

**Zusätzliches Lesen (mit dem Wörterbuch)****Folgen der Tschernobylkatastrophe für die Umwelt...**

Der Unfall im Tschernobylkernkraftwerk 1986 wurde zu einer der folgenschwersten ökologischen Katastrophen internationalen Maßstabes. Durch die gewaltige Explosion wurden hochradioaktive Stoffe in die Atmosphäre abgegeben. Eine radioaktive Staubwolke verbreitete die Verseuchung über große Territorien. Die Radionukleide legten sich auf Felder, Wälder und Städte, vergifteten Menschen, Tiere und Trinkwasser-Reservoirs. Große Flächen sind nicht mehr nutzbar und bewohnbar geworden.

Es wurden sofortige Maßnahmen zur Strahlenbekämpfung getroffen. Die ganze Welt hat zur Durchführung von vorrangigen Umweltschutzmaßnahmen und zum Aufbau von Orten für die Endlagerung radioaktiver Stoffe beigetragen.

In den verstrahlten Gebieten werden eine konsequente Kontrolle der Umwelt und der Gesundheit der Menschen, die Maßnahmen zur Eindämmung der radioaktiven Verseuchung und zur Rettung der erkrankten Menschen durchgeführt. Aus den gefährlichsten Regionen sind die Menschen evakuiert worden.

Dennoch sind die Gefahren und Folgen dieser Katastrophe für die Menschheit, wie die Wissenschaftler befürchten, unkalkulierbar. Es werden immer mehr neue Areale entdeckt, die durch den Störfall von Tschernobyl verstrahlt sind. Immer mehr Menschen, besonders Kinder, werden in Zukunft an Schilddrüsenkrebs und Leukämie erkranken. Die Tier- und Pflanzenwelt in den Gebieten, über die die Strahlenwolke gezogen war, ist bedroht. Haustiere können da erblinden oder taub werden, bei Pferden und Kühen können Missgeburten kommen....

Während die Langzeitfolgen der Reaktorkatastrophe von Jahr zu Jahr deutlicher werden, wächst zugleich die Gefahr eines neuen Tschernobyl. In der Welt sind mehrere Atomkraftwerke in Betrieb, die früher oder später explodieren. Das sind gigantische Minen mit Zeitzählern. Die Atomenergie-Befürworter behaupten jedoch, die Atomenergie sei die billigste, die gefahrloseste, die ökologisch unbedenklichste und zum Schutz gegen die Klimakatastrophe unbedingt notwendig.

Äußern Sie sich zum Inhalt des Textes! Die folgenden Fragen können Ihnen eine Hilfe sein:

1. Welche Auswirkungen hatte und hat die Tschernobylkatastrophe auf die Umwelt?
2. Welche Schäden hat die Explosion im Atomkraftwerk hervorgerufen?
3. Welche Maßnahmen wurden in den ersten Tagen nach der Havarie getroffen?
4. Was befürchten die Wissenschaftler in Bezug auf die Folgen der Katastrophe in Zukunft?
5. Ist die Gefahr eines neuen Tschernobyl unvermeidlich?
6. Wie verhalten Sie sich zu Kernkraftwerken als Energiequelle?

F. Genau. Und noch eines: **haben + zu + Infinitiv** drückt meistens die Notwendigkeit (необходимость), **sein + zu + Infinitiv** die Notwendigkeit oder die Möglichkeit (необходимость или возможность) einer Handlung aus. Der Kontext ist dabei sehr wichtig.

Diese Tabelle hilft beim Verstehen der Konstruktion:

haben + zu + Infinitiv aktive Handlung <i>Notwendigkeit (selten Möglichkeit)</i>	sein + zu + Infinitiv passive Handlung <i>Notwendigkeit oder Möglichkeit</i>
Die Unternehmen <u>haben</u> die Marktveränderungen <u>zu berücksichtigen</u> . = Die Unternehmen <u>müssen (sollen)</u> die Marktveränderungen <u>berücksichtigen</u> .	Die Kundenwünsche <u>sind</u> dabei <u>zu berücksichtigen</u> . = Die Kundenwünsche <u>müssen (sollen)</u> , (<i>ohne Kontext auch können</i>) dabei <u>berücksichtigt werden</u> .
Предприятия <u>должны учитывать</u> изменения на рынке.	Желания покупателей <u>должны (могут)</u> при этом <u>учитываться</u> .

Ü 6 Sagen Sie folgende Sätze auf Russisch!

a) 1. Wir haben diesen Begriff wissenschaftlich zu definieren. 2. Die Unternehmen haben sorgfältig auf die Marktveränderungen zu reagieren. 3. Der Absatzmarkt hat den Ausgangspunkt aller Planungen zu bilden. 4. Die Unternehmen haben das

Marktgesehen aufmerksam zu beobachten. 5. Diese Konzeption hat den Erfolg zu sichern. 6. Der Markt hat in erster Linie die Kundenwünsche zu berücksichtigen. 7. Die Kundenwünsche haben dabei eine vorrangige Rolle zu spielen.

b) 1. Darunter ist die Orientierung der Unternehmen auf die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden zu verstehen. 2. Auf dem Käufermarkt sind die vorhandenen Kundenwünsche zu erforschen. 3. Es sind nicht nur aktuelle, sondern auch latente Bedürfnisse der Kunden zu erforschen. 4. Die

Marktforschung ist sorgfältig durchzuführen. 5. Zunächst sind Informationen über die gegebenen Marktverhältnisse zu erarbeiten. 6. Auf der Grundlage der erhaltenen Ergebnisse sind Absatzprognosen aufzustellen. 7. Die Betriebsbedingungen sind zu berücksichtigen.

Ü 7 Setzen Sie die Sätze in der Übung 6 a) und b) ins Präteritum! Übersetzen Sie sie danach!

Beispiel: a) Wir hatten diesen Begriff wissenschaftlich zu definieren.
b) Darunter war ... zu verstehen.

**Ü 8 Ersetzen Sie *haben, sein + zu + Infinitiv* in der Übung 6 a) und b) durch die Modal-
verben mit dem Infinitiv! Beachten Sie unter Punkt b) die passive Handlung!**

Beispiel: a) Wir haben diesen Begriff wissenschaftlich zu definieren. →
Wir müssen diesen Begriff wissenschaftlich definieren.
b) Die Betriebsbedingungen sind zu berücksichtigen. →
Die Betriebsbedingungen müssen berücksichtigt werden.

Ü 9 Sagen Sie folgende Sätze auf Deutsch!

1. Согласно концепции маркетинга, необходимо постоянно изучать потребности и желания покупателей. 2. На основании полученных результатов можно было составить прогнозы по сбыту. 3. На основании этих прогнозов можно сформулировать стратегические, тактические и оперативные цели маркетинга.

4. При этом нужно было учитывать производственные условия. 5. На рынке можно купить различные товары. 6. Этому понятию нужно дать научное толкование (определение). 7. Рынок сбыта должен быть исходным пунктом любого планирования.

Ü 10 Berichten Sie über alles, was Sie jetzt über das Marketing wissen!

Die Fragen auf der Seite 158 können Ihnen dabei helfen.



Lesen Sie vor!

Was ist Marktwirtschaft?

- A. Man hört so viel über den Begriff „Marktwirtschaft“. Was ist das genau?
W. Erinnere dich an das Kapitel „Die deutschsprachigen Länder“. „Marktwirtschaft“ ist die Bezeichnung für eine Wirtschaftsordnung, in der die Lenkung des Wirtschaftsprozesses durch die sich am Markt bildenden Preise erfolgt.
A. Wie ist dabei die Rolle des Staates?
W. Bei der freien Marktwirtschaft erfolgt dieser Prozess ohne Eingriffe des Staates. Bestimmend im ganzen Prozess ist der Wettbewerb.
Eine Marktwirtschaft ist durch Gewerbefreiheit, durch die Freiheit der Berufs- und Arbeitsplatzwahl sowie durch das Recht auf Privateigentum an den Produktionsmitteln gekennzeichnet.
A. Dann ist bestimmt für das erfolgreiche Funktionieren der Marktwirtschaft die ständige Marktforschung von besonderer Bedeutung oder?
W. Du hast Recht. Hier habe ich eine ausführliche Information zum Problem der Marktforschung. Sie ergänzt unser Gespräch über Marketing.

Marktforschung

Bei dem Marketing-Konzept spielen zwei Aspekte eine Rolle: der bestmögliche Absatz einer bestimmten Ware unter Berücksichtigung der Wünsche des poten-

tiellen Kunden. Der zweite Aspekt macht deshalb die Marktforschung zu einem bedeutenden Instrument der Unternehmen, die konkurrenzfähig sein wollen.

Eine gute Marktanalyse sollte einen längeren Zeitraum umfassen und erfordert bedeutende Geldmittel, damit Fehlplanungen möglichst vermieden werden.

Das wichtigste Ziel dabei ist, dass die Erzeugnisse den verschiedensten Vorstellungen der Kunden entsprechen, mit anderen Worten, die Befriedigung der Kundenwünsche.

Deshalb ist es für einen sicheren und anhaltenden Absatz des betreffenden Artikels wichtig, dass seine Qualität, Verpackung und sein Preis im Verhältnis zur Menge einen günstigen Eindruck auf die Kunden machen und so ihre Wünsche befriedigen.

Da sich der Geschmack und die Ansprüche der Kunden häufig ändern, sind die damit verbundenen Marktveränderungen rechtzeitig zu erkennen. So kann es z.B. passieren, dass eine bestimmte Ware, die jahrelang gut verkauft wurde, immer weniger verlangt wird. Andererseits kann ein ähnliches Produkt plötzlich einen viel besseren Absatz finden. Auf diese Veränderung der Verbraucherwünsche muss natürlich reagiert werden. Aber auch weniger nachgefragte bzw. benötigte Erzeugnisse können bei einer gut organisierten Werbung verkauft werden. In diesem Fall geht es darum, dass die Verbraucher das kaufen, was erzeugt wird, und nicht, was der Kunde wirklich will oder braucht.

Die Marktforschung hat also drei große Ziele:

- ◆ die Befriedigung der Kundenwünsche,
- ◆ das Erkennen der Marktveränderungen,
- ◆ die Anpassung an die Marktveränderungen.

Verfolgt die Produktions- und Planungsabteilung eines Betriebs auf der Grundlage einer Marktanalyse diese drei Ziele, so kann für die Absatzmöglichkeiten eines Produkts eine ziemlich genaue Prognose erstellt werden. Wenn ein Unternehmen den Markt ständig beobachtet und somit über die aktuelle Marktlage informiert ist, so kann es seine Produkte entsprechend den neuen Bedürfnissen und Verbraucherwünschen herstellen.

Das bedeutet, die Produktion wird vom Markt bestimmt und nicht umgekehrt.

VOKABELLISTE

Substantive		Verben	
der Geschmack	die Freiheit, -en	passieren (ist passiert)	
der Konsum	die Lenkung	sich richten (hat sich gerichtet) nach D	
	die Marktlage	zuordnen (hat zugeordnet) D	
die Anpassung, -en	die Produktionsmittel (pl)	Adjektive und andere Wörter	
die Befriedigung, -en	die Wirtschaftsordnung, -en	anhaltend	konkurrenzfähig
die Berücksichtigung, -en		bestmöglich	möglichst
die Fehlplanung, -en	das Privateigentum an D	betreffend	nachgefragt
		jahrelang	zur Folge haben

- Welche Aspekte spielen bei dem Marketing-Konzept eine Rolle?
- Welcher Aspekt ist besonders wichtig? Warum?
- Was ist das wichtigste Ziel der Marktanalyse?
- Welchen Anforderungen muss die angebotene Ware entsprechen?
- Warum müssen die Marktveränderungen sofort erkannt werden?
- Was sind die Ziele der Marktforschung?
- Was hat die Berücksichtigung dieser Ziele zur Folge?

Ü 11 Ergänzen Sie! Antworten Sie!

1. ... macht die Marktforschung zu einem wichtigen Instrument der Unternehmen?
2. ... Zeitraum muss eine gute Marktanalyse umfassen? 3. ... muss die angebotene Ware einen günstigen Eindruck machen?
4. ... Wünschen müssen die Waren entspre-

chen? 5. ... kann ein Unternehmen die Kundenwünsche erfahren? 6. ... erfordert eine gute Marktanalyse? 7. ... wird die Produktion bestimmt? 8. ... Ziele hat die Marktforschung?

Ü 12 Ergänzen Sie!

1. Nur durch ... kann ein Unternehmen die Kundenwünsche erfahren. 2. Eine gute Marktanalyse erfordert bedeutende 3. Das wichtigste Ziel einer Marktanalyse ist ... der Kundenwünsche. 4. Die angebotene Ware muss ... der Kunden entsprechen. 5. Man

muss ... rechtzeitig erkennen. 6. ... der Kunden ändern sich häufig. 7. ... der Verbraucherwünsche ist zu berücksichtigen. 8. Bei einer guten ... können auch weniger nachgefragte Erzeugnisse verkauft werden.

die Werbung ♦ die Befriedigung ♦ Marktveränderungen ♦ die Marktforschung ♦ die Veränderung ♦ die Ansprüche ♦ die Vorstellungen ♦ Geldmittel

Ü 13 Bilden Sie Minidialoge!

①

- A. ?
 B. Der bestmögliche Absatz einer Ware unter Berücksichtigung der Kundenwünsche.
 A. Welcher der beiden Aspekte ist besonders wichtig?
 B.

②

- A. Auf welche Weise kann ein Unternehmen die Kundenwünsche erfahren?
 B.

- A. ?
 B. Ja, durch die Marktforschung kann das Unternehmen auf den großen Märkten konkurrenzfähig sein.

③

- A. Was für einen Zeitraum hat eine gute Marktanalyse zu umfassen?
 B.
 A. ?
 B. Eine gute Marktanalyse erfordert bedeutende Geldmittel.

④

- A. Wonach muss sich die angebotene Ware richten?
 B.
 A. ?
 B. Der Preis einer Ware, ihre Qualität und Verpackung müssen einen günstigen Eindruck auf die Kunden machen.

⑤

- A. Warum sind die Marktveränderungen rechtzeitig zu erkennen?
 B.
 A. ?
 B. Ja, diese Veränderung der Verbraucherwünsche ist zu berücksichtigen.

Ü 14 Gebrauchen Sie grammatische Synonyme! Erklären Sie in Ihrer Muttersprache, wie Sie diese Sätze verstehen! Benutzen Sie, wenn nötig, ein Wörterbuch!

Beispiel: Alle Marketingaktivitäten sind aufeinander abzustimmen. →

Alle Marketingaktivitäten muss man aufeinander abstimmen.

Alle Marketingaktivitäten müssen aufeinander abgestimmt werden.

1. Marketing ist heute als Unternehmensphilosophie zu sehen. 2. Es darf niemals vergessen werden, dass der Erfolg des Marketing vom Handeln abhängig ist. 3. Die Marketingabteilung soll vor allem grundsätzliche Planungs-, Koordinations-, und Überwachungsaufgaben erfüllen. 4. Bei der Erstellung eines Marketingkonzepts darf die Feststellung von Verantwortlichkeiten nicht vergessen werden. 5. Marketing kann verstanden werden als die aktive Gestaltung der Beziehung zwischen dem Menschen, der etwas verkaufen will, und dem Menschen, der etwas kaufen soll. 6. Kundenbeschwerden sind

nicht als Störungen, sondern als unentgeltliche Unternehmensberatung zu betrachten. 7. Verhalten und Tun aller Mitarbeiter sind allein auf den Nutzen der Kunden auszurichten. 8. Bei den Begriffen internes Marketing und externes Marketing muss man zwischen dem materiellen Service und dem persönlichen Service unterscheiden. 9. Der Verbraucher muss in Zukunft vor der unerwünschten Werbung geschützt werden. 10. Marketing soll die Erfolgspotenziale des Unternehmens aufbauen, voll ausschöpfen und langfristig sichern.

Ü 15 Ordnen Sie zu und erklären Sie! Unbekannte Wörter schlagen Sie im Wörterbuch nach!

Beispiel: 1) + c) → Das Grundprinzip der Marktwirtschaft ist das Individualprinzip.

- Aufgabe:*
- | | |
|---------------------------------------|--|
| 1) Grundprinzip | a) Preisbildung auf den Märkten |
| 2) Träger der Planung | b) Marktgegebenheiten |
| 3) Koordinationsprinzip | c) Individualprinzip |
| 4) Eigentum an den Produktionsmitteln | d) Rentabilität |
| 5) Zielsetzungen der Betriebe | e) Privateigentum |
| 6) Entscheidungen über Investitionen | f) Entscheidung der Betriebe |
| 7) Steuerung der Produktion | g) die einzelnen Wirtschaftssubjekte |
| 8) Bestimmung des Verbrauchs | h) freie Konsumwahl |
| 9) Einkommensverteilung | i) Exporte und Importe durch freie Entscheidungen der Wirtschaftssubjekte |
| 10) Außenhandel | j) durch Beteiligung an der Produktion; Preisbildung auf den Märkten für Produktionsmittel |

Ü 16 Sagen Sie folgende Sätze auf Deutsch!

1. В концепции маркетинга самую важную роль играет учет желаний покупателей. 2. Желания покупателей можно узнать путем изучения рынка. 3. Эффективный анализ рынка должен охватывать более продолжительный период времени. 4. Такой анализ требует значительных денежных средств. 5. Основной целью анализа рынка является удовлетворение желаний покупателей.

6. Предлагаемый товар должен соответствовать самым разнообразным представлениям покупателей. 7. Важно, чтобы качество, упаковка и цена товара производили благоприятное впечатление на покупателя. 8. Необходимо постоянно изучать изменения рынка. 9. Рынок определяет производство, а не наоборот.



Zusätzliches Lesen (mit dem Wörterbuch)

Werbung in Deutschland

Nicht für alles, was produziert wird, findet man zu kostendeckenden Preisen einen Käufer. Deshalb müssen die Firmen die künftige Entwicklung am Markt ständig verfolgen und dementsprechende Marketingstrategien ausarbeiten. Dazu gehören vor allem Marktforschung, Produkt- und Preisgestaltung sowie Werbung.

Aufgrund des zunehmenden Wettbewerbs wird die Werbung immer wichtiger. Die Kunden bzw. potentiellen Käufer werden intensiv mit verschiedenen Werbemitteln angesprochen. Dies geschieht durch Inserate in Zeitungen, durch Plakate, Werbefriefe, aber auch durch Werbesendungen im Rundfunk und Fernsehen.

Im Werbefunk und -fernsehen werden die Menschen einer ständigen „Reklamemeduse“ ausgesetzt. In Kinos, an Litfass-Säulen und auf Plakaten zwingen die großen Firmen dem Betrachter ihre Namen auf. Flugzeuge schleppen Transparente hinter sich her, und manchmal schwebt auch ein Luftschiff über den Städten.

Manch einer, der nur einen Parkplatz sucht, wird zum Kauf verleitet, denn

dann braucht er keine Parkgebühr zu bezahlen. Weckung eines immer neuen Bedarfs ist die Aufgabe der Werbefachleute!

Ein Betrieb hat aber auch zu bedenken, dass Werbung allein nicht genügt.

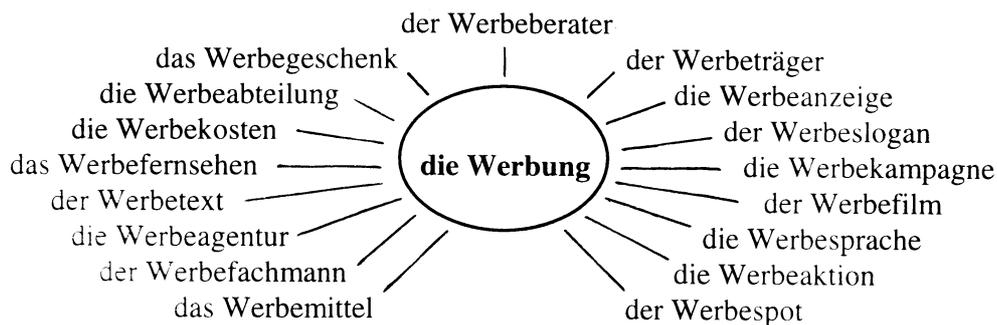
Auch an die Schulung des Verkaufspersonals muss gedacht werden. Dabei geht es um die Fragen, wie man erfährt, was der Kunde wirklich braucht und wünscht und wie man die besten Verkaufsargumente findet. Wirkt eine Werbung positiv, d.h. sind die Kunden schließlich wirklich am Kauf interessiert, dann muss die Firma ihre Waren auch liefern können, sonst ist die Gefahr groß, dass stattdessen die Produkte bei der konkurrierenden Firma gekauft werden.



Berichten Sie!

1. Was gehört zu Marketingstrategien? Nennen Sie alle Möglichkeiten!
2. Welche Rolle spielt dabei die Werbung? Sprechen Sie ausführlich darüber!
3. Wie schätzen Sie als Kunde die Werbung ein? Erleichtert Ihnen die Werbung das Einkaufen?

Welche Definition passt?



1. Abteilung eines Betriebs, die für die Werbung zuständig ist;
2. Werbeabteilung;
3. der Werbung dienende Aktion;

4. kurzer Film, mit dem für etwas Reklame gemacht wird;
5. Gegenstand, der an Kunden und Geschäftsfreunde verteilt wird;
6. Medium, durch das Werbung verbreitet werden kann (Litfass-Säule, Zeitung, Rundfunk usw.);
7. zur Werbung bestimmte Anzeige;
8. in Werbung verwendete Redensart;
9. der Werbung dienende Kampagne;
10. für Werbetexte charakteristische Sprache;
11. Kosten für die Werbung;
12. Text, der über ein Produkt werbend informieren soll;
13. Fachmann auf dem Gebiet der Werbung;
14. der Werbung dienendes Mittel;
15. für bezahlte Werbung vorgesehener Teil des Fernsehprogramms;
16. kurzer Werbefilm im Kino und Fernsehen;
17. jemand, der berufsmäßig Firmen in Fragen des Marketings berät und für sie Werbekampagnen durchführt.

Wie verstehen Sie diese Sprichwörter?

1. Augen auf, Kauf ist Kauf.
2. Wer kauft, hat hundert Augen nötig, wer verkauft, nur eins.
3. Jeder Kaufmann lobt seine Ware.
4. Gut gelobt ist halb verkauft.
5. Gute Ware lobt sich selbst.
6. Schöne Schilder, schlechte Ware.
7. Wer ein blindes Pferd verkaufen will, lobt die Füße.
8. Viele Käufer machen die Ware teuer.
9. Richtig zählen, ehrlich messen darf der Kaufmann nicht vergessen.

Abschnitt 4.2

Thema: Management

Grammatik: sich lassen + Infinitiv

Sprachliche Handlung: Komplexe Zusammenhänge

Handelnde Personen: S. Krotow (K) – Manager, Sergej (S) – Student

Was ist „Management“?

- K.** Das Wort „Management“ ist zu einem weit verbreiteten Begriff geworden. Was stellst du dir unter diesem Wort vor? Für einen künftigen Ingenieur in

einem modernen Betrieb ist es wichtig, dass er sich in diesem Bereich gut auskennt.

S. Ich glaube, es wäre schön, wenn wir genauer darauf eingehen könnten.

K. Gern. Kurz gesagt, umfasst Management alle zur Steuerung einer Unternehmung notwendigen Aufgaben.

S. Wie lassen sich die Begriffe „Betrieb“, „Unternehmen“, „Unternehmung“ unterscheiden? Sind sie denn nicht alle gleich?

K. Die Wirtschaft arbeitet in Produktionseinheiten, die Betrieb genannt werden. Der Betrieb ist demnach eine technische und organisatorische Einheit. Nach außen tritt der Betrieb (oder mehrere Betriebe zusammen) in einer bestimmten Rechtsform als Unternehmung (= Unternehmen) auf, die eine kaufmännische und wirtschaftliche Einheit darstellt. Es gibt noch den Begriff „Firma“. Die „Firma“ ist nur der Name der Unternehmung.

S. Interessant. Und wie ist so ein Betrieb organisiert?

K. Ich habe hier einen Text, in dem du eine Antwort darauf finden kannst.

S. Der ist aber ziemlich lang.

K. Wenn du dich in diesem Bereich auskennen willst, musst du wohl oder übel¹ den ganzen Text lesen.

¹ wohl oder übel – хочешь не хочешь, волей-неволей



Lesen Sie!

Arbeitsorganisation in einem Betrieb

Die Menschen haben ihr Zusammenleben in Gruppen schon immer nach dem Prinzip der Arbeitsteilung organisiert. In einem Betrieb, in dem mehrere Personen beschäftigt sind, muss festgelegt werden, welche Aufgaben der Einzelne zu erfüllen hat.

Dabei entspricht es dem ökonomischen Prinzip, dass eine Person oder eine Gruppe von Personen bestimmte gleichartige Aufgaben erfüllt. Eine solche organisatorische Zusammenfassung gleichartiger Aufgaben führt zur Bildung von Abteilungen. Die Arbeit in den verschiedenen Abteilungen ist jedoch nur dann effektiv, wenn die Pflichten der Mitarbeiter genau geregelt sind. Das heißt, es muss festgelegt werden, ob eine Person oder Personengruppe die Arbeit allein oder nur in Verbindung mit anderen ausführt oder ausführen soll, wer für was verantwortlich ist und wem gegenüber Rechenschaft abzulegen ist. Auch die Beziehungen zu anderen Abteilungen und zur Geschäftsleitung sowie der Informationsfluss im Einzelnen sind vorgeschrieben.

Die genaue Gliederung eines Betriebes in Abteilungen ist natürlich von der Art und der Größe des Betriebes abhängig. Es sind verschiedene Organisationsformen entstanden. In der Ökonomie der sozialen Marktwirtschaft, wie

einem modernen Betrieb ist es wichtig, dass er sich in diesem Bereich gut auskennt.

- S. Ich glaube, es wäre schön, wenn wir genauer darauf eingehen könnten.
- K. Gern. Kurz gesagt, umfasst Management alle zur Steuerung einer Unternehmung notwendigen Aufgaben.
- S. Wie lassen sich die Begriffe „Betrieb“, „Unternehmen“, „Unternehmung“ unterscheiden? Sind sie denn nicht alle gleich?
- K. Die Wirtschaft arbeitet in Produktionseinheiten, die Betrieb genannt werden. Der Betrieb ist demnach eine technische und organisatorische Einheit. Nach außen tritt der Betrieb (oder mehrere Betriebe zusammen) in einer bestimmten Rechtsform als Unternehmung (= Unternehmen) auf, die eine kaufmännische und wirtschaftliche Einheit darstellt. Es gibt noch den Begriff „Firma“. Die „Firma“ ist nur der Name der Unternehmung.
- S. Interessant. Und wie ist so ein Betrieb organisiert?
- K. Ich habe hier einen Text, in dem du eine Antwort darauf finden kannst.
- S. Der ist aber ziemlich lang.
- K. Wenn du dich in diesem Bereich auskennen willst, musst du wohl oder übel¹ den ganzen Text lesen.

¹ wohl oder übel – хочешь не хочешь, волей-неволей



Lesen Sie!

Arbeitsorganisation in einem Betrieb

Die Menschen haben ihr Zusammenleben in Gruppen schon immer nach dem Prinzip der Arbeitsteilung organisiert. In einem Betrieb, in dem mehrere Personen beschäftigt sind, muss festgelegt werden, welche Aufgaben der Einzelne zu erfüllen hat.

Dabei entspricht es dem ökonomischen Prinzip, dass eine Person oder eine Gruppe von Personen bestimmte gleichartige Aufgaben erfüllt. Eine solche organisatorische Zusammenfassung gleichartiger Aufgaben führt zur Bildung von Abteilungen. Die Arbeit in den verschiedenen Abteilungen ist jedoch nur dann effektiv, wenn die Pflichten der Mitarbeiter genau geregelt sind. Das heißt, es muss festgelegt werden, ob eine Person oder Personengruppe die Arbeit allein oder nur in Verbindung mit anderen ausführt oder ausführen soll, wer für was verantwortlich ist und wem gegenüber Rechenschaft abzulegen ist. Auch die Beziehungen zu anderen Abteilungen und zur Geschäftsleitung sowie der Informationsfluss im Einzelnen sind vorgeschrieben.

Die genaue Gliederung eines Betriebes in Abteilungen ist natürlich von der Art und der Größe des Betriebes abhängig. Es sind verschiedene Organisationsformen entstanden. In der Ökonomie der sozialen Marktwirtschaft, wie

sie in der Bundesrepublik Deutschland entwickelt wurde, findet man heute viele Formen, die sich auf einige Grundmodelle zurückführen lassen. Sehen wir uns solche Modelle mit den Augen eines Ingenieurs oder Managers etwas genauer an:

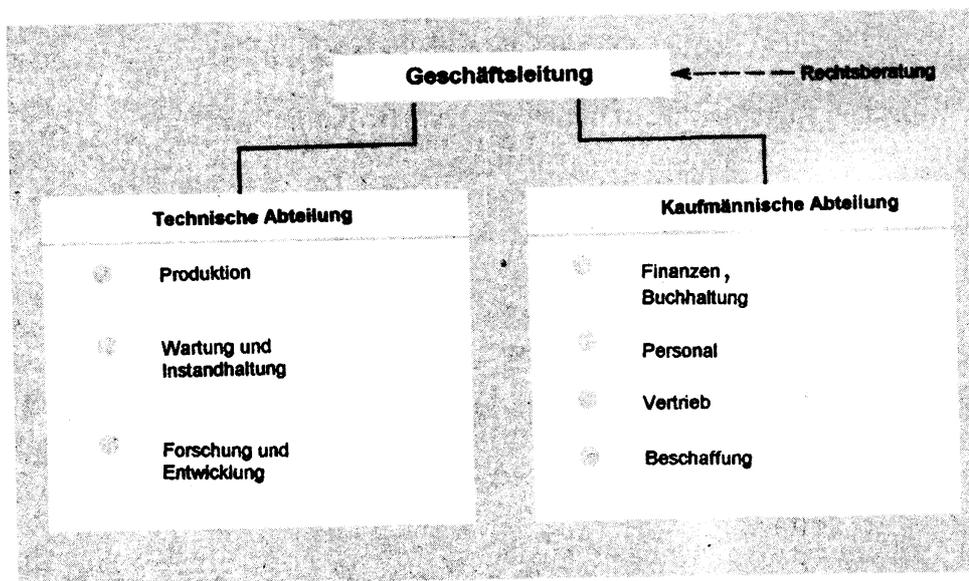
Modell I: Kleiner und mittlerer Betrieb, bis zu 300 Beschäftigte

Die Ziele für die Produktion werden in einem kleinen oder mittleren Betrieb von der Gesamtleitung des Betriebes vorgegeben. Hier arbeiten der Leiter der technischen Abteilung und der Leiter der kaufmännischen Abteilung zusammen. Häufig stellen sie die Geschäftsführung dar. Manchmal gibt es noch einen zusätzlichen Geschäftsführer. Bei Rechtsproblemen arbeitet man mit Rechtsanwälten zusammen, die nicht dem Betrieb angehören. Die technische und die kaufmännische Abteilung sind einer Geschäftsleitung untergeordnet.

Der Ingenieur arbeitet in der technischen Abteilung, die sich mit den Aufgaben der Produktion sowie der Forschung und Entwicklung befasst. Zu ihrer Kompetenz gehören auch Wartung und Instandhaltung der gesamten Produktion.

Den Tätigkeitsbereich der kaufmännischen Abteilung bilden Finanzfragen, Personalwesen sowie alles, was mit der Beschaffung und dem Vertrieb der Produktion zu tun hat.

Der Aufbau eines solchen Betriebs könnte schematisch so aussehen:



So ein Betrieb wird in der Regel demokratisch geführt, d.h. es werden Mehrheitsentscheidungen getroffen. Das bedeutet u.a. Folgendes: die Mitwirkung der Mitarbeiter funktioniert nach einem vorgeschriebenen Gesetz.

VOKABELLISTE

Substantive		Verben	
der Geschäftsführer, -	die Geschäftsleitung	eingehen (ging ein, ist eingegangen) auf A	
der Informationsfluss	die Instandhaltung	vorgeben (gab vor, hat vorgegeben)	
der Leiter, -	die Mitwirkung	vorschreiben (schrieb vor, hat vorgeschrieben)	
der Mitarbeiter, -	die Produktionseinheit, -en	festlegen (hat festgelegt)	
der Vertrieb	die Rechenschaft; Rechenschaft ablegen	zurückführen (hat zurückgeführt) auf A	
die Auswirkung, -en	die Rechtsberatung	zusammenarbeiten (hat zusammengearbeitet)	
die Beschaffung	die Wartung	Adjektive und andere Wörter	
die Buchhaltung	die Zusammenfassung, -en	gleichartig	beschäftigt sein mit D
die Einheit, -en		jedoch	untergeordnet sein D
die Geschäftsführung	das Personalwesen	kaufmännisch	
		mittler	

- Was bedeutet „Management“?
- Welchen Unterschied gibt es zwischen den Begriffen „Betrieb“ und „Unternehmung“ („Unternehmen“)?
- Wie wird ein Betrieb eingeteilt?
- Wann ist die Arbeit in den verschiedenen Abteilungen effektiv?
- Wovon ist die Gliederung eines Betriebes abhängig?
- Welche Abteilungen gibt es in einem kleineren bzw. mittleren Betrieb?
- Was gehört zur Kompetenz der technischen Abteilung?
- Welche Aufgaben hat die kaufmännische Abteilung?
- Wie wird ein kleinerer bzw. mittlerer Betrieb geleitet?

Ü 1 Was passt zusammen?

1. Eine Rolle kann man
2. Auf ein Problem kann man
3. In einem Bereich kann man
4. Aufgaben kann man
5. Die Beziehungen zu anderen Abteilungen kann man
6. Entscheidungen kann man
7. Die Pflichten der Mitarbeiter kann man
8. Rechenschaft kann man

- a) eingehen
- b) sich auskennen
- c) regeln
- d) spielen
- e) erfüllen
- f) treffen
- g) ablegen
- h) festlegen

Ü 2 Geben Sie ein passendes Substantiv zu den folgenden Verben an!

steuern ♦ unternehmen ♦ teilen ♦ regeln ♦ verbinden ♦ ausführen ♦ leiten ♦
führen ♦ forschen ♦ entwickeln ♦ entscheiden

Ü 3 Ergänzen Sie die Sätze durch die fehlenden Verben!

1. Management ... alle zur Steuerung einer Unternehmung notwendigen Aufgaben.
2. Die Begriffe „Betrieb“, „Unternehmung“, „Unternehmen“ 3. Der Betrieb ... eine technische und organisatorische Einheit. 4. Nach außen ... der Betrieb in einer bestimmten Rechtsform als Unternehmung 5. Die Arbeit im Betrieb wird nach dem Prinzip der Arbeitsteilung 6. Die Pflichten der Mitarbeiter sind genau 7. Der Leiter der technischen Abteilung und der Leiter der kaufmännischen Abteilung ... häufig die Ge-

schäftsführung 8. Es ... manchmal noch einen zusätzlichen Geschäftsführer. 9. Die technische und die kaufmännische Abteilung sind der Geschäftsleitung 10. Der Ingenieur ... in der technischen Abteilung. 11. Die technische Abteilung mit den Aufgaben der Produktion sowie der Forschung und Entwicklung. 12. Den Tätigkeitsbereich der kaufmännischen Abteilung ... Finanzfragen, Personalwesen, die Beschaffung und der Vertrieb der Produktion.

Ü 4 Stellen Sie Fragen zu den folgenden Antworten!

1. ?
Die Wirtschaft arbeitet in Produktionseinheiten.
2. ?
Die Aufgaben der Mitarbeiter müssen festgelegt werden.
3. ?
In der Ökonomie der sozialen Marktwirtschaft findet man heute viele Organisationsformen von Betrieben.
4. ?
Die Gesamtleitung des Betriebes bestimmt die Ziele für die Produktion.
5. ?
Die technische Abteilung befasst sich mit den Aufgaben der Produktion.
6. ?
Die kaufmännische Abteilung hat mit der Beschaffung und dem Absatz der Produktion zu tun.
7. ?
Kleinere und mittlere Betriebe werden demokratisch geführt.
8. ?
Nach einem vorgeschriebenen Gesetz.

Ü 5 Bilden Sie Minidialoge!

①

- A. (Management, bedeuten) ?
- B. (alle Aufgaben zur Steuerung einer Unternehmung).

②

- A. (die Menschen, organisieren) ?
 B. (nach dem Prinzip der Arbeitsteilung).

③

- A. (Zusammenfassung gleichartiger Aufgaben, führen zu ...) ?
 B. (die Bildung von Abteilungen).

④

- A. (der Tätigkeitsbereich der kaufmännischen Abteilung, bilden) ?
 B. (Finanzfragen, Personalwesen, die Beschaffung und der Absatz der Produktion).

⑤

- A. (die Ziele der Produktion, vorgeben) ?
 B. (die Gesamtleitung des Betriebes).

⑥

- A. (die technische und die kaufmännische Abteilung, unterordnen) ?
 B. (die Geschäftsleitung).

⑦

- A. (die technische Abteilung, sich befassen) ?
 B. (die Aufgaben der Produktion, der Forschung und Entwicklung).

⑧

- A. (die Mitwirkung der Mitarbeiter, funktionieren) ?
 B. (vorgeschriebene Gesetze).

Ü 6 Formulieren Sie die folgenden Sätze um!

1. Unter „Management“ versteht man den Komplex von Aufgaben, die zur Steuerung einer Unternehmung notwendig sind.
 2. Die Effektivität der Arbeit in verschiedenen Abteilungen hängt von der genauen Regelung der Pflichten der Mitarbeiter ab.
 3. Die genaue Gliederung eines Betriebes in Abteilungen wird durch die Art und die Größe des Betriebs bestimmt.
 4. Bei der Lösung der Rechtsprobleme arbeitet man

mit Rechtsanwälten zusammen.
 5. Zur Kompetenz der technischen Abteilung gehören die Aufgaben der Produktion sowie der Forschung und Entwicklung.
 6. Die kaufmännische Abteilung befasst sich mit Finanzfragen, mit dem Personalwesen sowie mit der Beschaffung und dem Absatz der Produktion.
 7. Den Aufbau eines solchen Betriebs kann man auch schematisch darstellen.

Sich lassen + INFINITIV

(Конструкция *sich lassen* + инфинитив)

F. Bei dieser Konstruktion müssen wir wieder an die Modalverben denken, und zwar an das Verb **können**, das zusammen mit einem Infinitiv ein grammatisches Synonym der Konstruktion **sich lassen** + Infinitiv ist.

Die Konstruktion **sich lassen** + Infinitiv hat eine passive Bedeutung.

Hier ist ein Beispiel dazu:

Dieser Begriff lässt sich (Diese Begriffe lassen sich) einfach deuten. –
 Это понятие можно объяснить (объясняется) просто.

Auch: Diesen Begriff kann man einfach deuten. (*Aktiv*)

Dieser Begriff kann (Diese Begriffe können) einfach gedeutet werden.
 (*Passiv mit dem Modalverb*)

Ю. Oder auch noch:

Dieser Begriff ist (Diese Begriffe sind) einfach zu deuten.

F. Richtig. Alle diese Sätze haben dabei ein und dieselbe Bedeutung: Sie drücken die Möglichkeit einer bestimmten Handlung aus.

Ü 7 Sagen Sie folgende Sätze auf Russisch!

1. Die Entscheidung lässt sich leicht begründen. 2. Die Markterfolge lassen sich durch die Orientierung auf die Kundenwünsche erklären. 3. Der Begriff „Marketing“ lässt sich von dem Wort „market“ ableiten. 4. Die Antworten auf die Fragen lassen sich im Text finden. 5. Dieser Unterschied lässt sich einfach erklären. 6. Die

Beziehungen zu anderen Abteilungen lassen sich regeln. 7. Die Organisationsformen der Betriebe lassen sich auf einige Grundmodelle zurückführen. 8. Der Aufbau des Betriebs lässt sich schematisch darstellen. 9. Alle Rechtsprobleme lassen sich in kurzer Zeit lösen.

Ü 8 Ersetzen Sie die Prädikate in Ü 7 durch grammatische Synonyme!



Lesen Sie!

Modell 2: Größerer Betrieb, über 300 Beschäftigte

In größeren Betrieben sind die Arbeitsteilung und Zusammenarbeit etwas anders organisiert. Hier lassen sich Personalwesen und Buchhaltung nicht

mehr nebenbei erledigen. Hier hat man in der Regel auch eine eigene Rechtsabteilung.

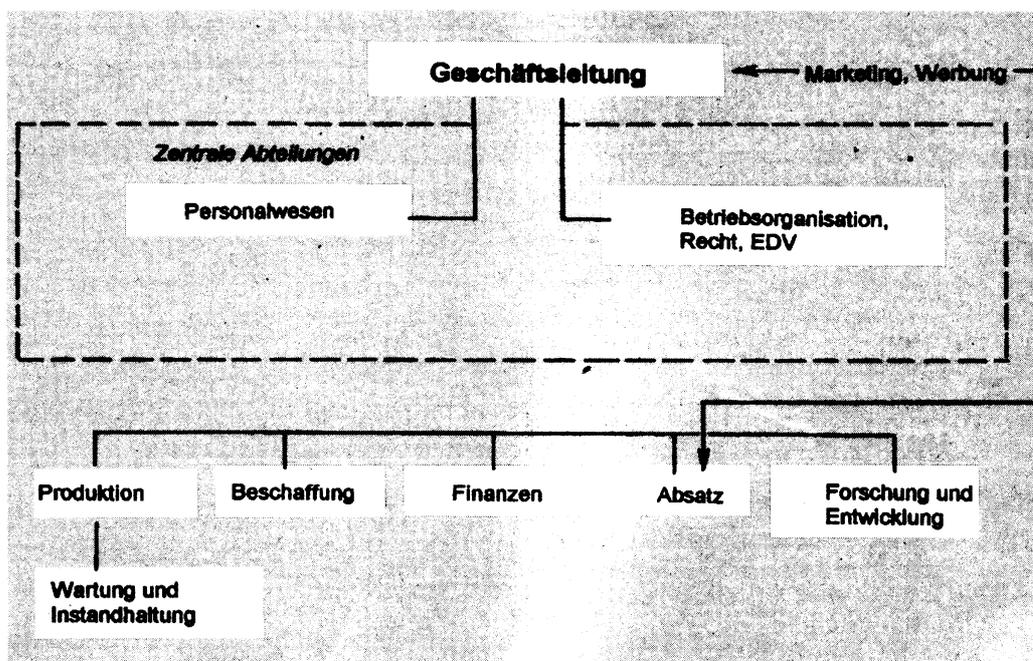
Aufgaben, die für alle Abteilungen gleich sind, werden in den Zentralabteilungen bearbeitet. Andere Aufgaben werden von den einzelnen Abteilungen erledigt.

Ein Ingenieur oder ein Naturwissenschaftler arbeitet entweder in der Produktion oder in der Abteilung für Forschung und Entwicklung.

Selbst für die Wartung und Instandhaltung gibt es bei größeren Betrieben häufig eine eigene Unterabteilung.

Marketing, Marktforschung und Werbung werden selten im eigenen Betrieb gemacht, sondern an Marktforschungsinstitute und Werbeagenturen abgegeben.

Ein solcher Betrieb könnte so aufgebaut sein:



VOKABELLISTE

Substantive	Verben	Adjektive und andere Wörter
die Unterabteilung, -en die Vereinigung, -en die Werbeagentur, -en	abgeben (gab ab, hat abgegeben) an A erledigen (hat erledigt)	nebenbei angestellt sein aufgebaut sein

- Wie ist die Arbeitsteilung in größeren Betrieben im Vergleich zu den kleineren organisiert?
- Arbeitet man in größeren Betrieben auch mit Rechtsanwälten zusammen?
- Welche Aufgaben werden an die Zentralabteilungen abgegeben?
- Welche Aufgaben bearbeiten die einzelnen Abteilungen?
- In welcher Abteilung arbeitet ein Ingenieur?
- In welcher Abteilung lassen sich Wartung und Instandhaltung durchführen?

Ü 9 Ergänzen Sie die Sätze durch die fehlenden Substantive!

1. Die für alle Abteilungen gleichen Aufgaben werden in ... bearbeitet. 2. Ein Ingenieur arbeitet entweder in ... oder in der Abteilung für 3. In größeren Betrieben bilden ... häufig eine eigene Unterabteilung.

4. ... werden an Marktforschungsinstitute und Werbeagenturen abgegeben. 5. In einem großen Betrieb gehören ... nicht zu einer Abteilung. 6. Ein größerer Betrieb verfügt über eine eigene

Ü 10 Finden Sie die entsprechenden Sätze und Definitionen auf der linken Seite für die Begriffe auf der rechten Seite!

1. Jede Abteilung muss bestimmte gleichartige Aufgaben erfüllen.
2. Bei größeren Betrieben bilden sie eine eigene Unterabteilung.
3. Das ist der ökonomische Ort des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage.
4. Sie stellt eine kaufmännische und wirtschaftliche Einheit dar.
5. Das ist eine technische und organisatorische Einheit.
6. Die Lenkung des Wirtschaftsprozesses erfolgt durch die sich am Markt bildenden Preise.
7. Die organisatorische Vereinigung gleichartiger Aufgaben führt zu ihrer Bildung.
8. Es umfasst alle Aufgaben, die zur Steuerung einer Unternehmung notwendig sind.
9. Er ist entweder in der Produktion oder in der Abteilung für Forschung und Entwicklung angestellt.

- a) das Management
- b) der Ingenieur
- c) die Abteilung
- d) der Markt
- e) der Betrieb
- f) die Unternehmung
- g) die Marktwirtschaft
- h) die Wartung und Instandhaltung
- i) die Arbeitsteilung

Ü 11 Welche Sätze enthalten eine falsche Information? Korrigieren Sie diese Sätze!

1. In größeren Betrieben ist die Arbeitsteilung so organisiert wie in mittleren Betrieben. 2. Aufgaben, die nicht für alle Ab-

teilungen gleich sind, werden von einzelnen Abteilungen bearbeitet. 3. Die Wartung und Instandhaltung bilden häufig

Wirkung, die; -en 2.7 действие; воздействие; влияние; эффект; (по)следствие

Wirkungsgrad, der 2.6 коэффициент полезного действия (КПД); отдача; эффективность

Wirtschaftsordnung, die; -en 4.1 экономический строй [порядок], экономическая система

Wissen, das 4.3 знание

Wissenschaft, die; -en 2.3 наука

Wissenschaftler, der; - 2.3 ученый, научный работник

Wolke, die; -n 3.1 облако; туча

wühlen 3.1 рыть; копаться

wünschenswert 2.5 желательный

Wüste, die; -n 3.2 пустыня

Z

zäh 2.1 вязкий, тягучий

Zähigkeit, die 2.1 вязкость; ковкость

Zahnrad, das; -räder 2.1 зубчатое колесо, шестерня

Zange, die; -n 2.1 щипцы, клещи

Zeitalter, das 3.2 век, поколение

Zeitdruck, der 4.3 дефицит времени

zeitgemäß 4.3 современный, в духе времени

Zentrale, die; -n 2.6 центральная электростанция

Zentraleinheit, die; -en 2.3 системный блок

Zentralprozessor, der; -en 2.3 центральный процессор

Zerfall, der 3.2 распад

zerlegen 2.2 разбирать; раскладывать; разлагать

Zerlegung, die; -en 2.2 разложение; расщепление; разбивка

zerstören 3.2 разрушать

Zerstörung, die; -en 3.1 разрушение

zerstreuen, sich 2.7 рассеяться

ziehen (zog, gezogen) 3.2 тянуть, тащить, вытягивать; переезжать; nach sich ~ повлечь за собой

Zinn, das 2.1 олово

zueinander 2.4 друг к другу

zufällig 2.1 случайный

Zufuhr die 2.5 подача; подвод; питание; доставка

zugänglich 1.2 доступный

zugeben (a, e) 3.1 добавлять; соглашаться, сознаваться

Zugfestigkeit, die 2.1 предел прочности при растяжении [разрыве]

Zukunftstrend, der; -s 1.1 тенденция развития в будущем

zulassen (ie, a) 3.1 допускать, разрешать, позволять

zunächst 2.1 прежде всего, сначала

Zündanlage, die; -n 2.5 система зажигания

zunehmen (a, o) 2.4 увеличиваться, возрастать, прибавлять(ся)

zunehmend 2.5 возрастающий, увеличивающийся

zuordnen 4.1 приводить в соответствие; согласовывать

zureichend 3.2 достаточный

zurückbleiben (ie, ie) 1.2 отставать

zurückbringen (brachte zurück, zurückgebracht) 3.1 возвращать, приносить обратно

zurückführen 4.2 сводить к ..., объяснять

zurückweisen (ie, ie) 1.1 отклонять, отказываться

zusagen 1.2 давать согласие, соглашаться

Zusammenarbeit, die 1.1 сотрудничество; взаимодействие

zusammenarbeiten 4.2 сотрудничать, работать совместно

zusammenbrechen (a, o) 3.2 рушиться, разрушаться, окончиться провалом; обессилеть

zusammenfassen 1.1 обобщать, резюмировать; подводить итоги; соединять, объединять

Zusammenfassung, die 4.2 обобщение; объединение

zusammengehören 2.5 принадлежать друг другу; быть связанным друг с другом

Zusammenhang, der; -hänge 2.1 связь; взаимосвязь; im ~ mit в связи с ...

zusammenhängen (i, a) 1.2 быть связанным, находиться в связи

zusammensetzen 2.1 составлять (*механизм*), собирать

Zusammentreffen, das 4.1 встреча

Zusammenwirken, das 2.4 взаимодействие

Zusatzwerkstoff, der; -e 2.7 присадочный материал

zusehen (a, e) 3.2 смотреть; наблюдать, следить за ...

zustandekommen (a, o) 2.7 осуществляться

zuverlässig 1.1 надежный

Zuverlässigkeit, die 1.1 надежность, достоверность

zwangsläufig 2.2 неизбежный; неизбежно

Zweck, der; -e 2.1 цель

zweckmäßig 4.3 целесообразный

zweitens 2.1 во-вторых

zweitgrößte 2.4 второй по величине

Zwischenergebnis, das; -se 2.3 промежуточный результат

Verwendete Literatur

1. *Bünting K.-D., Ader D.* Grammatik auf einen Blick. Isis Verlagsgesellschaft AG Chur, Schweiz, 1991.
2. *Bünting K.-D.* Das richtige Wort. Lingen Verlag, Köln 1990.
3. *Ader D., Bünting K.-D.* Sprachwege: Sprachbuch für die Hauptschule. Schroedel Schulbuchverlag GmbH, Hannover, 1990.
4. *Bünting K.-D., Bergenholz H.* Einführung in die Syntax: Studienbuch. Athenäum, Frankfurt am Main, 1989.
5. *Bünting K.-D., Eichler W.* Grammatiklexikon. Scriptor Verlag GmbH und Co., Frankfurt am Main, 1989.
6. *Badziong H.-J., Bünting K.-D. u.a.* Beruf und Sprache. Schroedel Schulbuchverlag GmbH, Hannover, 1987.
7. *Bünting K.-D.* Auf gut deutsch. Lingen Verlag, Köln 1986.
8. *Bünting K.-D., Pospiech U.* Neue deutsche Rechtschreibung. Journalistenschule Ruhr, Essen, 1999.
9. *Beile W., Beile A.* Deutsch einfach. Inter Nationes, Bonn, 1992.
10. *Beile W., Beile A.* Schule-Universität-Beruf. Inter Nationes, Bonn, 1989.
11. *Beile W., Beile A.* Sprechintentionen. Inter Nationes, Bonn, 1992.
12. *Beile W., Beile A.* Themen und Meinungen im Für und Wider. Inter Nationes, Bonn, 1990.
13. *Bohn R., Schreiter I.* Sprachspielereien für Deutschlernende. Verlag Enzyklopädie, Leipzig, 1989.
14. *Bolter J.* Marktchance Wirtschaftsdeutsch: Mittelstufe. Klett Edition Deutsch GmbH, München, 1995.
15. *Braun C., Brüggemann W., Weermann W.* Wirtschaft – auf deutsch. Verlag Klett Edition Deutsch GmbH, München, 1992.
16. *Business – auf deutsch.* Verlag Klett Edition Deutsch GmbH, München, 1990.
17. *Fischer D., Schulze H.-C.* Fachsprache Wirtschaft. CD-Deutschkurse. Köln, 1991.
18. *Griesbach H.* Die Bundesrepublik Deutschland. Langenscheidt KG, Berlin und München, 1993.
19. *Handwörterbuch Deutsche Rechtschreibung.* Arbeitsgruppe für Sprachberatung und Lexikographie der Universität Essen. HONOS Verlag, 1997.
20. *Jung L.* Betriebswirtschaft: Fachsprache Deutsch. Max Hueber Verlag, 1993.
21. *Kelz H., Neuf G.* Deutsch im Beruf – Wirtschaft. Lehrbuch 1. Verlag Dürr u. Kessler GmbH, Reinbreibach, 1993.
22. *Kisseljowa W.* Einfälle statt Abfälle: Umweltschutz. Moskau, 1994.
23. *Koppensteiner J.* Österreich: Ein landeskundliches Lesebuch. Verlag für Deutsch, München, 1983.
24. *Kulikow G. I., Martiniowski W. I., Ehrenstein M. G.* Landeskunde für Deutschstudierende. Verlag Wyschejschaja Schkola, Minsk, 1983.
25. *Lesen und Sprechen: Textsammlung zur Vorbereitung auf die mündliche Prüfung...* Langenscheidt KG, Berlin und München, 1992.
26. *Lippens W.* Im Kreislauf der Wirtschaft: Einführung in die Volkswirtschaftslehre. Bank-Verlag, Köln, 1991.
27. *Minsk gestern und heute.* Belarus, Minsk, 1989.
28. *Naturwissenschaft und Technik.* Lingen Verlag, Köln, 1991.
29. *Neuner G., Scherling T., Schmidt R. u.a.* Deutsch aktiv 1B. Lehrbuch. Langenscheidt KG, Berlin und München, 1988.
30. *Noch mehr Wissen über Technik.* Lingen Verlag, Köln, 1988.
31. *Schulz H., Sundermeyer W.* Deutsche Sprache für Ausländer. Max Hueber Verlag, München, 1983.
32. *Tatsachen über Deutschland.* Societäts-Verlag, Frankfurt am Main, 1995.
33. *Technik: Ein Nachschlagewerk auf dem neuesten Stand.* Lingen Verlag, Köln, 1991.
34. *Vorderwülbecke A., Vorderwülbecke K.* Stufen 2: Kolleg Deutsch als Fremdsprache. Klett Edition Deutsch GmbH, München, 1990.
35. *Zeitungsmaterialien, Magazine, Messekataloge.* Nachschlagewerke.

Учебное издание

Мойсейчук Анна Михайловна
Левко-Венцлавски Елена Павловна

СОВРЕМЕННЫЙ НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК

В двух частях

Часть 2

Учебное пособие

На немецком языке

Редактор *О. В. Корчевская*

Художественный редактор *Е. Э. Агунович*

Технический редактор *Г. М. Романчук*

Компьютерная верстка *Е. С. Станкевич, И. К. Бурак*

Подписано в печать с оригинала-макета 04.06.2002. Формат 84×108/16. - Бумага газетная. Офсетная печать. Гарнитура «Таймс». Усл. печ. л. 26,04. Уч.-изд. л. 18,93. Тираж 5000 экз. Заказ 1371.

Республиканское унитарное предприятие «Издательство «Вышэйшая школа»». Лицензия ЛВ № 5 от 11.09.2000. 220048, Минск, проспект Машерова, 11.

Республиканское унитарное предприятие «Издательство «Белорусский Дом печати»». 220013, Минск, проспект Ф. Скорины, 79.