

**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ЦЕНТР
ГУМАНІТАРНОЇ ОСВІТИ**

Кафедра «Іноземні мови»

ДІЛОВЕ ЛИСТУВАННЯ

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

**з розвитку професійного мовлення
з курсу “Ділова німецька мова”
для студентів старших курсів
денної та заочної форм навчання**

(німецька мова)

Харків 2013

Методичні вказівки розглянуто та рекомендовано до друку на засіданні кафедри “Іноземні мови” 29 січня 2011 р., протокол № 6.

Видання підготовлено відповідно до програми навчальної дисципліни і є складовою частиною навчально-методичного комплексу дисципліни “Німецька мова”.

Метою даних методичних вказівок є розвиток навичок писемного мовлення та комунікативної компетенції, розширення словникового запасу з курсу «Ділова німецька мова».

Основний текст (теоретичний матеріал) та післятекстові вправи, які спрямовані на закріплення навичок читання, писемного мовлення та оволодіння новою лексикою з курсу «Ділова німецька мова». Методичні вказівки містять вправи творчого характеру.

Укладач
викл. О.В. Теслюк

Рецензент
проф. В.І. Говердовський

ДІЛОВЕ ЛИСТУВАННЯ

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

з розвитку професійного мовлення
з курсу “Ділова німецька мова”
для студентів старших курсів
денної та заочної форм навчання

(німецька мова)

Відповідальний за випуск Теслюк О.В.

Редактор Еткало О.О.

Підписано до друку 15.04.11 р.

Формат паперу 60x84 1/16 . Папір писальний.

Умовн.-друк.арк. 1,5. Тираж 50. Замовлення №

Видавець та виготовлювач Українська державна академія залізничного транспорту
61050, Харків - 50, майдан Фейербаха, 7

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 2874 від 12.06.2007 р.

**УКРАЇНСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ
ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ**

ГУМАНІТАРНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра “Іноземні мови”

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

**з розвитку професійного мовлення
“Ділове листування” з курсу “Ділова німецька мова”
для студентів старших курсів денного та заочного навчання**

(німецька мова)

Харків, 2011

Методичні вказівки розглянуто та рекомендовано до друку на засіданні кафедри “Іноземні мови” 29 січня 2011 р., протокол №6.

Видання підготовлено відповідно до програми навчальної дисципліни і є складовою частиною навчально-методичного комплексу дисципліни “Німецька мова”.

Метою даних методичних вказівок є розвиток навичок писемного мовлення та комунікативної компетенції, розширення словникового запасу з курсу «Ділова німецька мова»

Основний текст (теоретичний матеріал) та післятекстові вправи, які спрямовані на закріплення навичок читання, писемного мовлення та оволодіння новою лексикою з курсу «Ділова німецька мова». Методичні вказівки містять вправи творчого характеру

Укладач

викл. О.В. Теслюк

Рецензент

проф. В.І. Говердовський

Teil I Aus der Geschichte des Briefschreibens

Завдання 1. Прочитайте та перекладіть ознайомчий тест та виконайте завдання після тексту усно.

Aus der Geschichte des Briefschreibens

Das Briefschreiben ist wahrscheinlich so alt wie die Erfindung der Schrift. Kaum weniger alt ist das Gewerbe der Schreiber, die für andere Briefe schrieben. Und auch Mustersammlungen von Briefen kennt man aus vielen Zeiten und Kulturen.

Aus dem alten Ägypten sind aus allen Herrschaftszeiten – also ab ca. 3000 vor Christus bis hin zu Cleopatra, bis zur Zeit von Augustus und damit Christus – Briefe bekannt, auf Papyrus oder Scherben geschrieben. Eine der berühmtesten Figuren des ägyptischen Museums in Kairo ist ein Schreiber. Mustersammlungen hat man aus mehreren Epochen. Man kennt wichtige Briefe etwa eines Pharaos an einen hohen Beamten, die in Abschrift in den Gräbern der Beamten erhalten sind, aber auch Liebesbriefe von zarter Hand.

Aus Babylon und Ninive, aus der Zeit ab 1750 vor Christus und aus dem ersten Jahrtausend, gibt es Tausende von Handelsbriefen, politischen Briefen und Verwaltungsschreiben.

Die Bibel kennt Briefe, etwa im Alten Testament einen Brief Davids an einen Feldherrn namens Joab (2. Samariter 11, 14), den sogenannten *Uriasbrief*. Das ist übrigens kein feiner Brief: David bittet den Feldherrn, dafür zu sorgen, dass der Offizier Urias im Kampf fällt; ihm, David, gefällt die Frau des Urias, die schöne Bethsaba; der Brief hat Erfolg. Im Neuen Testament gibt es die Apostelbriefe, etwa an die Korinther und die Römer.

Im klassischen Altertum der Griechen und der Römer schrieb man Briefe auf Holztafeln, die mit Wachs überzogen waren; man benutzte hinzu den Schreibgriffel. Man schrieb aber auch mit Tinte auf Papyrusröllchen.

Im Mittelalter Europas schrieb man zunächst auf Lateinisch. Auch hier gab es das angesehene Gewerbe der Briefschreiber oder Briefsteller, wie sie später genannt wurden. Sie waren durch Eid zur Verschwiegenheit und Wahrung des Briefgeheimnisses verpflichtet, ähnlich wie heute die Notare.

An Mustersammlungen kennt man Formelbücher aus der Zeit um das Jahr 1000, später Mustersammlungen mit Ratschlägen und Formulierungshilfen für Briefe in allen Berufen und in öffentlichen

Angelegenheiten. Der erste gedruckte Ratgeber erschien 1484, knapp 30 Jahre nach der ersten Bibelausgabe Gutenbergs.

Die Kunst des Briefschreibens wurde, je mehr Menschen schreiben lernten, weiter entwickelt. Etwa ab 1750, nachdem die allgemeine Schulpflicht so nach und nach überall eingeführt war, findet man weniger allgemeine Mustersammlungen, dafür aber solche für bestimmte Berufszweige, zum Beispiel für Landwirte, Kaufleute, Behörden.

Es gibt berühmte Briefe und Briefsammlungen, die Briefe Ciceros, des großen römischen Staatsmanns und Redners, Luthers Sendbriefe, Galileis Brief über die Freiheit der (Natur)wissenschaften, um einige zu nennen. Es gibt berühmt gewordene Briefwechsel, zwischen Schiller und Goethe zum Beispiel, Kafkas Brief an den Vater oder van Goghs, des berühmten Malers, Briefe an seinen Bruder.

Es gibt Briefromane: Einer der erfolgreichsten Bestseller in deutscher Sprache, der seinen jungen Autor seinerzeit, 1774, weltberühmt machte und Anlass für nicht wenige Selbstmorde war, heißt *Die Leiden des jungen Werther* von Johann Wolfgang von Goethe.

Und heute? Zwar macht das Telefon und Internet viele Briefe überflüssig, aber geschrieben wird nach wie vor, insbesondere in Behörden und Verwaltungen. Und seit wir faxen können mit den Fax-Geräten, wird nun manches Telefongespräch wieder durch eine schriftliche Nachricht ersetzt, nicht selten eine handschriftliche.

Auch Mustersammlungen gibt es nach wie vor. Schreibautomaten oder Textcomputer haben das Gewerbe der Briefsteller teilweise übernommen, liefern. Versatzstücke, in die nur noch Namen und einige Einzelheiten einzupassen sind.

Welche der folgenden Aussagen über die Geschichte des Briefschreibens sind richtig?

- 1 Die Briefe werden geschrieben seit die Menschheit existiert.
- 2 Aus dem alten Ägypten, aus Babylon und Ninive sind keine privaten Briefe bekannt.
- 3 Auch der Text der Bibel enthält einige Briefe.
- 4 In altem Griechenland und Rom wurden Briefe auf Papier geschrieben.

- 5 Die erste gedruckte Mustersammlung für Briefe erschien viel früher als die erste Gutenbergische Bibelausgabe.
- 6 Kafka und van Gogh haben viele Jahre miteinander im Briefwechsel
- 7 gestanden.
- 8 7. Der Briefroman *Die Leiden des jungen Werther* ist dadurch berühmt
- 9 geworden, dass er Anlass für viele Selbstmorde gegeben hat.
- 10 Die Schreibautomaten und Textcomputer haben das Gewerbe der Briefsteller vollkommen übernommen.

Завдання 2. Прочитайте та перекладіть текст.

Moderne Korrespondenz. Der Geschäftsbrief

Der Geschäftsbrief ist ein Medium der Kommunikation. Nach wie vor ist er die Visitenkarte des Unternehmens. Durch den Schriftverkehr kann ein Unternehmen Kunden gewinnen und behalten, aber auch verlieren. Je nachdem, in welcher Form der Geschäftsbrief abgefasst ist, kann es sich um einen Werbebrief, ein Bestätigungsschreiben, ein Erinnerungsschreiben usw. handeln. Das Ziel eines solchen Schreibens ist das gleiche: zufriedene Kunden zu behalten oder zu gewinnen.

Ein gewöhnlicher Geschäftsbrief wird in der Regel genau gelesen und beantwortet. Häufig muss der Empfänger jedoch zunächst rückfragen; er vermisst bestimmte Angaben, versteht den Inhalt nur teilweise, z.B. wegen unbekanntem Sachverhalts.

Das Schreiben von Geschäftsbriefen lässt sich erlernen; die zu befolgenden Regeln und die anzuwendenden Techniken lassen sich einüben. Ein Geschäftsbrief sollte formal, inhaltlich und stilistisch ansprechend sein. Wichtig ist dabei, den allgemeinen Zusammenhang, in den das Schreiben von Geschäftsbriefen gehört, kenntlich zu machen.

Abhängig vom Gegenstand eines Briefes wird der Schreiber im Sachstil oder im Wirkungsstil formulieren. Der Sachstil verlangt einen sachlich geschriebenen Brief, der logisch aufgebaute Gedanken

erkennen lässt. Der Wirkungsstil spricht auch die Gefühle und Empfindungen des Empfängers an.

Ein mit einer solchen Absicht verfasster Geschäftsbrief muss den Empfänger ansprechen. Er muss sowohl durch seine äußere Form, als auch über seinen Inhalt auf diesen wirken. Der Geschäftsbrief muss in einwandfreiem Deutsch abgefasst sein. Sicherheit in der Sprachlehre, Rechtschreibung und Zeichensetzung sind für den Briefschreiber unentbehrlich.

Die Sprache des Geschäftsbriefs muss klar und freundlich sein. Was den Inhalt betrifft: Der Geschäftsbrief muss *sachlich* richtig sein. Der Inhalt bezieht sich auf Fakten, die jederzeit prüfbar sind.

Bevor der Schreiber einen Brief konzipiert, sollte er sich überlegen:

- Wer ist der Empfänger?
- Was soll mit dem Brief erreicht werden?

Einen älteren Empfänger wird er anders ansprechen als einen Jungen, eine Dame anders als einen Herrn, einen Kunden anders als einen Lieferanten.

Bei namentlich bekanntem Empfänger ist die persönliche Anrede üblich, ansonsten heißt es «Sehr geehrte Damen und Herren» («Sehr geehrte Damen, sehr geehrte Herren»).

Schreibt man an eine Dame und einen Herrn, muss die Anrede «Sehr geehrte Frau ...», «Sehr geehrter Herr ...» lauten.

Abhängig vom Verhältnis des Absenders zum Empfänger, sind andere Formen der Anrede möglich: «Liebe Frau ...», «Lieber Herr ...» usw.

Die Aufbauelemente des Briefes sind:

Einleitung, Hauptteil und Schluss.

Завдання 3. Виконайте завдання письмово.

a) *Wie heißen die Verben zu:*

das Unternehmen, der Zusammenhang, der Absender, der Schreiber, die Empfindung, die Einleitung, der Empfänger, der Betreff, die Darstellung, der Ausdruck, der Lieferant, die Aktion, das Schreiben.

b) *Wie heißen die Substantive zu:*

gewinnen, verlieren, rückfragen, einüben, ansprechen, betreffen, konzipieren, ausführen, mitteilen

Завдання 4. Прочитайте та перекладіть подану інформацію.

Merken Sie sich.

Betreff – ist ein Bestandteil des Geschäftsbriefes. Mit möglichst wenigen Wörtern – höchstens zwei Zeilen – soll der Betreff Interesse wecken und darüber informieren, was im Betrefftext behandelt wird.

Anrede – der Empfänger sollte mit Namen angesprochen werden. Das wirkt persönlich und sein Interesse wird geweckt. Bei wichtigen Personen sollte man bei der betreffenden Firma telefonisch erfragen, wie der Name des Briefempfängers korrekt geschrieben wird.

Briefanfang – der wichtigste Satz eines Geschäftsbriefes ist der erste. Er wird auf alle Fälle gelesen. Von ihm hängt die Reaktion des Empfängers auf den Brief ab. Deshalb überlegen Sie sich den Briefanfang gut.

Beginnen Sie mit einer Sache, die den Empfänger interessiert.

- Stellen Sie eine Frage, über die der Empfänger vermutlich schon nachdenkt.
- Wecken Sie die Neugier des Empfängers, indem Sie eine Sache als machbar bezeichnen, an der er bereits gearbeitet hat.
- Vermitteln Sie partnerschaftliches Verständnis für einen Misserfolg, den der Empfänger noch nicht überwunden hat.

Merken Sie sich Formulierungen für einen guten Geschäftsbriefschluss.

- Wir bitten um Ihr Verständnis.
- Wir bitten um etwas Geduld.
- Wir hoffen, dass Ihnen die Informationen weiterhelfen.
- Sind Sie mit unserem Vorschlag einverstanden?
- Bitte schicken Sie uns weitere Informationen. Im voraus vielen Dank.
- Ein Termin in der kommenden Woche ist uns recht.
- Wenn Sie noch Fragen haben, lassen Sie uns dies bitte wissen.
- Wir bedauern, Ihnen keine positive Antwort geben zu können.
- Wir sind der Meinung, dass diese Regelung auch für Sie günstig ist.

Die äussere Form des Geschäftsbriefes

- Kopf des Briefes

- Adresse des Empfängers
- Die Gesamtdaten, Datum
- Anwendung an Empfänger
- Der Inhalt des Briefes
- Anschluss des Briefes
- Unterschrift
- Anlage

Der Absender

Schreiben Sie Ihren Namen und Ihre Anschrift so vollständig, wie Sie angeschrieben werden wollen:

- Ⓢ mit oder ohne Titel, geschäftlich und dienstlich immer mit Titel
- Ⓢ mit ausgeschriebenem Vornamen
- Ⓢ Institution, Organisation, Firma u. ä.
- Ⓢ Straße und Hausnummer oder Postfach oder beides
- Ⓢ Postleitzahl, Ort, Land;
- Ⓢ Telefonnummer und Fax-Nummer, wenn es für den Empfänger vorteilhaft ist und gewöhnlich ist es vorteilhaft.

Die Anschrift

Die Anschrift sollte so geschrieben sein, dass Versendepostamt und Briefträger keine Mühe haben, sie zu lesen, und dass der Empfänger nicht unangenehm berührt ist. Das heißt, die Anschrift soll vollständig den Namen, das Postfach oder die Straße mit der Hausnummer, den Zustellort mit Postleitzahl enthalten.

Eine leserliche Anschrift und ein leserlicher Absender sind wichtig, damit die Postsendung befördert und gegebenenfalls zurückgeschickt werden kann. Die Adressen der ukrainischen Absender sollten entweder transkribiert oder, was für die Zustellung der Korrespondenz am günstigsten ist, in kyrillischer Schrift geschrieben werden. Es ist überflüssig und sogar falsch, die in der Anschrift enthaltenen Gattungsbezeichnungen in eine Fremdsprache zu übersetzen. Solche Praktik bereitet einerseits den Postzustellern viele Schwierigkeiten, andererseits beinhaltet die Postanschrift das nationale Kolorit eines jeweiligen Landes, woran man oft auch das Herkunftsland des Absenders erkennen kann.

**Betreff – Bezug – Ihr Schreiben vom... / Ihre Nachricht vom... /
Aktenzeichen / Geschäftszeichen / Kundennummer /
Rechnungsnummer**

Mit kurzen Stichworten und weiteren Kennzeichen kann man ein Schreiben in einen Zusammenhang einordnen, so dass der Empfänger sich ebenfalls schnell zurechtfindet. Auf vorgedruckten Briefköpfen vieler Institutionen, Ämter und Firmen sind häufig schon Angaben und Rubriken vorgesehen.

Heute lässt man die Kennzeichnungen der Zeilen aus und schreibt nur die Stichworte, und zwar zwischen Adresse und Anrede:

Pension Schober

Kraa 19

A-9542 Afritz

Österreich / Austria

Freiwohnung für die Sommerschule 2003

*Hinweis des Österreichischen Akademischen Austauschdienstes
(ÖAD) vom 31.03.2003*

Sehr geehrte Frau Schober,

*wie mir der Österreichische Akademische Austauschdienst (ÖAD)
mitteilte...*

Anrede

Mit der Anrede beginnt die direkte Kontaktaufnahme mit dem Briefpartner; entsprechend höflich, vertraut oder auch unpersönlich wird sie ausfallen. Wenn man jemanden kennt, aber nicht persönlich mit ihm verbunden ist, wird man ihn mit dem Namen anreden:

Sehr geehrter Herr Müller,

Sehr geehrte Frau Doktor Maier

Die Grußformel sollte im Grad der Höflichkeit und Vertrautheit der Anrede entsprechen. Weit verbreitet ist heute:

Mit freundlichen Grüßen

Mit freundlichem Gruß

Freundliche Grüße

Sehr förmlich und ein wenig veraltet, aber etwa in amtlichen Schreiben durchaus noch üblich:

Hochachtungsvoll!

Wenn man keine Anrede geschrieben hat, ist auch eine Grußformel überflüssig. Das Schreiben hat dann einen ganz amtlichen, dienstlichen Charakter.

Einer Anrede *Sehr verehrte gnädige Frau* entspricht die Grußformel
Mit vorzüglicher Hochachtung

Wenn man gute Wünsche, eine Entschuldigung, einen Rat oder ähnliches mitgeteilt hat, auch in Werbebriefen, kann man schreiben

Mit freundlicher Empfehlung

Mit besten Grüßen

Mit den besten Grüßen verbleibe ich / bin ich Ihr

Mit herzlichen Grüßen

Herzliche Grüße

Mit herzlichen Grüßen und Wünschen

Beste Grüße auch an Ihre Frau Gemahlin

Herzliche Grüße auch an Deine Frau

Ich bitte um baldige Antwort und verbleibe

mit freundlichen Grüßen

Ihr

Die Unterschrift

Bei geschäftlichen Briefen gibt es einige sinnvolle Regeln, die teilweise befolgt werden müssen, damit der Brief rechtswirksam ist. Darüber hinaus gibt es eine Reihe von Kennzeichen für die Stellung des “Unterzeichneten” in der Firma oder in der Behörde. Im Folgenden dazu einige Hinweise.

Die handgeschriebene Unterschrift

Sie gehört unter jeden Brief; ob Sie mit Rufnamen (Vornamen) und Familiennamen (Nachnamen) unterschreiben, müssen Sie selbst entscheiden. Irgendwo im Brief sollte aber der volle Name erscheinen, schon damit der Briefpartner einen Anhaltspunkt hat, ob Sie Männlein oder Weiblein sind. Die Unterschrift muss nicht, darf aber – entgegen landläufiger Gewohnheit – leserlich sein.

Der volle Name

Unter der Unterschrift kann bei Briefen von Einzelpersonen und soll bei Firmenpost und amtlichen Schreiben noch einmal mit der Schreibmaschine oder in leserlicher Druckschrift der volle Name stehen. Hier sind auch Ort, Titel und Stellung anzugeben. Wenn man für eine Firma schreibt, wird man zwischen die Grußformel und die Unterschrift zunächst den Firmennamen setzen, dann die handgeschriebene Unterschrift, dann den Namen des Unterzeichneten und schließlich seine Stellung und Hinweis auf seine Zeichnungsberechtigung. Für den Empfänger ist diese Unterzeichnung aufschlussreich.

Mit herzlichen Grüßen

Petra Petersen

Frau Petra Petersen

Kundenberaterin

Wir bitten um zügige Beantwortung.

Mit kollegialem Gruß

Bauer

Dr. Martin Bauer

Redakteur

Die Rechtsstellung

In geschäftlicher Korrespondenz und in amtlichen Schreiben unterschreibt ein Angestellter oder Beamter nicht als Person, sondern für die Firma oder die Behörde. Hierfür gibt es eine Reihe rechtswirksamer Kennzeichnungen. Wiederum ist es für den Briefempfänger aufschlussreich, wie die Rechtsstellung des Unterzeichneten ist:

i. A. im Auftrag: der Unterzeichnete kann rechtswirksam für die Firma oder für die Dienststelle unterschreiben.

p.p. / ppa. per procura: der Unterzeichnete kann rechtswirksam für die Firma unterschreiben, auch in den finanziellen Angelegenheiten; die Prokura ist eine im Handelsregister eingetragene Vollmacht, alle Arten von Rechtsgeschäften für einen Betrieb vorzunehmen.

i.v. in Vollmacht oder in Vertretung: der Unterzeichnete ist berechtigt, für einen anderen zu unterschreiben; häufig wird dies ein in der Amts- oder Geschäftshierarchie für den Bereich zuständiger Sachbearbeiter sein, der für die Geschäftsführung in dieser Angelegenheit handelt.

Nicht selten sehen Betriebe zwei Unterschriften unter verbindlichen Schreiben vor.

gez. gezeichnet: hier wird der Name des Betreffenden in Druckschrift, Maschinenschrift oder als Stempel folgen; ohne zusätzliche Unterschrift ist ein solcher Brief rechtlich nicht wirksam.

Anlagen, Kopie/Durchschrift an...

Häufig werden mit einem Brief **Anlagen** mitgeschickt, zusätzliche Informationen, Zeugniskopien, Kopien anderer Briefe, Musterzeichnungen und ähnliches. Man sollte das im Brief selbst vermerken, und zwar mit einem Hinweis wie:

Anlage

Nicht selten kommt es vor, dass man eine **Kopie** des Briefes an einen dritten und weitere Beteiligte oder Betroffene schickt, die informiert werden sollen. Man schreibt dann an den unteren Rand (manchmal auch ganz nach oben) einen Hinweis:

Kopie an...

Durchschrift an...

durchschriftlich an...

oder auch ein durchstrichenes O

ø an...

P. S., N. S.

P. S. Postskriptum, wörtlich – das Nachgeschriebene.

N. S. Nachsatz. Es folgt dann der Text, genauso geschrieben, wie der Briefftext.

In Vertragstexten sollte ein solcher Nachsatz mit einer Kurzunterschrift, der sogenannten *Paraphe*, versehen werden.

Mit freundlichen Grüßen

Wiechmann

Werner Wiechmann

P. S. Eben erfahre ich durch einen Anruf, dass...

Завдання 5. Дайте відповіді за текстом. Яка інформація за текстом є правдивою.

- 1 Die Bezeichnungen *AZ.* und *Gesch.-Z.* sind ersetzbar.
- 2 Die Anrede *Sehr geehrte Frau... oder Sehr geehrter Herr...* gilt nur in dem Fall, wenn Sie den Ansprechpartner nicht persönlich kennen.
- 3 Die Grußformel *Mit freundlicher Empfehlung* wird gebraucht, wenn es im Brief um gute Wünsche, eine Entschuldigung, einen Rat oder ähnliches gegangen ist.
- 4 Die Bezeichnung *gez.* bedeutet, dass der Brief auch ohne zusätzliche
- 5 Unterschrift rechtswirksam ist.
- 6 Die Bezeichnung *i. A.* bedeutet, dass die unterzeichnende Person erst kürzlich für diese Angelegenheit zuständig ist.
- 7 Der Inhalt des nach der Bezeichnung *P.S.* nachgeschriebenen Textes ist meistens gar nicht so wichtig, wie der des Briefes selbst.

Завдання 6. Перекладіть речення українською мовою.

1) Der Briefkopf besteht aus dem Namen und der Anschrift der Firma, der Firmen oder Warenzeichen. 2) Die Bestandteile des deutschen Geschäftsbriefes sind die folgenden: Briefkopf; Anschrift des Empfängers; Bezugszeichen und Datum; Betreffzeile; Anrede; Briefformel; Schlussformel; Anlage. 3) Die Postanschrift besteht aus Straße und Hausnummer sowie der Ortsangabe mit Postleitzahl. 4) Bezugszeichen sind die Diktatzeichen des Geschäftspartners und das Datum seines Schreibens sowie die eigenen Diktatzeichen. 5) Die Anschrift besteht aus dem Namen und der Postanschrift des Empfängers. Bei Einzelpersonen setzt man Herrn, Frau oder Fräulein vor den Namen.

Teil II Lebenslauf (Curriculum Vitae)

Завдання 1. Опрацюйте подану інформацію.

Lebenslauf (Curriculum Vitae)

Für den Lebenslauf hat sich folgendes Gliederungsschema bewährt:

- Name und Anschrift;
- Geburtstag, Geburtsort;
- Staatsangehörigkeit;
- Familienstand;
- Schulbildung;
- Wehrdienst;
- Hochschulbildung;
- Beruflicher Werdegang mit Abschlüssen;
- Berufliche Tätigkeiten.

Muster für einen handgeschriebenen Lebenslauf:

Lebenslauf

Name: Khrystyna Yaniv

Geburtsdatum: 27. 3. 1983

Geburtsort: Perehinne, Gebiet Ivano-Frankivsk/Ukraine

Staatsangehörigkeit: Ukraine

Anschrift: vul. Dovha 156, kv. 47

79000 Lviv

Ukraine

Familienstand: ledig

Schule: Oberschule in Perehinne, Gebiet Ivano-Frankivsk

Ausbildung: Nationale Ivan-Franko-Universität Lviv,

Fachrichtung: Weltwirtschaft

Abschluss: Bachelor-Prüfung;

Bachelor-Diplom

Lviv, den 12. Juli 2004 Khrystyna Yaniv

Завдання 2. Напишіть свою біографію за прикладом.

Завдання 3. Замість крапок подайте правильні варіанти за змістом тексту (einen, meine, meiner, Ihre, mich, meiner, mich, meinen).

Im Folgenden finden Sie ein Bewerbungsschreiben, in dem einige Wörter weggelassen worden sind. Bitte ergänzen Sie die Lücken mit den Wörtern rechts neben dem Text.

Conchita Martinez
Wacholderweg 12

Musterdorf 7.9.201...

Bewerbung um eine Stelle als Fremdsprachensekretärin
Ihre Anzeige in der Frankfurter Rundschau vom 5. September 201...
Sehr geehrte Damen und Herren,
auf ... oben genannte Anzeige bewerbe ich ... um die Stelle einer Ihrer
Fremdsprachensekretärin in ... Exportabteilung.

Ich komme aus Spanien, lebe aber seit 10 Jahren in Deutschland und meiner bin mit ... Deutschen verheiratet. Wir haben zwei Kinder.

Nach dem Besuch des Gymnasiums in Madrid habe ich zuerst ein Jahr lang als Au-pair in Deutschland gearbeitet und dann eine Lehre als Industriekauffrau gemacht. Diese Ausbildung habe ich 1987 beendet. Seither arbeite ich in ... Lehrfirma in der Exportabteilung als Sekretärin. Beiliegend finden Sie Lebenslauf und Kopien ... Zeugnisse, denen Sie weitere Angaben zu meiner Person entnehmen können.

Außer Spanisch (Muttersprache) spreche ich noch Französisch (gut) und natürlich Deutsch (sehr gut). Leider kann ich ... Fremdsprachenkenntnisse an ... jetzigen Stelle nicht oft einsetzen. Die von Ihnen an- gebotene Stelle interessiert ... ganz besonders, weil Ihre Firma vor allem auf dem lateinamerikanischen Markt tätig ist.

Ich glaube die richtigen Kenntnisse und Qualifikationen mitzubringen und würde ... freuen, wenn Sie ... Gelegenheit zu einer persönlichen Vorstellung geben würden.

Mit freundlichen Grüßen
Conchita Martinez

Завдання 4. У цьому листі є 10 помилок. Знайдіть та виправте їх.

Sehr geehrte Herr Schlosser,
auf ihr Schreiben vom 21 März 201... teilen wir Ihnen mit, dass wir keine weiteren Ingenieur einstellen können, da wir ein kleiner Betrieb sind und die Arbeiten von unseren Bauingenieur überwacht und ausgeführt wird.

Wir geben Ihnen nachstehend die Adresse einer grösseren Firma in Kassel, die Ihnen vielleicht weiterhelfen könnte.

Wir hoffen Ihnen mit diesen angaben gedient zu haben und verbleiben

mit freundlichen Gruss.

Завдання 5. Прочитайте і перекладіть текст та виконайте післятекстові завдання.

ZWEI ANFRAGEN AUF AUSBILDUNG IM BETRIEB

Fast 60 % aller Schulabgänger beginnen jedes Jahr eine betriebliche Berufsausbildung. Aber nicht nur die Absolventen der Hauptschule (nach der 9. Klasse) und der Realschule (nach der 10. Klasse) machen eine Ausbildung; auch viele Abiturienten wollen lieber einen praktischen Beruf erlernen, anstatt an der Universität zu studieren.

Eine Ausbildung dauert zwei bis dreieinhalb Jahre, je nachdem, welchen der rund 380 Ausbildungsberufe der Jugendliche gewählt hat. In Ausbildungsverordnungen zu den einzelnen Berufen wird vorgeschrieben, welche Kenntnisse, Fertigkeiten und Fähigkeiten den Jugendlichen während der Ausbildung vermittelt werden müssen, wie lange die Ausbildung dauert und welche Anforderungen in der Abschlussprüfung gestellt werden. Die Ausbildungsverordnungen garantieren, dass jeder Auszubildende eine gleichartige Berufsausbildung erhält: gleich er ob in einem kleinen Betrieb oder einer großen Firma seine Ausbildung absolviert.

Die Ausbildung in Deutschland basiert auf dem Prinzip des «Dualen Systems». Das bedeutet, dass der Jugendliche im Betrieb und an ein bis zwei Tagen der Woche in einer staatlichen Berufsschule ausgebildet wird. Während im Betrieb die praktischen Kenntnisse vermittelt werden, erhält er in der Berufsschule die fachtheoretischen Kenntnisse für den gewählten Beruf. Daneben werden auch noch allgemein bildende Fächer wie Deutsch, Mathematik etc. unterrichtet! Insgesamt stehen der Berufsschule maximal 12 Stunden pro Woche zur Verfügung. Der Ausbildungsbetrieb ist verpflichtet, den Auszubildenden für den Besuch der Berufsschule freizustellen. Wenn der Stundenplan der Berufsschule weniger als 5 Unterrichtsstunden pro Tag aufweist, muss der Jugendliche am Nachmittag wieder in den Betrieb gehen.

Jugendliche können nicht von allen Betrieben ausgebildet werden. Nur Unternehmen, die geeignet sind, d. h., die bestimmte Anforderungen erfüllen, dürfen ausbilden. Gefordert werden in erster Linie qualifizierte betriebliche Ausbilder und eine technische Ausstattung, die die Vermittlung aller beruflichen Kenntnisse und Fertigkeiten gewährleistet.

Die Unternehmen sind nicht verpflichtet, eine Berufsausbildung anzubieten. Die Kosten der Ausbildung im Betrieb werden von jedem Betrieb selbst getragen – Sie belaufen sich durchschnittlich auf 17.000, – EURO pro Jahr und Ausbildungsplatz. Die Unternehmen sind daher an einer qualifizierten Ausbildung ihrer künftigen Mitarbeiter interessiert und wollen diese ausgebildeten Fachkräfte nach Ende der Ausbildung auch weiterbeschäftigen. So hat Deutschland dank des dualen Ausbildungssystems die niedrigste Jugendarbeitslosigkeit in Europa.

1) Welche der Aussagen sind richtig, welche falsch?

1 Fast 60 % aller Abiturienten machen nach dem Ende der Schulzeit eine Lehre.

2 Es gibt in Deutschland mehr als 350 Ausbildungsberufe.

3 Was ein Jugendlicher in seiner Ausbildung lernt, entscheidet der einzelne Betrieb.

4 Jeder Betrieb darf Lehrlinge ausbilden.

5 Alle Unternehmen müssen Lehrlinge ausbilden.

6 Alle Lehrlinge lernen in der Berufsschule die gleichen Fächer.

7 Eine Ausbildung kostet dem Betrieb fast 30.000 EURO pro Jahr.

2) Welches Verb passt nicht?

1 Der Jugendliche kann eine Ausbildung:

- a) beginnen;
- b) abrechnen;
- c) absolvieren;
- d) anbieten.

2 Der Auszubildende

/ muss die Berufsschule / an der Berufsschule / zur Berufsschule / die Berufsschule:

- a) besuchen;
- b) teilnehmen;
- c) gehen;
- d) absolvieren.

3 Am Ende der Lehrzeit muss der Auszubildende die Prüfung:

- a) bestehen;
- b) ablegen;
- c) machen;
- d) passen.

4 Der Arbeitgeber muss dem Jugendlichen die Ausbildung:

- a) vergüten;
- b) bezahlen;
- c) in Rechnung stellen;
- d) garantieren.

5 Die Ausbildung wurde per Gesetz:

- a) geregelt;
- b) bestimmt;
- c) garantiert;
- d) vereinheitlicht.

Завдання 6. Прочитайте і перекладіть тексти усно та за змістом замість крапок додайте подані слова (einnimmt, Rangfolge, Schlusslichter, stehen auf, auffallend ist, Bezahlung, liegen an der Spitze, Position, folgen auf, Unterschiede, beträgt).

Was verdient man während der Ausbildung?

Im Gegensatz zum Studenten verdient ein Auszubildender bereits während seiner Lehrzeit. Die Höhe der Vergütung ist tariflich geregelt. Allgemein lässt sich sagen, dass die Höhe des Verdienstes sowohl von der Branche als auch von der Betriebsgröße abhängig ist. Hinzu kommt, dass man im ersten Lehrjahr weniger verdient als im zweiten und – wie aus dem folgenden Schaubild ebenfalls deutlich wird – im Osten weniger als im Westen.

Lehrlingsverdienste

Wie aus der Statistik zu ersehen ist, gibt es noch immer erhebliche ...bei der ... der Auszubildenden in Ost- und Westdeutschland. ... allerdings, dass auch die ... nicht vollständig identisch ist. Sowohl in Ost- als auch in Westdeutschland ... die Lehrlinge im Gerüstbau mit ihrem Verdienst ...; ... Platz 2 ... die Maurer. Aber bereits auf der dritten ... differiert die Reihenfolge: Während in Westdeutschland die bankkäufmännische Lehre diesen Rang ... , teilen sich im Osten diesen Platz der Industriemechaniker und der Energieelektroniker. Ein noch grösserer Unterschied ist bei den Gärtnern, Bäckern und Malern festzustellen. Nehmen nach der Westrangfolge diese Berufe die Plätze 11,18 und 16 ein, so ... sie nach ostdeutschen Skala ... den Positionen 7, 12 und 13. Die ... sind wieder identisch:

Floristen und Friseure verdienen in der Ausbildung am wenigsten. Der Unterschied zwischen dem ersten und dem letzten Platz ... im Westen 1.205 EURO, im Osten 1. 228 EURO.

Die Bewerbung

«Eine missglückte Bewerbung kann zum Stolperstein für die Karriere werden.» Die Bewerbung für einen Ausbildungsplatz ist weit mehr als nur ein kurzer Brief und die Kopie des Abschlusszeugnisses. Die Personalchefs wollen viel über ihren zukünftigen Auszubildenden erfahren; schliesslich bedeutet die Unterzeichnung des Ausbildungsvertrages eine feste Bindung für mehrere Jahre, und die Unternehmen möchten daher sichergehen, dass der Bewerber ihre Anforderungen erfüllt.

Wichtig ist es, sich ausführlich über seinen Lehrberuf zu informieren. Auskünfte erteilen die Arbeitsämter, aber auch die zuständigen Kammern und Verbände. Hier erfährt man auch, wo man schon vor der Ausbildung ein Praktikum machen kann. Die Unternehmen achten sehr darauf, ob der Jugendliche bereits praktische Erfahrungen gesammelt hat. Daher sind Schulpraktika oder Ferienjobs von Vorteil. Weitere Pluspunkte sind außerschulische Weiterbildungskurse, wie z.B. ein Computerkurs oder ein Sprachkurs.

Alle Bescheinigungen sollten in einer entsprechenden Mappe in Kopie beigelegt werden. Genauso wichtig ist ein lückenloser tabellarischer Lebenslauf. Hierbei ist von Interesse, wann der Jugendliche welche Schulen besucht hat. Fehlzeiten müssen begründet werden.

An den Lebenslauf wird immer ein aktuelles Passfoto geheftet, das von einem Fotografen erstellt werden sollte. Fotos aus dem Automaten sind aufgrund der schlechten Qualität nicht geeignet. Diese Unterlagen gehören zu jeder Bewerbung und können kopiert werden. Anders ist es mit dem Anschreiben. Hier sollte keine standardisierte Form gewählt werden. Im Gegenteil: Der Jugendliche sollte begründen, warum er sich für diesen Beruf entschieden hat, warum er der geeignete Bewerber, und warum er die Ausbildung gerade bei diesem Unternehmen machen möchte. Das setzt voraus, dass er sich über den Betrieb genau informiert hat. All dies muss schlüssig, in einwandfreiem, fehlerlosen Deutsch auf maximal einer DIN A 4 Seite erfolgen. Gut ist es, wenn man den Namen des Personalchefs kennt und so die allgemeine Anredeform vermeiden kann.

Bei einer positiven Bewertung der Bewerbung wird man zu einem Vorstellungsgespräch eingeladen. Hier soll festgestellt werden, ob der gute Eindruck der Unterlagen sich im persönlichen Gespräch bestätigt. Unsicherheit im mündlichen Ausdruck und Hemmungen sollte der Jugendliche in speziellen Bewerbungskursen vorher abbauen. Wer all diese Hinweise beachtet, braucht nur noch etwas Durchhaltevermögen, um an sein Ziel zu kommen.

Was gehört zu einer erfolgreichen Bewerbung?

VISITENKARTEN

Die meisten Geschäftsleute haben eine Karte, die sie bei der Vorstellung überreichen. Lesen Sie die Visitenkarten unten. Welche Informationen geben sie? Zum Beispiel: Name, Stellung im Betrieb, Beruf ...

Präzisionswerkzeuge GmbH	ABC
Norbert Flez	
Diplom-Ingenieur	
Projektleiter	
Schüsselstrasse 19, 70193 Stuttgart	Privat:
Telefon (0711) 22643-01	Stiftstrasse 65
Durchwahl (0711) 22643-17	70439 Stuttgart
Telefax (0711) 22643-58	Telefon (0711) 804922

Teil III E-Mail-Schreiben

E-Mail-Schreiben

Vor- und Nachteile der E-Mail

Wie jedes andere Medium – sei es Telefon, Fax oder Brief – hat E-Mail besondere Eigenschaften, die für manche Situationen und Aufgaben große Vorteile bringe (Zeit-, Arbeits- und Kostenersparnis). Aber es gibt natürlich auch Nachteile. Manche sind durch (noch) ungelöste technische Probleme bedingt, andere liegen in der Natur des Mediums selbst. Damit man für jede Situation das beste Medium auswählen kann, sind die Vor- und Nachteile hier unten zusammengestellt.

Geschwindigkeit. E-Mail ist schnell – das ist eine ihrer Hauptvorteile. Innerhalb weniger Sekunden erreicht sie den Adressaten, ganz gleich, ob es sich um eine kurze Mitteilung handelt oder ob ein umfangreicher Anhang (*Attachement*) mitgeschickt wird. (Deshalb bezeichnen E-Mail-Anhänger die normale Briefpost als *snail mail*: Schneckenpost.) Ideal ist E-Mail wegen ihrer Schnelligkeit zum Beispiel für einfache Terminbestätigungen und für alle Fälle, in denen der Postweg aus Termingründen nicht infrage kommt.

Natürlich ist auch ein Telefonanruf schnell – aber es kommt vor, dass der Angerufene nicht da ist oder der Anruf ungelegen kommt. E-Mail kann man sich hingegen ansehen, wann immer man möchte oder kann. Denken Sie zum Beispiel an unterschiedliche Zeitzonen!

Aber manche sehen nur einmal am Tag oder noch seltener in ihr elektronisches Postfach. Wenn Sie das vom Adressaten wissen, sollten Sie in dringenden Fällen auf Telefon oder Fax ausweichen.

Bedenken Sie außerdem, dass ein Griff zum Telefon für kurze Mitteilungen manchmal auch erheblich schneller als E-Mail sein kann – wenn Sie zur Mitteilung eines einfachen “Ja” oder “Nein” erst den PC anstellen, das E-Mail-Programm aufrufen, eine Verbindung zum Provider herstellen müssen.

Die grundsätzliche Schnelligkeit von E-Mail zeigt sich aber nicht nur in der Geschwindigkeit des Datenversands. Auch die Nachrichten selbst werden schneller, oft auch nicht ausgegoren, mit mehr Fehlern geschrieben. Das liegt weniger an einer “schlampigen Einstellung” als vielmehr an der speziellen Natur der E-Mail-Kommunikation. Viel leichter als in einem Brief kann es da passieren, dass man etwas abschickt (auch das geht ja mit nur einem Mausklick sehr schnell!), das man ganz anders formuliert oder überhaupt nicht abgeschickt hätte, wenn man sich Zeit zum Nachdenken genommen oder ein formelleres Medium gewählt hätte. Versuchen Sie daher zumindest bei problematischen Sachverhalten, vor Absenden einer E-Mail geistig einen Schritt zurückzutreten und lesen Sie Ihren Text noch einmal!

Direktheit. Besonders bei Anrufen, Faxen und Briefen an Behörden und große Unternehmen dauert es oft lange, bis eine Nachricht die zuständige Person erreicht (wenn überhaupt!). An manche Ansprechpartner kommt man überhaupt nur auf Umwegen heran.

E-Mail landet direkt bei demjenigen, an den sie gerichtet ist. Dazu brauchen Sie nur seine E-Mail-Adresse und die ist in der Regel leicht zu bekommen. Eine Antwortgarantie gibt es aber natürlich bei E-Mail genauso wenig wie bei Brief oder Fax.

Reichweite. Wen man mit E-Mail erreichen kann, ist natürlich dadurch festgelegt, wer überhaupt eine E-Mail-Adresse besitzt. Nicht jede Organisation und erst recht nicht jede Privatperson ist auf diesem Weg bereits zu erreichen. Allerdings wird sich das wohl in der nächsten Zeit ändern. Wenn man die Adresse hat, kann man dann aber

bequem und schnell korrespondieren. Weder die Entfernung noch Zeitverschiebungen oder die Menge der Personen, die man ansprechen will, stellen bei E-Mail grundsätzlich ein Problem dar.

Konkurrenzlos schnell und einfach kann man beispielsweise Absprachen mit vielen Menschen per E-Mail regeln, die womöglich auch noch über die ganze Welt verstreut leben. Sie können nämlich eine und dieselbe E-Mail an beliebig viele Empfänger adressieren und dann an alle auf einmal mit einem einzigen Mausklick abschicken.

Die E-Mail-Programme bieten außerdem die Möglichkeit, Hauptadressaten auszuwählen und die Mail an die anderen als "CC" (*carbon copy*: Kopie) oder auch "BCC" (*blind carbon copy*) zu schicken. Im zweiten Fall kann der Empfänger nicht sehen, an wen außer ihn die Mail noch geschickt wurde.

Kosten. Für Kontakte mit weit entfernt lebenden Menschen und für die Übermittlung großer Datenmengen ist E-Mail unschlagbar günstig. Denn man bezahlt in jedem Fall nur die Telefonkosten bis zum nächsten Anwahlknoten des Providers. Das bedeutet zum Beispiel in Großstädten in der Regel, dass man zum Ortstarif mailen kann.

Nicht zu unterschätzen sind allerdings die zusätzlichen Kosten, die man mitberücksichtigen muss. So kostet der Internetzugang selbst (bei den meisten Providern) etwas. Meist bezahlt man einen Monatsbeitrag, in dem eine gewisse Anzahl "Freistunden" enthalten sind. Wenn man mehr Zeit online verbringt, wird dann für jede Minute/ Stunde ein zusätzlicher Beitrag fällig.

Datenversand. Wenn man große Mengen von Daten verschicken will, die man in elektronischer Form vorliegen hat, spricht wieder vieles für E-Mail. Man kann an eine E-Mail Dateien anhängen, die bereits auf Festplatte oder Diskette vorliegen. Auch das geht mit wenigen Mausklicks, und der Versand funktioniert sehr schnell (meist in wenigen Sekunden) und ist dementsprechend preiswert.

Lieber Herr Meier, lieber Herr Weber, in der angehängten Datei finden Sie das 18- seitige Protokoll. Die Endkontrolle machen aber nicht Frau Schers und ich, sondern Herr Inzig. Das Einzige, was ich daher zur Korrektur von Ihnen noch bekommen muss, ist das Impressum.

Freundliche Grüße

Elvira Heig

Die Sprache. Die technischen Gegebenheiten und die besondere Kommunikationssituation im Internet haben dazu geführt, dass sich eine Art von Sprache mit eigenen Regeln und Elementen herausgebildet hat – und weiter bildet.

Die Internetsprache wird zwar geschrieben, ähnelt aber auch stark der gesprochenen Sprache. Man schreibt schnell, statt bewusst zu formulieren und das Geschriebene noch einmal zu überfliegen. E-Mails sind fast ebenso flüchtig wie gesprochene Sprache – auch wenn man sie archivieren kann, verlieren sie doch schnell ihre Aktualität und Bedeutung. Schließlich schreibt man E-Mails oft in Situationen, in denen man andernfalls nicht etwa einen Brief geschrieben, sondern kurz telefoniert hätte.

Diese Sonderstellung von E-Mail hat unter anderem zur Folge, dass die Kommunikation sehr viel informeller ist als die briefliche und oft sogar informeller als die telefonische. So verstößt es keineswegs gegen den guten Ton im Internet, als Antwort auf eine einfache Anfrage zum Beispiel nur eine E-Mail zu schicken, die nichts als das Wort “Ja” enthält – keine Begrüßung, kein “Wie geht’s denn so?”, keine Grußformel sind nötig.

Danke für den Zwischenbescheid!

Gruß

Hannah Engels

Hallo und willkommen im Netz!

Ich bin gerade auf Ihre E-Mail-Adresse gestoßen und musste natürlich sofort mailen! Wie finden Sie sich denn in der schönen neuen Internetwelt zurecht? Ich habe die Rezepte ausprobiert und schicke sie gleich weg. Ach ja: Meine Kollegin Katharina Schwarz würde Ihnen gern demnächst mal ein Buchkonzept schicken.

Bis bald,

H. Becher

Briefregeln – und E-Mail-Regeln

Die Briefregeln passen für E-Mail nicht und neue Regeln haben sich noch nicht herausgebildet. Allerdings gibt es einige Merkmale, die sich aufs überall finden. Die Regeln werden zu einem erheblichen Teil durch die Technik bestimmt. Diese formalen Merkmale eines Briefes lassen sich auf E-Mail nicht übertragen, weil dort einerseits

die entsprechenden Formatierungsmöglichkeiten fehlen und – noch wichtiger – weil das kleine Textfenster, das nur einen Bruchteil einer A4-Seite darstellen kann, zu einer anderen Gestaltung führt. Die Briefgestaltungsregeln sind allein auf das A4-Blatt zugeschnitten, um dafür eine gleichmäßige, proportionsgerechte Verteilung der Elemente zu erreichen. Sie passen daher nicht für E-Mail.

Die Grundlage der E-Mail-Gepflogenheiten (von Regeln sollte man hier noch nicht sprechen) besteht in Folgendem: **Je kürzer der Text, je weniger Leerzeilen, desto angenehmer für den Empfänger einer E-Mail**, weil er sonst ständig den Ausschnitt verändern muss. Das Anschriftfeld fehlt völlig – die E-Mail-Adresse wird ja extra eingegeben –, und der Block/ Kopf für die Absenderangaben fehlt ebenfalls (die Absender-Email - Adresse erhält der Empfänger automatisch, “Realwelt-Adressen” verlegt man normalerweise in die *signature*).

Da eine Mail in den meisten Fällen gezielt an eine Person geht, da E-Mail- Sprache generell informeller ist als geschriebene (und oft auch als gesprochene) Sprache, da man Leerzeilen vermeidet und verzichtbaren Text besser weglässt, fehlt aus all diesen Gründen eine Grußformel oft völlig – auch in “offiziellen Angelegenheiten”, wenn man zum Beispiel eine Anfrage an ein Versandthaus stellt, ein Angebot eines Handwerkers einholen möchte, eine Buchungsbestätigung an ein Hotel schickt oder Auskunft bei einer Behörde einholt. Gibt es doch einen Gruß, besteht er oft nur aus dem Wort “Gruß” und dem Absendernamen.

Für die Anrede gilt – wie für den Gruß und den gesamten Sprachduktus im Internet: Die in Briefen üblichen Formeln findet man kaum. Es geht informeller zu und das zeigt sich auch an diesen Elementen. Üblich sind – auch bei geschäftlichen Kontakten:

- Liebe/r Frau/ Herr X,
- Hallo Frau/ Herr X,
- Sehr geehrte/r Frau/ Herr X,
- Gruß Isolde Y
- Herzliche/ Viele/ Freundliche Grüße Isolde Y

Es ist auch schon verbreitet, Anrede und Gruß in den Text zu integrieren oder mit anderen Elementen zu verbinden, zum Beispiel so:

Ich grüße Sie, Herr Z.

Brauchen wir noch was Schriftliches in Bezug auf die Copyright-Frage, Frau Schracke?

Vielen Dank Walter W

Danke & Gruß Walter W

Smileys und Akronyme

Da die Internet-Kommunikation anderen Regeln, Beschränkungen und Gegebenheiten unterliegt als die traditionellen Kommunikationsformen, ist es kaum verwunderlich, dass sie auch ganz eigene Elemente entwickelt hat, die anderswo kaum oder gar nicht verwendet werden: Smileys (auch "Emoticons" genannt) und Akronyme (*e-mail shorthands*).

Wer diese Zeichen für eine lästige Sprachmode hält, irrt. Sie sind notwendig, um Kommunikation im Netz verständlich zu gestalten.

Die E-Mail-Kommunikation ist ein Zwischending zwischen geschriebener und gesprochener Sprache mit mehr Anteilen der gesprochenen. Aber ihr fehlen einige Merkmale, die gesprochene Sprache erst verständlich machen: Gestik und Mimik des Gegenübers, Tonfall und Betonung. Selbst beim Telefonieren sind zumindest die letzten beiden Merkmale immer gegeben. Wer bereits eine Weile im Internet kommuniziert, hat schnell gelernt, wie viel diese nonverbalen Elemente zur Verständlichkeit beitragen, und wie schnell es durch ihr Fehlen zu Missverständnissen kommt, die oftmals kaum mehr auszuräumen sind.

Um einen Ersatz für nonverbale Elemente zu schaffen, wurden die Akronyme (Abkürzungswörter) und Smileys geschaffen. Der andere Name der Smileys – Emoticons – weist auf eben diese Funktion hin. Er ist zusammengesetzt aus *emotion* (Gefühl) und *icon* (Zeichen). Diese Zeichen geben also Hinweise darauf, wie etwas gemeint ist. Smileys sind übrigens immer gekippt. Man liest sie, indem man den Kopf nach links neigt.

Eine Auswahl der wichtigsten Smileys und ihre Bedeutung sind unten angegeben:

Smiley Bedeutung Smiley Bedeutung

:-) glücklich	:-(traurig
:-e enttäuscht	:-o schockiert
:-D laut auflachend	:-/ unentschlossen
:-9 sich die Lippen leckend	:-)) sehr glücklich
:’-(weinend	:-((sehr traurig
) breit grinsend	:-p ironisch, scherzhaft
:-t ärgerlich, böse	;-) zwinkernd
:-@ schreiend	:-V rufend
:-“ geschürzte Lippen	.-) im Auge behaltend
.-#.-X Kuss	> :-) boshaftes Grinsen

Akronyme gibt es für viele nonverbale Hinweise, die man auch mit Smileys ausdrücken kann – und für einige andere. Außerdem werden damit oft gebrauchte Ausdrücke und Wendungen abgekürzt, was den Schreibaufwand reduzieren hilft.

Allerdings liegen den Akronymen in der Regel englische Wendungen zugrunde, weshalb man sie – mehr noch als die bildhafteren Smileys – richtig lernen muss. Auch dazu eine Auswahl:

Akronym Bedeutung

ROFL sich lachend am Boden wälzen (*rolling on the floor laughing*)

AFAIK soviel ich weiß (*as far as I know*)

ADAP so schnell wie möglich (*as soon as possible*)

BCNU wir sehen uns; man sieht sich (*be seeing you*)

TIC *tongue in check* – zeigt an, dass etwas scherzhaft gemeint ist

SNAFU Operation gelungen, Patient tot (*situation normal, all fouled up*)

OTOH andererseits (*on the other hand*)

Im Internet gibt es unter der Adresse [http:// www.netlingo.com](http://www.netlingo.com) ein ausführliches Internet-Wörterbuch, in dem unter anderem Hunderte von Smileys und Akronymen verzeichnet sind. Dort kann man sich auch ein Taschenwörterbuch herunterladen – es bleibt in einem eigenen kleinen Fenster sichtbar, solange man im Netz ist, und Begriffe können darin direkt nachgeschlagen werden.

Завдання 1. Перечитайте ще раз подану інформацію та дайте відповіді на нижченаведені запитання. Що є правильним?

- 1 Man bezeichnet die gewöhnliche Post als Schneckenpost, weil viele
- 2 Sendungen auf Postwegen verloren gehen.
- 3 Die E-Mails werden in der Regel mit vielen Fehlern geschrieben, denn es gibt keine Möglichkeit den geschriebenen Text zu berichtigen.
- 4 Jede E-Mail erreicht direkt den gewünschten Adressaten.
- 5 Entfernungen, Zeitverschiebungen oder die Menge der anzusprechenden Personen stellen bei E-Mail ein sehr großes Problem dar.
- 6 Bei E-Mail ist es kaum möglich, größere Mengen von den in elektronischer Form vorliegenden Daten abzuschicken.
- 7 Die sich schon seit langem herausgebildeten Briefregeln passen sehr gut für Email.
- 8 Man verwendet in der E-Mail-Sprache viele Smileys, weil sie der
- 9 gesprochenen Sprache ähnelt.

Teil IV Die Arten der Geschäftsbriefe

Завдання 1. Ознайомтеся з поданою інформацією.

ANFRAGE

Запит адресується конкретній фірмі. У цьому випадку автор листа хоче отримати інформацію щодо пропозицій поставника, а також щодо ціни та умов постачання товару.

Paul Weilert
17.08.2004 Goethestr.12
12131 Leipzig

Visa-Card
Abbuchungsabteilung
Rosenthalstr. 7
12131 Leipzig

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Kontoauszug vom 10.08.2004 enthält eine Fehlbuchung: den Beleg N 25786421 der Name Paul Weilert mit Kaufdatum vom 01.07.2004 haben Sie zweimal abgebucht: am 08.07. 2004 und am 12.08.2004.

Ich bitte Sie, die Vorgabe zu überprüfen und den versehentlich abgebuchten Betrag auf meinem Konto wieder gutzuschreiben.

Mit freundlichen Grüßen

Paul Weilert

Anlage:

Kontoauszug vom 10.08.2004

Завдання 2. Передайте зміст поданого тексту німецькою мовою.

Уважаемые дамы и господа!

В выписке со счета от 10.08.2000 имеется ошибочная запись. Сумму по квитанции № касательно покупки 01.07.2000 вы списали дважды: 08.07.2000 и 12. 07.2000. Прошу Вас проверить бухгалтерскую операцию и исправить ошибочно внесенную в мой счет запись.

С дружеским приветом,

Пауль Вайлерт

Приложение: Выписка со счета от 10.08.2000.

Завдання 3. Перекладіть письмово нижченаведений лист українською мовою.

Kurt Krause

Wresenstr. 10

12315 Potsdam

Arbeitsamt der Stadt Potsdam

Fr. Eberstr. 7

12315 Potsdam

Offene Stelle im Berufsleben Bauingenieur

Sehr geehrte Damen und Herren,

Ich stehe zur Zeit in einem ungekündigten Beschäftigungsverhältnis als Bauingenieur, möchte mich aber beruflich verändern.

Bitte, teilen Sie mir mit, ob Sie zur Zeit im Arbeitsamtsbezirk Potsdam offene Stellen für einen Bauingenieur haben und an welchen Fachberater ich mich dies bezüglich wenden kann.

Ich lege diesem Schreiben einen Lebenslauf bei, um Ihnen ein besseres Bild meiner Person und meines Leistungsprofils zu vermitteln. Bitte, behandeln Sie dieses Schreiben vertraulich.

Mit freundlichen Grüßen
Kurt Krause
Anlage: Lebenslauf

ANGEBOT

Лист- пропозиція має таку структуру:

- причина листа-пропозиції (Grund für das Angebot);
- відповіді на запитання(Beantwortung der gestellten Fragen);
- додаткові пропозиції (Zusatzangebote);
- сподівання на замовлення (Hoffnung auf Bestellung).

Даючи відповіді на запитання, потрібно надати точний опис товару, по можливості супроводжуючи фотоматеріалами або зразками. Визначивши розмір ціни товару (der Preis), вказуються умови оплати, можливі знижки на товар (der Preisnachlass, der Rabatt, der / das Skonto). Окремо вирішується питання витрат щодо упакування товару (die Verpackungskosten) та транспортних витрат (die Frachtkosten), часу поставки(die Lieferzeit) та умов поставки (Lieferungsbedingungen).

Щодо листа-пропозиції, треба зазначити, що це діловий лист рекламного характеру. Такий лист не обов'язково призводить до замовлення чи підписання договору. Найчастіше лист-пропозиція надсилається адресатам з метою викликати зацікавленість щодо поданого товару, сприяє встановленню більш тісних контактів між покупцем та продавцем.

HENNEBERG & CO
Schwarzwälder
Holzwarenindustrie Nagold
Herbert Henneberg & Co. Postfach 23.7270 Nagold
Spielwarenhandlung
Karl Reinhardt
Bremer Strasse 28 2000
Hamburg 12
Ihr Zeichen Unser Zeichen pr/vt

wt-s Betreff: Angebot über Spielwaren

Sehr geehrter Herr Reinhardt,

wir freuen uns, dass Sie Interesse an unseren Holzspielwaren haben und senden Ihnen gern den gewünschten Katalog mit der neuesten Preisliste. Im Katalog haben wir die Spielwaren nach Altersgruppen sortiert.

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

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

Mit freundlichen Grüßen Herbert Henneberg & Co ppa.

(Unterschrift) Annete Prollins

Anlagen: Kataloge, Preisliste

AUFTRAG

Лист-запит – це лист, у якому ви офіційно письмово підтверджуєте або анулюєте своє замовлення. На практиці існує два шляхи торгової угоди: а) запит-пропозиція – замовлення та підтвердження замовлення; б) підписання договору особисто.

Замовлення можуть відбуватися усно (особисто або по телефону) і письмово (у формі ділового листа). Усне замовлення зазвичай підтверджується листом фірми-постачальника (Auftragsbestätigung).

Лист-замовлення має таку структуру:

1 Посилання на пропозицію, прейскурант, оголошення в газеті (Bezug auf das Angebot, die Preisliste, die Zeitungsanzeige, die Empfehlung, den Vertreterbesuch etc.).

2 Вид та якість товару, який замовлений, його кількість і ціна (Art und Güte der gestellten Ware, ihre Menge und Preis).

3 Терміни та спосіб доставки (Zeit und Weg der Lieferung).

4 Вид оплати (Art der Bezahlung), упакування (Verpackung).

5 Особисті побажання (Sonderwünsche): право повернення (Rücksendungsrecht) тощо.

Bankhaus
Friedrich
Bauer AG

Bankhaus F. Bauer AG. Postfach 294, 6100 Darmstadt

Gebr. Winkelmann
Werbemittel
Rothschildallee 104
600 Frankfurt 1

Ihr Zeichen, Unser Zeichen, Durchwahl
Darmstadt,
1425 5 Okt. 200..
1426

Bestellung

Sehr geehrte Damen und Herren,
wir danken Ihnen für Ihr Angebot. Entsprechend Ihrer
Mustersendung bestellen wir: 200 Brieftaschen, Nr. 5714, schwarz,
mit Prägedruck auf der linken Innenseite:

Bankhaus Friedrich Bauer AG.

Preis ... EURO pro Stück,

200 Geldbursen, Nr. 3271, schwarz mit Prägedruck oben auf der
linken Innenseite.

Liefern Sie bitte diese Waren binnen vier Wochen frei Haus.
Laut Ihrem Angebot bei Bezahlung innerhalb zweier Wochen nach
Wareneingang ziehen wir 2 % Skonto vom Warenwert ab.

Mit freundlichen Grüßen

Bankhaus Friedrich Bauer AG

Ppa. (Unterschrift)

Завдання 4. Дайте відповіді на запитання.

- 1) Wer ist der Absender der Bestellung? 2) Was bestellt das Bankhaus Friedrich Bauer AG? 3) Welche Lieferfristen werden angegeben? 4) Wie ist die Art der Lieferung? 5) An wen wird die Bestellung geschickt? 6) Wofür dankt der Absender der Bestellungen der Firma? 7) Wie hoch ist der Skonto? Und zu welchen Bedingungen?

Завдання 5. Перекладіть українською мовою.

1) Bitte gewähren Sie uns drei Monate Zeit. 2) Erheben Sie bitte den Rechnungsbetrag durch Nachnahme. 3) Wir sind damit einverstanden, dass Sie einen Wechsel auf uns ziehen. 4) Wir bezahlen 30 Tage nach Erhalt Ihrer Rechnung. 5) Sollte uns die Qualität nicht zusagen, werden wir Ihnen die Ware zurücksenden. 6) Sorgen Sie bitte für eine neutrale Verpackung, da 7) Wir bitten um Auftragsbestätigung. 8) Ich erwarte die Sendung noch bis ... als Eilgut. 9) Wir holen die Waren am ... mit unserem LKW ab.

WIDERRUF

Якщо замовник з ряду будь-яких обставин хоче відкликати своє замовлення (stornieren), то при телефонному анулюванні свого замовлення необхідне його підтвердження – лист-відклик замовлення (Widerruf der Bestellung).

Лист-відклик має таку структуру:

- 1) вказівку на вже зроблене замовлення (Hinweis auf die erteilte Bestellung);
- 2) обґрунтування відклику (Begründung des Widerrufs);
- 3) вибачення (Entschuldigung) та вираження сподівань на подальшу співпрацю (Hoffnungsausserung auf spätere Bestellungen).

Max Kohler & Co Elektrogrosshandel
Max Kohler & Co. Postfach 25 5880 Ladenscheid
SieberWerke

Hafenstr. 5
4600 Dortmund

Ihr Zeichen Unser Zeichen Durchwahl Ladenscheid
Ihre Nachricht vom Unsere Nachricht vom 4. Mai. 200...
m-k 15.04. ... 0.303.200...

Betr.: Widerruf unserer Bestellung über Heizspiralen

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit unserem Telegramm «Heizspiralen nicht liefern» haben wir unsere gestrige Bestellung aber 500 Stück la Chromnickel – Heizspiralen, 700 Watt, 220 Volt, zu ..., ... EURO je Stück, widerrufen.

Leider müssten wir die Bestellung zurückziehen, weil der Kunde, der diesen Posten bestellt hatte, gestern abend seine Bestellung in die gleiche Menge Spiralen, 500 Watt, 220 Volt, änderte. Von dieser Sorte haben wir jedoch noch genug auf Lager, so dass unsere Bestellung hinfällig geworden ist.

Unserem Kunden wollen wir gern entgegenkommen, weil er regelmässig grosse Mengen abnimmt. Bitte haben Sie Verständnis für unser Verhalten.

Hoffentlich können wir Sie schon recht bald durch eine neue Bestellung entschädigen.

Mit freundlichen Grüßen

Max Kohler & Co

(Unterschrift)

Cornelia Otterbein

Завдання 6. Перекладіть українською мовою.

1) Unsere Bestellung vom 5.04.2001 können wir leider nicht aufrechterhalten. 2) Wir bestellten am 8.06.2001 ; dabei ist uns leider ein Fehler unterlaufen. 3) Es tut uns leid, aber wir müssen die Bestellung stornieren. 4) Unerwartet eingetretene Umstände veranlassen uns heute, Sie zu bitten, unseren Auftrag Nr.... zu stornieren. 5) Da unser Kunde uns soeben per Fax mitgeteilt hat, dass die Maschine nicht mehr benötigt wird, bleibt uns keine andere Wahl, als unsere Bestellung zu widerrufen. 6) Wir sind leider nicht in der Lage, die Ware anderweitig abzusetzen. 7) Durch kurzfristige Umstellung unserer Produktion können wir das bestellte Material nicht mehr verwenden. 8) Leider hat sich unser Bedarf geändert. Infolge unvorhergesehener Umstände sind wir leider gezwungen, unseren Auftrag vom 1.01.2002 zu widerrufen. 9) Wir bedauern, aber die Ware hat uns nicht zufrieden gestellt. 10) Wir bedauern Ihnen

mitteilen zu müssen, dass unser Kunde zahlungsunfähig geworden ist. 11) Wir möchten uns bei Ihnen für... entschuldigen. 12) Wir versprechen Ihnen, dass wir uns bei späterem Bedarf an Sie wenden werden. 13) Wir werden Sie bald durch eine neue Bestellung entschädigen. 14) Sie können bei anderer Gelegenheit mit einem Auftrag rechnen.

MÄNGELRÜGE

У листі-рекламації ви інформуєте про невідповідність товару, що був вам доставлений (ви отримали не той товар), про невідповідність кількості товару або про дефекти якості товару.

Подібну скаргу (рекламацію) у письмовому вигляді називають рекламацією (заява про недоліки прописані в угоді). Якщо ви отримали лист-рекламацію від клієнта, перевірте, чи правомірна ця рекламація. Якщо це дійсно так, вибачтесь перед клієнтом та швидко урегулюйте цю справу.

Якщо рекламація неправомірна, ввічливо відхиліть її. Деякі випадки бувають спірними.

Bären Drogerie

Wertmann & Braun

Wertmann & Braun, Postfach 7.25.6500 Mainz

Wissmann & Co

Am Alten Tore 15

8500 Nürnberg

Ihr Zeichen,

Ihre Nachricht vom

we-b 06.12...

Bitte um Schadensersatz

Sehr geehrte Damen un Herren,

wir hatten ausdrücklich

Kerzenhalter mit Kugelgelenk

bestellt, deren Lieferung Sie uns zusagten. Wir waren daher sehr enttäuscht, als heute Ihre Sendung mit gewöhnlichen feststehenden Kerzenhaltern eintraf, von denen wir noch genug auf Lager haben. Wegen der Kürze der Zeit mussten wir uns hier am Ort eindecken.

Unser Zeichen

Unsere Nachricht vom Mainz

be-h 25.11...

15.12.200...

Wir legen Ihnen eine Rechnungsschrift bei. Für den Unterschied zwischen Ihrem Listenpreis und dem hier gezahlten Preis machen wir Sie in Höhe von ____, _____ EURO ersatzpflichtig und bitten Sie, uns den Betrag gutzuschreiben. Die Sendung der Kerzenhalter steht zu Ihrer Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

(Unterschrift)

Marion Braun

Anlage

Rechnungsabschrift

Die Antwort auf die Mängelrüge

На лист-рекламацію існує лист-відповідь (die Antwort auf die Mängelrüge), який має таку структуру:

1) вказівка на те, що випадок дійсно досліджено (Hinweis darauf, dass die Angelegenheit sorgfältig geprüft wurde);

2) внесення заперечень та визнання рекламації (Richtigstellung der Einwände oder Anerkennung der Mängel);

3) згода з пропозиціями клієнта або власний варіант вирішення (Einverständnis mit dem Vorschlag des Kunden oder eigener Vorschlag).

Sehr geehrte Herren!

Aus Ihrem Brief vom 3.2.200... haben wir entnommen, dass eine der von uns gelieferten Kleinbild-Kameras Modell C nicht einwandfrei funktioniert, obwohl sie nur 3 Wochen im Gebrauch war, und dass Sie diese Kamera an unsere Adresse geschickt haben. Hiermit bestätigen wir den Erhalt der beanstandeten Kamera.

Unsere Reparaturabteilung hat die Kamera eingehend geprüft und dabei festgestellt, dass Sand in das Innere des Apparates eingedrungen ist und den Mechanismus teilweise beschädigt hat.

Sie werden verstehen, dass unter diesen Umständen eine kostenlose Reparatur aufgrund unserer Garantiebedingungen nicht in Frage kommt. Wir sind jedoch gern bereit, die Kamera zu reparieren und instand zu setzen, müssten dafür aber 405,-EURO berechnen.

Bitte teilen Sie uns so bald wie möglich mit, ob Sie damit einverstanden sind.

Mit freundlichen Grüßen
(Unterschrift)

WERBEBRIEF

Рекламний лист –це запрошення, яке ні до чого не зобов'язує, адресоване потенційним клієнтам з метою зацікавлення їх придбати товар.

Werbung

Die ständige Vervollkommnung der Absatztätigkeit der Firmen zeigt sich auch der steigenden Bedeutung der Werbung als wichtiges Element ihrer Kommunikationsstrategie. Die Konkurrenten berücksichtigen z. B. die Erkenntnis, dass eine wirksame Werbung streng zielgruppenorientiert sein muss. Deshalb muss sich insbesondere die Werbung für Investitionsgüter vor allem konkret an die Personen bzw. Zielgruppen wenden, die in den Unternehmen die Entscheidungen für den Kauf von Investitionsgütern vornehmen.

Obwohl in der Investitionsgüterwerbung mehr rationale als emotionale Faktoren eine Rolle spielen, zeigen die Beispiele führender Firmen, dass insgesamt bei der Gestaltung der Werbung zunehmend bewusst und zielgerichtet psychologische Elemente genutzt werden (z. B. bei der Prospektgestaltung, Inseratformulierung, Messestandgestaltung, Formulierung von Verkaufsargumentationen usw.). Ziel dieser Bestrebungen ist es, einen hohen Wahrnehmungs- und Erinnerungseffekt zu erreichen und sich möglichst von den entsprechenden Konkurrenten abzugrenzen. Vielfältige Formen der Werbeerfolgskontrolle, die bei dem relativ übersichtlichen Kundenkreis wirksam genutzt werden können (Prospekte mit Fragebogen zur Rückantwort, Coupons usw.) sollen die Effektivität der Werbung insgesamt verbessern helfen. 60 bis 70 Prozent der Aufwendungen hierfür entfallen auf Werbemaßnahmen für neu- und weiterentwickelte Erzeugnisse. Zunehmend an Bedeutung gewinnt im Bereich der metallverarbeitenden Industrie die Firmenwerbung, wobei das ganze Angebotssortiment, die Leistungsfähigkeit des

Unternehmens in Bezug auf Erzeugnisqualität, leistungsfähigen Kundendienst herausgestellt werden, um ein positives Firmenimage zu schaffen bzw. zu untermauern. In der Werbeargumentation stehen vor allem neben dem Erzeugnis solche Kriterien wie Wirtschaftlichkeit, Profitabilität, Wartungsfreundlichkeit, Kostenvorteile und Problemlösungsbezogenheit im Mittelpunkt.

Eine immer grössere Rolle spielt da Direktwerbung. Dies geschieht unter dem Blickwinkel enger Beziehungen zwischen Produzent und Anwender. Seinen Ausdruck findet dies u.a. auch darin, dass den Verkauf- und Servicestützpunkten der Unternehmen, vor allem in den Schwerpunktländern, Informations-, Ausstellungs- und Vorführräume angegliedert sind.

Grosse Unternehmungen berücksichtigen, dass Unterschiede in ökonomischen, technischen, gesellschaftspolitischen und auch rentabilitätsbedingten Fragen auf den verschiedenen Märkten differenzierte Formen der Werbung erfordern. Dies erzeugt u.a. auch den Trend zu kooperativen Formen der Werbung, indem verstärkt nationale Werbeagenturen für bestimmte Aufgaben der Werbung beauftragt werden. Unternehmen, die auf vielen unterschiedlichen Märkten tätig sind, machten die Erfahrung, dass wirksame ökonomisch richtige Entscheidungen auf dem Gebiet der Werbung am besten von den dem Markt präsenten Niederlassungen getroffen werden können.

Werbebrief (Studienfahrt) – Rundschreiben eines Reiseveranstalters

Empfängerbezeichnung _____

Postfach/Strasse und Hausnummer _____

PLZ Bestimmungsort _____

Studienfahrten und Expeditionen mit MS «Frontier Spirit» _____

Sehr geehrte _____,

wir freuen uns, Ihnen heute ein aussergewöhnliches Kreuzfahrtschiff vorstellen zu können.

Die «Frontier Spirit» wurde gezielt für Studien- und Expeditionsreisen konzipiert. Modernste nautische Technik und fortschrittliche Systeme zum Schutz der Umwelt zeichnen die «Frontier Spirit» anno aus wie der Komfort und Service auf dem hohen Niveau einer anspruchsvollen Kreuzfahrt.

Von Mai bis August dieses Jahres werden erstmalig Expeditions- und Studienreise in die Ostsee und zu den grandiosen Fjorden Norwegens, Spitzbergens und Grönlands angeboten. An Bord erwartet Sie die bewährte «Isez tic Tours» Reiseleitung.

Die Premieren-Reise am tt.mm.jj. ab Hamburg fährt auf völlig neuer Route rund um die Britischen Inseln.

In der beigegeführten Broschüre finden Sie eine genaue Beschreibung der einzelnen Nordlandreisen und Informationen zur «Frontier Spirit». Unser Reisebüro steht Ihnen für die Buchung – und natürlich auch für weitere Informationen – zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

(Firmenbezeichnung)

(Maschinenschriftliche Unterschriftenwiedergabe)

Завдання 7. Перекладіть іменники українською мовою

- die Investitionsgüterwerbung
- die Werbeerfolgskontrolle
- der Kundendienst
- das Angebotsortiment
- der Wahrnehmungseffekt
- die Kommunikationsstrategie
- die Verkaufsargumentation
- die Verkauf- und Servicestützpunkte
- die Anzeigewerbung
- die Haupteinnahmequelle
- die Konsumgewohnheiten

NACHFASSBRIEF

Листом-пропозицією постачальник товару відповідає на письмовий запит. Відповідаючи на запит, він дякує за зацікавленість та пропонує прейскурант, каталоги та зразки. Відповідь на запит містить відповіді на питання клієнта. При визначеній ціни вказуються можливі знижки. Вирішується питання видатків щодо упакування та транспортних видатків, часу поставок та оплати.

Nachfassbrief für Herrenblazer

Sehr geehrte Damen und Herren,
vielen Dank für Ihre Anfrage. Unsere seidenen Herrenblazer sind qualitativ, hochwertig, modern im Schnitt und pflegeleicht. Obwohl die Modelle erst seit kurzem auf dem Markt sind, scheinen Sie der Verkaufsschlager dieser Saison zu werden.

Wir können Ihnen noch folgende Blazer anbieten:

30 Stück Art N 60, apricot, Grösse 48, je 125,50 EURO netto

20 Stück Art N 58, weiss, Grösse 50, je 125,50 EURO netto

10 Stück Art N 58, schwarz, Grösse 50, je 125,50 EURO netto

Die Blazer sind aus 80% Seide mit 20% Leinen hergestellt.

Lieferbedingungen: Die Ware wird ca. 10 Tage nach Auftragseingang mit unserem LKW geliefert. Wir gewähren Zahlungsziel von 30 Tagen.

Damit Sie sich über unser reichhaltiges Sortiment informieren können, fügen wir einen neuen Katalog sowie die aktuelle Preisliste bei.

Wir freuen uns über Ihren Auftrag.

Mit freundlichen Grüßen.

Unterschrift

Завдання 8. Перекладіть нижченаведені словосполучення українською мовою.

Ein mittelständiges Unternehmen; der Etikettenlieferant; die Muster der Etiketten; Angaben benötigen; zur Verfügung stehen; so bald wie möglich; etw. zusenden.

АННАНМЕ (ABLEHNUNG)

Цей вид ділового листа може писатися на бланку або у вільній формі. Діловий лист-подяка містить у собі подяку за замовлення.

Ablehnung einer Bestellung-Vermittlung eines möglichen Lieferanten

Empfängerbezeichnung _____
Postfach/Strasse und Hausnummer _____
PLZ Bestimmungsort _____
Bestellung Nr. _____

Sehr geehrte _____,
wir danken für Ihre Bestellung. Leider können wir die benötigten Schlösser nicht liefern. Sie sind nicht vorrätig, weil sie wegen ihrer Besonderheit wenig verlangt und deshalb nicht mehr serienmäßig hergestellt werden.

Der Preis für eine Sonderanfertigung ist sehr hoch. Sie können jedoch versuchen, die Schlösser bei der Firma _____ Strasse und Hausnummer, PLZ Bestimmungsort, Telefonnummer zu kaufen. Diese Firma ist auf die Herstellung von Spezialschlössern eingestellt.

Wir fügen eine neue Preisliste unserer Erzeugnisse bei. Vielleicht bietet sich wieder eine Gelegenheit, bei uns zu bestellen.

Mit freundlichen Grüßen

(Firmenbezeichnung)

(Maschinenschriftliche Unterschriftenwiedergabe)

Lieferverzögerung.(Mahnung)

Відповідь на попередження про затримку постачання товару (Lieferverzögerung. Mahnung). У цьому випадку ви відправляєте постачальнику лист-попередження, у якому ви вимагаєте, щоб фірма виконала свої обов'язки щодо постачання товару, а, якщо це зазначено в договорі, виплатила компенсацію за спричинену шкоду.

11.04.2004

Sehr geehrte Frau Coloma,
am 15.02. bestellte ich bei Ihnen 15 Garnituren Korbmöbel, die bis Ende April hätten geliefert werden sollen. Als ich die Lieferung am 15.05. anmahnte, erhielt ich einen Anruf von Herrn Orsetti, der fest versprach, die Korbmöbel bis 10.06. zu liefern.

Auch diese Zusage wurde nicht eingehalten.

Der Lieferungsverzug bringt mich in grosse Verlegenheit. Es ist für mich sehr unangenehm, meine Kunden immer wieder vertrösten zu müssen. Als letzten Termin für die Lieferung setze ich nun den 10.07. fest. Sollte die Ware später eintreffen, werde ich die Annahme verweigern. Ausserdem behalte ich mir das Recht vor, Sie für alle Ausfälle haftbar zu machen, die mir durch den Verlust von Kunden entstehen.

Ich bin überzeugt, dass Sie alles tun werden, um eine Beeinträchtigung unserer bisher so angenehmen Geschäftsbeziehungen zu vermeiden.

Mit freundlichen Grüssen

Italo-Möbel Grüntner OHG

ZAHLUNGSVERZÖGERUNG

Якщо ваш клієнт несвоєчасно сплачує за товар, тоді надішліть йому лист-нагадування. У листі зверніть увагу свого клієнта на несплачену суму рахунка і, в залежності від обставин, запропонуйте копію рахунка або виписку з рахунка. Попередьте вашого клієнта щодо несплати рахунка. В останньому (третьому) попередженні, зазвичай, установлюєте термін виплати рахунка з погашенням штрафу за невикрачений рахунок.

Mahnung

11.12.2004

Sehr geehrte Damen und Herren,

bei Durchsicht unserer Konto haben wir festgestellt, dass Sie nachstehend aufgeführte Rechnung trotz Zahlungserinnerungen vom 10.11.04 noch nicht bezahlt haben.

Rechnung Nr. SA 93SO1430 vom 2.9.04

fällig am 2.10.04

EURO 95000,-

Wir bitten um Überprüfung und Überweisung des fälligen Betrages zuzüglich einer Mahngebühr vom EURO 100, – in den nächsten Tagen. Sollten Sie die Zahlung bereits veranlasst haben, betrachten Sie dieses Schreiben bitte als gegenstandslos. Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen
München
Marion Braun
ppa. Margarete Zaun

VERSANDANZEIGE

Цей лист надсилають клієнтові, якщо відправляється велика кількість товарів, товари великі за розміром та вагою. Рахунок відсилається окремо поштою після відправлення товару.

Супроводжувальні документи: повідомлення про поставку, накладна, попередній рахунок, залізнична (авіа-, морська) накладна, свідоцтво про походження товару тощо.

Firma A.Koch.			
Wallstr. 12. 3159 Peine			
Ihre Zeichen Ihre			
Nachricht vom	Unsere Zeichen	Telefon	oslar
HK 03.12.04	(05321)	05.12.04	
	22543		

Lieferanzeige
Sehr geehrte Damen und Herren,
als Fachgut senden wir Ihnen heute eine Teillieferung von 400 St.Nr.34/87. Den Rest von 300 St. werden wir Mitte Januar liefern.
Mit freundlichen Grüßen
Emil Otto&co.
(Unterschrift)

ABKÜRZUNGEN

ab	Werk/ab Lager	усі витрати несе покупець
Abs.	Absender, Absatz	відправник, абзац
Abt.	die Abteilung	відділ
Art.	der Artikel	артикул, товар
bfn.	brutto fur netto	брутто за нетто
btto.	brutto	брутто
d.h.	das heisst	тобто
div.	diverse	різні
d.J.	dieses Jahr	у цьому році
d.M.	diesen Monat	у цьому місяці
Dtzd.	Dutzend	дюжина
einschl.	einschliesslich	включаючи
etc.	et cetera	тощо
evtl.	eventuell	можливо
exkl.	exklusive	винятково
EXW	(Ex work = ab Werk/Lager)	франко-завод (поставщик)
FOB	(Free on board = Frei an Bord)	ФОБ, франко-борт
FOR	(Free on rail = in Waggon verladen)	франко-навантажувальна платформа, франко-вагон
fr.	frei, franko	франко
i.G.	im Ganzen	у цілому
inkl.	inclusive	включаючи
in Vertretung		за підписом
k.J.	kommendes Jahr	у майбутньому році
l.J.	laufenden Jahres	у поточному
lfd.	laufend	поточний
m.E.	meines Erachtens	за власною думкою
Mod.	das Modell	модель
ntto	netto	нетто
n.W.	nächste Woche	на наступному тижні
o.a.	oben angeführt	дивися вище
o.O.	ohne Obligo	без обов'язків
per, für		за, по
ppa.	per anno/jährlich	щорічно
PLz	Postleitzahl	поштовий індекс

p-p-(ppa.)	per procura	за дорученням
Rng.	das Reingewicht	чиста вага
s	siehe	див.
Sa.	Summa	сума
s.o.	siehe Stück	див. вище
Stck.	das Stück	штука, одиниця
s.u.	siehe unten	див. нижче
Tr.	die Tratte	тратта (переказний вексель)
T/Ta.	die Tara	тара
u.a.m.	und anderes mehr	тощо
ult.	ultimo/das Monatsende	кінець місяця
u.U.	unter Umständen	за обставинами
V.	der Vertrag	договір
Val.	die Valuta	валюта
vgl.	vergleiche	порівняй
v.H.	von Hundert (Prozent)	процентів
v.J.	voriges Jahr	у минулому році
w.n.	wie nachstehend	як вказано нижче
z.T.	zum Teil	частково
Zw.	zwecks	з метою

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

з розвитку професійного мовлення
“Ділове листування” з курсу “Ділова німецька мова”
для студентів старших курсів денного та заочного навчання

(німецька мова)

Відповідальний за випуск: викл. О.В. Теслюк

редактор

Підписано до друку
Формат папіру 60x84 1/16. Папір писальний.
Умовн.-друк.арк. . Обл.-вид.арк. .
Замовлення № . Тираж 200 . Ціна

Друкарня ХарДАЗТу,
310050, Харків – 50, пл. Фейербаха, 7