

Доклад-это сообщение с целью обобщить знания по заданной теме, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, сформировать навыки самостоятельной работы с научной литературой и прессой, познавательный интерес к научному познанию.

Студент в ходе презентации доклада отрабатывает умение самостоятельно обобщить материал и сделать выводы в заключении, свободно ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей. Работа студента над докладом-презентацией включает отработку у него навыков ораторского искусства и развитие умений организовывать и проводить диспут.

Тема доклада должна быть согласована с преподавателем и соответствовать теме занятия. Докладом также может стать презентация реферата студента, соответствующая теме занятия. Материалы при его подготовке должны соответствовать научно-методическим требованиям ВУЗа и быть указаны в докладе. Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными.

Студент обязан подготовить сообщение и выступить с докладом в строго отведенное преподавателем время, и в указанный им срок. Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания.

***Инструкция докладчикам и содокладчикам***

Докладчики и содокладчики - основные действующие лица. Они во многом определяют содержание, стиль и динамичность данного занятия. Действующие лица должны:

* уметь сообщать новую информацию;
* использовать технические средства;
* знать и хорошо ориентироваться в теме всей презентации (семинара);
* уметь дискутировать и быстро отвечать на вопросы;
* четко выполнять установленный регламент: докладчик – от 10 мин.; содокладчик - 5 мин.; дискуссия - 10 мин;
* иметь представление о композиционной структуре доклада.

Необходимо помнить, что выступление состоит из трех частей: вступление, основная часть и заключение.

Рекомендуется составите тезисы для беседы или устного сообщения в заданной ситуации общения. Эффективно также составить список вопросов для обсуждения с воображаемым или реальным собеседником.

1. **Написание реферата.**

Тема реферата предлагается преподавателем в соответствии с изучаемым материалом.

Объем текстовой части реферата (не считая титульного листа, содержания, списка литературы) должен составлять 5–8 листов формата А4 (шрифт: TimesNewRoman, кегль 14, междустрочный интервал полуторный, поля стандартные: верхнее – 2 см, нижнее – 2 см, левое – 3 см, правое – 1,5 см).

Обязательные части реферата: титульный лист, текстовая часть и список литературы (не менее 4 наименований).Вступление, основная часть и заключение также являются необходимыми блоками реферата.

1. **Написание сочинений.**

Тема сочинения предлагается преподавателем в соответствии с изучаемым разделом; также допускается написание сочинения по теме, сформулированной самостоятельно, но в таком случае необходимо ее согласование с преподавателем. Объем сочинения должен составлять 240–280 слов. Сочинение сдается в указанный в графике срок.

Требования к оформлению: сочинение сдается на листе бумаги или в специально заведенной для этой цели тонкой тетради (не толще 48 листов), в рукописном или распечатанном виде. Сочинение оформляется произвольно; обязательно только указание темы сочинения.

***Инструкция по подготовке сочинения.***

Разделите текст на смысловые абзацы в соответствии с предложенным в задании планом.

В первом абзаце сформулируйте проблему, которую вы будете обсуждать, однако не повторяйте тему сочинения слово в слово. Представьте, что ваш читатель не знает, о чем пойдет речь, и попытайтесь объяснить ему проблему другими словами.

Выделите положительные и отрицательные стороны проблемы, подумайте о разумных аргументах, в поддержку обеих точек зрения. Помните, что вы должны выразить не только свою точку зрения, но и противоположную. Также не забудьте объяснить, почему вы не согласны с другой точкой зрения.

Старайтесь соблюдать баланс между абзацами. Используйте слова-связки, чтобы помочь читателю проследить за логикой ваших рассуждений.

В последнем абзаце сделайте обобщающий вывод по данной проблеме. Вы можете также окончательно сформулировать свое мнение или предложить пути решения данной проблемы.

1. **Написание письма.**

В процессе профессионального общения написание писем является одной из наиболее часто встречающихся задач. Темы для деловых писем предлагаются преподавателем, также допускается написание письма по теме, сформулированной самостоятельно, но в таком случае необходимо ее согласование с преподавателем.

Перед написание письма проводится подготовительная работа. Студент анализирует тексты писем, определяет характер каждого письма (личное, семейное, деловое, проблемное; письмо с выражением благодарности; поздравление, приглашение и т.д).

На подготовительном этапе просматриваются приведенные речевые формулы, используемые в письме, и отмечаются различные способы выражения благодарности и признательности. Кроме того, составляются различные тематические письма для заданных ситуаций письменного общения.

**Непосредственно при написании письма используйте следующий алгоритм действий:**

* Определите, кому могут быть адресованы названные формы письменного обращения.
* Определите характер письма по его структуре (описание, сообщение, повествование, уведомление, выражение благодарности за что-либо, приглашение).
* Составьте письмо по предложенному плану, ориентируясь на конкретный тип адресата, коммуникативную задачу и ситуацию написания письма.

1. **Подготовка презентации.**

Демонстрационная презентация (длительностью от 10 до 20 мин.) выполняется в программах MicrosoftPowerPoint, Prezi и других.

Возможно (но необязательно) использование дополнительных фото-, видео- или аудиоматериалов. Выполнение презентации осуществляется в устной форме (сдача текстовой части доклада не требуется).

***Виды презентаций и их структура.***

Можно выделить 3 вида презентаций:

1. **Информационная презентация;**
2. **Презентация-идея;**
3. **Презентация-ревью.**

Для определения вида будущей презентации сформулируйте цель своего выступления, ответив себе на вопросы: зачем я выступаю, что я хочу получить в результате, что должны продумать или сделать слушатели после моей речи? Это главный вопрос. Правильный ответ на него – 50% успешной презентации.

Для ***информационной презентации*** достаточно того, что аудитория просто получит новые данные. Информационная презентация самая простая по своей сути, и требования к ней минимальны: она должна содержать в себе вступление, основную часть и завершение.

Во вступлении должно быть приветствие, тема и, возможно, цель выступления, имя выступающего, название организации, которую он представляет. Часто визуальные компоненты сопровождают или даже заменяют эту часть выступления.

В основной части информационной презентации главное – это соблюдение логики речи, а следовательно, структурирование доклада, в частности разделение его на части.

Завершение также может быть предельно кратким: резюме вышесказанного и благодарность за внимание.

Цель ***презентации-идеи***: изменить отношение слушателей и убедить их предпринять конкретные действия, связанные с темой. Aлгоритм формирования убедительной презентации – «4П». Алгоритм включает в себя 4 блока:

1. Положение. В первой части выступающий рассказывает о ситуации, связанной с его предложением. Ситуация должна быть близка и понятна аудитории. Этот раздел должен быть относительно коротким – 5-10% всего выступления.

2. Проблема. Этот отрезок презентации должен показать проблематику. Очень важно, чтобы поднятые оратором проблемы действительно были важны для слушателей. Задача презентации только актуализировать потребности слушателей и вывести на первый план среди множества других наших ежедневных потребностей.

3. Перспектива. В этом разделе докладчику нужно показать, как усугубится описанная проблема, если не принять меры прямо сейчас.

4. Предложение. Следует предложить свой продукт или идею. При этом важно наглядно показать, как именно предлагаемая идея поможет выйти из сложившейся ситуации, ответить на вопрос, чем этот способ решения лучше, чем другие, привести аргументы и доказательства - то есть сделать свою презентацию убедительной.

Заканчиваться презентация-идея должна призывом к конкретным действиям, которые можно легко реализовать. Выступление будет особенно убедительным, если сделать презентацию с использованием качественных слайдов. Для убеждения стоит использовать яркие иллюстрации и графики, подтверждающие слова выступающего, так как 80% информации мы получаем через зрительный канал.

***Презентация-ревью***- это отчет о проделанной работе. Фактически, целью таких презентаций является убеждение слушателей в том, что Вы грамотный специалист в своей области, максимально качественно выполнивший свой объем работы и достойны высокой оценки.

1. **Составление портфолио.**

Целесообразно создание и использование портфолио в качестве проекта для самостоятельной работы.

По способу обработки и презентации информации выделяют портфолио в бумажном варианте и электронный вариант портфолио.

***Портфолио в бумажном варианте***, т.е. портфолио документов - это портфель сертифицированных (документированных) индивидуальных образовательных достижений, личностного развития, карьерного продвижения как рецензии, отзывы, резюме, эссе, рекомендательные письма и прочее).

***Электронный вариант портфолио* т**.е. портфолио-коллектор, портфолио работ– это собрание различных творческих и проектных работ студента, а также описание основных форм и направлений его учебной и творческой активности: участие в научных конференциях, конкурсах, прохождение различного рода практик, спортивных и художественных достижений и др.

***Структура портфолио***

*Часть 1. «Введение»*

1.1. Фото

1.2. Резюме

1.3. Цели и задачи портфолио

1.4. О структуре портфолио

1.5. Специфические характеристики портфолио

*Часть 2. «Мои достижения»*

2.1. «Официальные документы»:

* документы об окончании школы;
* сертификаты официально признанных международных, региональных и городских олимпиад, конкурсов, фестивалей, иных мероприятий;
* документы об участии в грантах, окончании музыкальной, художественной, спортивной или иной школы;
* сертификаты о прохождении практик, стажировок, тестирования, участии в проектах и программах;
* журнальные, газетные и фото документы и иные документы, свидетельствующие об успехах;
* список достижений, который, по тем или иным причинам (забыл, потерял, украли) не может быть задокументирован.

2.2. «Жизненный опыт»:

* автобиография;
* эссе «Взгляд в прошлое»;
* анализ важнейших событий и эпизодов жизни, их оценка, оценка, вес в сегодняшней жизни;
* основные этапы становления личности, факторы, события, люди, повлиявшие на это;
* газетные, фото, видео и иные кинодокументы, свидетельства очевидцев;
* характеристики, отзывы, оценки известных (и не только) лиц о вас;
* отзывы с тех мест работы, где вы работали и т.п.).

2.3. «Обучение в вузе, предпрофессиональная и профессиональная подготовка»:

* ваши оценки на всех этапах обучения в вузе, комментарии к ним;
* любимые предметы, преподаватели, мотивы обучения;
* основные периоды и этапы учения;
* изменения взглядов на свою будущую профессию, вуз;
* список курсовых и дипломных работ;
* отзывы преподавателей и научных руководителей, руководителей учебных, преддипломных и дипломных практик;
* список мест прохождения практик и выполненных работ.

2.4. «Научная деятельность»:

* список научных работ;
* научная переписка;
* аннотации к своим работам;
* рецензии чужих научных трудов, монографий, учебников и учебных пособий;
* отзывы на ваши работы;
* эссе «О науке» и т.п.

2.5. «Курсы по выбору и творческие работы»:

* список дополнительны курсов, оценки, сертификаты, комментарии, приобретенные компетенции;
* список или структурированное представление в том или ином виде своих творческих работ, отзывы на них, в том числе в СМИ и т.п.

***Часть 3. «Я в мире людей»***

3.1. «Участие в общественной жизни»:

* характер вашей общественной активности;
* занимаемые посты;
* проекты и программы, в которых участвовали, их результативность.

3.2. «Друзья», «Любимые люди»:

* ваши близкие друзья в вузе и вне его, сфера их занятий, привлекательные черты характера, образ жизни, разделяемые ценности и т.п.;
* родные и близкие люди, их личные качества, интересы, сфера занятий, привлекательные черты.

3.3. «Мои кумиры»:

Люди (актеры, ученые, писатели, спортсмены и т.п.), являющиеся для вас, в определенном смысле, эталонами жизни и поведения, их портреты.

3.4. «Хобби, интересы»:

* сфера ваших свободных интересов, занятий, хобби, их примеры, иллюстрации;
* значение в жизни вообще и в профессиональной жизни, в частности.

*Часть 4. «Взгляд на себя и в будущее»*

4.1. «Я»:

взгляд на свое «Я», сильные и слабые стороны, мотивацию, интеллект, черты характера, образ жизни.

4.2. «Мои ценности и идеалы»:

то, что вы цените, считаете важным, стремитесь, уважаете.

4.3. «Мир вокруг меня»:

ваша оценка событий происходящих в мире и вокруг вас, тенденций, открывающихся возможностей, возникающих трудностей и опасностей.

4.4. «Мои жизненные планы:

ваше представление о собственной миссии, жизненных и профессиональных целях, стратегии, планах, способах, средствах и времени их достижения и т.п.

4.5. «Мой девиз»:

ваш девиз, кредо на новом этапе жизни.

***Часть 5. «Заключение для…»***

5.1. Важнейшие аспекты личности;

5.2. Наиболее важные компетенции;

5.3. Важнейшие аспекты опыта;

5.4. Направления взаимодействия с работодателем и/или использования.

Материалы для оценивания портфолио делят на 2 части и заносят в таблицу:

|  |  |
| --- | --- |
| Формальная часть | Неформальная часть |
| 1.Средние оценки по общим дисциплинам.  2.Средние оценки по профессиональным дисциплинам.  3.Средние оценки по специальным дисциплинам.  4. Курсовые работы.  5. Дипломная  работа.  6. Практики.  7 Иностранный язык.   8 .Второй иностранный язык.   9.Третий иностранный язык.   10. Любые сертификаты об обучении, связанные с профессией.   12. Обучение за рубежом по направлению университета.  13 Отзывы преподавателей, руководителей учебных практик. | 1. Олимпиады.  2. Профессиональные конкурсы .  3. Научные публикации.  4. Методические разработки и публикации(разработка учебного курса, деловой игры, тренинга, конференции, сайта по профессиональной теме).  5. Участие в научной конференции.  6. Участие в общественных проектах.   7.Участие в профессиональных проектах.  8.Участие в спортивных мероприятиях.  9.  Иные сертификаты, документы.  10.Отзывы, характеристики от руководителей предприятий, организаций. |

1. **Самостоятельная подготовка заданий.**

При необходимости самостоятельно составить задание по изучаемой теме следует в первую очередь определиться с типом задания. Это может быть кроссворд, викторина, текст с пробелами, сопоставление, ролевая игра и другие виды заданий, включая контрольные тесты и упражнения.По желанию студентов это может быть даже проект деловой игры.

Одним из интересных и творческих вариантов заданий является викторина.

**Викторина** — это вид игры, смысл которой заключается в том что бы угадывать правильные ответы на устные или письменные вопросы из разных областей знаний. Есть большое количество разных видов викторин. Они могут отличаться друг от друга условиями и правилами, тематикой, типами и сложностью вопросов.

Правила выполнения викторины должны быть просты. Сложные правила приходится долго разъяснять, и в результате теряется интерес. Но и в том случае, когда человек включится в викторину, он будет путаться, сбиваться и тем самым нарушать темп проведения викторины или разрушать ее.

Викторина должна охватывать всех. Не должно быть таких ситуаций,когда одни участники вовлечены в процесс викторины, а другие оказываются вположении пассивных наблюдателей.

Еще одним элементом викторин являются награды победителям. Здесь есть несколько психологических моментов, которые следует учитывать:

* приз должен соответствовать уровню и сложности викторины;
* вариант вручения призов всем участникам игры возможен, но при этом основной приз должен оставаться основным, а остальные носить характер утешительных и отличаться от главного;
* приз не обязательно должен быть материальным. Он может быть чисто символическим, в виде венка, торжественно возлагаемого на голову победителя, шуточной медали с соответствующей надписью и т.п.;
* само представление приза как цели, к достижению которой будут стремиться соревнующиеся, может нести в себе элемент викторины, если его представить в скрытом виде, как «темный приз».

***Рекомендуемые материалы для организации самостоятельной работы***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № п\п | Название | Содержание | Уровень | Ссылка на источник |
|  | Nachrichtenglossar von A bis Z *(monolingual Deutsch)* | Das Nachrichtenglossar bietet eine Zusammenstellung nützlicher Begriffe der Nachrichtensprache mit Erklärungen in deutscher Sprache. Man kann das Glossar nutzen, um gezielt Begriffserklärungen zu finden oder um Wortschatz im Bereich Politik und Wirtschaft zu erweitern. | *Niveaustufe B2* | http://www.dw-world.de/dw/0,,9151,00.html |
|  | *Marktplatz Kurs für Wirtschaftsdeutsch* | Der Kurs “Deutsche Sprache in der Wirtschaft“ gibt Einblicke ins Wirtschaftsdeutsch und hilft zahlreiche Situationen zu meistern. | *Niveaustufe B2* | http://www.dw-world.de/dw/0,,2203,00.html |
|  | Video-Thema*Reportagen zum Deutschlernen (monolingual Deutsch)* | Zum Trainieren vom Hörverstehen mit dem Video-Thema: Regelmäßig findet man authentisches Videomaterial aus dem Angebot von DW-TV. Man erweitert den Wortschatz mit interessanten Beiträgen zu vielfältigen Themen und lernt gesprochene Sprache schnell und richtig zu erfassen. | *Niveaustufe B2-C1* | http://www.dw-world.de/dw/0,,12165,00.html |
|  | Langsam gesprochene Nachrichten*(monolingual Deutsch)* | Tägliche Nachrichtensendung aus dem deutschen Radioprogramm – langsam und verständlich gesprochen. Neben der Audio-Datei zum Herunterladen (MP3) findet man auch den vollständigen Text zum Ausdrucken. | *Niveaustufe B2-C1* | http://www.dw-world.de/dw/0,,8030,00.html |
|  | Sprachbar*Geheimnisse des Deutschen (Monolingual Deutsch)* | Die Sprachbar ist der Treffpunkt für Genießer der deutschen Sprache. Ob Goethe-Verse oder Werbeslogans: Auf dem Menü steht alles, was die deutsche Sprache aufregend und lebendig macht. Man erfährt mehr über besondere Vokabeln, ihre Herkunft und Geschichte. | *Niveaustufe C1-2* | http://www.dw-world.de/dw/0,,9011,00.html |
|  | *Alltagsdeutsch**(Monolingual Deutsch)* | Hier findet man Audiobeiträge zu bunten Themen aus dem deutschen Alltag. Zusätzlich kann man das Manuskript mit Fragen zum Textverständnis und Arbeitsaufträgen ausdrucken. | *Niveaustufe C1-2* | http://www.dw-world.de/dw/0,,9214,00.html |
|  | Dialektatlas*Deutsche Dialekte (Monolingual Deutsch)* | Ob quatschen, schnacken, schwätze oder babbele, viele Deutsche sprechen Dialekt. Mundarten sind aber oft mehr als Sprache und transportieren regionale Identität: Bayrisch ist für einen Friesen Chinesisch und umgekehrt. Dialektatlas stellt Land und Leute, Sprache und Eigenarten aus deutschen Landesteilen vor. | *Niveaustufe C1-2* | http://www.dw-world.de/dw/0,,12377,00.html |
|  | Online-Deutschkurs | Über 20.000 Online-Übungen zur deutschen Grammatik und Wortschatz. Deutsche Grammatik regeln: Man findet Erklärungen zu allen Grammatikthemen. | *Niveaustufe A1-C1* | http://www.deutschakademie.de/online-deutschkurs/ |
|  | Deutsch Grammatik online | Übungen, Spiele und Tests zur deutschen Grammatik. Es handelt sich um Texteingabe-Übungen, Schreibübungen, Multiple Choice-Übungen, Drag and Drop-Übungen und um Grammatikspiele. Die Tests prüfen 18 Themen der deutschen Grammatik. Es stehen zwei Tests zur Auswahl, die jeweils 9 Grammatikthemen testen und aus jeweils 108 Multiple Choice Übungen bestehen. | *Niveaustufe A1-C1* | http://www.grammatiktraining.de/index.html |

**Дидактические материалы для проведения практических занятий и управляемой самостоятельной работы**

Дидактические материалы к данному разделу представлены в учебно-методических пособиях, разработанных преподавателями кафедры немецкого языка, которые находятся в Электронной библиотеке БГЭУ по адресу: \\ARHIVE\UchebM\Социально-гуманитарные\Иностранный язык\Немецкий язык

1. Deutsch-Russisches Wirtschaftsglossar =Немецко-русский толковый словарь экономических терминов Электронное пособие для студентов экономических специальностей Составитель Молчанова Е.В.

2.Бартош В. С. Passiv, Infinitiv, Konjunktiv.Практикум для студентов факультетов УЭФ, ФМк, ФМ

3. Большаков И.И. Перевод конструкц. пассива в нем. эк. текст. УМК.

4. Иваненко Г.Л. Testseite

5. Ключи к Пособию по экон. переводу Мелиховой Н.В.

6. Коцаренко Е.М. Немецкий язык для экономистов.

7. Лексико-грамм. тесты для студ. экономистов старших курсов ч. 2.

8. Молчанова Е.В. Rund\_um\_die\_Wirtschaft.Ч. 2.

9. Немецкий язык Тесты.

10. Тарасевич Л.А., Прохорчик М.И. Комплекс упр.на синтаксис .

11. Шубина Е.С. Geschäftskontakte. Texte zum Lesen und Diskutieren.

12. Юркевич Л.А.Texte mit Aufgaben für das selbstständige

**7. СПИСОК РЕКОМЕНДОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Базовый курс немецкого языка для студентов экономических специальностей = Wirtschaftsdeutsch. Grundkurs: учебное пособие / Л.А. Тарасевич [и др.]; под ред. Л.А.Тарасевич. – Минск: БГЭУ, 2008. – 187 с.
2. БелицкаяЕ.А. Deutsch im Fernstudium. Themen für Geschäftskommunikation und grammatische Teste = Немецкийязыкдлястудентовзаочнойформыобучения. Темы по бизнес-коммуникации и грамматические тесты: учеб.-метод. пособие / Е.А. Белицкая, И.Н. Корзун, Р.А. Плавинский. – Минск: БГЭУ, 2012. – 178 с.
3. Белицкая Е.A. Туристические дестинации немецкоязычных стран = ReisedestinationenDeutschsprachigerLänder: Мн.: учебное пособие / Е.A. Белицкая, И.H. Корзун, Н.Г. Титова. – Минск: БГЭУ, 2008. – 323 с.
4. Галай О.М. Практическая грамматика немецкого языка / О.М.Галай, В.Н.Кирись, М.А.Черкас. – Минск: Аверсэв, 2004. – 732 с.
5. Корзун, И.Н. Немецкая деловая корреспонденция = DeutscheHandelskorrespondenz: учебное пособие / И.Н. Корзун, Е.М. Онуфрейчик. – Минск: БГЭУ, 2002. – 82 с.
6. Коцаренко, Е.М. Wirtschaftsdeutsch = Экономический немецкий / Е.М. Коцаренко. – Минск: ЕГУ, 1999. – 84 с.
7. Мишкевич, М.В. Экономический немецкий язык: учебно-метод. пособие/ М.В. Мишкевич, Е.С. Шубина, М.А. Кудревич. – Минск: БГЭУ, 2002.
8. Мойсейчук, А.М. Немецкий язык для экономистов: учебное пособие / А.М. Мойсейчук. – Минск: Вышэйшая школа, 2003.— 284 с.
9. Паремская Д.А. Практическая грамматика (немецкий язык) / Д.А. Паремская. – Минск: Высшая школа, 2003. – 350 с.
10. Постникова, Е.М. Бизнес-курс немецкого языка / Е.М. Постникова. – Киев: А.С.К., 2002.— 432 с.
11. Achilles U., Klause D., Pleines W. Marktplatz. Deutsche Sprache in der Wirtschaft: Begleitbuch zur Hörfunkserie der Deutschen Welle / U.Achilles, D.Klause, W.Pleines. – Köln: Labonte, 1998. – 288 S.
12. Barberis P., Bruno E. Deutsch im Hotel. Korrespondenz / P. Barberis, E. Bruno. – Ismaning: Hueber, 2001.
13. Barberis P. Deutsch im Hotel. Gespräche führen / P. Barberis, E. Bruno. – Ismaning: Hueber, 2000.
14. Buscha A. Geschäftskommunikation = Деловаякоммуникация / А. Buscha, G. Li nthout. - Ismaning, 2004.
15. Diener A. 200 Übungen zur deutschen Grammatik: учебноепособие / А. Динер. – Минск: Лексис, 2000. – 163 с.
16. Dreyer H. Lehr- und Übungsbuch der deutschen Grammatik = Грамматиканемецкогоязыкасупражнениями / H. Dreyer, R. Schmidt. – Новоеиздание. Ismaning, 2001. – 364 c.
17. Fritsch U., Knappe, K. Wirtschaft auf einem Blick = Экономика / У. Фритш, К. Кнаппе. – Bank-Verlag GmbH, 2006.
18. Eismann, V. Erfolgreich am Telefon und bei Gesprächen im Büro / Eismann, V. Berlin: Cornelsen Verlag, 2006. – 128 c.
19. Hering, A. Geschäftskommunikation. Schreiben und Telefonieren = Деловаякоммуникация. Переписка и беседы по телефону / А. Херинг, М. Матуссек. – Ismaning: Hueber, 2009. - 168 c.
20. Riegler-Poyet, M. Das Testbuch: Wirtschaftsdeutsch. Deutsch als Fremdsprache in der Wirtschaft / М. Riegler-Poyet, B. Straub, P. Thiele. – Berlin: Langenscheidt, 2008.
21. Seifert Ch. Schreiben in Alltag und Beruf. Intensivtrainer A2/B1 / Ch. Seifert. – Berlin und München: Langenscheidt, 2009. – 80 c.
22. Willkop, E-M. u.a. Auf neuen Wegen = Новымидорогами / Е.-М. Вилкоп[идр.]. – Ismaning: Hueber, 2003. – 280 с.

**8. Другие справочные и информационные материалы.**

**Statistiken, Schaubilder, Diagramme**

**in Worten ausdrücken**

***Das Thema des Schaubildes***

1. Die vorliegende Grafik **gibt/liefert** Informationen über ...
2. Die vorliegende Grafik **zeigt/veranschaulicht/stellt** ... **dar** ..., was/wie/dass ...
3. Der Titel „...“ **verweist** auf ...
4. Das Diagramm/Schaubild **zeigt** ... von 1980 bis 2005.

***Übersicht über das Schaubild***

1. Das Schaubild **besteht** aus ...
2. Das Liniendiagramm (Balkendiagramm, Säulendiagramm, Kreisdiagramm) **stellt dar/ zeigt** ...

***Quelle***

1. Als Quelle wird ... **angegeben**.
2. Die Zahlen/Angaben/Informationen/Daten **stammen** von/aus ...

***Entwicklungen***

1. Die Zahl der ... ist **von** ... **auf** ... **gestiegen**.
2. Die Zahl der ... **hat sich von** ... **auf** ... **erhöht**.
3. Die Zahl der ... **ist von** ... **auf** ... **gesunken.**
4. Die Zahl der ... **ist von** ... **auf** ... **zurückgegangen.**

***Beschreibung der Liniendiagramme***

1. Entwicklung/Veränderung **beschleunigt/verlangsamt sich**.
2. Die Kurve **steigt/wächst/sinkt/fällt**.
3. Es gibt eine **Zunahme/einen Anstieg/eine Abnahme/ einen Rückgang** von ... auf ... um ...
4. Etwas **geht zurück/erhöht sich** ...

***Beschreibung der Balkendiagramme***

1. Die Anzahl/Die Zahl/Der Anteil/Der Prozentsatz ... **beträgt/liegt bei/beläuft sich auf** ...
2. An erster/zweiter/ ... Stelle **steht/liegt** ...
3. Den ersten Platz **belegt** ...
4. Spitzenreiter **ist** ... **gefolgt von** ...

***Anteile***

1. **Der Anteil** der ..., die ..., ist **von** ... Prozent **auf** ... Prozent gewachsen/gestiegen.
2. **Der Anteil** der ..., die ..., **beträgt** ... Prozent ... **Prozent aller**..

***Vergleich/gewichten***

1. Mehr/weniger als ...
2. Im Vergleich/Im Unterschied/Im Gegensatz (da)zu ...
3. verglichen mit ...
4. Während ...
5. Dagegen ...
6. Wenn man ... vergleicht, (so) wird deutlich, dass ...
7. Der Anstieg/Der Rückgang **beträgt/beläuft sich auf** ...
8. ... steht an erster Stelle
9. An zweiter (Stelle) steht ...
10. Direkt danach kommt ..., gefolgt von ...
11. Als Nächstes/Drittes/Viertes ist wichtig/bedeutend/entscheidend ..., denn ...
12. Die drei wichtigsten Kriterien sind ...
13. Am unwichtigsten ist ...
14. An letzter Stelle steht ...
15. ... % wünschen sich ...
16. Die meisten/die wenigsten/Drei Viertel/Zwei Drittel möchten ...
17. ... wird von ... genannt.

***gegenüberstellen/vergleichen***

1. einerseits ... andererseits ...
2. Im Gegensatz zu ...
3. Für ... von je 100 Befragten ist ...
4. Während für ... % ... von Bedeutung ist, stehen/steht bei ... % der Befragten ... im Vordergrund.
5. (Annähernd) gleich stark vertreten sind die Aspekte/Punkte ...
6. Nach ... folgt als zweitwichtigster Punkt ...
7. Über die Hälfte/zwei Drittel/dreiViertel legt darauf Wert, dass ...
8. Für ... steht/stehen im Vordergrund.

***Schlussbemerkung/Fazit (bewerten/auswerten)***

1. Diese Grafik **belegt/stützt** die These, dass ...
2. Anhand der Grafik **lässt sich zeigen/dokumentieren** ...
3. Dem Schaubild/DiesenAngaben **ist zu entnehmen**, dass ...
4. Aus diesen Informationen **kann** man **schlussfolgern**, dass ...
5. Man kann die Tendenz **erkennen**, dass ...
6. Nach meiner Meinung/Meiner Ansicht nach **ergibt sich** daraus/**wird** daraus **ersichtlich**, dass ...
7. Abschließend lässt sich ...
8. Zusammengefasst heißt das ...
9. Jemanden für ... **halten**
10. Jemanden als ... **einschätzen**
11. Jemanden als ... **bezeichnen**
12. Sagen, jemand sei ... ; ...
13. Die Zahl der ... **ist rückläufig**.

## Glossar

**abbrechen**: Die folgende Frage werden Sie bei der Arbeit mit dem Computer häufig hören: „Abbrechen“ oder „Ok“? Gemeint ist in der Regel eine Aktion, bei der Sie zu entscheiden haben, ob Sie einen Vorgang durch den Computer fortsetzen lassen oder beenden wollen. Typische Situation: „Wollen Sie mit der Installation des Programms fortfahren?“ Dann kommen zwei Schaltflächen, von denen Sie mit der Maus anklicken müssen – abbrechen oder Ok.

**abmelden**: Wenn Sie den Computer verlassen, dann ist es ratsam, sich von ihm abzumelden. Das geschieht entweder bewusst oder unbewusst durch den Anwender selbst. Würden Sie sich nicht abmelden, dann hätten anschließend Unbefugte Zugriff auf Ihre Daten und Programme. Also sorgen Sie dafür, dass Sie sich stets korrekt abmel­den. Bei einem PC mit Windows 98 passiert das durch die Kombination von Anklicken des „*Start-Feldes*“, Auswahl von „*Beenden...*“ und die Auswahl von „*Herunterfahren*“. Nur Anfänger schalten Ihren PC einfach aus.

**Absatzformat**: Dieser Begriff stammt aus dem Bereich der Textverarbeitung und des Desktop-Publishings. Er bezeichnet die Formatierung eines Textabsatzes. Während sich das Absatzformat auf einen kompletten Absatz bezieht, lohnt es sich auch noch, das Zeichenformat kennen zu lernen: Es bezieht sich auf die Formatierung einzelner Zeichen, beispielsweise **Schriftschnitt**, **Zeichengröße**, **Fett-** oder **Kursivschrift**, **Unterstreichungen** oder **die Laufweite der Zeichen**. Im Absatzformat ist neben dem Zeichenformat geregelt, ob ein Text **zentriert, links-** oder **rechtsbündig** dargestellt wird, welchen **Abstand** einzelne Zeilen innerhalb des Absatzes zueinander haben, welche Abstände vor und nach dem Absatz eingehalten werden müssen und ob einzelne Zeilen eingezogen werden.

**Abspann, Nachspann**: Beendet eine Nachrichtensendung; die Nennung derer, die an einer Fernsehsendung mitgewirkt haben, sofern sie am Schluss der Sendung erfolgt. Der Abspann besteht in der Regel aus aktuellen Studiobildern (einer Studiototalen). Eingeblendet wird der Titel der Sendung und meist auch die Internetadresse für die Sendung.

**Absturz**: Wenn nichts mehr geht und der Computer steht, dann ist er wahrscheinlich abgestürzt. Das kommt bei jedem PC vor und ist ein ziemlich normaler Zustand, der zwar auftritt, das aber nicht öfter tun sollte. Wenn doch, dann stimmt mit Soft- oder Hardware etwas nicht.

**Account**: Wer im Netz arbeitet, der braucht ihn. Der Account ist eine Arbeitslegitimation im Netzwerk (Zugangsberechtigung zu einem Online-Dienst oder einer Mailbox) und am besten vergleichbar mit einem Konto bei der Bank. Erst wenn Sie eines haben, können Sie Geld überweisen und – noch besser – man kann Ihnen Geld überweisen. Jegliche Transaktionen können erst dann stattfinden, wenn Sie über einen Account verfügen. Im Computer-Netzwerk oder im Internet werden Sie über einen Account verfügen, der Informationen über Ihre Zugriffsrechte und Passwörter enthält.

**Adresse**: Computer müssen Informationen irgendwo ablegen. Doch viel wichtiger: Sie müssen sie anschließend auch wieder finden können. Um eindeutige Angaben darüber zu haben, wo sich Informationen befinden, gibt es Adressen. In der Regel befinden sich diese Adressen in einem Speicher, einem so genannten **Adressraum**.

**Akku**: Eine wideraufladbare Batterie. Der Akku wird vor allem in Notebooks und Handys verwendet.

**Akku-Laufzeit**: Sie gibt bei Notebooks an, wie lange diese netzunabhängig – also ohne erneutes Laden an der Steckdose – arbeitsbereit sind.

**Akkumulator**: Ausgeschriebene Langform für Akku.

**aktives Fenster**: In einer grafischen Benutzeroberfläche wie etwa Windows 98 ist das aktive Fenster dasjenige, in dem sich gerade Daten eingeben lassen oder das gerade für Eingaben oder Ausgaben aktiv ist.

**Aktualität**: Bezieht sich auf den zeitlichen Abstand zwischen Ereignis (Ereigniszeitpunkt) und Verbreitung der Nachricht (Verbreitungszeitpunkt). Die aktuellsten Nachrichten sind diejenigen, bei denen die Zeitdifferenz am geringsten ist.

**„alte“ Massenmedien**: Der Mediennutzer ist Empfänger der Informationen der Massenmedien. Die Kommunikation durch Medien gleicht einer Einbahnstraße.

**Anchorman**: Haupt- oder Chefmoderator von Nachrichtensendungen; Moderatoren sind im Gegensatz zu Sprechern immer Journalisten.

**anklicken**: Bedeutet das Drücken der Maustaste. Ein Objekt auf dem Bildschirm (eine grafische Bedieneroberfläche vorausgesetzt) mit dem Mauszeiger anzuklicken, gelingt durch Drücken der linken Maustaste.

**Arbeitsspeicher**: Hier befinden sich während der Arbeit mit einem Computer nicht nur das Betriebssystem mit allen seinen Treibern für Drucker, Grafikkarte, Modem oder Tastatur. Auch alle Programme, mit denen Sie arbeiten, werden dazu von der Festplatte in den Arbeitsspeicher geladen und erst von dort aus vom Prozessor abgearbeitet. Auch der Text, den Sie mit dem Textverarbeitungsprogramm bearbeiten, befindet sich während der Arbeit im Arbeitsspeicher.

**ARD**: Abkürzung für *Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland* seit 1954. Mitglieder sind die elf Landesrundfunkanstalten (BR, HR, MDR, NDR, ORB, RB, SFB, SR, SWR, WDR) und die zwei Rundfunkanstalten des Bundes (Deutschland Radio und Deutsche Welle). Der Rundfunkstaatsvertrag verpflichtet die ARD-Mitglieder zur gemeinsamen Gestaltung des Ersten Deutschen Fernsehens, genannt „Das Erste“.

**ARTE**: Europäischer Kulturkanal mit Sitz in Straßburg. Abkürzung für *Association Relative‚ à la Television Europeenne*. Gleichberechtigte Mitglieder sind ARTE Deutschland TV GmbH und La Sept ARTE. Außerdem bestehen Kooperationsverträge mit anderen europäischen öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten. Hinter ARTE Deutschland stehen ARD und ZDF, die jeweils zu 50 Prozent die Programmbeiträge für ARTE Deutschland liefern. Sendestart 1992.

**ASTRA**: Ferseh-Satellitensystem der luxemburgischen Betreibergesellschaft S.E.S.

**at**: Der Name des Klammeraffen @

**Auflage**: Anzahl der Exemplare einer Publikation (z.B. einer Tageszeitung), die der Verlag herstellt bzw. vertreibt.

**Auflösung**: Mit „Auflösung“ fasst man die Anzahl der Bildpunkte, die horizontal und vertikal dargestellt werden können. Je höher die Auflösung ist, desto feiner ist das Bild, umso kleiner sind aber auch Menüs, Symbole und Schrift unter grafischen Benutzeroberflächen. Typische Werte sind:

* 640 x 480 (Pixel)
* 800 x 600; 1024 x 789 für normale Arbeiten
* 1280 x 1024; 1600 x 1200 für professionelle Zwecke

**Aufmacher, der** **a)** ***Im Fernsehen***: So heißt der erste Nachrichtenbeitrag in einer Sendung; das Thema, mit dem eine Sendung beginnt, wird „aufgemacht“. Der Aufmacher ist aus redaktioneller Sicht die wichtigste Nachricht des Tages. **b)** ***In der Zeitung***: Hauptartikel auf der Titelseite einer Zeitung (obere Hälfte der Seite).

**ausführen**: Ist schlicht und einfach ein anderes Wort für „starten“. Bei Computer-Menschen werden Programme ausgeführt. Sie können dagegen ein Programm ruhig starten. Anders sieht es bei Befehlen aus. Sie werden stets ausgeführt und nicht gestartet.

**ausschneiden**: Zu den praktischen Eigenheiten einer grafischen Benutzeroberfläche gehört die komfortable Bedienung. Viele oft gebrauchte Funktionen erledigt der Windows-Anwender auf Knopfdruck. Zu den komfortablen Eingabehilfen gehört das **Ausschneiden** und **Einfügen**. Und das geht so: Markieren Sie einfach die entsprechende Zeile, schneiden Sie mit der Tastenkombination STRG+X aus, setzen Sie die Schreibmarke an die richtige Stelle und fügen Sie mit der Tastenkombination STRG+V den zu zuvor ausgeschnittenen Text wieder ein. Wollen Sie ein häufig benötigtes oder längeres Wort nicht noch einmal tippen, dann markieren Sie es einfach, drücken Sie STRG+C zum Kopieren und mit STRG+V fügen Sie es dort ein, wo Sie es noch einmal verwenden wollen.

**Autoadapter**: Mit ihm lassen sich Geräte wie etwa das Notebook an den Zigarettenanzünder des Autos anschließen. So können Sie Ihren Mobil-PC unterwegs aufladen und die Akku-Laufzeit verlängern.

**Backspace**: Das ist ein einfacher Rückschritt mit der Schreibmarke und der Backspace löscht beim Zurückschreiten das Zeichen links der Schreibmarke.

**bedingte Formatierung**: Dieser Begriff hat mehrere Bedeutungen, z.B. wenn sich in einer Zelle ein negativer Wert befindet, kann die ganze Zelle rot gefärbt erscheinen; ändert sie ihren Wert in einen positiven Wert, dann färbt sie sich sofort grün. Die gebräuchlichere Variante der Bedingten Formatierungen ist bei Textverarbeitungsprogrammen zu finden. Dort tauchen die Begriffe „Bedingte Silbentrennung“, „Bedingter Bindestrich“, „Bedingter Seitenumbruch“ und „Bedingter Zeilenumbruch“ auf. In jedem der Fälle handelt es sich um Benutzereingaben, die je nach Situation ausgeführt werden. Ein bedingter Trennstrich unterscheidet sich beispielsweise von einem so genannten „harten Trennstrich“ dadurch, dass er nur dann zur Trennung eines Wortes führt, wenn dieses Wort getrennt werden müsste. Steht das Wort mit dem bedingten Trennstrich durch Änderung des Zeilenumbruchs beispielsweise in der Zeilenmitte, dann ist eine Trennung nicht nötig, der Trennstrich auch nicht zu sehen. Bei diesen bedingten Formatierungen kommen jeweils versteckte Zeichen zum Einsatz, die beim Ausdrucken auf Papier oder auch auf dem Bildschirm nicht zu sehen sind.

**Berichterstattung im Fernsehen**: Das Fernsehen kennt viele Formen von Berichterstattung. Sie erfolgt in Dokumentarfilmen, politischen Magazinen, Ratgebersendungen, aber auch in Nachrichten. Eine große Rolle für die Vermittlung der Realität spie­len die Sendungen „Tagesschau“, „heute“ oder „RTL aktuell“.

**Betriebssystem**: Das Betriebssystem ist die Arbeitsumgebung Ihres Computers. Innerhalb einer Betriebssystemumgebung werden Programme ausgeführt. Das Betriebssystem ist die Plattform, von der aus Sie mit Ihrem Computer zu arbeiten beginnen können. Es wird beim Starten des Computers geladen – dieser Vorgang wird „**booten**“ genannt. Es befindet sich meistens auf einer Festplatte oder Diskette (einer Boot-Disk). Das heute verbreitetste Betriebssystem ist zweifellos Windows. Alle Windows-Varianten stammen von Microsoft.

**Big Brother**: Internationales Fernsehformat, das in Deutschland von der Firma Endemol produziert wird. Freiwillige Kandidaten leben in einer rund um die Uhr von Kameras beobachteten, abgeschlossenen Wohnumgebung zusammen. Der Gewinner, der durch Zuschauerwahl bestimmt wird, bekommt einen hohen Geldgewinn in Aussicht gestellt. Die erste Staffel von Big Brother wurde in Deutschland vom 28.2. bis 9.6.2000 im Programm des Fernsehsenders RTL ausgestrahlt, begleitet von großem Medieninteresse und Warnungen zahlreicher Bedenkenträger. Seitdem entstanden jährlich neue Auflagen der Sendung mit leicht veränderten Konzepten und sinkender öffentlicher Aufmerksamkeit. Die sechste Staffel begann am 1.3.2005, sollte ohne zeitliche Begrenzung laufen, wurde aber wegen weit unter den Erwartungen liegender Einschaltquoten im Februar 2006 beendet. Das Format trug maßgeblich zur Erweiterung der prominenten Gesellschaft in Deutschland bei, da einige Kandidaten sich nach ihrer Teilnahme an Big Brother mit unerwarteter Popularität konfrontiert sahen.

**Bildfenster**: Auch Hintersetzer genannt. Ein statisches Bild, das hinter dem Nachrichtensprecher oder Moderator eingeblendet wird. Es enthält z.B. Schriftinformationen über das Nachrichtenthema, geografische Informationen und Abbildungen von Personen, Ereignissen oder Institutionen.

**Bildformat**: Die Größe eines Bildes. Das Format wird durch das Seitenverhältnis (Höhe und Breite) definiert. Das Fernsehbild kann in Fenster (Teilbilder) unterteilt werden. Die Bildformate für die Fenster können im Unterschied zum gesamten Fernsehbild variiert werden.

**Bildmischer, der, -s, -; Bildmischerin, die, -, -nen**: Angestellte(r) beim Fernsehen, durch den (die) auf Anweisung eines Regisseurs von mehreren auf Monitoren erscheinenden Bildern das jeweils geeignetste zur Sendung oder Aufnahme geschaltet wird.

**Bildschirm**: Ein anderes Wort für Monitor – das Ausgabegerät Nummer 1 des Computers.

**Blocksatz**: Ein Begriff aus dem Bereich der Textverarbeitung, der einen Text beschreibt, dessen Worte vom Textverarbeitungsprogramm so über die Zeilen verteilt sind, dass der rechte und linke Rand jeweils gerade verlaufen. Neben dem Blocksatz existiert noch der Flattersatz (auch linksbündiger Satz), dessen linker Rand gerade und dessen rechter Rand unformatiert verläuft (flatternd), der rechtsbündige Satz, bei dem nur der rechte Rand gerade verläuft und der zentrierte Satz, bei dem jede Zeile weder links noch rechts formatiert wurde.

**Blue Box, die**: ein Fernsehstudio mit blauen Wänden. Die Blue Box ermöglicht das Einblenden von zweidimensionalen Grafiken, Bildern, Karten etc. im Hintergrund, während ein Moderator bzw. Sprecher vor den blauen Hintergrundwänden gefilmt wird. Die Blue Box ist der Vorläufer des virtuellen Studios.

**Boulevardmagazin, das**: Eine Sendung, die in Anlehnung an die Boulevardzeitungen auf Emotionen, Informationen, Unterhaltung und Service ausgerichtet ist. Bevorzugte Themenbereiche sind persönliche Schicksale, die den Zuschauer anrühren, Enthüllungen, die empören, Prominente und Affären, die neugierig machen, und Service-Informationen, die den Zuschauer aufklären sollen.

**Boulevardzeitung**: Eine Zeitung, die hauptsächlich auf der Straße und nicht über Abonnements verkauft wird. Die bekannteste Boulevardzeitung in Deutschland ist die *Bild-Zeitung*. Die erste Ausgabe am 24. Juni 1952 erschien als reines Bilderblatt. Text kam nur in Überschriften und Bildzeilen vor. Später kamen kurze Artikel hinzu, und die Schlagzeilen wurden immer größer. Inhaltlich setzen Boulevardzeitungen auf eine bunte Mischung aus Information und Unterhaltung sowie auf ein breites Service-Angebot.

**brennen**: Das Beschreiben einer CD mit einem CD-Brenner oder CD-Recorder.

**Browser**: Browser ist abgeleitet von „to browse“: blättern, stöbern. Es ist ein Computerprogramm zur Navigation und Darstellung von Hypertext- und Hypermedia-Dokumenten (zur Anzeige von Dokumenten aus dem World Wide Web), die mit der Beschreibungssprache HTML erstellt worden sind. Browser integrieren heute alle wichtigen Internetdienste wie E-mail, Chat, Dateitransferprogramme (FTP).

**Buffer**: Ein anderes Wort für „Zwischenspeicher“. Hier werden Daten ausgelagert.

**Cartoon, der oder das**: englisch-amerikanische Bezeichnung für Karikaturen mit Alltagshumor; gezeichnete oder gemalte satirische Geschichte in Bildern, häufig in Form von Comicstrips.

**CD**: **C**ompact **D**isc: Laserabgetastete digitale Schallplatte.

**CD-ROM**: „CD“ steht für „*Compact Disc*“ und „ROM“ für „*Read Only Memory*“. Das bedeutet, die Daten auf den silbernen Scheiben können vom Computer lediglich gelesen werden. Ein CD-ROM-Laufwerk spielt normalerweise auch Musik-CDs ab, für das Abspielen von DVDs benötigt man allerdings ein DVD-Laufwerk.

**Chat/Chatten**: Ein Muss-Begriff für alle Internet-Anhänger. Er heißt schlicht: „plaudern“ und ist Basis der vielen Diskussionsforen in Online-Diensten wie dem Internet.

**Chip**: Übliche Bezeichnung für eine winzige Siliziumscheibe, die zahlreiche elektrische Schaltkreise enthält.

**Clip**: Ein Clip, meist in der Zusammensetzung „**Videoclip**“ gebraucht, ist ein kurzer Film, der in der Regel eine rasche Schnittfolge aufweist, wobei bewegte Bilder oder Standbilder kontrastreich montiert sind.

**Comicstrips** (PL): aus Bildstreifen bestehende Fortsetzungsgeschichte abenteuerlichen, grotesken oder utopischen Inhalts, deren einzelne Bilder von kurzen Texten in der Form von Sprech- aber auch Denk- und Flüsterblasen begleitet sind. Comicstrips werden in Zeitungen, Zeitschriften und besonderen Comic-Heften bzw. Comic-Zeitschriften veröffentlicht.

**Computer, der**: Rechner (von lat. computare: rechnen); automatisches Arbeitsgerät zur Effektivierung vieler Bereiche (Textbearbeitung, Datenverarbeitung, ...)

**Computeranimation**: Eine visuelle Darstellung in bewegten Bildern und Tönen, die mit einem Computerprogramm erstellt worden ist. Animation bedeutet, dass z.B. statische Bilder oder Elemente von Bildern räumlich und zeitlich verändert werden können.

**Computervirus, der, -viren**: Computerviren sind Programme, die unbemerkt in Systembereiche von Computern gelangen, sich von dort aus reproduzieren und unkontrollierbare Manipulationen am befallenen System ausführen. Die Infektion erfolgt häufig dadurch, dass sich der Virus auf den Zielrechner kopiert oder dass er sich an andere Programme oder Dateien anhängt. Viren beinhalten oft ein oder mehrere Unterprogramme (Routionen) oder wenigstens Befehlszeilen, die unterschiedliche Aufgaben übernehmen. Heute haben die Computer so große Speicherkapazitäten, dass die Größe von Viren nur noch nebensächlich ist. Die Virenprogrammierer vertrauen vielmehr auf die Schnelligkeit der Computer und die schnelle Verbreitung ihrer Viren.

**Cursor**: Das englische Wort für die Schreib- oder Einfügemarke, meistens ein blinkender oder stehender waagerechter Strich (Pfeil) oder ein Kästchen.

**Cyberspace**: Aus dem Science-Fiction-Roman „Newromancer“ entlehnter Begriff. Bezeichnet einen nicht wirklich vorhandenen (man sagt auch „virtuellen“) Raum des Internets. Dort findet Kommunikation zwischen weit entfernten Menschen oder ganzen Interessengruppen statt. Es können virtuelle Welten geschaffen werden (die so genannte virtuelle Realität, die meist als „virtual reality“ auftaucht), und mittels Simulation können Menschen auf der ganzen Welt in einer solchen virtuellen Realität die tatsächliche vergessen. Dazu dienen beispielsweise spezielle Helme und Handschuhe, mit denen sich Bewegungen des Körpers an den Computer übertragen lassen und Bilder werden direkt vor dem Auge auf kleinen Monitoren gezeigt. Das Wort „Live-Erlebnis“ erhält so eine völlig neue Bedeutung.

**Daily Soap**: aus dem Amerikanischen übernommener Begriff; täglich gesendete Fernsehserie mit fortlaufender Handlung und Werbeunterbrechungen.

**Datei, die, -, -en**: In einer Datei werden Informationen oder lauffähige Programme, Diagramme aber auch Bilder, Musik oder Tabellen zusammengefasst und als Aneinanderreihung von Bits und Bytes gespeichert. Eine Datei kann auf Datenträgern wie Festplatten, Disketten, CD-Roms, Flashsticks etc. gespeichert werden.

**Daten**: Anderer Begriff für Informationen, die in einem Computer bearbeitet werden können.

**3Sat**: Satelliten-Kulturkanal. Ein Gemeinschaftsprogramm von ZDF, ARD, SRG (Schweizer Radiogesellschaft) und ORF (Österreichisches Fernsehen) mit Sitz in Mainz. Sendestart 1984.

**Deutsche Welle tv**: Öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt des Bundes, Auslandssender, Mitglied der ARD mit Sitz in Köln und Berlin. Richtet sich vor allem an im Ausland lebende Deutsche und Deutschlernende in aller Welt. Sendestart 1992.

**Digitaltechnik**: Informationen werden in Strom- oder Lichtimpulse umgewandelt und in Zahlenfolgen aus den Ziffern 0 und 1 codiert. Diese können dann vom Computer gelesen werden.

**Diskette**: Die Diskette ist seit Jahren Datenträger Nummer eins, wenn Daten mobil dennoch auf einem Medium gespeichert sein sollen, von dem diese Daten schnell und preiswert wieder gelesen werden können.

**Diskettenlaufwerk**: Es ist nötig, um Informationen von einer Diskette zu lesen oder auf ihr zu speichern.

**Domain**: Domain ist der letzte Teil eines Internet-Namens. Sie bezeichnet entweder das Land wie **.de** für Deutschland oder **.uk** für England oder Institutionen wie **.edu** für Universitäten oder **.com** für Firmen oder **.org** für beliebige Organisationen.

**Download, der**: Das Übertragen von Dateien aus dem Internet auf Ihren Computer bezeichnet man als Herunterladen oder Download.

**Dramatisierung**: Ein Ereignis wird spannender, zugespitzter dargestellt, als es in Wirklichkeit war.

**Dritte Fernsehprogramme**: Werden seit Mitte der 60er-Jahre von den einzelnen Rundfunkanstalten der Länder, die in der ARD zusammengeschlossen sind, in eigener Verantwortung produziert und gesendet. Sendegebiet ist das jeweilige Bundesland (bzw. sind wie bei dem Gemeinschaftsprogramm № 3 die jeweiligen Bundesländer). Dritte Programme sind: Bayerisches Fernsehen, Hessen Fernsehen, MDR Fernsehen, Berlinfernsehen eins, ORB-Fernsehen, Südwest Fernsehen, WDR Fernsehen und das Gemeinschaftsprogramm Norddeutsches Fernsehen № 3, das von Radio Bremen und dem Norddeutschen Rundfunk gemeinsam hergestellt wird. Mit Ausnahme des Bayerischen Rundfunks strahlen die Dritten um 20 Uhr die *Tagesschau* aus. Sie haben aber auch eigene Nachrichtensendungen mit regionalen Schwerpunktthemen im Programm.

**Drucker**: Der Drucker ist neben dem Monitor das wichtigste Ausgabegerät geworden und dient schlicht dazu, Informationen auf Papier auszugeben. Prinzipiell werden verschiedene Technologien für unterschiedliche Einsatzzwecke verwendet. Es gibt **Farb- und Schwarzweiß-Drucker**, die jeweils unterschiedliche Auflösungen und Druckqualität zu bieten haben. Der früher am weitesten verbreitete **Nadel-Drucker** wurde mittlerweile durch **Tintenstrahldrucker**, auch **Tintendrucker** genannt, abgelöst. Beiden gemeinsam ist die zeilenweise Aufbereitung der Druckseite und die Umsetzung von Buchstaben, Zahlen oder auch von Grafiken in eine zeilenweise Druckmatrix, die aus Punkten besteht. Deshalb gehören beide auch zur Familie der Matrixdrucker. Der Tintenstrahldrucker ist deutlich leiser, druckt auch in Farbe und die Qualität ist wesentlich höher als die eines Nadeldruckers. Ein anderer Name für Tintenstrahler ist **Inkjet-Printer**. Der **Laserdrucker** arbeitet nach einem ganz anderen Prinzip: Er bereitet das Druckbild als komplette Seite auf. Dann wird eine lichtempfindliche Glaswalze per feinem Laserstrahl beschossen. Über ein elektrostatisches Verfahren bleibt schließlich feines Pulver, das „**Toner**“ genannt wird und das Druckerschwärze ähnelt, an der Glaswalze haften und wird durch Erwärmung auf das Papier gebracht. Die Vorteile der Lasertechnologie sind die beste Qualität dank feinster Auflösung und die höchste Geschwindigkeit. Der Laserdrucker bedruckt auch Normal-Papier. Deshalb ist der Laserdrucker als Alternative zur Tintentechnologie attraktiv geworden. Der verbreitetste Laserdrucker stammt von Hewlett Packard und wird auch „**Laserjet**“ genannt.

**Duales Rundfunksystem**: Kennzeichnet das Nebeneinander von öffentlich-rechtlichem und privat-rechtlich-kommerziellem Rundfunk (Hörfunk und Fernsehen) in Deutschland. Die wichtigsten Unterschiede sind: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk finanziert sich überwiegend aus Rundfunkgebühren. Fernsehwerbung ist nur zeitlich beschränkt erlaubt. Wichtigster Programmauftrag ist die Grundversorgung der Bevölkerung mit Hörfunk- und Fernsehprogrammen. Der privat-kommerzielle Rundfunk finanziert sich durch Werbung. Der Anspruch einer Grundversorgung der Bevölkerung besteht nicht. Rechtsgrundlage des dualen Rundfunksystems ist der Rundfunkstaatsvertrag aller Bundesländer.

**DVD**: DVD ist eine Abkürzung für „*Digital Versatile Disc*“. Es ist eine Silberscheibe, die Texte, Bilder und Filme sowie Töne digital speichert; DVD-R und DVD-RW sind einmal oder mehrmals (RW) beschreibbar. Optisch unterscheidet sich eine DVD nicht von einer Musik- oder Daten-CD. Sie fasst aber eine viel größere Datenmenge. Um auf die Daten einer DVD zugreifen zu können, benötigt man ein DVD-Laufwerk. In einem DVD-Laufwerk kann man aber auch herkömmliche CDs abspielen.

**Ear-Catching**: Anbindung von Zuschauern mit Hilfe der Musikuntermalung von Serien bzw. Filmen.

**Editorial, das, -[s], -s**: Editorial ist ein Artikel, der die Meinung der Redaktion wiedergibt (Leitartikel, Kommentar, Glosse). Es ist auch eine Information über redaktionelle Hintergründe oder Interna, z. B. die «Hausmitteilung» im Spiegel. In manchen Redaktionen ist es auch jeder Artikel auf der Editorial-Seite (Kommentarseite, Meinungsseite), auch wenn er nicht Meinung, sondern Analyse anbietet.

**Einschaltquote**: Eine Zahl, die Auskunft gibt, wie viel Prozent der Fernsehhaushalte auf einem bestimmten Fernsehkanal eine bestimmte Sendung in einem bestimmten Zeitraum eingeschaltet haben. Die Einschaltquote wird durch Umfragen und durch Messgeräte in so genannten Testhaushalten ermittelt.

**Einstellung**: Die filmische Einheit, die von der laufenden Kamera von einer bestimmten Position aus aufgenommen wird. Eine Einstellung zeichnet sich durch räumliche und zeitliche Kontinuität aus. Durch Zoom, Schwenk und Fahrt der Kamera können sich Einstellungsgröße und Inhalt einer Einstellung erheblich verändern, das Raum-Zeit-Kontinuum bleibt aber erhalten. Das Aus- und erneute Einschalten der Kamera, ein unvermittelter Positionswechsel der Kamera oder die Wahl einer anderen Perspektive hat eine neue Einstellung zur Folge.

**elektronische Bildzeitung**: Ein Begriff, der in Anlehnung an die *Bild*-Zeitung, die älteste und bekannteste Boulevardzeitung Deutschlands, entstanden ist. Elektronisch bedeutet, dass das Presseprodukt im Fernsehen nachgeahmt wird.

**Emotionalisierung**: Die Darstellung eines Ereignisses zielt mehr auf die Gefühle als auf den Verstand des Zuschauers.

**Erscheinungsbild**: Kennzeichnet Layout und Gestaltung einer Fernsehsendung, also z.B. Studiogestaltung, Farbgebung, Titel und Logo, Typografie, Bildschirmdesign, Präsentation.

**Erscheinungsrhythmus**: Gibt an, wie häufig eine Sendung bzw. die Ausgabe einer Sendung im Programm zu sehen ist, z.B. fünfmal täglich oder einmal pro Woche.

**Erstes Deutsches Fernsehen**: Kurz: *Das Erste*. Bezeichnung für das nationale Gemeinschaftsprogramm der ARD. Ein Vollprogramm, das aus Beiträgen und Gemeinschaftssendungen der Landesrundfunkanstalten besteht.

**Eurovision**: Bezeichnet den Programmaustausch zwischen den Mitgliedern der Europäischen Rundfunkanstalten.

**Fernsehanstalt**: Kennzeichnet eine Institution, die ein Fernsehprogramm anbietet. Fernsehanstalten sind z.B. ARD, ZDF, RTL und SAT.1

**Fernsehkanal**: Kennzeichnet die Frequenz, auf der ein Fernsehsender via Antenne, Kabel oder Satellit zu empfangen ist. Jedem Fernsehsender sind ein oder mehrere Kanäle zugeordnet, auf denen der Sender sein Programm ausstrahlen kann.

**Filmagentur**: Bezeichnet ein Unternehmen, das Nachrichtenfilme dreht und an Fernsehanstalten verkauft.

**Filmbericht**: Kennzeichnet filmische Beiträge, die mehrheitlich aus bewegten Bildern und gesprochenem Text bestehen, z.B. Reporter- und Korrespondentenberichte. Bericht heißt, dass die sachliche Darstellung des Ereignisses im Vordergrund steht.

**Filmeinspielung**: Bezeichnet das Zuspielen eines Films von der MAZ. Die zugespielten Bilder werden vom Moderator aus dem Off kommentiert (in der Praxis auch Einschleife genannt).

**Free-TV**: Es ist eine Art des privaten Fernsehens. Bei Free-TV handelt es sich um Sendungen, die jeder kostenlos ansehen kann.

**Gameshow**: Um Zuschauer/innen vom Umschalten zu einem anderen Sender abzuhalten, integrieren besonders die kommerziellen Sender einzelne Werbespots in kurze Shows, die fast ausschließlich Werbung enthalten. Dabei wird eine Zuschaueranbindung dadurch versucht, dass (einfache) Rateaufgaben eingebaut und für die erfolgreiche Lösung von Aufgaben Preise ausgesetzt werden.

**Gebühreneinzugszentrale, die** (**GEZ**): Die Gebühren für die Nutzung der öffentlich-rechtlichen Rundfunk- und Fernsehsender werden von der GEZ eingefordert.

**General-Interest-Zeitschriften**: General-Interest- Zeitschriften beispielsweise versorgen ein breites Publikum mit allgemeinen, überwiegend politischen und universellen Informationen (z.B. *Der Spiegel*).

**Glaubwürdigkeit (einer Nachricht)**: Eine Bezeichnung dafür, wie gesichert oder verbürgt eine Nachricht ist.

**googeln**: Es ist ein neues deutsches Verb, Synonym für „*im Internet suchen*“. Häufig wird dieses Verb auch auf die Erkundung einer bestimmten Person im Netz bezogen („*jemanden googeln*“). Das Verb wurde von der Internet-Suchmaschine Google abgeleitet. Der Gebrauch des Markennamens als Verb verdankt sich der monopolartigen Stellung von Google; Worte wie „*yahooen*“ oder „*fireballen*“ haben sich nicht in der Umgangssprache etabliert.

**Großmedia**: Nicht immer klar abgegrenzter Begriff (Schlagwort) zur Bezeichnung der Verknüpfung mehrerer moderner (elektronischer) Medien, insbesondere auch bei der Werbung.

**Grundversorgung**: Gesetzlich vorgeschriebener Auftrag insbesondere an die öffentlich-rechtlichen Sender, die Bevölkerung in ihren Programmen mit Information, Bildung, Kultur und Unterhaltung zu versorgen, damit der demokratische Meinungsbildungsprozess garantiert bleibt. Der Begriff stammt aus der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts (4. Rundfunkurteil des BVG aus dem Jahre 1986). Er definiert die Hauptaufgabe des öffentlich-rechtlichen Rundfunks.

**Hard News**: Kennzeichnet im Gegensatz zu *Soft News* Nachrichten aus den Themenfeldern Politik, Wirtschaft, Kultur, Recht usw., die sich an den Ereignisfakten orientieren.

**Hardware**: Als Hardware bezeichnen Computer-Menschen all das, was mit Computern zu tun hat und sich anfassen lässt. Dazu zählen vor allem der Computer selbst, der Monitor, die Tastatur, die Grafikkarte, der Prozessor, der Speicher, die Festplatte und das Diskettenlaufwerk samt Disketten. Sogar das Netzwerk wird als Hardware bezeichnet. Im Umfeld von Computer-Menschen gibt es eigentlich ansonsten nicht sehr viel mehr außer Hardware, Software und natürlich den Informationen, die die meisten Menschen ebenfalls der Sofware zurechnen.

**HDTV**: Abkürzung *für* ***H****igh* ***D****efinition* ***T****elevision* (deutsch: *hochauflösendes Fernsehen*), digitaler Übertragungsstandard für Fernsehbilder. Im Unterschied zum gebräuchlichen PAL-Standard (*Phase Alternating Line-Standard*) kann HDTV nicht nur ca 400000, sondern mehr als zwei Millionen Bildpunkte darstellen. HDTV-Bilder wirken dadurch wesentlich schärfer und farblich intensiver.

**Heftumfang, der**: Seitenzahl.

**HiFi** (**Hi**gh **Fi**delity): hohe Wiedergabetreue

**Hingucker, Hinkucker** (engl. *eye-catcher*): In Illustrierten ist es ein Foto oder ein anderes graphisches Element, das den Blick auf sich zieht und damit den Beitrag verkaufen hilft.

**Homepage**: Bezeichnet die Einstiegs- bzw. Eröffnungsseite, also die erste Seite eines Dokuments, das im World Wide Web angeboten wird. Der Interessent oder Online-Surfer stößt immer zuerst auf diese Seite.

**Homestory** (*engl.*): Zeitungs- oder TV-Bericht über das Privatleben einer bekannten Persönlichkeit, zu dem auch Filme bzw. Fotos der Angehörigen, des Grundbesitzes sowie der Einrichtung usw. gehören.

**Host** (wörtlich „*Gastgeber*“): Rechner im Internet, von dem Daten, News etc. durch Surfer abgerufen werden können.

**Hörspiel, das**: Schon in den 50er-Jahren, vor der Einführung des Fernsehens, wurde eine literarische Gattung speziell für den Hörfunk entwickelt: das Hörspiel. Dabei sprechen Figuren – ähnlich wie im Drama – in Monologen und Dialogen. Für die Information der Zuhörer und die Stimmung, die erzeugt werden soll, sorgen Musik und Geräusche. Viele Autoren nutzten das Medium und schrieben Hörspiele oder bereiteten Texte (Dramen, Kurzgeschichten) als Hörspiele auf, so z. B. von Wolfgang Borchert (Draußen vor der Tür), Friedrich Dürrenmatt (Die Panne) und Ingeborg Bachmann (Der gute Gott von Manhattan).

**Hyperlink**: Ein Verweis auf eine Textdatei, eine Einheit innerhalb der Datei oder auf eine Bild- oder Tonquelle in einem Hypertext-Dokument.

**Hypermedia**: Bezeichnet im Unterschied zu Hypertext Dokumente, die neben Texten auch statische Bilder, bewegte Bilder und Töne enthalten, sich also der unterschiedlichen Kommunikationsmittel bedienen. In einem Hypermedia-Dokument werden Texte, Bilder und Töne miteinander vernetzt. Hyperlinks können von Bildern auf Texte verweisen, oder sie können innerhalb eines Videos auf Videosequenzen verweisen. Das Verzweigungspotential der Hypertexte wird also auf alle anderen Medien übertragen.

**Hypertext**: Hypertext bezeichnet die Informationsstruktur eines Dokuments. Charakteristisch für Hypertext ist, dass ein Dokument aus Informationsbausteinen aufgebaut ist, die untereinander durch Hyperlinks vernetzt sind. Der Leser kann im Rahmen der vorgegebenen Wege (Pfade) die Informationsbausteine nach eigenen Interessen aufrufen. Weil die Informationsbausteine nicht in einer bestimmten Reihenfolge (linear) vorgegeben sind, spricht man von nichtlinearen Dokumenten.

**Hypertext Markup Language (HTML)**: Ist der Name für eine Beschreibungssprache, mit der Hypertexte erstellt werden können. Mit HTML können Hyperlinks erzeugt und Texte formatiert werden. Die Dokumente können in einem Browser aufgerufen und dargestellt werden.

**Illustration** (lat. *Erleuchtung*), die bildliche Darstellung und Ausdeutung vorgegebener Textinhalte, weitgehend gleichbedeutend mit der Buchillustration.

**Impressum**: (lat. *das Aufgedruckte*), bei allgemeinen Druckwerken die pressegesetzlich vorgeschriebene Nennung des verantwortlichen Verlegers und der Firma des Druckers, bei periodischen Druckwerken zusätzlich die Nennung des oder der verantwortlichen Redakteure.

**Infografik**: Eine visuelle Darstellung von Information, die z.B. mit Bildsymbolen (Piktogrammen), Diagrammen und knappen Schriftinformationen arbeitet. Ein Beispiel sind Infografiken über Wahlergebnisse, in denen die Gewinne und Verluste der Parteien oder die Sitzverteilung im Parlament dargestellt werden. Andere Beispiele sind Diagramme über Marktanteile und Zuschauerzahlen (z.B. Zuschauer in Millionen), die Fernsehnachrichten erzielen.

**Informationsflut**: Häufig verwendeter Begriff zur Kennzeichnung der immer umfangreicher werdenden Menge von Informationen, die täglich auf die Menschen einwirken.

**Insert, das, -s, -s** (eigtl. = *Einfügung*): Das Insert bezeichnet das Einfügen von Schrift oder Grafik in das laufende Fernsehbild. Mit einem Insert (auch *Bauchbinde* genannt) wird z.B. der Name des Moderators in das Studiobild eingeblendet oder der Name des Reporters in den laufenden Reporterbericht.

**installieren**: Immer dann, wenn man mit neuen Programmen auf dem Computer arbeiten will, dann müssen diese Programme zuerst installiert werden.

**Intendant**: Bezeichnung für den Leiter einer öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt, der von einem demokratisch zusammengesetzten Gremium (Rundfunk- bzw. Fernsehrat) auf Zeit gewählt wird.

**Internet**: Internet steht für „International Network“ (engl. für *internationales Netz-werk*). Das Internet ist das größte (globale) Netzwerk der Welt. Es verbindet Rechner miteinander, die auf dem ganzen Globus verteilt sind. Von jedem Punkt der Welt aus kann ein Rechner ans Internet angeschlossen werden. Auf diese Weise verbindet das Internet einzelne, voneinander unabhängige Netzwerke, wodurch ein weltweiter Datenaustausch und eine weltweite elektronische Kommunikation möglich werden. Die Verbindung der Rechner erfolgt z. B. über Telefonleitungen, Glasfaserkabel, Breit-Hochfrequenz-Kupferleitungen, Richtfunk und Satelliten. Die Verständigung (die Datenübertragung) in dem globalen Netz erfolgt über ein gemeinsames Protokoll, das alle Rechner verstehen, das *Transmission Control Protocol* (**TCP**). Für die Adressierung der Daten ist das *Internet Protocol* (**IP**) zuständig. Jeder Rechner im Internet hat eine eigene *Internet-Protokoll-Adresse* (**IP-Adresse**), die ihn von allen anderen Rechnern im Internet unterscheidet.

**Internetadresse/URL**: Eine Adresse, die eine Web-Seite im Internet eindeutig identifiziert. Der Fachausdruck heißt URL für *Uniform Ressource Locator*.

**ISDN**: Mit ISDN (*Integrated Services Digital Network*) wird die bisherige analoge Übertragung von Daten, Texten, Sprache etc. im vorhandenen, schmalbandigen und auf Kupferkabel basierenden Fernsprechnetz digitalisiert. Durch die Vorteile der Digitaltechnik beschleunigt sich die Übertragungsgeschwindigkeit um ein Vielfaches.

**Kabel 1**: Privat-kommerzieller Fernsehsender mit Sitz in München, ein Sender der Pro-Sieben-Gruppe. Sendestart 1992 als DER KABELKANAL, 1994 als Kabel 1.

**Kameraeinstellung**: Die Kamera kann ganz dicht an eine Person oder einen Gegenstand herangehen, sie zeigt z. B. das Gesicht oder eine Einzelheit (*Großaufnahme*), sie kann eine Person oder einen Gegenstand als Ganze(s) aufnehmen (*Nahaufnahme*), sie kann Personen oder Gegenstand und ihre nähere Umgebung zeigen (*Halbtotale*) oder sie kann weit wegrücken (*Totale*). Die Kamera selbst braucht dazu meist nicht einmal bewegt zu werden, oft reicht die Einstellung der Brennweite am Objektiv (Kameraeinstellung) aus, um den Bildausschnitt zu verändern, den das „Auge“ der Kamera wahrnimmt („Zoom-Objektiv“).

**Kasten**: Ein von Linien umrahmter und dadurch optisch aus dem übrigen Zeitungstext hervorgehobener Artikel oder Artikelteil.

**Kolumne**: [lat. columna „*Säule*“], Druckspalte; auch der kurze Meinungsartikel vom Umfang einer Spalte, der regelmäßig unter gleichbleibender Überschrift an gleicher Stelle in der Zeitung oder Zeitschrift erscheint.

**Kommentar**: Als Kommentar bezeichnen wir einen Zeitungstext, der über bloße Informationen hinaus eine persönliche Stellungnahme des Journalisten oder aber ihm wichtige Meinungen anderer widerspiegelt. Kommentierende Sprache erkennt man daran, dass sie bewertet.

**Korrespondentenbericht**: Der Korrespondentenbericht ist eine Schilderung, die Elemente einer Reportage aufweist. Dazu gehören vor allem die Schilderung im Präsens, die Nähe zum Ereignis herstellt, die szenischen Zitate, die Atmosphäre vermitteln, und die zeitliche Strukturierung („heute früh“, „gestern“, „nach wenigen Minuten“). Die Erzählweise ist hauptsächlich chronologisch, orientiert sich also am Ereignisverlauf. Text und Bild werden gut aufeinander abgestimmt. Ein vergleichbarer filmischer Text ist in Nachrichtensendungen die Ausnahme.

**Kürzel**: Abkürzung des Namens eines Journalisten/einer Journalistin (unter oder über einem Artikel).

**laden**: Um Daten von Festplatte, Diskette oder einem anderen Medium in den Arbeitsspeicher des Computers zu holen, werden sie von diesem Medium geladen.

**Landesmedienanstalten**: Mit der Einführung des dualen Rundfunksystems in der Bundesrepublik Deutschland Mitte der 80er-Jahre mussten in den einzelnen Bundesländern für die Zulassung privater Hörfunk- und Fernsehsender und die Rechtaufsicht über private Anbieter eigene Institutionen geschaffen werden: die Landesmedienanstalten. Hauptaufgaben der Landesmedienanstalten sind die Zulassung und Kontrolle der privaten Rundfunkveranstalter sowie die Verwaltung der Hörfunk- und Fernsehfrequenzen. Daneben fördern die Landesmedienanstalten die technische Infrastruktur für den privaten Rundfunk. Die Finanzierung erfolgt vor allem aus den Rundfunkgebühren.

**Landesrundfunkanstalt/Länderanstalt**: Die Bezeichnung für Rundfunksender, die der Rechtshoheit eines Bundeslandes unterliegen, z.B. der Bayerische Rundfunk im Bundesland Bayern. Andere Rundfunkanstalten unterliegen der Hoheit verschiedener Bundesländer und gehen auf Senderfusionen zurück, z.B. der neugegründete Südwestrundfunk (SWR), der in den Bundesländern Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz zu Hause ist.

**Layout**: Gestaltung einer Zeitungsseite oder eines Druckwerkes durch Anordnung von Textblöcken und Bildelementen, wobei der Zeitungstext in Spalten abgedruckt wird.

**Leadsatz**: Der Leadsatz steht am Anfang einer Meldung. Er nennt die wichtigsten Ereignisfakten (Wer?, Was?, Wann?, Wo?), die dann im weiteren Text ausgeführt werden.

**Leitartikel**: Meinungsbildender Beitrag. Sonderform des Kommentars; der Leitartikel bezieht zu wichtigen Ereignissen des Tages Stellung.

**Live-Schaltung**: Bedeutet, dass von einem Schauplatz, z.B. dem Nachrichtenstudio, zu einem anderen Schauplatz, z.B. zu einem Reporter vor Ort, eine Ton- und/ oder Bildverbindung während der laufenden Sendung hergestellt wird. Die beiden Schauplätze sind aktuell und zeitgleich (live) miteinander verbunden.

**Logo**: Ein mit Schrift und Grafik gestaltetes Markenzeichen, z.B. einer Sendung oder eines Programms.

**Magazinsendung im Hörfunk**: „Magazin“ (arabisch „*machazin*“; deutsch „*Lager, „Speicher“, Vorratshaus“*) wurde zuerst im 18. Jahrhundert in England für Zeitschriften verwendet, die man sozusagen als Speicher für verschiedene Text- und Bildbeiträge ansah. Charakteristisch für Magazinsendungen im Hörfunk ist vor allem, dass verschiedene Formen und Inhalte kombiniert werden: verschiedenartige Wortbeiträge und Musik.

**Mailbox**: Bezeichnet den persönlichen Briefkasten für E-Mails.

**Mailing-Liste**: Sie bietet einer geschlossenen Gruppe von Menschen den Austausch von Nachrichten in Briefform (innerhalb der Gruppe öffentlich), im Internet mittels E-Mail.

**Marktanteil**: Anteil eines Programms oder einer Sendung im Verhältnis zur Gesamtnutzung (Angabe in Prozent).

**Massenmedien**: zusammenfassende Bezeichnung für Fernsehen, Radiosender und Zeitungen/Magazine (Printmedien), die über Ereignisse in der ganzen Welt informieren und die öffentliche Meinung entscheidend mitprägen. Eine neue Art von Massenmedien ist das Internet, da die Nutzer dieses Mediums auch miteinander kommunizieren können.

**Maus**: Nach der Tastatur ist die Maus Eingabegerät Nummer 2. Für manche Anwender ist es mittlerweile schon umgekehrt. Dabei handelt es sich um ein etwa handflächengroßes Kästchen, an dessen Unterseite eine Rollkugel aus dem Gehäuse ragt. Da die Maus auf dieser Rollkugel liegt, dreht sich bei jeder Bewegung der Maus die Kugel im Inneren. Diese Bewegungen lassen sich in elektrische Signale umsetzen, die dann dem Computer zur Verfügung stehen. Dieser wertet die Signale mit Hilfe eines Maus-Treibers aus, setzt sie in Bewegungen des Mauszeigers – eines kleinen Pfeils (**der Mauszeiger**) auf dem Bildschirm – um. Zusätzlich zur Rollkugel ist die Maus noch mit ein, zwei oder drei Tastern ausgestattet. Mit ihnen lässt sich zur jeweiligen Bewegung noch ein Signal geben. Computer-Menschen sprechen dann vom „**Klicken**“ oder „**Anklicken**“ mit der Maus (**der Mausklick**). Da heute jeder Computer mit einer grafischen Benutzeroberfläche ausgerüstet ist, kommt der Maus als komfortablem Bedienungsinstrument eine tragende Rolle zu. Zeichnungen werden so schneller und exakter eingegeben und die Arbeit wird insgesamt wesentlich erleichtert.

**MAZ**: Kurzform für Magnetbildaufzeichnung, die Standard für Videoaufzeichnungen ist. Bezeichnet die Technik der magnetischen Aufzeichnung, das Aufzeichnungs- und Abspielgerät und das Videoband.

**Medien**: Der Begriff Medien bezeichnet alles, was zur Verbreitung von Informationen durch Sprache, Bild, Schrift und Musik geeignet ist. Das kann mit oder ohne technische Hilfsmittel erfolgen.

**Medieninszenierung**: Ist ein Fachausdruck der Medienkritik. Medieninszenierung bedeutet, dass Ereignisse für die Kamera in Szene gesetzt werden (Staatsmänner wiederholen z.B. ihre Begrüßung, damit alle Kameras die Szene einfangen können). Medieninszenierung bedeutet aber auch, dass die Kamera Einfluss auf das Geschehen nimmt (Demonstranten verstärken z. B. ihre Aktionen, weil eine Kamera das Geschehen aufzeichnet).

**Medienrealität**: Bezeichnet die Realität, die in den Medien gezeigt und hergestellt wird, im Unterschied zu den realen Ereignissen. Medienrealität bedeutet, dass Redaktionen auswählen, Ereignisse aus ihrer Sicht darstellen und ihren Zuschauern immer nur durch Wort, Ton und Bild vermitteltes Geschehen bieten können.

**Medienwandel**: Kennzeichnet die historischen Veränderungen innerhalb eines Mediums (z.B. die Geschichte der Nachrichten im Fernsehen) und die Übergänge zwischen unterschiedlichen Medien (z.B. den Übergang zwischen den Nachrichten im Fernsehen zu den Fernsehnachrichten im Internet).

**Menü**: Hier kann der Anwender auswählen. Meistens trifft er auf ein so genanntes Pulldown-Menü. Das funktioniert so: Am oberen Bildschirmrand befindet sich eine so genannte **Menüleiste**. Darauf finden Sie Begriffe wie „Datei“, „Ansicht“ oder „Format“. Klicken Sie mit der Maus einen dieser Begriffe an, dann „klappt“ ein Pulldown-Menü herunter, in dem Sie dann aus weiteren Menüpunkten auswählen können. Einige dieser Pulldown-Menüs bieten zusätzliche Untermenüs mit weiteren Funktionen. Insgesamt verschafft diese Auswahltechnik eine sehr übersichtliche Bedienungsweise für den Anwender und damit eine Menge Zeitersparnis. Hinzu kommt noch, dass innerhalb einer grafischen Benutzeroberfläche alle Programme nach dem gleichen Prinzip arbeiten. So gibt es das Menü „Datei“ mit ähnlichen Funktionen in allen Programmen und der Anwender findet sich auf abhieb zurecht.

**Merchandising, das** (engl.): die Gesamtheit aller Maßnahmen der Absatzförderung, die der Hersteller beim Groß- oder Einzelhandel durchführt. Im Einzelhandel umfasst das Merchandising zum Beispiel eine vom Hersteller ausgehende gezielte Verkaufsförderung durch Regalservice, spezielle Schulung der Verkäufer des Einzelhändlers oder Stellung besonderen Verkaufspersonals (Propagandisten) für Vorführungen, Proben u. a. Zur Etablierung einer bestimmten Marke wird häufig eine ganze Reihe von Merchandising-Objekten mit dem Markennamen oder Logo des Hauptproduktes versehen und kostenlos verteilt, zum Beispiel Feuerzeuge, Kugelschreiber, T-Shirts u. a. **In der Film- und Fernsehbranche**, vor allem aber im Musikgeschäft und im Sport, ist das Merchandising zu einem kommerziell bedeutenden Nebengeschäft geworden. So vergeben zum Beispiel **Fernsehsender** ihr Logo gegen eine Lizenz an Dritte, die Artikel herstellen und vermarkten, die mit bestimmten Sendungen in engem Zusammenhang stehen (Kochbücher, Puppen aus Kindersendungen u.a.). Als Merchandising-Artikel bei Konzerten werden vor allem T-Shirts, Buttons und Aufkleber mit dem Namen des Künstlers verkauft.

**Microsoft**: Der im PC-Umfeld wichtigste und größte Software-Hersteller. Von Microsoft stammt das Betriebssystem Windows 98 und alle Derivate wie Windows NT und Co... . Aber auch professionelle Applikationen zur Textverarbeitung (Word für Windows), Tabellenkalkulation (Excel), Präsentation (PowerPoint), Datenbankanwendungen (Access) oder Programmiersprachen stammen von Microsoft. Mittlerweile gibt es kaum ein Marktsegment, das von Microsoft nicht mit Programmen bedient wird. Spiele, Enzyklopädien, Browser (Internet Explorer) oder Lern-Software runden das Repertoire ab.

**Modem**: Das Modem ist ein Gerät, das zum Datentransfer von Computer zu Computer über ein analoges Telefonnetz benutzt wird. Das Modem wandelt die digitalen Daten des Computers in analoge Signale um und umgekehrt.

**Moderation**: Bezeichnet die monologischen Beiträge eines Moderators, z.B. die Hinführung auf einen Filmbericht, die Meldung, die er vorträgt, die Ankündigung einer Sendung. Moderatoren führen darüber hinaus Studiointerviews und Schaltgespräche. Diese dialogischen Aufgaben werden nicht als Moderation bezeichnet.

**Moderator**: Eine Person, die eine Sendung präsentiert und durch die Sendung führt. In Nachrichtensendungen stellen Moderatoren Nachrichten vor, leiten Filmbeiträge ein, führen Studiointerviews und Schaltgespräche. Moderatoren schreiben in aller Regel ihre Texte selbst. Die Texte tragen deshalb auch die persönliche Handschrift des Moderators.

**Montage**: Das Zusammenfügen (Montieren) der Texte und Bilder nach den Vorgaben des Layouts zur fertigen Zeitungsseite.

**Multimedia**: Zusammenwirken bislang getrennter technischer Systeme wie Computer, Telefon, Film, Video, Foto und Musik. Kennzeichnet relativ undifferenziert das Vorkommen und die Kombination unterschiedlicher Kommunikationsmittel in einem Medium wie Presse, Fernsehen, CD-ROM oder Internet. Multimediale Information ist schon dann gegeben, wenn verschiedene Kommunikationsmittel gemeinsam vorkommen (z.B. statisches Bild und geschriebener Text). Im engeren Sinne wird Multimedia auf digitale Produktionen bezogen, weil dort alle Kommunikationsmittel (Schrift, gesprochene Sprache, statisches Bild, bewegtes Bild, Ton) auf einer gemeinsamen Plattform, dem Computer, dargestellt werden können.

**Nachrichtenagentur**: Bezeichnet ein Unternehmen, das Nachrichtentexte und/ oder Nachrichtenbilder sammelt, sichtet, sortiert, formuliert und regelmäßig an feste Bezieher gegen Entgelt liefert, z.B. Reuters, dpa.

**Nachrichtenausgabe**: Bezeichnet eine Nachrichtensendung, die zu einem bestimmten Zeitpunkt gesendet wird. Die Nachrichtensendungen *Tagesschau* und *heute* bieten über den Tag verteilt verschiedene Nachrichtenausgaben an, die sich inhaltlich voneinander unterscheiden.

**Nachrichtenblock**: Eine Bezeichnung für die zusammenfassende Darstellung von Kurznachrichten aus dem In- und Ausland, die von einem Nachrichtensprecher im On oder Off vorgestellt werden. Der Nachrichtenblock kommt in moderierten Nachrichtenmagazinen wie *Tagesthemen* und *heute journal* vor.

**Nachrichtendienst**: Bezeichnet hier das Nachrichtenangebot, das dem Leser im Internet zur Verfügung gestellt wird oder das Nachrichtenangebot einer Nachrichtenagentur.

**Nachrichtenformat**: Ein Schema, nach dem eine Nachrichtensendung gebaut wird. Das Nachrichtenformat definiert z.B. den Erscheinungsrhythmus, den zeitlichen Umfang, das Erscheinungsbild und den Aufbau einer Sendung, die wiederkehrenden Sendungsbestandteile, die Themenbereiche, die in einer Sendung behandelt werden, die Art der Präsentation, die Zwecke und das Selbstverständnis einer Sendung.

**Nachrichtengebung**: Die Art und Weise, wie Nachrichten ausgewählt und gestaltet werden. Die Nachrichtengebung kann z.B. einem sachlichen und neutralen Stil verpflichtet sein oder sie kann sich z.B. am Stil einer Boulevardzeitung orientieren.

**Nachrichtenkanal/-sender**: Bezeichnet ein Spartenprogramm, das sich im Wesentlichen auf Nachrichten konzentriert. Der wohl bekannteste Nachrichtensender der Welt ist **CNN** (*Cable News Network*) mit Sitz in Atlanta (USA), der weltweit ausstrahlt und der auch an **n-tv** beteiligt ist. In Lyon (Frankreich) ist Euronews beheimatet, dessen Programm sich auf europäische Themen konzentriert und der in mehreren Sprachen, darunter auch in Deutsch, sendet. In Deutschland gibt es derzeit zwei Nachrichtensender: die Privatsender **n-tv**und**N 24**. Der von ARD und ZDF gemeinsam betriebene Informationskanal **Phoenix**zählt nicht zu den reinen Nachrichtensendern.

**Nachrichtenmagazin**: ***Im Fernsehen*** kennzeichnet das Nachrichtenmagazin ein Nachrichtenformat, das über das tagesaktuelle Geschehen hinaus ein breites Themenangebot bietet und auch weiterführende Informationen enthält. Nachrichtenmagazine sind als Fortführung der Hauptausgabe einer Nachrichtensendung gedacht, wie bei *Tagesschau – Tagesthemen*, *heute – heute journal*. Sie werden von einem Moderator vorgestellt. Nachrichtenmagazine enthalten Hintergrundberichte, sie versuchen Themen durch Schaltgespräche und Studiointerviews zu beleuchten und bieten Rubriken (z.B. Musik-, Film- und Kunstszene), die in einer Hauptausgabe keinen Platz haben. ***In der Presse***: Typ einer politischen Wochenzeitschrift mit Wort- und Bildbeiträgen, gekennzeichnet durch die Darbietung von Information in Form von „Geschichten“, weitgehende Anonymität in Beiträgen, Tatsachenmassierung und Detailschilderung. Zuerst in den USA entwickelt („*Time*“, „*Newsweek*“), seit 1946 auch in der Bundesrepublik Deutschland.

**Nachrichtenorgan**: Bezeichnet allgemein ein Medium (Presse, Hörfunk, Fernsehen), das Nachrichten publiziert (verbreitet).

**Nachrichtensprecher**: Eine Person, die Nachrichten vorliest. Der Sprecher trägt die Nachrichtentexte vor, die die Redaktion verfasst hat. Nachrichtensprecher durchlaufen eine Sprecherausbildung. Sie benötigen keine redaktionelle Ausbildung.

**Nachrichtenstil**: Bezeichnet die Art der Nachrichtendarstellung und Nachrichtenpräsentation. Beispiele für Nachrichtenstile sind die sachlich-distanzierte Nachrichtenberichterstattung oder die Nachrichtenberichterstattung im Stil einer Boulevardzeitung.

**Nachrichtenstudio**: Bezeichnet den Raum, in dem sich der Nachrichtensprecher oder Moderator befindet. Im Nachrichtenstudio stehen die Kameras, die den Nachrichtensprecher bzw. Moderator aufzeichnen. In der Regie wird live entschieden, welches Kamerabild auf den Sender gegeben wird. Aus dem MAZ-Raum (Magnetische Aufzeichnung) werden die Filmbeiträge zugespielt.

**Navigation**: Kennzeichnet die möglichen Modi und Wege, die ein Anwender wählen kann, um z. B. in einem Hypertext- oder Hypermedia-Dokument zu Informationseinheiten zu gelangen, die untereinander vernetzt sind.

**Netscape**: Wenn Sie etwas über dieses Stichwort erfahren wollen, dann finden Sie das am besten beschrieben unter Browser.

**Nettiquette**: Diese Wortkombination aus „net“ und „etiquette“ meint eine Reihe von Kommunikationsregeln im Internet. Kurz gesagt: Es handelt sich um ungeschriebene Gesetze oder Verhaltensregeln, die sich vor dem Hintergrund der technischen und kulturellen Ressourcen des Internets entwickelt haben.

**Network**: aus dem Amerikanischen übernommener Begriff für Fernsehprogrammanbieter.

**Netzwerk**: Allgemein gesehen stellt ein Netzwerk eine Gruppe miteinander verbundener Systeme dar, die untereinander kommunizieren können. Ein Computernetzwerk entsteht, wenn zwei Rechner so miteinander verbunden sind, dass Datenaustausch zwischen ihnen möglich ist.

Abhängig von den zu überbrückenden Entfernungen teil man **Netzwerke** in drei Gruppen ein:

* 1. **LAN**: LAN ist die Abkürzung für „*local area network*“. Hiermit wird ein Netz bezeichnet, dessen Reichweite auf wenige Gebäude eines abgeschlossenen Geländes (Betrieb, Fach- oder Hochschule, Verwaltung, Schule, ...) beschränkt ist.
  2. **WAN**: WAN ist die Abkürzung für „*wide area network*“. Dieses Netz verbindet Teilnehmer über Hunderte von Kilometern, beispielsweise auch via Satellit.
  3. **MAN**: MAN ist die Abkürzung für „*metropolitan area network*“. Die Übertragungsdistanz ist deutlich größer als beim LAN, aber eben auch wieder viel kleiner als beim WAN.

**neue Medien**: Der Mediennutzer ist nicht nur Empfänger, sondern kann auch selbst Informationen verbreiten. Die Kommunikation ist nun in viele Richtungen möglich.

**Newsgroup**: Thematisch gegliederte Übersichtsseite für Neuigkeiten und Informationen im Internet, die von bestimmten Gruppen von Internetnutzern zum Meinungsaustausch, zur Diskussion und Meinungsbildung genutzt wird. Jeder Nutzer kann die Beiträge lesen und eigene neue hinzufügen.

**Notebook**: Computer sind schon lange mobil geworden. Den ersten mobilen PC erfand die texanische Firma Compaq bereits im Jahre 1982. Dieser wog knapp 20 Kilogramm und enthielt einen Mini-Monitor, zwei Diskettenlaufwerke und 64 Kbyte Speicher. Nach der Generation dieser noch steckdosenabhängigen Portables kamen die wesentlich leichteren **Laptops**, die mit einem Akku mit Energie versorgt wurden und deshalb auch ohne Steckdose auskamen. Diese Laptops wogen zwischen fünf und 10 Kilogramm. Sie wurden Anfang der 90er-Jahre durch die kleiner und leichteren Notebooks abgelöst, die noch heute über 90 Prozent des mobilen Marktes dominieren. Ihr Gewicht liegt bei 2,5 bis 3,5 Kilogramm und technisch stehen sie einem echten Tisch-PC nicht mehr nach. Als **Sub-Notebooks**, **Slimeline-Note-books** oder gar **Ultra-Notebooks** werden noch kleinere Notebooks angeboten, die meistens nicht mehr über ein integriertes Diskettenlaufwerk verfügen, dafür aber zwischen 1,8 und 2,5 Kilogramm auf die Waage bringen. Immer häufiger ist auch von **Multimedia-Notebooks** die Rede. Ihre Stärke ist die Präsentation mit Sound und Bewegbildern. Nicht mehr zur Kategorie der PCs gehören **Palmtops** und **Handhelds**. Sie sind zwar meistens deutlich kleiner als Notebooks, sind aber in Sachen Ausstattung und Leistung eher mit Taschenrechnern zu vergleichen. Sie verwalten Termine und Adressen und nehmen sogar kleine Notizen auf.

**n-tv**: Privat-kommerzieller Fernsehnachrichtensender (Spartenkanal für Nachrichten) mit Sitz in Berlin. Hauptgesellschafter sind CNN Germany, Time Warner Entertainment Germany und GWF (Gesellschaft für Wirtschaftsfernsehen). Sendestart 1992.

**Off**: Bedeutet, dass nur die Stimme eines Moderators bzw. Nachrichtensprechers/ Reporters zu hören ist. Die sprechende Person ist nicht im Bild zu sehen.

**Offener Kanal**: Ein Hörfunk- oder Fernsehkanal, der prinzipiell von jedem Bürger für publizistische Beiträge genutzt werden kann. Wer einen Beitrag in einem dieser Kanäle senden möchte, bekommt technische Ausrüstung und eine Beratung gestellt. Die Einrichtung der offenen Kanäle ab Ende der 1970er Jahre war von den politischen Verantwortlichen in Deutschland als so genannte „Dritte Säule“ des Rundfunksystems (neben öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern) konzipiert worden. Die offenen Kanäle sollen die Medienkompetenz der Bürger erhöhen und einen besseren Einblick in die Produktionsabläufe von Hörfunk- und Fernsehprogrammen ermöglichen. Die Aufsicht unterliegt den jeweiligen Landesmedienanstalten.

**Öffentlich-rechtlich**: Kennzeichnet eine Rundfunkanstalt (Hörfunk und Fernsehen) oder das Programm dieser Anstalt. Öffentlich-rechtlich heißt, dass die Aufsichtsgremien der Rundfunkanstalt aus Repräsentanten aller bedeutsamen politischen, weltanschaulichen und gesellschaftlichen Gruppen zusammengesetzt sind. Sie haben dafür zu sorgen, dass die unterschiedlichen Gruppen und „geistigen Richtungen“ im Gesamtprogramm zu Wort kommen. Den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ist die Grundversorgung der Bevölkerung mit Hörfunk- und Fernsehprogrammen übertragen.

**Offline**: Ist das Gegenteil von Online. Offline heißt, dass keine Leitungsverbindung zu einem Server besteht, also nur auf die Programme und Daten zugegriffen werden kann, die auf dem lokalen Rechner verfügbar sind.

**On**: Bedeutet, dass die Person, die spricht, auch im Bild zu sehen ist.

**Online**: (wörtlich: *Leitung aktiv*); Zustand, bei dem eine Verbindung zwischen zwei Systemen (z.B. Computer und Drucker, Computer und anderer Computer über Netz) besteht. Online heißt auch, dass eine direkte Verbindung zu einem Server besteht und die dort gespeicherten Programme und Daten sofort abrufbereit sind. In den meisten Fällen wird dieser Begriff so gebraucht, dass man „Online mit dem Internet verbunden“ ist. Besteht diese Verbindung nicht mehr, dann ist man „**offline**“.

**Online-Dienst**: Online-Dienste arbeiten anders als das Internet, nicht dezentral, sondern über Zentralrechner. Wer sich bei *Compuserve* einwählt, wird immer von einem Computer in den USA bedient. Doch Kunden eines Online-Dienstes können zusätzlich das eigene Angebot des Dienstes nutzen, etwa Datenbanken, Nachrichtenagenturen oder Telebanking. Alle großen Anbieter haben aber einen Zugang zum Internet eingerichtet. Somit stellen Online-Dienste heute Informationen aus allen Bereichen des täglichen Lebens den Anwendern bereit, die bei diesen Diensten Informationen via Computer und Modem abrufen. Auch lässt sich innerhalb solcher Dienste vortrefflich mit anderen Teilnehmern auf der ganzen Welt kommunizieren (das heißt dann „**chatten**“). Zu den verbreitetsten Online-Diensten zählen „*America Online*“ (kurz: „AOL“), *Compuserve* und der Deutsche Dienst „*T-Online*“ der Telekom.

**Option**: Diesen Begriff verwenden Computer-Menschen, wenn sie „Auswahl“ meinen. Man hat also „mehrere Optionen“.

**Originalton**: Kennzeichnet die Aufzeichnung oder Live-Übertragung einer sprachlichen Äußerung (Rede). Der Originalton gibt die Stimme des Redners wieder. Er wird kurz O-Ton genannt.

**Pagina, die, -, -s** (veraltet): Buchseite, besonders in Bezug auf ihre Zahl (meist als Abk.: Band III, pag. 84; **paginieren**: mit Seitenzahlen versehen: ein Manuskript paginieren.

**Papierkorb**: Eine nützliche Sache, die in den grafischen Benutzeroberflächen zu finden ist. Statt Programm oder Dateien auf Nimmerwiedersehen zu löschen, werden sie in den Papierkorb – ein grafisch dargestellter Mülleimer auf dem Bildschirm – verschoben. Fällt Ihnen nach Stunden ein, dass Sie genau diese Information oder Datei noch dringend brauchen, dann können Sie die Datei einfach wieder aus dem Papierkorb heraus reaktivieren und weiterhin damit arbeiten, als sei nichts gewesen.

**Pay-TV**: Es ist eine Art des privaten Fernsehens. Pay-TV setzt ein Abonnement bei einer Fernsehgesellschaft voraus und erfordert ein technisches Gerät, den Dekoder, das den Empfang der Sendungen nach Zahlung einer Nutzungsgebühr er-möglicht.

**Periodizität**: Kennzeichnet den Erscheinungsrhythmus einer Sendung.

**Personal Digital Assistent, der** (engl. *persönlicher digitaler Assistent*): *Handheld*, Abk. *PDA*, ein kleines elektronisches Adress-, Termin- und Notizbuch, neuerdings auch in Kombination mit Handys, Anbindung an Personalcomputer,

z.T. mit Internetanschluss.

**Personifizierung**: Kennzeichnet die Konzentration auf eine Person, der eine besondere Bedeutung verliehen wird. In der Nachrichtenpräsentation: der Moderator als Identifikationsfigur, in den Filmbeiträgen: ein Thema wird am Beispiel einer Person dargestellt.

**Perspektive**: Das ist eine Sehweise, eine Sicht der Kamera; sie ist abhängig von *Blickrichtung*, *Entfernung* und *Ausschnitt*, den die Kamera wahrnimmt. Das menschliche Auge lässt sich auch durch die Perspektive der Kamera täuschen. Sie blicken z.B. aus der Ferne auf einen Kirchturm; jetzt könnten Sie mit dem ausge-streckten Arm Ihre Hand so formen, dass es aussieht, als ob Sie den Turm in der Hand hielten; gefilmt sähe das so aus, als ob eine riesige Hand einen Kirchturm ergreift. Sie können natürlich z. B. eine Person nicht nur in der Mittelperspektive (*Normalperspektive*), sondern von unten (*Froschperspektive*) oder von oben (*Vo-gelperspektive*) aufnehmen und dadurch besondere Wirkungen erzielen.

**Pfad/Verzweigung**: Pfade sind die Wege, die Informationsbausteine in Hypertext- oder Hypermedia-Dokumenten miteinander verbinden. Nur auf vordefinierten Pfaden kann der Anwender zu Informationsbausteinen gelangen. Wenn verschiedene Pfade zu einem Informationsbaustein führen, kann der Anwender entscheiden, welchen Weg er gehen will. In diesem Fall spricht man von selbstgewählten Pfaden.

**Phoenix**: Ereignis- und Dokumentationskanal von ARD und ZDF mit Sitz in Köln. Sendestart 1997.

**Podcast**: Das Kunstwort „*Podcast*“ setzt sich aus den Bezeichnungen „*iPod*“ (ein MP3-Player von Apple) und *broadcasting* (mittels Rundfunk übertragen) zusammen. Unter Podcast versteht man ein Verfahren zur Verbreitung von Audio- und Videodateien über das Internet, bei dem der Download auf den PC oder die Übertragung (zum Beispiel auf einen MP3-Player) mit Hilfe spezieller Programme automatisierbar ist. Die radio- beziehungsweise fernsehähnlichen Beiträge und Sendungen werden von so genannten Podcastern wie unter anderem Hörfunk- und Fernsehsendern, Tageszeitungen und Privatpersonen angeboten. Der Konsument kann „Podcasts“ über spezielle Feed-Dateien (zu Deutsch: *Speisung*) abonnieren, speichern und zu jeder beliebi­gen Zeit abspielen.

**Portal, das**: Portale sind spezielle Einstiegsseiten ins Internet, die zu Internetseiten führen, die für eine bestimmte Zielgruppe von Interesse sind oder sein sollen. Ein Portal beinhaltet spezielle Suchdienste, aktualisierte und redaktionelle Tippsammlungen, Zugriff auf Nachschlagewerke und wissenschaftliche Infodienste. Die zentrale Eigenschaft von Portalen ist jedoch die Personalisierung, was bedeutet, dass nur die Inhalte angezeigt werden, für die sich die jeweiligen Nutzer interessieren. Gute Portale sind nicht nur geeignete Startpunkte für Themen, an denen man interessiert ist, durch sie kann man sich auf dem Laufenden halten. Ein gutes Portal sollte einen großen Anteil selbst hergestellten Inhaltes aufweisen, der regelmäßig aktualisiert wird. Meist wird eine lokale Suche auf der Webseite angeboten, anhand derer man das Portal auf seine Aktualität und Trefferrelevanz hin überprüfen kann.

**Presseerklärung**: Eine Mitteilung an die Presse, z. B. über eine Veranstaltung, über die Geschäftsbilanz einer Firma, über das Reformvorhaben einer Partei usw. Ziel ist, dass die Mitteilung von der Presse verbreitet wird.

**Pressefoto**: Auf der Titelseite dient es als Blickfang. In der Regel wird es durch einen kurzen Text, die Bildunterschrift, erläutert.

**Pressefreiheit**: Pressefreiheit bezeichnet das Recht der Presse auf freie Ausübung ihrer Tätigkeit, vor allem das unzensierte Veröffentlichen von Informationen und Meinungen. Die Pressefreiheit konkretisiert sich z. B. in einem eigenen Zeugnis-verweigerungsrecht für Journalisten, die auch nur unter erschwerten Bedingungen abgehört werden dürfen. In Deutschland ist dies im Grundgesetz Artikel 5 verankert.

**Pressekonferenz**: Ein Zusammentreffen mit Vertretern der Presse. Die einladende Institution (z.B. eine Partei, die Regierung, ein Unternehmen) informiert die Presse, die Vertreter der Presse können Fragen stellen.

**Prime Time**: Aus dem Amerikanischen übernommener Begriff für Tageszeiten, in denen regelmäßig die höchste Fernsehnutzung verzeichnet wird (z. B. abendliche Hauptsendezeit nach 20 Uhr). Die Prime Time wird in Deutschland von den einzelnen Sendern unterschiedlich definiert. Der zeitliche Rahmen liegt zwischen 18.00 und 23.00 Uhr.

**Printer**: Englischer Begriff für Drucker.

**Privat-kommerziell**: Kennzeichnet eine Rundfunkanstalt, die in privaten Händen ist und die ihr Programm über Werbeeinnahmen finanziert. Private Anbieter dürfen Rundfunk nur dann ausstrahlen, wenn sie eine Zulassung (Lizenz) erhalten. Zuständig für diese Lizenz, die auch wieder entzogen werden kann, sind in den verschiedenen Bundesländern die Landesmedienanstalten. Die Landesmedienanstalten sind nach dem Vorbild der Aufsichtgremien für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zusammengesetzt. Sie wachen zugleich darüber, ob der private Rundfunk die Programmgrundsätze einhält, z.B. die Verpflichtung zu sachgemäßer, umfassender und wahrheitsgemäßer Information und ob dem Jugendschutz Rechnung getragen wird.

**Pro7**: ProSieben Media AG. Privat-kommerzieller Fernsehsender mit Sitz in München (Unterföhring). Der Sender ist aus Eureka TV hervorgegangen. Pro7 ist mit 45 Prozent am Kabelkanal (seit 1994 Kabel 1) beteiligt. Die REWE-Handelsgruppe beteiligte sich 1996 als Gesellschafter bei ProSieben und erwarb 40 Prozent des Grundkapitals. Sendestart 1989.

**Programm**: Bezeichnet das inhaltliche Angebot eines Hörfunk- oder Fernsehsenders. Das Programm besteht aus den Sendungen, die dem Publikum geboten werden.

**Programmanbieter**: Kennzeichnet Fernseh- oder Hörfunkanstalten, die ein Fernseh- oder Hörfunkprogramm senden.

**Programmkonkurrenz**: Kennzeichnet den Wettbewerb zwischen Fernsehanstalten um die Gunst des Publikums und damit verknüpft um Werbeeinnahmen.

**(guter) Programmplatz**: Ausstrahlung einer Sendung an einem Wochentag und zu einer Tageszeit, an dem/zu der ein besonders hoher Prozentsatz der Zielgruppe (Altersgruppe/n, Einkommensgruppen etc.) vor den Fernsehgeräten sitzt. Guter Programmplatz kennzeichnet den Erscheinungszeitpunkt einer Sendung, also z.B. täglich 20 Uhr oder jeden Dienstag 21 Uhr.

**Programmschema**: Eine Übersichtsdarstellung, die für eine Fernsehanstalt die Sendungen des Programms und ihre zeitliche Abfolge im Tages- oder Wochenverlauf auflistet.

**etwas promoten**: aus dem Amerikanischen übernommener Begriff für „*werben für*“

**Promotion**: Promotion ist das englische Wort für „*Verkaufsförderung*“.

**Provider**: Das Englische Wort für Anbieter. Hier geht es im Computer-Umfeld fast ausschließlich um den Anbieter von Informationen im Internet.

**Publikumszeitschriften**: Publikumszeitschriften enthalten keine besonderen fachlichen Prägungen (im Gegensatz zu Fachzeitschriften). Das sind Unterhaltungszeitschriften, die in hoher Auflage, meist wöchentlich, ein breites Publikum erreichen und deshalb in ihren Inhalten möglichst allgemein, in ihrer Aufmachung möglichst anziehend gestaltet sind. Publikumszeitschriften können in verschiedene Untergruppen unterteilt werden: Illustrierte, Familien-, Frauen-, Programmzeitschriften.

**Quotenkönig**: tragende Figur einer Sendung, die regelmäßig hohe Einschaltquoten erzielt.

**Redaktion**: Schriftleitung, der publizistisch tätige Mitarbeiterstab aus fest angestellten Redakteuren bei Zeitungen, Zeitschriften, Rundfunk- und Fernsehanstalten, z.T. auch bei Buchverlagen.

**Redaktionsschluss**: der Zeitpunkt, zu dem die Seiten einer Zeitung oder Zeitschrift wegen des Beginns der technischen Herstellung für die Aufnahme neu eintreffenden Materials „geschlossen“ werden müssen.

**Reichweite, die**: Die Reichweite sagt aus, wie viel Prozent der Bevölkerung – oder eines bestimmten Teils der Bevölkerung – durchschnittlich von einem Medium erreicht werden.

**Reklame, die**: ältere Bezeichnung für **Werbung**; (mit aufdringlichen Mitteln durchgeführte) Anpreisung von etwas (besonders einer Ware, Dienstleistung) mit dem Ziel, eine möglichst große Anzahl von Personen als Interessenten, Kunden zu gewinnen. Zu den Mitteln der Werbung (*Werbemitteln*) gehören die Schrift und Bildwerbemittel (Anzeigen, Werbebriefe, Plakate, Leuchtschriften, Werbefilme

(u. a.), persönliche Werbemittel (Vorträge, Vorführungen), akustische Werbemittel (Werbespots im Hörfunk u. a.), Schaufenster, Schaukästen, Fahrzeuge und Bauten aller Art. Die Gegenstände und Einrichtungen, über die das Werbemittel der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wird, bezeichnet man als *Werbeträger*. Hierzu gehören die Presse (Zeitungen, Zeitschriften u. a.), Anschlagstellen, Post, Kino, Hörfunk und insbesondere Fernsehen und Internet (Fernsehspots, Bannerwerbung). Weitere Werbemaßnahmen sind u. a. Product Placement und Sponsoring.

**Ressort**: „Ressort“ ist ein französisches, ins Deutsche übernommenes Wort, das „*Arbeits-*, „*Geschäfts-*, oder „*Amtsbereich*“ bedeutet. In der Politik spricht man von Ressorts, wenn es um die Arbeit von Ministern oder Ministerinnen geht. Der Minister des Inneren zum Beispiel ist dafür zuständig, dass es im Inneren des Staates nach Recht und Gesetz zugeht, dass die innere Sicherheit und Ordnung gewährleistet wird. In allen diesen Fragen muss er den Kollegen und Kolleginnen im Kabinett Auskunft geben und den Volksvertretern im Deutschen Bundestag Rede und Antwort stehen. So ist zum Beispiel das Ressort des Ministers des Auswärtigen Amtes für alle Fragen der Außenpolitik zuständig, für die Beziehungen zu den anderen Staaten. Manchmal gibt es in einer Regierung auch Minister oder Ministerinnen ohne Ressort. Dann sind sie für Sonderaufgaben zuständig.

Jede in der Zeitung ankommende Nachricht wird in dem für sie zuständigen **Fachbereich/redaktionellen Zuständigkeitsbereich** (Ressort) redaktionell bearbeitet, d.h. gesammelt, gesichtet, für Beiträge verwertet. Als „klassisch“ gelten fünf Grundressorts, nämlich **Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport** und **Lokales**.

**Rezipient**: Fachausdruck für Zuschauer, Leser, Hörer.

**ROM**: Englisch **R**ead **O**nly **M**emory, auf deutsch etwa „Nur-Lese-Speicher“. Der Festwert- oder Dauerspeicher, in dem das Arbeitsprogramm für den Computer abgelegt ist.

**RTL**: Abkürzung für *Radio Télé Luxembourgeoíse*. Unter dem Signet RTL werden die Rundfunk- und Fernsehaktivitäten der CLT (*Compagnie Luxembourgeoíse de Radiodiffusion*) zusammengefasst. Eines der wichtigsten Teilunternehmen ist die RTL Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG, ein privat-kommerzieller Fernsehsender mit zahlreichen Tochterunternehmen. Hauptsitz ist Köln. Hauptgesellschafter mit einem Anteil von 89 Prozent ist CLT-UFA. Die CLT-UFA, seit 1997 ein Zusammenschluss von CLT und UFA (Universum Film AG – Bertelsmann) ist an 22 Fernsehsendern in neun verschiedenen Ländern beteiligt. Sie ist im TV-Bereich das größte Medienunternehmen Europas. Sendestart 1984.

**RTL2**: RTL2 Fernsehen GmbH & Co.KG. Privat-kommerzieller Fernsehsender mit Sitz in München (Grünwald). Hauptgesellschafter sind CLT-UFA, Tele München und der Heinrich-Bauer-Verlag. Sendestart 1993.

**Rubrik**: Die Bezeichnung für einen Themenbereich (*Kategorie, in die etwas eingeordnet wird)*, z. B. Politik, Sport, Computer, Wetterberichte, Gewinnzahlen oder der tägliche Kommentar. Unter einer Rubrik (z.B. Sport) werden Nachrichten zu dieser Rubrik (z.B. Sportnachrichten) angeboten.

**Rundfunk**: Umfasst sowohl Hörfunk als auch Fernsehen. Im Sinne des Grundgesetzes ist Rundfunk jede Übermittlung von Informationen in elektromagnetischen Wellen an die Öffentlichkeit, ob drahtlos oder via Kabel. Der Rundfunk unterliegt in Deutschland der Regelungs- und Gesetzgebungskompetenz der Länder.

**Rundfunkgebühren**: Wichtigste Einnahmequelle der öffentlich-rechtlichen Landesrundfunkanstalten innerhalb der ARD, des ZDF, des Deutschlandradios, des Europäischen Kulturkanals ARTE sowie der Landesmedienanstalten. Die Gebühren sind kein Entgelt der Hörer und Zuschauer für die Programmangebote oder die Nutzung bestimmter Programme. Sie sind vielmehr von jedem Teilnehmer zu entrichten, der laut Rundfunkstaatsvertrag ein „Rundfunkgerät zum Empfang bereithält“.

**Rundfunkrat**: Der Rundfunkrat (beim ZDF: Fernsehrat) ist das oberste Aufsichtsgremium der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutsch land. Im Rundfunkrat sind die gesellschaftlich relevanten Gruppen repräsentiert. Die Größe des Rundfunkrates ist je nach Rundfunkanstalt unterschiedlich festgelegt. Auch die Auswahl der Mitglieder und das Spektrum der gesellschaftlichen Gruppen, Organisationen und Verbände, die zu berücksichtigen sind, unterscheiden sich. Der Rundfunkrat wacht darüber, dass die Rundfunkanstalt ihre Aufgaben nach Maßgabe des Staatsvertrages erfüllt und berät den Intendanten bei allgemeinen Programmangelegenheiten.

**Rundfunkstaatsvertrag**: Der Rundfunkstaatsvertrag ist die wichtigste Rechtsgrundlage für das duale Rundfunksystem der Bundesrepublik Deutschland. Er enthält Grundsatzregelungen für den öffentlich-rechtlichen und den privat-rechtlich-kommerziellen Rundfunk. In seiner Präambel garantiert der Staatsvertrag Bestand und Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Eingeschlossen ist die Teilhabe an „allen neuen technischen Möglichkeiten“ und die „Veranstaltung neuer Formen von Rundfunk“ sowie die Sicherung der „finanziellen Grundlagen“. Den privaten Veranstaltern werden „Ausbau und Fortentwicklung eines privaten Rundfunksystems, vor allem in technischer und programmlicher Hinsicht, ermöglicht“.

**Rundfunksystem**: Kennzeichnet die Organisationsform für Hörfunk und Fernsehen. Beispiele für eine Organisationsform sind der öffentlich-rechtliche und der privat-kommerzielle Rundfunk in Deutschland. Das Nebeneinander von öffentlich-rechtlichem und privat-kommerziellem Rundfunk wird als duales Rundfunksystem bezeich­net.

**SAT.1**: Abkürzung für Satelitten-Fernsehen GmbH. Privat-kommerzieller Fernsehsender mit Sitz zuerst in Mainz dann in Berlin. Hauptgesellschafter sind die Programmgesellschaft für Kabel- und Satellitenrundfunk (PKS) mit 59 Prozent und der Axel Springer Verlag mit 41 Prozent. Sendestart 1984.

**Schaltgespräch**: Bedeutet, dass aus dem Nachrichtenstudio eine Verbindung zwischen dem Moderator und einer Person, die sich an einem anderen Schauplatz befindet, live hergestellt wird. Zugeschaltet wird z.B. ein Reporter, ein Politiker oder ein Experte, der dann vom Moderator im Studio befragt wird. Meist werden der Moderator und die zugeschaltete Person gleichzeitig in jeweils eigenen Fenstern auf dem Bildschirm gezeigt.

**Schlagzeile**: In der **Fernsehsendung** bringt eine Schlagzeile in einem oder wenigen Worten ein Thema auf den Punkt. Beispiele sind „Rededuell“ oder „Streit um Atommülllager“. **In der Zeitung**: Ein- oder mehrspaltige Überschrift, die sich durch ihre Größe deutlich vom übrigen Text abhebt und im Idealfall den Inhalt eines Artikels in „schlagender“ Kürze wiedergibt.

**Schleichwerbung**: entgeltliche Einblendung eines Produktes oder des Namens eines Produktes in Fernsehsendungen, ohne dass dies als Werbung kenntlich gemacht wird; in Deutschland verboten.

**Schnitt**: In der Filmbearbeitung bezeichnet Schnitt (Schneiden) das Aneinanderfügen, Einfügen, Umstellen, Anlegen oder Ausschneiden von Bild- und Tonquellen durch den Cutter. Beim fertigen Film bezeichnet Schnitt bei den Bildern den Übergang von einer Einstellung zur nächsten Einstellung (**fließender/weicher Übergang** oder **harter Schnitt**), bei den Tönen den Übergang von einer Toneinheit zu einer anderen Toneinheit. Beim **harten Schnitt** folgt die nächste Einstellung un-mittelbar; ein **fließender/weicher Schnitt** (auch als **Blende** bezeichnet) verhindert den Bildsprung. Eine weitere Möglichkeit ist die so genannte **Aufblende** oder **Abblende**, bei der das Bild allmählich erkennbar wird bzw. verschwindet. Bei der **Überblendung** schiebt sich das Bild der kommenden Einstellung in das vorherige Bild hinein und führt so zu einer gegenseitigen Überlagerung der Bilder.

**Schnittfrequenz**: Eine Zahl, die Auskunft über die Anzahl der Schnitte in einer bestimmten Zeiteinheit gibt, z.B. 20 Schnitte pro Minute. Das entspricht einer durchschnittlichen Länge der Einstellungen von 3 Sekunden.

**Sehbeteiligung**: Zahl der Zuschauer einer Sendung.

**Sendegebiet**: Bezeichnet bei den öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten das Gebiet, für dessen Programmversorgung sie kraft Gesetz zuständig sind, also bei den Landesrundfunkanstalten ein einzelnes oder mehrere Bundesländer, bei Deutschlandradio und ZDF die gesamte Bundesrepublik. Sendegebiete sind zugleich auch die Gebiete, für die Rundfunkgebühren erhoben werden.

**Sendeplan/Ablauf**: Kennzeichnet den vorgesehenen Ablauf einer Nachrichtensendung, also die Reihenfolge der Beiträge und ihren zeitlichen Umfang. In der Praxis weist der Sendeplan außerdem die Zuspielquellen aus (z. B. Schaltgespräch, MAZ-Zuspielung).

**Sendungsprofil**: Eine schematische Darstellung, die den Aufbau einer Sendung (Themenabfolge, Zeitverlauf, Beitragsformen) wiedergibt.

**Server**: Der zentrale Computer im Netzwerk ist der Server. Server ist der englische Begriff für „Lieferant“ und beschreibt einen Teil der Aufgaben eines Servers: Er liefert Informationen, die an zentraler Stelle und in der Regel unter größeren Sicherheitsvorkehrungen gespeichert sind. Aber er kann auch mit Informationen gefüttert werden und selbst Aufgaben erledigen (etwa das Durchforschen eines Datenbestandes).

**Sequenz**: aus einer unmittelbaren Folge von Einstellungen gestaltete kleinere filmische Einheit; in sich abgeschlossener Handlungsabschnitt eines Films.

**simsen**: mit der zunehmenden Verbreitung der SMS-Nachricht entstandene Bezeichnung für das Verschicken einer Kurzmitteilung mit dem Mobiltelefon. Hat das früher übliche Verb „*esemessen*“ abgelöst, da es wesentlich leichter auszusprechen ist.

**Slash**: Die unterschiedlichen Verzeichnisebenen und Dateien werden mit **„/“** (**Slash**) voneinander getrennt. Auch im Internet wird der Slash (**„/“**) als Trennzeichen genutzt.

**Soap Opera** (engl.: *Seifenoper*): Hör- oder Fernsehspiel mit banal-familiärem Charakter und einem „Happy End“, ursprünglich im Tagesprogramm des US-amerikanischen Rundfunks; Werbesponsoren waren oft Waschmittelhersteller (*soap firms*).

**Soft News**: Kennzeichnet im Gegensatz zu Hard News bunte Nachrichtenthemen, z.B. Affären, Skandale, Katastrophen, die auf Emotionen, Anteilnahme und Unterhaltung ausgerichtet sind.

**Software**: Gesamtheit aller Programme, die der Computer benötigt (Betriebssystem, Anwenderprogramme, Programmiersprachen).

**Spam**: unerwünschte Werbepost per E-Mail. Mittlerweile bestehen mehr als 70% aller E-Mails aus Spam.

**Spartenprogramm**: Ein Rundfunkprogramm mit einem speziellen inhaltlichen Angebot, z.B. nur Nachrichten, nur Sport, nur Musik im Unterschied zu einem Vollprogramm.

**Sponsor**: ein Unternehmen, das eine Sendung teilweise oder ganz finanziert und das dafür im Vor- und/oder Abspann der Sendung erwähnt wird. Hintergrund: Nach 20 Uhr ist öffentlich-rechtlichen Sendern (ARD, ZDF usw.) Werbung nicht mehr erlaubt; die einzige Ausnahme ist das Sponsoring.

**Spot**: Ein Spot (engl. *Fleck, Häppchen, Schluck*) ist eine kurze, entweder im Rundfunk oder im Fernsehen verbreitete Sendung, die in der Regel für ein Produkt eines Unternehmens wirbt.

**Sprechermeldung**: Eine Meldung, die von einem Nachrichtensprecher vorgetragen wird. Die Meldung wird von der Nachrichtenredaktion verfasst.

**Staatsvertrag**: In Deutschland sind die Bundesländer für den Rundfunk zuständig. Alle Fragen, die von bundesweiter Bedeutung sind oder einheitlich gelten sollen, müssen durch einen Vertrag zwischen den Ländern (Staatsvertrag) geregelt werden.

**Standbild**: Kennzeichnet ein statisches Bild, das eine Studio- oder Filmeinstellung wiedergibt.

**Statement, das**: öffentliche (politische) Erklärung, Verlautbarung.

**Story, die**: der Inhalt einer Geschichte, ein knapper Abriss des Handlungsverlaufs; die übliche Bezeichnung bei Filmwerken.

**Streaming Video/Audio**: Eine Übertragungstechnik für Video- und Audiodateien im Internet. Videobilder, gesprochene Sprache, Töne und Musik sind schon sicht­bar bzw. hörbar, während die Daten der Bild- und Tonquellen übertragen werden. Die Daten werden nicht lokal auf dem Rechner des Anwenders gespeichert, son-dern nur gepuffert. Im Internet wird dafür vor allem die Software von Real (Real Player für Video und Audio) und die Software von Apple (Quicktime) eingesetzt.

**Strichkode, der**: Verschlüsselung der Angaben über Hersteller, Warenart u.a. in Form unterschiedlich dicker, parallel angeordneter Striche, die mit einem Scanner gelesen wird, der über einen Computer einer Registrierkasse den auszuweisenden Preis übermittelt.

**Studiointerview**: Ein Interview, z.B. zwischen dem Moderator und einem Gast, das im Studio (Nachrichtenstudio) geführt und von den Studiokameras aufgezeich-net wird.

**Supplement**: Zeitschriftenähnlich aufgemachte Beilage, die einer Zeitung regel-mäßig beigegeben wird.

**surfen**: Wenn Sie Websites im Word Wide Web besuchen, spricht man von Sur-fen. Der Grund liegt darin, dass Sie sich durch das Verfolgen von Hyperlinks gleichsam wie auf einer Welle quer durchs Netz treiben lassen können.

**Talkshow** *engl.*: ein in den 1950er Jahren in den USA entstandener Typ von Unterhaltungssendung im Hörfunk und Fernsehen. Ein oder mehrere Gesprächslei-ter (*Talk­master* oder *Moderator* genannt) befragen geladene Gäste in lockerer Form zu privaten, beruflichen und allgemeinen Themen und lässt/lassen sie mit-einander sprechen. Seit Beginn der 70er-Jahre ist die Talkshow auch im europäi­schen Fernsehen verbreitet.

**Tastatur**: Das Eingabegerät Nummer 1, mit dem der Anwender überwiegend mit dem Computer kommuniziert und Buchstaben (Texte), Zahlen oder Befehle ein-gibt.

**Tastenanschlag**: Eine Taste der Tastatur zu drücken, führt zu einem Tastenan-schlag und übergibt einen elektrischen Impuls an die Tastatur.

**Tausenderkontaktpreis**: Die entscheidende Währung für Werber und Sender. Der Sender setzt einen Grundpreis für einen 30-Sekunden-Spot fest, der pro 1000 Fern-sehzuschauer bezahlt werden muss.

**Telebanking**: Erledigung von Bankgeschäften (z.B. Überweisungen) vom häusli-chen PC aus.

**Telekommunikation**: Telekommunikation ist der technische Vorgang des Aussen­dens, Übermit­telns und Empfangens von Nachrichten jeglicher Art in Form von Zei­chen, Sprache, Bildern oder Tönen mittels Telekommunikationsanlagen, also ein Sammelbegriff für alle Formen der Kommuni­kation (Sender – Empfänger – Sender ...) zwischen Menschen und/oder Geräten mittels Übertra­gungstechniken.

**Teleprompter**: Auch **Auto-Cue** genannt. Im Fernsehen ein Lesegerät (meist im Ob­jektiv der Fernsehkamera), das Moderationstexte darstellt. Der Moderator kann die Texte auf dem Monitor ablesen, während er in die Kamera spricht. Die Ge-schwindigkeit kann vom Sprecher gesteuert werden.

**Teletext**: Das in Österreich gebräuchliche Wort für *Videotext*.

**terrestrischer Rundfunk**: Unter terrestrischem Rundfunk versteht man die Aus-strahlung von Rundfunkprogrammen über die herkömmlichen Hörfunk- und Fern­sehsender.

**Themenübersicht**: Bezeichnet die Inhaltsangabe einer Sendung. In einer Nach-richtensendung werden in der Regel drei Themen in der Themenübersicht vorge-stellt. Die Themen werden normalerweise in kurzen Filmausschnitten und Schlag-zeilen präsen­tiert und vom Moderator aus dem Off kommentiert.

**Tintenpatrone**: Darin befindet sich die Tinte des Tintenstrahldruckers. Bei den meisten Druckern dieser Art lässt sich die Tinte in diese Patronen nachfüllen.

**Trailer** (von engl. *trail* = *Schleppe, Pfad*): Vorspann einer (oder Hinweis auf eine) Sendung, falls er regelmäßig wiederkehrt. Ein Trailer ist eine Filmart, mit der eine Sendeanstalt Zuschauer dazu veranlassen will, im eigenen Programm zu bleiben. Er ist ein kurzer Film von meist unter einer Minute Dauer, der auf spektakuläre Weise eine Sendung ankündigt und damit für den ausstrahlenden Sender Wer-bungscharakter hat.

**Trend, der, -s, -s** (engl. = *Richtung, Tendenz*): Ein Trend ist die Richtung, in die eine Entwicklung geht. An Wahltagen veröffentlichen die Fernsehsender nach der Schließung der Wahllokale erste Hochrechnungen, die erste Trends aufzeigen sol-len, also Hinweise auf das mögliche Wahlergebnis. In der Wirtschaft zeigt ein Trend die Grundrichtung der wirtschaftlichen Entwicklung.

**Überlauf**: Der Teil eines Zeitungsartikels, der auf einer anderen Seite weiterge-führt wird. Auf der ersten Seite wird auf einen Artikel hingewiesen oder sein An-fang wird abgedruckt.

**Überschrift**: Der „Titel“ eines Artikels, bestehend aus (mindestens) der Haupt-überschrift (**Headline, Schlagzeile**) und oft einer **Unterzeile** und/oder einer **Vor­zeile** (**Dachzeile**).

**Umschlag**: etwas, was sich z. B. zum Schutz um etwas (ein Buch o.ä.) befindet, das, womit es eingeschlagen, eingebunden ist.

**USB** (Abkürzung für ***U****niversal* ***S****erial* ***B****us*, „*universelle serielle Schnittstelle*“): Sys­tem zur Verbindung eines Computers mit externen Geräten wie Tastatur, Maus, Joy­stick, Drucker, Scanner oder Speicherstift. Als Vorteile von USB gelten die einheitliche Form der Stecker und die automatische Erkennung von Geräten und deren Eigenschaften.

**USB-Stick**: Als Alternative zur Diskette bieten sich USB-Sticks an, mit einer Ka­pa­zität von 16 MB bis 1 GB. Erste PCs werden schon ohne Diskettenlaufwerke aus­geliefert. Der eingesteckte **Flashstick** kann mit Daten beschrieben werden. Der größ­te Vorteil ist die im Vergleich zur Diskette höhere Kapazität und Datensicher-heit so­wie die Unabhängigkeit vom Betriebssystem.

**Usenet**: Das Usenet ist die Gesamtheit aller Newsgroups.

**Videotext** (international *Teletext*, in der Schweiz *Bildschirmtext*): Wird von den Rundfunkanstalten angeboten und drahtlos übermittelt.

**Vierte Gewalt**: Massenmedien wie Fernsehen, Radio und Zeitung machen politi-sche Entscheidungen durchschaubar, indem sie die Bürgerinnen und Bürger infor-mieren und politische Zusammenhänge erklären. Darüber hinaus üben sie eine wichtige Funktion aus, indem sie Politiker kontrollieren, Machtmissbrauch und Korruption aufdecken. Wegen ihrer großen Bedeutung für die demokratische Ge-sellschaft werden sie deswegen – neben Legislative, Exekutive und Judikative – auch oft als „Vier­te Gewalt“ bezeichnet.

**Vorspann**: Redaktioneller Text (meist fett, gelegentlich kursiv gesetzt), der einem Zeitungsartikel voransteht und nachrichtenartig den Inhalt des Artikels zusammen­fasst. Bei der Straßenverkaufszeitung bzw. bei der populären Zeitschriftenpresse hat der Vorspann oft die Funktion, durch das Auf­greifen von spektakulären Einzel-aspekten den Lesereiz zu wecken.

**Webforum**: Platz (Forum) zur Diskussion auf einer Website, üblicherweise zu einem bestimmten Thema; im Unterschied zum Chat nicht in Echtzeit, sondern zeitversetzt. Es können Diskussionsbeiträge hinterlassen werden, die von den Inter­essierten ge­lesen und beantwortet werden können. Die meisten Webforen setzen eine Registrierung voraus.

**Weblog**: öffentliches Tagebuch im Internet.

**Webquest**: Lösung von Aufgaben mithilfe des Internets.

**Website**: Als Website bezeichnet man einen kompletten Web-Auftritt.

**Werbblockreichweite**: Zahl der Personen, die sich Werbeblocks angesehen haben.

**WWW, das**: Die drei **W** stehen für „**World Wide Web**“. Es bezeichnet ein welt­weites Netz (Web) von miteinander verbundenen Informationssammlungen, die auf Servern bereitgestellt werden. Wie ein Spinnennetz spannt sich das WWW im-mer dichter um die Erde und erlaubt die ultimative Kommu­nikation mit Menschen auf der ganzen Welt. Dank dieser Software ist es möglich, sich mit der Computer-maus statt mit komplizierten Befehlen durch das Netz zu bewegen. Das Besondere im WWW sind „Links“, markierte Stellen im Text, über die per Mausklick jede WWW-Seite auf Internet-Rechnern irgendwo in der Welt aufgerufen werden kann. Die WWW-Software ist der am schnellsten wachsende Teil des Internets. Im World Wide Web sind Informationen zu allen denkbaren Themen verfügbar. Die Informationen werden in Form von Dokumenten angeboten, den so genannten WWW-Dokumenten oder auch **Webseiten**. Das WWW basiert auf einer Technolo-gie namens **Hypertext**. Hypertext-Dokumente verfügen über so genannte **Hyper-links**. Über Hyperlinks kann mittels Mausklick von einem Dokument zum nächs-ten gewechselt werden, ohne dass dazu die Adresse dieses Dokuments bekannt sein muss. Auf diese Weise verknüpfte Dokumente bieten dem Leser die Möglich-keit, sich „klickweise“ im Internet zu bewegen.

**Zeitungskopf**: Der Zeitungskopf macht Angaben zum Namen der Zeitung, zum Datum, Jahrgang, zur laufenden Nummer der Ausgabe und zum Preis.

**Zeugnisverweigerungsrecht**: Mitarbeiter und Verantwortliche einer Zeitung sind nach den Landespressegesetzen berechtigt die Identität von Autoren oder Infor-man­ten geheim zu halten. Wenn eine Zeitungsredaktion also Informationen ge-sammelt oder zugespielt bekommen hat und diese veröffentlicht, ist sie nicht ver­pflichtet anzugeben, von wem die Informationen stammen. Sie kann den Informan-ten oder die Informantin auf diese Weise schützen. Tageszeitungen verwenden in solchen Fällen Formulierungen wie „*Aus gut unterrichteten Kreisen verlautete, dass ...*“.

**Zielgruppe, die**: Eine Zielgruppe ist eine mehr oder weniger genau bestimmte Grup­pe von Menschen, an die sich ein Angebot richtet. So gehören Sportler zu der Zielgruppe der Sportschuhfirmen. Auch politische Parteien sprechen von Zielgrup-pen (z.B. die Rentner, der Mittelstand, Unternehmer, Arbeitnehmer usw.), die sie mit ihrem politischen Programm gewinnen wollen. Die Zielgruppe gliedert die Zu-schauer nach Alter, Geschlecht, Einkommen, Beruf und Bildung, Familienstand. Besonders interessiert man sich für die unter 50-Jährigen, die als finanzstark und konsumfreudig gelten.

**Zielgruppenzeitschriften**: Zielgruppenzeitschriften sprechen eine besondere Ziel­gruppe (z. B. Teenager) an. Die Zeitschrift für Teenager heißt „*Bravo*“.

**Zitat:** Ein Zitat ist die wörtliche Wiedergabe oder Übernahme einer Aussage, oft als Bekräftigung der eigenen Meinungsäußerung benutzt.

**Zoom** auch Gummilinse, Transfokator: An der Fersehkamera stufenlose Verände-rung der Brennweite, sodass z. B. ein Detail aus dem Hintergrund groß herausge-griffen werden kann.

**Zweispalter**: Artikel, der sich über zwei Spalten erstreckt.