

Inhalt

	Seite			
Berufsprofile	Danksagung	3	Gespräche und Besprechungen <ul style="list-style-type: none"> ● Vorstellung von Berufstätigen ● Gespräch vor einer Bewerbung 	
	Zum Buch	4		
	1 Leute, Berufe, Tätigkeiten	11		Texte und Grafiken <ul style="list-style-type: none"> ● Beschreibung von Ausbildungsinhalten ● Tätigkeits- und Anforderungsprofil ● Fragebogen
	2 Eine Tätigkeit beschreiben	23		
	«Wäre das so etwas wie ein Sachbearbeiter?»		Filme <ul style="list-style-type: none"> ● <i>LINDE Group</i>: «The secret behind» 	
Wichtige Zielaktivitäten <ul style="list-style-type: none"> ● sich vorstellen: die Ausbildung, den beruflichen Werdegang, die Berufstätigkeit, die Zuständigkeits- und Aufgabenbereiche im Unternehmen erläutern ● Anforderungen beschreiben ● ein Vorstellungsgespräch vorbereiten und führen 	Fachwortschatz <ul style="list-style-type: none"> ● Berufs- und Tätigkeitsprofile im kaufmännischen Bereich ● Ausbildungsinhalte und -anforderungen 			
Unternehmensprofile	3 Unternehmenspräsentation	35	Gespräche und Besprechungen <ul style="list-style-type: none"> ● Planungsbesprechung ● Gespräch über Geschäftsanbahnung 	
	4 Eine Unternehmenspräsentation vorbereiten	47		
		«Wir ziehen alle Register!»		Texte und Grafiken <ul style="list-style-type: none"> ● Unternehmensdaten ● Jahresbericht (Auszug) ● Gesprächsprotokoll ● Schema: Aufbauorganisationen ● Pressemitteilung ● Gewinn u. Verlustrechnung
	Wichtige Zielaktivitäten <ul style="list-style-type: none"> ● Kenndaten von Unternehmen darstellen und auswerten ● Marktentwicklungen beschreiben ● Aufbauorganisationen und Rechtsformen von Unternehmen beschreiben ● schriftliche Kommunikation: ein Unternehmen präsentieren 	Fachwortschatz <ul style="list-style-type: none"> ● Kenndaten zu Unternehmen: Größe, Rechtsform, Branche, Tätigkeit, Produkt, Umsatz ... ● Marktentwicklung ● Aufbauorganisationen von Unternehmen ● Rechtsformen ● Abteilungen, Bereiche 		
			Filme <ul style="list-style-type: none"> ● «<i>Die BMW Group</i>»: Zahlen und Fakten ● «<i>Die BMW Group</i>»: Unternehmensgeschichte: 1916 – 1962 / 1962 – 2006 ● <i>KBV</i>: «Bad Krozingen» 	
Wichtige Zielaktivitäten <ul style="list-style-type: none"> ● Kenndaten von Messen auswerten ● Messeprofile erläutern und vergleichen ● Messeziele für Besucher beschreiben und gewichten ● Messegespräche vereinbaren und führen ● über einen Messebesuch berichten ● schriftliche Kommunikation: Messebesucher anschreiben 	Fachwortschatz <ul style="list-style-type: none"> ● Kenndaten von Messen ● Besucherziele ● Standortfaktoren ● Geschäftsanbahnung ● Produktinformationen 			
Messen	5 Messeprofile	59	Gespräche und Besprechungen <ul style="list-style-type: none"> ● Messegespräche 	
	6 Einen Messebesuch planen	69		
		«... viel Zeit für persönliche Gespräche mit Kollegen und Lieferanten.»		Texte und Grafiken <ul style="list-style-type: none"> ● Fallbeispiel ● Messeprofil ● Messekatalog ● Fachzeitschrift ● Fachliteratur ● Checkliste
	7 Messegespräche führen	77		
	«... erwarten wir den Besuch Ihres Fachberaters.»		Filme <ul style="list-style-type: none"> ● <i>AUMA</i>: «Messen made in Germany» ● <i>KÖLN MESSE</i>: «Imagefilm» ● <i>JACKSTÄDT</i>: Unternehmensporträt 	

	Seite		
8 Auftragsabwicklung	87		Aufträge
9 Ein Angebot erstellen	99		
«... und bitten um Ihre Auftragsbestätigung.»			
10 Über ein Angebot verhandeln	111		
«Da kommen wir Ihnen gerne entgegen!»			

Wichtige Zielaktivitäten

- eine Auftragsabwicklung erläutern
- eine Anfrage auswerten
- ein Angebot erstellen
- über Verkaufs-, Liefer- und Zahlungsbedingungen verhandeln
- eine Kundenbeschwerde behandeln
- schriftliche Kommunikation:
Anfrage und Angebote verfassen

Fachwortschatz

- Anfrage, Angebot, Auftrag
- Auftragsabwicklung
- Verkaufs-, Liefer- und Zahlungsbedingungen
- Kaufverträge

Gespräche und Besprechungen

- Planungsbesprechung
- Verhandlungsgespräch

Texte und Grafiken

- Fallbeispiel
- Unternehmensporträt
- Anfrage, Angebot, Rechnung, Reklamation
- Verkaufs-, Liefer- und Zahlungsbedingungen
- allgemeine Geschäftsbedingungen

Filme

- *HKM*:
«Wir über uns»

	Seite		
11 Vertriebswege und Vertriebspartner	121		Vertrieb
12 Einen Vertriebspartner suchen	131		
«Eine Geschäftsverbindung ist zulässig!»			
13 Einen Vertriebspartner auswählen	141		
«Es müssen beide gewinnen!»			

Wichtige Zielaktivitäten

- Absatzwege beschreiben und vergleichen
- Vertriebsstrategien erläutern und werten
- über den Eintritt in einen neuen Markt entscheiden
- ein Beratungsangebot nutzen
- ein Gespräch mit einem Vertriebspartner vorbereiten und führen
- einen Vertriebspartner auswählen
- schriftliche Kommunikation:
Gesprächsergebnisse festhalten

Fachwortschatz

- Absatz-, Vertriebswege
- Absatzmittler, Vertriebspartner
- Kenndaten von Unternehmen
- Auswahlkriterien für Vertriebspartner
- vertragliche Regelungen (Handelsvertretung)

Gespräche und Besprechungen

- Gespräch über Geschäftsanbahnung

Texte und Grafiken

- Fallbeispiel
- Schema, Tabelle
- Fachliteratur
- Auskunft (Auskunftei, Bank)
- Handelsvertretungsvertrag
- Geschäftskorrespondenz

	Seite		
14 Produktpolitik	153		Produktstrategien
15 Einen Bedarf ermitteln	161		
«... es gibt da noch ein unausgeschöpftes Potenzial!»			
16 Ein neues Produkt entwickeln	171		
«... ich sehe da kein Problem.»			

Wichtige Zielaktivitäten

- Charakteristika von Produkten beschreiben
- eine Marktstudie auswerten: Marktpositionen beschreiben, Marktdaten erläutern
- eine Produktidee werten
- Schritte einer Produktinnovation darstellen
- Fristen und Termine absprechen
- eine Projektpräsentation vorbereiten und durchführen
- schriftliche Kommunikation:
einen Kurzbericht verfassen
ein Besprechungsprotokoll schreiben

Fachwortschatz

- Charakteristika von Produkten
- Produktinnovation
- Produkteinführung
- Produktlebenszyklus
- Aufgaben des Produktmanagers
- Marketingziele
- Markt und Marktanteile
- Markenpolitik
- Qualitätssicherung

Gespräche und Besprechungen

- Planungsbesprechung zu einer Produktentwicklung
- Bericht über eine Produkteinführung

Texte und Grafiken

- Fallbeispiel
- Unternehmensporträt
- Fachliteratur
- Checkliste
- Marktstudie
- Produkthistorie
- Produktbriefing
- Gesprächsprotokoll

Filme

- *SAP*: Image-Film
- *HENKEL KGaA*: «A brand like a friend»

Inhalt

	Seite
17 Markterschließung	185
18 Ein neues Produkt auf den Markt bringen «... wollen wir neue Wege beschreiten!»	195
19 Eine Verkaufsförderung planen «Das ist 'ne faire Basis!»	205

Wichtige Zielaktivitäten

- Strategien, Instrumente und Ergebnisse einer Markterschließung beschreiben
- marketingpolitische Instrumente erläutern, werten und auswählen
- Zielkonflikte zwischen Hersteller und Handel erläutern
- Kundenprofile erstellen und auswerten
- geeignete Vertriebspartner auswählen
- ein neues Produkt präsentieren
- ein Gespräch über eine Verkaufsförderungsaktion mit dem Vertriebspartner führen

Fachwortschatz

- Marketingmix
- Marketingplan
- Marktanalyse, Marktdaten
- Informationsquellen
- Instrumente zur Absatzförderung
- Handel
- Leistung und Nutzen von Produkten
- Kundenprofile

Gespräche und Besprechungen

- Gespräch über eine Verkaufsförderungsaktion

Texte und Grafiken

- Fallbeispiel
- Unternehmensporträt
- Fachliteratur
- Fachzeitschrift
- Produktprospekt
- EU-Richtlinien
- Kundenportfolio

Filme

- *3M Deutschland GmbH: «3M Innovation»*

	Seite
Kleines Lexikon Gesprächsstrategien (Redemittel)	215
Quellenangaben	221

Aus Gründen der Lesbarkeit und der Übersichtlichkeit haben wir es vorgezogen, statt «Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen» oder «Partner und Partnerinnen» usw., die kürzere Variante «MitarbeiterInnen» oder «PartnerInnen» zu verwenden.

Das Lehrerhandbuch und einen Modelltest zur Prüfung Wirtschaftsdeutsch (PWD) finden Sie unter: www.langenscheidt.de/wirtschaftskommunikation.