

Inhalt

| Lektion | Seite | |
|---|--------|---|
| 1 Leute, Berufe, Tätigkeiten | 9–20 | Gespräche und Besprechungen • Vorstellung von Berufstätigen • Gespräch vor einer Bewerbung |
| 2 Eine Tätigkeit beschreiben | 21–32 | |
| «Wäre das so etwas wie ein Sachbearbeiter?» | | |
| 3 Unternehmensorganisation: Verantwortungsbereiche und Funktionen | 33–42 | |
| | | |
| Wichtige Zielaktivitäten | | |
| • sich vorstellen: die Ausbildung, den beruflichen Werdegang, die Berufstätigkeit, die Zuständigkeits- und Aufgabenbereiche im Unternehmen erläutern | | Fachwortschatz |
| • Anforderungen beschreiben | | • Berufs- und Tätigkeitsprofile im kaufmännischen Bereich |
| • ein Vorstellungsgespräch vorbereiten und führen | | • Ausbildungsinhalte und -anforderungen |
| | | • Aufbauorganisationen von Unternehmen |
| | | |
| Lektion | Seite | |
| 4 Unternehmenspräsentation | 43–52 | Gespräche und Besprechungen |
| 5 Eine Unternehmenspräsentation vorbereiten | 53–64 | • Planungsbesprechung • Gespräch über Geschäftsanbahnung |
| «Wir ziehen alle Register!» | | |
| 6 Corporate Identity | 65–74 | |
| | | |
| Wichtige Zielaktivitäten | | |
| • Kenndaten von Unternehmen darstellen und auswerten | | Fachwortschatz |
| • Marktentwicklungen beschreiben | | • Kenndaten zu Unternehmen: Größe, Rechtsform, Branche, Tätigkeit, Produkt, Umsatz ... |
| • Unternehmenspräsentation: Instrumente und Strategien erörtern | | • Marktentwicklungen |
| • Unternehmensziele und Unternehmensleitbilder erläutern | | • Unternehmenskultur |
| | | • Instrumente der Unternehmenskommunikation |
| | | |
| Lektion | Seite | |
| 7 Messeprofile | 75–84 | Gespräche und Besprechungen |
| 8 Einen Messebesuch planen | 85–92 | • Messegespräche |
| «... viel Zeit für persönliche Gespräche mit Kollegen und Lieferanten.» | | |
| 9 Messegespräche führen | 93–102 | |
| «... erwarten wir den Besuch Ihres Fachberaters.» | | |
| | | |
| Wichtige Zielaktivitäten | | |
| • Kenndaten von Messen auswerten | | Fachwortschatz |
| • Messeprofile erläutern und vergleichen | | • Kenndaten von Messen |
| • Messeziele für Besucher beschreiben und werten | | • Besucherziele |
| • Messegespräche vereinbaren und führen | | • Standortfaktoren |
| • über einen Messebesuch berichten | | • Geschäftsanbahnung |
| | | • Produktinformationen |
| | | |
| | | Videos |
| | | • AUMA: «Messen made in Germany» |
| | | • KÖLN MESSE: «See you in Cologne» |
| | | • JACKSTÄDT: Unternehmensporträt |

| Lektion | Seite |
|---|---------|
| 10 Auftragsabwicklung | 103–114 |
| 11 Ein Angebot erstellen | 115–124 |
| «... und bitten um Ihre Auftragsbestätigung.» | |
| 12 Über ein Angebot verhandeln | 125–134 |
| «Da kommen wir Ihnen gerne entgegen!» | |

| Wichtige Zielaktivitäten | Fachwortschatz |
|--|--|
| • eine Auftragsabwicklung erläutern | • Anfrage, Angebot, Auftrag |
| • eine Anfrage auswerten | • Auftragsabwicklung |
| • ein Angebot erstellen | • Verkaufs-, Liefer- und Zahlungsbedingungen |
| • über Verkaufs-, Liefer- und Zahlungsbedingungen verhandeln | • Kaufverträge |
| • eine Kundenbeschwerde behandeln | |

| Lektion | Seite |
|--|---------|
| 13 Vertriebswege und Vertriebspartner | 135–148 |
| 14 Einen Vertriebspartner suchen | 149–158 |
| «Eine Geschäftsverbindung ist zulässig!» | |
| 15 Einen Vertriebspartner auswählen | 159–170 |
| «Es müssen beide gewinnen!» | |

| Wichtige Zielaktivitäten | Fachwortschatz |
|--|---|
| • Absatzwege beschreiben und vergleichen | • Absatz-, Vertriebswege |
| • Vertriebsstrategien erläutern und werten | • Absatzmittler, Vertriebspartner |
| • über den Eintritt in einen neuen Markt entscheiden | • Kenndaten von Unternehmen |
| • ein Beratungsangebot nutzen | • Auswahlkriterien für Vertriebspartner |
| • einen Vertriebspartner auswählen | • vertragliche Regelungen (Handelsvertretung) |
| • ein Gespräch mit einem Vertriebspartner vorbereiten und führen | |

| | Seite |
|--|-------|
| Vorwort | 4 |
| Lektionen 1–15 | 9–170 |
| Kleines Lexikon Gesprächsstrategien | 171 |
| Prüfung Wirtschaftsdeutsch International – Übungstest | 175 |
| Quellenverzeichnis | 184 |