

Inhalt

Berufsprofile

	Seite
Danksagung	3
Zum Buch	4
1 Leute, Berufe, Tätigkeiten	11
2 Eine Tätigkeit beschreiben	23
«Wäre das so etwas wie ein Sachbearbeiter?»	

Wichtige Zielaktivitäten

- sich vorstellen: die Ausbildung, den beruflichen Werdegang, die Berufstätigkeit, die Zuständigkeits- und Aufgabebereiche im Unternehmen erläutern
- Anforderungen beschreiben
- ein Vorstellungsgespräch vorbereiten und führen

Fachwortschatz

- Berufs- und Tätigkeitsprofile im kaufmännischen Bereich
- Ausbildungsinhalte und -anforderungen

Gespräche und Besprechungen

- Vorstellung von Berufstätigen
- Gespräch vor einer Bewerbung

Texte und Grafiken

- Beschreibung von Ausbildungsinhalten
- Tätigkeits- und Anforderungsprofil
- Fragebogen

Filme

- *LINDE Group*: «The secret behind»

Unternehmensprofile

	Seite
3 Unternehmenspräsentation	35
4 Eine Unternehmenspräsentation vorbereiten	47
«Wir ziehen alle Register!»	

Wichtige Zielaktivitäten

- Kenndaten von Unternehmen darstellen und auswerten
- Marktentwicklungen beschreiben
- Aufbauorganisationen und Rechtsformen von Unternehmen beschreiben
- schriftliche Kommunikation: ein Unternehmen präsentieren

Fachwortschatz

- Kenndaten zu Unternehmen: Größe, Rechtsform, Branche, Tätigkeit, Produkt, Umsatz ...
- Marktentwicklung
- Aufbauorganisationen von Unternehmen
- Rechtsformen
- Abteilungen, Bereiche

Gespräche und Besprechungen

- Planungsbesprechung
- Gespräch über Geschäftsanbahnung

Texte und Grafiken

- Unternehmensdaten
- Jahresbericht (Auszug)
- Gesprächsprotokoll
- Schema: Aufbauorganisationen
- Pressemitteilung
- Gewinn u. Verlustrechnung

Filme

- «Die BMW Group»: Zahlen und Fakten
- «Die BMW Group»: Unternehmensgeschichte: 1916 – 1962 / 1962 – 2006
- *KBV*: «Bad Krozingen»

Messen

	Seite
5 Messeprofile	59
6 Einen Messebesuch planen	69
«... viel Zeit für persönliche Gespräche mit Kollegen und Lieferanten.»	
7 Messegespräche führen	77
«... erwarten wir den Besuch Ihres Fachberaters.»	

Wichtige Zielaktivitäten

- 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

- Kenndaten von Messen
- Besucherziele
- Standortfaktoren
- Geschäftsanbahnung
- Produktinformationen

Gespräche und Besprechungen

- Messegespräche

Texte und Grafiken

- Fallbeispiel
- Messeprofil
- Messekatalog
- Fachzeitschrift
- Fachliteratur
- Checkliste

Filme

- *AUMA*: «Messen made in Germany»
- *KÖLN MESSE*: «Imagefilm»
- *JACKSTÄDT*: Unternehmensporträt

Seite

8 Auftragsabwicklung 87

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»

Aufträge

Seite

11 Vertriebswege und Vertriebspartner 121

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

Vertrieb

Seite

14 Produktpolitik 153

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
- Produktgeschichte
- Produktbriefing
- Gesprächsprotokoll

Filme

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

Produktstrategien

Inhalt

17 Markterschließung	Seite 185
18 Ein neues Produkt auf den Markt bringen «... wollen wir neue Wege beschreiten!»	195
19 Eine Verkaufsförderung planen	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»

Marketingstrategien

Kleines Lexikon Gesprächsstrategien (Redemittel)	Seite 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.