

# Prüfung Wirtschafts- deutsch International

## Übungssatz 2

## Inhalt

### Übungssatz 2

### Seite

#### Prüfungsteil

##### Leseverstehen

Einführung . . . . .	Ü2-P2	Ü 1
Aufgabe 1 bis 4 . . . . .	Ü2-P3 bis Ü2-P10	Ü 2

##### Hörverstehen

Einführung . . . . .	Ü2-P11	Ü 3
Aufgabe 1 bis 3 . . . . .	Ü2-P12 bis Ü2-P14	Ü 3

##### Schriftlicher Ausdruck

Einführung . . . . .	Ü2-P15	Ü 4
Aufgabe 1 und 2 . . . . .	Ü2-P16 bis Ü2-P17	Ü 4

##### Mündlicher Ausdruck

Einführung . . . . .	Ü2-P18	Ü 5
Aufgabe 1 . . . . .	Ü2-P20	Ü 5
Aufgabe 2 und 3 . . . . .	Ü2-P21 bis Ü2-P26	Ü 6

#### Antwortteil

Leseverstehen . . . . .	Ü2-A2	Ü 7
Hörverstehen . . . . .	Ü2-A3 bis Ü2-A5	Ü 7
Schriftlicher Ausdruck . . . . .	Ü2-A6 bis Ü2-A7	Ü 8

#### Lösungsteil

Leseverstehen . . . . .	Ü2-L2	Ü 9
Hörverstehen . . . . .	Ü2-L3	Ü 9
Radiosendung . . . . .	Ü2-L4 bis Ü2-L5	Ü 9
Telefonat . . . . .	Ü2-L6 bis Ü2-L7	Ü 9
Schriftlicher Ausdruck: Bewertungskriterien . . . . .	Ü2-L8	Ü 10
Mündlicher Ausdruck: Bewertungskriterien . . . . .	Ü2-L9	Ü 10
Mündlicher Ausdruck: Ergebnisbogen . . . . .	Ü2-L10	Ü 10
Prüfungsergebnis (gesamt) . . . . .	Ü2-L11	Ü 10

# Prüfung Wirtschafts- deutsch International

Übungssatz 2  
Prüfungsteil

# Prüfung Wirtschaftsdeutsch International

## Leseverstehen

**75 Minuten**

In diesem Prüfungsteil sollen Sie mehrere Texte lesen und die dazugehörigen Aufgaben lösen. Sie können mit jeder beliebigen Aufgabe beginnen.

Markieren Sie bitte Ihre Lösung auf dem separaten Antwortbogen. Wenn Sie zuerst auf dieses Aufgabenblatt schreiben, vergessen Sie bitte nicht, Ihre Lösungen innerhalb der Prüfungszeit auf den Antwortbogen zu übertragen.

Hilfsmittel wie Wörterbücher sind nicht erlaubt.

**Aufgabe 1:** Auf der Suche nach einem neuen Geschäftspartner lesen Sie folgenden Artikel. Ergänzen Sie neben den Nummern 1 bis 10 die Informationen zu dem porträtierten Unternehmen.

MENSCHEN; MARKEN; MÄRKTE:

## Kuchen am laufenden Band

**Die Kuchenmeister GmbH hat die Produktion so stark automatisiert wie kein Zweiter in der Branche und müht sich gegen das schlechte Image von Fertigbackwaren.**

Vielleicht wäre alles ganz anders gekommen, wenn sich Tante Sophiechen nicht mehr an das vom Großvater ausgetüfelte Rezept für Milch-Eierkuchen erinnert hätte. Als der Enkel Hans-Günter Trockels, Ende der fünfziger Jahre selbst ein erfolgreicher Brotbäcker, sein Sortiment um süße Backwaren erweitern wollte, entsann sich Tante Sophiechen der lange vergessenen, gerollten Waffeln. Ihr Neffe setzte das Rezept um, und bald waren die handgefertigten Leckereien so stark gefragt, dass er mit der Produktion nicht mehr nachkam. Trockels kaufte deshalb eine halbautomatische Maschine – und startete damit die industrielle Fertigung.

Aktuell fertigt Kuchenmeister außer im Stammwerk in Soest auch in Mettingen nahe Osnabrück und Duingen bei Hannover. Wenn heute Trockels ältester Sohn Günter, der 1995 die Geschäftsführung übernahm, durch die Produktionshallen des inzwischen größten deutschen Herstellers von Fertigkuchen führt, ist von Handarbeit nicht mehr viel zu sehen. „Wenn es um Automatisierung geht, sind wir in unserer Branche vorne dabei. Viele Maschinen haben wir selbst entwickelt“, sagt Trockels. Der Firmenchef ist überzeugt, dass Roboter künftig noch mehr Aufgaben übernehmen. Vor-

bild ist für ihn die Automobilindustrie, wo er sich gelegentlich Anregungen holt, um die Fertigung im eigenen Unternehmen noch effizienter zu machen.

Produktivitätsreserven zu haben, ist wichtig für Kuchenmeister. Im Geschäft mit Fertigmöbeln geht es um wenige Cent. Die Firma aus Soest beliefert fast alle deutschen Lebensmittelhändler, auch Discounter. Nicht immer steht auf den Verpackungen der eigene Name. Ein gutes Viertel macht das Geschäft mit Handelsmarken aus; der größte Teil der Produktion entfällt auf „no name“-Produkte.

Das Geschäft mit ausländischen Kunden treibt Trockels stark voran. Vor allem in Osteuropa, weil dort die Konzentration im Einzelhandel noch nicht so ausgeprägt sei wie in Deutschland. Gut ein Drittel des Umsatzes erwirtschaftet das Unternehmen im Ausland. Dieser Anteil soll rasch auf 40 Prozent steigen. So prüft das Management derzeit die Möglichkeiten für den Aufbau einer Produktion im Ausland. Dabei geht es zwar vornehmlich darum, die Logistikkosten zu senken. Aber mit einer Fertigung vor Ort steigen üblicherweise auch die Chancen, dort besser ins Geschäft zu kommen.

Um etwa zehn Prozent will Kuchenmeister in diesem Jahr den Umsatz steigern. Dazu sollen vor allem neue Produkte beitragen. „Der Kunde wünscht Abwechslung“, weiß Trockels. Etwa 30 bis 40 neue süße Erzeugnisse stellt die Firma in jedem Jahr vor. Die gleiche Anzahl wird aus dem etwa 450 Produkte umfassenden Lieferprogramm gestrichen. Die Trends im Kuchengeschäft heißen: kleinteilig, einzeln verpackt, mundgerecht. „Die Verbraucher wollen zwischendurch naschen; dafür kaufen sie nicht gleich einen ganzen Kuchen“, sagte Marketingchef Werner Schulte.

Betrübt sind die Manager in Soest darüber, dass Fertigkuchen von vielen Verbrauchern immer noch als Erzeugnis zweiter Klasse angesehen werde. Um dieses Bild zu verbessern, aber auch um neue Kunden zu gewinnen, setzt Kuchenmeister verstärkt auf starke Marken. Von Mars, Brandt, Stollwerk, Verpoorten und Schneekoppe haben die Westfalen Lizenzen erworben und wollen so von deren großer Bekanntheit profitieren.

Quelle: nach SZ, 06.03.2013

Ü 1

Ü 2

Ü 3

Ü 4

Ü 5

Ü 6

Ü 7

Ü 8

Ü 9

Ü 10

**Aufgabe 1****Arbeitszeit:** etwa 20 Minuten**Angaben zum Unternehmen**

Kuchenmeister GmbH

(0) Branche

Nahrungsmittelindustrie

Ü 1

(1) Fertigungsstandorte

(2) Marktstellung

Ü 2

**Produkt**

(3) Ziel in der Produktion

Ü 3

(4) Abnehmer

Ü 4

(5) Markenpolitik

Ü 5

**Expansionspläne**

(6) Zielregion

Ü 6

(7) Vorteile einer Produktionsverlagerung

Ü 7

**Sortiment**

(8) jährliche Sortimentsbereinigung

Ü 8

(9) Kaufverhalten

Ü 9

(10) Maßnahme zur Imageverbesserung

Ü 10

**Aufgabe 2:** Als Mitarbeiterin bzw. Mitarbeiter Ihres Unternehmens lesen Sie folgenden Zeitungsartikel. Kreuzen Sie bei den Nummern 11 bis 20 an, welche der folgenden Aussagen der Text enthält („ja“) und welche nicht („nein“).

## Nachhaltig investieren: Plötzlich grün - die neuen Ökokonzerne

**Goldgräberstimmung pur:** Experten prophezeien ein grünes Wirtschaftswunder. Für den Wettlauf um Aufträge haben sich deutsche Unternehmen gut positioniert. Deutschland ist das Land der grünen Champions.

Begünstigt von der starken Position im industriellen Sektor, konnten sich in den vergangenen 20 Jahren grüne Technologien „Made in Germany“ weltweit etablieren: Egal ob es dabei um erneuerbare Energien, nachhaltige Mobilität, ökologische Wasserwirtschaft oder Entsorgung von Abfällen geht - überall mischen die Deutschen vorne mit.

„Zwar haben Amerika und China in den vergangenen fünf Jahren kräftig aufgeholt“, sagt Claudia Kemfert vom Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), „aber Deutschland wird seine Wettbewerbsposition halten können. Der technologische Vorsprung und das Knowhow sind beachtlich.“

Beobachter bezeichnen die Umwelttechnik als neue Leitindustrie. Geschäfte mit Sonne, Wind und Wasser sind schon heute wichtig für deutsche Unternehmen - nicht mehr Autos, nicht der Maschinenbau werden in Zukunft das Land prägen, sondern Solarmodule und Windräder.

Kein Wunder, dass sich immer mehr Industriebetriebe ein grünes Standbein zulegen. Allen voran der weltgrößte Autozulieferer Bosch, der 2008 für mehr als eine Milliarde Euro den Thüringer Solarzellen-Hersteller Ersol kaufte und 2009 die Mehrheit beim Brandenburger Modulproduzenten Aleo erwarb.

Holger von Hebel, Chef der Solarsparte bei Bosch, prophezeit dem weltweiten Solarmarkt großes Potenzial. „Die Branche wird sich konsolidieren. Es werden etwa zehn große Hersteller entstehen, die mehr als die Hälfte des Marktes beherrschen werden. Bosch wird einer davon sein.“

Auch klassische Maschinen- und Anlagenbauer wie der Familienkonzern Voith in Heidenheim bringen grüne Technologien voran: Hierfür gründete Voith zum Beispiel mit RWE ein Gemeinschaftsunternehmen.

Und auch Siemens setzt auf Geschäfte in der grünen Zukunft. Der Konzern positioniert sich als

Generalunternehmen für klimafreundliche Infrastrukturlösungen auf dem Markt.

In der Tat lässt ein weltweiter Investitionsstau hier große Gewinne erwarten. Stromnetze und andere öffentliche Verkehrsmittel müssten Analysen zufolge schon bald weltweit nach klimafreundlichen Kriterien erneuert werden. In den kommenden 25 Jahren werden demnach weltweit rund 27 Billionen Euro in den Ausbau von Wasser-, Elektrizitäts- und Transportsystemen investiert. „Umweltkriterien werden in den kommenden Jahren große Auswirkungen auf die Unternehmen und den öffentlichen Bereich haben“, sagt Christa Albrecht, beim Software-Entwickler SAS in Heidelberg. Hier wurde ein passendes Programm entwickelt. „Auf der Basis gesammelter Umweltdaten werden Analysen durchgeführt und Verbesserungs- oder Einsparpotenziale aufgezeigt.“, so Christa Albrecht.

Quelle: nach sz, 05.01.2010

Ü 1

Ü 2

Ü 3

Ü 4

Ü 5

Ü 6

Ü 7

Ü 8

Ü 9

Ü 10

## Aufgabe 2

Arbeitszeit: etwa 20 Minuten

## Feststellungen im Text

	Ja	Nein	
(01) Die deutsche Wirtschaft erwartet eine gute Auftragslage im Ökosektor.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 1
(02) In den letzten Jahren haben sich neue Umwelttechnologien nur schwer durchsetzen können.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Ü 2
(11) Deutschland als Industrienation hat der Umwelttechnologie in den letzten Jahrzehnten sehr gute Entwicklungschancen geboten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 3
(12) Deutsche Unternehmen sind auf dem internationalen Markt für Umwelttechnologie gut aufgestellt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 4
(13) Der Entwicklungsvorsprung Deutschlands in der Umwelttechnologie ist gegenüber anderen Ländern geschrumpft.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 5
(14) Trotz zunehmender Bedeutung der Umwelttechnologie behalten die klassischen Branchen ihre Führungsposition in der Wirtschaft.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 6
(15) Viele Firmen des produzierenden Gewerbes nutzen zunehmend umweltfreundliche Technologien.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 7
(16) Nach Ansicht eines Branchenkenners wird zukünftig der gesamte Solarmarkt unter zehn große Anbieter aufgeteilt werden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 8
(17) Familienbetriebe gründen Joint Ventures, um die Entwicklung umweltschonender Technologien zu fördern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 9
(18) Weltweit gab es bereits eine umfangreiche Modernisierung der Infrastruktur.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 10
(19) Experten erwarten für die nächste Zeit ein geringes Investitionsvolumen im Bereich der Strom- und Wasserversorgung.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
(20) Die von SAS durchgeführte Analyse von Umweltdaten soll weitere Möglichkeiten der Effizienzsteigerung aufzeigen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

**Aufgabe 3:** Als leitende Angestellte bzw. leitender Angestellter der Marketingabteilung der markenfreunde.de GmbH bereiten Sie mithilfe der Vorlage ein Rundschreiben an führende Markenhersteller der Bekleidungsindustrie vor. Lesen Sie, wo in den Notizen etwas zu den Punkten Nr. 21 bis 25 gesagt worden ist. Es gibt jeweils nur eine richtige Lösung.

## Vorlage für die Leitung der Marketingabteilung vom 12.07.2014

### 1) markenfreunde.de

2006 in Düsseldorf gegründet, ist markenfreunde.de bereits jetzt eines der führenden Online-Handelsunternehmen in Deutschland. Der Umsatz lag im vergangenen Jahr bei 150 Millionen Euro.

### 2) Sortiment

In rund 80 Verkaufsaktionen pro Monat verkauft markenfreunde.de hochwertige Modemarkenartikel zu stark reduzierten Preisen. Dabei nutzen wir Überhänge aktueller Kollektionen, Sonderkollektionen oder Restbestände älterer Kollektionen.

### 3) Zielgruppe

Wir verkaufen ausschließlich an Mitglieder von markenfreunde.de. Interessenten können die Mitgliedschaft nur durch die Einladung eines bereits registrierten Mitglieds erhalten. Das Durchschnittsalter der aktuell 2 Millionen Mitglieder liegt bei 31 Jahren, wobei 32 % Männer und 68 % Frauen sind.

### 4) Marktforschung

Eine repräsentative Studie zeigt, dass Verbraucher die Marke überdurchschnittlich häufig nach einer Verkaufsaktion wiedererkennen.

### 5) Verkaufszahlen

Durchschnittlich besuchen 230.000 Mitglieder täglich markenfreunde.de. Dabei verkaufen wir bis zu 25.000 Artikel pro Tag. Die Tendenz ist steigend.

### 6) Service

markenfreunde.de bietet ein auf die Marke zugeschnittenes individuelles Design, eine kreative Präsentation bei der Verkaufsaktion, Marketinganalysen und die Logistik.

### 7) Kontakt

Kontaktaufnahme für interessierte Unternehmen über die Marketingabteilung:

Claudia Rohrbach

Leiterin der Marketingabteilung

E-Mail: [cr@markenfreunde.de](mailto:cr@markenfreunde.de)

Telefon: 0211-378956

Ü 1

Ü 2

Ü 3

Ü 4

Ü 5

Ü 6

Ü 7

Ü 8

Ü 9

Ü 10

**Aufgabe 3**

**Arbeitszeit:** etwa 20 Minuten

**Stichpunkte**

	1	2	3	4	5	6	7	
(0) Verkaufsvolumen:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 1
(21) Markenbekanntheit:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 2				
(22) Warenangebot:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 3				
(23) Kundenprofil:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 4				
(24) Unternehmenssitz:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 5				
(25) Leistungen für Hersteller:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 6				
								Ü 7
								Ü 8
								Ü 9
								Ü 10

**Aufgabe 4:** Lesen Sie den folgenden Auszug aus der Homepage der Hess AG. Wählen Sie bei den Nummern 26 bis 35 das Wort (a, b oder c), das in den Satz passt.

## FASZINATION, INNOVATION UND HARTE ARBEIT!

Für uns als führender (0) \_\_\_\_\_ von Autopflegeprodukten ist es eine Selbstverständlichkeit, Sie mit Produkten von allerhöchster Qualität zu beliefern.

Die große Kunst jedoch ist es, Sie nicht nur mit (26) \_\_\_\_\_ zu versorgen, sondern Handel und Werkstätten eine starke und international profilierte Marke zu bieten. Systeme samt Service mit „eingebautem Profit“ - das ist LIQUI MOLY! Nicht nur Öle und Zusatzstoffe bieten wir, sondern einen (27) \_\_\_\_\_ für Ihre Firma.

Mit unserem (28) \_\_\_\_\_, das wir permanent um verkaufsstarke, innovative Hightech-Produkte ergänzen, erschließen Sie sich lukrative (29) \_\_\_\_\_ und gewinnen neue Kunden.

Durch sinnvolle und marktgerechte Konzepte, die Probleme lösen und Bedarf decken, (30) \_\_\_\_\_ Sie hervorragende Umsätze und Erträge. Wir (31) \_\_\_\_\_ Innovationen, mit denen Sie in neue Märkte und Geschäftsfelder vorstoßen können, um damit Ihr eigenes Unternehmen zu profilieren.

Wir (32) \_\_\_\_\_ unsere Sortimente in allen Vertriebskanälen nicht nur mit PR-Aktivitäten, sondern mit umfassenden Lösungen. Wir greifen Entwicklungen auf und tun das, was wir besonders gut können: selbst Markt machen, (33) \_\_\_\_\_ wecken und technische Probleme lösen!

Das Wichtigste dabei sind die Menschen. Die tollsten Strategien und Konzepte nutzen nichts, wenn nicht eine (34) \_\_\_\_\_ und motivierte Mannschaft dahinter steht, die sich täglich für die Belange unserer Kunden einsetzt. Motivierte Mitarbeiter und eine gesunde Unternehmenskultur sind die Elemente, durch die sich alle LIQUI MOLY-Mitunternehmer immer für Sie - unsere Kunden - einsetzen.

Wir glauben an unsere LIQUI MOLY GmbH, identifizieren uns jedoch genauso mit unseren Kunden und (35) \_\_\_\_\_ unsere Kräfte stets zum beiderseitigen Nutzen.

(nach: Homepage der Liqui Moly GmbH)

## Aufgabe 4

Arbeitszeit: etwa 15 Minuten

	a)	b)	c)	
(0)	<input type="checkbox"/> Erzeuger	<input type="checkbox"/> Gesellschafter	<input checked="" type="checkbox"/> Hersteller	Ü 1
(26)	<input type="checkbox"/> Einrichtungen	<input type="checkbox"/> Geld	<input type="checkbox"/> Waren	Ü 2
(27)	<input type="checkbox"/> Ertrag	<input type="checkbox"/> Imagegewinn	<input type="checkbox"/> Markt	Ü 3
(28)	<input type="checkbox"/> Geschäft	<input type="checkbox"/> Segment	<input type="checkbox"/> Sortiment	Ü 4
(29)	<input type="checkbox"/> Handelsplätze	<input type="checkbox"/> Marktplätze	<input type="checkbox"/> Marktnischen	Ü 5
(30)	<input type="checkbox"/> erwirtschaften	<input type="checkbox"/> gewinnen	<input type="checkbox"/> vermarkten	Ü 6
(31)	<input type="checkbox"/> eröffnen	<input type="checkbox"/> erzeugen	<input type="checkbox"/> schaffen	Ü 7
(32)	<input type="checkbox"/> bereinigen	<input type="checkbox"/> bestätigen	<input type="checkbox"/> bewerben	Ü 8
(33)	<input type="checkbox"/> Kunden	<input type="checkbox"/> Nachfrage	<input type="checkbox"/> Verbrauch	Ü 9
(34)	<input type="checkbox"/> kompetente	<input type="checkbox"/> wirksame	<input type="checkbox"/> zuständige	Ü 10
(35)	<input type="checkbox"/> analysieren	<input type="checkbox"/> mobilisieren	<input type="checkbox"/> transportieren	

# Prüfung Wirtschaftsdeutsch International

## Hörverstehen

**ca. 70 Minuten**

In diesem Prüfungsteil hören Sie zwei Texte und sollen die dazugehörenden 3 Aufgaben lösen. Lösen Sie diese nur nach den gehörten Texten, nicht nach Ihrem eigenen Wissen.

Die zur Verfügung stehende Zeit ist bei der jeweiligen Aufgabenstellung angegeben.

Bitte schreiben Sie deutlich und verwenden Sie keinen Bleistift.

Hilfsmittel wie Wörterbücher sind nicht erlaubt.

**Aufgabe 1:** Sie hören eine Radiosendung zu einer Umfrage des dib (Deutsches Institut für Betriebswirtschaft) zum Thema „Gute Idee, gutes Geld. Mitarbeitervorschläge verbessern das Arbeitsklima“. Kreuzen Sie zu den Nummern 1 bis 10 jeweils die Lösung (a, b oder c) an, die der Textaussage entspricht. Sie hören den Text zuerst einmal ganz. Danach hören Sie ihn in zwei Abschnitten noch einmal. Dabei haben Sie die Möglichkeit, Ihre Lösung zu überprüfen.

0) **Wie viele Ideenvorschläge reichten die Mitarbeiter der Industriepark-Unternehmen im Jahr 2009 ein?**

- a) Weniger als in den vergangenen Jahren
- b) Mehr als in den vergangenen Jahren
- c) Die Zahl ist ungefähr gleich geblieben.

1) **Welche wirtschaftliche Auswirkung zeigten die umgesetzten Ideen?**

- a) Sie bewirkten eine deutliche Nutzensteigerung.
- b) Es liegen noch keine Ergebnisse vor.
- c) Der Nutzen war geringer als erwartet.

2) **Was hat sich nach Ansicht von R. Henning bei den Verbesserungsvorschlägen verändert?**

- a) Die Komplexität der Vorschläge
- b) Die Qualität der Vorschläge
- c) Die Art der Übermittlung

3) **Von wem werden die Verbesserungsvorschläge bearbeitet?**

- a) Von den Mitarbeitern des Ideencenters
- b) Von den am Arbeitsprozess direkt beteiligten Mitarbeitern
- c) Von den Gutachtern der Fachabteilungen der Unternehmen

4) **Welchen Nutzen hat das von R. Henning genannte Beispiel?**

- a) Das Unternehmen kann sein Image verbessern.
- b) Das Unternehmen kann Gefahren am Arbeitsplatz verringern.
- c) Das Unternehmen kann seinen Umsatz steigern.

5) **Womit belohnen die meisten Unternehmen erfolgreiche Vorschläge?**

- a) Mit finanziellen Leistungen
- b) Mit Beförderungen
- c) Mit zusätzlichem Urlaub

6) **Welche Auswirkung hat bei Infraserv die negative Wirtschaftsentwicklung?**

- a) Sie wirkt sich kaum auf die Mitarbeitervorschläge aus.
- b) Sie führt zu einem Rückgang der Vorschläge.
- c) Sie führt zu einer Qualitätsverbesserung der Vorschläge.

7) **Warum werden in einigen Unternehmen die Vorschläge mit Verzögerung bearbeitet?**

- a) Weil die Prüfung der Ideen immer anspruchsvoller wird.
- b) Weil zurzeit nicht alle Entscheider im Unternehmen sind.
- c) Weil die Zahl der Ideengutachter aus Kostengründen beschränkt wurde.

8) **Was möchte die Leiterin des dib Ideenmanagements Christine Kersting verändern?**

- a) Die Technik der Ideenweitergabe soll verbessert werden.
- b) Das Ideencenter soll ein größeres Mitspracherecht erhalten.
- c) Jedes größere Unternehmen soll ein eigenes Ideencenter aufbauen.

9) **Wieso schätzt der Leiter des Frankfurter Ideencenters R. Henning Teamvorschläge?**

- a) Sie sind besonders gut durchdacht.
- b) Sie bringen den größten Gewinn.
- c) Sie sind schneller durchsetzbar.

10) **Welchen zusätzlichen Einfluss hat das Ideenmanagement auf das Unternehmen?**

- a) Es verbessert sein Qualitätsmanagement.
- b) Es steigert sein Ansehen im In- und Ausland.
- c) Es wirkt sich positiv auf die Atmosphäre im Unternehmen aus.

Ü 1

Ü 2

Ü 3

Ü 4

Ü 5

Ü 6

Ü 7

Ü 8

Ü 9

Ü 10

Sie hören jetzt ein Telefonat. Dazu sollen Sie zwei verschiedene Aufgaben lösen. Lesen Sie nun die Aufgaben Nummer 2 und 3 auf dieser und der nächsten Seite. Sie haben dazu 60 Sekunden Zeit.

**Aufgabe 2:** Berichten Sie in der Art eines Ergebnisprotokolls, was in dem Telefonat besprochen wurde. Nehmen Sie dazu die unter 11 bis 13 genannten Aspekte zuhilfe. Das Ergebnisprotokoll ist in **deutscher Sprache** zu verfassen!

**Arbeitszeit:** 20 Minuten

Ü 1

Das Telefonat wird von Herrn Röben mit der CoBüro GmbH geführt. Gesprächspartner sind Herr Röben, selbstständiger Architekt, und Frau Mertens, Geschäftsführerin der CoBüro GmbH.

Ü 2

Ü 3

Berücksichtigen Sie bei dem Ergebnisprotokoll folgende Aspekte:

(11) **den Anlass für das Gespräch**

(Nennen Sie 1 Punkt.)

Ü 4

(12) **die Vorteile des Angebotes der CoBüro GmbH**

(Nennen Sie 6 Punkte.)

Ü 5

(13) **die Planung des weiteren Vorgehens**

(Nennen Sie 3 Punkte.)

Ü 6

Ü 7

Ü 8

Ü 9

Ü 10

**Aufgabe 3:** Sie hören jetzt das Telefonat ein zweites Mal. Ergänzen Sie Ihre Notizen zu den Punkten 14 bis 23. Anschließend stehen Ihnen weitere **15 Minuten** zur Verfügung für die Lösung der Aufgaben und das Übertragen der Antworten auf den separaten Antwortbogen.

## Telefonnotiz

(0)	Gesprächspartner:	Frau Mertens, Geschäftsführerin der CoBüro GmbH, Herr Röben, selbstständiger Architekt	Ü 1
(14)	Geschäftstätigkeit der CoBüro GmbH:		Ü 2
(15)	Kundenprofil:		Ü 3
(16)	Raumangebot:		Ü 4
(17)	Grundausstattung:		Ü 5
(18)	Zusatzausstattung:		Ü 6
(19)	Sicherung des Internetzugangs:		Ü 7
(20)	Standort:		Ü 8
(21)	Zeiten für Büronutzung:		Ü 9
(22)	Mietpreise:		Ü 10
(23)	Erweiterung des Serviceangebots:		

Ü 1

Ü 2

Ü 3

Ü 4

Ü 5

Ü 6

Ü 7

Ü 8

Ü 9

Ü 10

# Prüfung Wirtschaftsdeutsch International

## Schriftlicher Ausdruck

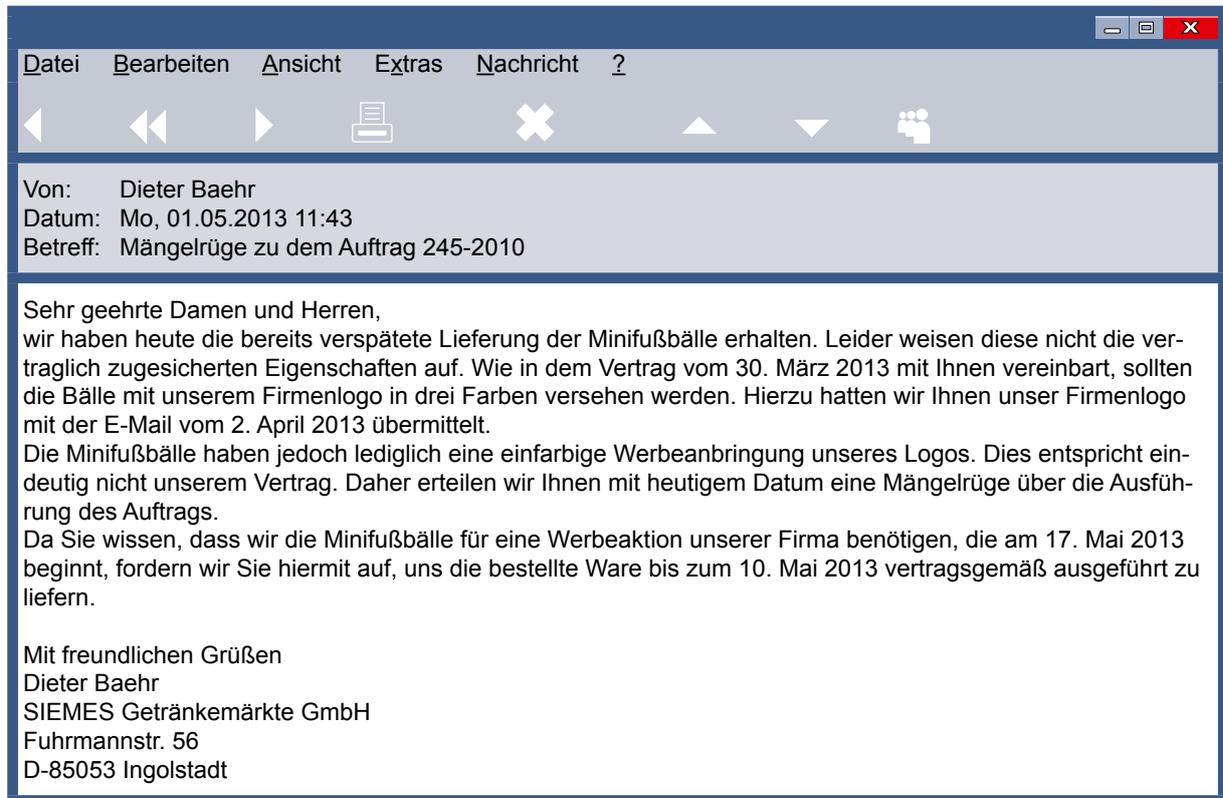
**45 Minuten**

Bitte schreiben Sie deutlich und verwenden Sie keinen Bleistift.

Hilfsmittel wie Wörterbücher sind nicht erlaubt.

**Aufgabe:** Sie finden in Ihrem Posteingang folgende E-Mail.

**Arbeitszeit:** etwa 45 Minuten



Als Sachbearbeiter/-in der italienischen Firma PAL SRL haben Sie die E-Mail von Herrn Dieter Baehr von der SIEMES Getränkemärkte GmbH erhalten. Antworten Sie dem Absender per E-Mail und gehen Sie auf die folgenden Punkte ein:

- Bedauern über verursachte Unannehmlichkeiten; Anerkennung der Mängel
- E-Mail vom 02.04.2013 nicht eingegangen, Bitte um schnellstmögliche Zusendung des Firmenlogos mit Farbmuster
- Lieferverzug durch Produktionsengpässe beim Hersteller wegen bevorstehender Fußballweltmeisterschaft
- Bestätigung der termingerechten Nachlieferung der Artikel per Luftfracht
- Preisnachlass von 4 % für diesen Auftrag, weiterer Preisnachlass von 3 % für nächsten Auftrag in diesem Jahr
- Hinweis auf langjährige gute Geschäftsbeziehung, Vertrauen in weitere gute Zusammenarbeit

<b>Adressen:</b>	PAL SRL. Via Provinciale,121 I-20039 Cesano Maderno E-Mail: el@pal.it	SIEMES Getränkemärkte GmbH Fuhrmannstr. 56 D-85053 Ingolstadt E-Mail: baehr@siemes.de
------------------	--	--

Ihr Schreiben sollte Betreff, Anrede und Gruß enthalten. Schreiben Sie circa 200 Wörter.

**Aufgabe:** Sie finden in Ihrem Posteingang folgende E-Mail.

**Arbeitszeit:** etwa 45 Minuten

Das Bild zeigt ein Fenster eines E-Mail-Clients mit einer Menüleiste (Datei, Bearbeiten, Ansicht, Extras, Nachricht, ?) und einer Werkzeugleiste mit Symbolen für Zurück, Vor, Drucken, Löschen, Zurückspulen, Vorwärts und Kontakt. Der E-Mail-Kopf zeigt: Von: Elina Lisini, Datum: Mo, 01.05.2013 11:43, Betreff: Mängelrüge zu dem Auftrag 245-2010. Der Text des E-Mails lautet: Sehr geehrte Damen und Herren, wir haben heute die bereits verspätete Lieferung der Minifußbälle erhalten. Leider weisen diese nicht die vertraglich zugesicherten Eigenschaften auf. Wie in dem Vertrag vom 30. März 2013 mit Ihnen vereinbart, sollten die Bälle mit unserem Firmenlogo in drei Farben versehen werden. Hierzu hatten wir Ihnen unser Firmenlogo mit der E-Mail vom 2. April 2013 übermittelt. Die Minifußbälle haben jedoch lediglich eine einfarbige Werbeanbringung unseres Logos. Dies entspricht eindeutig nicht unserem Vertrag. Daher erteilen wir Ihnen mit heutigem Datum eine Mängelrüge über die Ausführung des Auftrags. Da Sie wissen, dass wir die Minifußbälle für eine Werbeaktion unserer Firma benötigen, die am 17. Mai 2013 beginnt, fordern wir Sie hiermit auf, uns die bestellte Ware bis zum 10. Mai 2013 vertragsgemäß ausgeführt zu liefern. Mit freundlichen Grüßen, Elina Lisini, PAL SRL, Via Provinciale, 121, I-20039 Cesano Maderno.

Als Sachbearbeiter/-in der deutschen Firma Werbepartner GmbH haben Sie die E-Mail von Frau Elina Lisini von der italienischen Firma PAL SRL erhalten. Antworten Sie der Absenderin per E-Mail und gehen Sie auf die folgenden Punkte ein:

- Bedauern über verursachte Unannehmlichkeiten; Anerkennung der Mängel als berechtigt
- E-Mail vom 02.04.2013 nicht eingegangen, Bitte um schnellstmögliche Zusendung des Firmenlogos mit Farbmuster
- Lieferverzug durch Produktionsengpässe beim Hersteller wegen bevorstehender Fußballweltmeisterschaft
- Bestätigung der termingerechten Nachlieferung der bestellten Artikel per Luftfracht
- Preisnachlass von 4 % für diesen Auftrag, weiterer Preisnachlass von 3 % für nächsten Auftrag in diesem Jahr
- Hinweis auf langjährige gute Geschäftsbeziehung, Vertrauen in weitere gute Zusammenarbeit

Adressen:	Werbepartner GmbH	PAL SRL
	Fuhrmannstr. 56	Via Provinciale, 121
	D-85053 Ingolstadt	I-20039 Cesano Maderno
	E-Mail: baehr@siemes.de	E-Mail: el@pal.it

Ihr Schreiben sollte Betreff, Anrede und Gruß enthalten. Schreiben Sie circa 200 Wörter.

# Prüfung Wirtschaftsdeutsch International

## Mündliche Kommunikation

### 20 Minuten

In diesem Prüfungsteil sollen Sie drei Aufgaben bewältigen.

**Aufgabe 1:** Sich vorstellen

**Aufgabe 2:** Ein Unternehmen präsentieren

**Aufgabe 3:** Anhand eines Fallbeispiels argumentieren

Sie haben 20 Minuten Zeit zur Vorbereitung und können sich dabei Notizen machen. In der Prüfung wird jedoch erwartet, dass Sie frei sprechen.

Hilfsmittel wie Wörterbücher sind nicht erlaubt.

## Hinweise zur mündlichen Prüfung

<p><b>Einführendes Gespräch</b></p>	<p>In den ersten ein bis zwei Minuten der Prüfung soll ein kurzes einführendes Gespräch geführt werden, das nicht bewertet wird. Damit kann sich der Prüfungsteilnehmer an die Situation und Gesprächspartner gewöhnen. Mögliche Fragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Name der Prüfungsteilnehmerin / des Prüfungsteilnehmers</li> <li>• Wo sie / er herkommt</li> <li>• Sprachkenntnisse (Welche? Wie lange? Warum? ...)</li> <li>• Ob sie / er in anderen Ländern war</li> </ul>	Ü 1
<p><b>Aufgabe 1: Sich vorstellen</b></p>	<p>Ein Prüfer erläutert kurz die Situation, z. B.: Wir stellen uns vor, wir treffen uns mit Frau / Herrn ... zu einem Geschäftsbesuch. Dabei sagen Sie doch bitte genauer, was Sie beruflich tun oder was Sie beruflich gerne tun wollen.</p> <p>Zuerst stellen sich die Prüfungsteilnehmer anhand der Stichpunkte auf dem Aufgabenblatt vor, wobei sie nicht alle Stichpunkte ansprechen müssen. Im Anschluss daran können weiterführende Fragen gestellt werden, die in der jeweiligen Situation sinnvoll sind.</p>	Ü 2
<p><b>Aufgabe 2: Ein Unternehmen präsentieren</b></p>	<p>Ein Prüfer erläutert kurz die Situation, z. B.: Auf Ihrem Geschäftsbesuch stellen Sie nun die Firma vor, für die Sie tätig sind. Dazu haben Sie diese Unterlagen mitgebracht. Natürlich geht es Ihnen darum, diese Firma möglichst interessant und positiv darzustellen, denn Sie wollen uns / Frau / Herrn .... ja als Geschäftspartner gewinnen.</p> <p>Erwartet wird eine weitgehend monologische Äußerung in Form eines Kurzvortrags. Es ist nicht notwendig, dass sich die Teilnehmenden zu allen Informationen auf dem Aufgabenblatt äußern. Weiterführende Fragen der Prüfer sind angebracht, wenn der Vortrag nicht ausführlich genug oder stellenweise unklar war. Mögliche weiterführende Fragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wie sah der Unternehmenserfolg in den letzten drei Jahren aus?</li> <li>• Was sind die Gründe für die Umsatzentwicklung?</li> <li>• Welche Unternehmensentscheidungen wurden im Jahr 2014 getroffen?</li> </ul>	Ü 3
<p><b>Aufgabe 3: Anhand eines Fallbeispiels argumentieren</b></p>	<p>Ein Prüfer erläutert kurz die Situation, z. B.: Sie sind inzwischen wieder heimgekehrt von Ihrer Geschäftsreise. Im Auftrag Ihres Chefs haben Sie zwei Angebote von Firmen eingeholt. Besprechen Sie bitte mit einem Kollegen die beiden Angebote. Am Ende sollten Sie sich auf eines der beiden Angebote einigen.</p> <p>Der Prüfungsteilnehmer soll mit einem Vorschlag beginnen. Die Prüfer sollen nicht nur Fragen stellen, sondern auch Gegenargumente bringen, ggf. einen anderen Vorschlag machen.</p>	Ü 4
		Ü 5
		Ü 6
		Ü 7
		Ü 8
		Ü 9
		Ü 10

**Aufgabe 1:** Sie treffen zum ersten Mal Ihren deutschsprachigen Geschäftspartner, der Sie besser kennen lernen will. Stellen Sie sich ihm vor.

**Zeit:** etwa 3 Minuten

## Sprechen Sie über mindestens vier der folgenden Punkte:

### Wenn Sie berufstätig sind:

- Ihre Ausbildung,
- Ihre Firma,
- seit wann Sie Mitarbeiter/Mitarbeiterin sind,
- Ihre Position im Unternehmen,
- Ihren Arbeits- bzw. Verantwortungsbereich,
- Ihre frühere Tätigkeit, Ihre beruflichen Erfahrungen.

### Wenn Sie (noch) nicht berufstätig sind:

- Ihre Schulbildung / Ihr Studium / Ihre Ausbildung,
- Ihr Berufsziel,
- Ihre besonderen Interessen,
- Ihre bisherigen Praxiserfahrungen,
- in welcher Branche Sie einmal tätig sein wollen,
- Ihre Einschätzung über Ihre Einstellungschancen in dem gewünschten Beruf bzw. der gewünschten Branche.

Ü 1

Ü 2

Ü 3

Ü 4

Ü 5

Ü 6

Ü 7

Ü 8

Ü 9

Ü 10

**Aufgabe 2:** Sie besuchen einen potenziellen Vertriebspartner. Präsentieren Sie Ihr Unternehmen. Ihr Ziel ist es, dieses Unternehmen als interessanten Geschäftspartner darzustellen.

**Zeit:** etwa 7 Minuten

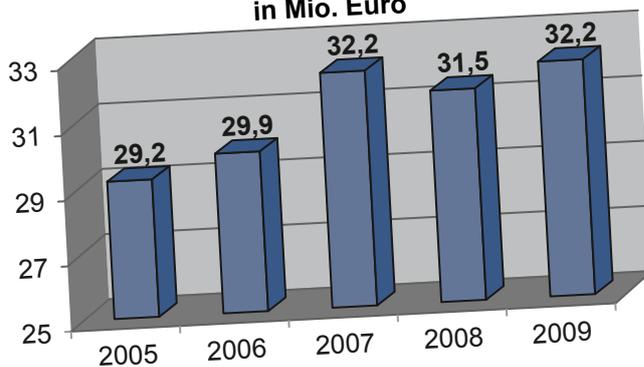
### „Sparkasse Köln/Bonn“

<b>Sitz:</b>	Köln und Bonn
<b>Gründung:</b>	1826; Neugründung 2005
<b>Branche:</b>	Finanzwesen
<b>Dienstleistungen:</b>	Finanzdienstleistungen, Bankgeschäfte
<b>Geschäftstätigkeit:</b>	Deutschland und Europa

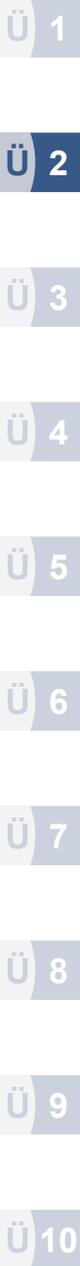
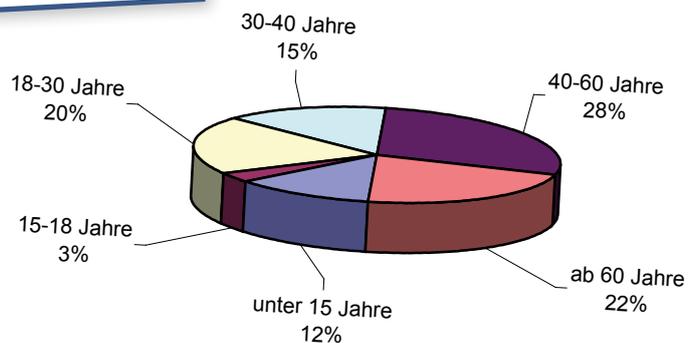
### Unternehmensstrategie

- **Regionale Sparkasse:** 121 Geschäftsstellen im Raum Köln und Bonn
- **Mitglied der Sparkassen-Finanzgruppe:** umfassende Finanz- und Versicherungsleistungen
- **Mittelstandsförderung:** Schaffung und Erhalt von Arbeitsplätzen
- **Gesellschaftliche Verantwortung:** Bildungs- und Kulturförderung; soziales Engagement
- **Erweiterung des Privatkundenservice:** altersgruppenspezifische Werbekampagne

### Umsatzentwicklung in Mio. Euro



### Altersstruktur der Kunden 2010



**Aufgabe 2:** Sie besuchen einen potenziellen Vertriebspartner. Präsentieren Sie Ihr Unternehmen. Ihr Ziel ist es, dieses Unternehmen als interessanten Geschäftspartner darzustellen.

**Zeit:** etwa 7 Minuten

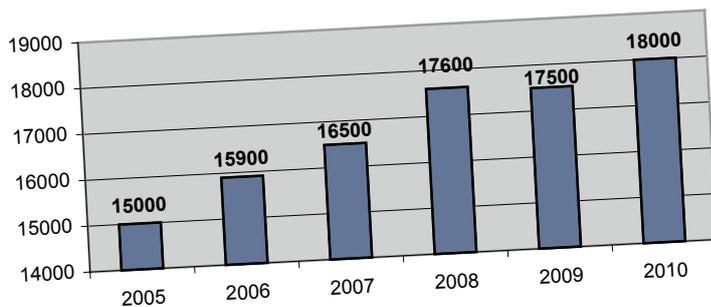
## „Flughafen Düsseldorf GmbH“

**Sitz:** Düsseldorf  
**Gründung:** 1927  
**Branche:** Transport- und Verkehrsgewerbe  
**Marktposition:** drittgrößter Flughafen Deutschlands  
**Zielflughäfen:** Deutschland, Europa, Asien, Amerika, Afrika

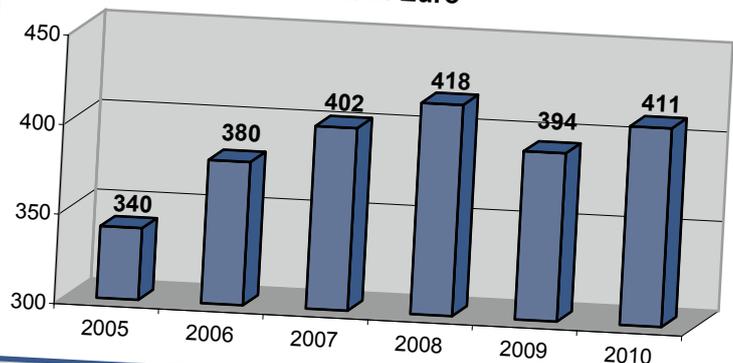
### Unternehmensstrategie

- **Geschäftsfelder:** Luftverkehr; Kongress- und Tagungsort; Erlebniswelt
- **Airport Bürgerbüro:** „Nachbar Flughafen“; Anlaufstelle für Anwohner
- **Umweltschutz:** kontinuierlicher Prozess; Berücksichtigung bei Investitionsentscheidungen
- **Firmendarstellung:** einheitliches Erscheinungsbild der Mitarbeiter (Uniform)

### Anzahl der Mitarbeiter



### Umsatz in Mio. Euro



**Aufgabe 2:** Sie besuchen einen potenziellen Vertriebspartner. Präsentieren Sie Ihr Unternehmen. Ihr Ziel ist es, dieses Unternehmen als interessanten Geschäftspartner darzustellen.

**Zeit:** etwa 7 Minuten

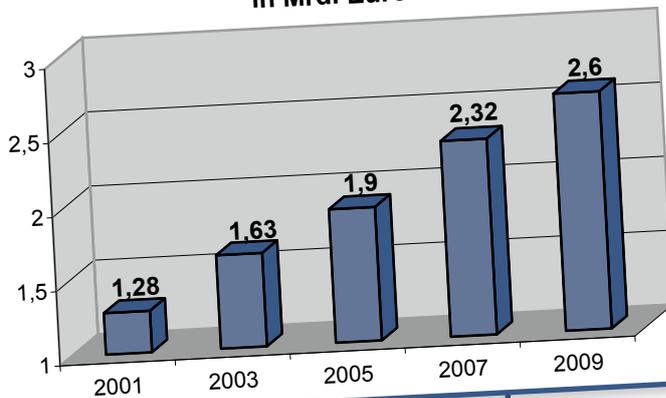
### „Vorwerk & Co. KG“

**Sitz:** Wuppertal  
**Gründung:** 1883  
**Produktschwerpunkte:** Haushaltswaren, Einbauküchen, Finanzdienstleistungen  
**Niederlassungen:** 57 Länder / vier Kontinente  
**Mitarbeiter weltweit:** ca. 578.000

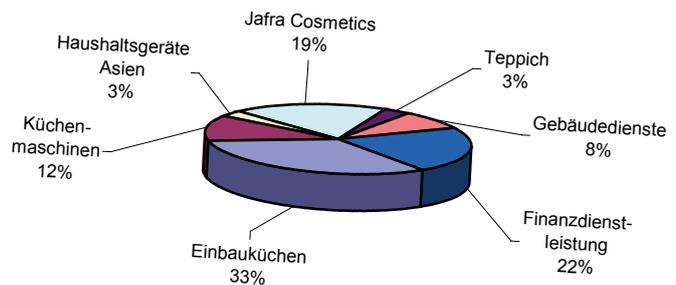
### Unternehmenspolitik

- Familienunternehmen in dritter Generation
- Kerngeschäft: Direktvertrieb hochwertiger Haushaltsprodukte
- Kundenorientierung: maßgeschneiderte Leistungsangebote; „Unser Bestes für Ihre Familie“
- seit 1992: Umweltschutz als wichtiges Unternehmensziel
- Förderung der Unternehmenskultur: Weiterbildung der Mitarbeiter und Vertriebspartner

**Umsatzentwicklung in Mrd. Euro**



**Geschäftsvolumen nach Sparten 2009**



- Ü 1
- Ü 2
- Ü 3
- Ü 4
- Ü 5
- Ü 6
- Ü 7
- Ü 8
- Ü 9
- Ü 10

**Aufgabe 3:** Die „Sparkasse Köln/Bonn“ sucht nach einem Konzept für eine regionale Werbekampagne für die Zielgruppe der Privatkunden ab 40 Jahren. Es liegen Ihnen zwei interessante Angebote von zwei Agenturen vor. Diskutieren Sie mit einem der beiden Prüfer/Prüferinnen, welcher Anbieter den Zuschlag erhalten soll.

**Zeit:** etwa 10 Minuten

	<b>Agentur A</b>	<b>Agentur B</b>
<b>Unternehmensdaten</b>	gegründet 1965 langjähriger, konservativ ausgerichteter Anbieter	gegründet 2002 neuer Anbieter mit jungem Team „Media Award 2010“
<b>Konzept</b>	finanzielle Sicherheit mit lokalen Aspekten	finanzielle Flexibilität in verschiedenen Lebenssituationen
<b>Zielgruppe</b>	Kunden älter als 40 Jahre mit Jahreseinkommen ab 80.000 Euro	Kunden älter als 40 Jahre mit Jahreseinkommen ab 50.000 Euro
<b>Gestaltung</b>	Medien: Internet, Druckerzeugnisse, Postsendung, Radio Mitwirkende: Prominente aus der Wirtschaft	Medien: Internet, lokales TV und Radio, Plakate Mitwirkende: Bürger aus der Region
<b>Vorbereitungszeit</b>	12 Wochen	16 Wochen
<b>Zusätzliche Leistungen</b>	zentrale Eröffnungsveranstaltung mit Vortrag eines prominenten Ökonomen	Eröffnungsveranstaltung in zehn Filialen
<b>Kosten und Laufzeit der Werbekampagne</b>	Laufzeit: ein Jahr 200.000 – 250.000 Euro	Laufzeit: drei Jahre, jeweils am Jahresanfang vier Monate 150.000 – 180.000 Euro

Ü 1

Ü 2

Ü 3

Ü 4

Ü 5

Ü 6

Ü 7

Ü 8

Ü 9

Ü 10

**Aufgabe 3:** Die „Flughafen Düsseldorf GmbH“ sucht einen Anbieter für die Neueinkleidung der Mitarbeiter. Es liegen Ihnen zwei interessante Angebote vor. Diskutieren Sie mit einem der beiden Prüfer/Prüferinnen, welcher Anbieter den Zuschlag erhalten soll.

**Zeit:** etwa 10 Minuten

	<b>Angebot A</b>	<b>Angebot B</b>
<b>Unternehmensdaten</b>	gegründet 1939 deutschlandweit tätig	gegründet 1986 international tätig
<b>Produktbereiche</b>	Firmenbekleidung Systemanbieter von Berufsbekleidung	Firmenbekleidung Arbeitsschutzbekleidung
<b>Entwicklung</b>	eigene Entwicklungs- und Forschungsabteilung	in Kooperation mit anderen Spezialfirmen
<b>Erfahrung</b>	Ausstattung von deutschen Behörden (Polizei, Zoll) und Finanzdienstleistern	internationale Großkunden aus Industrie und Dienstleistung
<b>Kollektion</b>	festes Modellprogramm Modellentwürfe: eher konservativ auf Wunsch: Sondergrößen	Zusammenarbeit mit renommierten Designern Modellentwürfe: Orientierung an aktueller Mode festes Größensortiment
<b>Produktion</b>	in Deutschland und Europa Materialien: Mikrofaser, hochwertige Baumwolle	in Europa und Asien Materialien: Mikrofaser, Bio-Baumwolle, Leinen
<b>Preis</b>	Komplettuniform: 590 Euro ab 4.000 Uniformen: 5 % Rabatt	Komplettuniform: 700 Euro ab 6.000 Uniformen: 15 % Rabatt

Ü 1

Ü 2

Ü 3

Ü 4

Ü 5

Ü 6

Ü 7

Ü 8

Ü 9

Ü 10

**Aufgabe 3:** Die „Vorwerk & Co. KG“ sucht einen Anbieter zur Organisation und Durchführung von Schulungsmaßnahmen für den internationalen Fachkräfteaustausch. Es liegen Ihnen interessante Konzepte von zwei Agenturen vor. Diskutieren Sie mit einem der beiden Prüfer/Prüferinnen, welcher Anbieter den Zuschlag erhalten soll.

**Zeit:** etwa 10 Minuten

	Konzept A	Konzept B
<b>Unternehmensdaten</b>	gegründet 1878 2.000 Mitarbeiter weltweit, 715 Mitarbeiter in Deutschland 65 Niederlassungen in 56 Städten in Deutschland	gegründet 1980 20 feste Mitarbeiter 250 freie Mitarbeiter eine Firmenzentrale mit Schulungsräumen in Deutschland
<b>Erfahrung</b>	eigene zertifizierte Lehrmethode Sprachunterricht Management- und Weiterbildungsseminare	verschiedene Lehrmethoden Sprachunterricht Managementseminare zu interkulturellen Themen
<b>Zielgruppe</b>	Privat- und Firmenkunden	Firmenkunden und Nichtregierungsorganisationen
<b>Konzept</b>	Sprachunterricht mit Schwerpunkt Landeskunde bei Bedarf auch in Englisch	interkulturelles Training mit Sprachunterricht Sprachunterricht nur durch muttersprachliche Dozenten
<b>Seminarort</b>	in eigenen Räumlichkeiten deutschlandweit	beim Kunden vor Ort
<b>Kosten</b>	1.800 Euro/Tag	1.300 Euro/Tag
<b>Auswertung der Seminarreihe</b>	Auswertung von Teilnehmerfragebögen	Erstellung individueller Bewertungsbögen

Ü 1

Ü 2

Ü 3

Ü 4

Ü 5

Ü 6

Ü 7

Ü 8

Ü 9

Ü 10

# Prüfung Wirtschafts- deutsch International

Übungssatz 2  
Antwortteil

Familienname

Vorname

Geburtsdatum  Geburtsort

Prüfungsort/Institution

Datum

PWD  LV

Prüfungsteilnehmer-Nr.:

So markieren Sie richtig:  X

nicht so:  ~

**Leseverstehen / Antwortbogen**

**Aufgabe 1**

1		6	
2		7	
3		8	
4		9	
5		10	

Aufgabe 2	Ja	Nein
11		
12		
13		
14		
15		
16		
17		
18		
19		
20		

Aufgabe 3	1	2	3	4	5	6	7
21							
22							
23							
24							
25							

Aufgabe 4			
26	a	b	c
27	a	b	c
28	a	b	c
29	a	b	c
30	a	b	c
31	a	b	c
32	a	b	c
33	a	b	c
34	a	b	c
35	a	b	c

Ergebnis: Aufgaben 1 + 2  x 2

Aufgaben 3 + 4  x 4

Gesamt:



Familienname

Vorname

Geburtsdatum  Geburtsort

Prüfungsort/Institution

Datum

PWD  HV

Prüfungsteilnehmer-Nr.:

So markieren Sie richtig:

nicht so:

## Hörverstehen / Antwortbogen Aufgabe 1 und 3

Aufgabe 1			
1	a	b	c
2	a	b	c
3	a	b	c
4	a	b	c
5	a	b	c
6	a	b	c
7	a	b	c
8	a	b	c
9	a	b	c
10	a	b	c

Aufgabe 3	
14	<input type="text"/>
15	<input type="text"/>
16	<input type="text"/>
17	<input type="text"/>
18	<input type="text"/>
19	<input type="text"/>
20	<input type="text"/>
21	<input type="text"/>
22	<input type="text"/>
23	<input type="text"/>

Ü 1

Ü 2

Ü 3

Ü 4

Ü 5

Ü 6

Ü 7

Ü 8

Ü 9

Ü 10

Ergebnis: Aufgabe 1	<input type="text"/>	x 3	<input type="text"/>
Aufgabe 2	<input type="text"/>	x 4	<input type="text"/>
Aufgabe 3	<input type="text"/>	x 3	<input type="text"/>
<b>Gesamt:</b>	<input type="text"/>		



**Top 2: (Fortsetzung)**

Blank writing area for Top 2.

Ü 1

**Top 3: Planung des weiteren Vorgehens (Nennen Sie drei Punkte.)**

Blank writing area for Top 3.

Ü 2

Ü 3

Ü 4

Ü 5

Ü 6

Ü 7

Ort/Datum:

Unterschrift:

Ü 8

Ü 9

**Anzahl der genannten Aspekte**

11	
12	
13	

Ü 10

Unterschrift Prüfer 1

Unterschrift Prüfer 2

Datum

gesamt = Punkte



Familienname

Vorname

Geburtsdatum  Geburtsort

Prüfungsort/Institution

Datum

PWD  SA

Prüfungsteilnehmer-Nr.:

**Schriftlicher Ausdruck / Antwortbogen**

Prüfer 1	Prüfer 2		Prüfer 1	Prüfer 2
				Ü 1
				Ü 2
				Ü 3
				Ü 4
				Ü 5
				Ü 6
				Ü 7
				Ü 8
				Ü 9
				Ü 10



# Prüfung Wirtschafts- deutsch International

Übungssatz 2  
Lösungsteil

Familienname

Vorname

Geburtsdatum  Geburtsort

Prüfungsort/Institution

Datum

PWD  LV

Prüfungsteilnehmer-Nr.:

## Leseverstehen / Lösungsbogen

### Aufgabe 1

<b>1</b>	Soest, Mettingen, Duingen	<b>6</b>	vor allem Osteuropa
<b>2</b>	größter deutscher Hersteller von Fertigmöbeln	<b>7</b>	Senkung der Logistikkosten, bessere Geschäftsmöglichkeiten
<b>3</b>	Effizienzsteigerung/optimale Automatisierung	<b>8</b>	Austausch von etwa 30 bis 40 Produkten/30 bis 40 Produkte
<b>4</b>	fast alle deutschen Lebensmittelhändler, Discounter	<b>9</b>	Trend zu kleinteiligen, einzeln verpackten Kuchen/Naschen zwischendurch
<b>5</b>	25 % Handelsmarke, der größte Teil: "no-name"-Produkte	<b>10</b>	Erwerb von Lizenzen starker Marken

**Hinweis für den Prüfer:**  
 Lösungsvorschläge, die durch **Komma** getrennt werden: Für das Erreichen der vollen Punktzahl wird vom Prüfungsteilnehmer die Aufzählung aller Punkte erwartet.  
 Lösungsvorschläge, die durch einen **Querstrich (/)** getrennt werden: Es handelt sich um Alternativvorschläge. Für die volle Punktzahl reicht die Nennung nur eines Punktes.

Aufgabe 2	Ja	Nein
11	X	
12	X	
13		X
14		X
15	X	
16		X
17	X	
18		X
19		X
20	X	

Aufgabe 3	1	2	3	4	5	6	7
21				X			
22		X					
23			X				
24	X						
25						X	

Aufgabe 4	a	b	c
26			X
27		X	
28			X
29			X
30	X		
31			X
32			X
33		X	
34	X		
35		X	

Familienname

Vorname

Geburtsdatum  Geburtsort

Prüfungsort/Institution

Datum

PWD  HV

Prüfungsteilnehmer-Nr.:

**Hörverstehen / Lösungsbogen Aufgabe 1 und 3**

**Aufgabe 1**

1	X	b	c
2	a	b	X
3	a	b	X
4	a	X	c
5	X	b	c
6	X	b	c
7	a	X	c
8	X	b	c
9	X	b	c
10	a	b	X

**Aufgabe 3**

14	Vermietung von Büroplätzen/Büroräumen
15	Freiberufler und Unternehmensgründer
16	ein Gemeinschaftsarbeitsraum, mehrere Einzelbüros und Besprechungsräume
17	Bürostuhl, Schreibtisch, Aktenschrank
18	Telefon, WLAN, Fax, Drucker und andere Geräte
19	durch separaten Zugang mit Passwort
20	repräsentative Innenstadtlage/leicht mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar
21	Wahlweise 9 bis 18 Uhr/freie Nutzung rund um die Uhr
22	abhängig von Mietdauer und Ausstattung
23	Steuerberatung, Sekretariatsdienste

**Hinweis für den Prüfer:**  
 Lösungsvorschläge, die durch **Komma** getrennt werden: Für das Erreichen der vollen Punktzahl wird vom Prüfungsteilnehmer die Aufzählung aller Punkte erwartet.  
 Lösungsvorschläge, die durch einen **Querstrich (/)** getrennt werden: Es handelt sich um Alternativvorschläge. Für die volle Punktzahl reicht die Nennung nur eines Punktes.

**Aufgabe 2**

- 11 ■ Herr Röben, ein selbstständiger Architekt, möchte ein Architekturbüro in Bremen eröffnen und erkundigt sich bei Frau Mertens, Geschäftsführerin der CoBüro GmbH, nach Möglichkeiten einer Büromanmietung.
- 12 ■ Büroplatzanmietung für einen befristeten Zeitraum  
 ■ Möglichkeit von Auftragsvergaben direkt im Haus/Unternehmensgründer aus den verschiedensten Bereichen im Haus  
 ■ hochwertige Büromöblierung  
 ■ Bürogeräte und -Kommunikationsmittel zusätzlich buchbar  
 ■ Gute Lage und repräsentative Adresse  
 ■ zeitlich flexibler Zugang zum Büro
- 13 ■ detaillierte Informationen von der Homepage  
 ■ Angebot persönlicher Führung  
 ■ Terminvereinbarung

**Hinweis für die Prüfer:** Bitte berücksichtigen Sie, dass es sich bei den genannten Punkten um Lösungsvorschläge handelt. Bei Aufgabe 2 wird das Globalverständnis und bei 3 das Detailverständnis des Telefongesprächs geprüft.

## Aufgabe 1: Radiosendung

Sie hören eine Radiosendung. Diesen Text hören Sie zweimal. Lesen Sie zunächst die Aufgaben Nummer 1 bis 10 und das Beispiel. Sie haben dazu 60 Sekunden Zeit.

Sie hören nun den Text. Kreuzen Sie zu den Aufgaben Nummer 1 bis 10 die Lösung an, die der Textaussage entspricht.

Danach hören Sie den Text noch einmal in Abschnitten. Dabei haben Sie die Möglichkeit, Ihre Lösung zu überprüfen. Anschließend stehen Ihnen 5 Minuten Zeit zur Verfügung, Ihre Lösungen auf den Antwortbogen zu übertragen.

Sie hören eine Radiosendung zum Thema „Gute Idee, gutes Geld. Mitarbeitervorschläge verbessern das Arbeitsklima“.

### Abschnitt 1

Im Krisenjahr 2009 - so fasst Christiane Kersting vom dib die Entwicklung zusammen - wurden zwar weniger Ideen eingereicht, aber anteilmäßig mehr umgesetzt, „was sich dann auch auswirkt auf die Einsparungen und den Nutzen. Der Nutzen ist um 28 Millionen Euro höher in den Firmen, die ihre Zahlen abgegeben haben, und das ist schon eine ganz beachtliche Zahl.“

Beteiligt an der dib-Umfrage hat sich auch Infraserv, der Betreiber des Industrieparks Frankfurt-Höchst. Vier Mitarbeiter im dortigen Ideencenter nehmen für zehn der 90 Unternehmen im Industriepark die Vorschläge der Beschäftigten entgegen. Der Zettelkasten hat dabei weitgehend ausgeglichen, stellt Rainer Henning als Leiter des Ideencenters fest.

„Heute kommt der Verbesserungsvorschlag online im Intranet im Ideencenter an und wird dann weiter verarbeitet. Ich sage immer: Ganz einfach, für jeden Euro, den man investiert in ein Ideenmanagement, bekommt man vier bis fünf Euro zurück, wenn man den Aufwand zum Nutzen stellt.“

Ob die Vorschläge wirklich geeignet sind, die Sicherheit oder den Umweltschutz zu verbessern, das werten Gutachter in den Fachabteilungen der Industrieparkfirmen aus. Sie errechnen auch den finanziellen Nutzen einer Idee, zum Beispiel, welche Ersparnis es bringt, einen Arbeitsprozess zu beschleunigen. Innovationsträchtige Ideen werden natürlich nicht verraten, daher nur ein einfaches Beispiel:

„Zum Thema Arbeitssicherheit: Wenn Mitarbeiter in einer Anlage tätig sind und etwas reparieren müssen und müssen mit zwei Leitern einen Behälter warten, dann bietet sich ja an - wenn das häufiger vorkommt -, ein Podest zu installieren, dass die Unfallgefahr minimiert wird. Und solch ein Verbesserungsvorschlag wird dann auch entsprechend honoriert. Generell werden für umgesetzte realisierte Verbesserungsvorschläge Geldprämien gezahlt.“ Zwischen 50 und 750 Euro, abhängig vom errechneten Nutzen der Idee.

### Abschnitt 2

Bei Infraserv hat sich die Krise kaum ausgewirkt, seit Jahren liegt der Industrieparkbetreiber bei etwa 9.000 Mitarbeitervorschlägen aus den zehn Unternehmen, die das Ideencenter nutzen. In anderen Firmen hat vor allem die Kurzarbeit die Zahl der Ideen nach unten gedrückt, so Christiane Kersting vom dib:

„Die Mitarbeiter sind nicht im Unternehmen, das heißt, sie können nicht so wie gewohnt ihre Ideen abgeben, denn es ist noch nicht überall so, dass man es online von zu Hause machen kann. Der zweite Punkt ist, dass eben auch die Ideen nicht bearbeitet werden können, weil die Ideenmanagementgutachter und die Verantwortlichen auch nicht im Unternehmen anwesend sind. Das heißt, es liegen noch ein paar einfach irgendwo herum, die im Moment noch gar nicht auf dem Bildschirm sind. Mal gucken, was nächstes Jahr ist, wenn die dann alle abgearbeitet sind.“

Ü 1

Ü 2

Ü 3

Ü 4

Ü 5

Ü 6

Ü 7

Ü 8

Ü 9

Ü 10

In Zukunft könnte das dynamischer gehen, meint die Leiterin des dib-Ideenmanagements:

„Wir sind jetzt an so einem Umbruch. Auch die Techniken des Web 2.0, die insbesondere die jüngere Generation sehr viel benutzt und auch sehr damit vertraut ist. Die können nicht verstehen, dass man eine Empfangsbestätigung vielleicht zwei Wochen später bekommt, und da haben die dann auch kein Interesse mehr daran weiterzumachen, sodass wir wirklich auch strukturell anders vorgehen müssen. Klar, die klassische Methode wird bleiben. Wir haben noch genügend Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Betrieben, die genau diesen Weg wollen, aber wir brauchen unbedingt auch neue Techniken parallel dazu, um zum Beispiel auch gemeinsam Ideen zu entwickeln, und nicht dass jeder einzeln oder in ganz bestimmten Gruppen das tut, sondern öffnen nach außen, auch vielleicht mit Kunden, mit Lieferanten. Da ist noch ein großes Feld zu beackern.“

Infraserv ist schon dabei: „Teamvorschläge sind meistens ausgereifter und deshalb sehr willkommen“, stellt Rainer Henning fest. Einen Bonus von zehn Prozent gibt es im Industriepark Frankfurt-Höchst daher für Ideen, die von mehreren Mitarbeitern gemeinsam eingereicht werden. Ideenmanagement, so hat man bei Infraserv festgestellt, verbessert ganz nebenbei das Arbeitsklima. Und: Mitarbeiter, die ihre Verbesserungsvorschläge gewürdigt sehen, identifizieren sich umso stärker mit dem Unternehmen.

**604 Wörter**

Quelle: Deutschlandfunk, 29.04.2010

Ü 1

Ü 2

Ü 3

Ü 4

Ü 5

Ü 6

Ü 7

Ü 8

Ü 9

Ü 10

## Aufgabe 2: Telefonat

Sie hören nun ein Telefonat. Dazu sollen Sie zwei verschiedene Aufgaben lösen.

Lesen Sie die Aufgaben Nummer 2 und 3 auf dieser und der nächsten Seite. Sie haben dazu **60 Sekunden** Zeit.

Sie hören zunächst das Telefonat einmal. Lösen Sie dazu Aufgabe 2. Berichten Sie in der Art eines Ergebnisprotokolls, was in dem Telefonat besprochen wurde. Nehmen Sie dazu die unter 11 bis 13 genannten Aspekte zu Hilfe. Sie haben dazu **20 Minuten** Zeit.

Zur Lösung der Aufgabe 3 hören Sie das Telefonat ein zweites Mal.

Machen Sie Ihre Ergänzungen zu den Punkten 14 bis 23. Anschließend stehen Ihnen weitere **15 Minuten** zur Verfügung für die Lösung der Aufgaben und das Übertragen der Antworten auf den separaten Antwortbogen.

Herr Röben, selbstständiger Architekt, erkundigt sich bei Frau Mertens, Geschäftsführerin der CoBüro GmbH, nach dem Angebot für ein Mietbüro.

**Frau Mertens:** CoBüro, Mertens. Guten Morgen.

**Herr Röben:** Röben, guten Morgen. Ich bin gerade auf Ihre Homepage gestoßen und hoffe, dass Sie mir weiterhelfen können. – Also, ich bin neu hier in Bremen und möchte ein Architekturbüro aufbauen. Für die Anfangszeit brauche ich nur einen Büroraum mit einem geeigneten Arbeitsplatz, von dem aus ich arbeiten und alles Notwendige erledigen kann.

**Mertens:** Da können wir Ihnen ganz sicher helfen. Die CoBüro GmbH bietet im Moment fast 80 Mietern die Möglichkeit, hier für eine bestimmte Zeit einen Büroplatz zu nutzen.

**Röben:** Aus welchen Bereichen kommen Ihre Mieter?

**Mertens:** Wir haben hier Freiberufler und Unternehmensgründer aus den verschiedensten Bereichen - Journalisten, Programmierer, Werbefachleute, Anwälte, Fotografen... Das bietet Ihnen als Unternehmensgründer die Möglichkeit, dass Sie, wenn Sie es möchten, sofort geeignete Ansprechpartner finden, wenn Sie mal Hilfe benötigen. Viele Aufträge werden direkt hier im Hause vergeben.

**Röben:** Und wie sieht so ein Büro aus?

**Mertens:** Unterschiedlich. Wir haben einen großen Gemeinschaftsarbeitsraum, mehrere Einzelbüros und Besprechungsräume. Sie können also Ihren Arbeitsplatz nach Ihren Bedürfnissen auswählen und auch die Ausstattung entsprechend vereinbaren.

**Röben:** Welche Möglichkeiten gibt es denn da?

**Mertens:** Nun, zu jedem Arbeitsplatz gehören natürlich ein komfortabler Bürostuhl, ein Schreibtisch und ein Aktenschrank. Bei der Auswahl der Möbel achten wir besonders auf Qualität und Ergonomie. Zusätzlich können Sie Telefon, WLAN, Fax, Drucker und andere Geräte buchen.

**Röben:** Können andere Büronutzer oder weitere Personen auf meine Internetverbindung zugreifen?

**Mertens:** Nein, alle Büronutzer erhalten einen separaten Zugang mit einem Passwort, das Sie selbst wählen können.

**Röben:** Oh, gut. Kann ich auch Kunden mitbringen?

**Mertens:** Ja, selbstverständlich. Das ist immer sehr wichtig, und darum legen wir nicht nur viel Wert auf unsere repräsentativen Räumlichkeiten, sondern auch auf unsere ausgezeichnete Adresse in der Innenstadt. Sie können uns leicht mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder mit dem Auto erreichen. Für Mieter und Kunden haben wir eigene Parkplätze am Haus.

**Röben:** Das hört sich gut an. Wie sind denn die Mietfristen?

**Mertens:** Die starten bei einem Tag. Da haben Sie dann einen Zugang zum Büro von 9 bis 18 Uhr. Gerade am Anfang, wenn Sie Ihr Architekturbüro aufbauen, möchten Sie sich wahrscheinlich nicht an die üblichen Bürozeiten halten. Darum bieten wir Ihnen einen eigenen Schlüssel an, wenn Sie das Büro für mindestens einen Monat mieten, und Sie haben dann rund um die Uhr Zugang.

**Röben:** Und wie hoch sind die Mietkosten?

**Mertens:** Die genauen Mietpreise richten sich nach der Mietdauer und der Ausstattung. Sie finden auf unserer Homepage eine detaillierte Preisliste, Referenzen und natürlich auch weitere Informationen über unser Angebot. Übrigens beschäftigen wir demnächst noch einen festen Steuerberater und bieten Sekretariatsdienste im Haus an.

**Röben:** Ja, das hört sich für mich schon sehr inte-

Ü 1

Ü 2

Ü 3

Ü 4

Ü 5

Ü 6

Ü 7

Ü 8

Ü 9

Ü 10

## Aufgabe 2: Telefonat

ressant an. Könnte ich mir denn Ihre Räume mal persönlich ansehen?

**Mertens:** Sehr gerne. Wir bieten jeden Montag und Freitag um 17 Uhr eine Führung an, bei der wir auch alle Fragen klären können, die Sie sicherlich noch haben. Wir könnten aber auch einen anderen Termin vereinbaren, wenn Ihnen das besser passt.

**Röben:** Hm, am Montag würde es gut passen.

**Mertens:** Das freut mich. Dann treffen wir uns unten am Empfang.

**Röben:** Ja, gut. Dann schon mal vielen Dank für das Gespräch und bis Montag!

**Mertens:** Ich danke Ihnen! Auf Wiederhören!

**Röben:** Auf Wiederhören!

Ü 1

Ü 2

Ü 3

Ü 4

Ü 5

Ü 6

Ü 7

Ü 8

Ü 9

Ü 10

## Bewertungskriterien Schriftlicher Ausdruck

Kriterium	5-4 Punkte	3-2 Punkte	1-0 Punkte
<b>Umsetzung der Aufgabenstellung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die geforderte Textsorte wird <b>voll</b> realisiert;</li> <li>auf die in der Aufgabenstellung genannten Punkte wird <b>ausführlich</b> eingegangen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die geforderte Textsorte wird <b>weitgehend</b> realisiert;</li> <li>auf die in der Aufgabenstellung genannten Punkte wird eingegangen, jedoch <b>nicht</b> auf <b>alle</b> Punkte <b>ausführlich</b>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die geforderte Textsorte wird nur <b>teilweise</b> realisiert;</li> <li>nur auf <b>einzelne</b> in der Aufgabenstellung genannte Punkte wird eingegangen.</li> </ul>
<b>Textaufbau</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Der Text ist <b>klar</b> gegliedert, der Gedankengang kann <b>problemlos</b> nachvollzogen werden;</li> <li>der Text enthält ein <b>breites</b> Spektrum an Satzverknüpfungen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Der Text ist <b>weitgehend klar</b> gegliedert, der Gedankengang kann nachvollzogen werden;</li> <li>der Text enthält ein <b>begrenztes</b> Spektrum an Satzverknüpfungen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Der Text ist <b>nicht klar</b> gegliedert, der Gedankengang kann nur nachvollzogen werden, wenn der Leser kooperativ ist;</li> <li>der Text enthält nur <b>wenige</b> Satzverknüpfungen.</li> </ul>
<b>Ausdruck</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verwendet einen <b>breiten</b> fachsprachlichen Wortschatz;</li> <li>die Wahl der sprachlichen Mittel ist dem Adressaten, der Situation und der Textsorte <b>angemessen</b>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verwendet <b>ausreichenden</b> fachsprachlichen Wortschatz, um sich klar auszudrücken;</li> <li>die Wahl der sprachlichen Mittel ist dem Adressaten, der Situation und der Textsorte <b>weitgehend</b> angemessen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verwendet einen sehr begrenzten fachsprachlichen Wortschatz;</li> <li>die Wahl der sprachlichen Mittel ist dem Adressaten, der Situation und der Textsorte häufig <b>nicht</b> angemessen.</li> </ul>
<b>Sprachliche Richtigkeit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Durchgängig <b>hohes</b> Maß an grammatischer Korrektheit, auch bei komplexen Konstruktionen, nur <b>vereinzelte</b> Regelverstöße;</li> <li>nur <b>vereinzelte</b> Fehler in Orthografie und Interpunktion.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Hohes</b> Maß an grammatischer Korrektheit; <b>wenige</b> Regelverstöße bei komplexen Konstruktionen, die das Verständnis nicht beeinträchtigen;</li> <li><b>wenige</b> Fehler in Orthografie und Interpunktion.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Einige</b> Regelverstöße, die gelegentlich das Verständnis beeinträchtigen;</li> <li><b>einige</b> Fehler in Orthografie und Interpunktion.</li> </ul>

Ü 1

Ü 2

Ü 3

Ü 4

Ü 5

Ü 6

Ü 7

Ü 8

Ü 9

Ü 10

## Bewertungskriterien Mündliche Kommunikation

Kriterium	4 Punkte	3-2 Punkte	1-0 Punkte
<b>Umsetzung der Aufgabenstellung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die geforderten Sprechhandlungen werden <b>voll</b> realisiert;</li> <li>auf die in der Aufgabenstellung genannten Punkte wird <b>ausführlich</b> eingegangen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die geforderten Sprechhandlungen werden <b>weitgehend</b> realisiert;</li> <li>auf die in der Aufgabenstellung genannten Punkte wird weitgehend eingegangen; jedoch <b>nicht</b> auf alle Punkte <b>ausführlich</b>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die geforderten Sprechhandlungen werden <b>teilweise</b> realisiert;</li> <li>auf <b>einzelne</b> der in der Aufgabenstellung genannten Punkte wird eingegangen.</li> </ul>
<b>Gesprächsfähigkeit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Keine</b> Unterstützung durch den Gesprächspartner erforderlich;</li> <li>spricht (auch über längere Passagen) flüssig, <b>ohne</b> störende Pausen, in natürlichem Sprechtempo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Gelegentliche</b> Unterstützung durch den Gesprächspartner erforderlich;</li> <li>spricht flüssig, <b>kaum</b> Pausen und Verzögerungen, in angemessenem Sprechtempo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Häufige</b> Unterstützung durch Gesprächspartner erforderlich;</li> <li>spricht <b>relativ</b> flüssig; es gibt jedoch Pausen und Verzögerungen, die die Kommunikation erschweren.</li> </ul>
<b>Ausdruck</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verwendet einen <b>breiten</b> fachsprachlichen Wortschatz;</li> <li>die Wahl der sprachlichen Mittel ist dem Adressaten, der Situation und der Sprechhandlung <b>angemessen</b>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verwendet einen <b>ausreichenden</b> fachsprachlichen Wortschatz, um sich klar auszudrücken;</li> <li>die Wahl der sprachlichen Mittel ist dem Adressaten, der Situation und der Sprechhandlung <b>weitgehend</b> angemessen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verwendet einen <b>sehr begrenzten</b> fachsprachlichen Wortschatz;</li> <li>die Wahl der sprachlichen Mittel ist dem Adressaten, der Situation und der jeweiligen Sprechhandlung <b>nicht</b> angemessen.</li> </ul>
<b>Sprachliche Richtigkeit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Durchgängig hohes</b> Maß an grammatischer Korrektheit, auch bei komplexen Konstruktionen, sehr <b>vereinzelte</b> Regelverstöße;</li> <li>Fehler werden im Allgemeinen selbst korrigiert.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Hohes</b> Maß an grammatischer Korrektheit; <b>wenige</b> Regelverstöße bei komplexen Konstruktionen, die die Kommunikation nicht beeinträchtigen;</li> <li>die meisten Fehler werden selbst korrigiert.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Einige</b> Regelverstöße, die gelegentlich die Kommunikation beeinträchtigen;</li> <li>Fehler werden nicht selbst korrigiert.</li> </ul>
<b>Aussprache/Intonation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Aussprache ist klar und <b>weitgehend</b> akzentfrei;</li> <li>Wort- und Satzaccent werden korrekt platziert, variieren je nach kommunikativer Intention.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Aussprache ist <b>im Großen und Ganzen</b> klar, <b>deutlicher</b> Akzent, der die Kommunikation aber nicht beeinträchtigt;</li> <li>Wort- und Satzaccent werden <b>weitgehend</b> korrekt platziert.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Aussprache ist <b>nicht</b> immer klar, der Akzent ist <b>deutlich</b> hörbar; es gibt stellenweise Aussprachefehler; die die Kommunikation <b>beeinträchtigen</b>;</li> <li>bei Wort- und Satzaccent gibt es <b>gelegentlich</b> Verstöße, die die Kommunikation beeinträchtigen.</li> </ul>

Ü 1

Ü 2

Ü 3

Ü 4

Ü 5

Ü 6

Ü 7

Ü 8

Ü 9

Ü 10

Familienname

Vorname

Geburtsdatum  Geburtsort

Prüfungsort/Institution

Datum

PWD  MA

Prüfungsteilnehmer-Nr.:

## Mündliche Prüfung

Kriterium	Aufgabe 1					Aufgabe 2					Aufgabe 3				
Umsetzung der Aufgabenstellung	4	3	2	1	0	4	3	2	1	0	4	3	2	1	0
Gesprächsfähigkeit	4	3	2	1	0	4	3	2	1	0	4	3	2	1	0
Ausdruck	4	3	2	1	0	4	3	2	1	0	4	3	2	1	0
Sprachliche Richtigkeit	4	3	2	1	0	4	3	2	1	0	4	3	2	1	0
Aussprache/ Intonation	4	3	2	1	0	4	3	2	1	0	4	3	2	1	0
	gesamt					gesamt					gesamt				
						x 2 =					x 2 =				
											<b>Gesamtsumme:</b> <input type="text"/>				
											<b>Note:</b> <input type="text"/>				

**Unterschrift Prüfer 1**
 **Unterschrift Prüfer 2**

<b>Punkte</b>	100 - 92	91 - 81	80 - 67	66 - 50	unter 50
<b>Note</b>	sehr gut	gut	befriedigend	ausreichend	nicht bestanden

- Ü 1
- Ü 2
- Ü 3
- Ü 4
- Ü 5
- Ü 6
- Ü 7
- Ü 8
- Ü 9
- Ü 10

Prüfungsort/Institution \_\_\_\_\_  
 Prüfungstermin \_\_\_\_\_  
 Familienname \_\_\_\_\_  
 Vorname \_\_\_\_\_  
 Geburtsdatum \_\_\_\_\_ Geburtsort \_\_\_\_\_  
 Straße, Hausnummer \_\_\_\_\_  
 Postleitzahl, Wohnort \_\_\_\_\_  
 Telefon \_\_\_\_\_  
 Beruf (ggf. Schule, Hochschule o. Ä.) \_\_\_\_\_

Prüfungsteilnehmer-Nr.:

\_\_\_\_\_|\_\_\_\_\_|\_\_\_\_\_|\_\_\_\_\_|\_\_\_\_\_|

Prüfungssatz-Nr.:

\_\_\_\_\_

Ü 1

Hiermit melde ich mich, unter Anerkennung der geltenden Prüfungsordnung, verbindlich zum angegebenen Prüfungstermin an.

Ü 2

Unterschrift des/der Prüfungsteilnehmers/in

Ü 3

**Gesamtergebnis**

Schriftliche Prüfung	erreichte Punktzahl	
Leseverstehen	_____	max. 100
Hörverstehen	_____	max. 100
Schriftlicher Ausdruck	_____	max. 100

Ü 4

Ü 5

Mündliche Prüfung	erreichte Punktzahl	
gesamt mündlich	_____	max. 100

Ü 6

Summe schriftlich und mündlich	_____	max. 400 : 4 = _____
--------------------------------	-------	----------------------

Ü 7

Gesamtnote: \_\_\_\_\_

Ü 8

**Verwaltungsvermerke**

Ü 9

angemeldet am \_\_\_\_\_  
 Prüfungsgebühr \_\_\_\_\_  
 ggf. reduzierte Gebühr \_\_\_\_\_  
 eingezahlt am \_\_\_\_\_  
 Quittungsnummer \_\_\_\_\_  
 Zeugnis-Nr. \_\_\_\_\_  
 Bemerkungen \_\_\_\_\_

Unterschrift Prüfer 1

Unterschrift Prüfer 2

Datum

Ü 10

Punkte	100 - 92	91 - 81	80 - 67	66 - 50	unter 50
Note	sehr gut	gut	befriedigend	ausreichend	nicht bestanden