

Министерство науки и высшего образования
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение
высшего образования
«Тамбовский государственный технический университет»

В.С. Григорьева, И.Е. Ильина, Г.Н. Чеботарева, Макеева М.Н.

Деловой немецкий язык
(Часть 2)
учебное мультимедийное пособие
для бакалавров 1, 2 курсов всех направлений очной формы



Тамбов 2022

УДК 81.2 Нем
ББК 802.0 (076)

Г 83

Рецензенты:

кандидат филологических наук, доцент кафедры «Русский язык как иностранный» ТГУ им Г.Р. Державина В.В. Зайцева

кандидат филологических наук, доцент кафедры «Русская филология» ФГБОУ ВО «ТГТУ» М.М. Глазкова

Григорьева В.С., Ильина И.Е., Чеботарева Г.Н. Деловой немецкий язык (Часть 2): Учебное мультимедийное пособие. – Тамбов 2022. – 80 с.

Пособие состоит из 3 разделов, каждый из которых посвящен различным аспектам делового немецкого языка. Каждый из разделов состоит из лексики, упражнений, текстов и тестового задания. Подбор материала позволяет развить умение делового общения на немецком языке.

Пособие предназначено для бакалавров 1, 2 курсов всех направлений очной формы обучения.

ВВЕДЕНИЕ

Данное учебное мультимедийное пособие предназначено для бакалавров, изучающих деловой немецкий язык для использования в профессиональных деятельности, связанной с командировками, деловыми переговорами, написанием деловой документации, оформлением презентаций и т.п.

Цель пособия: обучение навыкам делового общения на немецком языке, формирование навыков письменной и устной речи, включая стереотипы мышления и поведения страны изучаемого языка.

Учебное пособие способствует формированию следующей компетенции: Способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке, а именно:

знать принципы построения устного и письменного высказывания на иностранном языке;

знать правила и закономерности деловой устной и письменной коммуникации;

уметь применять на практике деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на иностранном языке;

владеть навыками чтения и перевода текстов на иностранном языке в профессиональном общении;

владеть навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме на иностранном языке;

владеть методикой составления суждения в межличностном деловом общении на иностранном языке.

Данные цели и задачи определяют структуру учебного пособия. Учебное пособие включает в себя 3 тематических раздела. Каждый раздел состоит из нескольких частей, содержащих общие сведения, словарь, задания для анализа, а также упражнения, направленные на освоение и отработку лексики с одновременным приобретением навыков деловой переписки.

Содержание

ABSCHNITT 1

Methoden zum Ausdruck von Einverständnis: Zustimmung und Meinungsverschiedenheiten.

Arten von Verhandlungen

Verhandlungstaktik. Verhandlungsfähigkeiten

Vorbereitung von Verhandlungen und Geschäftstreffen.

Tagesordnung.

Geschäftspartner.

Verhandlung.

Anstandsregeln.

Telefongespräche als eine Form der Geschäftskommunikation.

Sitzungen.

Effektive Leistung des Leiters.

Die Bildung des individuellen Stils der Rede.

Test I

ABSCHNITT 2

Präsentation

Regeln für die Erstellung einer Präsentation.

Thesen.

Techniken der Präsentation.

Werbung. Public Relations.

Test II

ABSCHNITT 3

Marketing

Marketing-Konzept.

Komponenten des Marketings.

Brandmarke

Sitzungen.

Annahme von Entscheidungen.

Formulierung der Tagesordnung des Treffens.

Verfassen des Protokolls der Sitzung.

TestIII

Русско-немецкий словарь делового общения

ABSCHNITT 1.

Geschäftstreffen und Verhandlungen

I. Lernen sie folgende Redewendungen

| | |
|---|---|
| Das finde ich eine tolle Idee. Wir sollten es machen. | Я считаю это прекрасная идея. Мы должны так сделать. |
| Gute Idee! So machen wir! | Отличная идея! Так и поступим! |
| Das klingt ganz interessant. | Звучит очень интересно. |
| In Ordnung! | Договорились! |
| Geht klar! | Идёт! |
| Ja, auf jeden Fall! | Да, конечно! |
| Klar, ich bin dabei! | Да, я с тобой/ с вами! |
| Das hört sich gut an. | Звучит неплохо. |
| Daran habe ich auch schon einmal gedacht. | Я тоже уже об этом думал. |
| Ich mache mit! | Я в деле! |
| Na klar doch! | Ну конечно! |
| Naja, warum eigentlich nicht? | Ну а почему бы и нет? |
| Es tut mir leid, aber da kann ich nicht. | Мне жаль, но я не могу. |
| Es ist eine tolle Sache, leider habe ich am Sonntag schon etwas eingeplant. | Прекрасная идея, но у меня уже кое-что запланировано на воскресенье. |
| Ich wäre wirklich gern mit dir gegangen, aber leider bin ich schon verplant. | Я бы с удовольствием пошел с тобой, но у меня уже все распланировано. |
| Am Sonntag kann ich leider nicht. Da habe ich einen wichtigen Termin, den ich nicht verschieben kann. | К сожалению, я не могу в воскресенье. У меня очень важная встреча, которую я не могу перенести. |
| Es tut mir leid, aber Samstag ist sehr ungünstig für mich | Мне жаль, но в субботу мне неудобно. |

| | |
|--|---|
| <p>Ich finde es toll, aber wäre es nicht besser, es übermorgen zu machen?</p> <p>Wie wäre es, wenn wir einfach morgen Abend machen?</p> <p>Könnte man sich überlegen.</p> <p>Da muss ich nochmal darüber schlafen.</p> <p>Ich sag dann Bescheid.</p> <p>Das klingt zwar gut, aber ...</p> <p>Ich bin nicht sicher, ob ...</p> <p>Ich kann im Moment nichts Genaues sagen, können wir später darüber reden?</p> | <p>Здорово, но не лучше было бы сделать это послезавтра?</p> <p>Что если мы завтра вечером сделаем это?</p> <p>Можно подумать.</p> <p>Мне нужно подумать еще раз об этом. Я сообщу тебе ответ потом.</p> <p>Звучит хорошо, но...</p> <p>Я неуверен, что...</p> <p>Я сейчас не могу сказать ничего конкретного, мы можем позже об этом поговорить?</p> |
|--|---|

Diskutieren Sie in Kleingruppen

- Benutzt man die Körpersprache meistens unbewusst oder bewusst?
- Wie nennt man einige Körperbewegungen und Gesten. Was bedeuten sie von der psychologischen Seite?
- Wie unterscheiden Gesten in Russland von Gesten in Deutschland?
- Wie verhält man sich im Kreise der unbekanntenen Leute? Welche Gesten können dabei helfen?
- Wie kann man die Lüge nach den Körpersignalen erkennen?
- Ist es wirklich, dass man mit den Worten töten kann?

Grammatisches Thema: «Negation»

Для выражения отрицания в немецком языке можно использовать отрицательные слова, такие как: nicht, kein, doch, weder ... noch, nichts, niemand, niemals

Ist das sein Fahrrad? - Nein, es ist nicht seins. Sein Fahrrad steht da drüben.

Ist das dein Auto? - Nein, das ist ihr Auto.

Ist das nicht dein Buch? - Nein.

Ist das nicht deine Brille? - Doch. (Das ist meine Brille)

Отрицание с помощью nicht. Место nicht в предложении

Nicht может отрицать всё предложение, глагол или существительное с определенным артиклем.

При наличии в предложении только одного *глагола* отрицание nicht ставится в самый конец предложения перед точкой.

Ich lese dieses Buch **nicht**.

Er arbeitet nicht.

Sie kommt mit euch in Kino heute Abend nicht.

Ich habe dieses Buch **nicht** gelesen

Ich werde es heute **nicht** lesen.

Ich kann **nicht** ins Kino heute gehen.

Ich kann ins Kino heute **nicht** gehen.

Если в предложении сложные формы глагола, состоящие из двух частей (глаголы с отделяемыми приставками, модальный глагол с формой Инфинитива смыслового глагола, инфинитивные конструкции, глаголы в форме прошедшего времени Perfekt, Plusquamperfekt и т.п.), то nicht стоит на предпоследнем месте.

Ich habe dieses Buch noch **nicht** gelesen

Ich werde es heute **nicht** lesen.

Ich kann ins Kino heute **nicht** gehen.

Sie macht die Tür nicht zu.

При отрицании *предлога*, то nicht стоит перед предлогом.

Fährst du mit dem Auto nach München? – Nein, ich fahre nicht mit dem Auto nach München, ich fahre mit dem Zug.

Kommen Sie aus Spanien? – Nein, ich komme nicht aus Spanien.

Geht er heute ins Kino? – Nein, er geht nicht ins Kino, er joggt im Park.

Если предлог стоит на первом месте, то nicht стоит в самом конце предложения.

Nicht не ставится в начало предложения!

Fährt er mit diesem Zug nach Bern? – Nein, mit diesem fährt er nicht.

Kommen Sie aus Deutschland? – Nein, aus Deutschland komme ich nicht.

Geht sie morgens ins Museum? – Nein, ins Museum geht sie nicht.

Кроме того, nicht может стоять перед отрицаемыми словами (сегодня, много, просто так, охотно и т.д.).

Liest Karl viel? – Nein, er liest nicht viel.

Trinken Sie Tee? – Nein, ich trinke Tee nicht gern.

Sie macht diese Aufgabe nicht morgen.

В случае отрицания определенной части или одного слова, а не всего предложения, nicht ставится перед тем, что необходимо отрицать. С помощью интонации происходит выделение отрицания nicht и того слова или той части предложения, которое отрицается.

Постановка nicht в начало предложения допускается лишь при использовании оборота nicht ..., sondern В данном случае происходит отрицание какого-то слова или части предложения с введением альтернативы отрицанию (не включить, а выключить; не я, а он; не сегодня, а завтра, и т.д.).

Nicht Nastja hat das Glas gebrochen, sondern Marie.

Er liest diesen Artikel heute, nicht morgen.

Sie konnte nicht ein Stück, sondern gleich eine ganze Torte essen.

Ich gratuliere nicht nur ihm, sondern seiner ganzen Familie.

При отрицании прилагательного, причастия или группы прилагательных *nicht* занимает позицию перед самым прилагательным (причастием).

Meine Schwester trägt oft dieses nicht gebügelte Kleid.

Die nicht lange dauernde Vorlesung weckt das Interesse der Studenten.

Er gibt ihr ein noch nicht gelesenes Buch.

Отрицание с помощью kein

Существительное с определенным артиклем отрицается с помощью *nicht*. Существительное с неопределенным артиклем отрицается с помощью *kein-*. Существительное без артикля отрицается с помощью *kein-*. Отрицательное местоимение *kein-* склоняется точно так же, как и неопределенный артикль. Во множественном числе нет неопределенного артикля, есть только отрицательное местоимение *keine*.

| Kasus | Maskulinum | Femininum | Neutrum | Plural |
|-----------|------------|-----------|---------|--------|
| Nominativ | kein | keine | kein | keine |
| Genitiv | keines | keiner | keines | keiner |
| Dativ | keinem | keiner | keinem | keinen |
| Akkusativ | keinen | keine | kein | keine |

Ist das ein Buch? – Nein, das ist kein Buch, das ist ein Heft.

Ist das ein Bleistift? – Nein, das ist kein Bleistift, das ist ein Kugelschreiber.

Sind das _ Schüler? – Nein, das sind keine Schüler, sondern _ Studenten. (Plural !)

Hast du einen Hund? – Nein, ich habe keinen Hund.

Если перед существительным стоит числительное *eins*, то оно склоняется как неопределенный артикль. Числительное *eins* отрицается с помощью *nicht*.

Er hat von seinen Freunden nicht ein Geschenk, sondern drei.

Peter hat nicht einen Computer zu Hause, sondern zwei.

Отрицательные слова

| | положительно | отрицательно | Beispiele |
|-------------|---|-----------------------------------|--|
| Особа | jemand – кто-то | niemand – никто | Hast du da jemanden gesehen? -Nein, da habe ich niemanden gesehen. |
| Предмет | etwas, alles – что-то, все | nichts – ничего | Bestellst du etwas für sich? - Nein, ich bestelle nichts. |
| Время | jemals – когда- нибудь, oft – часто, immer – всегда, manchmal – иногда | nie, niemals – никогда | Wart ihr schon jemals in Österreich? - Nein, dort waren wir noch nie. In Österreich war ich niemals. |
| Место | irgendwo – где-то, überall – везде | nirgendwo, nirgends – нигде | Irgendwo in dem Flur liegt mein Regenschirm. Ich kann deine Brille nirgends finden. |
| Направление | irgendwohin – куда- то | nirgendwohin – никуда | Ich überlege mir, ob wir irgendwohin im Sommer in den Urlaub fahren. Mein Auto ist leider kaputt, ich kann jetzt nirgendwohin fahren. |

Конструкции с отрицательным значением «...ни ..., ни ...» («weder ... noch»)

Paul kann nicht tanzen. Er kann auch nicht singen.

Paul kann weder tanzen noch singen. – Пауль не умеет ни танцевать ни петь.
не сделав что-то (ohne ... zu)

Sonja will reisen. Sie will nicht viel Geld ausgeben.

Sonja will reisen, ohne viel Geld auszugeben. – Соня хочет путешествовать, не тратя много денег.

Предлоги с отрицательным значением

без + падеж Аккузатив (ohne + Akkusativ)

Sie beginnen die Party. Sie warten auf mich nicht.

Sie beginnen die Party ohne mich.

Das Mädchen fährt im Zug. Er hat keine Fahrkarte.

Das Mädchen fährt im Zug ohne Fahrkarte.

кроме + падеж Датив (außer + Dativ)

Die ganze Touristengruppe ist pünktlich zum Bus gekommen, nur Herr Krause nicht.

Die ganze Touristengruppe außer Herrn Krause ist pünktlich zum Bus gekommen.

Mein Freund hat schon alles in dieser Stadt gesehen, nur das Museum nicht.

Mein Freund hat alles in dieser Stadt außer dem Museum gesehen.

Префиксы и суффиксы для отрицания

Префиксы стоят перед корнем и придают слову значение «не»:

apolitisch, asozial, atypisch

Das war atypisch für ihn, kein Bier am Sonnabend zu trinken.

desillusioniert, desinteressiert, desinfiziert, desorganisiert, desorientiert

Das Krankenhaus ist desinfiziert und aufgeräumt.

Indiskutabel, indiskret, inkompetent, instabil, intolerant

Sein Zustand ist jetzt instabil. / Solches Verhalten ist intolerant.

irrational, irregulär, irreal, irrelevant, irreligiös, irreparabel

Das Bild scheint irreal zu sein.

Viele Jungen und Mädchen sind heute irreligiös.

unbeliebt, unbewusst, unehrlich, unfähig, unendlich, unfreundlich, ungeduldig,

ungeeignet, ungerecht, unhöflich, unkompliziert, unsicher, unschön, unschuldig,

unverständlich, unzufrieden, ...

Er hat das unbewusst gemacht.

Warum benehmen sie sich so unfreundlich?

Diese Waschmaschine ist für die regelmäßige Verwendung ungeeignet.

Das ist sehr leicht, die Aufgabe ist unkompliziert.

Суффиксы стоят после корня и придают слову значение «без» или «не»: *anspruchlos, arbeitslos, erfolglos, ergebnislos, freudlos, hilflos, humorlos, leblos, sinnlos, sprachlos, taktlos, verantwortungslos.*

Es macht keinen Sinn, dir solche Witze zu erzählen, du bist total humorlos.

Meine Eltern wandern viel, sie sind anspruchlose Touristen, sie können im Zelt in den Schlafsäcken schlafen.

Weiter diese Geschichte zu erzählen war schon sinnlos.

Sprachlos stand er vor mir und konnte nicht verstehen, was passierte.

1. Setzen Sie die Verneinung «nicht» oder «kein» ein.

1. Das Mädchen hat ... Großmutter. 2. Seine Antwort ist ... gut. 3. Er versteht leider ... alles. 4. Die Studenten haben heute ... Seminare. 5. Wir fahren jetzt ... nach Hause. 6. Meine Wohnung liegt ... im dritten Stock, sondern im vierten. 7. Im Hörsaal unserer Fakultät gibt es ... Stühle. 8. Peter fährt zur Arbeit ... mit der U-Bahn. 9. Dieses Buch ist ... interessant. 10. Warum sagst du mir ... Wort darüber. 11. In unserem Gebäude gibt es ... Sprachlabor. 12. Das ist ... meine Zeitung. 13. Gibt es hier ... Bibliothek? 14. Ich lerne ... Deutsch, sondern Englisch. 15. Ich habe ... Personalcomputer. 16. Ich verfüge über ... Information. 17. Vor Aufregung bringt Uta ... Wort hervor. 18. Die Aussprache des Redners ist nicht besonders gut und wir verstehen ... jedes Wort. 19. Anton steht ... um 7 Uhr auf, er ist schon um 6 Uhr morgens wach.

2. Übersetzen Sie ins Russische

1. **Niemand** konnte ohne dich die Aufgabe erfüllen.
2. Aus dem Vortrag haben wir **nichts** Neues erfahren.
3. **Nirgends** fanden die Studenten das neue Lehrbuch.
4. Sie haben **nie** von einem solchen Verfahren gehört.

5. **Weder** meine Freunde **noch** ich haben die neue Ausstellung besucht.

III. Lesen Sie den Text. Übersetzen Sie ins Russische.

Geschäftskommunikation - Verhandlungen

Geschäftsverhandlungen spielen eine wichtige Rolle in politischen, kommerziellen und geschäftlichen Aktivitäten. Bei der Kommunikation mit Geschäftspartnern kann das Verständnis ihrer Psychologie und der Interessen der von ihm vertretenen Organisation ein entscheidender Faktor für den Verhandlungsverlauf sein.

Die wichtigsten Komponenten der Berufskultur sind:

- 1) die Fähigkeit, Geschäftsverhandlungen erfolgreich und effektiv zu führen;
- 2) die Fähigkeit, mit Dokumenten zu arbeiten;
- 3) die Fähigkeit, den Text des Dokuments kompetent zusammenzustellen.

Wirtschaftskommunikation impliziert, dass die Personen in der Kommunikation Informationen austauschen, um gemeinsame Aktivitäten durchzuführen. Die Geschäftskommunikation besteht aus mehreren Stufen:

1. Bekanntschaft, Kontakteinstellung;
2. Analyse des Geschehens;
3. Diskussion aktueller Probleme;
4. eine für beide Seiten vorteilhafte Lösung des Problems;
5. Abschluss des Kontakts.

In Geschäftsbeziehungen halten die Menschen einen bestimmten Stil ein.

- a) untergeordnet (Kopf-Sklave);
- b) Service und Freundlichkeit - zwischen Arbeitskollegen;
- c) freundlich.

Arten der Geschäftskommunikation:

- 1) überzeugend - auf die Anerkennung der eigenen Position vor einem Partner und die Neuausrichtung der Ziele ausgerichtet;
- 2) kognitiv - auf die Entwicklung neuer Informationen sowie auf deren Anwendung im praktischen Leben ausgerichtet;

3) suggestiv - notwendig, um Auswirkungen zu haben, um Motivationen, Werte, Verhalten und sogar Einstellung zu ändern;

4) expressiv - zielt darauf ab, die Stimmung des Partners zu beeinflussen, um sie zu verändern; eine Art von Emotionen, die ausgelöst werden müssen, um das Ziel besser erreichen zu können.

Offizielle Geschäftskommunikation ist eine Kombination aus geschäftlichen und zwischenmenschlichen Interaktionen. Gleichzeitig werden die Teilnehmer an einer solchen Kommunikation von Interessenskonflikten geleitet. Im Verlauf einer solchen Kommunikation kommt es zu bestimmten Konflikten und oft zu offenen Konflikten. Um solche Momente zu vermeiden, ist das Wissen über verschiedene Kommunikationsformen und Technologien zur Beeinflussung von Menschen erforderlich.

Die geschäftliche Kommunikation in einer Organisation manifestiert sich nicht nur in internen, sondern auch in externen Beziehungen. Formal handelt es sich dabei um ein System der Nachrangigkeit, das von der Unternehmensleitung gegeben wird und auf den allgemeinen Geschäftsanforderungen basiert. Kommunikation in diesem Sinne erhält zwingende Merkmale wie Schweregrad und Differenzierung der Arbeitnehmer. Es ist zwar möglich und in diesen kleinen Gruppen entstehen Spannungen und Konflikte.

Die wichtigsten Formen der Geschäftskommunikation sind Geschäftsgespräche, Präsentationen, Konsultationen und Verhandlungen.

Geschäftsgespräche sind notwendig, um den Gesprächspartner dazu zu bewegen, die Geschäftslage zu ändern, um neue Geschäftsbeziehungen aufzubauen.

Eine Präsentation ist eine öffentliche Präsentation eines kürzlich aufkommenden Produkts. Diese Kommunikation zielt darauf ab, die erforderliche Meinung zu dem Formular usw. zu erstellen.

Ein geschäftliches Meeting ist eine Art Management-Management-Aktivität, mit der Sie den Informations- und Meinungsaustausch zwischen Mitarbeitern organisieren können.

Die Verhandlungen begleiten praktisch alle Aktivitäten. Ihr Ziel ist es, eine Vereinbarung über die Teilnahme an bestimmten Aktivitäten von Geschäftsparteien mit beiderseitigem Nutzen zu erzielen.

IV. Beantworten Sie die Fragen zum Text.

1. Wo spielen Geschäftsverhandlungen eine wichtige Rolle?
2. Welche Komponenten hat die Berufskultur?
3. Woraus besteht die Geschäftskommunikation?
4. Welche Arten der Geschäftskommunikation kennen Sie?
5. Werden die Teilnehmer an ein ereffiziellen Geschäftskommunikation von Interessenskonflikten geleitet?
6. Wo manifestiert sich die geschäftliche Kommunikation in einer Organisation?
7. Nennen Sie die wichtigsten Formen der Geschäftskommunikation.

V. Schauen Sie sich das Bild an. Äußern Sie Ihre Vermutungen bezüglich des Ortes, der Beziehungen zwischen den Personen, der Gesprächssituation u.a.



Welche Gespräche würden Sie als „Small Talk“, also als „kurzes unverbindliches Gespräch“ bezeichnen?

VI. Geschäftliche Unterredung zum Vertragabschließen.

Lernen Sie folgende Wörter.

treffen, а,о - встретить

der Ascher - пепельница

sich vom Zwischenregierungsabkommen leiten – исходить из
межправительственного соглашения

die Leistungen unsererseits – работы с нашей стороны

der Umfang - объем

reichen - хватать, быть достаточным

die Ausgangsdaten –исходные данные

es ist bei uns so üblich –у нас так принято

die Frist - срок

wenn nichts dazwischenkommt –если ничто не помешает

einhalten, ie, а - соблюдать

vereinbaren - согласовать

der Vertragsentwurf –проект договора

Abgemacht? - Договорились?

VII. Lesen Sie den Dialog.

Die Kollegen Smirnow und Orlow sind von Russland in Hamburg angekommen und begaben sich in die Vertretung des AHBs (Außenhandelsbetriebs) in den Bezirk Pankow. Sie wurden in der Firmenvertretung in den Verhandlungsraum geführt. Dort trafen sie ihre deutschen Partner.

Dialog A

–Guten Tag!

–Guten Tag!

–Bitte, nehmen Sie Platz! Rauchen Sie?

–Ich – ja, mein Kollege – nicht.

–Hier bitte der Ascher! Was trinken Sie? Mineralwasser, Tee, Kaffee?

–Danke. Wir trinken gern Tee.

–Da wir heute nicht so viel Zeit haben, beginnen wir. Ich glaube, wir lassen uns von dem Zwischenregierungsabkommen leiten.

–Genau das meine ich. Für alle Leistungen unsererseits müssen extra Verträge abgeschlossen werden.

–Und was steht im Vertrag?

–Der Umfang und die Termine für die Durchführung dieser Leistungen.

–Schön. Dann beginnen wir mit den Projektierungsarbeiten. Sie sind in zwei Jahren auszuführen, das steht im Artikel 2 des Abkommens. Reicht Ihnen die Zeit, um alle Projektierungsarbeiten auszuführen?

–Es ist bei uns so üblich, dass die Projektierungsarbeiten in 3 Jahren ausgeführt werden. Aber vieles hängt auch von Ihnen ab.

–Sie meinen?

–Ich meine das Sammeln von Ausgangsdaten. Wir geben Ihnen die Frist von 12 Monaten. In den weiteren 2 Jahren führen wir die Projektierungsarbeiten durch.

–Wirklich?

–Ja, wenn nichts dazwischenkommt.

–Sie meinen, wenn wir die bestimmte Frist genau einhalten.

–Eben.

–Schön. Also das haben wir vereinbart.

–Für diese Leistungen müssen wir einen Vertrag abschließen?

–Für jede Art Leistungen soll extra ein Vertrag abgeschlossen werden.

–Schön. Wir schließen einen Vertrag ab, falls Sie uns einen Vertragsentwurf übergeben.

–Das machen wir, doch nicht heute. Morgen früh kommen wir zusammen. Dann können Sie verschiedene Fragen an uns richten.

–Wird angenommen.

–Wenn alle fraglichen Stellen besprochen sind, übergeben wir Ihnen den Vertragsentwurf. Abgemacht?

–Jawohl.

VIII. Beantworten Sie die Fragen zum Dialog.

- Wo treffen sich die russischen und deutschen Geschäftspartner?
- Zu welchem Zweck sind sie angekommen?
- Wovon lassen sich die Geschäftspartner leiten?
- Wofür müssen extra Verträge abgeschlossen werden?
- Wie ist die Frist für Projektierungsarbeiten?
- Warum müssen die Ausgangsdaten schnell gesammelt werden?
- Wann wird der Vertragsentwurf der anderen Seite übergeben?

IX. Vertragabschließen



В практике существуют два пути совершения торговой сделки:

а) запрос – предложение – заказ + подтверждение заказа (в случае предложения без обязательств или заказа устно, по телефону или телеграфу) – поставка+ оплата;

б) заключение договора при личном участии договаривающихся сторон. В этом случае договор содержит такие пункты:

1. Ort und Datum des Abschlusses - место и время заключения

2. Namen der vertragschließenden Parteien - имена сторон.
3. Gegenstand des Vertrages - предмет договора.
4. Preis und Gesamtwert - цена и общая стоимость.
5. Liefertermine - сроки поставки.
6. Konventionalstrafe - неустойка.
7. Zahlungsbedingungen - условия оплаты.
8. Qualität, Gewicht der Ware - качество, вес товара.
9. Verpackung und Markierung - упаковка и маркировка.
10. Prüfung, Erprobung und Inspektion - испытания и контроль.
11. Gewährleistung - гарантия.
12. Versicherung - страховка .
13. Force majeure - Форс-мажор ("обстоятельства непреодолимой силы").
14. Schiedsgericht - арбитраж.
15. Sonstige Bedingungen - другие условия.
16. Juristische Anschriften der Parteien - юридические адреса сторон.
17. Unterschriften - подписи.

Познакомьтесь с фрагментарным образцом договора

Kaufvertrag

über ein gebrauchtes Mobiltelefon

Verkäufer

Vor- und Nachname _____
Straße + Haus-Nr. _____
PLZ / Ort _____
Telefon _____
Email _____
Ausweis-Nr. _____

Käufer

Vor- und Nachname _____
Straße + Haus-Nr. _____
PLZ / Ort _____
Telefon _____
Email _____
Ausweis-Nr. _____

Gegenstand / Gerät

Hersteller _____
Modell _____
Seriennummer _____
Besonderheiten des
Gerätes _____
Zustand _____
Sonstiges/Zubehör _____

Vereinbarungen

Privatverkauf, sämtliche Gewährleistungsrechte werden ausgeschlossen.
Der Verkäufer sichert zu, dass der Verkaufsgegenstand frei von Rechten Dritter ist und nicht als gestohlen gemeldet ist oder wird. Bis zur vollständigen Bezahlung bleibt der Verkaufsgegenstand Eigentum des Verkäufers. Mündliche Absprachen sind kein Bestandteil des Vertrages.

Übergabezeitpunkt am: _____

Kaufpreis

Der Kaufpreis ist bei Übergabe in bar zu zahlen.

In Worten:

_____ | Eur
o

Datum, Unterschrift Verkäufer

Datum, Unterschrift Käufer

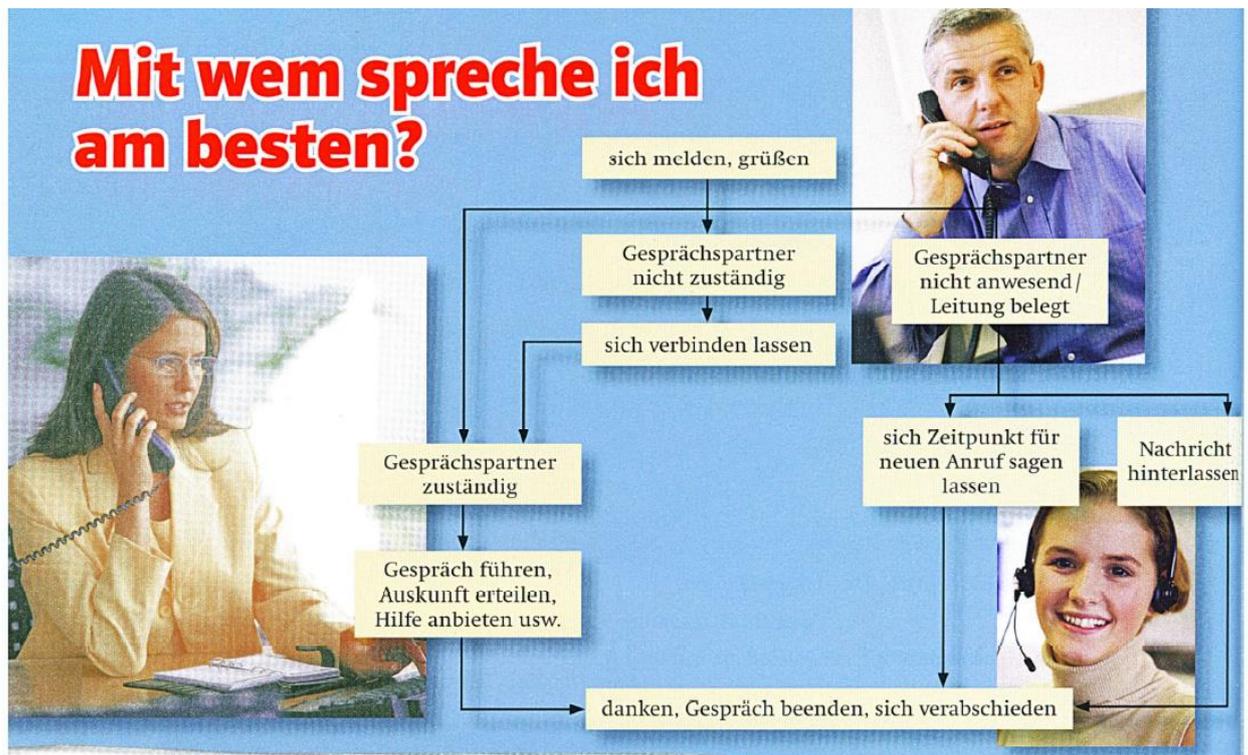
- X. Lesen Sie den Aushang. Stellen Sie Vermutungen zu den Tagesordnungspunkten auf dem Aushang an.**

An alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter
Die nächste Mitarbeiterversammlung findet am Donnerstag,
17. Mai statt
Beginn: 11:00 Uhr, Ende: 12:30 Uhr
Ort: Großer Besprechungssaal
(Geschäftsführung wird anwesend sein)

Tagesordnung

1. Neue Urlaubsregelung
 2. Überstunden
 3. Fortbildung
 4. Private Mails
 5. Frühstückspause
 6. Vergütung nach Leistung
 7. Sonstiges
-

XI. Lesen Sie den Text. Übersetzen Sie ins Russische.
Zur Ethik der Telefongespräche



Das **Telefongespräch** ist die Sprachkommunikation von zwei Teilnehmern über das Telefonnetz.

zwischen den Teilnehmern muss eine Verbindung aufgebaut werden, damit ein Telefongespräch durchgeführt werden kann. Diese Verbindung muss gehalten und zum Schluss wieder abgebaut werden.

Offizielle Telefongespräche umfassen den Bereich von institutionell festgelegten Kommunikationsabläufen. Dazu gehören soziale Räume von staatlichen und privaten Einrichtungen wie Ämter, Botschaften, Büros, Firmenvertretungen, Konsulate.

Zur Ethik der offiziellen Telefonkommunikation gehören Höflichkeitsformeln, die Mittel der Beziehungsgestaltung und der Beziehungspflege sind.

Bei den offiziellen Telefongesprächen muss man korrekt und höflich sein. Die Höflichkeitsformeln widerspiegeln gegenseitige Wertschätzungen. Der Stil der geschäftlichen Telefongespräche ist gewöhnlich förmlich, offiziell. Die Wortwahl, die Intonation dürfen nicht zu kameradschaftlich wirken

In der Regel verlaufen die offiziellen Telefongespräche nach einem bestimmten Schema

Das Telefongespräch sieht meistens zwei Gesprächspartner vor, deren kommunikative Handlungen folgenderweise strukturiert sind: das Telefonklingeln, Kontaktherstellung, Thematisierung des Gesprächs, das eigentliche Gespräch, Schluss des Gesprächs, Abschied.

Ein sehr wichtiges Element des Telefongesprächs ist die Anrede

Die Anredearten können ganz unterschiedlich sein. Beim offiziellen Gespräch soll man bekanntlich ausgewogen bleiben. Die Anrede «Herr» und «Frau» gilt sowohl für ledige, als auch verheiratete Männer und Frauen.

Zum Beispiel:

- Professor Müller,... – Doktor Fischer,...
- Kollege Krause,... - Kollegin Lehmke,...

Nach der Thematisierung kommt man zum eigentlichen Gespräch. In den geschäftlichen Telefongesprächen gibt es wenig Kommentar, selten Abweichungen vom Thema. Das Telefongespräch soll im Voraus gut durchdacht sein.

Bei den geschäftlichen Telefongesprächen darf der Empfänger des Anrufes den Sprechenden nicht unterbrechen. Er soll aufmerksam zuhören.

Wichtig ist es auch, den entsprechenden sprachlichen Stil, sprachliche Klischees, Höflichkeitsformeln und kulturspezifische Normen sowie Situationsstrukturen zu beherrschen.

XII. Bilden 10 Fragen zum Text «Ethik der Telefongespräche»

XIII. Lesen Sie das Telefonat mit der Firma BSFA.



Rezeptionist: BSFA, guten Tag, was kann ich für Sie tun?

Herr Klotz: Ja, guten Tag, hier ist Paul Klotz. Ich möchte gern Herrn Heldman sprechen.

Rezeptionist: Einen Moment, ich verbinde Sie. Eh, wie war Ihr Name?

Herr Klotz: Klotz, Paul Klotz.

Herr Heldman: Heldman.

Herr Klotz: Ja, guten Tag, Herr Heldman, hier ist Paul Klotz, von der Firma SAP AG . Ich möchte mit Ihnen einen Termin vereinbaren.

Herr Heldman: Worum geht es, Herr Klotz?

Herr Klotz: Ich würde Ihnen gerne unser neues Computerprogramm vorstellen. Ich glaube, es ist gut geeignet für Ihre Firma.

Herr Heldman: Wir sind mit Ihren Programmen immer sehr zufrieden. Das Computerprogramm würde mich interessieren. Passt es Ihnen nächste Woche, am Dienstag?

Herr Klotz: Ja, nächste Woche Dienstag passt mir gut. Geht es nachmittags?

Herr Heldman: Nachmittags...? Von 15.00 bis 16.00 Uhr habe ich Zeit.

Herr Klotz: Gut, Herr Heldman, dann komme ich nächste Woche Dienstag um 15.00 Uhr zu Ihnen.

Herr Heldman: Ja, melden Sie sich bitte an der Rezeption, ich hole Sie dort ab. Auf Wiederhören.

Herr Klotz: Auf Wiederhören, bis Dienstag.

XIV. Spielen Sie ein ähnliches Telefongespräch:

- mit Ihrem Chef. Sie möchten ihm etwas anbieten und vereinbaren einen Termin.
- mit der Rezeptionistin. Sie nennen den Grund des Anrufs und vereinbaren einen Termin mit dem Chef. Im Moment ist er nicht da.

XV. Spielen Sie einige Anrufe nach dem Ablauf oben. Oberlegen Sie vorher:

Was sagen Sie, wenn Sie:

- den zuständigen Gesprächspartner nicht erreichen können.
- den zuständigen Mitarbeiter nicht kennen.
- Telefonnummer und Durchwahl haben, sich aber nur der Anrufbeantworter meldet.

Sie möchten:

- Prospekte
- einen Bus bestellen
- einen Termin vereinbaren
- ein Angebot über ...
- eine Auskunft über ...
- Hilfe bei ...

- Guten Tag, hier spricht ...
- Ich rufe an, weil ...
- Könnte ich bitte mit Frau / Herrn ... sprechen.
- Könnten Sie mir bitte die Durchwahl von Frau / Herrn ... geben.
- Könnten Sie bitte Frau / Herrn ... eine Nachricht hinterlassen.

TEST. Abschnitt 1

1. Прочитайте телефонный разговор (диалог С):

Herr Keller: Guten Morgen, hier Keller, Firma Braun.

Frau Müller: Guten Morgen, Herr Keller.

Herr Keller: Was kann ich für Sie tun, Frau Müller?

Frau Müller: Vielleicht erinnern Sie sich: wir haben auf der Messe miteinander gesprochen.

Herr Keller: Ja, richtig, Frau Müller. Sie wollten mich ja besuchen.

Frau Müller: Genau. Ich wollte Sie fragen, ob ich nächste Woche mal bei Ihnen vorbeikommen könnte, um Ihnen unser Modell zu präsentieren.

Herr Keller: Das geht, nächste Woche bin ich im Hause. Warten Sie mal, am besten wäre es am Mittwoch, dem 14.03., da habe ich noch keine Termine.

Frau Müller: Oh, das passt mir leider nicht. Da bin ich in Köln. Aber wie wäre es mit Freitag Vormittag?

Herr Keller: Von 11 bis 12 habe ich Zeit. Ist Ihnen das recht?

Frau Müller: Ja, ausgezeichnet. Ich bin um 11 Uhr bei Ihnen.

Herr Keller: Also, ich notiere: Freitag, 16.03., 11 Uhr. Sie wissen doch, wie Sie uns finden? Blumenstraße 142

Frau Müller: Ja, kein Problem. Ich kenne mich aus. Also vielen Dank, Herr Keller, und bis nächste Woche Freitag!

Herr Keller: Alles klar, Frau Müller. Ich freue mich. Auf Wiederhören.

Frau Müller: Auf Wiederhören.

2. Вставьте пропущенные слова по тексту диалога С.

Herr Keller: Guten Morgen, hier Keller, 1) _____.

Frau Müller: Guten Morgen, Herr Keller.

Herr Keller: Was kann ich für Sie tun, Frau Müller?

Frau Müller: Vielleicht erinnern Sie sich: wir haben 2) _____ miteinander gesprochen.

Herr Keller: Ja, richtig, Frau Müller. Sie wollten mich ja besuchen.

Frau Müller: Genau. Ich wollte Sie fragen, ob ich nächste Woche mal bei Ihnen vorbeikommen könnte, um Ihnen unser Modell zu3)_____.

Herr Keller: Das geht, 4)_____ bin ich im Hause. Warten Sie mal, am besten wäre es am Mittwoch, dem 14.03., da habe ich noch keine Termine.

Frau Müller: Oh, das 5)_____ mir leider nicht. Da bin ich in Köln. Aber wie wäre es mit Freitag Vormittag?

Herr Keller: Von 11 bis 12 habe ich Zeit. Ist Ihnen das recht?

Frau Müller: Ja, ausgezeichnet. Ich bin um 11 Uhr bei Ihnen.

Herr Keller: Also, ich notiere: Freitag, 16.03., 11 Uhr. Sie wissen doch, wie Sie uns finden? Blumenstraße 142

Frau Müller: Ja, kein 6)_____. Ich kenne mich aus. Also vielen Dank, Herr Keller, und bis nächste Woche Freitag!

Herr Keller: Alles klar, Frau Müller. Ich freue mich. Auf 7)_____.

Frau Müller: Auf Wiederhören.

3. Расположите фразы диалога в правильной последовательности.

- a) – Das ist uns recht.
- b) – Heute Abend lade ich Sie zum Abendbrot ein.
- c) - Aber natürlich. Ich hoffe, dass wir einen Kontrakt abschließen werden.
- d) - Herr Keller, außer Angebot haben wir auch Preislisten und Kataloge.
- e) – Herr Wagner, wir brauchen zuerst Ihre spezielle Anfrage und Bestellung unserer Produktion.
- f) – Herr Wagner, haben Sie schon unser Angebot
- g) – Morgen besprechen wir nochmals die Verkaufsbedingungen und unterzeichnen dann den Vertrag.

4. Выберите подходящее отрицание (а или b):

- 1. Ich muss eine Übersetzung machen, aber ich habe ... Wörterbuch.
- 2. Er hat den Text ... verstanden.
- 3. Das war eine Konferenz für die Lehrer, ... Schüler nahm daran teil.

4. Sie arbeiten am Sonntag... .
5. Dieser Junge ist ... Student.

a) nicht b) kein

5. Поставьте в следующих предложениях подходящее по смыслу отрицание (а или b):

1. Der Text war sehr schwer, ... Schüler hat ihn verstanden.
2. Der Text war sehr schwer, ... hat ihn verstanden.
3. Die Aufgabe war zu kompliziert, ... konnte sie lösen.
4. Die Aufgabe war zu kompliziert, ... Schüler konnte sie lösen.
5. Die Stadt ist sehr schön, ... wollte sie verlassen.

a) niemand b) kein

6. Поставьте подходящее по смыслу отрицание из приведенных ниже:

1. Ich kenne ... an dieser Fakultät.
2. Nein, ich verstehe hier... .
3. Er war im Ausland ... in seinem Leben.
4. ... gibt es so viele Bodenschätze, wie in Sibirien.
5. ...spricht hier Deutsch.
6. Die Schülerin Orlowa kennt die Wörter

a) niemand b) niemals c) nirgends d) nichts e) nicht

ABSCHNITT 2.

Präsentation

I. Lernen Sie folgende Wörter:

| | |
|---|-----------------------------------|
| Begrüßung und Vorstellung | Приветствие и представление |
| Guten Tag, meine Damen und Herren | Здравствуйтесь, дамы и господа. |
| Mein Name ist... | Меня зовут... |
| Ich bin hier für ... | Я отвечаю за... Я ответственен за |
| zuständig/verantwortlich. | ... |
| Thema und Gliederung | Тема и оглавление / содержание |
| Ich möchte heute über das Thema | Сегодня я хотел бы поговорить о |
| ...sprechen | теме... |
| Ich möchte Ihnen heute unser | Сегодня я хотел бы представить |
| Unternehmen vorstellen. | Вам наше предприятие. |
| Mein Vortrag besteht aus folgenden | Мой доклад состоит из |
| Teilen: | следующих частей: |
| Erstens, ... | Во-первых, ... |
| Zweitens, ... | Во-вторых, ... |
| Drittens,... | В третьих, ... |
| Anschließend, ... | Затем ... |
| Zum Schluss... | В конце ... |
| Am Anfang werde ich über ... sprechen | В начале я расскажу о ... |
| Danach gehe ich ausführlicher auf (die | Далее я расскажу о (структуре и |
| Struktur und die Produkte) ein. | продуктах). |
| Anschließend werde ich einige Beispiele | Затем я покажу несколько |
| zeigen. | примеров. |
| Zum Schluss gebe ich noch einige | В конце я дам информацию о ... |
| Informationen zu ... | |
| Schließlich gibt es noch einige Fakten zu | В конце я представлю некоторые |
| | факты о ... |

| | |
|--|---|
| Themen einleiten, wechseln und abschließen | Ввести, сменить и завершить тему |
| Als erstes möchte ich über ... sprechen. | Сначала я хотел бы рассказать о |
| Soweit zum ersten Schwerpunkt, und jetzt zu | На этом достаточно по первому пункту, а сейчас перейдем к ... |
| Nun einige Worte zu ... | А теперь несколько слов о ... |
| Ich komme jetzt zum nächsten Top meines Vortrages ... (unser neues Projekt). | А сейчас я перейду к следующему пункту доклада ... (наш новый проект) |
| Bezug nehmen / Exkurse | сделать экскурс |
| Wie ich eben schon sagte, ... | Как я уже сказал, ... |
| Wie ich am Anfang erwähnt habe, ... | Как я уже упомянул в начале, ... |
| Wie Sie sicher wissen / gehört haben ... | Как Вы наверняка знаете /слышали ... |
| Wie Ihnen sicherlich bekannt ist ... | Как Вам наверняка известно ... |
| Bevor ich über ... spreche, vielleicht noch einige Bemerkungen über/zu ... | Прежде чем я расскажу о..., еще несколько замечаний о ... |
| In diesem Zusammenhang kann ich vielleicht auch erwähnen, dass ... | В этом контексте я могу еще упомянуть, что ... |
| Aber nun zurück zum Thema. | Вернемся к теме. |
| Erklärungen und Beispiele | объяснения, примеры |
| Ich möchte Ihnen ein Beispiel dafür geben | Я бы хотел привести пример. |
| Diese Tabelle zeigt ... | Эта таблица показывает ... |
| Dieses Schema beschreibt ... | Эта схема описывает... |
| Diese Grafik stellt ... dar. | Этот график представляет / показывает... |
| Wie Sie auf dieser Folie / Abbildung sehen, ist ... | Как Вы видите на слайде / картинке |
| Links / rechts / oben / unten / in der Mitte / am Rand sieht <u>man</u> ... | Слева /справа / вверху / внизу /в середине / с края видно... |

| | |
|--|---|
| <p>Vortrag / Präsentation beenden</p> <p>Abschließend kann ich sagen, dass ...</p> <p>Zum Schluss möchte ich das Wichtigste zusammenfassen.</p> <p>Lassen Sie mich zum Abschluss noch sagen, dass ...</p> <p>Ich hoffe, dass Sie einen Eindruck von (unserer Technik) bekommen haben</p> <p>Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.</p> | <p>завершить доклад / презентацию</p> <p>В заключение я могу сказать, что</p> <p>В заключение я бы хотел подытожить самое важное.</p> <p>В заключение я бы еще хотел сказать, что ...</p> <p>Я надеюсь, что Вы получили представление о... (нашей технике).</p> <p>Большое спасибо за внимание!</p> |
|--|---|

II. Lesen Sie den Text und übersetzen Sie ihn ins Russische.

Tipps zur Erstellung einer Microsoft PowerPoint-Präsentation.

- Titelseite: Thema, Name und Zugehörigkeit (Universität Wuppertal, LuFG);
- Inhaltsverzeichnis oder Gliederung: Einleitung, Inhalt, Zusammenfassung, Perspektiven. Es ist sinnvoll, wenn die allgemeine Gliederung mit der aktuellen Position in der Präsentation auf allen Folien angezeigt wird (bessere Orientierung für die Zuhörer);
- Schriftart: Arial, ausreichende Schriftgröße (ca. 18 - 20 pt); Schriftart im Vortrag nicht verändern, Schriftart kontrastreich zum Hintergrund wählen;
- Während des Vortrags benutzen nicht ganzen Sätzen, sondern Schlüsselwörter; zu viel Text sollte vermieden werden; der Text sollte nicht nur von den Folien abgelesen werden (gute Folien sind unvollständig!);
- Finden Sie ein Gleichgewicht zwischen ausreichenden Informationen und einem ausgewogenen Layout, d. h. machen Sie die Folien nicht zu voll und nicht zu leer;

- Fügen Sie die Bilder in einer ausreichenden Größe ein;
- Diagramme funktionieren besser als Tabellen;
- Achten Sie auf die Folien und Abbildungen, die in der Vorlesung gezeigt werden; fügen Sie keine Bemerkungen wie "nicht so wichtig" hinzu;
- Bereiten Sie nicht zu viele oder zu wenige Folien vor, nehmen Sie sich für jede Folie etwa 1 Minute Zeit;
- Wenden Sie sich während des Vortrags an das Publikum; sprechen Sie nicht mit dem Notebook oder der Wand.

III. Schauen Sie sich die Bilder an. Berichten Sie der Gruppe: Wie ist die Präsentation der beiden Bilder verlaufen?

- Was macht Ihrer Meinung nach eine gute Produktpräsentation aus?
- Gibt es in Ihrem Land Besonderheiten bei Verkaufsgesprächen?

IV. Bereiten Sie eine Präsentation entsprechend Ihrer Fachrichtung vor. Verwenden Sie verschiedene neue Informationen und Bilder. Suchen Sie im Internet danach. Die Präsentation sollte etwa 6 Folien umfassen.

V. Übersetzen Sie die folgenden Sätze ins Russische und benutzen Sie, was Sie dargestellt haben:

Die Präsentation hat mir sehr gut gefallen. Hier könnten Sie... gezeigt haben. Es hätte gut/besser sein können, wenn Sie ... Sie hätten mehr ins Detail gehen können ... Ich denke, dass der Aspekt der ... zu ausführlich behandelt wurde. Was halten Sie von der folgenden Idee?

VI. Präsentieren Sie den Fahrscheinautomaten - oder ein anderes Produkt, das Sie gut kennen.

Grammatisches Thema: «Partizipien»

Причастие - это форма глагола, обладающая как признаками глагола (время, залог), так и признаками прилагательного (склонение, употребление в качестве определения и предикатива).

В немецком языке есть две формы причастий: причастие I (Partizip I или Partizip Präsens) и причастие II (Partizip II или Partizip Perfekt)

Partizip I образуется добавлением суффикса –end к инфинитиву глагола: spielend, schreibend, kommend. К основным глагольным свойствам Partizip I относится одновременность с действием, выраженным сказуемым Partizip I имеет действительный залог (Aktiv)

Partizip II образуется добавлением к основе глагола приставки ge- и суффикса -(e)t у слабых глаголов или приставки ge-, суффикса -(e)n и изменения корневой гласной у сильных глаголов: gedeckt, gespielt, gemacht, aufgeschrieben, gelesen, gekommen. Временным глагольным свойством Partizip II является предшествование действию, выраженному сказуемым Partizip II переходных глаголов имеет страдательное значение (Passiv), а непереходных глаголов - действительное значение (Aktiv)

Причастие I (Partizip I) используется в качестве определения, распространенного причастного определения, определения, выраженного причастием I с частицей «zu», входит в составе обособленного причастного оборота в функции обстоятельства или определения.

Причастие II (Partizip II) входит в состав трех основных форм глагола и используется при образовании сложных глагольных форм: перфекта, плюсквамперфекта пассива, инфинитивов.

Кроме того, причастие II, также как и причастие I, используется в качестве определения, распространенного причастного определения, в составе обособленного причастного оборота в функции обстоятельства или определения.

При употреблении в качестве определения к существительному Partizip I и Partizip II склоняются как прилагательные, то есть добавляются окончания в зависимости от артикля:

der schreibende Student, ein schreibender Student, spielende Kinder; das geschriebene Buch.

Partizip I выражает одновременность с действием сказуемого и переводится на русский язык действительным причастием настоящего времени (с суффиксами -ущ, -ющ, -ащ, -ящ). Am Fenster sitzt ein lesender Student. У окна сидит читающий студент.

При сказуемом, выраженном глаголом в прошедшем времени, возможен перевод причастия I действительным причастием прошедшего времени (с суффиксами -вш, -ш): Am Fenster saß ein lesender Student. У окна сидел читающий (читавший) студент.

Partizip II выражает предшествование действию, выраженному сказуемым. Формы причастия II переходных глаголов переводится страдательным причастием прошедшего времени: der geschriebene Brief – написанное письмо.

Причастие II непереходных глаголов переводится действительным причастием прошедшего времени: das angekommene Auto – прибывший автомобиль.

Übungen

1. Übersetzen Sie ins Russische.

1. Alle nach Sankt-Petersburg kommenden Touristen besuchten die weltberühmte Ermitage. 2. Am Tisch saßen zwei ihrer Mutter ähnliche Mädchen. 3. Die Abreise der Expedition wurde wegen in diesem Jahr ungewöhnlich kalten Wetters verschoben. 4. Unsere durch ihre Denkmäler und Museen berühmte Stadt liegt an der Wolga. 5. Der von dem berühmten Chirurgen operierte Kranke wurde bald gesund. 6. Der eben jetzt das Sprechzimmer des Arztes betretende Mann will nur

ein Rezept haben. 7. Die von unseren Werken hergestellten Trolleybusse sind von der höchsten Qualität.

2. Bilden Sie Partizip I:

Beispiel: *lesen – das Buch = das lesende Buch.*

1. abfahren – der Zug;
2. erfrischen – die Luft.
3. eilen – die Menschen;
4. spielen – das Mädchen;
5. prüfen – der Blick;
6. pfeifen – der Jüngling;
7. stöhnen – der Kranke;
8. weinen – das Kind;.

3. Bilden Sie Partizip II :

Beispiel: *lesen – das Buch = das gelesene Buch.*

1. abgeben – der Brief;
2. abnehmen – der Hut;
3. aussprechen – das Fremdwort;
4. bestellen – die Bücher;
5. fangen – der Vogel;
6. gewinnen – das Salz;
7. öffnen – die Fenster;
8. wünschen – die Bilder.

Werbung. Public Relations.

I. Lernen Sie folgende Wörter:

1. die Werbung, (für Akk.) -реклама
die Herstellung, -en - производство
der Ausrufer - глашатай
die Warenliste, -n - список товаров
das Gütezeichen - товарный знак
die Münze, -n - монета
die Marktwirtschaft, -en - рыночная экономика
der Wettbewerb, -e- соревнование
die Bekanntmachung, -en - ознакомление, объявление die Firma, -en - фирма
sich bemühen um A. - стараться
betreiben, ie, ie - заниматься
werben, a, o - вербовать, агитировать
einsetzen - вставлять
regeln - регулировать
ausüben - выполнять
gliedern - члениться
gestalten - придавать вид, оформлять
erstellen - изготавливать
herantragen, u, a - приносить
-
- der Begriff . -e - понятие
public relations = Öffentlichkeitsarbeit - работа/связи с общественностью
das Vertrauen ---:-,доверие
das Verständnis, -se - понимание
Medien - средства массовой информации
der Vermittler- передатчик
das Sponsoring, -e - спонсорство

der Bereich, -e - отрасль.

der Wissenstransfer - трансфер знаний

das Sportsponsoring - спортивное спонсорство

das Ökosponsoring - экологическое спонсорство

das Mono, -s - девиз

stammen - происходить

einführen - вводить

vermitteln - передавать, распространять anpreisen - рекламировать

sich engagieren - участвовать

fördern - способствовать

ausschreiben- назначать

gelten, a, o - зд.: подходить

intern - внутренний

extern - внешний

II. Lesen Sie den Text und übersetzen ins Russische.

WERBUNG

Das Entstehen der Werbung ist mit dem Beginn der Produktion von Waren und Dienstleistungen verbunden.

Der Ursprung des Wortes "werben" lässt sich auf das altdeutsche Wort "werban" zurückführen, das "umkehren", "hin und her gehen", "sich bemühen" und "etwas tun" bedeutet. In diesem Sinne ist "Werbung" nicht nur im akademischen und politischen Bereich wichtig, sondern auch im Privatleben, wo man für sich selbst oder für jemand anderen werben kann.

Werbung wird seit dem Altertum zu wirtschaftlichen Zwecken eingesetzt: In Babylonien wird dies durch die Qualitäts- und Herkunftszeichen auf Münzen usw. belegt, im alten Ägypten durch die Preislisten,

Werbung ist Teil der Kausalkette: Markt - Handel - Wettbewerb - Werbung. Das eine ist ohne das andere nicht möglich. Zum Wettbewerb gehört auch das

Marketing, das alle kommerziellen Maßnahmen und Aktivitäten umfasst, die den Fluss von Waren und Dienstleistungen vom Hersteller zum Verbraucher regeln. Marketing umfasst die Kommunikationspolitik eines Unternehmens, bei der die Werbung eine entscheidende Rolle spielt. Werbung ist also Teil des Marketings.

Werbung als Marketinginstrument für Unternehmen hat verschiedene Funktionen und Ziele:

- Sichtbarkeit des Produkts
- Schaffung eines positiven Images des Produkts
- Um das Produkt zu verkaufen.

Um diese Ziele zu erreichen, werden in der Werbepraxis, in den Werbeagenturen und in den Werbeabteilungen der Unternehmen unterschiedliche Werbemittel eingesetzt. Die Werbemittel lassen sich hauptsächlich in visuelle (Plakate, Anzeigen, Broschüren, Prospekte, Werbetaschen, Werbeprospekte), akustische (Radiospots) und audiovisuelle (TV-Spots, Werbespots) Werbebotschaften unterteilen. Mit diesen Werbeträgern übermitteln die Werbetreibenden ihre Werbebotschaften an die Menschen, an die sich die Werbung richtet. Sie haben eine Übertragungs- oder Lieferfunktion. Zu den Werbemitteln gehören Zeitungen, Werbezeitschriften, Fernsehen, Radio, Plakatwände, Schaufenster, Messestände und Verpackungen.

Die Werbeindustrie kann daher in drei Gruppen unterteilt werden:

1. Werbefirmen (Dienstleistungsunternehmen wie Banken, Versicherungen, Einzelhändler, Berater).
2. Werbeagenturen (Gestaltung und Produktion von Werbemitteln).
3. Werbeträger (sie übermitteln Werbebotschaften an die Zielpersonen).

III. Beantworten Sie folgende Fragen.

1. Was bedeutet das Wort "werben"?
2. Ist Werbung in Ihrem Privatleben wichtig?
3. Seit wann wird Werbung eingesetzt?
4. Sind Ausrufer, Schilder mit Preislisten, Gütesiegel auf Münzen Werbung?

5. Wie kann man "Werbung" definieren?
6. Welche Funktionen hat die Werbung?
7. Können Sie sich an die verschiedenen Werbemittels erinnern?
- 8 Was sind die Funktionen von Werbeträgern?
9. Was beinhalten sie?
10. Welches sind die verschiedenen Gruppen der Werbeindustrie?

IV. Nennen Sie die Synonyme zu

zahlen

erstellen

die Herstellung

der Konsument

einsetzen

V. Wissen Sie, was zu den Werbeträgern gehört, welche Werbemittel es gibt?

VI. Unterstreichen Sie, was zu den Werbeträgern zahlt.

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

VII. Inszenieren Sie einen Dialog über Werbemittel.

Gebrauchen Sie dabei als Antworten performative Äußerungen (ich glaube, ich denke, ich nehme an), aber auch Modalwörter (natürlich, wahrscheinlich, vielleicht).

VIII. Rollenspiel.

Sie sind ein Anfänger im russischen Marketing. Sie sind Spezialist für Werbung. Sie werden von einem deutschen Manager besucht, der viel über

Werbung weiß. Er möchte in Deutschland arbeiten. Lassen Sie uns über Werbung in Russland sprechen; fragen Sie ihn nach Werbetrends.

IX. Lesen Sie den Text und übersetzen Sie ihn ins Russische.

Was Public Relations sind

Der Begriff "Public Relations" stammt aus den Vereinigten Staaten. In Deutschland wurde der Begriff erstmals 1938 von Carl Hundhausen eingeführt. Der Begriff Public Relations (PR) wird in der Regel mit "Öffentlichkeitsarbeit" übersetzt, wobei dieser Versuch der Eindeutschung umstritten ist. Bei der Öffentlichkeitsarbeit geht es um den Aufbau von Beziehungen (Verbindungen) zwischen Unternehmen und der Öffentlichkeit. Die eigentliche Entwicklung der Öffentlichkeitsarbeit in der Bundesrepublik Deutschland begann jedoch erst nach dem Zweiten Weltkrieg. Das "Wirtschaftswunder", das in den 1950er Jahren begann, machte die Öffentlichkeitsarbeit für die Unternehmen notwendig und interessant.

Öffentlichkeitsarbeit ist heute ein anerkanntes und nachweislich wirksames Marketinginstrument. Es wird immer wichtiger, Produkte, Profile und Ideen sowohl nach außen als auch nach innen zu präsentieren und nicht nur Waren und Dienstleistungen zu vermarkten. Wie die Werbung ist auch die Öffentlichkeitsarbeit Teil der Kommunikationspolitik eines Unternehmens, die wiederum Teil des Marketings ist. Es geht um die Vermittlung von Informationen über das Unternehmen als Gesellschaft.

Ziel der Öffentlichkeitsarbeit ist es, Vertrauen und Verständnis für die Aktivitäten des Unternehmens zu schaffen.

Die PR-Aktivitäten lassen sich in interne und externe PR-Aktivitäten gliedern: Die interne PR umfasst die Ansprache der Mitarbeiter des Unternehmens durch interne Zeitschriften, Firmenfeiern, Mitarbeiterbefragungen und andere Kommunikationsformen. Sie müssen sich mit dem Unternehmen identifizieren können, Vertrauen in ihr eigenes Unternehmen haben und dadurch motiviert sein.

Die externe PR-Arbeit richtet sich an die breite Öffentlichkeit. Die Pressearbeit ist ein klassisches Instrument. Es ist sehr wichtig, mit den Medien zusammenzuarbeiten, die zwischen dem Unternehmen und der Öffentlichkeit vermitteln. Durch Pressekonferenzen. Pressekonferenzen werden zur Verbreitung von Informationen genutzt. Ähnlich verhält es sich bei einem "Tag der offenen Tür". Firmenbesichtigungen. Zu den Möglichkeiten der externen Öffentlichkeitsarbeit gehören Firmenveranstaltungen und Firmenjubiläen.

IX. Beantworten Sie die folgenden Fragen zum Text.

1. Woher stammt der Begriff «public relations»?
2. Wer hat ihn in Deutschland eingeführt?
3. Wie wird er übersetzt?
4. Wird PR als Marketinginstrument anerkannt?
5. Warum ist dieser Begriff für das Marketing so wichtig?
6. . Was verstehen wir unter interner und externer PR?

X. Wie lauten die Substantive?

werben
einführen
übersetzen
erstellen
darstellen
vermitteln
entwickeln

XI. Inszenieren Sie einen Dialog über den Begriff «public relations», seine Funktion, Ziele und Arten, Benutzen Sie dabei die Wörterliste.

TEST. Abschnitt 2

1. Прочитайте текст

Die Entwicklung der Werbung – die Definition bleibt immer die gleiche

Die Werbung, wie wir sie heute kennen, hat eine lange Entwicklungszeit hinter sich. Das moderne Werbesystem entstand jedoch erst Mitte des 19. Jahrhunderts. Im Laufe der Zeit gewann die Werbung immer mehr an Bedeutung, was sich vor allem daran zeigt, dass um 1850 der Anteil der Werbung in den Tageszeitungen 80 % erreichte. Nachrichten und aktuelle Ereignisse traten in den Hintergrund. Der Begriff "Werbung" wird definiert als "jede Maßnahme, die der Verkaufsförderung dient". In der heutigen Welt zielt Werbung darauf ab, die Marken auf dem Markt zu etablieren und die Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit zu erregen. Sie muss ein Verlangen wecken, das die Zuschauer vorher nicht hatten. Diese Entwicklung begann um die Jahrhundertwende. Große Unternehmen führten teure Werbekampagnen durch, um ihre Marken bekannt zu machen. Dank dieser Bemühungen werden viele Marken noch immer auf den ersten Blick mit dem Namen des Produkts in Verbindung gebracht. Die Werbung, die wir heute kennen, enthält nicht mehr nur Produkthinweise, sondern versucht, den Verbraucher von der Notwendigkeit des Produkts zu überzeugen. Zu diesem Zweck verwenden die Werber die Darstellung einer Scheinwelt, die das Produkt wirksam oder perfekt macht. Sie suggerieren auch, dass das Produkt die Lebensqualität verbessern wird. Man kann auch sagen, dass die Werbung heute darauf abzielt, die Psyche der Menschen zu beeinflussen. Seit den 1950er- und 1960er-Jahren hat mit dem wirtschaftlichen Aufschwung auch die Werbung einen Boom erlebt. Wenn wir uns diese Werbung heute ansehen, stellen wir fest, dass sie heute nicht mehr erfolgreich wäre. Die damalige Rollenverteilung - Frau am Herd, Mann beim Geldverdienen - ist heute nicht mehr zeitgemäß. Aber die Fernsehwerbung wurde zu dieser Zeit immer beliebter. Insbesondere mit der Einführung der Privatsender wurde es für Werbetreibende einfacher, Werbung im Fernsehen zu platzieren, da der Werbeplatz in den öffentlich-rechtlichen Sendern hart umkämpft war. Die

Werbung spielt auch heute noch eine große Rolle, so dass die Unternehmen in Deutschland jährlich rund 30 Milliarden Euro für Werbung ausgeben.

2. Укажите верно, или неверно следующее утверждение.

1. Der Ursprung des heutigen Werbesystems liegt in der Mitte des 18. Jahrhunderts. F/R

2. Anfang des 19. Jahrhunderts gewann die Werbung immer mehr an Bedeutung und besaß einen großen Anteil in den Tageszeitungen. F/R

3. Die Werbung soll die Marken auf dem Markt etablieren und den Verbraucher von der Notwendigkeit des Produktes überzeugen. F/R

4. Mitte des 20. Jahrhunderts erlebte die Werbung ihren Aufschwung, was auf den Boom in der Wirtschaft zurück zu führen war. F/R

5. Früher beschränkte sich die Werbung auf einfache, prägnante Bilder und Botschaften, aber das reichte nicht aus, um ein entsprechendes Produkt bekannt zu machen. F/R

6. Nach dem zweiten Weltkrieg war die Werbung vielfältig und wirkte effektiv, weil die Bilder den Wunsch nach einem geordneten, idyllischen Leben erfüllten. F/R

7. Heutzutage stehen die positiven Eigenschaften des Produktes im Vordergrund, welche den Verbraucher allein zum Kauf überzeugen sollten. F/R

3. Вставьте пропущенные слова.

1. ... müssen Kommunikationsprobleme mit den ... sorgfältig und zuverlässig aufdecken und wirkungsvoll lösen.

2. ... bedeutet nicht das bloße Verteilen edler Hochglanzbroschüren.

3. Wo der ... fehlt, füllen die Gerüchte und Mutmaßungen die Lücke aus.

4. Grundlage der PR sind

5. Nur wenn der eine die ... des anderen versteht, kann Kommunikation entstehen.

6. Ein glaubwürdiger Dialog entsteht nur dann, wenn ... offen ausgetauscht werden.

7. Informiert ein ... nur auf Druck seiner Bezugsgruppen, lässt dies an seiner ... zweifeln.
8. Sagt der ... dies und der ... das, entsteht Verwirrung.
9. Sprechen Sie kontinuierlich mit Ihren Bezugsgruppen, halten Sie
10. Ein ... und die Meinung vom Gegenüber festigen sich nicht über Nacht.
11. ... muss erarbeitet und immer neu bestätigt werden.
12. In der ... sind PR häufig nur „Feuerwehr“ in einer

Unternehmer, Öffentlichkeitsarbeit, Daten und Fakten, Vertrauen, Praxis, Austausch, Bedeutung der Argumente, PR, Informationen, Bezugsgruppen, Vorstellungsbild, Krise, PR-Sprecher, Kontakt, Glaubwürdigkeit, Geschäftsführer.

4. Выберите правильный вариант ответа

- a. Im Garten sehen wir einen geblühten Apfelbaum.
- b. Im Garten sehen wir einen blühenden Apfelbaum.
- a. Die durchgesehenen Zeitungen lagen auf dem Tisch.
- b. Die durchgesehenen Zeitungen lagen auf dem Tisch.
- c. Die durchgesehenen Zeitungen lagen auf dem Tisch.
- a. Die Frau nahm die von uns unterschriebenen Formulare.
- b. Die Frau nahm die unterschriebenen von uns Formulare.
- c. Die Frau nahm die von uns unterschriebenen Formulare.
- d. Die Frau nahm die von uns untergeschriebenen Formulare.
- a. Die Familie liest den gestern aus Wien ankommenden Brief.
- b. Die Familie liest den gestern aus Wien angekommenen Brief.
- c. Die Familie liest den gestern aus Wien ankommenden Brief.
- d. Die Familie liest den angekommenen aus Wien gestern Brief.

6. Найдите русские эквиваленты из данных справа, соответствующим немецким предложениям; правильный ответ укажите буквой:

| | |
|---|---|
| <p>1. Die Zahl der an der Messe teilnehmenden Staaten wird von Jahr zu Jahr größer.</p> <p>2. Viele Menschen besuchen die heute morgens eröffnete Bücherausstellung</p> <p>3. Der Student hat eine gute in aller Hinsicht richtige Antwort gegeben.</p> <p>4. Eine der von uns während unserer Reise zu besuchenden Städte ist Leipzig.</p> <p>5. Die Studenten sprechen über die gestern in der Versammlung diskutierten Fragen.</p> <p>6. Diese für unsere Arbeit höchst wichtige Frage wurde in der Versammlung besprochen.</p> <p>7. Die jetzt von den Studenten beherrschenden grammatischen Regeln sind sehr wichtig.</p> | <p>a. Student дал хороший, во всех отношениях правильный ответ.</p> <p>b. Один из городов, который мы должны посетить во время нашего путешествия, – Лейпциг.</p> <p>c. Студенты говорят о вопросе, который был обсуждён вчера на собрании.</p> <p>d. Этот вопрос, который является крайне важным для нашей работы, был обсуждён на собрании.</p> <p>e. Число государств, принимающих участие в ярмарке, растёт из года в год.</p> <p>f. Грамматические правила, которыми овладевают сейчас студенты, очень важны.</p> <p>g. Много людей посещают выставку книг, которая открылась сегодня утром.</p> |
|---|---|

ABSCHNITT 3.

Marketing

Marketing-Konzept.

Komponenten des Marketings.

Brandmarke

I.Lernen Sie folgende Wörter:

1. der Vertrieb – продажа, сбыть; распространение (литературы)
 die Vertriebsfirma, das Vertriebshaus – сбытовая фирма
 der Absatzleiter – начальник отдела сбыта
 vertreiben (ie, ie) vt – продавать, сбывать, распространять
2. der Markt – рынок
 aufnahmefähiger Markt – емкий рынок
 fester, stabiler Markt – устойчивый рынок
 einheimischer Markt – национальный (внутренний) рынок
 den Markt ausweiten – расширять рынок
 den Markt sichern – обеспечивать рынок
 beherrschen – господствовать, доминировать на рынке
 sich auf dem Markt behaupten – утвердиться на рынке
 die Marktforschung – изучение рынка, анализ конъюнктуры на рынке
 die Markterschließung – освоение рынка
 die Marktanpassung - приспособление рынка к изменившимся условиям
3. der Abbau – снижение, уменьшение; разработка
4. die Handelshemmnisse – препятствия для торговли
 die Handelsschranken – торговые барьеры
 hemmen vt – сдерживать, мешать
5. die Umrüstung– перевооружение, переоснащение, переоборудование
6. der Absatz – сбыть, реализация
 flotter, schneller Absatz – хороший сбыт
 reißender Absatz – интенсивный сбыт
 schleppender Absatz – плохой, медленный сбыт
 die Absatzforschung – изучение (возможностей) сбыта
 die Absatzerwägungen – соображения сбыта
7. ermitteln vt – выяснять, определять
8. das Anliegen – дело, задача; желание, стремление
 das Hauptanliegen – главная задача, главная цель
9. der Kunststoff – синтетический материал

10. der Vorsprung – превосходство, преимущество, опережение
einen Vorsprung gewinnen – опередить (конкурентов), получить преимущество

11. der Ausbau – развитие, расширение, совершенствование; достройка

12. die Vermieten – сдача в наем, на прокат

vermieten vt – сдавать в наем, отдавать на прокат

13. aufgeben vt – давать (поручение); сдавать (для отсылки); отказываться от чего-л. (признать себя побежденным)

Texterläuterungen

1. das industrielle Vertriebswesen = die Vertriebstätigkeit der Industrieunternehmen

2. implizieren lat. = miteinbeziehen, miteinschließen; in sich enthalten

3. Reaktionsmöglichkeiten der Konkurrenten = die Fähigkeit der Konkurrenten, auf das Aufkommen neuer Waren schnell zu reagieren

4. wie leicht einzusehen ist = es ist leicht zu verstehen



II. Lesen Sie den Text und übersetzen ins Russische.

MARKETING

Ursprünglich war Marketing nichts anderes als die Lehre vom Verkauf von Waren. Der industrielle Vertrieb, die Werbung und die Marktforschung waren von größter Bedeutung. In neuerer Zeit hat sich dieser Begriffsinhalt geändert. Das Marketing zeichnet sich durch eine kreative, fast aggressive Note aus. Die Gründe dafür sind sowohl im Markt als auch in den Unternehmen selbst zu suchen. Ein wichtiger Faktor ist die Zunahme des Wettbewerbs, die unter anderem auf den schrittweisen Abbau von Zöllen und anderen Handelshemmnissen und die Öffnung der Märkte für außereuropäische Anbieter zurückzuführen ist. Bemerkenswert ist dabei, dass sich die Nachfrage immer schneller verändert. Begünstigt wird dieser Prozess auf der Unternehmensseite durch den rasanten wissenschaftlich-technischen Fortschritt, der wiederum zu einer Verkürzung des so genannten Lebenszyklus von Produkten durch erhöhten Aufwand, eine stärkere Mechanisierung und Automatisierung der Produktionsprozesse und eine kontinuierliche Verbesserung der Betriebsorganisation führt. Die Unternehmen sind somit gezwungen, die Amortisation relativ hoher produktbezogener Investitionen und sonstiger Umstellungskosten in möglichst kurzer Zeit und innerhalb möglichst großer Produktionsserien zu erreichen. All diese Faktoren tragen zu einem Angebotsdruck von noch nie dagewesenem Ausmaß bei. Diese Trends werden sich in Zukunft wahrscheinlich noch verstärken. Es ist leicht einzusehen, dass es trotz des steigenden Lebensstandards der Bevölkerung immer schwieriger werden würde, dieses (überschüssige) Angebot zu verkaufen.

Marketing beginnt bereits mit der Erforschung der Bedürfnisse und der Produktgestaltung. In diesem Prozess haben Verkaufsüberlegungen Vorrang vor allem anderen. Diese Bemühungen zielen jedoch nicht nur darauf ab, die expliziten und klar wahrgenommenen Wünsche der Verbraucher und Nutzer zu erfüllen. Die Marktentwicklung beinhaltet, ja erfordert die Identifizierung von Wünschen, die noch im Unterbewusstsein oder Unbewussten schlummern. Deshalb kommt der Absatz- und Motivforschung hier eine große Rolle zu, denn ihre systematische

Anwendung sorgt oft dafür, dass sogenannte Marktnischen mit einer gewissen Zwangsläufigkeit aufgedeckt werden.

Neben der Markterschließung ist das zweite Hauptanliegen des Marketings der Marktschutz und die Markterweiterung. Ein Unternehmen eröffnet neue Absatzmöglichkeiten für ein bestimmtes Produkt, entweder durch die Erschließung neuer Absatzgebiete, durch das Erreichen neuer Verbrauchergruppen innerhalb des Absatzgebiets oder, wie es in der Kunststoffindustrie häufig der Fall ist, durch die Entdeckung neuer Verwendungsmöglichkeiten für Produkte.

Da der Markt jedoch einem ständigen Wandel unterworfen ist, versuchen die Unternehmen, die Reaktion ihrer Konkurrenten so weit wie möglich hinauszuzögern. Aus diesem Grund entwickeln sie ständig neue Produkte, die einen gewissen Vorteil versprechen, während andere, die bereits von der Konkurrenz "erobert" wurden, aufgegeben werden. In vielen Fällen diversifizieren die Unternehmen, d.h. sie versuchen, in mehreren Bereichen tätig zu sein.

Dazu gehört die Ausweitung und breite Diversifizierung der absatzpolitischen Instrumente, wie z.B. die Vermietung von Investitionsgütern anstelle des Verkaufs (Leasing).

III. Beantworten Sie folgende Fragen.

1. Wodurch zeichnete sich das Marketing in seiner ersten Entwicklungsphase aus? 2. Worauf wird vom Verfasser die Verschärfung der Konkurrenz zurückgeführt? 3. Warum werden die sogenannten Lebenszyklen der Produkte immer kürzer? 4. Wie entsteht ein Überangebot an bestimmten Produkten auf dem Markt? 5. Was wird bei der Erforschung der Bedürfnisse ermittelt? 6. Warum müssen ständig neue Produkte entwickelt werden?

IV. Wie verstehen Sie die folgenden Wortgruppen?

Marktnischen entdecken; auf Verkürzung der Lebenszyklen der Produkte hinwirken; die Amortisation der Investitionen über möglichst große Produktionsserien erreichen; die Reaktionsmöglichkeiten der Konkurrenten

hinausschieben; neue Verbraucherschichten innerhalb des Absatzgebietes erfassen; einen gewissen Vorsprung sichern; absatzpolitische Instrumente ausbauen.

V. Bilden Sie Beispiele mit den folgenden Wortgruppen.

Vorrangige Bedeutung haben; Zölle abbauen; den Abbau der Handelshemmnisse anstreben; dem Wandel unterliegen (die Bedürfnisse); in die Zwangslage geraten; Bedürfnisse erforschen; den Markt ausweiten; neue Absatzmöglichkeiten erschließen; neue Verwendungszwecke entdecken; auf mehreren Gebieten tätig sein; Investitionsgüter vermieten; langlebige Verbrauchsgüter absetzen.

VI. Übersetzen Sie die folgenden Wortgruppen ins Deutsche.

Иметь первостепенное значение; снижать таможенные пошлины; стремиться к снижению торговых барьеров; быть подверженным изменениям (потребности); попасть в стесненное положение; изучать потребности; расширять рынок; изыскивать новые возможности для сбыта; открывать новые возможности использования; действовать в нескольких областях; сдавать основные средства производства в аренду; сбывать потребительские товары длительного пользования.

VII. Übersehen Sie die folgenden Substantive.

Die Versorgungslage (bei Kupfer); die Benzinsparmaßnahmen; das Rohstoffpreisniveau; die Ölimportzunahme; die Stahlexportpreise; der Umweltschutz; die Vorratskäufe; die Preisliste - der Listenpreis.

VIII. Übersetzen Sie die folgenden Wortgruppen ins Russische.

I. Die geringeren Importe; die vermehrten Ausgaben; die steigenden Kosten; die anziehenden Inflationsraten; die rückläufige Erdölförderung; die sinkende Abhängigkeit von Öl; die immer größer werdende Verknappung der Vorräte; die

zunehmende Benutzung von Erdölleitungen; die geschrumpfte Erdölgewinnung; eine sinkende Tendenz.

II. Das erhoffte Nordseeöl; die augenblickliche Verknappung an Öl; die energieintensive Zementindustrie; ein abbauwürdiges Kupfervorkommen; rohstoffintensive Produkte; der weltweite Tendenzwechsel; korrekturbedürftige Wechselkursparitäten; der ortsübliche Preis; ein zweischneidiger Erfolg; die konjunkturelle Überhitzung; das mexikanische Exportöl; die gesetzlichen Bestimmungen - die gesetzmäßige Überproduktionskrise.

Grammatisches Thema: «Attributsätze (Определительные придаточные)».

Определительные придаточные предложения отвечают на вопросы: **какой?, что за?** Они относятся к какому-либо существительному в главном предложении и стоят *после слова, к которому относятся*. Они могут стоять *внутри главного предложения и после него*.

Определительные придаточные присоединяются к главному предложению большей частью посредством относительных местоимений. Наиболее употребительно местоимение **der – который**.

Jetzt habe ich einen Fahrer gefunden. Er kann die Tour machen.

- Jetzt habe ich einen Fahrer gefunden, **der** die Tour machen kann.

Jetzt habe ich ein Fahrzeug gefunden. Es ist groß genug für die Tour.

- Jetzt habe ich ein Fahrzeug gefunden, **das** groß genug für die Tour ist.

Jetzt habe ich eine Kollegin gefunden. Sie besucht den Kunden.

- Jetzt habe ich eine Kollegin gefunden, **die** den Kunden besucht.

Относительные местоимения ставятся в начало придаточного предложения. Перед относительными местоимениями могут стоять только предлоги:

a). Der Vorsitzende, **den** man voriges Jahr gewählt hat, arbeitet sehr gut.

Mein Onkel, **zu dem** ich fahren will, ist Ingenieur in einem Werk.

Das ist der Professor, **dessen Artikel** dir so gut gefällt.

Ich nehme das Buch, **von dessen Verfasser** du mir gestern erzählt hast.

b). *Председатель, **которого** избрали в прошлом году, работает очень хорошо.*

*Мой дядя, **к которому** я хочу поехать, – инженер одного завода.*

*Это профессор, **статья которого** тебе так нравится.*

*Я беру книгу, **об авторе которой** ты мне вчера рассказывал.*

После относительного местоимения **dessen** артикль опускается.

В русском языке относительное местоимение в родительном падеже стоит после слова, к которому оно относится.

Ich habe einen Brief von meinem **Onkel** erhalten, **der** jetzt in Murmansk lebt.

Übungen

1. Setzen Sie das Relativpronomen ein.

1. Der Vortrag des Professors, ... ich mir gehört hatte, machte auf mich einen großen Eindruck. 2. Die Beratung, ... viele Wissenschaftler beiwohnten, fand in Tokio statt. 3. Das Meeting, zu ... auch Gäste aus der BRD eingeladen waren, wurde auf dem Hauptplatz der Stadt veranstaltet. 4. Auch manches, ... man heute in der Schule lernt, hat er vergessen. 5. Im neuen Text stieß ich auf viele Wörter, ... mir unbekannt waren. 6. Sie erreichte alles, ... sie wollte. 7. Die Delegation, ... heute in Moskau angekommen ist, wurde herzlich empfangen. 8. Man verstand alles, ... erläutert wurde. 9. Das Buch, ... uns der Sprachlektor empfohlen hat, ist schon vergriffen.

2. Gebrauchen Sie das Relativpronomen in der richtigen Form.

1. Er verfasste den Artikel, in ... er ein wichtiges Problem behandelte. 2. Der Mann brachte sein Freund, von ... er sich herzlich verabschiedete, zur Bahn. 3. Wie zum ersten Mal erblickte er die Häuser, an ... er täglich vorbeiging. 4. Der junge Fachmann verließ seine Heimatstadt, in ... er seine Kinder- und Jugendjahre verlebt hatte. 5. Der Schauspieler trug Gedichte vor, in ... die Liebe zur Heimat besungen wurde. 6. Die Sportler, ... Vorbereitung auf die Olympiade begonnen hat, trainieren

hartnäckig. 7. Der Wissenschaftler, ... Lehrbücher an vielen Hochschulen benutzt werden, unterrichtet an unserer Fakultät. 8. Die Trainer, ... Schüler Rekorde aufstellen, genießen allgemeine Achtung. 9. Der Arbeiter, ... Arbeitsplatz in Ordnung ist, erfüllt den Plan vorfristig. 10. Die Flieger, ... Namen sehr bekannt sind, kommen in unsere Schule.

3. Schreiben Sie die Sätze richtig.

1. Freund-hat-Claudia-einen-Schi-fährt-der-sehr-gut.
2. keine-ich-mag-Jungen-fahren-die-Motorrad.
3. schau-der-ist-da-Junge-dem-Tanzkurs-macht-Tina-den-mit.
4. Flaschen-wir-keine-kaufen-die-kann-wiederverwenden-man-nicht.
5. viele-kenne-ich-Erwachsene-immer-die-über-aufregen-sich-Jugendliche.
6. Freunde-viele-habe-ich-die-wie-genauso-sind-umweltbewusst-ich.
7. nur-ich-Produkte-verwende-die-nicht-belasten-die Umwelt.
8. soll-nicht-über-man-Leute-reden-schlecht-man-kennt-gut-die-nicht.

Sitzungen. Annahme von Entscheidungen. Formulierung der Tagesordnung des Treffens. Verfassen des Protokolls der Sitzung.

I. Lernen Sie folgende Wörter:

- die Beratung (-en) – совещание
- die Tagung (-en) - сессия, заседание
- das Symposium (die Symposien) - симпозиум
- die Sitzung (-en) - заседание;
- die Plenarsitzung (-en) – пленарное заседание;
- die Schlussitzung (-en) – заключительное заседание
- die Konsultation ((-en) - консультация (в значении обмена информацией)
- der Kongress (-sse) - конгресс, съезд
- veranstalten- организовать;
- eröffnen -открыть;

durchführen (abhalten ie, a) -проводить;
beenden (schließen o, o) -окончить, закрыть;
abschließen -завершить
beginnen -начать;
durchführen (abhalten) -проводить
der Abschluss der Tagung, der Sitzung – закрытие заседания
zum Abschluss (abschließend) – в заключение
die Abschlussitzung (-en) – заключительное заседание
das Abschlussdokument (-e) – заключительный документ
der Vorsitz (-e) -председательство
den Vorsitz führen-председательствовать
unter dem Vorsitz – под председательством
die Tagesordnung (-en) – повестка дня
auf die Tagesordnung setzen – поставить в повестку дня
auf der Tagesordnung stehen – стоять в повестке дня
die Debatte (PL) -дискуссия, прения
die Diskussion (-en) -дискуссия
zur Debatte, zur Diskussion stehen - обсуждаться (быть намеченным к
обсуждению)
der Diskussionsbeitrag (-träge) – выступление в прениях
das Wort ergreifen (i, i) – взять слово, выступить
er ergreift das Wort – он берет слово, выступает;
spricht über (Akk.) - говорит о...;
spricht zum Thema- выступает на тему
der Redner (-) -оратор
der Referent (-en) -докладчик
der Bericht (-e) -доклад (отчет)
den Bericht erstatten, vorlegen, vortragen -сделать,
entgegennehmen -заслушать,
der Rechenschaftsbericht (-e) – отчетный доклад

der Berichterstatter (-) – докладчик

im Mittelpunkt stehen – быть в центре

die Überzeugung zum Ausdruck bringen – выразить уверенность

die Zusammenarbeit -сотрудничество;

die Ergebnisse -результаты;

hinweisen (ie, ie) auf (Akk.) verweisen (ie, ie) auf (Akk.) - указать, сослаться на

der Teilnehmer (-) - участник

1. Lesen Sie den Text und übersetzen Sie ihn ins Russische.

Eine Sitzung effektiv leiten



Zusammenarbeit ist wichtig in der Arbeitswelt – insbesondere, wenn du in einem Büro arbeitest. Wichtige Entscheidungen müssen unter verschiedenen Aspekten betrachtet und von verschiedenen Personen beurteilt werden. Aufgaben, die einen hohen Stellenwert haben, bedürfen oft der Erfahrung und Kompetenz unterschiedlicher Menschen, damit sie zu jedermanns Zufriedenheit erledigt werden können. Sitzungen sind ein Instrument, mit dem Zusammenarbeit strukturiert und organisiert werden kann. Wenn Sitzungen aber kein bestimmtes Ziel haben oder ungenügend geleitet werden, können sie schnell zu lang und unwirksam werden. Eine gute Planung, Vorbereitung und Leitung der Sitzung ist oft entscheidend, wenn es darum geht, ob sie schlussendlich erfolgreich ist oder nicht.

Sobald du weißt, dass du die Leitung einer bevorstehenden Sitzung hast, lohnt es sich, dich ein wenig mit den Teilnehmenden zu unterhalten (vor allem mit wichtigen oder ranghohen Personen). Frage sie, ob es bestimmte Punkte gibt, die sie gerne besprechen möchten. Notiere dir ihre Antworten und beachte diese Notizen, wenn du die Tagesordnung planst.

Eine Tagesordnung ist ein wichtiges Instrument, nicht nur für den Leiter der Sitzung, sondern auch für die Teilnehmer. Eine Tagesordnung enthält wichtige Informationen über die Sitzung: Wann und wo sie stattfindet, wer teilnimmt und vor allem auch, welche Themen auf der Sitzung besprochen werden. So können sich die Teilnehmenden auf die Themen vorbereiten. Verschicke die Tagesordnung im Vorfeld der Sitzung — je wichtiger die Sitzung ist, desto früher solltest du die Tagesordnung verschicken.

Es ist auch immer eine gute Idee, das Protokoll der letzten Sitzung zu lesen. Das erleichtert dir die Planung und Leitung der Sitzung um einiges.

Die Protokolle der vorangegangenen Sitzungen sind eine wichtige Informationsquelle. Sie fassen die Diskussionen und Entscheidungen der letzten Sitzungen zusammen. So verschaffst du dir einen schnellen und einfachen Überblick über den Stand der Dinge.

Wenn es Probleme gibt, die seit der letzten Sitzung ungelöst geblieben oder Entscheidungen, die nicht getroffen worden sind, solltest du diese kurz besprechen, bevor du dich der Tagesordnung widmest.

In einem weiteren Schritt kannst du „neue“ Probleme, Bedenken und Themen ansprechen, die diskutiert werden müssen. Dies sollten Themen sein, die sich aus den vorherigen Entwicklungen ergeben haben.

Wenn alle Punkte besprochen worden sind, nimm dir einen Moment Zeit, um die Beschlüsse der Sitzung für alle Anwesenden zusammenzufassen. Beschreibe in kurzen Sätzen, welche Entscheidungen auf der Sitzung getroffen worden sind. Falls nötig, beschreibe die nächsten Schritte und Handlungen, die die einzelnen Sitzungsteilnehmenden vor der nächsten Sitzung unternehmen müssen.

II. Beenden Sie folgende Sätze mit den unten angegebenen Wörtern.

Übersetzen Sie die Sätze ins Russische.

- 1) Die Teilnehmer der Beratung besprechen...
- 2) Die Parteitagdelegierten billigten...
- 3) Die Kongressdelegierten behandelten...
- 4) Die Konferenzteilnehmer erörtern...
- 5) Die Teilnehmer der Frauenkonferenz diskutieren....
- 6) Die Delegierten des Kongresses stellten ...fest.
- 7) Die Teilnehmer der wissenschaftlichen Konferenz in Berlin 65 schätzen...hoch ein.

• die Tagesordnung des Parteitages; • die internationale Situation; • die Probleme der ökonomischen Krise in den Ländern; • die Lage in Afghanistan, im Irak und im Iran; • der Informationsaustausch und die Koordinierung von gemeinsamen - Maßnahmen; • Bildung- und Forschungsprobleme; • Verbesserung ihrer Beziehungen zwischen der Europäischen Union und Russland.

II. Wiederholen Sie die Rektion folgender Verben. Führen Sie ihre russischen Bedeutungen.

- sprechen über (Akk.) –
hinweisen auf (Akk.) –
verweisen auf (Akk.) –
beraten über (Akk.) –
diskutieren (Akk.) –
diskutieren über (Akk.) –
übereinstimmen in (Dat.); mit(Dat.) –
zustimmen (Dat.) –
appellieren an (Akk.) –
auftreten mit (Dat.) –

IV. Stellen Sie sich vor: Ihr Chef beauftragt Sie mit der Organisation einer Produktmesse.

1) Planen Sie eine Mitarbeiterversammlung, in der die Aufträge zur Vorbereitung und Durchführung einer Messe erteilt werden sollen.

- stellen Sie eine Tagesordnung dafür zusammen
- denken Sie an eventuelle Aufgaben, die erledigt werden sollen

2) Führen Sie eine Teamsitzung durch

- verteilen Sie die Aufgaben zwischen den Mitarbeitern
- im Falle der Interessenkonflikte, versuchen Sie diese konstruktiv zu lösen

3) Machen Sie alle Vorbereitungen

- rufen Sie entsprechende Firmen an: bestellen Sie die nötige Präsentationstechnik, Schreibwaren, Getränke für Teilnehmer usw.
- gestalten Sie in Arbeitsgruppen Messestände: ein Messestand pro Arbeitsgruppe.
- bereiten Sie die Produktpräsentationen vor.
- überlegen Sie: welche Fragen könnten mögliche Kunden stellen? Sammeln Sie die Fragen auf Kärtchen. Bereiten Sie mögliche Antworten vor.
- denken Sie an mögliche Kunden: Reden ohne Punkt und Komma – wissen immer alles besser – haben Angst zu fragen – können sich nicht entscheiden – wissen nicht, was sie wollen – ... Wie könnten Sie reagieren?

4) Führen Sie in der Gruppe die Messe durch.

- Teilen Sie sich auf. Zuerst vertritt jeweils ein Gruppenmitglied seine Kleingruppe am Messestand und trägt die Produktpräsentation vor. Die übrigen Gruppenmitglieder spielen Messebesucher und besuchen die verschiedenen Messestände.
- Verteilen Sie folgende Rollen auf die Messebesucher: Journalist – Händler – Jugendlicher – Besserwisser – Vielredner – aktiver Rentner usw.
- Achten Sie auf Körpersprache während der Produktpräsentationen.
- Stellen Sie Fragen zu den Produkten, holen Sie Informationen ein.

- Führen Sie kurze unverbindliche Gespräche mit den Messebesuchern.
 - Wechseln Sie nach einiger Zeit in Ihrer Arbeitsgruppe die Rollen.
- 5) Machen Sie gemeinsame Evaluation nach den folgenden Kriterien:
- Was haben Sie persönlich gut gemacht?
 - Was hätten Sie alle besser machen können?
 - Was haben Sie alle als Messeplaner gut gemacht und was hätten Sie alle besser machen können?
- 6) Sammeln Sie und formulieren Sie Tipps für andere Messeplaner.

TEST. Abschnitt 7

Rasante Entwicklung der Informationstechnik

Die Elektronikindustrie gehört zu den Wachstumsbranchen der deutschen Wirtschaft. Deutschland ist weltweit der drittgrößte Elektronikproduzent, hinter den USA und Japan. Insbesondere im Softwarebereich und im Informationstechnologiesektor (IT-Sektor).

Seit langem ist Deutschland Europas größter Markt für Computer, Hardware und Software. Hier haben sich Siemens-Nixdorf (SNI), Europas größter PC-Hersteller, sowie zahlreiche amerikanische und asiatische Firmen angesiedelt: Hewlett Packard, Acer, Toshiba und andere.

Mitte der 90er Jahre entschied sich der amerikanische Chiphersteller Advanced Micro Devices (AMD) für den Bau einer Chipfabrik in Dresden. Ausschlaggebend für den Standort waren die hochqualifizierten Arbeitnehmer. Es sei hinzugefügt, dass daran rund 50 Firmen und Forschungsinstitute beteiligt sind.

In Karlsruhe hat sich die Fa. Schneider & Koch auf Datensysteme und Hochleistungsnetzwerke für Personalcomputer spezialisiert. In Jena, wo die ersten Computer Osteuropas gebaut wurden, sind die Schwerpunkte Messtechnik, Optik, Optoelektronik, Bildverarbeitung, Mikrosystemtechnik, Softwareentwicklung oder auch Präzisionsmechanik. In München sitzt die Zentrale des Elektronikriesen

Siemens. An der Grenze zu Österreich liegt das "Techno Z", ein grenzüberschreitendes Technologiezentrum, dessen Branchenrichtung die Computer- und Kommunikationstechnik ist.

I. *Задание по тексту. Выберите правильный ответ на следующие вопросы.*

- 1. Was gehört zu den Wachstumsbranchen der deutschen Wirtschaft?**
 - a. Die Elektronikindustrie.
 - b. Der Maschinenbau.
 - c. Die chemische Industrie.
- 2. Welchen Platz nimmt Deutschland in der Weltelektronik ?**
 - a) Deutschland nimmt den ersten Platz in der Weltelektronik.
 - b) Deutschland nimmt den zweiten Platz in der Weltelektronik.
 - c) Deutschland nimmt den dritten Platz in der Weltelektronik.
- 3. Wann entschied sich der amerikanische Chiphersteller für den Bau einer Chipfabrik in Dresden?**
 - a. Mitte der 90 er Jahre.
 - b. Im 18. Jahrhundert.
 - c. Mitte der 80 er Jahre.
- 4. Wo hat sich die Fa. Schneider und Koch auf Datensysteme und Hochleistungsnetzwerke für Personalcomputer spezialisiert?**
 - a. In Berlin.
 - b. In Karlsruhe.
 - c. In München.
- 5. Wo wurden die ersten Computer Osteuropas gebaut?**
 - a. Die ersten Computer Osteuropas wurden in Leipzig gebaut.
 - b. Die ersten Computer Osteuropas wurden in Jena gebaut.
 - c. Die ersten Computer Osteuropas wurden in Bulgarien gebaut.

II. *Грамматические задания. Выберите правильный вариант ответа*

- 6. Es ist wichtig, Probleme_____.**

- a) klar definieren
- b) klar zu definieren
- c) klar zudefinieren.

7. Wir fahren zur Ausstellung,_____.

- a) neue Vorträge zuschließen
- b) um neue Vorträge schließen
- c) um neue Vorträge zu schließen

8. Man muss viel arbeiten, ... gute Kenntnisse zu bekommen.

- a) ohne; b) statt; c) um

9. Der Student, dessen Vater an der Universität tätig ist, studiert gut.

- a) Студент, отец которого работает в университете, учится хорошо.
- b) Отец студента, который хорошо учится, работает в университете.
- c) Студент, который работает и учится в университете, хороший.

10. Der Dichter, dessen Romane immer große Erfolge hatten, lebt jetzt in der Schweiz.

- a) Писатель, который успешно писал романы, живет сейчас в Швейцарии.
- b) Писатель, романы которого всегда пользовались большим успехом, живет сейчас в Швейцарии.
- c) Романы писателя, который живёт в Швейцарии, пользуются успехом.

11. Die im Jahre 1409 gegründete Leipziger Universität gehört zu einer der ältesten Universitäten der Welt.

- a) Лейпцигский университет был основан в 1409 году и является старейшим в мире.
- b) Лейпцигский университет, основанный в 1409 году, относится к старейшим в мире университетам.
- c) Самый старый университет находится в Лейпциге и был основан в 1409 году.

12. Die Mappe, ... auf dem Tisch liegt, ist sehr schön.

- a) der b) die c) derer

13. Der Trainer,... Mannschaft gewonnen hat, gibt jetzt ein Interview,

- a) der b) des c) dessen

14. Das Akkreditiv___ bei der Bank_____.

- a) waren eröffnet worden
b) wurden eröffnet
c) war eröffnet worden

15. Der Preis___ vom Verkäufer_____.

- a) wird festgelegt
b) wird festlegen
c) wirdt festgelegt

Русско-немецкий словарь делового общения

Переговоры. Соглашения.

Встреча

Здравствуй! Моя фамилия Guten Tag! Mein Name ist Smirnow.
Смирнов.

Я из Минска и представляю Ich bin aus Minsk, und vertrete die
интересы Interessen

автозавода des Autowerkes

тракторного завода des Traktorenwerkes

Мы ознакомились с Wir haben uns mit ... bekannt
gemacht.

вашим предложением Ihrem Angebot

вашим встречным предложением Ihrem Gegenangebot

вашим официальным письмом Ihrem offiziellen Schreiben

вашим рекламным объявлением Ihrer Werbeanzeige

Мы хотели бы теперь подробно Wir möchten jetzt eingehend die
обсудить возможности нашего Möglichkeiten unserer Zu-

| | |
|---|---|
| сотрудничества. | sammenarbeit beraten. |
| Естественно, это не телефонный разговор, и я хотел бы договориться с вами о времени нашей личной встречи. | Selbstverständlich können wir das nicht telefonisch erledigen, und ich möchte den Termin unserer Zusammenkunft festlegen. |
| Здравствуйтесь! Моя фамилия Мюллер. | Guten Tag! Ich heiße Müller. |
| Я | Ich bin |
| директор завода генеральный директор фирмы | Werkleiter Generaldirektor der Firma |
| коммерческий директор | kaufmännischer Direktor |
| Вы хорошо сделали, что приехали к нам. | Es ist nett von Ihnen, dass Sie zu uns gekommen sind. |
| Мы очень заинтересованы в сотрудничестве с вами. | Wir sind an Ihrer Zusammenarbeit sehr interessiert. |
| Но сегодня в первой половине дня у меня переговоры с другим объединением. | Heute vormittags habe ich aber eine Verhandlung mit einer anderen Vereinigung. |
| Поэтому ничего не получится. | Es ist also nichts zu machen. |
| Не могли бы вы принять меня после обеда, часов в 15? | Könnten Sie mich um 15 Uhr nachmittags empfangen? |
| Как вам будет удобно. | Ich richte mich nach Ihnen. |
| Каким временем мы располагаем? | Wie viel Zeit haben wir zur Verfügung? |
| Пожалуй, потребуется два часа. | Ich meine, dass wir dazu zwei Stunden brauchen. |
| Я готов встретиться с вами (принять вас) в любое время. | Ich bin bereit, Sie zu jeder Zeit zu empfangen. |
| Я предлагаю встретиться в 10 часов. | Ich schlage vor, uns um 10 Uhr zu treffen. |

Запрос. Предложение

| | |
|---|---|
| Я к вам по очень важному делу. | Ich komme in einer sehr wichtigen Angelegenheit zu Ihnen. |
| Я очень рад, что вы приехали лично. | Ich freue mich, dass Sie uns persönlich besuchen. |
| Нам следует обсудить ряд важных вопросов. | Wir haben eine Reihe wichtiger Fragen zu besprechen. |
| Я того же мнения. | Ich bin mit Ihnen einer Meinung. |
| В этом цель и моей поездки. | Das ist auch das Anliegen meiner Reise. |
| В феврале этого года мы посылали вам запрос относительно поставок некоторого количества товаров широкого потребления. | Im Februar dieses Jahres schickten wir Ihnen eine Anfrage wegen einer Lieferung von Konsumgütern. |
| Ваша продукция пользуется у нас большим спросом и высоко оценена нашими специалистами. | Ihre Erzeugnisse sind bei uns sehr gefragt und von unseren Spezialisten sehr hoch eingeschätzt. |
| Мы рады такой оценке нашей продукции. | Wir freuen uns sehr über solche Gutachten für Erzeugnisse unserer Produktion. |
| Что вы можете сказать по поводу нашего запроса? | Was können Sie zu unserer Anfrage sagen? |
| Ваш запрос не относится непосредственно к нашей фирме, но по некоторым позициям мы можем вам помочь. | Ihre Anfrage betrifft nicht unsere Firma, aber in einigen Punkten können wir Ihnen helfen. |
| Мы уже дали письменный ответ на ваш запрос. | Wir haben Ihnen bereits schriftlich auf Ihre Anfrage geantwortet. |

| | |
|---|--|
| Ваш запрос мы направили дальше. | Ihre Anfrage haben wir bereits weitergeleitet. |
| После изучения вашего запроса мы передадим вам подробное предложение. | Nach Bearbeitung Ihrer Anfrage übergeben wir Ihnen ein ausführliches Angebot. |
| Вы можете рассчитывать на положительный ответ на свой запрос. | Sie können mit einer positiven Antwort auf Ihre Anfrage rechnen. |
| Ваш запрос мы изучили. Он соответствует нашим пожеланиям и потребностям. | Ihre Anfrage haben wir geprüft. Sie entspricht unseren Wünschen und Bedürfnissen. |
| Мы хотели бы организовать деловые поездки наших специалистов для ознакомления с работой ваших | Wir möchten einige Geschäftsreisen unserer Fachleute organisieren, um sie mit der Arbeit Ihrer ... bekannt zu machen. |
| промышленных /сельско-хозяйственных/ предприятий органов управления органов здравоохранения учреждений культуры учебных заведений спортивных обществ научных учреждений | Industriebetriebe /landwirtschaftlichen Betriebe/ Verwaltungsorgane Gesundheitsorgane kultureller Einrichtungen Lehranstalten Sportvereine Forschungsstätten |
| Мы хотели бы заключить с вами контракт по вопросу ..., обмена опытом | Wir möchten mit Ihnen einen Vertrag zur Frage ... abschließen. des Erfahrungsaustausches |
| обмена товарами поставок оборудования /машин/ предоставления кредитов совместного строительства завода | des Warenaustausches der Lieferungen von Ausrüstung /Maschinen/ der Gewährung von Krediten |

/комбината/ совместной des Gemeinschaftsbaus eines Werkes
эксплуатации газопровода /Kombinates/ der gemeinsamen
создания совместного предприятия Nutzung einer Gasleitung, der
Gründung eines Ge-
По вышеуказанным направлениям meinschaftsunternehmens Wir
мы предлагаем заключить с нами schlagen vor, für diese Richtungen ...
... . abzuschließen.

долгосрочный договор einen langfristigen Vertrag
долгосрочное соглашение ein langfristiges Abkommen
разовый договор einen einmaligen Vertrag
торговый договор einen Handelsvertrag
хозяйственный договор einen Wirtschaftsvertrag
На договорной основе нам Wir möchten unsere Beziehungen
хотелось бы регулировать свои mit Ihnen ... vertragsgemäß regeln.
отношения с вами

в области культуры auf dem Kulturgebiet
в области науки в спорте in der Wissenschaft im Sport
по координации некоторых bei der Koordinierung einiger
международных акций internationalen Aktionen

В соответствии с ... мы под- Laut ... haben wir einen Ver-
готовили проект договора. tragsentwurf vorbereitet /abgefasst/.
с нашим /вашим/ запросом unserer /Ihrer/ Anfrage
с вашими пожеланиями Ihren Wünschen vorläufiger
предварительной договоренностью Vereinbarung
У вас, вероятно, также есть Vielleicht haben Sie auch ein solches
подобный документ. Dokument.

Нам следует только согласовать Wir müssen nur unsere
проекты. Vertragsentwürfe in Einklang
bringen.

| | |
|---|---|
| Мы имеем все полномочия на заключение договора и соответствующую информацию | Wir besitzen für den Abschluss des Vertrages erforderliche Vollmachten und jeweilige Informationen. |
| Давайте ознакомимся с проектами | Wollen wir unsere Entwürfe studieren |
| Мы так и сделаем. | So werden wir es handhaben |

Разработка договора

| | |
|--|---|
| Давайте уточним официальные названия наших предприятий /фирм/. | Wollen wir die offiziellen Bezeichnungen unserer Betriebe /Firmen/ präzisieren. |
|--|---|

| | |
|--|--|
| На каких условиях мы заключим наш договор? | Zu welchen Bedingungen werden wir unseren Vertrag abschließen? |
|--|--|

| | |
|--|---|
| Как правило, мы заключаем такие сделки на условиях франко вагон граница страны продавца - фоб порт ФРГ /Республика Беларусь/ | In der Regel tätigen wir solche Geschäfte zu Bedingungen franko Waggon Grenze des Verkäuferlandes und fob Hafen der BRD /Republik Belarus/. |
|--|---|

| | |
|--|--|
| А сейчас рассмотрим список машин и оборудования. | Nun wollen wir das Verzeichnis von Maschinen und Ausrüstungen untersuchen. |
|--|--|

| | |
|--|--|
| У нас нет возражений против количества и наименований товаров. | Wir haben keine Einwände gegen die Mengen und Bezeichnungen der Waren. |
|--|--|

| | |
|--|--|
| Нам хотелось бы выяснить основания по определению цен на товары. | Wir möchten die Preisbasis der Waren klären. |
|--|--|

| | |
|--|---|
| Цены устанавливаются согласно вышеназванному базису поставки, включая стоимость маркировки и | Die Preise werden auf obengenannter Lieferbasis festgesetzt einschließlich Markierung und Exportverpackung, |
|--|---|

экспортной упаковки, die den Beförderungsbedingungen
соответствующие транспортным der Ware entsprechen.
условиям для данного товара.

Но цена на изделие типа Н сейчас Der Preis für das Erzeugnis vom Typ
значительно выше той, по которой N ist aber jetzt bedeutend höher, als
мы производили предыдущую im vorigen Geschäft.
сделку.

Вы должны принять во внимание, Sie müssen in Betracht ziehen, dass
что это изделие высшего качества. dieses Erzeugnis von viel höherer
Qualität ist.

Какова же общая стоимость машин Wie ist der Gesamtpreis der
и оборудования? Общая стоимость Maschinen und Ausrüstungen? Der
поставок составит два миллиона Gesamtpreis der Lieferungen beträgt
марок. zwei Millionen Mark.

В какие сроки будут произ- Zu welchen Terminen werden die
водиться поставки? Lieferungen erfolgen?

Поставки товаров будут про- Die Lieferungen werden zu
изводиться в следующие сроки: folgenden Terminen durchgeführt:

- первую партию товара мы - die erste Warenpartie werden wir
поставим в конце первого vor dem Ende des ersten Quartals
квартала, liefern,

- остальные поставки будут - die übrigen Lieferungen werden
совершаться в течение этого года während dieses Jahres zu gleichen
равными частями поквартально Teilen vierteljährlich /laut
/согласно графику поставок/. Lieferplan/ durchgeführt.

Мы просим вас своевременно Wir bitten Sie um rechtzeitige
ставить нас в известность о Lieferbenachrichtigungen.
поставках.

Конечно, об этом мы известим вас Selbstverständlich werden wir Sie
своевременно. darüber rechtzeitig benachrichtigen.

Не позднее трех дней после отгрузки мы пошлем вам соответствующее извещение.

Nach Verladung, spätestens im Laufe von drei Tagen, werden wir Ihnen die entsprechende Lieferbenachrichtigung senden.

В извещении будет указан вес брутто, стоимость поставки, а также номер транса.

In der Benachrichtigung wird das Bruttogewicht, der Wert der Lieferung sowie die Trans-Nr. angegeben.

Сейчас поговорим о качестве товаров.

Jetzt zu der Qualität der Waren.

Каким нормативным документам по качеству соответствуют изделия?

Welchen Normativdokumenten für Qualität entsprechen die Erzeugnisse?

Качество машин соответствует

Die Qualität der Maschinen entspricht

Давайте обсудим условия платежа.

Wollen wir Zahlungsbedingungen besprechen.

Хорошо, оплату товара вы будете производить в банке

Gut. Die gelieferten Waren werden Sie bei der Bank ... bezahlen.

При оплате вам следует представить следующие документы:

Bei der Bezahlung der Ware müssen Sie folgende Dokumente vorlegen:

- специфицированный счет в 4-х экземплярах

- Faktur, spezifiziert - 4fach

- упаковочные листы в 3-х экземплярах

- Packlisten - 3fach

- дубликат железнодорожной накладной /бортового коносамента/

- Duplikat-Frachtbrief /Anbord-Konnossement/

- сертификат качества (документ завода-изготовителя,

- Qualitätszertifikat (Dokument des Herstellerbetriebs, das die

подтверждающий соответствие качества машин и оборудования договорным условиям).

Übereinstimmung der Qualität der Maschinen und Ausrüstungen mit den vertraglichen Vereinbarungen bestätigt).

- копии протоколов испытаний.

- Kopien der Prüfungskontrolle.

Оплату производите только за комплектные единицы, поставленные согласно договору.

Bezahlen Sie nur die kompletten Einheiten, die gemäß Vertrag geliefert wurden.

Какие гарантийные сроки вы устанавливаете на это оборудование?

Welche Garantiezeit setzen Sie für diese Ausrüstung fest?

Гарантийный срок на это изделие составляет два года. Какую техническую документацию вы нам передаете и в какие сроки?

Die Garantiezeit für dieses Erzeugnis beträgt 2 Jahre. Welche technische Dokumentation übergeben Sie uns und zu welchen Terminen?

До первого марта этого года мы вышлем вам следующие технические материалы:

Bis zum 1. März dieses Jahres werden wir Ihnen folgende technische Unterlagen übermitteln:

- чертежи общего вида с указанием всех основных частей машин и оборудования

- Übersichtszeichnungen mit Angabe aller Hauptteile der Maschinen und Ausrüstungen

- список главных деталей и узлов

Verzeichnis der Hauptteile und Baugruppen

- чертежи фундаментов

- Fundamentzeichnungen

сборочные чертежи и принципиальные схемы (электрические, кинематические, гидравлические, пневматические, смазки и охлаждения и другие) с соответствующими подробными

Montagezeichnungen und prinzipielle Schemata (elektrische, kinematische, hydraulische, pneumatische Schemata, Schmier- und Kühlschemata und andere) mit entsprechenden ausführlichen

| | |
|---|--|
| описаниями | Beschreibungen |
| - руководства для сборки, наладки, пуска в эксплуатацию, обслуживания и ремонта машин и оборудования | - Anleitung zur Montage, zum Einrichten, zur Inbetriebnahme, Bedienung und Reparatur der Maschinen und Ausrüstungen |
| - список быстроизнашивающихся деталей | - Verzeichnis der Verschleißteile |
| - рабочие чертежи быстро изнашивающихся деталей | - Werkstattzeichnungen der schnellverschleißbaren Einzelteile |
| - каталог запасных частей. Два комплекта вышеуказанных технических материалов, а также паспорта отсылаются вместе с машинами и оборудованием. | - Ersatzteilkatalog. Zwei Sätze der obengenannten technischen Unterlagen sowie die Pässe werden zusammen mit den Maschinen und Ausrüstungen |
| Возможно, у вас есть какие-либо другие дополнения к договору? | versandt. Haben Sie vielleicht noch andere Ergänzungen zum Vertrag? |
| Да, нам нужно обсудить вопрос о санкциях на случай нарушения договора. | Ja, wir müssen noch die Sanktionen bei einer Vertragsverletzung beraten. |
| Кроме того мы хотели бы | Außerdem möchten wir |
| внести исправления во второй пункт договора | im zweiten Vertragsposten eine Korrektur vornehmen |
| дополнительный пункт о ... | zusätzlichen Posten über ... eintragen |
| внести контрпредложение | einen Gegenvorschlag beantragen |
| исключить из договора пункт о... | aus dem Vortrag den Posten über ... streichen |
| сформулировать пункт № ... в следующей редакции | den Posten Nummer ... in folgender Fassung formulieren |
| За ходом выполнения договора | Die gemeinsame Kommission wird |

/соглашения/ будет следить den Verlauf des Vertrags
смешанная комиссия. /Abkommens/ kontrollieren.

Мы предлагаем поквартально Wir schlagen vor, die Kontrolle der
/ежемесячно/ проверять Vertragseinhaltung vierteljährlich
выполнение договора. /monatlich/ durchzuführen.

Мы согласны с этим. Wir sind damit einverstanden.

Дополнения к контракту

У нас возникла необходимость Bei uns entstand eine Notwendigkeit
внести изменения /дополнения/ в der Vertragsänderung /der
контракт. Vertragsergänzung/.

Чем это вызвано? Wodurch ist das hervorgerufen?

У нас изменились условия Wir haben jetzt veränderte
производства. Produktionsbedingungen.

Вы уже подготовили проект Haben Sie einen Entwurf für die
изменений к контракту? Vertragsänderung vorbereitet?

Да, соответствующие дополнения Ja, wir haben einen entsprechenden
к контракту мы уже подготовили. Nachtrag bereits vorbereitet.

Каков характер изменений Welche Art der Vertragsänderung
/дополнений/ к контракту? /der Vertragsergänzung/ möchten Sie
(haben)?

Мы хотели бы изменить Wir möchten ... ändern.

сроки поставок сумму оплаты die Lieferfristen die Summe der
условия поставок. Bezahlung die Lieferbedingungen

Мы считаем изменения к Wir halten die Vertragsänderung für
контракту совершенно необходи- unbedingt erforderlich.
мыми.

Мы надеемся на положительный Wir hoffen auf eine positive
ответ. Antwort.

| | |
|--|---|
| Мы согласны с предложенными изменениями. | Wir sind mit vorgeschlagenen Änderungen einverstanden. |
| Изменения к контракту имеются на русском и немецком языках. | Die Vertragsänderung liegt in Deutsch und Russisch vor. |
| Мы подготовим изменения к контракту на двух языках. | Wir werden die Vertragsänderung zweisprachig ausfertigen. |
| Мы передаем вам копии изменений к контракту. | Wir übergeben Ihnen eine Kopie der Vertragsänderung. |
| Подпишите, пожалуйста, дополнения к контракту. | Unterzeichnen Sie bitte die Vertragsänderung. |
| Дополнения к контракту акцептированы обеими сторонами. | Die Vertragsergänzungen /der Nachtrag/ wurden von beiden Seiten akzeptiert. |
| Мы проверим этот вопрос с заказчиком. | Wir werden diese Frage mit unserem Auftragsgeber prüfen. |
| В данном случае дополнений не требуется. | In unserem Fall ergibt sich keine Vertragsänderung. |
| Пришлите нам обратно изменения к контракту. | Bitte, senden Sie die Vertragsänderung an uns zurück. |
| Проект дополнения к контракту еще не готов. Мы передадим вам дополнения к контракту через месяц. | Der Entwurf der Vertragsergänzung ist noch nicht fertig. Wir werden Ihnen in einem Monat die Ergänzungen übergeben. |

Организация деловых визитов

| | |
|---|---|
| Нам бы хотелось установить дружеские /деловые/ контакты с вашей страной | Wir möchten zu Ihrem Land freundliche /sachliche/ Kontakte ... anknüpfen. |
| в политической сфере | im politischen Bereich |
| в экономической сфере | in der ökonomischen Sphäre |

| | |
|---|--|
| по линии здравоохранения | im Gesundheitswesen |
| в области образования и воспитания | auf dem Gebiet der Ausbildung und Erziehung |
| по вопросам науки | in der Wissenschaft |
| по линии культуры | in der Kultur |
| по вопросам физкультуры и спорта | in der Körperkultur und im Sport |
| по вопросам туризма | in der Touristik |
| С этой целью мы хотели бы узнать, какие, государственные органы, общественные организации или частные фирмы занимаются вопросами ... | Zu diesem Zweck möchten wir wissen, welche staatliche Behörden, gesellschaftliche Organisationen oder Privatfirmen sich mit den Fragen ... beschäftigen. |
| международного туризма | der internationalen Touristik |
| обмена специалистами /студентами, учащимися/ | des Austausches von Fachleuten /Studenten, Schülern/ |
| Какие у вас есть возможности ...? для улучшения деловых контактов в вопросах обмена туристскими группами улучшения организации взаимных визитов | Welche Möglichkeiten ... haben Sie? zur Besserung sachlicher Kontakte im Bereich des Austausches von Touristengruppen zur Besserung organisatorischer Maßnahmen für gegenseitige Besuche |
| Какова программа вашего визита путешествия экскурсии | Wie ist das Programm ...? Ihres Besuches Ihrer Reise |
| Какие ... вы хотите посетить /осмотреть/? | Ihrer Exkursion Welche ... wollen Sie besuchen /besichtigen/? |
| Мы хотим посетить (осмотреть) ... | Wir wollen ... besuchen /besichtigen/. |
| библиотеки | Bibliotheken |

| | |
|--|---|
| выставки | Ausstellungen |
| достопримечательности | Sehenswürdigkeiten |
| лечебные учреждения | Heilanstalten |
| министерства | Ministerien |
| объекты | Objekte |
| организации | Organisationen /Behörden/ |
| органы здравоохранения | Gesundheitsämter |
| предприятия | Betriebe |
| спортивные мероприятия | Sportveranstaltungen |
| учебные заведения | Lehranstalten |
| учреждения культуры | Kulturanstalten |
| физкультурно-спортивные учреждения | Ämter /Behörden/ für Körperkultur und Sport |
| Программа состоит из | Das Programm besteht aus |
| посещения /осмотра/ различных объектов | den Besuchen /Besichtigungen/ verschiedener Objekte |
| участия в конференции /в совещании/ встреч с ... | der Teilnahme an der Konferenz /Beratung/ den Treffen /Begegnungen/ mit ... |
| ознакомления с /технической/ документацией, произведениями искусства | dem Bekanntmachen mit der Dokumentation /technischen Unterlagen/, Kunstwerken |
| Какова цель вашего визита? | Was ist das Ziel Ihres Besuches? |
| Мы хотели бы | Wir möchten |
| достопримечательностями вашего города /вашей страны/ | uns mit den Sehenswürdigkeiten Ihrer Stadt /Ihres Landes/ bekannt machen |
| ознакомиться с вашими способами производства /технологией/ | uns mit Ihren Produktionsverfahren /Technologie/ vertraut machen |
| ознакомиться с условиями труда | mit den Arbeitsbedingungen in Ihrem |

| | |
|--|--|
| на вашем /этом/ предприятии | /diesem/ Betrieb bekannt machen |
| заключить договор /соглашение/ | einen Vertrag /ein Abkommen/ abschließen |
| Когда прибывает делегация? | Wann kommt die Delegation an? |
| Каков состав группы /делегации/? | Aus welchen Leuten besteht die Gruppe /Delegation/? |
| Где место будущего проживания группы /делегации/? | Wo ist der zukünftige Aufenthaltsort /Wohnort/ der Gruppe /Delegation/? |
| Каковы условия ...? проживания работы отдыха | Wie sind die ... Wohnbedingungen? Arbeitsbedingungen Bedingungen für Erholung |
| На каких условиях производится обслуживание туристов /делегатов/? | Zu welchen Bedingungen wird die Betreuung der Touristen /Delegierten/ geleistet? |
| Мы предоставляем вам места в гостинице. | Wir bieten Ihnen Hotelzimmer an. |
| У вас будут хорошие условия для | Sie werden gute ... haben. |
| культурного отдыха проживания работы Мы | Bedingungen für Ihre kulturelle Erholung, Wohnbedingungen, Arbeitsbedingungen Wir werden |
| организуем для вас высококачественное обслуживание обеспечим вас необходимыми средствами транспорта и связи | für Sie Qualitätsbedingungen organisieren /schaffen/ Sie mit nötigen Verkehrsund Verbindungsmitteln versorgen |
| обеспечим вам свободный доступ на предприятие /к технической документации/ | Ihnen einen freien Zutritt in den Betrieb /zu technischen Unterlagen/ gewährleisten. |
| Мы выделяем для вас ... | Wir werden Ihnen ... zur Verfügung |

| | |
|-------------------------------|---------------------------------------|
| гида | stellen. |
| переводчика | einen Führer |
| автомашину | einen Dolmetscher |
| секретаря | ein Auto |
| машинистку | einen Sekretär |
| машинистку-стенографистку | eine Maschinenschreiberin |
| Мы предлагаем вам | eine Stenotypistin |
| организовать экскурсии в нашу | Wir schlagen Ihnen vor, Exkursionen |
| страну /на наше | in unser Land /in unseren Betrieb/ zu |
| предприятие/совершить деловые | veranstalten |
| /туристские/ поездки по нашей | Geschäftsreisen /Touristenreisen/ in |
| стране | unserem Land zu unternehmen |
| | /durchzuführen/ |

Обмен информационными материалами

| | |
|----------------------------------|-----------------------------------|
| Нам следует обсудить проблемы | Wir haben die Probleme des |
| обмена информацией в области ... | Informationsumtausches auf dem |
| | Gebiet der ... zu besprechen |
| политики | Politik |
| экономики | Ökonomie |
| науки | Wissenschaft |
| культуры | Kultur |
| образования | Ausbildung |
| воспитания | Erziehung |
| здравоохранения | Gesundheitsfürsorge |
| физкультуры и спорта | Körperkultur und Sport |
| Мы хотели бы ознакомиться с | Wir möchten uns mit dem |
| перечнем продукции, выпускаемой | Verzeichnis der Produktion |
| вашей /вашим/ | /Erzeugnisse/ bekannt machen, die |
| | von ... hergestellt wird. |

| | |
|---|---|
| страной | Ihrem Land |
| отраслью промышленности | Ihrem Industriezweig |
| фирмой | Ihrer Firma |
| предприятием | Ihrem Betrieb |
| фабрикой | Ihrer Fabrik |
| объединением | Ihrer Vereinigung |
| Какие аудиовизуальные материалы вы имеете /издаёте/? | Welche audiovisuelle Materialien haben Sie /geben Sie heraus/? |
| У нас есть различные Мы издаём различные | Wir haben verschiedene ... Wir geben verschiedene ... heraus. |
| печатные материалы | Druckerzeugnisse |
| проецируемые материалы | zu projizierende Materialien |
| грампластинки | Schallplatten |
| материалы на видеокассетах | Materialien auf Videokassetten |
| У нас есть следующие печатные материалы: | Wir haben folgende Drucker- zeugnisse: |
| газеты | Zeitungen |
| журналы | Zeitschriften |
| проспекты | Prospekte |
| доклады | Vorträge |
| бюллетени | Bulletins |
| материалы конференций /совещаний/ | Materialien der Konferenzen /Beratungen/ |
| Есть у вас информационные материалы для проецирования? | Gibt es bei Ihnen Informati- onsmaterialien zum Projizieren? |
| Да, у нас есть много материалов для проецирования: | Ja, wir haben viele Materialien zum Projizieren: ... |
| кинофильмы | Filme |
| диафильмы | Diafilme |
| диапозитивы | Diapositive |

| | |
|--|---|
| Нас интересует аудиовизуальная информация по вопросам современных средств связи. | Wir interessieren uns für die audiovisuelle Information, die moderne Fernmeldeanlagen betrifft. |
| По этим вопросам мы можем вам предложить | Für diese Thematik können wir ... anbieten. |
| грампластинки | Schallplatten |
| видеокассеты | Bildplatten /Videokassetten/ |
| Мы можем организовать для вашей страны | Wir können für Ihr Land ... übertragen. |
| радиопередачи | Rundfunksendungen |
| телевизионные передачи | Fernsehsendungen |
| О чем говорится в ваших материалах? | Was steht in Ihren Materialien? /Worüber wird in Ihren Materialien berichtet?/ |
| Расскажите, пожалуйста, кратко о (об) ... изображенных / описанных / событиях. | Erzählen Sie bitte kurz über ... der dargestellten /beschriebenen/ Ereignisse. |
| времени | die Zeit |
| месте | den Handlungsort |
| действующих лиц | die handelnden Personen |
| основной идее Кто ... этих материалов? | die Hauptidee |
| автор | Wer ist ... dieser Materialien? |
| составитель | Autor |
| издатель | Verfasser |
| режиссер | Verleger /Herausgeber |
| Мы с удовольствием купили бы показанные материалы. | Regisseur |
| Мы согласны ... все обговоренные аудиовизуальные материалы. | Wir würden gern die vorgewiesenen Materialien kaufen |
| | Wir sind einverstanden, die verabredeten audiovisuellen |

| | |
|---|---|
| | Materialien |
| передать безвозмездно | unentgeltlich zu übergeben |
| продать | zu verkaufen |
| Каковы ваши предложения ...? | Wie sind Ihre Angebote, die ... betreffen? |
| по способам обмена аудио- визуальными материалами | die Umtauschmethoden der audiovisuellen Materialien |
| по способам доставки информационных материалов | die Beförderungsmethoden der Informationsmaterialien |
| по расчетам | die Verrechnungen |
| Мы предлагаем вам ... производить обмен информационными материалами. | Wir schlagen Ihnen vor, den Umtausch von Informationsmaterialien ... durchzuführen. |
| регулярно | regelmäßig |
| периодически | periodisch |
| ежемесячно | monatlich |
| Мы хотели бы регулярно получать все ваши новые издания по вопросам внедрения новейшей | Wir möchten gern alle Ihre Neuerscheinungen regelmäßig bekommen, die die Einführung der neusten /modernsten/ Technologie betreffen. |

Литература

- Григорьева В.С., Кажанова З.Н., Ильина И.Е., Ершова Н.Б. Письменная деловая коммуникация в сфере экономического бизнеса: Учебное пособие. - Тамбов, изд-во Тамбовск. гос. техн. ун-та, 2005. – 128 с.
- Григорьева В.С., Зайцева В.В., Ильина И.Е., Теплякова Е.К. Практическая грамматика немецкого языка: учебное пособие для студентов высших

учебных заведений всех специальностей: учебное электронное издание комбинированного распространения: учебное электронное издание на компакт-диске. – 2014. Федеральное государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Тамбовский государственный технический университет (ФГБОУ ВПО «ТГТУ»)). – Регистрационное свидетельство обязательного федерального экземпляра электронного издания № 36691 от 17 октября 2014 г. № госрегистрации 032140140261.

Зеленин К.И. Деловые контакты: Русско-немецкий разговорник. – Мн.: Выш. Шк., 1994. – 399 с.

Кажанова З.Н., Ильина И.Е., Теплякова Е.К., Ершова Н.Б. Бизнес-курс немецкого языка: Учебное пособие для студентов экономического факультета. – Тамбов: Изд-во ТГТУ, 2004.

Михайлова Л.М. Деловой немецкий язык: Бизнес, маркетинг, менеджмент: Учеб. Пособие для вузов. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2004 – 302 с.

Паремская Д. А. Практическая грамматика немецкого языка учебное пособие для студентов высших учебных заведений по специальности «Современные иностранные языки» - Минск, 2012 – Режим доступа: <http://dlib.rsl.ru>