



German for Business

Third Level

Information Pack

Contents: Sample Paper
 Model Answers
 Syllabus



Sample 1

GESCHÄFTSDEUTSCH
GERMAN FOR BUSINESS

DRITTE STUFE
THIRD LEVEL

(Code Nr.:)
(Code No:)

DATUM
DATE

Instruktionen für die Prüfungskandidaten:

- (a) *Die Dauer dieser Prüfung ist 3 Stunden.*
- (b) *Alle 4 Aufgaben der Prüfung müssen beantwortet werden.*
- (c) *Alle Aufgaben werden mit der gleichen Punktezahl bewertet.*
- (d) *Alle Antworten sollten klar und korrekt numeriert werden, müssen aber nicht in numerischer Reihenfolge erscheinen.*
- (e) *Bei den Antworten wird formale Korrektheit erwartet, aber adäquate und angemessene Verständigung ist wichtig. Kandidaten sollten die Länge ihrer Antworten unter diesem Aspekt beurteilen.*
- (f) *Nach Beendigung der Aufgaben sollten diese sorgfältig überprüft werden.*
- (g) *Die Benutzung von deutschen Standardwörterbüchern und nicht programmierbaren Taschenrechnern ist erlaubt. Kandidaten, deren Muttersprache nicht Deutsch ist, ist die Benutzung eines zweisprachigen Wörterbuches freigestellt.*

AUFGABE 1

Situation: Sie arbeiten für die Firma Bürowelt in 53244 Bonn, Fürstenring 68, eine Firma, die Büromöbel herstellt. Der Verkaufsleiter der Firma, Herr Büntler, gibt Ihnen folgenden Brief zusammen mit seinen Notizen. Er beauftragt Sie, einen **Antwortbrief** zu verfassen.

GW ELECTRONICS
Rheinufer 24
50667 Köln

Bürowelt
Fürstenring 68
53244 Bonn

10. 1. 2001

Sehr geehrte Damen und Herren,

auf der Internationalen Büromesse in Köln haben wir Ihren Stand besucht und waren sehr an den Büromöbeln Ihrer Firma interessiert.

Wir sind ein mittelgroßes Software-Unternehmen und werden in wenigen Wochen eine neue Zweigstelle in Bonn eröffnen. Dabei sind auch 4 große Büroräume auszustatten und einzurichten.

Wir interessieren uns besonders für Ihre Reihe 'Klare Linie' und würden gern mit einem Vertreter Ihrer Firma über eine Bestellung, Lieferbedingungen und weitere Konditionen sprechen.

Unsere Bestellung würde etwa 15 Schreibtische mit Stühlen, 6 Aktenschränke, einen Empfangsschalter sowie eine Sitzecke umfassen.

Der Leiter der neuen Zweigstelle, Herr Kraneburg, wird nächste Woche in unserem Büro in Köln sein und hätte dann Zeit und Gelegenheit, mit einem Mitarbeiter Ihrer Firma zu sprechen.

Wir wären Ihnen dankbar, wenn Sie sich mit uns in Verbindung setzen würden, um einen Termin zu vereinbaren.

Mit freundlichen Grüßen

Hans Ross

Hans Ross
Geschäftsführer

FORTSETZUNG AUFGABE 1

Dies sieht nach einem guten Auftrag aus, ich möchte, dass GW Electronics einen guten Eindruck von uns bekommt.

Bitte verfassen Sie dementsprechend einen Antwortbrief und vereinbaren Sie einen Termin. Ich könnte Herrn Kraneburg am nächsten Donnerstag (18. 1.) um 14.00 Uhr in Köln treffen. Fragen Sie aber auch, ob er vielleicht an dem Tag nach Bonn kommen könnte, um sich unsere Ausstellungsräume anzusehen.

Außerdem sollten Sie mit dem Brief einen Katalog von 'Klare Linie' schicken.
Danke schön

Büntler

Aufgabe: **Verfassen Sie den Brief nach den Anweisungen.**

Sie können davon ausgehen, dass vorgedrucktes Briefpapier mit dem Briefkopf der Firma verwendet wird, sollten aber alle anderen Elemente eines Geschäftsbriefes einsetzen.

(25 Punkte)

AUFGABE 2

Situation: Sie arbeiten in der Marketing Abteilung von Superrad, einer Firma, die Fahrräder herstellt. Die Firma hat in letzter Zeit schlechte Verkaufszahlen gehabt und der Geschäftsführer der Firma, Herr Lenz, hat Sie beauftragt, die Gründe für die Abnahme der Verkäufe zu untersuchen und einen Bericht für ihn zu schreiben, in dem Sie auch Vorschläge für eine Verbesserung der Situation machen sollen.

Aufgabe: Sie haben die folgenden Informationen gesammelt. Schreiben Sie nun einen **Bericht**, in dem Sie die Gründe für die momentane Situation erklären und Verbesserungsvorschläge machen.

Ergebnis der Verbraucherumfrage, durchgeführt von Galopp Umfragen:

Gefragt wurden 1 500 Verbraucher in den Altersgruppen 12 - 18, 18 - 25, über 25
Meinung der Altersgruppe 12 - 18: Produkte zu teuer und altmodisch
Meinung der Altersgruppe 18 - 25: Produkte verlässlich
Meinung der Altersgruppe über 25: Produkte nicht billig, aber von guter Qualität
Nur 5% der befragten Personen wussten, dass wir auch hochmoderne Mountain Bikes verkaufen.

Verkaufszahlen für das neue Mountain Bike "Hiker"

Januar - Juni 2000 1300 verkaufte Räder
Juni - Dezember 2000 920 verkaufte Räder

Verkäufe innerhalb von Altersgruppen:

12 – 18	12%
18 – 25	15%
25 – 35	21%
über 35	52%

Bisherige Werbung:

Anzeigen in Tageszeitungen, bei denen Qualität und langjährige Erfahrung betont wird
Bisher keine Werbung im Fernsehen
Nur vereinzelt Reklamezettel in größeren Städten
Slogan 15 Jahre alt

Allgemein:

Funktionale Verpackung der Fahrräder ohne Farbe
Kein besonderes Kennzeichen oder Symbol der Produkte

(25 Punkte)

AUFGABE 3

Situation: Sie arbeiten für das Versandhaus "Europa", das plant, in den E-Commerce einzusteigen. Sie sind der Projektleiter dafür und haben den Auftrag, zu untersuchen, wie groß die Erfolgchancen sind.

Sie haben Informationen von verschiedenen Quellen, die Ihnen helfen sollen, die Fragen der Geschäftsleitung zu beantworten, die Sie auf der nächsten Seite finden.

1 Auszug aus einem Artikel der *WirtschaftsWoche*

Unter den jungen Onlinestartups grassiert der Pleitevirus - und nur wenige schaffen es, Geld aus der Pleite zu retten. Das Musikgeschäft trifft dieses Problem besonders heftig: Allein im vergangenen Monat mussten drei europäische Web-Plattenläden zumachen.

Stark gefährdet sind in erster Linie Betreiber von Onlineshops, vor allem solche, die sich auf Business-to-Consumer-Geschäfte (B2C), also das Geschäft mit Privatkunden, spezialisiert haben. Zu viele dieser Betreiber haben keine tragfähigen Geschäftskonzepte. "Die Frage, warum potenzielle Kunden statt im klassischen Handel im Netz einkaufen sollten, haben sich viele E-Commerce-Anbieter nie gestellt", sagt Johannes Schumacher, der Chef des E-Business-Consultants Com21 aus Düsseldorf. Zusammen mit seinem Team hat er ein Testkonzept entwickelt, mit dessen Hilfe sich die Erfolgsaussichten von E-Business-Geschäftsmodellen schon vorab überprüfen lassen. Schwerpunkt der Analyse ist neben Kriterien wie Marktbekanntheit, technische Umsetzung oder strategische Bedeutung im Unternehmen vor allem ein Kriterium: der so genannte N@vantage. Der Begriff steht für den internetspezifischen Zusatznutzen, den der Online-Shop seinen potenziellen Kunden bietet.

Geld von Investoren haben die meisten Onlineshops - trotz steigender Nutzerzahlen - auch weiterhin dringend nötig. Fast alle hoffen bei Umsatzerwartungen zwischen 8 und 120 Millionen Mark bis 2002 schwarze Zahlen zu schreiben.

2 Quelle: Forrester Research

Wachstum des Onlineeinzelhandels in Europa (Prognose bei Mitte 2002)
(Umsatz in Millionen Euro)

Niederlande	50 000
Schweden	70 000
Frankreich	90 000
Großbritannien	110 000
Deutschland	130 000
Rest-Europa	30 000

FORTSETZUNG AUFGABE 3

3 Auszug aus einem Bericht von *WirtschaftsWoche* und Com21

E-Profile:

GoodToys.de

Der 1999 gestartete
Onlinespielzeughändler offeriert 40 000
Bücher und Spielsachen.
Umsatz 2000: 30 Millionen

N@vantage: Produktvielfalt. Beratung
durch Zeitschriften oder
Käuferurteile im Netz

Schwächen: Vielfalt macht den Shop
unübersichtlich. Keine
individuellen Offerten.

Lesen.de

Der Shop verkauft Bücher, CDs, Videos
und Software.

Umsatz 2000: 40 bis 45 Millionen Mark

N@vantage: Stark in der Beratung,
große Auswahl.

Schwächen: Nicht genug Personalisierung

Kaufhaus.de

Web-Ableger des Versandhaus-
Klassikers mit ebenso umfang-
reichem Produktangebot.

Umsatz 2000: 4000 Millionen Mark

N@vantage: großes Sortiment mit
umfangreichen
Produktinformationen.

Schwächen: Keine Personali-
sierung des Angebots.

Aufgabe: Beantworten Sie mit Hilfe der obigen Informationen die Fragen der Geschäftsleitung.

Beantworten Sie die Fragen so weit wie möglich mit eigenen Worten, um Ihr Verständnis zu demonstrieren. Bei einigen Fragen werden Sie nach Ihrer Meinung gefragt.

- (a) In welchen 3 Ländern wird in den nächsten Jahren der Onlineeinzelhandel am meisten wachsen? (Nennen Sie das Land mit dem größten Wachstum zuerst.) (3 Punkte)
- (b) Welche Art von Geschäften sind besonders gefährdet, keinen Erfolg im E-Business zu haben? (4 Punkte)
- (c) Was soll das Testkonzept von Schumacher prüfen? (2 Punkte)
- (d) Was sind die Kriterien dieses Testkonzeptes? (4 Punkte)
- (e) Was ist laut dem Bericht von Com21 und der *WirtschaftsWoche* die Hauptschwäche bei den existierenden Onlinegeschäften? (2 Punkte)
- (f) Was ist die Stärke des Internetablegers der Versandhausfirma? (2 Punkte)
- (g) Was bedeutet der Ausdruck "schwarze Zahlen schreiben" in dem Artikel der *WirtschaftsWoche*? (3 Punkte)
- (h) Was sollte eine Firma, die ins E-Business einsteigen möchte, Ihrer Meinung nach tun? (5 Punkte)

(insgesamt 25 Punkte)

AUFGABE 4

Situation: Sie arbeiten in der Produktionsabteilung von MüllerSaft, einer Firma, die Erfrischungsgetränke herstellt. Der Leiter Ihrer Abteilung, Herr Thomas, zeigt Ihnen folgendes Fax, das er gerade bekommen hat, und gibt Ihnen weitere Anweisungen.

Qualitätskontrolle Müllersaft
Pelzer, Abteilungsleiter

AN Herr Thomas, Produktionsabteilung
FAX NUMMER 0232 8350233
DATUM 18. Oktober
ANZAHL DER SEITEN 1

Betrifft: Probleme mit Serie AW/4030

Wie wir bei der regelmäßigen Qualitätskontrolle festgestellt haben, ist in alle Flaschen der Reihe "Orangenfizz" Reinigungsmittel gelangt, und zwar in der Serie AW/4030. Diese Ladung ist leider bereits an Supermärkte und Lebensmittelgeschäfte ausgeliefert worden.

Die betreffenden Flaschen müssen nun schnellstens vom Verkauf zurückgezogen werden. Bitte benachrichtigen Sie die Supermärkte so schnell wie möglich.

"Ich habe gerade dieses Fax bekommen und wir müssen schnellstens alle Supermärkte und Lebensmittelgeschäfte benachrichtigen. Schicken Sie an alle ein Email. Geben Sie ihnen die Seriennummer und sagen Sie ihnen, alle Flaschen müssen sofort vom Verkauf zurückgezogen werden.

Wir brauchen auch die Anzahl der betroffenen Flaschen in jedem Geschäft, so dass wir den Rücktransport in unsere Fabrik organisieren können. Erwähnen Sie auch eine Entschuldigung.

Außerdem sollten Kunden, die Flaschen in die Geschäfte zurückbringen, einen kostenlosen Orangensaft unserer Firma erhalten.

Schreiben Sie auch ein Schild mit einer Entschuldigung, das wir in den Supermärkten und Geschäften aufhängen können. Verbraucher sollten Flaschen mit der betreffenden Seriennummer in die Geschäfte zurückbringen, so dass Ihnen der Preis erstattet werden kann."

- Aufgabe:**
- (a) **Schreiben Sie ein Email** an alle Supermärkte und Geschäfte (15 Punkte)
 - (b) **Schreiben Sie ein Schild** nach den Anweisungen (10 Punkte)
- (insgesamt 25 Punkte)**

Geschäftsdeutsch Dritte Stufe

Vorwort

Prüferberichte und Musterantworten wurden von dem LCCIEB entwickelt, um Prüfungszentren, Lehrern und Prüfungskandidaten zusätzliche Informationen bei der Vorbereitung zu den LCCIEB Prüfungen zu bieten. Der Inhalt dieses Heftes ist in 5 Teile unterteilt:

- (1) Allgemeine Kommentare – Bewertung der Gesamtleistung der Kandidaten in dieser Prüfung, wo zutreffend werden allgemeine Orientierungshilfen für die ganze Prüfung gegeben
- (2) Fragen – von den ausgedruckten Prüfungsbögen übernommen
- (3) Musterantworten – Zusammenfassung aller Hauptpunkte, die der Hauptprüfer als Antworten zu jeder Frage im Prüfungsmaterial erwartet
- (4) Prüferbericht – konstruktive Analyse der Fehler der Kandidaten, etwaige Schwächen und andere Kommentare, die sich auf individuelle Fragen in den Prüfungsbögen beziehen
- (5) Hilfreiche Tipps – wo angemessen, zusätzliche Orientierungshilfen, die sich auf einzelne Prüfungsfragen oder Prüfungsmethoden beziehen

Für Lehrer und Prüfungskandidaten stellt dieses Heft eine unersetzliche Unterrichtshilfe und einen Beitrag zum Erfolg dar.

Der Prüfungsausschuss der Londoner Industrie- und Handelskammer (LCCIEB) gibt Musterantworten, um den Kandidaten zu einem allgemeinen Verständnis des erforderlichen Niveaus zu verhelfen. Der Ausschuss akzeptiert, dass Kandidaten eventuell andere Antworten geben, die gleichwertig sein können.

Anmerkung

Der Prüfungsausschuss behält sich vor, entweder für ein gesamtes Prüfungsmaterial oder für einzelne Fragen keinen Prüferbericht zu verfassen, falls nicht genug Kandidaten an einer Prüfung teilnehmen, um den Prüferbericht zu rechtfertigen.

© LCCI CET 2000

Alle Rechte sind vorbehalten. Es ist ohne schriftliche Genehmigung des LCCIEB nicht erlaubt, Teile dieser Veröffentlichung in irgendeiner Form auf fotomechanischem Weg zu vervielfältigen oder unter Verwendung elektronischer bzw. mechanischer Systeme zu speichern, systematisch auszuwerten oder zu verbreiten. Es ist nicht erlaubt, diese Veröffentlichung ohne vorherige Genehmigung des LCCIEB auszuleihen, wiederzuverkaufen oder anderweitig kommerziell in Form eines gebundenen Buches zu veräußern.

German for Business Third Level

How to use this booklet

Examiners' Reports and Model Answers have been developed by LCCIEB to offer additional information and guidance to Centres, teachers and candidates as they prepare for LCCIEB examinations. The contents of this booklet are divided into 5 elements:

- (1) General Comments – assessment of overall candidate performance in this examination, providing general guidance where it applies across the examination as a whole
- (2) Questions – reproduced from the printed examination paper
- (3) Model Answers – summary of the main points that the Chief Examiner expected to see in the answers to each question in the examination paper
- (4) Examiner's Report – constructive analysis of candidate error, areas of weakness and other comments that apply to each question in the examination paper
- (5) Helpful Hints – where appropriate, additional guidance relating to individual questions or to examination technique

Teachers and candidates should find this booklet an invaluable teaching tool and an aid to success.

The London Chamber of Commerce and Industry Examinations Board provides Model Answers to help candidates gain a general understanding of the standard required. The Board accepts that candidates may offer other answers that could be equally valid.

Note

LCCIEB reserves the right not to produce an Examiner's Report, either for an examination paper as a whole or for individual questions, if too few candidates were involved to make an Examiner's Report meaningful.

© LCCI CET 2000

All rights reserved; no part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission of the Publisher. The book may not be lent, resold, hired out or otherwise disposed of by way of trade in any form of binding or cover, other than that in which it is published, without the prior consent of the Publisher.

Typeset, printed and bound by the London Chamber of Commerce and Industry Examinations Board.

Geschäftsdeutsch Dritte Stufe

German for Business Third Level Sample 1

Tipps:

- Seien Sie sich über das gebräuchliche Layout von Geschäftsbriefen im Klaren.
- Falls Ihre Handschrift nicht gut ist, versuchen Sie zu kompensieren, indem Sie den vorhandenen Platz auf den Prüfungsbögen gut nutzen und Verbesserungen und durchgestrichen Textteile soweit wie möglich vermeiden. Jede Änderung sollte deutlich gekennzeichnet sein und Textteile sollten - falls nötig - deutlich durchgestrichen werden.
- Versuchen Sie Ideen und Vorschläge in eigenen Worten auszudrücken, besonders bei Beantwortung von Frage 3. Ein gutes Textverständnis zeigt sich durch den Gebrauch eigener Wörter, nicht durch Abschreiben.
- Während der Vorbereitung für diese Prüfung sollten Sie alle Bereiche der deutschen Sprache, die Ihnen Schwierigkeiten bereiten, gründlich wiederholen. Wenn Sie bei der Prüfung Ihre Aufgaben beendet haben, sollten Sie alle Texte noch einmal durchlesen und auf diese Bereiche von der Sprache aus gesehen kontrollieren.
- Die Fragen können in beliebiger Reihenfolge beantwortet werden, aber Sie sollten sich genügend Zeit zur Beantwortung aller Fragen geben.
- Überlegen Sie genau, in welcher Situation und zu welchem Zweck der Text geschrieben werden soll, und wer ihn lesen wird (eine Person im Zusammenhang mit dem Schreibanlass - nicht der Prüfer), und wählen Sie dann einen angemessenen Stil.
- Gebrauchen Sie immer einen höflichen Ton.

AUFGABE 1

Situation: Sie arbeiten für die Firma Bürowelt in 53244 Bonn, Fürstenring 68, eine Firma, die Büromöbel herstellt. Der Verkaufsleiter der Firma, Herr Büntler, gibt Ihnen folgenden Brief zusammen mit seinen Notizen. Er beauftragt Sie, einen **Antwortbrief** zu verfassen.

GW ELECTRONICS
Rheinufer 24
50667 Köln

Bürowelt
Fürstenring 68
53244 Bonn

10. 1. 2001

Sehr geehrte Damen und Herren,

auf der Internationalen Büromesse in Köln haben wir Ihren Stand besucht und waren sehr an den Büromöbeln Ihrer Firma interessiert.

Wir sind ein mittelgroßes Software-Unternehmen und werden in wenigen Wochen eine neue Zweigstelle in Bonn eröffnen. Dabei sind auch 4 große Büroräume auszustatten und einzurichten.

Wir interessieren uns besonders für Ihre Reihe 'Klare Linie' und würden gern mit einem Vertreter Ihrer Firma über eine Bestellung, Lieferbedingungen und weitere Konditionen sprechen.

Unsere Bestellung würde etwa 15 Schreibtische mit Stühlen, 6 Aktenschränke, einen Empfangsschalter sowie eine Sitzecke umfassen.

Der Leiter der neuen Zweigstelle, Herr Kraneburg, wird nächste Woche in unserem Büro in Köln sein und hätte dann Zeit und Gelegenheit, mit einem Mitarbeiter Ihrer Firma zu sprechen.

Wir wären Ihnen dankbar, wenn Sie sich mit uns in Verbindung setzen würden, um einen Termin zu vereinbaren.

Mit freundlichen Grüßen

Hans Ross

Hans Ross
Geschäftsführer

FORTSETZUNG AUFGABE 1

Dies sieht nach einem guten Auftrag aus, ich möchte, dass GW Electronics einen guten Eindruck von uns bekommt.

Bitte verfassen Sie dementsprechend einen Antwortbrief und vereinbaren Sie einen Termin. Ich könnte Herrn Kraneburg am nächsten Donnerstag (18. 1.) um 14.00 Uhr in Köln treffen. Fragen Sie aber auch, ob er vielleicht an dem Tag nach Bonn kommen könnte, um sich unsere Ausstellungsräume anzusehen.

Außerdem sollten Sie mit dem Brief einen Katalog von 'Klare Linie' schicken.
Danke schön

Büntler

Aufgabe: **Verfassen Sie den Brief nach den Anweisungen.**

Sie können davon ausgehen, dass vorgedrucktes Briefpapier mit dem Briefkopf der Firma verwendet wird, sollten aber alle anderen Elemente eines Geschäftsbriefes einsetzen.

(25 Punkte)

Musterantworten zu Aufgabe 1

Briefkopf

GW Electronics
Reinufer 24
50667 Köln

2.1 2001

Betrifft: Ihr Brief vom 10.1.2001

Sehr geehrter Herr Ross,

für Ihr Interesse an unserem Sortiment und besonders an der Reihe 'Klare Linie' danken wir Ihnen.

Auf der Messe in Köln hat es sich erwiesen, dass die Nachfrage nach dieser Reihe sehr groß ist.

Unser Geschäftsführer, Herr Büntler, steht Herrn Kraneburg am nächsten Donnerstag, den 18. Januar, ab 14 Uhr zur Verfügung, um alle Fragen bezüglich Ihrer Bestellung, Lieferbedingungen usw. zu beantworten, und würde zu diesem Zweck natürlich in die neuen Geschäftsräume Ihrer Firma in Köln kommen. Herr Kraneburg wäre aber vielleicht auch interessiert, sich an diesem Datum unsere Ausstellungsräume an obiger Adresse anzusehen, in denen wir ihm eine große Anzahl Möbel der Reihe 'Klare Linie' und auch anderer Reihen zeigen könnten.

Bitte rufen Sie mich unter der Nummer 05342 786909 an, um die Einzelheiten zu besprechen.

Beiliegend finden Sie bitte auch unseren neuesten Katalog von 'Klare Linie'.

Wir hoffen, Sie bald von der exzellenten Qualität unserer Produkte überzeugen zu können und wünschen Ihnen schon vorab viel Erfolg für Ihre neue Zweigstelle.

Mit freundlichen Grüßen

(Name des Kandidaten - Position in der Firma)

Anlage: Katalog 'Klare Linie'

AUFGABE 2

Situation: Sie arbeiten in der Marketing Abteilung von Superrad, einer Firma, die Fahrräder herstellt. Die Firma hat in letzter Zeit schlechte Verkaufszahlen gehabt und der Geschäftsführer der Firma, Herr Lenz, hat Sie beauftragt, die Gründe für die Abnahme der Verkäufe zu untersuchen und einen Bericht für ihn zu schreiben, in dem Sie auch Vorschläge für eine Verbesserung der Situation machen sollen.

Aufgabe: Sie haben die folgenden Informationen gesammelt. Schreiben Sie nun einen **Bericht**, in dem Sie die Gründe für die momentane Situation erklären und Verbesserungsvorschläge machen.

Ergebnis der Verbraucherumfrage, durchgeführt von Galopp Umfragen:

Gefragt wurden 1 500 Verbraucher in den Altersgruppen 12 - 18, 18 - 25, über 25
Meinung der Altersgruppe 12 - 18: Produkte zu teuer und altmodisch
Meinung der Altersgruppe 18 - 25: Produkte verlässlich
Meinung der Altersgruppe über 25: Produkte nicht billig, aber von guter Qualität
Nur 5% der befragten Personen wussten, dass wir auch hochmoderne Mountain Bikes verkaufen.

Verkaufszahlen für das neue Mountain Bike "Hiker"

Januar - Juni 2000 1300 verkaufte Räder
Juni - Dezember 2000 920 verkaufte Räder

Verkäufe innerhalb von Altersgruppen:

12 – 18	12%
18 – 25	15%
25 – 35	21%
über 35	52%

Bisherige Werbung:

Anzeigen in Tageszeitungen, bei denen Qualität und langjährige Erfahrung betont wird
Bisher keine Werbung im Fernsehen
Nur vereinzelt Reklamezettel in größeren Städten
Slogan 15 Jahre alt

Allgemein:

Funktionale Verpackung der Fahrräder ohne Farbe
Kein besonderes Kennzeichen oder Symbol der Produkte

(25 Punkte)

Musterantwort zu Aufgabe 2

Bericht über Abnahme der Verkaufszahlen/Verbesserungsvorschläge

Ich wurde von Herrn Lenz beauftragt, die Abnahme der Verkaufszahlen in letzter Zeit zu untersuchen, Gründe anzugeben und auch Vorschläge zu machen, wie die Zahlen verbessert werden könnten. Dabei berücksichtigte ich die Ergebnisse einer Verbraucherumfrage, Verkaufszahlen von unserem Mountain Bike im letzten Jahr, unserer bisherige Werbung und allgemeine Feststellungen.

Ergebnis der Untersuchung:

- 1 Die Verkaufszahlen für das neue Mountain Bike 'Hiker' sind in den letzten 6 Monaten um rund 30 % zurückgegangen, der erwartete höhere Umsatz zu Weihnachten fiel aus.
- 2 Die meisten unserer Kunden sind über 35 Jahre alt.
- 3 Angehörige dieser Altersgruppe beschreiben unsere Räder mit den Worten "von guter Qualität, aber nicht billig".
- 4 Jüngere Altersgruppen finden unserer Räder verlässlich, aber Jugendliche halten unsere Produkte für zu altmodisch und zu teuer.
- 5 Nur ein sehr geringer Prozentsatz der befragten Personen kannten unser Mountain Bike Sortiment.
- 6 Werbung für unsere Produkte beschränkt sich auf Anzeigen in Tageszeitungen und nur vereinzelt Reklamezetteln, die in größeren Städten verteilt werden.
- 7 Der Werbeslogan für unsere Produkte ist 15 Jahre alt.
- 8 Die Verpackung unserer Räder ist funktional und weist keine farbigen Elemente auf.
- 9 Unsere Produkte führen kein besonderes Kennzeichen oder Logo.

Vorschläge

Ich glaube, dass schlechtes Marketing der Grund für die sinkenden Verkaufszahlen ist. Wir präsentieren ein altmodisches Image und werben für unser Produkte nicht weitflächig genug. Dieses könnte jedoch mit einer neuen Werbe-Kampagne behoben werden. Ich schlage deshalb vor:

- 1 Werbung sollte im Fernsehen und in Zeitschriften erscheinen, vor allem in Jugendmagazinen.
- 2 Dabei sollten neben Funktionalität, Qualität und langjähriger Erfahrung auch moderne Aspekte betont werden (z.B. junge Leute, poppige Farben)
- 3 Die Verpackung unserer Produkte könnte ebenfalls moderner und farbiger gestaltet werden, um jüngere Leute anzuziehen.
- 4 Ein Logo sollte für unsere Produkte entworfen werden, das auch jüngere Kunden anspricht.
- 5 Ein neuer moderner Slogan sollte gefunden werden.

AUFGABE 3

Situation: Sie arbeiten für das Versandhaus "Europa", das plant, in den E-Commerce einzusteigen. Sie sind der Projektleiter dafür und haben den Auftrag, zu untersuchen, wie groß die Erfolgchancen sind.

Sie haben Informationen von verschiedenen Quellen, die Ihnen helfen sollen, die Fragen der Geschäftsleitung zu beantworten, die Sie auf der nächsten Seite finden.

1 Auszug aus einem Artikel der *WirtschaftsWoche*

Unter den jungen Onlinestartups grassiert der Pleitevirus - und nur wenige schaffen es, Geld aus der Pleite zu retten. Das Musikgeschäft trifft dieses Problem besonders heftig: Allein im vergangenen Monat mussten drei europäische Web-Plattenläden zumachen.

Stark gefährdet sind in erster Linie Betreiber von Onlineshops, vor allem solche, die sich auf Business-to-Consumer-Geschäfte (B2C), also das Geschäft mit Privatkunden, spezialisiert haben. Zu viele dieser Betreiber haben keine tragfähigen Geschäftskonzepte. "Die Frage, warum potenzielle Kunden statt im klassischen Handel im Netz einkaufen sollten, haben sich viele E-Commerce-Anbieter nie gestellt", sagt Johannes Schumacher, der Chef des E-Business-Consultants Com21 aus Düsseldorf. Zusammen mit seinem Team hat er ein Testkonzept entwickelt, mit dessen Hilfe sich die Erfolgsaussichten von E-Business-Geschäftsmodellen schon vorab überprüfen lassen. Schwerpunkt der Analyse ist neben Kriterien wie Marktbekanntheit, technische Umsetzung oder strategische Bedeutung im Unternehmen vor allem ein Kriterium: der so genannte N@vantage. Der Begriff steht für den internetspezifischen Zusatznutzen, den der Online-Shop seinen potenziellen Kunden bietet.

Geld von Investoren haben die meisten Onlineshops - trotz steigender Nutzerzahlen - auch weiterhin dringend nötig. Fast alle hoffen bei Umsatzerwartungen zwischen 8 und 120 Millionen Mark bis 2002 schwarze Zahlen zu schreiben.

2 Quelle: Forrester Research

Wachstum des Onlineeinzelhandels in Europa (Prognose bei Mitte 2002)
(Umsatz in Millionen Euro)

Niederlande	50 000
Schweden	70 000
Frankreich	90 000
Großbritannien	110 000
Deutschland	130 000
Rest-Europa	30 000

FORTSETZUNG AUFGABE 3

3 Auszug aus einem Bericht von *WirtschaftsWoche* und Com21

E-Profile:

GoodToys.de

Der 1999 gestartete
Onlinespielzeughändler offeriert 40 000
Bücher und Spielsachen.
Umsatz 2000: 30 Millionen

N@vantage: Produktvielfalt. Beratung
durch Zeitschriften oder
Käuferurteile im Netz

Schwächen: Vielfalt macht den Shop
unübersichtlich. Keine
individuellen Offerten.

Lesen.de

Der Shop verkauft Bücher, CDs, Videos
und Software.

Umsatz 2000: 40 bis 45 Millionen Mark

N@vantage: Stark in der Beratung,
große Auswahl.

Schwächen: Nicht genug Personalisierung

Kaufhaus.de

Web-Ableger des Versandhaus-
Klassikers mit ebenso umfang-
reichem Produktangebot.

Umsatz 2000: 4000 Millionen Mark

N@vantage: großes Sortiment mit
umfangreichen
Produktinformationen.

Schwächen: Keine Personali-
sierung des Angebots.

Aufgabe: Beantworten Sie mit Hilfe der obigen Informationen die Fragen der Geschäftsleitung.

Beantworten Sie die Fragen so weit wie möglich mit eigenen Worten, um Ihr Verständnis zu demonstrieren. Bei einigen Fragen werden Sie nach Ihrer Meinung gefragt.

- (a) In welchen 3 Ländern wird in den nächsten Jahren der Onlineeinzelhandel am meisten wachsen? (Nennen Sie das Land mit dem größten Wachstum zuerst.) (3 Punkte)
- (b) Welche Art von Geschäften sind besonders gefährdet, keinen Erfolg im E-Business zu haben? (4 Punkte)
- (c) Was soll das Testkonzept von Schumacher prüfen? (3 Punkte)
- (d) Was sind die Kriterien dieses Testkonzeptes? (3 Punkte)
- (e) Was ist laut dem Bericht von Com21 und der *WirtschaftsWoche* die Hauptschwäche bei den existierenden Onlinegeschäften? (2 Punkte)
- (f) Was ist die Stärke des Internetablegers der Versandhausfirma? (2 Punkte)
- (g) Was bedeutet der Ausdruck "schwarze Zahlen schreiben" in dem Artikel der *WirtschaftsWoche*? (3 Punkte)
- (h) Was sollte eine Firma, die ins E-Business einsteigen möchte, Ihrer Meinung nach tun? (5 Punkte)

(insgesamt 25 Punkte)

Musterantwort zu Frage 3

- (a) Deutschland
Großbritannien
Frankreich
- (b) Geschäfte, die an Privatkunden verkaufen, sogenannte B2C-Geschäfte, sind besonders gefährdet, auf dem E-Business-Markt zu scheitern.
- (c) Das Testkonzept prüft, inwieweit ein E-Business-Geschäftskonzept erfolgreich sein wird.
- (d) Kriterien sind Marktbekanntheit, technische Umsetzung, strategische Bedeutung und N@vantage-Zusatznutzen, d.h. welchen besonderen Nutzen würde dieser On-Line-Shop seinen Kunden im Internet bieten.
- (e) Das Angebot bei den heutigen Onlinegeschäften ist nicht individuell genug ausgerichtet.
- (f) Viele Artikel werden angeboten und viel Information zu den Produkten wird gegeben.
- (g) Der Ausdruck bedeutet Gewinne zu machen
- (h) Vor Geschäftseröffnung sollte man ein funktionierendes Geschäftskonzept überlegen und die Erfolgsaussichten vorab prüfen, außerdem sollte man Geld von Investoren vorab sichern.

AUFGABE 4

Situation: Sie arbeiten in der Produktionsabteilung von MüllerSaft, einer Firma, die Erfrischungsgetränke herstellt. Der Leiter Ihrer Abteilung, Herr Thomas, zeigt Ihnen folgendes Fax, das er gerade bekommen hat, und gibt Ihnen weitere Anweisungen.

Qualitätskontrolle Müllersaft
Pelzer, Abteilungsleiter

AN Herr Thomas, Produktionsabteilung
FAX NUMMER 0232 8350233
DATUM 18. Oktober
ANZAHL DER SEITEN 1

Betrifft: Probleme mit Serie AW/4030

Wie wir bei der regelmäßigen Qualitätskontrolle festgestellt haben, ist in alle Flaschen der Reihe "Orangenfizz" Reinigungsmittel gelangt, und zwar in der Serie AW/4030. Diese Ladung ist leider bereits an Supermärkte und Lebensmittelgeschäfte ausgeliefert worden.

Die betreffenden Flaschen müssen nun schnellstens vom Verkauf zurückgezogen werden. Bitte benachrichtigen Sie die Supermärkte so schnell wie möglich.

"Ich habe gerade dieses Fax bekommen und wir müssen schnellstens alle Supermärkte und Lebensmittelgeschäfte benachrichtigen. Schicken Sie an alle ein Email. Geben Sie ihnen die Seriennummer und sagen Sie ihnen, alle Flaschen müssen sofort vom Verkauf zurückgezogen werden.

Wir brauchen auch die Anzahl der betroffenen Flaschen in jedem Geschäft, so dass wir den Rücktransport in unsere Fabrik organisieren können. Erwähnen Sie auch eine Entschuldigung.

Außerdem sollten Kunden, die Flaschen in die Geschäfte zurückbringen, einen kostenlosen Orangensaft unserer Firma erhalten.

Schreiben Sie auch ein Schild mit einer Entschuldigung, das wir in den Supermärkten und Geschäften aufhängen können. Verbraucher sollten Flaschen mit der betreffenden Seriennummer in die Geschäfte zurückbringen, so dass Ihnen der Preis erstattet werden kann."

- Aufgabe:**
- (a) **Schreiben Sie ein Email** an alle Supermärkte und Geschäfte. (15 Punkte)
 - (b) **Schreiben Sie ein Schild** nach den Anweisungen. (10 Punkte)
- (insgesamt 25 Punkte)**

Musterantwort zu Aufgabe 4

(a) Email

An den Geschäftsführer

Wie wir bei unser regelmäßigen Qualitätskontrolle festgestellt haben, ist durch einen Fehler in Flaschen des Erfrischungsgetränks 'Orangenfizz' Reinigungsmittel gelangt.

Diese Flaschen befinden sich bereits in Ihrem Geschäft. Es handelt sich um Flaschen der Serie AW/4030. Wir möchten Sie bitten, die betreffenden Flaschen sofort vom Verkauf zurückzuziehen.

Könnten Sie uns bitte auch die Anzahl der betroffenen Flaschen in Ihrem Geschäft mitteilen, damit wir den Rücktransport in unsere Fabrik so schnell wie möglich organisieren können.

Wir möchten uns bei Ihnen für die entstandene Mehrarbeit entschuldigen. Würden Sie bitte Kunden, die betroffene Flaschen zurückbringen, den Kaufpreis erstatten und ihnen eine neue Flasche Orangensaft unserer Firma kostenlos geben.

i.A. (Name des Kandidaten)

(b) Schild

BEKANNTMACHUNG

ERISCHUNGSGETRÄNK 'ORANGENFIZZ'

Die Produktionsserie AW/40/30 des Erfrischungsgetränkes 'Orangenfizz' muss zurückgezogen werden, da sich in den Flaschen Reinigungsmittel befindet.

Bitte bringen Sie gekaufte Flaschen dieser Serie in das Geschäft zurück. Der Kaufpreis wird selbstverständlich zurückerstattet.

Geschäftsdeutsch Dritte Stufe

Ziel

Das Ziel dieses Zertifikates ist, die Fähigkeit des Kandidaten zu entwickeln:

- Deutsch auf unterschiedliche Weise in einer Reihe von geschäftsbezogenen Situationen zu verstehen und zu schreiben
- angemessene Formate und Stilformen zu benutzen, um eine Reihe von geschäftsbezogenen Schriftstücken für unterschiedliche Leser und Zwecke zu verfassen

Ein unterstützendes Lernziel für Kandidaten, deren Muttersprache nicht Deutsch ist, ist eine Prüfung der vergleichbaren Fähigkeit, Deutsch auf einem gleichwertigen Niveau zu sprechen, zu bestehen. Dies ist **entweder** die freiwillige angeschlossene Prüfung für gesprochenes Geschäftsdeutsch **oder** die entsprechende Prüfung Foreign Languages for Industry and Commerce (FLIC) auf der Dritten Stufe.

Zielsetzungen

Ein erfolgreicher Kandidat wird in der Lage sein:

- Methoden zur Bearbeitung, Demonstration und Interpretation von Informationen in einer Reihe von gebräuchlichen Geschäftssituationen zu verwenden
- einen jeweils angemessenen Ton und Stil für unterschiedliche gebräuchliche geschäftsbezogene Situationen zu demonstrieren
- fortgeschrittene Fähigkeiten zu demonstrieren bezüglich:
 - Layout von Geschäftsdokumenten
 - Korrektheit in Bezug auf eine vorgegebene Anweisung
 - kommunikative Wirkung
- an einer Geschäftssituation in einem vorgegebenen Kontext teilzunehmen, um eine bestimmte Aufgabe für einen Arbeitgeber zu erfüllen
- Informationen in einer vorgegebenen Geschäftssituation zu übertragen und umzuformulieren
- Fantasie, Originalität und Kenntnis von Geschäftsangelegenheiten zu demonstrieren, indem die vorgegebene Rolle in einer Geschäftssituation erfüllt wird
- angemessenen sprachliche Formen für die Erfordernisse in einer Geschäftssituation zu verwenden, so dass:
 - ausreichend korrektes Deutsch verstanden und spezielle geschäftsbezogene Begriffe ausgedrückt werden können
 - in einer Geschäftssituation gebräuchliche idiomatische Formen verstanden und angewendet werden

- Feinheiten im Detail und Bedeutung von vorgegebenem deutschen Material verstanden werden
- begrenzter Gebrauch des erlaubten Wörterbuches während der Prüfung gemacht wird

Zielgruppe und Progression der Kandidaten

Dieses Zertifikat ist auf Kandidaten zugeschnitten, die ein Niveau im Gebrauch des Deutschen erreicht haben, das es ihnen ermöglicht, akzeptables Deutsch zu schreiben, ohne einen Arbeitgeber in Verlegenheit zu bringen.

Dieses Zertifikat ist für diejenigen vorgesehen, die sich über dem Niveau der Stufe 2 für Geschäftsdeutsch befinden. Es dient außerdem als Brückenkurs für diejenigen, die auf LCCIEB Geschäftsdeutsch Stufe 4 hinarbeiten.

Das Niveau dieses Zertifikats stimmt mit der Dritten Stufe des LCCIEB Sprachkonzeptes überein. Kandidaten sollten sich auf dem Council of Europe Vantage Level oder dem UK National Standards (NQF) Level 3 befinden.

Lehrplanthemen

- 1 Verfassen eines Geschäftsbriefes
- 2 Aufsetzen eines internen Firmenberichtes
- 3 Verständnis eines geschäftsbezogenen Textes
- 4 Umwandlung und Umformulierung von geschäftsbezogenen Texten und Daten

Zusätzlich wird von Prüfungskandidaten eine sprachliche Kompetenz erwartet, wie sie in den Lehrplaninhalten 5 bis 8 beschrieben wird.

Erfassung der Lehrplaninhalte in der Prüfung

Die Prüfung besteht aus 4 Pflichtaufgaben, die sich auf die obigen 4 Lehrplanthemen beziehen. Jede Aufgabe wird mit der gleichen Punktezahl bewertet.

Prüfungsformat

Prüfungskandidaten unterziehen sich einer 3-stündigen Prüfung, die aus den folgenden 4 Fragen besteht:

- Frage 1 besteht aus dem Aufsetzen eines Briefes, wobei der Schreibanlass ein eingegangener Brief oder Anweisungen des Arbeitgebers oder beides ist. Die Prüfungsanweisungen beinhalten Angaben, auf die sich der Antwortbrief möglicherweise beziehen sollte, und Hinweise auf den erforderlichen Ton des Briefes

- Frage 2 beinhaltet das Aufsetzen eines internen Berichtes, der sich auf Rohangaben in Form von Schaubildern, Notizen, Zeitungsausschnitten, Diagrammen, Tabellen usw. bezieht. Kandidaten sollten diese Angaben verstehen, auswählen, miteinander vergleichen und falls nötig ergänzen, um den Bericht unter dem vorgegebenen Aspekt zu schreiben.
- Frage 3 besteht aus einer Verständnisaufgabe, bei der Kandidaten ihr Verständnis von vorgegebenen Informationen zu einem bestimmten Zweck demonstrieren sollten. Diese Informationen können aus einem Artikel, einem Auszug aus einer Zeitschrift, einem Firmenbericht, einem Rundschreiben, einer Ausschreibung oder einer anderen Form von geschäftsbezogenem Text bestehen, die Kandidaten auf diesem Niveau geläufig sein sollte.
- Frage 4 ist eine Umwandlungsaufgabe, die die Umformulierung einer Nachricht für einen bestimmten Zweck verlangt. Kandidaten sollten ein Memo von einem Fax, Brief oder Computerausdruck, oder die Inhaltsangabe eines Artikels, oder die Zusammenfassung eines Telefongesprächs zur Diskussion, oder ein Fax von einer Firmenmitteilung, Anweisungen des Arbeitgebers usw. verfassen.

Benötigte Unterrichtsstunden

Der LCCIEB empfiehlt 140-160 benötigte Unterrichtsstunden (BU) als eine angemessene Kursdauer für einen 'durchschnittlichen' Kandidaten auf dieser Stufe. Diese Zeit beinhaltet sowohl direkte Unterrichtszeit als auch die Zeit, in der die Arbeit der Kandidaten von dem Lehrer beaufsichtigt wird. Es bleibt letztendlich jedoch Aufgabe der Schulungszentren, eine angemessene Kursdauer festzulegen, die von den Fähigkeiten und Vorkenntnissen der Kandidaten abhängt. Die Erfahrung des LCCIEB zeigt, dass die Zahl der BU von Schulungszentrum zu Schulungszentrum große Unterschiede aufweisen kann.

Richtlinien für Antworten der Kandidaten

Format der Antworten

Diese Stufe prüft auf einem höheren Niveau die sprachlichen Fähigkeiten und Geschäftskennntnisse, die schon auf der Stufe 2 geprüft wurden. Die Methoden zu Bearbeitung, Demonstration, Interpretation, Umwandlung und Umformulierung, die schon auf den vorherigen Stufen eingeführt wurden, werden für fortgeschrittenere Aufgaben eingesetzt. Dabei wird vorausgesetzt, dass eine so genaue Kontrolle und Überprüfung, wie sie auf den niedrigeren Stufen erforderlich waren, nicht nötig sind, und dass erfolgreiche Kandidaten in der Lage sein werden, außer einigen stilistischen Inkorrektheiten und Flüchtigkeitsfehlern alle sprachlichen Aufgaben erfolgreich ausführen können, die ein Arbeitgeber ihnen stellen könnte.

Bei Frage 1 muss der Brief des Kandidaten abgeschickt werden können und muss daher korrekt in Layout und Sprache und angemessen in Ton und Inhalt sein.

Bei Frage 2 muss der Bericht klar, gut strukturiert und logisch unter Benutzung von Paragraphen gegliedert und - wo erforderlich - nummeriert sein. Die Sprache sollte korrekt und stilistisch angemessen sein, so dass der Bericht für interne Verteilung geeignet ist. Die Prüfungsanweisungen geben Richtlinien in Bezug auf den erforderlichen Ton und Inhalt.

Frage 3 prüft nicht nur ein sachliches Verständnis, sondern auch das Verständnis von Argumenten, Voreingenommenheit, Überredungskunst und interner Organisation. Dieses Verständnis sollte unter Anwendung sparsamster sprachlicher Mittel demonstriert werden, z.B. Satzteile, Zahlen, einzelne Wörter, Schaubilder, Organigramms von Unternehmen usw.

In Frage 4 gilt es, sicherzustellen, dass eine in einer bestimmten Form erhaltene Nachricht in einer anderen Form übermittelt wird. Dies beinhaltet das Reduzieren von längeren Nachrichten, das Erweitern von fragmentarischen Nachrichten, Ergänzen von inadäquaten Nachrichten oder die Auswahl aus wortreichen Nachrichten. Bei der Übertragung von einer Form in die andere muss der Kandidat einen angemessenen Ton und ein angemessenes Format verwenden.

Es wird erwartet, dass das Deutsch der Kandidaten korrekt ist in Bezug auf Grammatik, Interpunktion und Rechtschreibung sowie in Bezug auf gebräuchliche Umgangskonventionen. Jede Frage erfordert eine Antwort, die:

- **korrekt** ist im förmlichen Sinne (sofern nicht anders verlangt) in Bezug auf:
 - Grammatik, Interpunktion, Rechtschreibung, Layout
 - gute nicht-literarische Geschäftskommunikation
 -
- **angemessen** ist in Bezug auf
 - Teilnahme an einer imaginären Geschäftssituation, falls verlangt
 - Eignung für die Situation und jede erforderliche gesellschaftliche Rolle
 - Demonstration von Entschlossenheit, Höflichkeit, Überzeugungskraft, Takt usw.
- **adäquat** in praktischen Geschäftssituationen in Bezug darauf, dass:
 - der Zweck der Kommunikation erreicht wird
 - die Aufgabe erfolgreich erfüllt wird
 - das korrekte Format gewählt wird
 - wesentliche Inhaltspunkte erwähnt werden
 - irrelevante Informationen ausgelassen werden
 - Ordnung, Klarheit, Ausgewogenheit und Relevanz ersichtlich sind

Punkte werden unterschiedlich für Inhalt, Ton, Stil, Layout, Richtigkeit und kommunikative Effektivität vergeben, je nach Art der einzelnen Aufgaben. Kandidaten nehmen an einer Geschäftssituation in einem Kontext teil, wobei sie ausreichende Informationen in Bezug auf eine adäquate Antwort erhalten. Spielraum für Fantasie, Originalität und geschäftliches Hintergrundwissen bei der Erfüllung der Rolle und Entwicklung der Situation wird ebenfalls gegeben.

Das Deutsch der Kandidaten sollte im überwiegenden Maße korrekt, spezialisiert und idiomatisch sein, so dass Feinheiten in Detail und Bedeutung in dem vorgegebenen deutschen Material erkannt werden und solche Feinheiten beim Schreiben ausgedrückt werden können.

Von Kandidaten wird verlangt, Angemessenheit und Adäquatheit zu beurteilen. Sie sollten in der Lage sein, eine Situation, die nur in Bruchstücken vorgegeben wird, in ihrer Gesamtheit zu erfassen und sprachlich so zu reagieren, dass es ihrem Geschäft nützlich wäre.

Kandidaten sollten so weit wie möglich vermeiden, ganze Satzteile oder Sätze aus den Prüfungsaufgaben abzuschreiben.

Die Kandidaten dürfen ein Wörterbuch mit in die Prüfung nehmen. Dieses Wörterbuch kann entweder ein deutsches Standardwörterbuch oder ein Wörterbuch Deutsch/Fremdsprache sein. Der Prüfungsausschuss kann bei der Auswahl des Wörterbuches den Kandidaten keine Hilfe leisten, die Auswahl geht daher ausschließlich auf eigenes Risiko der Kandidaten. Wörterbücher schlechter Qualität könnten sich als irreführend erweisen, und zu Zeitverlust führen, sollten Kandidaten diese häufig konsultieren müssen.

Prüfungskandidaten wird außerdem empfohlen, sich auf die Musterantworten für Geschäftsdeutsch Stufe 3 sowie auf Prüferberichte und Prüfungsmaterial vergangener Jahre (wenn erhältlich) zu beziehen.

Varianten der deutschen Sprache

Alle Hauptvarianten der deutschen Sprache (Hochdeutsch, Österreichisch und Schweizerdeutsch) werden bei den Antworten der Kandidaten akzeptiert, solange eine Variante **konsequent** verwendet wird. Bei den Antworten der Kandidaten werden die alte und neue Rechtschreibregelung akzeptiert, sofern eine Regelung konsequent verwendet wird.

Bewertungsmaßstäbe

Benotung

Bestanden	50%
Gut bestanden	60%
Ausgezeichnet bestanden	75%

Punkteverteilung

- Wo zutreffend werden Punkte in Prozent für jede Frage in Klammern gezeigt
- Alle Fragen werden mit der gleichen Punktezahl bewertet

Frage 1 Der Geschäftsbrief (25%)

- Layout (20)
- Inhalt (40)
- Stil und Eindruck (20)
- Korrektheit (20)

Frage 2 Der Bericht (25%)

- Struktur und Präsentation des Inhalts (40)
- Format (20)
- Layout und Genauigkeit (40)

Frage 3 Verständnisaufgabe (25%)

- Kandidaten sollen einen Textabschnitt lesen, an einer Geschäftssituation teilnehmen und eine Frage beantworten.
- Im Durchschnitt sollen etwa 10 Fragen beantwortet werden, deren Punktwert vom Schwierigkeitsgrad bestimmter Textpunkte oder Informationen aus dem Gesamttext abhängt.
- Sprachliche Korrektheit sollte bei Antworten, die durch Satzteile, Zahlen, Schaubilder usw. gekennzeichnet sind, nicht unbedingt als bedeutend angesehen werden.

Frage 4 Umwandlungsaufgabe (25%)

- Normalerweise erfordert diese Aufgabe die Erfüllung von 2 voneinander abhängigen Aufgaben, die sich auf dieselbe Situation beziehen.
- Die Punkteverteilung für beide Aufgaben kann unterschiedlich sein und hängt ab von dem Schwierigkeitsgrad und erforderlichen Aufwand. Eine typische Punkteverteilung ist:
 - Inhalt (45)
 - Sprache und Ton (45)
 - Layout (10)

Empfohlene Bücherliste und Hilfsmaterial

Titel	Autor	Verlag	ISBN Nummer
Help yourself to Advanced German Grammar	Michael Spencer Morag McCrorie	Longman	0 - 582 - 41991 - 3
German Business Correspondence	Paul Hartley	Routledge	0 - 415 - 13714 - 4
Deutsches Business- Magazin	Tristram Carrington- Windo Katrin Kohl	Hodder & Stoughton	0 - 340 - 55540 - 8
studium Wirtschaftsdeutsch	Gerlinde Butzpahl Colin Riordan	Hodder & Stoughton	0 - 340 - 52062 - 0
Lehr- und Übungs- buch der deutschen Grammatik	Dreyer- Schmitt	Verlag für Deutsch	3 - 88532 - 608 - 6

Hilfsmaterial

Prüferberichte, Musterantworten und Prüfungsmaterial vergangener Jahre (wenn erhältlich) können von der Kundendienstabteilung des LCCIEB gekauft werden.

Zertifikate für Geschäftsdeutsch im Ermessen des Prüfungsausschusses

Der Prüfungsausschuss kann ein besonderes Zertifikat für Geschäftsdeutsch an berechtigte Kandidaten verleihen. Kandidaten, die ein Bestanden auf einer Stufe knapp verfehlt haben, können für ein Zertifikat auf der niedrigeren Stufe berücksichtigt werden. Um dieses Zertifikat zu erhalten, darf der Kandidat vorher nicht an der Prüfung der niedrigeren Stufe in derselben Serie teilgenommen haben und durchgefallen sein.

Entsprechende Kandidaten werden auf ihrem Ergebnisschein über ihre Berechtigung zu einem solchen Zertifikat informiert. Kandidaten können dann bei dem Prüfungsausschuss durch Benutzung des Formulars GfB und Bezahlung der angemessenen Gebühr ein Zertifikat beantragen - Einzelheiten sind der Gebührenordnung zu entnehmen.

Möglichkeit eines mündlichen Tests

Für diejenigen Kandidaten von Geschäftsdeutsch, die ein Zertifikat für ihre Fähigkeiten im Sprechen und Hörverständnis erwerben wollen, gibt es auf der Dritten Stufe einen freiwilligen mündlichen Test, der vom Prüfungszentrum abgehalten wird.

Kandidaten und Prüfungszentren sollten sich darüber im Klaren sein, dass viele Colleges und Universitäten ein Bestanden in dem mündlichen Test als obligatorischen Teil ihrer Aufnahmebedingungen verlangen.

In diesem Test haben die Kandidaten 5 Minuten allein als Vorbereitungszeit, der ein 2-minütiges allgemeines Gespräch als Einleitung und ein 8-minütiges Gespräch folgen. Das 6-minütige Gespräch bezieht sich auf ein Thema, das der Prüfer in Übereinstimmung mit dem schriftlichen Lehrplan wählt. Kandidaten werden über das Thema informiert, wenn ihnen zu Beginn der Vorbereitungsphase des Tests Beispielfragen gegeben werden.

Die Lehrplanthemen für den mündlichen Text sind folgende:

- 1 Lebensunterhalt verdienen
- 2 Produkt und Verkauf von Waren
- 3 Handel
- 4 Geld
- 5 Transport
- 6 Kommunikationen
- 7 Ausbildung
- 8 Reisen und Tourismus

Die Kandidaten erhalten ein Bestanden (P) oder Nicht Bestanden (F) und werden aufgrund folgender Kriterien bewertet:

- 1 Wortschatz und Unterhaltung
- 2 Verständnis
- 3 Flüssiges Sprechen und aktive Teilnahme am Gespräch
- 4 Grammatik
- 5 Aussprache

Für weitere Informationen ist ein Informationsblatt mit Richtlinien für Prüfer der mündlichen Tests sowie eine begleitende Kassette vom LCCIEB kostenlos erhältlich.

Es ist zu beachten, dass Prüfungszentren eine Mindestzahl von 6 mündlichen Tests pro Kandidatenmeldung auf Kassette aufnehmen müssen (alle Kandidaten, falls deren Zahl unter 6 liegt), und diese Kassette dem Prüfungsausschuss zur Kontrolle zusammen mit den ausgefüllten Ergebnisformularen zuschicken müssen.

Wo es verwaltungstechnisch möglich ist, kann stattdessen eine gleichwertige Stufe der Prüfung Foreign Languages for Industry and Commerce (FLIC) erworben werden, und zwar durch einen kombinierten Aufnahmeprozess. Einzelheiten können dem gesonderten FLIC Handbuch entnommen oder direkt beim LCCIEB erfragt werden.

Lehrplanthemen

Behandelte Punkte

1 Verfassen eines Geschäftsbriefes

Kandidaten sollten in der Lage sein:

Der Schreibanlass für den Brief ist:

- ein eingegangener Brief/Anweisungen des Arbeitgebers oder beide
- Informationen in den Prüfungsanweisungen auf die sich der Antwortbrief beziehen soll
- Hinweis auf den erforderlichen Ton

- 1.1 Einen Brief, der sich auf vorgegebene Informationen bezieht, im Hinblick auf ein bestimmtes Ziel oder Anweisungen zu verfassen
- 1.2 Einen angemessenen Ton für den bestimmten Anlass zu verwenden
- 1.3 Gebräuchliche Formen der Geschäftskorrespondenz durchgehend zu verwenden in Bezug auf:
 - 1.3.1 Layout, Adresse, Grußformen, Briefschluss usw
 - 1.3.2 Sprache, die in Geschäftskorrespondenz gebräuchlich ist
- 1.4 Durchgängig sprachliche Korrektheit und Genauigkeit zu demonstrieren
- 1.5 Geschäftsvokabular und Strukturen zu demonstrieren, die diesem Niveau angemessen sind und Flüssigkeit in diesen zu demonstrieren
- 1.6 Kohärenz und Zusammenhalt zu demonstrieren, um ein flüssiges Lesen sicherzustellen
- 1.7 Adäquate Einteilung in Abschnitte vorzunehmen

- 1.8 Wiederholtes und offensichtliches Abschreiben von Informationen aus den Prüfungsanweisungen zu vermeiden
- 1.9 Sicherzustellen, dass die Länge des Briefes dem vorgegebenen Anlass entspricht
- 1.10 Sicherzustellen, dass der geschriebene Brief abgeschickt werden könnte

2 Aufsetzen eines internen Firmenberichts

- bezieht sich auf Arbeitsmaterial in Form von Schaubildern, Notizen, Zeitungsausschnitten, Diagrammen, Tabellen usw.
- erfordert Auswahl und Vergleich der Angaben
- ergänzt die Angaben, um den vorgegebenen Anweisungen zu entsprechen

Kandidaten sollten in der Lage sein:

- 2.1 Den Zweck des Berichts zu demonstrieren, indem sie klar und strukturiert schreiben
- 2.2 Sofern verlangt dem Bericht fiktive Inhaltspunkt hinzuzufügen
- 2.3 Das Material des Berichts angemessen zusammenzustellen, anstatt lediglich von den Prüfungsanweisungen abzuschreiben
- 2.4 Die allgemeinen Regeln für das Schreiben eines Berichtes zu beachten, die von dem Zweck des Berichtes und den vorgegebenen Informationen bestimmt werden
- 2.5 Die Inhaltspunkte in Bezug auf Überschriften, Abschnitte und Einrückungen einzuteilen
- 2.6 Die Abschnitte und Teile des Berichts logisch zu nummerieren

- 2.7 Eine korrekte und stilistisch angemessene sachliche Sprache zu verwenden, die gewöhnlich neutral sein und auf Tatsachen beruhen sollte
- 2.8 Den Erfordernissen der internen Verteilung des Berichtes innerhalb der Firma zu entsprechen

3 Verständnis eines geschäftsbezogenen Textes

Von dem Kandidaten wird erwartet, einen Textauszug zu lesen,
- wie z.B.:

- Zeitungsartikel oder Auszug aus einer Zeitschrift
- Firmenbericht oder Rundschreiben
- andere Formen von Geschäftskorrespondenz

Kandidaten sollten in der Lage sein:

- 3.1 Sicherzustellen, dass sie die Bedeutung des Textauszuges voll und ganz verstanden haben, bevor sie die Fragen beantworten
- 3.2 Ein sachliches Verständnis des Textauszuges zu demonstrieren
- 3.3 Vorhandene Argumente, Voreingenommenheit und Überredungskunst festzustellen und zu bearbeiten
- 3.4 Fragen und Anweisungen zu beantworten, indem angemessene knappe sprachliche Mittel eingesetzt werden. Diese können aus Satzteilen, Zahlen, einzelnen Wörtern, Schaubildern, Organigrammen usw. bestehen
- 3.5 Sich der Tatsache bewusst sein, dass die Antworten nicht unbedingt in Reihenfolge der Fragen im Text behandelt werden müssen
- 3.6 Fragen zu beantworten, indem Informationen aus dem gesamten Text eingeholt werden

- 3.7 Zu vermeiden, Formulierungen aus dem Text zur Beantwortung der Fragen abzuschreiben, außer in Fällen, in denen es unbedingt nötig ist

4 Umformung und Umwandlung von geschäftsbezogenen Texten und Informationen

Dem Kandidaten werden Informationen in einer Form (z.B. Text eines Telefongesprächs) gegeben, die er dann gewöhnlich in zwei andere Formen (z.B. ein Fax oder eine Firmenmitteilung) umformulieren muss.

Kandidaten sollten in der Lage sein, folgende Formen von Geschäftskommunikation zu verfassen:

- 4.1 Ein *Memo* von z.B. einem Fax, Brief oder Computerausdruck
- 4.2 Die *Inhaltsangabe* eines Artikels
- 4.3 Die *Zusammenfassung* eines Telefongesprächs oder einer Diskussion
- 4.4 Ein *Fax* von einer Firmenmitteilung oder gemäß den Anweisungen des Arbeitgebers
- 4.5 *Notizen* aufgrund schriftlicher oder mündlicher Informationen
- 4.6 Eine korrekt aufgesetzte *Benachrichtigung*
- 4.7 Angemessen aufgesetzte *Nachrichten* zu verschiedenen Zwecken
- 4.8 Eine *Liste* oder *Anleitungen* von einem Text

Der Kandidat sollte sicherstellen:

- 4.9 Dass bei der Übertragung der Angaben ein angemessenes Format und Ton verwendet werden

- 4.10 Dass die in einer Form erhaltene Nachricht in die erforderliche Form übertragen wird. Dies kann folgendes beinhalten:
 - 4.10.1 längere Nachrichten ohne Informationsverlust zu verkürzen
 - 4.10.2 bruchstückhafte Nachrichten zu erweitern
 - 4.10.3 inadäquate Nachrichten zu ergänzen
 - 4.10.4 aus wortreichen Nachrichten auszuwählen

5 Sprachliche Kompetenz (Strukturen)

Kandidaten sollten in der Lage sein:

- 5.1 Folgende Verbformen zu gebrauchen:
 - 5.1.1 Konjunktiv II in den Gegenwarts- und Vergangenheits-Formen aller Verben
 - 5.1.2 Konjunktiv I (indirekte Rede)
 - 5.1.3 Futur II (z.B. *Wir werden die Waren bis Montag geliefert haben*)
 - 5.1.4 Passiv Präsens, Imperfekt und Perfekt
 - 5.1.5 Perfekt der Modalverben
- 5.2. Sätze mit Infinitivkonstruktionen zu gebrauchen:
 - 5.2.1 *um...zu*
 - 5.2.2 *ohne...zu*
 - 5.2.3 *anstatt...zu*
- 5.3 Verben mit präpositionalem Objekt zu gebrauchen (z. B. *wir interessieren uns für Ihre Produkte, wir interessieren uns dafür*)
- 5.4 Temporale, kausale, konditionale, konsekutive, konzessive, modale und finale Nebensätze mit den entsprechenden Konjunktionen zu gebrauchen

- 5.5 Definite und indefinite Artikel im Nominativ, Genitiv, Dativ und Akkusativ zu gebrauchen
- 5.6 Präpositionen mit Genitiv, Dativ und Akkusativ zu gebrauchen
- 5.7 Deklination der Adjektive zu gebrauchen
- 5.8 Folgende Adverbien zu gebrauchen:
 - 5.8.1 Modaladverbien (z.B. *kaum, möglicherweise, unbedingt, keinesfalls, allerdings usw.*)
 - 5.8.2 Temporaladverbien (z.B. *mehrmals, demnächst, künftig usw.*)
 - 5.8.2 Lokaladverbien (z.B. *hierhin, dorthin, drüben*)

6 Sprachliche Kompetenz (Begriffe)

Kandidaten sollten in der Lage sein, folgende Begriffe auszudrücken:

- 6.1 (Nicht)Vorhandensein (z.B. *geschehen, entstehen, kreieren, entdecken, vernichten*)
- 6.2 Lage:
 - 6.2.1 Substantive (z.B. *Ort, Platz, Standort*)
 - 6.2.2 Verben (z.B. *sich befinden*)
 - 6.2.3 Präpositionen und Adverbien
- 6.3 Entfernung (z.B. *entfernt, fern*)
- 6.4 Bewegung (z.B. *sich bewegen, fließen*)
- 6.5 Richtung:
 - 6.5.1 Richtung (z.B. *Gibt es einen direkten Weg?*)
 - 6.5.2 Präpositionen und Adverbien
- 6.6 Anordnung (z.B. *Muster*)

- 6.7 Dimensionen:
- 6.7.1 Größe (z.B. *riesig, winzig*)
 - 6.7.2 Verben (z.B. *werden, abnehmen, zunehmen, wachsen*)
 - 6.7.3 Gewicht (z.B. *Ladung, Gewicht*)
 - 6.7.4 Volumen (z.B. *Inhalt, beinhalten, enthalten*)
 - 6.7.5 Substantive (z.B. *Tiefe, Länge*)
- 6.8 Zeit:
- 6.8.1 Hinweis (z.B. *sobald, jedesmal, wenn*)
 - 6.8.2 Dauer:
 - Präpositionen (z.B. *während*)
 - Verben (z.B. *fortfahren*)
 - Adverbien (z.B. *stets, häufig*)
 - 6.8.3 Reihenfolge (z.B. *danach*)
 - 6.8.4 Gleichzeitigkeit (z.B. *inzwischen, während + Nebensatz*)
 - 6.8.5 Verweis auf Zukunft (z.B. *bald*)
 - 6.8.6 Verweis auf Vergangenheit (z.B. *vor kurzem*)
 - 6.8.7 Geschwindigkeit (z.B. *rapide*)
 - 6.8.8 Häufigkeit (z.B. *gewöhnlich*)
 - 6.8.9 Kontinuität (z.B. *weitermachen*)
 - 6.8.10 Dauernde/intermittierende Leistung (z.B. *dauernd, sporadisch*)
 - 6.8.11 Beginn (z.B. *anfangen, beginnen, beenden*)
- 6.9 Zahlen:
- 6.9.1 Brüche (z.B. *Das ist die Hälfte von dem, was wir bestellt haben*)
 - 6.9.2 minus/plus (z.B. *Es ist minus 5 Grad*)
 - 6.9.3 negativ/positiv

- 6.10 Quantität:
 - 6.10.1 Bestimmungswörter
(z.B. *weniger, höchstens*)
 - 6.10.2 Prozentzahlen/Summe/
Gesamtsumme
 - 6.10.3 addieren, subtrahieren,
multiplizieren, dividieren

- 6.11 Grade (z.B. *etwas teurer, kaum ein
guter Preis*)

- 6.12 Qualität:
 - 6.12.1 Form:
 - Adjektive
(z.B. *kreisförmig, krumm*)
 - Substantive
(z.B. *Kreis, Kurve*)
 - 6.12.2 Sichtbarkeit
 - Substantive
(z.B. *Blick, Dunkelheit*)
 - Adjektive
(z.B. *blind, unsichtbar*)
 - 6.12.3 Hörbarkeit (z.B. *Stille, stumm*)
 - 6.12.4 Geschmack (z.B. *Aroma*)
 - 6.12.5 Geruch (z.B. *Parfüm*)
 - 6.12.6 Textur (z.B. *rauh, weich*)
 - 6.12.7 Alter:
 - Adjektive (z.B. *älter, reif*)
 - Substantive
(z.B. *Jugend, Reife*)
 - Generation
(z.B. *minderjährig*)
 - 6.12.8 Körperliche Kondition
(z.B. *in guter Kondition*)
 - 6.12.9 Materialien
(z.B. *Aluminium, Beton*)
 - 6.12.10 Echtheit (z.B. *falsch,
Imitation*)

- 6.13 Wertung:
 - 6.13.1 Qualität:
 - Adjektive (z.B. *perfekt,
schlecht, ausgezeichnet*)
 - Verben
(z.B. *[sich] verbessern/
verschlechtern*)

- Adverbien
(z.B. *einigermaßen*,
ziemlich)

6.13.2 Akzeptierbarkeit
(z.B. *Das ist nicht ganz/genau*,
was ich wollte)

Außerdem eine Reihe von
Adjektiven (z.B. *[in]korrekt*,
erfolgreich, *erfolglos*,
[un]normal, *[un]gewöhnlich*,
komplex, *besonders*, *speziell*)

6.13.3 Ausdrücke zu Meinung
(z.B. *Ich bin dagegen/ich kann*
das nicht akzeptieren/es hat
keinen Sinn)

7 Sprachliche Kompetenz (Wortschatz)

Kandidaten sollten in der Lage sein, einen
angemessenen Wortschatz in folgenden
Bereichen zu gebrauchen:

7.1 Angaben zu Personen, Rollen und
Beziehungen:

7.1.1 Aussehen, Persönlichkeit,
Charakter und persönliche
Fähigkeiten

7.1.2 Bezeichnungen von Gruppen
(z.B. *Arbeitsgruppen und*
persönliche/berufsbezogene
Netzwerke)

7.2 Persönliche Interessen

7.2.1 Hobbies, Unterhaltung, Sport,
Massenmedien

7.2.2 gesellschaftliche Diskussionen
über aktuelle Themen, Bücher,
persönliche Ansichten und
Vorlieben

7.3 Reisen

7.3.1 Arten des Reisens/Transport-
und Verkehrsmittel für Privat-
und Geschäftsgebrauch

- 7.3.2 Beschreibung/Analyse von Reisen
- 7.4 Geschäftsräume - Meinungen austauschen über:
 - 7.4.1 Arten von Geschäftsräumen/ - geländen, Einrichtung, Gestaltung, Unterhaltungskosten
 - 7.4.2 regionale Analyse von Kommunikations-einrichtungen für Unternehmen
- 7.5 Geschäfte abschließen:
 - 7.5.1 Preise, Bezahlung, Devisenkurse, Rabatt, Geschäftsbedingungen, Preise aushandeln, Mengen
- 7.6 Der Arbeitsplatz:
 - 7.6.1 Berufsbezeichnungen, Gehalt, Arbeitszeit, Urlaub, Kündigungsfrist, Aufgabenbeschreibung, tägliche Routine
 - 7.6.2 Gesundheit, Sicherheit, Sicherheitsvorschriften, Unfallberichte
 - 7.6.3 Bedienungsanleitungen für Einrichtungen - Defekte, Symptome, Lösungen
 - 7.6.4 technische Bewertungen und Vorschläge
 - 7.6.5 Aussichten und gesellschaftliches Leben im Unternehmen

8 Sprachliche Kompetenz (Funktionen)

Kandidaten sollten in der Lage sein, Ausdrücke zu den folgenden Funktionen zu gebrauchen:

- 8.1 Meinungen (z.B. *Ich persönlich glaube, Sie sollten...*)

- 8.2 Übereinkunft/Uneinigkeit:
- stark (z.B. *genau/definitiv*)
 - zögernd (z.B. *ich nehme an...*)
 - mit Vorbehalten (z.B. *Das mag ja so sein*)
 - starke Meinungsunterschiede (z.B. *Unsinn!*)
 - Schwache Meinungsunterschiede (z.B. *Ich bin mir da nicht so sicher*)
- 8.3 Wiederherstellung der Verständigung:
- 8.3.1 *Meinten Sie damit... ?*
 - 8.3.2 um Aufklärung bitten (z.B. *Was ist...[genau]?*)
 - 8.3.3 Korrektur (z.B. *Lassen Sie mich das noch einmal sagen/anders ausdrücken*)