

Verzeichnis von Fachtermini aus dem Bereich Kommunikation und Telefonieren (kleines Wörterbuch zum Lehrbuch Unternehmen Deutsch)

Markéta Poliřenská

Bachelorarbeit
2013



Tomas Bata University in Zlín
Faculty of Humanities

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta humanitních studií
Ústav jazyků
akademický rok: 2012/2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Markéta POLIŠENSKÁ**
Osobní číslo: **H10551**
Studijní program: **B7310 Filologie**
Studijní obor: **Německý jazyk pro manažerskou praxi**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Komunikace a telefonování – malý terminologický slovníček k učebnici Unternehmen Deutsch**

Zásady pro vypracování:

Teoretická část

Vysvětlení základních pojmů písemné a ústní komunikace ve firmě

Zpracování teoretických poznatků týkajících se tématu lexikologie a lexikografie

Krátké představení učebnice Unternehmen Deutsch

Praktická část

Vypracování tematického slovníčku

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

BRAUNERT, Jörg; Wolfram SCHLENKER. Unternehmen Deutsch: Aufbaukurs Lehrbuch. Stuttgart: Ernst Klett Sprachen, 2005. ISBN 978-3-12-675745-4.
RUNKEHL, Jens; SCHLOBINSKI, Peter; SIEVER, Torsten. Sprache und Kommunikation im Internet. 1. Auflage. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1998. ISBN 3-531-13267-9.
ZIEGLER, Arne; DÜRSCHIED Christa (Hrsg.). Kommunikationsform: E-Mail. Tübingen: Stauffenberg Verlag, 2007. ISBN 978-3-86057-686-1.

Vedoucí bakalářské práce: **Mgr. Renata Šilhánová, Ph.D.**
Ústav jazyků

Datum zadání bakalářské práce: **30. listopadu 2012**

Termín odevzdání bakalářské práce: **3. května 2013**

Ve Zlíně dne 15. února 2013


doc. Ing. Aněžka Lengalová, Ph.D.
děkanka




Mgr. Věra Kozáková, Ph.D.
ředitelka ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že

- elektronická a tištěná verze bakalářské práce jsou totožné;
- na bakalářské práci jsem pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně 2.5.2013

Marek P. Těšenský

1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací;

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) *Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlášení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy; kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.*

(3) *Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.*

2) *zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:*

(3) *Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).*

3) *zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:*

(1) *Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst.*

3). *Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.*

(2) *Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.*

(3) *Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výtěžku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přiměřeně k výši výtěžku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.*

ABSTRACT

Meine Bachelorarbeit habe ich in zwei Teile geteilt, in den praktischen und theoretischen Teil. Der theoretische Teil setzt sich aus vier Kapiteln zusammen: (Kommunikation, Kommunikation im Betrieb, Lehrbuch Unternehmen Deutsch, Das Wörterbuch). Der praktische Teil umfasst zwei Kapitel : Wörterbuch in der mündlichen (telefonischen) und schriftlichen Kommunikation.

Schlüsselwörter: Fachsprache, Brief, Geschäftsbrief, E-Mail, das Wörterbuch, Kommunikation.

ABSTRACT

The Bachelor Thesis is divided into two parts – the theoretical part and the practical part. The theoretical part consists of 4 chapters (Communication, Communication in business, Unternehmen Deutsch textbook, Glossary). The practical part consists of 2 chapters. Vocabulary in oral (telephone) and written communication.

Key words: technical term, letter, business letter, E-Mail, dictionary, communication

Danksagung

Hiermit möchte ich mich bei der Leiterin meiner Bachelorarbeit, Mgr. Renata Šilhánová, Ph.D., für ihre wertvollen Ratschläge, fachkundige Führung und Ihre Zeit, die sie mir bei der Erstellung meiner Bachelorarbeit gewidmet hat, herzlich bedanken.

Weiter möchte ich auch einen herzlichen Dank an die Firma G&A Röders in Soltau aussprechen. Ich bin Herrn Andreas und Gerd Röders sehr dankbar, dass Sie mir das Praktikum in Ihrer Firma ermöglicht haben, wo ich viele wichtige Erfahrungen gewonnen habe.

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG	9
I THEORETISCHER TEIL	10
1 KOMMUNIKATION	11
1.1 EINFLUSS DER TECHNISCHEN UND GESELLSCHAFTLICHEN BEDINGUNGEN AUF DIE KOMMUNIKATION.....	12
1.2 MÜNDLICHE UND SCHRIFTLICHE SPRACHFORM	13
1.3 SCHRIFTLICHE KOMMUNIKATION	13
1.3.1 Textsorte Brief.....	13
1.3.2 Textsorte Brief in der Geschichte.....	14
1.3.3 Geschäftsbrief.....	15
1.3.4 Computerübermittelte Kommunikation im Geschäftsleben.....	16
1.3.5 Hauptmerkmale der E-Mail-Kommunikation	17
1.3.6 Struktur der Email	18
2 KOMMUNIKATION IM BETRIEB	20
3 LEHRBUCH UNTERNEHMEN DEUTSCH	21
4 DAS WÖRTERBUCH	24
4.1 WORTSCHATZ.....	26
II PRAKTISCHER TEIL	27
1 MÜNDLICHE (TELEFONISCHE) KOMMUNIKATION	28
1.1 DIE VOKABELN	28
1.2 DIE PHRASEN	34
2 SCHRIFTLICHE KOMMUNIKATION	38
2.1 DIE VOKABELN	38
2.2 DIE PHRASEN	45
SCHLUSSBETRACHTUNG	47
LITERATURVERZEICHNIS	48
ANHANGSVERZEICHNIS	50

EINLEITUNG

Das Thema meiner Bachelorarbeit heißt: **Verzeichnis von Fachtermini aus dem Bereich Kommunikation und Telefonieren (kleines Fachwörterbuch zum Lehrbuch Unternehmen Deutsch).**

Ich habe dieses Thema gewählt, weil ich an der Thomas Baťa Universität das Fach Deutsch für Managerpraxis studiere. Es war mir von Anfang meines Studiums klar, dass ich meinen zukünftigen Beruf nicht machen kann, ohne sich auf Deutsch gut zu verständigen. Darüber hat mich dann vor allem das einen Monat dauernde Praktikum in der deutschen Firma G&A Röders in Soltau überzeugt. Ich hatte die einzigartige Möglichkeit, in allen ökonomischen Abteilungen zu arbeiten und mich mit ihnen bekannt zu machen. Dadurch war ich gezwungen, mit den Angestellten, Besitzern der Firma und Kunden auf Deutsch zu kommunizieren. Auf dieser Weise habe ich erkannt, wie wichtig es ist, fähig zu sein, auf Deutsch mündlich und auch schriftlich zu kommunizieren.

Meine Arbeit habe ich in zwei Teile geteilt – in den praktischen und theoretischen Teil. Jeder Teil beträgt mehrere Kapitel, die das Hauptthema erweitern.

Das Ziel des theoretischen Teils ist die Betonung der Kommunikation- der Übermittlung von Informationen in der heutigen Zeit. Weiter spreche ich über verschiedene Formen der Kommunikation (mündliche und schriftliche). Weil ich mich mit dem ökonomischen Bereich beschäftige, erwähne ich die private Kommunikation nicht, sondern ich konzentriere mich vor allem auf die Kommunikation im Betrieb, das behandelt die Kapitel Kommunikation im Betrieb. Die letzten zwei Kapitel informieren über das Lehrbuch Unternehmen Deutsch, das ich vorgestellt habe, und über die Bedeutung der Wörterbücher.

Das Ziel des praktischen Teils ist die Bildung eines kleinen terminologischen Wörterbuchs zum Lehrbuch Unternehmen Deutsch. Als Quelle habe ich gerade dieses Lehrbuch benutzt und mich auf die Wörter aus dem Bereich der mündlichen (telefonischen) und schriftlichen Betriebskommunikation konzentriert. Damit wollte ich den Studenten des Fachs Deutsch für Managerpraxis helfen, ihre Deutschkenntnisse vom Bereich der Betriebswirtschaft zu erweitern und zu vervollkommen.

I. THEORETISCHER TEIL

1 KOMMUNIKATION

Unter dem Begriff „Kommunikation“ versteht man den Austausch der Gedanken und Ansichten für die gegenseitliche Verständigung zwei oder mehr Personen. Man unterscheidet mündliche und schriftliche Kommunikation und aus anderer Sicht verbale und nonverbale Kommunikation. Die Grundlage der Kommunikation bildet der Dialog zwischen zwei Personen- dem Sprecher und dem Zuhörer, in der schriftlichen Form zwischen dem Absender und dem Empfänger. Bei den mündlichen Dialogen kann man auch nonverbale Äußerungen benutzen und große Rolle spielt auch die Intonation. Das Ziel eines Dialogs ist die Verständigung über ein bestimmtes Problem. Bei der mündlichen Kommunikation kann man dieses Problem schneller erledigen, da es dabei um einen unmittelbaren Kontakt geht. Bei der schriftlichen Korrespondenz, die meistens per E-Mails realisiert wird, dauert die Lösung länger, weil man auf die Beantwortung und Mitteilung warten muss. Nur bei dem Chatten kann man die mündliche und schriftliche Kommunikation fast vergleichen.

Was die Linguistik betrifft, versteht man die Kommunikation in einem weiten und einem engen Sinne. Die weite Definition bedeutet jede Handlung, bei der man kommuniziert und die enge Definition bedeutet nur Austausch sprachlicher Zeichen. (GÜNTHER 2003, cit. nach ŠILHÁNOVÁ, 2011, s. 23)

In jedem Unternehmen muss die Kommunikation zwischen Partnern und Kunden verlaufen. Man benutzt vor allem die Form des persönlichen Gesprächs oder des Geschäftsbriefes. Man verwendet z. B. auch Anzeigen, Prospekte, Sonderangebote, Werbematerialien, Muster, Internet – Auftritte und vieles mehr. Mit den Kommunikationsformen beschäftigt sich auch Brinker, der folgende Kommunikationsformen unterscheidet:

- **Direkte Gespräche** (Face-to-Face-Kommunikation)
(dialogisch, akkustisch und optisch; in räumlicher und zeitlicher Hinsicht unmittelbar; gesprochene)
- **Telefongespräche**
(dialogisch, akkustisch in zeitlicher Hinsicht unmittelbar; räumlich getrennt; gesprochen)
- **Rundfunksendungen**

(monologisch, akkustisch in zeitlicher Hinsicht unmittelbar, wenn es sich um Live- Sendungen handelt beziehungsweise zeitlich getrennt, wenn es eine Tonaufzeichnung ist; räumlich getrennt; gesprochen)

- **Fernsehsendungen**

(monologisch, akkustisch und optisch; in zeitlicher Hinsicht unmittelbar oder getrennt (live oder aufgezeichnet; räumlich getrennt; gesprochen)

- **Briefe**

(monologisch; in zeitlicher und räumlicher Hinsicht getrennt; geschrieben)

- **Zeitungsartikel/ Bücher**

(monologisch; in zeitlicher und räumlicher Hinsicht getrennt, geschrieben)

(BRINKER, 1992 cit. nach ŠILHÁNOVÁ, 2011, s. 24 – 25)

Die wichtigste Zeichnung von Kommunikationsformen ist das Zeichensystem. Bei der schriftlichen Kommunikation benutzt man die Schriftzeichen, bei der mündlichen Kommunikation die Lautzeichen. Wichtig dabei sind auch andere Faktoren, wie z. B: Monolog oder Dialog, dann der Raum und die Zeit, die Vertrautheit, der Partner, dann auch die Vorbereitung oder unmittelbare Kommunikation und nicht in der letzten Reihe spielt auch das Thema wichtige Rolle. Man unterscheidet auch Art und Weise der Kommunikation, das heißt private, offizielle und öffentliche Handlung. Zur Textübermittlung verwendet man die Kommunikationsmedien, wie z. B: das Telefon, das Handy, der Faxgerät oder der Computer. (vgl. ŠILHÁNOVÁ, 2011)

1.1 Einfluss der technischen und gesellschaftlichen Bedingungen auf die Kommunikation

Die menschliche Kommunikation wird durch die Entwicklung der Gesellschaft beeinflusst. Ende des 19. Jhs. hat sich die Beziehung zwischen der mündlichen und schriftlichen Kommunikation im Zusammenhang mit dem Eintritt in das elektronische Zeitalter geändert. Fast in allen gesellschaftlichen Bereichen haben sich geschriebene Texte durchgesetzt und die mündliche Kommunikation wurde dadurch ergänzt. Die schriftliche Kommunikation hat sich in der Gesellschaft vor allem nach der Erfindung des Buchdrucks in der Mitte des 15. Jh. durchgesetzt.

Im 20. Jh. wurden die Computer- Technologien eingesetzt. Man beginnt z. B: SMS, Chat- ten, Videokonferenzen, Homepages, elektronische Firmenzeitungen oder Angebote oder E- Mails zu benutzen. Die E-Mailkorrespondenz bedeutet eine der wichtigsten Formen der innerbetrieblichen Kommunikation, während man klassische Briefe und Telegramme we- niger verteilt. (vgl. ŠILHÁNOVÁ, 2011)

1.2 Mündliche und schriftliche Sprachform

Was mündliche und schriftliche Sprachform betrifft, verfügen beide Formen über typische Funktionen. Bei den mündlichen Geschäftsverhandlungen kann man neben der verbalen Mittel auch die nonverbalen Mittel- Gestik und Mimik benutzen und damit die Kommuni- kation ergänzen. Diese Kommunikation bildet den Dialog und sie wird spontan entwickelt, man kann auf alte Bedürfnisse eingehen, das Thema wird im Laufe der Gespräche entwi- ckelt.

Dagegen steht den Partnern bei der schriftlichen Kommunikation nur die geschriebene Sprache zur Verfügung. Alles ist nur an die Situation angebunden, weil die Partner getrennt sind. Dieser Fakt zwingt sie über die Problematik, die gelöst werden soll, mehr nachzuden- ken, mehr zu überlegen, um alles sprachlich und deutlich zu erledigen.

1.3 Schriftliche Kommunikation

1.3.1 Textsorte Brief

Der Brief als Grundform der schriftlicher Kommunikation ermöglicht den Dialog zwischen dem Absender und dem Empfänger. Man schickt Briefe an die Adressaten in der Form einer Postsendung, oder als eine E-Mail, die zur Zeit häufiger benutzt wird. Man unter- scheidet private Briefe und dann die halbformellen Briefe und die Geschäftsbriefe. Die Privatbriefe werden von den Privatpersonen an ihre Freunde, Bekannten, Verwandten ge- schickt um sie zu begrüßen, einzuladen, ihnen etwas mitzuteilen oder verschiedene Privat- sachen mit ihnen zu verabreden. Dagegen werden die halbprivaten Briefe zwar auch von

den Privatpersonen abgeschickt, aber an die Behörden, Firmen, Institutionen, um etwas zu beantragen. Mit der Form der Geschäftsbriefe kommunizieren entweder die Firmen/Betriebe miteinander, oder sie werden auch an eine offizielle Stelle geschickt, um wichtige Probleme, die mit dem Betrieb zusammenhängen, zu lösen. Viele von ihnen müssen auch bestimmte Zeit archiviert werden. Der Brief erfüllt drei Funktionen – die Vermittlung von Informationen, Ausdruck und Appell, obwohl die informative Funktion überwiegt. (vgl. ŠILHÁNOVÁ, 2011)

1.3.2 Textsorte Brief in der Geschichte

Der Brief bildet die älteste medial schriftliche Kommunikationsform und Textsorte in der Kulturgeschichte und gleichzeitig ein formales und stilistisches Muster für viele weitere Textsorten, zu denen man nicht nur traditionelle Postkarten, sondern auch moderne Kommunikationsformen – E-mails und SMS einordnen kann.

Der Brief als Mittel der zwischenmenschlichen Kommunikation wie auch als Kulturmedium ist eng mit der Entwicklung von Schriftzeichen, Schreibsystemen und der Papierproduktion verbunden. Obwohl es in alten Ägypten und Babylonien auf Papyrus geschrieben wurde, schrieben Griechen und Römer Briefe vor allem auf wachsüberzogene, zusammenklappbare Holztäfelchen. Im europäischen Mittelalter benutzte man Pergament als Beschreibstoff, bis es allmählich vom Papier abgelöst wurde. Neben der privaten schriftlichen Kommunikation entwickelte sich schon seit antiker Zeit die Form des literarischen Briefes, die man bei dem bekannten Redner Cicero sowie bei dem berühmten Dichter Ovid sehen kann, obwohl es bei Ovid um fingierte Briefe ging.

Der Brief diente sogar zur Entwicklung der sprachlichen Fähigkeiten, wurde bei der Analyse und Argumentation im klösterlichen Unterricht benutzt. Man kann da die Rhetorik von Aristoteles erwähnen, die zur Entwicklung der Sprache des Redners diente, sowie eine große Menge an neu entstandenen Brieflehrbüchern. Mit dem Aufkommen der Städte bildet sich ein Botenwesen heraus.

Mit dem Übergang vom späten Mittelalter zur frühen Neuzeit wächst Bedarf an Lernen vom Lesen und Schreiben. Das städtische Bürgertum vor allem die Kaufleute mussten die Briefsprache lernen um viele mit Geschäft verbundene Sachen zu erledigen. Anstatt vom Pergament begann man das billigere Papier zu benutzen.

Im 16. /17. Jh. setzte sich der Brief auch als eine wichtige Form der privaten Korrespondenz durch. Auf den bis dahin nur trockenen Kanzleistil hatte positive Wirkung die französische Briefstilistik, die nicht so kompliziert und umständlich war.

Weil die Briefe sehr teuer waren, konnten sie nur von den reichen Personen verschickt werden, ab dem 18. Jh. dann auch von Literaten, Musikern und gebildeten Leuten. Briefe zu schreiben wird zur Mode. Sie wurden geschrieben und dann in literarischen Salons gelesen. Das 18. und 19. Jh. ist durch Liebesbriefe mit sehr persönlichem und erotischem Inhalt gekennzeichnet.

Zu Beginn der Moderne im 19. Jh. entwickelte sich mit dem wissenschaftlichen und technischen Fortschritt auch die Schriftlichkeit, weil die immer größere Zahl der Gelehrten brauchte. Es war nötig, die Informationen weiter zu leiten. Privatbriefe verloren langsam die individuelle Vertraulichkeit und waren sachlicher.

Im 19. Jh wurde mit dem ausgebauten Postverkehr, die Korrespondenz im beruflichen, wissenschaftlichen und freundschaftlichen Bereich entwickelt. Ein reges Briefschreiben brachten auch die vielen Kriege und die größere Mobilität der Bevölkerung.

Nach dem zweiten Weltkrieg bewirkte die amerikanische Sachlichkeit die Briefe im Geschäftsverkehr, so dass sie viel einfacher waren. In der privaten Korrespondenz sieht man nicht nur den Text, sondern auch das Bild. Seit den 70- er Jahren verwendet man vorgedrucktes Briefpapier. In der Bürokommunikation entstand nach 1980 der Faxbrief und in der 90- er Jahren der elektronische Brief- die E-mail. Der geschriebene und gedruckte Brief bleibt für die juristische Nachrichten, Verträge und Abkommen.

Im 20. Jahrhundert erleichterte sich das Briefschreiben durch neue Medien- vor allem durch Internetanschluss. (vgl. ŠILHÁNOVÁ, 2011)

1.3.3 Geschäftsbrief

Unter dieser Form der Briefe versteht man schriftliche Mitteilungen, die im Rahmen des geschäftlichen Verkehrs an einen oder an mehrere Empfänger gerichtet sind. Es handelt sich z. B. um Anfrage, Mängelrüge, Reklamation, Versandanzeige usw. Weil es dabei um Vermittlung der Informationen geht, müssen sie klar, sachlich abgefasst werden und übersichtlich gegliedert werden. Sehr wichtig ist auch die Form dieser Briefe, die bestimmte Regeln berücksichtigen muss, weil es sich dabei nicht nur um informative Funktion, sondern

auch um die repräsentative Funktion handelt. Die formalen Festlegungen für die Gestaltung des deutschen Geschäftsbriefes sollten der DIN 676 und DIN 5008 entsprechen.

Offizielle Briefe unterscheiden sich von privaten Briefen durch ihren Inhalt, Zweck und durch das Verhältnis zwischen dem Absender und dem Empfänger. Es werden dabei dienstliche oder geschäftliche Sachen erledigt, wobei die Briefpartner die Höflichkeitsformen benutzen sollen. Der Schreibstil ist auch sehr wichtig, weil er auch entscheiden kann, ob sich eine partnerschaftliche Beziehung zwischen dem Verkäufer und dem Kunden aufbaut und festigt, ob man Interesse an dem Angebot weckt, ob die Möglichkeit der weiteren Zusammenarbeit existiert, oder nicht. (vgl. ŠILHÁNOVÁ, 2011) Die Geschäftsbriefe fordern auch die funktional markierte Lexik – z.B. *einen Kredit beantragen, offene Rechnung, neue Märkte erschließen, Frachtbrief erstellen...* Was grammatische, morfologische und syntaktische Ebene betrifft, gelten in dem praktisch-fachlichen Bereich der Wirtschaftssprache u. a. folgende Standardcharakteristika:

1. typisierte Anrede- und Schlussformeln, z. B. *sehr geehrte Geschäftsfreunde, mit freundlichen Grüßen, in Erwartung Ihrer Stellungnahme verbleiben wir...*
2. Lexeme mit semantisch weiterer Extension, z. B. *Mittel, Anlage*
3. substantivische präpositoinale Wortgruppen, insbesondere im Schlussansatz, z. B. *in Erwartung, im Anschluss daran*
4. nach- und vorangestellte substantivische Attribute, z. B. *Mittel zum Ankauf von Geräten, die zur Verfügung stehenden Finanzmittel*
5. attributive Partizipien, z. B. *die von uns zugestellte Projektdokumentation*
6. Funktionsverbgefüge aus substantiviertem Verb und Verbum Abstraktum, z. B. *zur Verfügung stehen, in Kenntnis setzen*
7. Nominalisierungstendenzen (verdichten den zu vermittelnden Sachverhalt) vor allem: Satzbau, substantivische Attribute und Aufzählungen
8. Syntax: Hypotaxe, Passivkonstruktion, Modalverben, Konjunktiv und Konditional (ERMERT, HEUSINGER, 1995 cit. nach ŠILHÁNOVÁ, 2011, s. 43)

1.3.4 Computerübermittelte Kommunikation im Geschäftsleben

Der Großteil der schriftlichen Kommunikation im Geschäftsleben verläuft in der Form der E-Mails. Mit der Entwicklung der Wirtschaft entwickelt sich auch die Kommunikation in den Betrieben und Geschäften, die neue Informationstechnologien anwendet. Es geht z. B.

um das visuelle Telefonieren, die Kommunikationsmittel auf der Basis von Mobilfunknetzen und ISDN-Anlagen, Videokonferenzen bis hin zu computerbasierenden Intra- und Internetanwendungen. (vgl. ŠILHÁNOVÁ, 2011)

1.3.5 Hauptmerkmale der E-Mail-Kommunikation

Telefon, Brief, Fax, E-Mail, Chat, SMS- wir verfügen heute über verschiedene Möglichkeiten zur Kommunikation über räumlichen Distanzen hinweg. (DÜRSCHEID, ZIEGLER, 2007, s. 93)

Das Internet ermöglicht den Menschen sich zu unterhalten, ohne im direkten Kontakt zu sein. Per E-Mail kann man Nachrichten an mehrere Personen verschicken, ohne den Text mehrmals zu schreiben. Wo sich die Personen gerade befinden, spielt keine Rolle. Man kann ebenso schnell im Inland als auch im Ausland kommunizieren, ohne auf die Antwort lange zu warten. Das Beantworten der E-Mails hängt nur von der Flexibilität der Leute, die miteinander kommunizieren.

Obwohl die E-Mail vor über dreißig Jahren erfunden wurde, setzte sich als Mittel der Kommunikation nur sehr langsam durch. Erst mit der Verbreitung der Personal-Computer in den 80er Jahren, der Entwicklung des World Wide Web (www) zu Beginn der 90er Jahre, mit dem Aufkommen der ersten Internet-Browser gewann die E-Mail an Popularität und Bedeutung. Für die heutige Gesellschaft ist es ganz selbstverständlich per E-Mail zu kommunizieren. E-Mails zu schicken gehört zu der täglichen Routine. Alles was früher in der Form der Briefe, Telex oder Fax mitgeteilt wurde, kann per E-Mail erledigt werden. Zu den Vorteilen gehört die Schnelligkeit, die nicht an die Grenzen gebunden ist, und auch geringer Preis. Wichtig ist nur, dass beide Seiten online – also per Computer mit Internetanschluss sind. Alle diese Mitteilungen werden am Computer geschrieben, über den Computer verschickt und am Computer gelesen. Wichtig ist nur die sogenannte E-Mail - Adresse, die spezielle Form hat. Vor allem Geschäftsbriefe werden oft mit Dateianhängen, die nicht nur Texte (z. B. Normen, Verträge, Rechnungen, Geschäftsbedingungen usw.), sondern auch multimediale Dateien (z. B. Photos, Graphiken, Bilder) enthalten können. Im Laufe der Zeit hat sich auch die E-Mails Sprache entwickelt. darüber sprechen die Assimilations- und Reduktionsformen, Satzbrüche, Umgangsprachliche Ausdrucksweisen, Dialektismen. (vgl. ŠILHÁNOVÁ, 2011)

Obwohl man durch die E-Mails wichtige Informationen schnell, grenzenlos und billig mitteilen kann, werden damit nicht telefonische Gespräche ersetzt. In den Fällen, in denen man schnell etwas erledigen soll, benutzt man immernoch das Telefon (Handy). Bei diesen Gesprächen kann man nämlich unmittelbar auf die Ansichten des Gesprächspartners reagieren. In der heutigen Zeit benutzt man vor allem Handy, das viele Funktionen (Internet, GPS, Radio, MMS, SMS...) hat und immer dabei ist.

1.3.6 Struktur der Email

Sowohl der klassische Brief als auch eine E-Mail enthalten beide diese Kommunikationsformen drei grundlegende Textteile – den Absender, das Datum und E-Mail auch die Uhrzeit und Betreff. Einige andere Angaben werden in einer E-Mail codiert, aber bleiben dem Empfänger unsichtbar. Das Wichtigste ist dann der Haupttext, der den Betreff genauer und sachlich erklären soll. Nicht zu vergessen bleiben selbstverständlich die Anrede und Grußform mit dem Namen des Absenders. Was den Wortschatz, die sprachlichen und syntaktischen Merkmale betrifft, ist es wichtig, ob es sich um private oder geschäftliche/offizielle E-Mails handelt. Private E-Mails werden locker, mit Deminutiva, Expressivwörtern geschrieben, in dem es sich in den geschäftlichen E-Mails vor allem um sachliche, klare und sinnvolle Ausdrucksformen handelt. (vgl. ŠILHÁNOVÁ, 2011)

Mit den geschäftlichen E-Mails erledigt man verschiedene Aufträge, Verträge und Bestellungen, die eine spezifische Form haben. Man muss zuerst das Formular ausfüllen und dann eine ganz kurze Information an den Empfänger schreiben und das ausgefüllte Formular als Anhang hinzufügen. Als Anhang können auch verschiedene Bilder, Fotos, Tabellen, Einladungen und andere Dateien geschickt werden. Während der Text in den geschäftlichen E-Mails zu kurz ist, schreibt man in den privaten E-Mails mehr, weil diese E-Mails die private Kommunikation mit dem unmittelbaren Kontakt der Personen ersätzen. Als Anhang werden nur Fotos, Videos, Bilder geschickt. Die Sprache der privaten E-Mails ist lockerer, man benutzt verschiedene Abkürzungen, man benutzt z. B. Slang oder Dialekt oder die Umgangssprache, weil diese E-Mails die unmittelbare Kommunikation ersätzen.

Die Studenten benutzen E-Mails vor allem bei der Kommunikation mit den Lehrern, um wichtige Sachen, die mit dem Unterricht zusammenhängen, zu erledigen. Im Gegenteil

werden ganz private Sachen unter den Jugendlichen per Facebook, Skype, SMS...mitgeteilt.

2 KOMMUNIKATION IM BETRIEB

Kommunikation spielt eine wichtige Funktion für das Leben der Firma. Damit wird die Kommunikation zwischen dem Betrieb und den Angestellten oder zwischen dem Betrieb und den Kunden gemeint. Innere Kommunikation ist der wichtigste Teil im Betrieb. Eine wichtige Rolle spielt auch die Motivation, die Grundlage des erfolgreichen Unternehmens bildet. Die Angestellten brauchen wissen, was und warum die Aufträge erfüllt werden müssen. Der Betrieb informiert die Angestellten über Aufgaben, Arbeit, Aufträge, oder Bestellungen und auch beeinflusst ihre Meinungen, Gefühle, oder Einstellungen. Innere Motivation bei den Angestellten ist sehr wichtig, weil sie dann besser, schneller und mehr im Interesse der Firma arbeiten.

Typische Zielpunkte im Betrieb sind Umsatz-, Kosten- und Gewinnvorgaben. Sehr wichtig ist auch die Werbung, die den Kunden neue Informationen über Produkte erwirbt. Auf der ersten Stelle steht auch die Herstellung im Betrieb, weil man neue Produkte auf den Markt führen muss.

Die wirtschaftlichen Informationen werden in mündlicher und in schriftlicher Form, oder in innerbetrieblicher und außerbetrieblicher Form benutzt. Der Begriff Kommunikation im Betrieb stellt sowohl die mündliche bzw. fernmündliche, als auch schriftliche Kommunikation dar, die innerbetrieblich und außerbetrieblich gebildet wird. Die schriftliche Korrespondenz enthält z. B: Vereinbarung des Termins, Informationen für Kunden (Kündigungen, Mahnungen, Preislisten...), Angebote, Werbeschreibungen, Einladungen.

3 LEHRBUCH UNTERNEHMEN DEUTSCH

Das Lehrbuch Unternehmen Deutsch wird als methodisches Hilfsmittel für den Universitätsunterricht benutzt. Die Absolventen der Mittelschulen haben die einzige Möglichkeit mit Hilfe dieses Lehrbuches ihre Sprachkenntnisse auf dem Niveau B2 zu entwickeln. Man findet da viele interessante Themen aus dem Bereich der Betriebswirtschaft. Es handelt sich nicht mehr um das Lehrbuch mit der elementaren Grammatik, die man mit einfachen Texten einüben soll, sondern um das Lehrbuch, das die Studenten wirklich für ihren zukünftigen Beruf vorbereitet. Das Buch ermöglicht nämlich einen tieferen Blick in die Problematik der Ökonomie (Betriebswirtschaft), des Marketings und des Unternehmens. Dass es vor allem für das Praktikum bestimmt ist, zeigen viele Hörübungen und Hörtexte, die die Sprachfertigkeit bei den Studenten entwickeln.

Das Lehrbuch besteht aus 10 Kapiteln, die den Studenten in die Organisation, Leitung der Firma führen und ihn auch mit dem Mietsystem, mit der Messe bekanntmachen. Konkret gesehen, besteht das Buch aus 10 Kapiteln. Jede Kapitel wird in sechs Unterkapitel geteilt, die verschiedene Facetten des Kapitelthemas bieten. Am Ende jedes Kapitels findet man zwei Journalseiten mit zusätzlichen Texten und Leseverstehensaufgaben, weiter auch Schaubilder und die Grammatikseite, die den Grammatikstoff übersichtlich zusammenfasst. Damit können die Studenten das erlernte Lehrstoff weiter vertiefen. Das Lehrbuch Unternehmen Deutsch enthält im Anhang Datenblätter zur Partnerarbeit. Es gibt hier auch eine Alphabetische Wörterliste.

Das 1. Kapitel heißt **Herzlich Willkommen** und befasst sich mit dem Thema Gäste, Besucher, Besichtigungsprogramme.

Das 2. Kapitel heißt **Rund um die Firma** und spricht über Branchen und Produkte und stellt die Themen wie Wirtschaftsbereiche, Unternehmenstypen, Umsätze und Kursentwicklungen vor.

Das Thema des 3. Kapitels – Am Arbeitsplatz behandelt Abteilungen im Betrieb, Zuständigkeit und Tätigkeiten, Risiken beim Arbeitsplatz.

Das 5. Kapitel spricht über Liefertouren, Termine, Frachtmengen, Aufträgen und Telefongesprächen und heißt **Von Haus zu Haus mit...** Im Seminar haben wir gelernt, wie man ein Gespräch führen, Auskünfte erteilen und Hilfe anbieten soll. Wir haben die Redemittel der Ablehnung, Zustimmung, Anliegen gelernt. Wie man die Nachrichten hinterlassen kann und wie man auf automatische Ansagen reagieren soll.

Das 5. Kapitel heißt **Das perfekte Mietsystem** und beschäftigt sich mit dem Leasingangebot und Leasingvertrag und mit dem Weg von der Anfrage zum Auftrag.

Das 6. Kapitel mit dem Titel **Der Mitarbeiter im Betrieb** beschäftigt sich mit dem Ablauf einer Mitarbeiterbeurteilung, mit den Wünschen, Vorsätzen und Zielen, Bewertungen und Gegenvorschlägen.

Das 7. Kapitel heißt **Verkaufen, verkaufen, verkaufen!** Da lernen die Studenten eine Tagungsordnung besprechen, Umsatzziele und Maßnahmen vorschlagen, Aufträge abwickeln, ein Angebot schreiben.

Das 8. Kapitel – Auf der Messe behandelt Messen, Begrüßungsgespräche auf der Messe, Produktioninformationen.

Das 9. Kapitel – Import – Export beschäftigt sich mit einem Unternehmen, Herstellung, Lieferwegen und Geschäftsbedingungen.

Das 10. Kapitel heißt **Ich möchte hier arbeiten**. Da lernen die Studenten Bewerbungsbrief, einen Lebenslauf schreiben, Vorstellungsgespräche führen.

Mit Hilfe des Lehrbuchs Unternehmen Deutsch kann man sehr gut die Kommunikation im Bereich der Betriebswirtschaft lernen und sich für die Praxis gut vorbereiten. Viele Redemittel und Redewendungen, die man in der Praxis braucht, werden da trainiert und vertieft. Man kann viele neue Wörter lernen, nur die tschechische Übersetzung fehlt da. Jedes neue Wort muss man im Wörterbuch suchen und es nimmt viel Zeit in Anspruch. Deswegen habe ich das deutsch-tschechische Wörterbuch gemacht.

Als Beispiel unterbreite ich auf dieser Seite die Wortschatzliste zum Thema Kommunikation und Telefonieren, die aus dem Lehrbuch Unternehmen Deutsch stammt:

Mit wem spreche ich am besten?

A Anruf bei Firma ...

1 Spielen Sie einige Anrufe nach dem Ablauf oben. Überlegen Sie vorher:

<p>Was sagen Sie, wenn Sie:</p> <ul style="list-style-type: none"> den zuständigen Gesprächspartner nicht erreichen können. den zuständigen Mitarbeiter nicht kennen. Telefonnummer und Durchwahl haben, sich aber nur der Anrufbeantworter meldet. 	<p>Sie möchten:</p> <ul style="list-style-type: none"> Prospekte einen Bus bestellen einen Termin vereinbaren ein Angebot über ... eine Auskunft über ... Hilfe bei ... 	<ul style="list-style-type: none"> Guten Tag, hier spricht ... Ich rufe an, weil ... Könnte ich bitte mit Frau / Herrn ... sprechen? Könnten Sie mir bitte die Durchwahl von Frau / Herrn ... geben? Könnten Sie bitte Frau / Herrn ... eine Nachricht hinterlassen?
--	---	---

2 Vergleichen Sie die Telefongespräche 1 bis 3 mit dem Diagramm oben. Wie verlaufen die Gespräche?

3 Worum geht es in den Telefongesprächen? Ordnen Sie zu.

	Anliegen	Der Anrufer
Anruf 1	1 Anmietung eines Busses	a) lässt sich die Durchwahl des zuständigen Mitarbeiters geben.
Anruf 2	2 Mitteilung über eine Verspätung	b) kann den zuständigen Mitarbeiter nicht erreichen und hinterlässt eine Nachricht.
Anruf 3	3 Angebot für einen Bustransfer	c) lässt sich mit dem zuständigen Mitarbeiter verbinden.

Das Verb lassen

		Präsens			Perfekt				
Das	mache ich nicht selbst.	Das	lasse	ich	machen.	Das	habe ich	machen	lassen.
	machst du nicht selbst.		lässt	du			hast du		
	macht er nicht selbst.		lässt	er			hat er		
	machen wir nicht selbst.		lassen	wir			haben wir		
	macht ihr nicht selbst.		lasst	ihr			habt ihr		
	machen sie/Sie nicht selbst.		lassen	sie/Sie			haben sie/Sie		

B PARTNER A benutzt Datenblatt A10, S. 174. **PARTNER B** benutzt Datenblatt B10, S. 184.

66 sechshundsechzig

4 DAS WÖRTERBUCH

Unter dem Begriff **das Wörterbuch** versteht man ein Verzeichnis von Wörtern, die in einer Sprache üblich sind und in einem Buch alphabetisch aufgeführt und erklärt oder übersetzt sind.

Das Wörterbuch - Sammlung der Wörter, die in einer Sprache üblich sind (sämtliche mentale Wörter einer Spracheinheit – gibt es freilich so nicht, denn jeder hat nur einen Teil des Wortschatzes zur Verfügung). Lexikon und Wortschatz sind individuell, jeder hat einen eigenen Teil des Wortschatzes und teilt ihn mit anderen Mitgliedern der Sprachgemeinschaft – Gesamtwortschatz.

Den Wortschatz beschreiben die Lexikographen. Je nach dem Typ des Wörterbuches wird das bestimmte Wortschatz ausgewählt. (vgl. WEISS)

Wörterbücher sind Nachschlagwerke, in denen Stichwörter nach bestimmten Kriterien aufgeführt sind und erklärt werden. Die Informationen sind also sprachbezogen.

Es gibt verschiedene Arten von Wörterbüchern:

1. Übersetzungswörterbücher
2. individualsprachliche Wörterbücher
3. Wörterbücher der Jugendsprache
4. Mundartwörterbücher
5. fachsprachliche Wörterbücher
6. etymologische Wörterbücher
7. Fremdwörterbücher
8. und Rechtschreibwörterbücher

Fachwörterbücher:

1. **Linguistik** (Computerlinguistik, Rhetorik, Semiotik)
2. **Literaturwissenschaften** (Mythologie und Sagen)
3. **Philologien / Sprachen** (Altphilologie, Anglistik und Amerikanistik, Germanistik, Orientalistik, Afrikanistik, Romanistik, Slawistik)

(LOHMANN,MÜLLENBACH,http://www.hsaugsburg.de/mebib/fidb/lexika.html#Sprachen_Literatur)

Fachwörterbücher:

1. Dialekte und Redewendungen (Österreichisches Wörterbuch, Schwäbisch-Englisches Wörterbuch, Schweizerdeutscher Dialektwörterbuch, Wienerisch Wörterbuch und Lexikon)

2. Sprach – und Literaturwissenschaften

- Online – Lexikon Literatur Rheinland-Pfalz (Verzeichnis von Autorinnen und Autoren in Rheinland-Pfalz)

- Online – Wörterbuch zur Semantik und Pragmatik

- OWID (Online – Wortschatz, Informationssystem, Stichwörter, Orthografie, Semantik)

- Wortschatzlexikon (Deutsch)

3. Deutsche Rechtschreibung

- Deutsch online (Gramatik U. Klinger)

- Duden (mit Crash – Kurs zur deutschen Rechtschreibung)

- Informationen zur Neuregelung der deutschen Rechtschreibung

- Neue deutsche Rechtschreibung (Regeln, Beispiele, Wörterverzeichnis A - Z)

(LOHMANN,MÜLLENBACH,<http://www.hsaugsburg.de/mebib/fai/sprachen.html>)

Beispiele für Wörterbücher:

Ein österreichisches Wörterbuch, das seit den 50er Jahren existiert, enthält den Wortschatz, der nur in Österreich als Standard gilt, sogenannte Austriazismen.

Variantenwörterbuch des Deutschen: umfasst geographische Varietäten der deutschen Standardsprache (12.000 Einträge), ist nicht komplett.

Das mentale Lexikon ändert sich ständig, es entstehen neue Wörter, die man Neologismen nennt. Weil sich unser Wortschatz mit der Entwicklung der Technik und der ganzen Gesellschaft ändert, bleiben die Neologismen nicht lange neu. Es entstehen immer noch neue Wörter z. B. im Bereich der Informatik. Dagegen nennt man veraltete Wörter Archaismen,

mit denen man sich in der Literatur des 19. Jhts. treffen kann, viele versteht man nicht mehr, einige verschwinden im Laufe der Zeit. In den Wörterbüchern ist nicht nur die Rechtschreibung wichtig, sondern auch die Lautung, man muss nämlich das Wort nicht nur richtig schreiben können, sondern auch richtig aussprechen. (vgl. WEISS)

Zu den bekanntesten Verlagen von Wörterbüchern gehören z. B: **Fraus, Duden, Lingea, Leda, Fin, Langenscheidt**

4.1 Wortschatz

Standardsprache – unter diesem Begriff wird die Sprache verstanden, die in allen Teilen des jeweiligen Sprachgebiets verwendet und verstanden wird und deren schriftliche und mündliche Verwendung durch Normen standardisiert ist.

Die Standardsprachen des Deutschen in Deutschland, Österreich und in der Schweiz unterscheiden sich und sie sind kodifiziert. Nicht kodifiziert sind z. B. die deutschen Formen in Südtirol, Luxemburg oder Belgien. Was die Dialekte betrifft, gibt es da einige phonetische und auch formale (Schreibweise) Unterschiede. Es ist wichtig auch zu bedeuten, dass zwischen den Dialekten und der Standardsprache ein reger Austausch herrscht. Es gibt zum Teil Übernahmen von Dialektausdrücken in die Standardsprache, es geht dadurch um die gegenseitige Bereicherung. (vgl. WEISS)

In meinem Fach Deutsch für Manager Praxis beschäftige ich mich vor allen mit dem Wortschatz aus dem Bereich Wirtschaftsdeutsch. Dazu gehören spezielle Themen wie z. B: Arbeitswelt, Finanzwelt, Geschäftskorrespondenz, Telefonische Kommunikation, Marketing, Tourismus und Gastronomie, Transport und Verkehr und Unternehmen. Diese Themen werden auch im Lehrbuch Unternehmen Deutsch beinhalten. Zur Erleichterung der Arbeit mit diesem Lehrbuch habe ich das Wörterbuch zusammengestellt. Das Wörterbuch besteht aus zwei Teilen: **1. Mündliche (telefonische) Kommunikation**

2. Schriftliche Kommunikation

Jeder Teil umfasst typische Vokabeln und Phrasen, mit denen man sich im Bereich der mündlichen und schriftlichen Kommunikation verständigen kann.

II. PRAKTISCHER TEIL

1 MÜNDLICHE (TELEFONISCHE) KOMMUNIKATION

1.1 Die Vokabeln

Angelegenheit, e

záležitost

In welcher Angelegenheit rufen Sie an?

Anrufbeantworter, r

telefonní záznamník

Ich habe die Nachricht auf dem Anrufbeantworter hinterlassen.

anrufen

zavolat

Er ruft dich später an.

Anschluss, r

telefonní spojení

Guten Tag, Sie haben den Anschluss der Familie Krüger gewählt.

anwesend

přítomný

Er ist nicht gerade anwesend.

Apparat, r

telefon

Er ist am Apparat im Büro.

auflegen

zavěsit, položit

Legen Sie bitte nicht das Telefon auf.

Augenblick, r

okamžik, chvílka

Warten Sie bitte einen Augenblick auf meinen Kollegen.

Auskunft,e

informace, zpráva

Es tut mir Leid, aber ich habe Ihrer Kollegin die falsche Auskunft gegeben.

ausmachen

dohodnout

Könnten wir einen Termin ausmachen?

ausrichten

vyřídít

Könnten Sie ihm etwas ausrichten?

benachrichtigen

informovat

Ich werde Sie durchlaufend benachrichtigen.

Bescheid, r

zpráva, informace

Ich lasse Frau Röders Ihren Bescheid.

beschließen

odhlasovat

Der Vorstand hat beschlossen, dass die Telefonzentrale im Betrieb bleibt.

besetzten

obsadit

Dort ist momentan besetzt.

Besprechung, e

porada

Er hat wichtige Besprechung außerhalb des Betriebs.

buchstabieren

hláskovat

Können Sie mir bitte dieses Wort buchstabieren?

dazwischenkommen

přihodit se, stát se

Mir ist leider etwas dazwischengekommen.

dringend

naléhavý

Wir müssen Sie dringend anrufen.

Durchwahlnummer, e

přímé spojení

Wir werden die Durchwahlnummer bestimmt brauchen.

durchstellen

přepojit

Könnten Sie mich bitte schnell durchstellen?

entgegennehmen

převzít, přijmout

Morgen muss ich weg. Nehmen Sie bitte die Anrufe für mich entgegen.

erlauben

dovolit

Es ist uns nicht erlaubt, solche Informationen weiterzugeben.

erledigen

vyřídit

Ich werde mich bemühen, dass die Sache erledigt wird.

erreichbar

Unter welcher Telefonnummer sind Sie erreichbar?

zastižitelný

erreichen

Ich konnte Sie nicht heute im Betrieb erreichen.

zastihnout

erteilen

Könnten Sie mir bitte Auskunft erteilen?

udělit

Gespräch, s

Es war nicht einfach, dieses Gespräch zu beenden.

rozhovor

hinterlassen

Ich habe Ihnen die Nachricht hinterlassen.

zanechat zprávu

hören

Sie hören in der nächsten Woche von mir.

slyšet

Kalenderwoche, e

Die Sitzung ist am 12. Juli, also in der 28. Kalenderwoche.

kalendářní týden

Kennwort, s

Sie müssen das Kennwort merken.

heslo

klingeln

Mir hat das Telefon geklingelt.

zvonit

Konferenz, e

Er nimmt an einer Konferenz teil.

konference

Lautsprecher, r

Stellen Sie bitte den Lautsprecher an.

reproduktor

Lautstärke, e

Kann ich bitte die Lautstärke vermindern?

hlasitost

melden, sich

hlásit se

Niemand meldet sich.

notieren, sich

poznámenat si

Können Sie sich bitte diese Nummer notieren?

Nummer, e

číslo

Sie haben eine falsche Nummer gewählt.

professionell

profesionální

Brauchen Sie die professionelle Sekretärin?

Rückruf, r

zpětné volání

Wir erwarten Ihren Rückruf spätestens nächste Woche.

SMS, e

SMS zpráva

Ich habe die SMS von dem Kollegen bekommen.

sprechen

mluvit

Ich hätte gern Frau Gerd gesprochen.

Stichwort, s

heslo

Verzeichnen Sie einige Stichwort fürs Protokoll.

stören

rušit

Ich hoffe, dass ich Sie nicht störe.

Telefonbuch, s

telefonní seznam

Ich muss die Telefonnummer im Telefonbuch finden.

telefonisch

telefonický

Tut mir Leid, aber wir können solche Informationen nicht telefonisch weitergeben.

Telefonzentrale, e

telefonní ústředna

Wir können die Nachricht an der Telefonzentrale hinterlassen.

Terminkalender, r

diář

Ich habe gestern die Notizen in den Terminkalender notiert.

Ton, r

tón, zvuk

Bitte sprechen Sie nach dem Signalton.

unvorhergesehen

nepředvídatelný

Wegen eines unvorhergesehenen Problem kann ich nicht den Auftrag erhalten.

verabschieden, sich

rozloučit se

Sie bedanken sich ebenfalls und verabschieden sich.

verbinden

spojit

Könnten Sie mich bitte mit Herrn Kovak verbinden?

Verbindung, e

spojení

Entschuldigung, ich habe leider falsche Verbindung.

verlaufen

probíhat

Unsere Verhandlung ist erfolgreich verlaufen.

vereinbaren

dohodnout

Er hat einen besseren Termin vereinbart.

verschieben

posunout

Sie wollen einen Termin verschieben.

verwählen, sich

splést se

Entschuldigen Sie bitte, ich muss mich wohl verwählt haben.

wählen

zvolit

Ich habe falsche Nummer gewählt.

wenden, sich

obrátit se

Sie müssen sich an unsere Einkaufsabteilung wenden.

wiederholen

zopakovat

Ich kann Sie leider nicht verstehen. Könnten Sie das bitte wiederholen?

wiederhören

na slyšenou

Vielen Dank und auf Wiederhören!

zurückkommen

vrátit se

Er kommt erst um 3 Uhr zurück.

zurückrufen

zavolat zpět

Könnten Sie mich bitte sofort zurückrufen?

1.2 Die Phrasen

Redemittel zum Telefonieren – Allgemein

Verbindung mit dem gewünschten Geschäftspartner...

Einen Augenblick bitte, ich verbinde...

Ich versuche, Sie zu verbinden.

Bleiben Sie bitte am Apparat.

Bleiben Sie bitte in der Leitung, ich stelle Sie jetzt durch.

für die Vermittlung danken / Dank für...

Herzlichen Dank für Ihre Bemühungen.

Nett von Ihnen.

Ein vermitteltes Gespräch entgegennehmen

Was kann ich für Sie tun?

Worum geht es?

Was liegt Ihnen auf dem Herzen?

Wie geht es Ihnen? Wir haben ja schon lange nicht mehr miteinander gesprochen.

Schön, dass Sie anrufen. Ich wollte es auch schon bei Ihnen versuchen.

Vielen Dank für Ihren Rückruf. Ich hoffe, es ist alles gut gelaufen.

das Gespräch mit der vermittelten Person beginnen

Ich rufe an wegen Problems mit dem Angebot.

Ich wollte mich danach erkundigen, ob die Maschine schon funktioniert.

Haben Sie meine SMS erhalten?

Es geht um...

Auskunft, wenn der Gesprächspartner nicht zu erreichen ist

Tut mir Leid,

- da ist gerade besetzt.

- da wird gerade gesprochen.
- ist gerade in einer Besprechung.
- ist gerade zu Tisch.
- sein Handy ist nicht an.

um Information bitten, wann und wie der Gesprächspartner zu erreichen ist

Wann ist Herr Novak wieder zu erreichen?

Könnten Sie mir vielleicht sagen, wann Herr Novak wieder von der Dienstreise zurück ist.

Ist abzusehen, wann die Besprechung beendet sein wird?

Ab wann dürfte er denn wieder in seinem Büro sein?

Weitere Vorgehensweise klären, wenn der Gesprächspartner nicht zu erreichen ist

Könnten Sie sich einen Moment gedulden, ich werde es noch einmal versuchen.

Sie können Frau Novak auf ihrem Handy erreichen.

Ich gebe Ihnen ihre Durchwahlnummer: Das ist die 69 67 85, mit der Vorwahl 0151.

Was kann ich ihm ausrichten?

Möchten Sie eine Nachricht hinterlassen?

Können Sie zurückrufen?

Hinterlassen Sie ihr eine Nachricht auf der Mailbox oder schicken Sie ihr eine SMS.

Weitere Vorgehensweise klären, wenn der Gesprächspartner nicht erreichbar ist

Ich bin selbst im Moment ein wenig unter Zeitdruck und probiere es lieber später selbst noch einmal.

Können Sie mir bitte die Durchwahl geben?

Sagen Sie Frau Novak einfach, dass ich sie sprechen möchte, sie weiß dann schon Bescheid.

Wer ist denn dafür noch zuständig?

Kann ich vielleicht ein Fax schicken.

auf Termindruck hinweisen

Entschuldigen Sie, ich erhalte gerade einen dringenden Anruf auf der anderen Leitung.

Ich rufe Sie morgen noch einmal.

auf inhaltliche Verständnisprobleme hinweisen

Entschuldigung, das habe ich nicht ganz mitbekommen.

Da haben Sie mich vielleicht falsch verstanden...

auf akustische oder technische Verständnisprobleme hinweisen

Die Leitung ist sehr schlecht. Ich kann Sie kaum verstehen.

Könnten Sie das bitte buchstabieren?

Das habe ich akustisch nicht verstanden.

Ergebnisse des Gesprächs bestätigen und geplante Schritte nennen

Ich kümmere mich gleich darum.

Sie können sich darauf verlassen, dass...

Ich prüfe das und melde mich dann wieder bei Ihnen.

das Gespräch beenden (Angerufener)

Gern geschehen.

Keine Ursache.

Danke für Ihren Anruf.

Falls Sie noch Fragen haben, rufen Sie bitte wieder an.

Grüßen Sie Ihren Mann von mir.

Auf Wiederhören.

das Gespräch beenden (Anrufer)

Vielen Dank für Ihre Auskünfte. Sie haben mir wirklich sehr weitergeholfen.

Ich danke Ihnen herzlich für die Informationen.

Vielen Dank und auf Wiederhören.

richtige Verbindung bestätigen oder verneinen

Nein, tut mir Leid. Da haben Sie sich wohl verwählt.

Nein, hier ist nicht die Firma Bosch. Das ist ein Privatanschluss.

Herr Novak ist unter der Nummer 25 zu erreichen.

Ja, Sie sprechen mit Eva Kleinert. Was kann ich für Sie tun?

fragen, ob man richtig verbunden ist

Bin ich hier richtig bei der Neumann GmbH?

Spreche ich mit Frau Kleinert?

sich für die falsche Verbindung entschuldigen

Ich muss mich wohl verwählt haben.

Ich hoffe, ich habe Sie nicht gestört.

Entschuldigung, da hat man mich wohl falsch verbunden.

nach dem Anliegen fragen

Was kann ich für Sie tun?

In welcher Angelegenheit rufen Sie an?

eine Person am Telefon verlangen

Ich hätte gern mit Frau Kellner aus der Finanzbuchhaltung gesprochen.

Wäre es möglich, mich mit Herrn Stalke zu verbinden?

2 SCHRIFTLICHE KOMMUNIKATION

2.1 Die Vokabeln

abhängen	záviset
Die Lieferung hängt von der Zuverlässigkeit der Lieferanten ab.	
abnehmen	odebrat
Der Käufer muss die bestellten Produkte abnehmen und auch bezahlen.	
abschließen	uzavřít
Der Käufer und Verkäufer müssen einen Vertrag abschließen.	
Abzug, r	sleva, srážka
Die Rechnung ist fällig innerhalb von 15 Tagen nach Rechnungsdatum ohne Abzug.	
Anforderung, e	požadavek
Das gehört zu unseren Anforderungen.	
Anfrage, e	poptávka
Wir haben besonderes Interesse an Ihrer Anfrage.	
angeben	uvést, udat
Geben Sie gleichzeitig an, welche Lieferfristen Sie haben.	
Angebot, s	nabídka
Wir unterbreiten Ihnen folgendes Angebot.	
annehmen	přijmout
Unsere Firma kann nicht den Auftrag annehmen, wir haben keine Zeit.	
Anspruch, r	nárok
Ich möchte Ihre Zeit nicht länger in Anspruch nehmen.	
Antrag, r	žádost
Unser Betrieb hat Ihren Antrag entgegengekommen.	
Anzahlung, e	záloha

Wir gewähren Ihnen die Anzahlung in Höhe 100 Euro.

auffordern

vyzvat

Unser Betrieb fordert Sie noch einmal zur Zusammenarbeit auf.

beabsichtigen

mít v úmyslu

Wir beabsichtigen unsere Geschäftsbeziehungen zu erweitern.

Bedingung, e

podmínka

Wir müssen noch unsere Bedingungen vereinbaren.

begleiten

doprovodit

Meine Sekretärin begleitet Sie zum Flughafen.

behalten

ponechat si

Die Lieferanten sollen die mangelhafte Ware behalten.

Bereitstellung, e

poskytnutí

Die Bereitstellung der Ware erfolgt am Montagvormittag.

beschweren sich

stěžovat si

Wir werden uns bei Ihrem Chef beschweren.

besprechen

dojednat

Wir müssen die Liefermöglichkeiten mit dem Lieferwerk besprechen.

Bestellung, e

objednávka

Wir schicken Ihnen unsere Bestellung mit Preislisten, Liefertermin und Menge.

betragen

činit

Der Kaufpreis beträgt 52 Euro.

durchführen

uspořádat

Meine Sekretärin muss die Konferenz heute durchführen.

einplanen

naplánovat

Vergessen Sie den Termin nicht! Planen Sie den Termin noch ein!

einteilen

Leider können meine Kollegen heute nicht, sie sind für die Dienstreise eingeteilt.

přidělit**Einzelheit, e**

Können Sie mir bitte die Einzelheiten der Anfrage wiederholen?

podrobnost**enthalten**

Die Ware ist in unserem Produktionsprogramm nicht enthalten.

obsahovat**entnehmen**

Aus der Zeitung entnehmen wir, dass Sie neue Kunden suchen.

vyvodit**entrichten**

Sie müssen den Kaufpreis unverzüglich entrichten.

uhradit**entsprechen**

Wir hoffen, dass dieses Angebot ihrer Erwartung entspricht.

odpovídat**erfolgen**

Die Zahlung erfolgt durch Banküberweisung auf das Konto der Lieferanten.

uskutečnit se**erfüllen**

Die Lieferanten müssen Verpflichtungen rechtzeitig erfüllen.

splnit**erhalten**

Eine umfassende Antwort erhalten sie in den nächsten Tagen.

obdržet, dostat**Ersatzlieferung, e**

Die Lieferanten sollen eine Ersatzlieferung gewähren.

náhradní dodávka**erschöpfen**

Unsere Vorräte sind völlig erschöpft.

vyčerpat**erteilen**

Unser Betrieb erteilt der Filiale in Österreich diesen Auftrag.

udělit**erwarten****očekávat**

Ihr Angebot erwarten wir bis Juli.

erweitern

rozšířit

Wir möchten unser Angebot für Kunden erweitern.

Forderung, e

požadavek

Die Parteien müssen zuerst ihre Forderungen formulieren.

Frachtgut, s

náklad

Bei Ihrem Frachtgut handelt es sich um 30 Pakete mit Schuhen.

Gebühr, e

poplatek

Ich muss die Gebühr 55 Euro bezahlen.

gewähren

poskytnout

Wir möchten Ihnen Garantie gewähren

hochwertig

kvalitní

Wir würden Ihnen hochwertige Produkte anbieten.

Inhaber, r

vlastník

Herr Röders ist Inhaber der Filiale in Uherské Hradiště.

interessieren, sich

zajímat se

Wir interessieren uns für Ihre Produkte auf dem Markt.

kalkulieren

kalkulovat

Sie müssen noch die Rechnung für die Firma Bosch kalkulieren.

Kunde, r

zákazník

Unsere Kunden verlangen weiteres Angebot.

kündigen

vypovědět

Warum kündigen sie den Vertrag zum Jahresende?

Mahnung, e

upomínka

Wenn die bestellte Ware nicht bezahlt wird, sendet der Lieferant dem Kunden Mahnung.

mitteilen	sdělit, oznámit
Teilen Sie uns bitte mit, wie viel Euro diese Maschine kostet.	
Muster, e	vzor, předloha
Die Musterkollektion senden wir Ihnen gesondert als Frachtgut.	
orientieren, sich	orientovat se
Wir orientieren uns an die Kundewünschen.	
Preisliste, e	ceník
Wir schicken Ihnen Preislisten, Kataloge und Mustern.	
Rechnung, e	faktura
Die Rechnung ist innerhalb von 30 Tagen nach ihrem Eingang beim Käufer fällig.	
rechtsgültig	právoplatný
Diese Verträge sind nicht rechtsgültig.	
senden	poslat, zaslat
Bitte senden Sie uns umgehend Ihre Preisliste.	
senken	klesat
Der Preis ist von Juni bis Juli von 100% um rund 25% auf 75% gesunken.	
Stammkunde, r	stálý zákazník
Das ist unser Stammkunde.	
steigen	stoupat
Der Preis ist von Juni bis Juli von 100% um rund 10% auf 110% gestiegen.	
übersehen	přehlédnout
Oh, das habe ich nicht gemacht, das habe ich übersehen.	
unterbreiten	předložit
Bitte unterbreiten Sie uns ein Angebot über den Schrauben.	
unverbindlich	nezávazný

Es handelt sich hierbei um ein unverbindliches Angebot.

vereinbaren

dohodnout

Ich möchte mit den Lieferanten einen Termin vereinbaren.

verlangen

požadovat

Bis wann wird die Ersatzlieferung verlangt?

verpflichten, sich

zavazovat se

Der Verkäufer verpflichtet sich, die Waren in der vereinbarten Frist zu liefern.

verstehen

rozumět

Der Preis versteht sich inklusiv Verpackung.

Vertrag, r

smlouva

Wir möchten unseren Vertrag kündigen

Verzug, r

prodlení

Leider sind sie in Verzug gekommen.

vollständig

úplný, kompletní

Ich habe den Auftrag vollständig erledigt.

wenden, sich

obrátit se

Wir wenden uns an Sie auf die Empfehlung der Firma Röders.

Werbung, e

reklama

Wir möchten bei Ihnen unsere neue Werbung propagieren.

zurücktreten

odstoupit

Die Vertragsparteien möchten vom Vertrag zurücktreten.

zusagen

slíbit

Ich helfe Ihnen mit diesen Aufgaben. Ich habe Ihnen zugesagt.

Zahlung, e

platba

Es wird eine Zahlung per Scheck erbeten.

zustellen

doručit

Die Handelskammer in Prag war so freundlich uns Ihre Anschrift zustellen.

2.2 Die Phrasen

Redemittel zum Termin, zur Verabredung, Tagesplanung

um einen Termin bitten / Bitte um einen Termin

Ich würde Sie gerne besuchen. Wann würde es Ihnen passen?

Ich würde gerne einen Termin mit Frau Fischer vereinbaren.

Haben Sie vielleicht in der nächsten Woche einmal Zeit?

einen Termin vereinbaren/ vorschlagen/ bestätigen

Welcher Tag würde Ihnen passen? Eher Dienstag oder Freitag?

Wie sieht es bei Ihnen nächsten Mittwoch aus?

Ich schlage für unser Treffen die zwölfte Kalenderwoche vor.

Um welche Zeit wäre es am besten?

Der Termin am Montag um 15 Uhr passt mir sehr gut.

Am besten treffen wir uns gleich am Flughafen in Prag.

Ich kann Sie auch gerne im Hotel abholen und dann fahren wir zu unserer Firma.

Können Sie mir den Termin bitte schriftlich bestätigen? Danke!

Gegenvorschläge

Tut mir Leid, aber dienstags passt es bei mir nicht. Geht es am Mittwoch?

Donnerstag habe ich leider keine Zeit, aber wie wäre es am Freitag?

Am Vormittag habe ich schon eine Besprechung, aber am Nachmittag hätte ich für Sie Zeit.

Der Zwölfte ist schon belegt, am Dreizehnten stehe ich zur Verfügung.

einen Termin absagen/ verschieben

Es tut mir Leid.../ Entschuldigen Sie bitte...

- aber ich muss den Termin am Fünfzehnten leider absagen

- wir müssen unser Treffen verschieben

- könnten wir unsere Verabredung um eine Woche verschieben?
- das Flugzeug hat vier Stunden Verspätung. Können wir uns noch treffen oder sollen wir gleich einen neuen Termin vereinbaren?
- ich verspäte mich um circa 30 Minuten. Bitte informieren Sie Frau Meyer, dass ich etwas später komme.

bei der Anmeldung/ am Empfang

Kann ich Ihnen helfen?

Kann ich Ihnen behilflich sein?

Würden Sie mir bitte Ihren Namen sagen?

Sind Sie angemeldet? Haben Sie einen Termin?

Bitte füllen Sie den Besucherausweis aus!

Bitte nehmen Sie noch einen Moment Platz! Frau Lohn holt Sie ab.

Bitte folgen Sie mir! Ich begleite Sie in den Konferenzraum.

Agenda, Vorstellung der Tagesordnung

Vielen Dank, dass Sie der Einladung zu dieser Sitzung gefolgt sind.

Für das heutige Meeting stehen folgende Themen auf der Tagesordnung: ...

Im Anschluss an die Kaffeepause können wir dann die neuen Werbemittel kennenlernen.

Ich möchte heute über Kalkulation sprechen.

Zunächst möchte ich einen kurzen Überblick über unser Angebot geben.

Mein Vortrag besteht aus folgenden Teilen:

- Am Anfang werde ich über... sprechen,
- dann über...
- und zuletzt über...

SCHLUSSBETRACHTUNG

Meine Arbeit hat mich darüber überzeugt, wie wichtig für meinen zukünftigen Beruf ist, die deutsche Sprache sehr gut zu beherrschen, weil sowohl die Kunden, als auch Arbeitgeber Deutsche sind und das perfekte Deutschkenntnisse, nicht nur mündlich, sondern auch schriftlich erfordert. Deswegen habe ich mich mit beiden diesen Kommunikationsformen beschäftigt. Ich habe darauf aufmerksam gemacht, dass heutige Kommunikation in einer Firma (einem Betrieb) sehr schnell, aber sachlich und klar, erledigt werden muss. Deswegen benutzt man nicht mehr klassische Briefe, sondern die E-Mails, SMS.

Im dritten Teil meiner Arbeit habe ich mich mit dem Lehrbuch Unternehmen Deutsch beschäftigt, das meine Deutschkenntnisse sehr entwickelt hat. Ich habe viele neue Sachen, die mit meinem zukünftigen Beruf zusammenhängen gelernt, und viele von ihnen während meines Praktikums auch benutzt. Obwohl ich während meiner Arbeit an dem theoretischen Teil neue Informationen viel in den Fachbüchern suchen musste und die Formulierungen nicht einfach waren, habe ich dadurch meine Deutschkenntnisse viel erweitert.

Im letzten Teil meiner Arbeit habe ich ein kleines terminologisches Wörterbuch zum oben genannten Lehrbuch Unternehmen Deutsch gebildet. In diesem Wörterbuch habe ich mich nicht nur auf die einzelnen Wörter, sondern auch auf die Phrasen konzentriert. Es ist nämlich immer effektiver sich die Wortverbindungen oder kleine Sätze lernen. Sowohl während meines Studiums, als auch in der deutschen Firma habe ich erkannt, dass sich in den einzelnen Formen der Geschäftsbriefe einige Phrasen wiederholen. Und gerade die habe ich auch gezeigt (z. B. Besten Dank für Ihre Anfrage. Wir unterbreiten Ihnen folgendes Angebot. Wir hoffen, dass dieses Angebot Ihren Erwartung entspricht.)

Ich glaube, dass meine Arbeit für die Studenten nutzbringend wird.

LITERATURVERZEICHNIS

- [1] BRAUNERT, Jörg a Wolfram SCHLENKER. *Unternehmen Deutsch: Aufbaukurs Lehrbuch*. Stuttgart: Ernst Klett Sprachen, 2005. ISBN 978-3-12-675745-4.
- [2] DÜRSCHIED, Christa a Arne ZIEGLER. *Kommunikationsform: E-Mail*. Tübingen: Stauffenburg Verlag Brigitte Narr GmbH, 2002. ISBN 978-3-86057-686-1.
- [3] ŠILHÁNOVÁ, Renata. *Lexikalische und phraseologische Aspekte der Textorte Geschäftsbrief*. Zlín: VeRBuM, 2011. ISBN 978-80-87500-08-8.
- [4] WEISS, Andreas. *Lexikologie und Lexikographie: Germanistische Linguistik*.

ELEKTRONISCHE QUELLEN

[2] Fachinformationskatalog MeBib > Fachübergreifende Datenbestände > Enzyklopädien, Lexika, Wörterbücher. MÜLLENBACH, Prof. Dr. Sabine a Dipl. Inf. (FH) Gabriele LOHMANN. *Fachgebietsspezifische Informationen: Enzyklopädien, Lexika, Wörterbücher* [online]. Augsburg [cit. 2013-05-01]. Dostupné z: http://www.hs-augsburg.de/mebib/fidb/lexika.html#Sprachen_Literatur

[2] Fachinformationskatalog MeBib > Fachgebietsspezifische Informationen > Sprachwissenschaften. MÜLLENBACH, Prof. Dr. Sabine a Dipl. Inf. (FH) Gabriele LOHMANN. *Fachgebietsspezifische Informationen: Sprachwissenschaften (Philologie)*[online]. Augsburg [cit. 2013-05-01]. Dostupné z: <http://www.hs-augsburg.de/mebib/fai/sprachen.html>

ANHANGSVERZEICHNIS

Lehrbuch Unternehmen Deutsch 1 23