

# Prüfung Wirtschafts- deutsch International

## Übungssatz 3

## Inhalt

### Übungssatz 3

### Seite

#### Prüfungsteil

##### Leseverstehen

Einführung . . . . .	Ü3-P2
Aufgabe 1 bis 4 . . . . .	Ü3-P3 bis Ü3-P10

##### Hörverstehen

Einführung . . . . .	Ü3-P11
Aufgabe 1 bis 3 . . . . .	Ü3-P12 bis Ü3- P14

##### Schriftlicher Ausdruck

Einführung . . . . .	Ü3-P15
Aufgabe 1 und 2 . . . . .	Ü3-P16 bis Ü3-P17

##### Mündlicher Ausdruck

Einführung . . . . .	Ü3-P18
Aufgabe 1 . . . . .	Ü3-P20
Aufgabe 2 und 3 . . . . .	Ü3-P21 bis Ü3-P26

#### Antwortteil

Leseverstehen . . . . .	Ü3-A2
Hörverstehen . . . . .	Ü3-A3 bis Ü3-A5
Schriftlicher Ausdruck . . . . .	Ü3-A6 bis Ü3-A7

#### Lösungsteil

Leseverstehen . . . . .	Ü3-L2
Hörverstehen . . . . .	Ü3-L3
Radiosendung . . . . .	Ü3-L4 bis Ü3-L5
Telefonat . . . . .	Ü3-L6 bis Ü3-L7
Schriftlicher Ausdruck: Bewertungskriterien . . . . .	Ü3-L8
Mündlicher Ausdruck: Bewertungskriterien . . . . .	Ü3-L9
Mündlicher Ausdruck : Ergebnisbogen . . . . .	Ü3-L10
Prüfungsergebnis (gesamt) . . . . .	Ü3-L11

# Prüfung Wirtschafts- deutsch International

Übungssatz 3  
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:

## Brille per Klick

**Das junge Berliner Unternehmen Mister Spex verkauft die Sichthilfen im Internet. Der Online-Händler verdient vor allem an der Fassung.**

Der Mann, der Günther Fielmann, 70, Konkurrenz machen will, ist 33 Jahre alt, trägt Anzug und einen etwas aus der Mode gekommenen Bürstenhaarschnitt. Und natürlich Brille. Seine ist randlos. Wenn er wollte, könnte er sich jeden Tag eine neue aussuchen, sagt Dirk Graber. Seine Firma führt 5.000 Modelle im Sortiment. Von Marken wie Ray-Ban und Gucci über Sonnenbrillen bis hin zur Skibrille ist alles dabei.

Graber ist einer der Gründer und Geschäftsführer des Onlinebrillenhandlers Mister Spex und hat es mit seiner Firma innerhalb von zwei Jahren geschafft, sich im hart umkämpften Brillenmarkt einen Namen zu machen. Rund 190.000 Bestellungen hat die junge Firma seit dem Start der Onlineseite im April 2008 verschickt. Im vergangenen Jahr setzte sie fast 4,5 Millionen Euro um. Dieses Jahr will Graber sogar die Marke von zehn Millionen Euro schaffen. 60 Leute arbeiten mittlerweile in der Zentrale im Berliner Stadtteil Prenzlauer Berg, wo Mister Spex groß geworden ist.

Bei Misterspex.de ordern Kunden Brillen oder auch Kontaktlinsen im Internet und lassen sich ein paar Modelle zur Auswahl nach Hause schicken. Sie können aber auch zunächst ein Passfoto hochladen, sich online verschiedene Gestelle auf die Nase setzen und

dann ihre Auswahl treffen.

Das Geschäftsprinzip rechnet sich, behauptet Dirk Graber. Weil Filialkosten wegfallen und die Personalauslastung besser sei als im Laden, könne seine Firma Markenmodelle inklusive Gläsern wesentlich billiger anbieten. Brillen ohne eingeschiffene Gläser verschickt Mister Spex noch am Tag der Bestellung. Bei einer Brille mit Sehstärke könne es bis zu zwei Wochen dauern, sagt der Firmenchef. Die Brillengestelle liefern Markenhersteller, die Gläser lässt er aus China kommen. Eingesetzt werden sie in einer deutschen Werkstatt. Er verdiene vor allem an den Fassungen, sagt Graber. „Bei den Gläsern verzichten wir auf Marge.“

Neben Mister Spex kämpfen vor allem Brille24.de und Netzoptiker.de um die Gunst der Brillenträger. Graber erzählt gern, dass seine Firma im Moment deutschlandweit der größte Onlinehändler für Markenbrillen sei. Zum Vergleich: Bei Netzoptiker.de wandern nach eigenen Angaben an die 100 Pakete pro Tag über die virtuelle Ladentheke, bei Mister Spex sind es zwischen 500 und 1.000.

Verglichen mit dem Fachhandel vor Ort ist die Bedeutung der Versender aber immer noch gering. „Momentan erreichen die Internetanbieter gemeinsam kaum mehr als einen Anteil von einem Prozent

am insgesamt fünf Milliarden Euro großen Markt“, schätzt Graber. Große Ketten wie Apollo Optik und Fielmann lassen vom Onlinehandel noch immer die Finger. Bei der Brille sei die persönliche Beratung nicht zu ersetzen, heißt es etwa beim Branchenprimus Fielmann. Auch Graber gibt zu, dass seine Firma nicht alles kann. Wenn zum Beispiel eine Brille nicht richtig sitzt, müssen Kunden zum Optiker vor Ort in den Laden gehen. Um die zehn Euro würde das Anpassen mindestens kosten. Trotzdem würde sich das wegen des niedrigeren Kaufpreises noch lohnen, sagt Graber. Neukunden, die ihre Glasstärke noch gar nicht kennen, sind beim Onlinehändler auch falsch. „Wer bei uns kauft, kennt sich mit Brillen schon aus.“

Graber ist überzeugt vom Potenzial des Internets und will sein Geschäft im Ausland weiter ausbauen. Einen Marktanteil von fünf bis zehn Prozent könnten die Onlinehändler erreichen, schätzt er, und möchte ganz vorne dabei sein.

In diesem Jahr wird er noch seinen ersten Onlineshop im Ausland eröffnet. Läuft es in Frankreich gut, will er es in anderen europäischen Ländern versuchen.

Quelle: nach SZ, 21.08.2010

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**

Mister Spex GmbH

(0) Geschäftstätigkeit

Online-Brillenhandel

Ü 1

(1) Angebotspalette

(2) Umsatz 2009

Ü 2

**Geschäftsprinzip**

(3) Kundenservice

(4) Kostenvorteile

(5) Beschaffung der Produktteile

Ü 3

Ü 4

Ü 5

**Marktsituation**

(6) Wettbewerber

(7) Marktvolumen

(8) Kundenprofil

Ü 6

Ü 7

Ü 8

**Expansionsbestrebungen**

(9) Unternehmensziele

(10) Zielregionen

Ü 9

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“).

## Interim-Manager: Gut bezahlte Nomaden der Wirtschaft

In Großbritannien und Holland sind Projektkarrieren weitverbreitet. Aber auch in Deutschlands Unternehmen wächst die Nachfrage nach erfahrenen Springern auf höchster Ebene.

Es war ein Wagnis. Doch genau das reizte ihn. In sechs Monaten sollte Clemens Pflanz die im Jahr 1824 gegründete und über drei Generationen familiengeführte Kerzenfabrik Eika als Interim-Manager geschäftlich wiederbeleben.

Der 45-Jährige, bisher Berater bei Roland Berger, kam, sah und hatte Erfolg. Pflanz, der zuvor beim amerikanischen Konzern Mars und bei der französischen LVMH als Geschäftsführer gearbeitet hatte, gab der Kerzenfabrik eine andere Ausrichtung, z.B. dass Kerzen ein besonderes Lebensgefühl gäben.

Zugleich löste er die einseitige und saisonale Abhängigkeit vom Weihnachtsgeschäft und fädelt neue Kooperationen ein. Das Ergebnis: Eika heißt heute Kerzenmanufaktur und beschäftigt wieder rund 160 Mitarbeiter. Pflanz und die Kerzenmanufaktur Eika sind keine Ausnahme. Immer mehr Unternehmen nehmen die Hilfe von Interim-Managern in Anspruch.

Die Aufgabenbereiche gehen dabei von der Überbrückung von Vakanzen, wie bei Tod oder Krankheit,

über Restrukturierungen und Strategiewechsel bis hin zur Erschließung neuer Märkte. Auch die Insolvenzverwaltung und die Neupositionierung sind ein Einsatzbereich.

Im Durchschnitt bleiben die Manager-Nomaden in Deutschland 7,3 Monate. „Wir haben keine Zeitverträge, kommen aber nur, um wieder zu gehen“, bringt es Hans Böhne, ein nach elf Jahren sehr erfahrener Interim-Manager auf den Punkt. Das Managen auf Zeit boomt, denn in den vergangenen zehn Jahren hat sich der Umsatz der Branche auf 800 Mio. Euro verzehnfacht.

„Interim-Manager werden immer gesucht. In der Krise sind Restrukturierer gefragt, im Boom Motivierer und Rekruter“, berichtet auch Dietmar Kablitz, Geschäftsführer von EIM in München, ein führender Vermittler von Interim-Managern.

Das bedeutet ständig neue Herausforderungen. Doch wer ist als Interim-Manager geeignet? Sie sollten etliche Jahre Berufserfahrung vorzuweisen haben. Firmenwechsel

und unterschiedliche Aufgaben sind erwünscht, solange sie nicht im Jahresrhythmus stattgefunden haben. Und mit internationaler Erfahrung und Kommunikationsstärke lässt sich sofort punkten.

Der Trend zum befristeten Einsatz kommt nicht von ungefähr. Die Arbeits- und Berufswelt hat sich verändert und zwar sowohl Angebot als auch Nachfrage.

Projektarbeit und maßgeschneiderte, flexible Lösungen sind in Unternehmen an der Tagesordnung. Auf der anderen Seite haben sich auch die Bedürfnisse der Manager gewandelt. „Die Tätigkeit ist attraktiv, weil Hochdruck- mit Freizeitphasen wechseln, keine Routine einkehrt und es ständig neue Herausforderungen gibt“, sagt Kablitz von EIM.

Quelle nach: karriere.de, 15.09.2010

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) Im Ausland ist die Nachfrage nach Projektleitern auf Zeit hoch.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 1
(02) In Deutschland ist der Bedarf an Interim-Managern sehr gering.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Ü 2
(11) In Traditionsfirmen, wie bei dem Kerzenhersteller Eika, löst man wirtschaftliche Probleme firmenintern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 3
(12) Erfolgreiche Interim-Manager, wie Cemens Pflanz, haben sich auf bestimmte Branchen spezialisiert.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 4
(13) Die Manager auf Zeit entwickeln neue Geschäftsideen und bauen neue Geschäftsfelder auf.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 5
(14) Die Stärke des Management auf Zeit liegt bei der wirtschaftlichen Umorganisation eines Unternehmens.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 6
(15) Die Vertragsdauer der Interim-Manger wird von vornherein auf eine bestimmte Zeit befristet.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 7
(16) Das Auftragsvolumen der kurzzeitig eingesetzten Manager hat sich in den letzten Jahren stark erhöht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 8
(17) Die Auftragslage für Projektleiter mit befristetem Arbeitsvertrag ist von der allgemeinen wirtschaftlichen Lage abhängig.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 9
(18) Der Manager auf Zeit sollte ein hohes Maß an Flexibilität besitzen und nicht länger als ein Jahr in einem Unternehmen bleiben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 10
(19) Der Einsatz von Interim-Managern reflektiert den Wandel in den Beschäftigungsverhältnissen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
(20) Der Wechsel von Routinetätigkeiten und neuen Aufgaben macht die Arbeit des Interim-Manger so interessant, behauptet Kablitz von EIM.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

**Aufgabe 3:** Als leitende Angestellte bzw. leitender Angestellter der Marketingabteilung der MOLDA AG bereiten Sie mithilfe des Besprechungsprotokolls eine Vorstandssitzung vor. Lesen Sie, wo in dem Protokoll etwas zu den Punkten Nr. 21 bis 25 gesagt worden ist. Es gibt jeweils nur eine richtige Lösung.

## Besprechungsprotokoll vom 12.08.2014

**Anwesend:** Herr Gronau (Geschäftsführer der MOLDA AG und Vorstandsmitglied), Frau Kaiser (Leiterin der Ausbildungsabteilung), Herr Beierlein (Betriebsleiter), Frau Renner (Pressesprecherin)

### 1) Werksverkauf

Frau Kaiser stellt die Verbesserungsidee von Frau Sandra Kronert, einer kaufmännischen Auszubildenden, vor. Frau Kronert schlägt vor, einen Werksverkauf einzurichten, um die Produkte der MOLDA AG auch Privatkunden anbieten zu können.

### 2) Annahme des Vorschlags

Alle Anwesenden befürworten einen Werksverkauf. Da die Nachfrage nach MOLDA-Produkten in der Vorweihnachtszeit erheblich steigt, soll der Werksverkauf Anfang November starten.

### 3) Verkaufsware

In den Verkauf kommen Backmischungen in haushaltsüblichen Verbrauchsmengen. Die Waren sollen etwa 30 bis 50 % günstiger als im regulären Handel verkauft werden.

### 4) Verkauf

Als Verkaufsraum können die Azubis den Präsentationsraum neben dem Werkseingang nutzen. Frau Kaiser hat wegen der Umbauarbeiten bereits Kontakt zu verschiedenen Tischlereien und Malerbetrieben aufgenommen.

### 5) Bestandteil der Ausbildung

Unter der Leitung von Frau Kaiser sollen die Auszubildenden die Aufgaben übernehmen, die auch Teil ihrer Ausbildung sind (Personaleinteilung, Warenfluss, Umsatzanalyse, Rechnungserstellung). Für jedes Quartal übernimmt ein Auszubildender die Aufgabe des Geschäftsführers des Werksverkaufs.

### 6) Budget

Herr Gronau stellt dem Geschäftsführer des Werksverkaufs ein festes Budget zur Entwicklung des Werksverkaufs zur Verfügung.

### 7) Öffnungszeiten

Der Werksverkauf soll zunächst freitags von 9–12 Uhr und von 13–15 Uhr öffnen. Frau Renner schickt die Informationen über den Werksverkauf an die örtlichen Medien. Sie regt die Gestaltung einer eigenen Homepage an, auf der die Azubis neben allgemeinen Informationen über den Werksverkauf zum Beispiel auch Rezeptvorschläge machen könnten.

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) Organisation der Aufgaben:	<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) Eröffnungstermin:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 2				
(22) Preisgestaltung:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 3				
(23) Geschäftslokal:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 4				
(24) Ziel des Werksverkaufs:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ü 5				
(25) Werbemaßnahmen:	<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 Firma Margarete Steiff GmbH. Wählen Sie bei den Nummern 26 bis 35 das Wort (a, b oder c), das in den Satz passt.

## Der „Knopf im Ohr“ als weltweites Markenzeichen

Das offizielle (0) Gründungsdatum der Manufaktur Steiff ist das Jahr 1880. Der erste Verkaufsschlager ist das „Elefäntle“ mit über 5.000 verkauften (26) \_\_\_\_\_ in sechs Jahren.

1892 erscheint der erste, illustrierte Steiff-Katalog und zeigt die ganze Vielfalt des (27) \_\_\_\_\_. Neben Elefanten gehören inzwischen auch Affen, Esel, Pferde, Kamele, Schweine und Mäuse dazu. Im Katalog findet sich auch das Firmen-(28) \_\_\_\_\_: „Für Kinder ist nur das Beste gut genug!“.

Der große Durchbruch gelingt mit dem 1902 entworfenen Bären „Bär 55 PB“, der (29) \_\_\_\_\_ erste Plüschbär mit beweglichen Armen und Beinen. Auf der Leipziger Spielwarenmesse entdeckt ein amerikanischer Händler den Bären und (30) \_\_\_\_\_ 3.000 Exemplare. Damit beginnt ein beispielloser Verkaufserfolg in den USA.

Um die eigenen (31) \_\_\_\_\_ Produkte unverwechselbar zu machen, wurde eine Schutzmarke gesucht. Daher suchte 1904 Franz Steiff bereits nach einer Möglichkeit, die Steiff-Produkte vor (32) \_\_\_\_\_ zu schützen. Seine geniale Idee wurde später zum Inbegriff für Qualität und Handwerkskunst: ein Metallknopf im Ohr als Schutzmarke.

Zunächst noch mit einem Elefantenmotiv verziert, trägt der Metallknopf bald den (33) \_\_\_\_\_ und wird dadurch untrennbar mit der Marke verbunden. „Steiff – Knopf im Ohr“ ist ein weltweit bekanntes und einzigartiges Markenzeichen, das nach wie vor für Qualität, Ideenreichtum und Unternehmergeist steht.

Aus einer Idee entsteht in einer Vielzahl von (34) \_\_\_\_\_ Arbeitsschritten ein Steiff-Tier. Die herausragende (35) \_\_\_\_\_ und die Schönheit der Produkte sind dabei das Resultat monatelanger Entwicklung und liebevoller Handarbeit. Anders könnte es allerdings nicht sein, denn wirklicher Charakter entsteht nicht an Maschinen. Und ein Steiff-Tier ist viel mehr als ein Produkt: Es ist ein Ausdruck hochwertigen Erfindungsreichtums und größten handwerklichen Geschicks.

Quelle: nach Homepage der Margarete Steiff GmbH

Ü 1

Ü 2

Ü 3

Ü 4

Ü 5

Ü 6

Ü 7

Ü 8

Ü 9

Ü 10

## Aufgabe 4

Arbeitszeit: etwa 15 Minuten

	a)	b)	c)	
(0)	<input type="checkbox"/> Anregungs-	<input type="checkbox"/> Begründungs-	<input checked="" type="checkbox"/> Gründungs-	Ü 1
(26)	<input type="checkbox"/> Exemplaren	<input type="checkbox"/> Mustern	<input type="checkbox"/> Portionen	Ü 2
(27)	<input type="checkbox"/> Handels	<input type="checkbox"/> Segments	<input type="checkbox"/> Sortiments	Ü 3
(28)	<input type="checkbox"/> -motto	<input type="checkbox"/> -profil	<input type="checkbox"/> -ziel	Ü 4
(29)	<input type="checkbox"/> weltumfassend	<input type="checkbox"/> weltumspannend	<input type="checkbox"/> weltweit	Ü 5
(30)	<input type="checkbox"/> bestätigt	<input type="checkbox"/> bestellt	<input type="checkbox"/> erhält	Ü 6
(31)	<input type="checkbox"/> ausgewählten	<input type="checkbox"/> hochwertigen	<input type="checkbox"/> kostspieligen	Ü 7
(32)	<input type="checkbox"/> Nachahmungen	<input type="checkbox"/> Raub	<input type="checkbox"/> Vervielfältigungen	Ü 8
(33)	<input type="checkbox"/> Markennamen	<input type="checkbox"/> Markenpreis	<input type="checkbox"/> Markenwert	Ü 9
(34)	<input type="checkbox"/> aufwändigen	<input type="checkbox"/> wertvollen	<input type="checkbox"/> teuren	Ü 10
(35)	<input type="checkbox"/> Ausstattung	<input type="checkbox"/> Eigenschaft	<input type="checkbox"/> Qualität	

## **Prüfung Wirtschaftsdeutsch International**

### **Hörverstehen**

**ca. 70 Minuten**

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

Schreiben Sie Ihre Lösungen zuerst auf dieses Aufgabenblatt. Am Ende haben Sie 5 Minuten Zeit, Ihre Lösungen auf den Antwortbogen zu übertragen.

Hilfsmittel wie Wörterbücher sind nicht erlaubt.

**Aufgabe 1:** Sie hören eine Radiosendung zum Thema „Sich von der Masse abheben. Die Firma Schuberth stellt Schumis Helm her.“. 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) Welche Geschäftstätigkeit übt die Firma Schuberth aus?**

- a) Sie bildet Rennfahrer aus.
- b) Sie produziert Sicherheitshelme.
- c) Sie entwickelt Lagerhaltungssysteme.

**1) Warum überließ Rennfahrer Michael Schumacher dem Unternehmen seinen Helm?**

- a) Zur Überarbeitung.
- b) Zur Erprobung.
- c) Als Anerkennung der guten Leistung.

**2) Welche Bedeutung haben die Formel-Eins-Helme für die Firma Schuberth?**

- a) Sie sind der meistproduzierte Artikel der Firma.
- b) Sie umfassen das gesamte Know-how des Unternehmens.
- c) Sie werfen einen besonders hohen Gewinn ab.

**3) Mit welchen Produkten begann die Firma Schuberth ihre Produktion?**

- a) Mit Getränkekästen.
- b) Mit Hüten.
- c) Mit Feuerwehrhelmen.

**4) Was ist ein wichtiges Unternehmensprinzip der Firma Schuberth?**

- a) An Traditionen festzuhalten.
- b) Anregungen von anderen Branchen zu übernehmen.
- c) Bei Neuerungen unter den Ersten zu sein.

**5) Welche Veränderung gab es beim Unternehmen Schuberth vor vier Jahren?**

- a) Das Unternehmen musste die Produktion vorübergehend einstellen.
- b) Das Unternehmen erhielt einen neuen Standort.
- c) Das Unternehmen vergab die Produktion an eine Fremdfirma.

**6) Wie stellt Schuberth die Formel-Eins-Helme zum größten Teil her?**

- a) Manuell
- b) Als Serienanfertigung
- c) Maschinell

**7) Warum müssen die Rennfahrer die Helme nicht bezahlen?**

- a) Weil die Bezahlung über Sponsoren erfolgt.
- b) Weil Schuberth die Helme als Werbung nutzt.
- c) Weil die Fahrer die Testläufe für neue Helme übernehmen.

**8) Was zeichnet speziell Michael Schumachers Helm aus?**

- a) Die Farbgestaltung
- b) Die Verarbeitung
- c) Das Gewicht

**9) Welche Pläne hat die Firma Schuberth?**

- a) Sie möchte die Auslandstätigkeit erweitern.
- b) Sie möchte die Produktion ins Ausland verlagern.
- c) Sie möchte sich mehr auf den heimischen Markt konzentrieren.

**10) Auf welches Produktangebot konzentriert sich Schuberth?**

- a) Auf hochwertige Produkte.
- b) Auf preisgünstige Produkte.
- c) Auf massentaugliche Produkte.

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 zu Hilfe. Das Ergebnisprotokoll ist in **deutscher Sprache** zu verfassen!

**Arbeitszeit:** 20 Minuten

Ü 1

**Gesprächspartner sind Frau Sommer, Werbetexterin der ARTPRINT GmbH, und Herr Leutner, Geschäftsführer der Leutner'schen Buchhandlung.**

Ü 2

Ü 3

**Berücksichtigen Sie bei dem Ergebnisprotokoll folgende Aspekte:**

**(11) den Anlass für das Gespräch**  
(Nennen Sie zwei Punkte.)

Ü 4

**(12) die Geschäftsideen der Leutner'schen Buchhandlung**  
(Nennen Sie sechs Punkte.)

Ü 5

**(13) das weitere Vorgehen**  
(Nennen Sie zwei 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 Sommer, Werbetexterin der ARTPRINT GmbH, Herr Leutner, Geschäftsführer der Leutner'schen Buchhandlung	Ü 1
(14)	Wichtigstes Geschäftsmerkmal der Leutner'schen Buchhandlung:		Ü 2
(15)	Ladengestaltung:		Ü 3
(16)	Termin für Lesungen:		Ü 4
(17)	Lage:		Ü 5
(18)	geplante Veranstaltungsreihe:		Ü 6
(19)	Mittel der Kundenbindung:		Ü 7
(20)	Kundenstruktur:		Ü 8
(21)	Lieferservice:		Ü 9
(22)	Serviceangebot für Familien:		Ü 10
(23)	ausgewähltes Werbefaltblatt:		

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

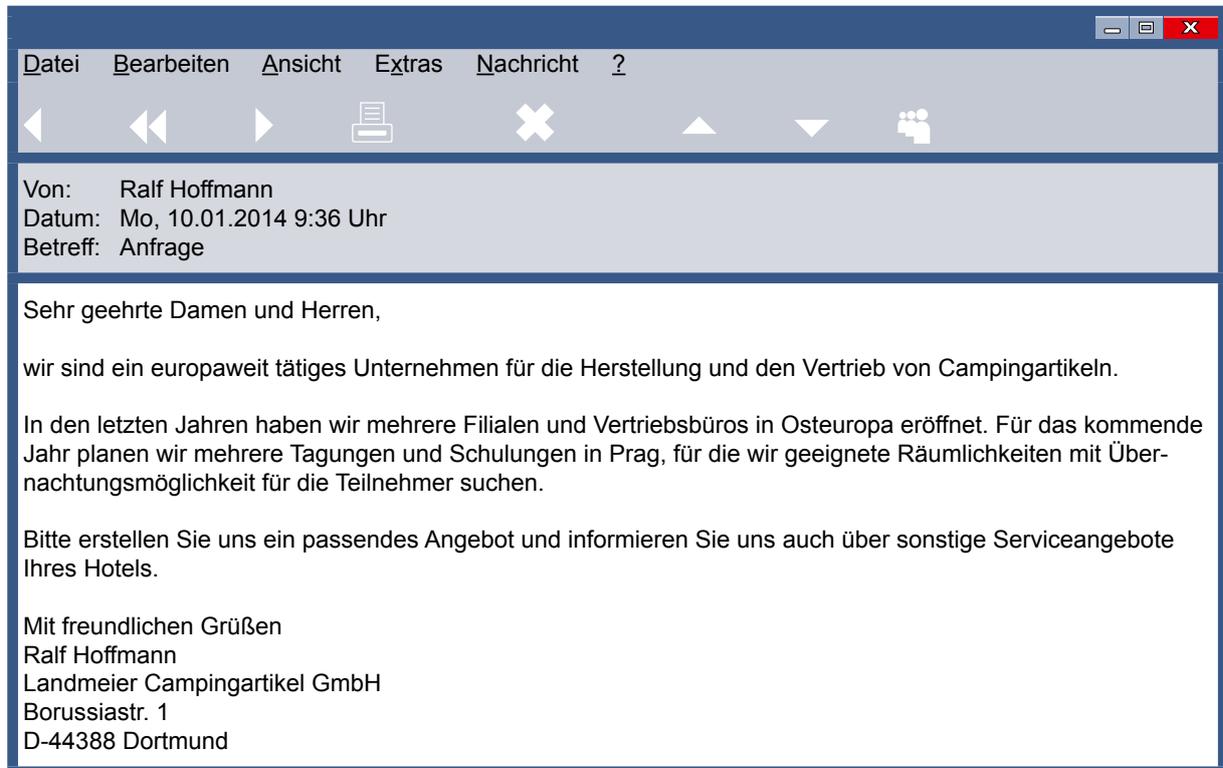
**45 Minuten**

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 tschechischen Hotelkette MARRION haben Sie die E-Mail von Herrn Ralf Hoffmann von der Landmeier Campingartikel GmbH erhalten. Antworten Sie dem Absender per Brief oder E-Mail und gehen Sie auf die folgenden Punkte ein:

- Dank für Anfrage
- Hotelausstattung: gehobener Komfort; Hotellage: Altstadt; Erreichbarkeit: Flughafen, Autobahn, Bahnhof in der Nähe; eigene Tiefgarage
- langjährige Erfahrung bei Tagungen; Angebot: professionelle Assistenz bei Planung, Durchführung von Tagungen; Planungshilfe online (z. B. Bestuhlung, Ausstattung, kulinarisches Angebot)
- Sonderpreise: Gruppen ab 20 Personen, Wochenendtagungen (Freitag 18.00 Uhr - Montag 10.00 Uhr) und für längerfristige Verträge
- Hinweis auf Broschüre (Fotos des Hotels, aktuelle Angebote, Preislisten): Zusendung per Post oder online unter [info@marrion.cz](mailto:info@marrion.cz); kulante Stornoregelung: Anrechnung der Gebühr zu 50 Prozent auf neue Veranstaltungen
- Zusatzangebot: Erlebnisprogramme zur Belohnung der Mitarbeiter oder zur Teamförderung (z. B. Kanufahrten, Kochseminare usw.)
- Einladung: Hotelbesichtigung, Besprechung: Einzelheiten der Zusammenarbeit

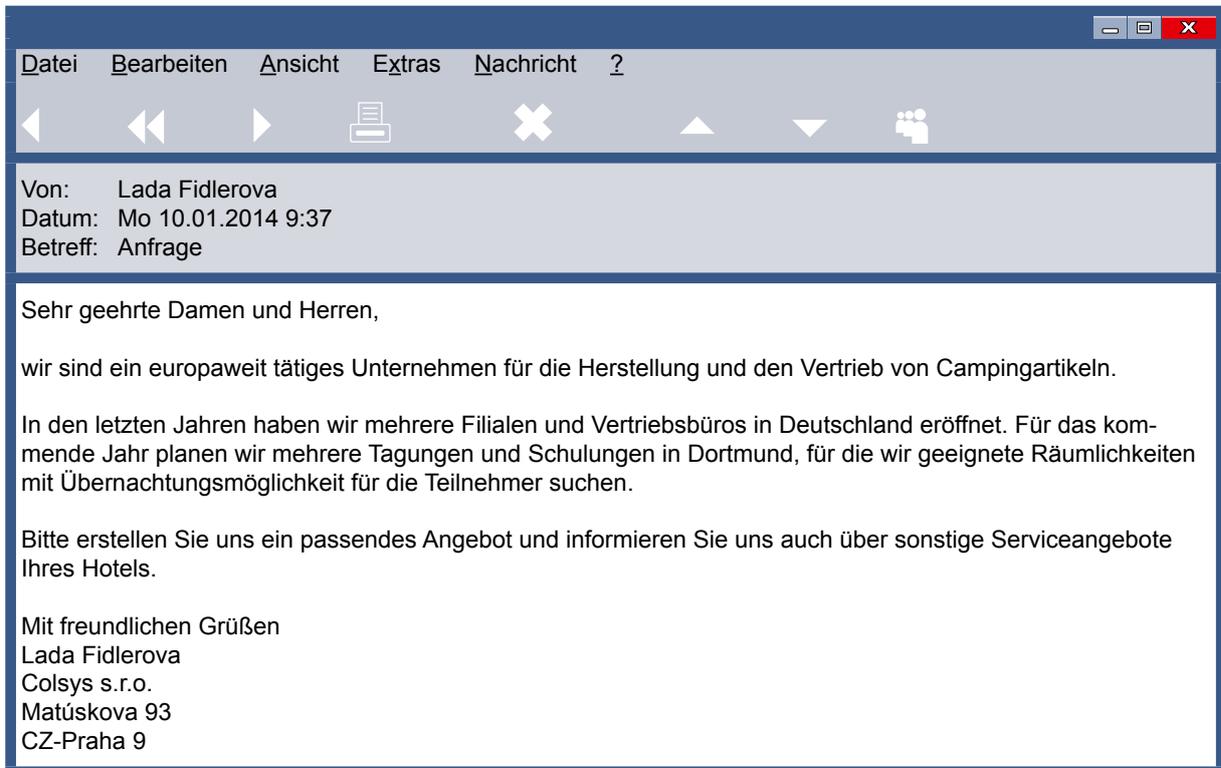
Adressen: MARRION  
Matúskova 93  
CZ-Praha 9

Landmeier Campingartikel GmbH  
Borussiastr. 1  
D-44388 Dortmund  
E-Mail: [Hoffmann@landmeier.de](mailto:Hoffmann@landmeier.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



Als Sachbearbeiter/-in der deutschen Hotelkette FÜRSTENHOF haben Sie die E-Mail von Frau Lada Fidlerova der Firma Colsys s.r.o. erhalten. Antworten Sie der Absenderin per Brief oder E-Mail und gehen Sie auf die folgenden Punkte ein:

- Dank für Anfrage
- Hotelausstattung: gehobener Komfort; Hotellage: Altstadt; Erreichbarkeit: Flughafen, Autobahn, Bahnhof in der Nähe; eigene Tiefgarage
- langjährige Erfahrung bei Tagungen; Angebot: professionelle Assistenz bei Planung, Durchführung von Tagungen; Planungshilfe online (z. B. Bestuhlung, Ausstattung, kulinarisches Angebot)
- Sonderpreise: Gruppen ab 20 Personen, Wochenendtagungen (Freitag 18.00 Uhr - Montag 10.00 Uhr) und für längerfristige Verträge
- Hinweis auf Broschüre (Fotos des Hotels, aktuelle Angebote, Preislisten): Zusendung per Post oder online unter [info@fuerstenhof.de](mailto:info@fuerstenhof.de); kulante Stornoregelung: Anrechnung der Gebühr zu 50 Prozent auf neue Veranstaltungen
- Zusatzangebot: Erlebnisprogramme zur Belohnung der Mitarbeiter oder zur Teamförderung (z. B. Kanufahrten, Kochseminare usw.)
- Einladung: Hotelbesichtigung, Besprechung: Einzelheiten der Zusammenarbeit

**Adressen:** Hotel Fürstenhof  
 Schwanenwall 1  
 D-44139 Dortmund

Colsys s.r.o.  
 Matúskova 93  
 CZ-Praha 9  
 E-Mail: [fidlerova@colsys.cz](mailto:fidlerova@colsys.cz)

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.

Ü 1

Ü 2

Ü 3

Ü 4

### 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 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

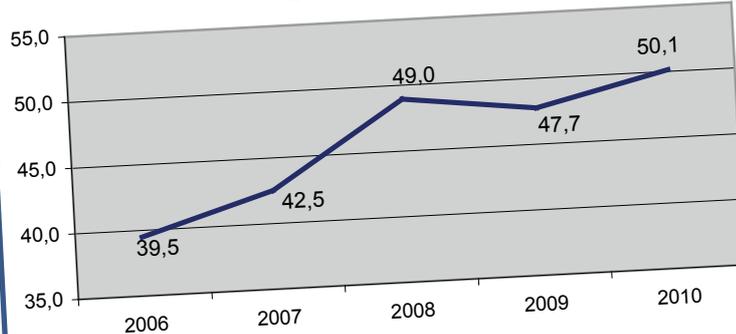
### „RWE AG“

<b>Sitz:</b>	Essen
<b>Gründung:</b>	1898
<b>Branche:</b>	Energieversorgung
<b>Dienstleistungen:</b>	Energietransport und -handel; Weiterbildung
<b>Geschäftstätigkeit:</b>	Deutschland; Zentral- und Südosteuropa

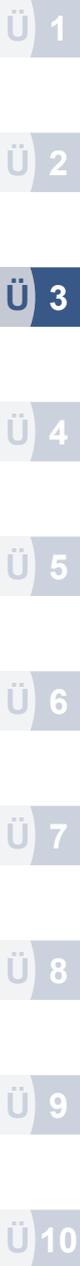
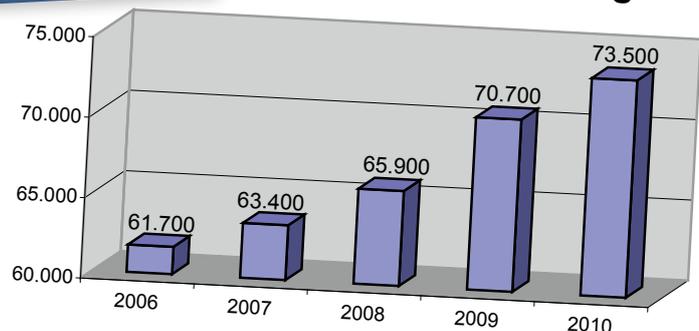
### Unternehmensstrategie

- **Kerngeschäft:** Stromerzeugung
- **Geschäftsausbau:** Festigung der Marktposition (Inland); Kundensegment der „klein- und mittelständischen Unternehmen“, Markterschließung in Nordafrika
- **Investitionsbereiche:** flexible Erzeugungskapazitäten; erneuerbare Energien, Servicegesellschaften für Privatkunden
- **gesellschaftliche Verantwortung:** Bildungs- und Kulturförderung
- **Veränderung der Kundenbedürfnisse:** Energieeffizienz; Klimaschutz; Elektro-Mobilität

**Umsatz**  
in Mrd. Euro



**Mitarbeiterentwicklung**



**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

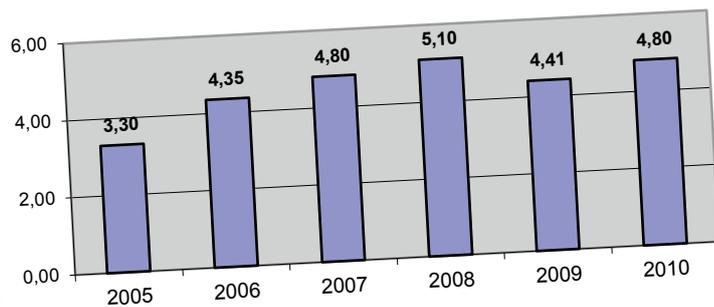
### „GEA Group AG“

**Sitz:** Bochum  
**Gründung:** 1881  
**Branche:** Spezialmaschinenbau  
**Unternehmen in:** mehr als 50 Ländern weltweit;  
 alle Wachstumsregionen  
**Umsatzschwerpunkt:** 70 Prozent im Nahrungsmittel- und Energiesektor

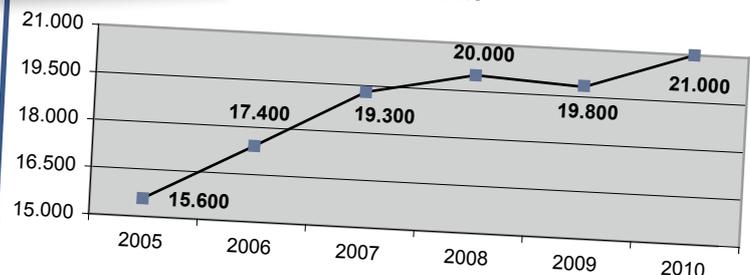
### Unternehmensstrategie

- **Systemanbieter:** Führungsposition in jedem Absatzmarkt; Konzentration auf Kernkompetenzen und Kerntechnologien
- **Ergebnisorientierung:** dezentrale Organisationsstruktur; konsequentes Kostenmanagement
- **Marktorientierung:** Erweiterung der Produktpalette und Erschließung neuer Marktregionen
- **Innovation:** Differenzierung durch Technologievorsprung
- **Förderung internationaler und regionaler Künstler – „Kunst im Unternehmen“**

**Gruppenumsatz**  
in Mrd. Euro



**Anzahl der Mitarbeiter**  
weltweit



**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

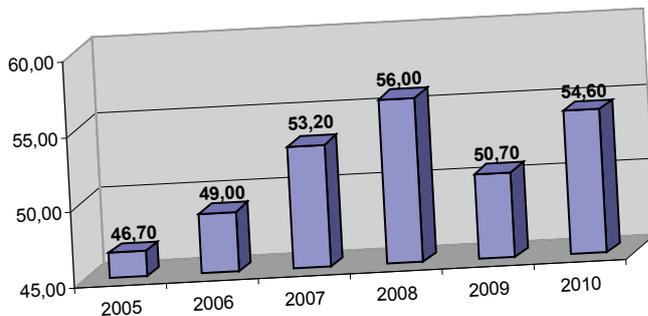
### „Bayerische Motoren Werke AG“

**Sitz:** München  
**Gründung:** 1916  
**Branche:** Automobilhersteller  
**Niederlassungen:** 150 Länder/4 Kontinente  
**Mitarbeiter weltweit:** rund 96.200

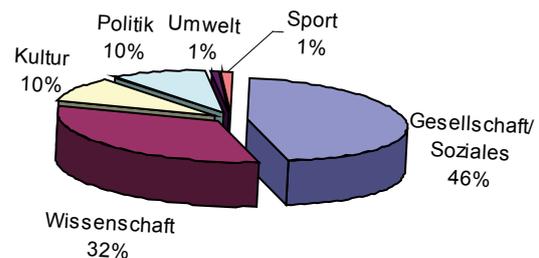
### Unternehmenspolitik

- **Zielsetzung:** führender Anbieter von Premium-Produkten im Bereich der Mobilität; Präsenzstärkung auf internationalen Märkten
- **Forschung und Entwicklung:** Aufspüren von Trends; dezentral weltweit
- **Nachhaltigkeit:** Kundenorientierung in Umwelt- und Klimaschutz (CO2-Einsparung)
- **Unternehmensimage:** Verstärkung der Sponsoringaktivitäten in „Kultur und Gesellschaft“

### Umsatz in Mrd. Euro



### Spendenausgaben 2010 weltweit in %



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

**Aufgabe 3:** Die „RWE AG“ sucht nach einem Konzept für eine überregionale Kampagne zur Bekanntmachung ihres Stromsparkkonzepts. Die Kampagne soll sich nicht nur an den bestehenden Kundenkreis richten, sondern zielt auch auf die Gewinnung neuer Kunden und auf eine allgemeine Imageverbesserung. Es liegen Ihnen interessante Angebote von zwei Agenturen vor. Diskutieren Sie mit einem der beiden Prüfer/Prüferinnen, welcher Anbieter den Zuschlag erhalten soll.

**Zeit:** etwa 10 Minuten

	Agentur A	Agentur B
<b>Unternehmensdaten</b>	gegründet 1970 international tätig	gegründet 2005 europaweit tätig
<b>Konzeptidee</b>	Verantwortung Klimaschutz	Nachhaltigkeit Kostensenkung durch Stromsparen
<b>Zielgruppe</b>	Privatkunden	Privat- und Geschäftskunden
<b>Werbemittel</b>	Medien: Internet, Einrichtung eines Newsletters, Postsendung Kundenkonto: monatliche Reise- gutscheinverlosung	Medien: Internet, Plakate, Stromsparbroschüre Kundenkonto: wöchentliche Gut- schriftverlosung
<b>Kooperationspartner</b>	Stadtwerke Wohnungswirtschaft Handwerk und Industrie	Stadtwerke überregionale Netzanbieter Industrie
<b>Vorbereitungszeit</b>	8 Wochen	12 Wochen
<b>Laufzeit und Gesamtkosten der Kampagne</b>	Laufzeit: 1 Jahr 140.000–160.000 Euro	Laufzeit: 2 Jahre 250.000–280.000 Euro

Ü 1

Ü 2

Ü 3

Ü 4

Ü 5

Ü 6

Ü 7

Ü 8

Ü 9

Ü 10

**Aufgabe 3:** Die „Gea Group AG“ sucht einen Anbieter für das Drucken des Ausstellungskatalogs der hauseigenen Galerie für moderne Kunst. Es liegen Ihnen 2 interessante Angebote vor. Diskutieren Sie mit einem/einer Prüfer/Prüferinnen, welcher Anbieter den Zuschlag erhalten soll.

**Zeit:** etwa 10 Minuten

	Angebot A	Angebot B
<b>Unternehmen</b>	traditionsbewusst 1950 gegründet	modern und innovativ 2007 gegründet
<b>Dienstleistungen</b>	vor Ort und Online Anbieter Beratungsservice durch Fachkräfte, auch Besuche Mediengestaltung: spezialisiert auf Printmedien	Online Anbieter kostenloser Beratungsservice (nur telefonisch oder per Mail) Mediengestaltung: Printmedien und elektronische Medien
<b>Produkte</b>	Kunstkataloge, Postkarten, Prospekte, Plakate	Kataloge, Bücher, CD- und DVD-Cover, Broschüren
<b>Produktion</b>	hauseigene Druckerei jährliche Prüfung durch TÜV QS-Zertifizierung nach ISO 9001	hauseigene Druckerei Partnerdruckereien für Spezialaufträge Umweltschutz durch Recyclingpapier
<b>Druckkosten</b>	100 Stück: 8,90 Euro/Stk. 250 Stück: 6,00 Euro/Stk. 500 Stück: 4,90 Euro/Stk.	150 Stück: 8,10 Euro/Stk. 300 Stück: 5,20 Euro/Stk. 600 Stück: 4,40 Euro/Stk.
<b>Rabatt</b>	bei Vorkasse: 3 %	bei Vorkasse: 5 %
<b>Lieferzeit</b>	Standard: 7-9 Werktage Express: 5-6 Werktage Auftrag erfolgt vor 12.00 Uhr (MEZ)	Standard: 9-11 Werktage Express: 8-9 Werktage unabhängig von Auftragserteilung

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

**Aufgabe 3:** Die „Bayerische Motoren Werke AG“ sucht einen internationalen Anbieter zur Organisation und Durchführung von Fitnessmaßnahmen für ihre Mitarbeiter. Es liegen Ihnen interessante Konzepte von zwei Anbietern vor. Diskutieren Sie mit Ihrem/Ihrer Prüfer/Prüferin, welcher Anbieter den Zuschlag erhalten soll.

**Zeit:** etwa 10 Minuten

	Anbieter A	Anbieter B
<b>Unternehmensdaten</b>	540 Clubs in 24 Ländern weltweit Mitgliederzahl: 280.000	400 Clubs in Europa und Amerika Mitgliederzahl: 400.000
<b>Produkte</b>	Entwicklung eigener Trainingsgeräte	Entwicklung eigener Trainingsgeräte und -methoden
<b>Zusatzangebot</b>	Physiotherapie Kinderbetreuung	Physiotherapie Ernährungsberatung
<b>Konzept</b>	Gruppen- und Einzeltraining spezialisiert auf Altersgruppe: 20 bis 40 Jahre	individuelles Einzeltraining spezialisiert auf Altersgruppe: 50 bis 65 Jahre
<b>Trainingsbereich</b>	Tageslicht getrennte Räume für Frauen und Männer Größe: 1.800-3.000 m <sup>2</sup>	Tages- und Kunstlicht Großflächentraining Größe: 1.700-2.500 m <sup>2</sup>
<b>Kosten pro Mitarbeiter</b>	25 Euro/Monat Vertragslaufzeit: 24 Monate Öffnungszeiten: 7–22 Uhr	32 Euro/Monat Vertragslaufzeit: 12 Monate Öffnungszeiten: 24 Stunden
<b>Trainer</b>	Fitnesstrainer und Sportlehrer 7–22 Uhr	zertifizierte Trainingsleiter und Physiotherapeuten 8–18 Uhr

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 3  
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:  X

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"/>		









# Prüfung Wirtschafts- deutsch International

Übungssatz 3  
Lösungsteil

Familienname

Vorname

Geburtsdatum  Geburtsort

Prüfungsort/Institution

Datum

PWD  LV

Prüfungsteilnehmer-Nr.:

## Leseverstehen / Lösungsbogen

### Aufgabe 1

<b>1</b>	5.000 Modelle/Sonnenbrillen bis hin zu Skibrillen	<b>6</b>	Brille24.de, Netzoptiker.de
<b>2</b>	fast/ca. 4,5 Millionen Euro	<b>7</b>	fünf Milliarden Euro
<b>3</b>	Zusendung von Auswahlmodellen/online Fotomontage mit Brillengestellen	<b>8</b>	Kunden, die sich bereits mit Brillen auskennen/Brillenträger/keine Neukunden
<b>4</b>	keine Filialkosten/gute Personalauslastung	<b>9</b>	Geschäftsausbau im In- und Ausland/Erhöhung des Marktanteils
<b>5</b>	Gestelle von Markenherstellern/ Gläser aus China	<b>10</b>	Frankreich und weitere europäische Länder

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



**Aufgabe 1: Radiosendung**

Sie hören eine Radiosendung. Diesen Text hören Sie zweimal. Lesen Sie zunächst die Aufgaben Nummer 1 bis 10 und das Beispiel durch. 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 fünf Minuten Zeit zur Verfügung, Ihre Lösungen auf den Antwortbogen zu übertragen.

Sie hören eine Radiosendung zum Thema „Sich von der Masse abheben. Die Firma Schuberth stellt Schumis Helm her“.

**Abschnitt 1**

In der Mitte der modernen Produktionshalle stehen in langen Reihen Metallregale. Unzählige Motorradhelme stehen dort akkurat nebeneinander aufgereiht. Schnittige Integral- und federleichte Klapphelme. Das wahre Schmuckstück der Schuberth GmbH aber liegt ein wenig abseits auf einem schmalen Tisch. Kaminrot lackiert, das Visier verspiegelt, chinesische Schriftzeichen sind auf der Oberfläche eingraviert, ein tänzelnder Drache und sieben Sterne. Sieben Sterne für sieben Weltmeistertitel. Geschäftsführer Marcel Lejeune fährt mit seiner Hand liebevoll über die kalte, glatte Oberfläche aus stahlhartem Karbon. „Das ist ein Original“, sagt der gebürtige Belgier stolz. Michael Schumacher schenkte dem Magdeburger Unternehmen seinen Helm nach seinem Abschied aus der Formel Eins. Als eine Art Dankeschön für die gute und vor allem sichere Zusammenarbeit.

Inzwischen sind Schumacher und Schuberth wieder ein Team.

„Der Formel-Eins-Helm ist bei Schuberth eigentlich kein Produkt, was wir in großen Mengen produzieren, sondern es ist die Zusammenfassung, die Synthese unseres ganzen Könnens. Das hat

eigentlich als Konsequenz, dass in jedem von unseren Arbeitsschutzhelmen,- Polizeihelmen, Motorradhelmen oder Feuerwehrhelmen auch ein kleines Stückchen Formel Eins drin ist.“

Seit zehn Jahren mischt die Schuberth GmbH sehr erfolgreich in dem rasant schnellen Geschäft mit. Entwickelt und produziert die überlebenswichtige Kopfbedeckung schon längst nicht mehr nur für Michael Schumacher. Felipe Massa, Fernando Alonso, Nico Rosberg und Nick Heidfeld verlassen sich ebenfalls auf das Hightech-Produkt aus Magdeburg. 1922 wurde das Familienunternehmen in Braunschweig gegründet. Zuerst produzierte man Bierkästen für eine Brauerei. In den Wintermonaten gab es nur wenig zu tun, also erweiterte man sein Angebot, nähte aus Leder Taschen für Fotoapparate. Mit diesem Know-how ging man schließlich zur Innenausstattung von Helmen über.

Der Anfang war gemacht. Innovation habe schon damals eine große Rolle gespielt, erzählt Geschäftsführer Marcel Lejeune.

„Bei Schuberth ist damals der allererste Grubenhelm hergestellt worden, industriell. 1954 ist der erste industrielle Motorradhelm hergestellt worden, '55 schon der erste Helm aus Kunststoff. 1957 schon der erste thermoplastische Helm. Wenn man diese Liste durchgeht, sieht man immer, dass Schuberth immer ganz vorne in der Innovation mit dabei war und auch die Technologie sehr, sehr stark beeinflusst hat über die vergangenen Jahre.“

Vor vier Jahren übernahm ein US-amerikanischer Finanzinvestor das Unternehmen. Produktion, Entwicklung und Vertrieb wurden nach Magdeburg verlegt. 1,5 Millionen Helme stellt die Schuberth GmbH jährlich her, der Umsatz liegt bei 60 Millionen Euro.

Ü 1

Ü 2

Ü 3

Ü 4

Ü 5

Ü 6

Ü 7

Ü 8

Ü 9

Ü 10

**Abschnitt 2**

„Etwa 300 Stunden Handarbeit stecken in jedem unserer Formel-Eins-Unikate“, sagt Lejeune. Bezahlen müssen die Formel-Eins-Fahrer die circa 12.000 Euro teuren Helme jedoch nicht. Dabei erhält jeder Fahrer mindestens zehn Stück.

„Unsere Ausgaben bekommen wir über den Werbeeffekt zurück“, ist sich der Geschäftsführer sicher:

„So wie ich Herrn Schumacher einschätze, wird er von Rennen zu Rennen besser werden. Schuberth hat so oder so Auftrieb, denn wir sind da, um ihn zu schützen und nicht, um für ihn zu fahren.“

Zurück in die Produktionshalle. Dort riecht es ätzend nach Kleber und Kunststoff. Oliver Heutema steht vor dem schmalen Tisch, zerlegt den gebrauchten Schumi-Helm in seine Einzelteile. Kein Problem für den 27-jährigen Ingenieur. Der blonde, schlaksige Mann kennt das Geheimnis der speziellen Montage, Pressevertretern hingegen bleibt es verschlossen. „Eigentlich“, sagt Oliver Heutema, „kann man die Produktionsschritte mit denen eines Motorradhelms vergleichen. Nur der Grundstoff ist ein anderer. Statt sechs Schichten Glasfaser werden bei einem Formel-Eins-Helm bis zu 18 Schichten Kohlefaser verpresst. „

Das Material ist dann extrem stabil, hält Kleinkalibergeschossen locker stand. „Und je kleiner der Kopf, desto leichter der Helm“, erklärt Oliver Heutema, der die Rennfahrer auch vor Ort betreut.

„Michael Schumacher hat einen relativ kleinen Kopf. Er hat Kopfgröße 54. Und da gibt's welche, die haben ordentlich mehr auf dem Kopf. Ich glaub, da ist er ordentlich ausgestattet. Da kann er einen leichten und kleinen Helm fahren. Am Ende ist dieser Helm so bei 1.350 Gramm - absolutes Leichtgewicht.“

Unter den Formel-Eins-Fahrern ist Michael Schumacher aber noch immer ein Schwergewicht, ist sich Oliver Heutema sicher. Ein Siegertyp eben, der der Schuberth GmbH mit zu ihrem Weltruhm verhalf. Seit zehn Jahren kooperiert das Unternehmen mit Ferrari. Derzeit laufen in der Produktionshalle tagtäglich 1.000 Motorradhelme vom Band.

Im vergangenen Jahr blieb der Helmhersteller zwar von der Weltwirtschaftskrise nicht verschont. Trotzdem will Schuberth sein Exportgeschäft forcieren und in diesem Jahr in den USA Fuß fassen. Mit dem Markenzeichen „Made in Germany“ versteht sich, sagt Geschäftsführer Marcel Lejeune:

„Oh, die Krise war schon relativ heftig. Also, den 30-prozentigen Einbruch haben wir auch gehabt. Auf der anderen Seite sind wir relativ positiv eingestellt für die Zukunft, denn Markenprodukte sind immer gefragt. Und deswegen werden wir auch weiterhin in Richtung Markenprodukt, Premiumprodukt mit Innovation arbeiten und versuchen, uns von der Masse eigentlich abzuheben.“

**855 Wörter**

Quelle: Deutschlandfunk, 21.05.2010

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.

Frau Sommer, Werbetexterin bei der Werbeagentur ARTPRINT, informiert sich bei Herrn Leutner, Geschäftsführer der Leutner'schen Buchhandlung, über seine Vorstellungen für ein Werbefaltblatt.

**Herr Leutner:** Leutner'sche Buchhandlung, Leutner. Guten Tag.

**Frau Sommer:** Guten Tag, Herr Leutner. Ich bin Charlotte Sommer von ARTPRINT. Sie hatten uns gebeten, Ihnen Vorschläge für ein Werbefaltblatt zu unterbreiten.

**Leutner:** Ja, wissen Sie, wir haben im letzten Sommer eine Filiale hier in Münster eröffnet und möchten nun durch noch mehr Werbung bekannter werden. Ihre Werbeagentur ist uns mehrfach wegen der außergewöhnlichen und originellen Gestaltungsideen empfohlen worden.

**Sommer:** Das freut mich! Es wäre schön, wenn Sie mir ein paar Informationen über Ihre Buchhandlung geben könnten, damit ich Ihnen konkrete Vorschläge machen kann.

**Leutner:** Gerne. Wir sind eine kleine Buchhandlung und müssen uns wirklich etwas einfallen lassen, um gegen die starke Konkurrenz von Buchketten und Onlinehandel zu bestehen.

**Sommer:** Und was ist die Besonderheit an Ihrer Buchhandlung?

**Leutner:** Bei uns sollen sich die Menschen wohlfühlen, immer wieder gerne kommen. Darum haben wir unser Geschäft als Büchercafé gestaltet.

**Sommer:** Das klingt interessant. Was kann ich mir denn genau darunter vorstellen?

**Leutner:** Der Laden ist sehr gemütlich eingerichtet, mit Sesseln und kleinen Tischchen, an denen wir Kaffee servieren oder während der Autorenlesungen auch Wein.

**Sommer:** Sie organisieren Autorenlesungen?

**Leutner:** Ja, jeden Freitag. Wir haben viele bekannte, aber auch noch unbekanntere Autoren hier. Die Lesungen sind immer sehr gut besucht.

**Sommer:** Wo liegt denn Ihre Buchhandlung eigentlich?

**Leutner:** Mitten in der Altstadt, in einem historischen Gebäude. Gleich nebenan liegt ein italienisches Restaurant, mit dem wir gemeinsame Veranstaltungen planen. Wir wollen monatliche Kochabende veranstalten, bei denen dann auch unsere Kochbücher präsentiert werden.

**Sommer:** Und wer übernimmt die Bücherpräsentation?

**Leutner:** Wir selbst. Jeder unserer 12 Vollzeit-Angestellten hat ein spezielles Fachgebiet. So können wir unsere Kunden auch wirklich kompetent beraten. Und unsere Kunden danken uns das. Wir erreichen damit alle Altersgruppen und haben fast 80 Prozent Stammkunden.

**Sommer:** Ja, so eine Beratung wünsche ich mir auch oft, wenn ich nach einem Buch suche. Welche Bücher bieten Sie denn noch an?

**Leutner:** Wir haben natürlich alle gängigen Titel da. Außerdem bieten wir einen Expresslieferdienst an. Jedes Buch, das morgens bis 10.00 Uhr bestellt wird, kann noch am gleichen Tag ab 18.00 Uhr abgeholt werden. Bei Auslandsbesorgungen müssen wir nach der Lieferbarkeit schauen.

**Sommer:** Gibt es noch etwas, worauf ich bei der Werbung eingehen sollte?

**Leutner:** Sehr gut kommt unser Kinderlesezimmer an, in dem sich die Kinder aufhalten können, während ihre Eltern in aller Ruhe in unseren Büchern stöbern. Aber am besten schauen Sie sich unsere Buchhandlung einmal selbst an!

**Sommer:** Sehr gerne. Bis dahin mache ich mir schon einmal Gedanken über die Gestaltung des Falts. Haben Sie da schon genauere Vorstellungen von dem Format?

**Leutner:** Ja, das hatte ich schon mit Ihrem Kollegen Herrn Oslowsky besprochen. Ich habe mich

Ü 1

Ü 2

Ü 3

Ü 4

Ü 5

Ü 6

Ü 7

Ü 8

Ü 9

Ü 10

## Aufgabe 2: Telefonat

für das vierseitige Standardformat mit vier Farben und glänzenden Bildern entschieden.

**Sommer:** Schön! Passt es Ihnen am nächsten Mittwoch? Dann können wir über die genaue Gestaltung des Werbefalters sprechen.

**Leutner:** Mittwoch?... Ja, Mittwoch habe ich Zeit! So gegen 10.00 Uhr?

**Sommer:** Gut. Wir müssten dann auch die Auflagenstärke festlegen, damit ich Ihnen einen konkreten Preis machen kann.

**Leutner:** Perfekt! Dann weiß ich auch, ob ich noch genug Werbebudget für ein Poster für die Autorenlesungen habe. Das könnten wir dann alles am Mittwoch besprechen!

**Sommer:** Gern! Dann bis Mittwoch! Auf Wiederhören, Herr Leutner!

**Leutner:** Auf Wiederhören, Frau Sommer!

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>				
											<b>Note:</b>				

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

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

Unterschrift Prüfer 1

Unterschrift Prüfer 2

Datum

Ü 9

Ü 10

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