

Inhalt

Messeplanung

| Lektion | Seite |
|--|-------|
| 16 Messteilnahme | 9–22 |
| 17 Eine Messteilnahme planen | 23–32 |
| «... das muss ich noch intern klären!» | |
| 18 Eine Messteilnahme vorbereiten | 33–42 |
| «Die müssen bis spätestens August raus!» | |

Wichtige Zielaktivitäten

- Messeziele des Ausstellers erläutern
- Messeangebote auswerten
- ein Konzept zur Messteilnahme erstellen
- Aufgaben definieren
- ein Messebudget aufstellen
- einen Messestand auswählen
- Planungsgespräche führen
- Auswertung der Messeergebnisse planen

Fachwortschatz

- Maßnahmen und Instrumente zur Marktbearbeitung
- Ausstellerziele
- Messekennndaten
- Messekosten
- Aufgaben bei der Messevorbereitung

Gespräche und Besprechungen

- Gespräch über eine Standreservierung
- Planungsbesprechung

Texte und Grafiken

- Fallbeispiel
- Unternehmensporträt
- Bewertungsraster
- Checkliste
- Fachzeitschrift
- Fachliteratur
- Messebudget
- Auskunft über Unternehmen
- Messeprofil
- Messeunterlagen und -formulare

Videos

- **DÜSSELDORFER MESSEGESELLSCHAFT:** «Messe: Zukunft zum Anfassen»
- **KARSTADT:** «Arbeitstechniken»

Produktstrategien

| Lektion | Seite |
|---|-------|
| 19 Produktpolitik | 43–50 |
| 20 Einen Bedarf ermitteln | 51–62 |
| «... es gibt da noch ein unausgeschöpftes Potenzial!» | |
| 21 Ein neues Produkt entwickeln | 63–74 |
| «... 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

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
- Netzplan (einer Produkteinführung)
- Produktbriefing
- Gesprächsprotokoll

Videos

- **HENKEL KGaA:** «Henkel heute»

Fertigung

| Lektion | Seite |
|--|--------|
| 22 Innovative Fertigungskonzepte | 75–86 |
| 23 Eine Serienproduktion planen | 87–94 |
| «... alles noch Sachen, die zu klären sind!» | |
| 24 Besprechungen im eigenen Haus und mit anderen Unternehmen führen | 95–102 |
| «... dann verbleiben wir so!» | |

Wichtige Zielaktivitäten

- Fertigungskonzepte vergleichen
- Standortfaktoren erläutern und werten
- Aufgaben der Logistik erläutern
- Zuliefererprofile beschreiben
- eine Anfrage bearbeiten, ein Angebot erstellen
- innerbetriebliche Zusammenarbeit absprechen
- Informationen beim Hersteller (Kunden) beschaffen
- Verhandlungsstrategien erläutern und werten

Fachwortschatz

- Marktstrategien
- Fertigungskonzepte
- Logistik
- Just-in-Time-Konzept
- Standortfaktoren
- Charakteristika der Serienproduktion
- Anfrage und Angebot

Gespräche und Besprechungen

- Gespräch über einen neuen Auftrag
- Planungsbesprechung
- Gespräch über Auftragskonditionen

Texte und Grafiken

- Fallbeispiel
- Unternehmensporträt
- Pressemitteilung
- Fachliteratur
- Fachzeitschrift
- Anfrage
- Richtpreisangebot
- Besprechungsbericht

Videos

- **BMW AG:** «Vom Kunden zum Kunden»
- **LEOPOLD KOSTAL GmbH & Co. KG:** «Kostal intern»

| Lektion | Seite |
|---|---------|
| 25 Markterschließung | 103–114 |
| 26 Ein neues Produkt auf den Markt bringen | 115–124 |
| «... wollen wir neue Wege beschreiten!» | |
| 27 Eine Verkaufsförderung planen | 125–134 |
| «Das ist 'ne faire Basis!» | |

Wichtige Zielaktivitäten

- Strategien, Instrumente und Ergebnisse einer Markterschließung beschreiben
- marketingpolitische Instrumente erläutern, werten und auswählen
- Instrumente zur Absatzförderung vergleichen und werten
- Rücklaufquoten und Kosten analysieren
- 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
- Produktpräsentation (Brief)
- EU-Richtlinien
- Kundenportfolio

Videos

- *3M Deutschland GmbH*: «3M Innovation»
- *3M Deutschland GmbH*: «Post-it-Haftnotizen und die Werbung»

| Lektion | Seite |
|---|---------|
| 28 Management von Veränderungen | 135–146 |
| 29 In die Projektarbeit einsteigen | 147–156 |
| «Da kommt ein ganz schönes Stück Arbeit auf uns zu!» | |
| 30 Ergebnisse werten – Ziele vereinbaren | 157–166 |
| «... und dann gibt's eine neue Perspektive!» | |

Wichtige Zielaktivitäten

- Veränderungen und Trends in Organisationen beschreiben, Ergebnisse bewerten
- Anforderungen an / Erwartungen von MitarbeiterInnen und Führungskräften erläutern und bewerten
- Aufgaben des Personalwesens erläutern
- Charakteristika der Projektarbeit darstellen
- die Durchführung einer Projektarbeit planen
- eine Abteilungsbesprechung führen
- ein Mitarbeitergespräch führen: Ergebnisse bewerten, Ziele vereinbaren

Fachwortschatz

- Formen der Unternehmensorganisation
- Trends und Veränderungen
- Unternehmensleitbild
- Anforderungsprofile: Mitarbeiter und Führungskräfte
- Personalwesen
- Projektarbeit, Projektmanagement
- Mitarbeiterbeurteilung
- Zielvereinbarung

Gespräche und Besprechungen

- Vorstellung von Mitarbeitern
- Abteilungsbesprechung
- Mitarbeitergespräch

Texte und Grafiken

- Unternehmensporträt
- Fachzeitschrift
- Fachliteratur
- Interview-Leitfaden
- Unternehmensbroschüre
- unternehmensinterne Mitteilung
- Projektstrukturplan
- Meilensteinplan
- unternehmensinterne Richtlinien (Mitarbeitergespräch)

Videos

- *SIEMENS AG*: «Visionen werden Wirklichkeit – 150 Jahre Siemens»
- *RUHRKOHLE AG*: «Das Unternehmensleitbild»

| | Seite |
|--|-------|
| Vorwort | 4 |
| Lektionen 16–30 | 9–166 |
| Kleines Lexikon Gesprächsstrategien | 168 |
| Prüfung Wirtschaftsdeutsch International – Übungstest | 173 |
| Quellenverzeichnis | 182 |

Bei den nebenstehenden Piktogrammen finden Sie jeweils die Timecodes Ihrer Videokassette angegeben.



00:29

Zum Audiopiktogramm sind die Positionsstopps Ihrer CD notiert, zur Audiokassette können Sie sich die Laufwerkszahlen Ihres Rekorders eintragen.

CD: 02



| | | |
|--|--|--|
| | | |
|--|--|--|