

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
РЯЗАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ С.А. ЕСЕНИНА**

Утверждено
на заседании кафедры
второго иностранного языка
и методики его преподавания

Протокол № 1
от «31» августа 2011 г.
Зав. кафедрой

Доцент Е.В.Игнатова

Утверждено
на заседании совета ИНО РГУ имени С.А.Есенина
Протокол №1
от «28» сентября 2011г.
Директор ИНО РГУ имени С.А.Есенина

Т.В. Еременко

ПЕРЕВОД В СФЕРЕ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ

ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Программа дополнительного (к высшему) образования
для специальности 050303.65 Иностранный язык с дополнительной
специальностью (второй иностранный язык) (немецкий)

всего часов, включая самостоятельную работу: 34

Составитель: канд. пед. наук, доцент А.А. Колесников
(Ф.И.О., должность, степень, звание составителей)

Рязань 2011

Печатается по решению
Редакционно-издательского совета
РГУ имени С.А.Есенина

Перевод в сфере делового общения: Программа дисциплины и учебно-методические рекомендации / авт.-сост. А.А.Колесников. – Рязань: изд-во РГУ, 2011. – 26 с.

Программа дисциплины и учебно-методические рекомендации адресованы студентам, получающим дополнительную квалификацию «Переводчик в сфере профессиональной коммуникации» (3-й уровень высшего профессионального образования).

Ключевые слова: *деловое общение, программа и методические рекомендации, медиативная компетенция, речевая деятельность, практический курс.*

Рецензент *Е.С. Чернявская*, канд. филолог. наук, доц.
(РВВДКУ имени генерала армии В.Ф. Маргелова)

© Издательство Рязанского государственного
университета имени С.А.Есенина, 2011
© А.А.Колесников, 2011

АННОТАЦИЯ

Основная задача дисциплины «Перевод в сфере делового общения» - дальнейшее развитие и совершенствование билингвальной профессионально-коммуникативной компетенции, обеспечение практического владения медиативной компетенцией в основных функциональных сферах её реализации (в рамках делового общения), достижение как минимум порогового продвинутого усиленного уровня (B2+) развития умений перевода как особого вида речевой деятельности.

Учебные материалы дисциплины - оригинальные тексты делового стиля, дающие возможность осуществлять работу над тематикой, предусмотренной программой, материалы печати, документальные фильмы, аудиозаписи аутентичных ситуаций делового общения.

Дисциплина имеет *целью* развитие следующих аспектов иноязычной коммуникативной компетенции:

Лексическая сторона речи

Обогащение словаря за счет усвоения лексики, отражающей специфику коммуникативных ситуаций в деловом общении (встреча с деловыми партнёрами, презентация компании, презентация и организация сбыта товаров, заключение сделок и др.). Особое внимание уделяется особенностям использования лексических единиц в соответствии с деловым стилем речи, деловой ситуацией общения.

Аудирование

Понимание на слух при одноразовом предъявлении и перевод на русский язык немецких аудиотекстов, отражающих различные особенности коммуникативных ситуаций в рамках делового общения (отрывки из аутентичных диалогов между деловыми партнёрами, выступления видных деятелей в области промышленного производства, бизнеса и финансов, звуковой ряд документальных фильмов, презентующих различные компании в области промышленности, торговли и услуг). Время звучания 6-8 минут.

Говорение и устный перевод.

Студенты должны уметь свободно реализовывать медиативную компетенцию применительно к специализированному дискурсу в устной форме, при этом:

Монологическая речь

Студенты должны уметь:

- Переводить чёткие, развёрнутые и подробные описания, доклады, корректно передавая существенные моменты и важные подробности;
- Разворачивать систему доводов, должным образом выделяя важные моменты и подкрепляя утверждения подробной информацией;
- Легко формулировать мысль на немецком языке, передавая основные идеи говорящего на русском;
- Выступать с сообщениями, докладами и презентациями по тематике курса.

Диалогическая речь

Студенты должны уметь:

- принимать участие в беседе и дискуссии по специализированной тематике курса, по прочитанному тексту или просмотренному фильму в заданной коммуникативной сфере и ситуациях делового общения, решая при этом специализированные коммуникативные задачи;
- передавать содержание беседы немецких деловых партнёров на русском языке, корректно поясняя существенные моменты и важные подробности.

Чтение

- Студент должен владеть изучающим и ознакомительным чтением на материале специализированных текстов, сопровождающих ситуации делового общения (например, буклеты и проспекты, описывающие деятельность компании; фрагменты договоров и деловых соглашений и т.п.);
- Студент должен уметь выделять необходимую информацию из специализированных текстов и уметь использовать её в различных ситуациях делового общения, в т.ч. с целью осуществления корректного перевода.

Письмо и письменный перевод

Студент должен уметь:

- Переводить письменно с немецкого языка на русский чёткие и хорошо структурированные специализированные тексты в рамках изучаемой тематики;
- Готовить письменные материалы на немецком языке (например, для проведения презентации), синтезируя и оценивая информацию и аргументы, поступающие из нескольких (в т.ч. русскоязычных) источников;
- Использовать письмо для фиксации существенной информации при устном последовательном переводе.

Общеучебные и специализированные умения, формируемые при обучении переводу как особому виду речевой деятельности

При обучении переводу как двуязычной коммуникативной деятельности студенты овладевают:

- Навыками использования толковых и двуязычных словарей, другой справочной литературы для решения переводческих задач;
- Навыками использования таких переводческих приёмов, как замена / перифраз, перестановка, добавление, опущение, калькирование и др.;
- Технологией выполнения полного или выборочного письменного перевода;
- Умениями редактировать текст на родном языке.

Дисциплина предполагает ознакомление с возможными переводческими трудностями и путями их преодоления, с безэквивалентной специализированной лексикой и способами её передачи на родном языке, а также со специализированными интернационализмами.

Для изучения дисциплины необходимо знание: «Практического курса иностранного (немецкого) языка», «Практического курса перевода», «Стилистики».

Содержание дисциплины

Berufsprofile. Berufs- und Tätigkeitsprofile im kaufmännischen Bereich; Ausbildungsinhalte und –anforderungen. Unternehmensprofile. Kenndaten zu Unternehmen: Größe, Rechtsform, Branche, Tätigkeit, Produkt, Umsatz, etc. Marktentwicklung. Aufbauorganisation von Unternehmen. Abteilungen, Bereiche. Vertrieb und Geschäftspartner. Absatz-, Vertriebswege. Absatzmittler, Vertriebspartner. Kenndaten von Unternehmen. Auswahlkriterien für Vertriebspartner. Vertragliche Regelungen.

Промежуточный контроль

По окончании изучения дисциплины студенты сдают зачёт, состоящий из письменной и устной части. Письменная часть представляет собой тестирование на основе пройденного материала, устная часть – осуществление последовательного перевода звучащего текста (аутентичного диалога или монолога в рамках ситуации делового общения), предъявляемого студенту с аудиносителя.

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

№	Тема	Всего часов	В том числе аудиторных		
			Всего аудиторных	Лекции	Практические занятия
1.	Berufsprofile	8	8	-	8
2.	Unternehmensprofile	12	12	-	12
3.	Vertrieb und Geschäftspartner	12	12	-	12
4.	Wiederholung	2	2	-	2
ИТОГО		34	34	-	34

Содержание и последовательность изложения учебного материала

<i>Неделя</i>	<i>Предметное содержание деловой коммуникации</i>	<i>Целевое развитие коммуникативных стратегий, составляющих профессионально-коммуникативную компетенцию в рамках переводческой деятельности</i>	<i>Формы контроля переводческой деятельности</i>	<i>Учебные пособия</i>	<i>Аудио- и видеоматериалы</i>
1.-4. (8ч.)	Berufsprofile Fachwortschatz: • Berufs- und Tätigkeitsprofile im kaufmännischen Bereich; • Ausbildungsinhalte und -anforderungen	<ul style="list-style-type: none"> • sich vorstellen: die Ausbildung, den beruflichen Werdegang, die Berufstätigkeit, die Zuständigkeits- und Aufgabenbereiche im Unternehmen erläutern • Anforderungen beschreiben • Ein 	Перевод аутентичных диалогов, визитных карточек, должностных инструкций. Последовательный перевод звучащего текста: рассказ	1. WKD ¹ : S. 11-34 2. DB ² : S. 13, 37-38 3. AB ³ : S. 20-25	1. CD ⁴ 1: 02 2. CD 1: 08 3. CD 1: 12 4. CD 1: 15, 16 5. DVD ⁵ : „Linde Group – The Secret Behind“

¹ Eismann, V. Wirtschaftskommunikation Deutsch. Langenscheidt, 2008

² Höffgen, A. Deutsch für den Beruf: 2. aktualisierte Auflage. Hueber Verlag, 2009

³ Fingerhut, M. Deutsch für den Beruf: Arbeitsbuch. Hueber Verlag, 2004.

⁴ Wirtschaftskommunikation Deutsch: CDs zum Lehrbuch. Langenscheidt, 2008

⁵ Wirtschaftskommunikation Deutsch: DVD. Langenscheidt, 2008

		Vorstellungsgespräch vorbereiten und führen	соискателя о себе во время собеседования		
5.-10. (12ч.)	Unternehmensprofile Fachwortschatz: • Kenndaten zu Unternehmen: Größe, Rechtsform, Branche, Tätigkeit, Produkt, Umsatz, etc. • Marktentwicklung • Aufbauorganisation von Unternehmen • Rechtsformen • Abteilungen, Bereiche	<ul style="list-style-type: none"> • Kenndaten von Unternehmen darstellen und auswerten • Marktentwicklungen beschreiben • Aufbauorganisationen und Rechtsformen von Unternehmen beschreiben • Ein Unternehmen präsentieren 	Перевод с немецкого на русский и с русского на немецкий «портрета предприятия»: данные по товарообороту, налогам на прибыль, годовой прибыли, сбыту продукции, суммам инвестиций. Перевод с немецкого на русский и с русского на немецкий презентации компании.	1. WKD: S. 35-58 2. DB: S. 37-72 3. AB: S. 47-61	1. CD 1: 17-19 2. DVD: „BMW“ – a) Die BMW Group; b) Unternehmensgeschichte: 1916-1962 c) Unternehmensgeschichte: 1962-Gegenwart 3. DVD: „Bad Krozingen“
11.-16. (12ч.)	Vertrieb und Geschäftspartner Fachwortschatz: • Absatz-, Vertriebswege • Absatzmittler, Vertriebspartner • Kenndaten von Unternehmen • Auswahlkriterien für Vertriebspartner • Vertragliche Regelungen	<ul style="list-style-type: none"> • Absatzwege beschreiben und vergleichen • Vertriebsstrategien erläutern und werten • Über den Eintritt in einen neuen Markt entscheiden • Ein Beratungsangebot nutzen • Ein Gespräch mit einem Vertriebspartner vorbereiten und führen • Gesprächsergebnisse festhalten 	Перевод описания модели сбыта. Перевод официального письма по оказанию консультационных услуг. Перевод официального письма по оказанию услуг сбыта. Последовательный перевод звучащего текста: беседа с деловым партнёром.	1. WKD: S. 121-152 2. DB: S. 139-161 3. Право и коммерция ⁶ : с. 39-53	1. CD 2: 06-10
17. (2ч.)	Повторение материала; подготовка к зачёту				

⁶ Сушинский И.И. Право и коммерция: русско-немецкие соответствия. Справочное пособие. – М.: ГИС, 1998.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Дисциплина «Перевод в сфере делового общения» занимает особое место в подготовке переводчиков, обслуживающих сферы производства, торговли и услуг, а также специалистов-посредников, обеспечивающих профессиональную коммуникацию в рамках внешнеэкономических связей. Специфика данной дисциплины состоит в том, что она имеет целью не только развитие отдельных навыков и умений перевода, но и формирование целостной медиативной компетенции как неотъемлемой составляющей процесса двуязычной интеракции в профессиональной сфере. Это делает задачу обучения более комплексной, так как, наряду с целенаправленной работой над переводом как особым видом речевой деятельности, студенты учатся использовать медиативные стратегии в общем процессе коммуникации. Таким образом, медиативная компетенция рассматривается как неотъемлемая составная часть коммуникативной, что обуславливает необходимость развития этой компетенции с учётом её взаимодействия с остальными компонентами компетентностной структуры индивидуума, реализуемыми в процессе двуязычной интеракции.

Данное положение определило структуру дисциплины, а также используемые формы, приёмы и технологии обучения. В соответствии с заявленной целью в основу организации учебного процесса легли два основных принципа:

- Обучение всем видам речевой деятельности (рецепция, продукция, интеракция и медиация) во взаимосвязи с особым акцентом на медиации в рамках устной и письменной интеракции;
- Приоритет практики речевого общения в учебном процессе.

Как и в практическом курсе немецкого языка, ключевую роль продолжает играть принцип аутентичности, который заключается в следующем:

- Использование аутентичных материалов (аудиозаписи деловых бесед, аутентичная документация и статистические данные ведущих немецких и российских компаний, аутентичные презентации и видеоматериалы) в процессе обучения;
- Моделирование ситуаций общения, максимально приближенных к аутентичным;
- Использование форм работы, знакомящих студентов с реальными видами деятельности сотрудников предприятий в сферах производства, торговли и услуг.

Рекомендации по организации работы в рамках отдельных тем

Тема в рамках деловой коммуникации	Рекомендуемое содержание ⁷	Примерные контрольные вопросы	Рекомендуемые формы работы при обобщении материала
Berufsprofile (4 Unterrichtsstunden)			
<p>1. Berufe und Tätigkeiten</p> <p>2. Ausbildung und berufliche Qualifikation</p>	<p>1. DB, S. 12-13, Üb. 2, 3</p> <p>2. WKD, S. 12-13, Üb. 1, 2</p> <p>3. WKD, S. 16-17, Üb. 4, 5</p> <p>4. AB, S. 20-25, Üb. 17-23</p> <p>5. WKD, S. 18-19, Üb. 6, 7</p> <p>6. WKD, S. 24-25, Üb. 1</p> <p>7. DB, S. 37-38, Üb. 1</p>	<p>1. Wie nennt man den Fachmann, dessen Funktionen sind: -Suche nach neuen Kunden; -Führen von Verkaufsgesprächen; -Abschließen von Verträgen?</p> <p>2. Was macht ein Exportleiter / Produktmanager / Geschäftsführer / etc.?</p> <p>3. Sagen Sie auf Deutsch: -übermitteln, verarbeiten Informationen; -bearbeiten Aufträge der Kunden; -planen den Produktionsprozess; -prüfen vorläufige Kostenrechnungen; -sortieren Briefe; -vereinbaren Fristen; -ausführen Berechnungen der Lohnzahlung; -Lieferanten.</p>	<p>Представление коллегам: презентация своей профессиональной деятельности, своих должностных обязанностей, краткая биография и т.п. Презентация визитной карточки. На занятии студентов можно разделить на микрогруппы, где каждый из участников сделает мини-презентацию своей деятельности. Затем один представитель группы представит всех участников своей микрогруппы перед аудиторией.</p>
Unternehmensprofile (6 Unterrichtsstunden)			
<p>1. Aufbauorganisation von Unternehmen</p> <p>2. Die Wirtschaftszweige</p>	<p>1. DB, S. 39, Üb. 4</p> <p>2. WKD, S. 40-41, Üb. 5-7</p> <p>3. DB, S. 42-43, Üb. 5, 6.</p> <p>4. AB, S. 47-49, Üb. 1, 2, 4; S. 50, 52 Üb. 5, 7</p> <p>5. DB, S. 44-45, Text.</p>	<p>1. Sagen Sie auf Deutsch: -Leitung des Unternehmens; -Buchhaltung; -Personalabteilung; -Abteilung für Verkauf; -Abteilung für den Kundenkontakt; -Abteilung für die Prüfung der Waren;</p>	<p>1. Диктант-перевод по теме «Правовые формы организации предприятия».</p> <p>2. Презентация российского и / или немецкого предприятия.</p>

⁷ Часть материала может быть предложена в качестве домашнего задания или для самостоятельного изучения.

<p>3. Das Unternehmensporträt</p>	<p>6. WKD, S. 36-39, Üb. 1-4 7. AB, S. 52-53, Üb. 9-12</p>	<p>-отдел расчёта стоимости товаров; -отдел планирования производства; -отдел закупок.</p>	
<p>4. Rechtsformen von Unternehmen</p>	<p>8. DB, S. 58-59: Text. 9. WKD, S. 42-43, Üb. 8, 9; S. 44-46, Üb. 10, 11, 12 (Projekt)</p>	<p>2. Nennen Sie die jeweilige Abteilung nach ihrer Beschreibung: -organisiert und fördert Verkauf; -rechnet die Preise des Produktes aus; -ist für den Einkauf der Werkstoffe und Betriebsstoffe verantwortlich.</p>	
<p>5. Die Unternehmenspräsentation</p>	<p>10. WKD, S. 48-49, Üb. 1-3; S. 52-53, Üb. 7, 8 11. WKD, S. 54-55, Üb. 9-11 (Gespräch); S. 56-57, Üb. 12-14 12. AB, S. 54, Üb. 13</p>	<p>3. Sagen Sie auf Deutsch: -земельный налог; -ситуация на местном рынке труда; -добиться хорошего прироста; -товарооборот снизился; -первичный сектор экономики; -товары потребления; -оптовая торговля / торговля в розницу; -ценные бумаги. 4. Nennen Sie kennzeichnende Merkmale einer KG / OHG / GmbH / AG. 5. Welche Rechtsform ist das? -Der Chef ist Vollhafter. Es gibt mindestens einen Kommanditisten, Teilhafter. Ein Gesellschaftsvertrag wird geschlossen. -Es gibt mehrere Kapitalgeber. Der Vorstand führt Geschäfte und besteht aus einigen Geschäftsführern. Der Vorstand wird von einem Aufsichtsrat kontrolliert. -Jeder Gesellschafter leistet eine finanzielle Einlage. Alle Gesellschafter sind an der Geschäftsführung beteiligt. Alle sind</p>	

		Vollhafter. -Es gibt einen oder mehrere Kapitalgeber, die zugleich auch Geschäfte leiten können. Das Stammkapital ist notwendig; die Haftung ist auf das Stammkapital begrenzt.	
Vertrieb und Geschäftspartner (6 Unterrichtsstunden)			
1. Vertriebswege und Vertriebspartner.	1. WKD, S. 122-129, Üb. 1-11	1. Welche Absatzwege gibt es? Erläutern Sie.	Организация переговоров с деловым партнёром и подготовка договора о торговом представительстве.
2. Einen Vertriebspartner suchen.	2. WKD, S. 132-140, Üb. 1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 10, 11	2. Erläutern Sie die Funktionen der Absatzmittler.	
3. Einen Vertriebspartner auswählen	3. WKD, S. 142-151, Üb. 1-12 <u>Материал для самостоятельного изучения:</u> 1. DB: S. 139-161: Verkehr, Logistik.	3. Welche Dienstleistungen erbringen die Handelsvertreter? 4. Was soll man tun, um einen Vertriebspartner zu finden? Erläutern Sie jede Phase. 5. Was soll im Gespräch mit einem Vertriebspartner besprochen werden? 6. Was soll ein Vertretungsvertrag beinhalten?	

Учебные пособия для изучения курса

Основные пособия

1. Eismann, V. Wirtschaftskommunikation Deutsch. – Berlin, München: Langenscheidt, 2008. – 223 S.
2. Höffgen, A. Deutsch für den Beruf: 2. aktualisierte Auflage. – Ismaning: Hueber Verlag, 2009. – 264 S.

Дополнительные пособия

1. Fingerhut, M. Deutsch für den Beruf: Arbeitsbuch. – Ismaning: Hueber Verlag, 2004. – 117 S.
2. Сущинский И.И. Право и коммерция: русско-немецкие соответствия. Справочное пособие. – М.: ГИС, 1998. – 256 с.
3. Сазонова Е.М. Международные контакты: пособие для переводчиков. – М.: Высшая школа, 2004. – 191 с.

Аудио- и видеопособия

1. Wirtschaftskommunikation Deutsch: CDs zum Lehrbuch. Langenscheidt, 2008
2. Wirtschaftskommunikation Deutsch: DVD. Langenscheidt, 2008

Ресурсы интернета

Перечисленные интернет-ресурсы представляют собой презентации («деловые портреты») ведущих немецких и международных компаний и рекомендованы для анализа и перевода.

1. http://www.axelspringer.de/artikel/Unternehmensportraet_40170.html
2. <http://www.trading-house.net/basf-se/profil-DE000BASF111.html>
3. http://www.lidl-info.com/cps/rde/xbcr/superazubi/Lidl_Unternehmensportraet.pdf
4. http://de.wikipedia.org/wiki/Thyssen_AG
5. http://www.akademiker-online.de/firmenreport_pdf/frstihl.pdf

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1.

Примеры фрагментов деловой коммуникации для перевода на немецкий язык⁸

Kauf / Verkauf / Vertrieb

- Я хотел бы заключить с Вами сделку купли-продажи.
- Вы хотели бы совершить покупку в кредит или в рассрочку?
- Нет. Сначала я хотел бы совершить покупку на пробу.
- Кстати, какой предмет купли интересует Вашу фирму?
- Я слышал, что Ваша фирма может предложить богатый ассортимент товаров.
- Да, это верно. Но в последнее время мы преимущественно продаём предметы домашнего обихода.
- Как раз это нам и нужно. Покупная цена уже установлена?
- Да. Вы можете подписать договор купли-продажи уже сегодня во второй половине дня, если у Вас есть право купли-продажи.
- Я хотел бы получить от Вас покупную грамоту.
- Пожалуйста. Вот письменный договор купли-продажи.
- Большое спасибо. До свидания!

Handel / Geschäfte

⁸ В основе лежат коммуникативные ситуации, предложенные в пособии: Сущинский И.И. Право и коммерция: русско-немецкие соответствия. Справочное пособие. – М.: ГИС, 1998.

-Наша торговая фирма сердечно приветствует Вас. Мы рады, что Вы откликнулись на наше приглашение. Разрешите кратко рассказать Вам о нашей фирме. Она была основана в 1953г. В этом же году мы получили право вести торговлю. Мы ведём частную торговлю.

-Извините, что я Вас перебиваю, но я хотел бы задать Вам несколько вопросов. Со сколькими странами имеет Ваша фирма торговые отношения?

-С более чем 20 странами, к примеру, с США, Великобританией, Швейцарией, Австрией.

-Чем торгует Ваша фирма?

-Наша фирма торгует главным образом компьютерами, компьютерными аксессуарами (например, флеш-карты, веб-камеры и т.п., а также программное обеспечение), DVD-плеерами и станками с цифровым программным управлением.

-В каких городах Ваша фирма имеет торговые представительства?

-В Нью-Йорке, Вене и многих других городах. Наши товары имеют торговый знак и пользуются большим спросом. У нас нет торговых ограничений. Наша фирма всегда соблюдает закон о торговле. Если Вы хотите заключить выгодные сделки, тогда заключайте с нашей фирмой торговый договор.

-Можем мы потом в зависимости от обстоятельств расторгнуть договор?

-Конечно. Но тогда Вам придётся платить неустойку. Каждый наш торговый агент охотно даст Вам любую справку о всех деталях при заключении торговых соглашений. Мы надеемся, что после первой поставки Вы станете нашими постоянными клиентами.

Lieferung

(1)

-Какие товары поставляет Ваша фирма?

-Мы осуществляем поставку различных товаров, преимущественно мебели.

-Вы можете поставить мне три автомобиля в город Н.?

-Конечно. Ознакомьтесь сначала с условиями поставки. Если Вы с ними согласны, тогда Вы должны заключить с нами договор на поставку и услуги.

-Вы можете гарантировать своевременную поставку автомобилей?

-Конечно. Мы поставляем товары согласно договору. Только сначала Вы должны определить время доставки.

-Несет Ваша фирма ответственность за поставку товаров?

-Само собой разумеется.

(2)

-Мы доставили заказанные автомобили.

-Вы нарушили сроки поставки.

-Вы ошибаетесь. Это поставка в срок. В договоре на поставку и услуги указан как раз этот срок. Вот квитанция о поставке. Если у Вас нет претензий по

поводу доставленного товара, тогда распишитесь, пожалуйста, в получении товара.

-У меня нет к Вам претензий по поводу поставки автомобилей. Большое спасибо.

Pracht

-Не могли бы Вы сдать мне в аренду этот земельный участок?

-Да, пожалуйста. На какой срок Вы хотели бы арендовать его?

-Срок аренды будет зависеть от арендной платы. Кстати, какую арендную плату Вы требуете за этот участок?

-Арендная плата составит в месяц 2500 евро.

-Это меня устраивает. Тогда я хотел бы взять в аренду этот земельный участок сроком на 10 лет.

-Мы не возражаем. Вы можете через 5 лет либо расторгнуть арендный договор, либо продлить его.

-Должен ли я платить за аренду ежемесячно?

-Нет, не нужно. Мы взимаем арендную плату один раз в год.

Börse

-Доброе утро. Я хотел бы поговорить с биржевым маклером.

-Доброе утро. Разрешите представиться: брокер / маклер Флейшер.

-Я хотел бы воспользоваться Вашими услугами.

-Я всегда к Вашим услугам. Я выступаю в качестве официального посредника. Вы хотите осуществить торговые операции с ценными бумагами?

-Да. На Вашей бирже торгуют также акциями?

-Конечно.

-Каков биржевой курс ценных бумаг сегодня?

-Официальный курс будет установлен лишь в 14 часов.

-Я хотел бы заключить с Вами биржевую сделку.

-Ознакомьтесь сначала с законом о биржах и биржевых сделках.

-Каков размер вознаграждения маклера?

-Вознаграждение маклера зависит от стоимости курса. В настоящее время маклеры получают 0,06% от стоимости курса. Если Вы заключите с нами маклерский договор, Вы будете защищены от злоупотреблений.

Versicherung

-Я хотел бы застраховаться в Вашем страховом обществе.

-Обратитесь к представителю нашего страхового общества.

-Ваше общество страхует только людей?

-Нет. Мы страхуем как людей, так и вещи.

-Каков размер страхового взноса?

-Размер страхового взноса устанавливается в каждом конкретном случае. Наш страховой инспектор ознакомит Вас с положением о страховании.

-Могу я заключить с Вашим страховым обществом страховой договор сегодня?

-Конечно. Итак, Вы и Ваше имущество застрахованы. В страховом случае мы выплатим Вам соответствующую сумму. Вот страховой полис / страховое свидетельство.

Vertrag / Abkommen / Vertragsrecht

-Вы уже ознакомились с договорным правом?

-Да. Теперь я хотел бы заключить с Вами договор.

-У Вас есть право на заключение договора?

-Да. Наша фирма уполномочила меня на это.

-Тогда ознакомьтесь с содержанием договора. Вы со всем согласны?

-Да. Я хотел бы подписать договор ещё сегодня. Но сначала я хотел бы спросить Вас, можно ли расторгнуть этот договор в одностороннем порядке.

-Да. Это долгосрочный и равноправный договор. Но в случае нарушения этого договора нарушитель платит неустойку.

-Что касается нашей фирмы, мы будем строго придерживаться договора.

-Мы тоже.

Ein Telefongespräch zwischen den Geschäftspartnern

-Continental AG, Hannover, Грюнберг у телефона.

-Добрый день. Вам звонит Шладерер из Hella KG & Co, Lippstadt. Сегодня мы получили от Вас третье напоминание...

-Ну и...?

-Я Вам хотела только сказать, что я высылаю Вам сегодня чек.

-Сообщите мне, пожалуйста, номер счёта.

-Пожалуйста... SA 83S01237. Сожалею, что это так долго длилось. У нас были трудности с компьютерной обработкой данных. Поэтому счёт ещё открытый (неоплаченный).

-Теперь всё ясно.

-...но уже сегодня чек будет выслан.

-Вы в самом деле хотите воспользоваться чеком? Не слишком ли это рискованная затея?

-Нет. Чек мы пошлём Вам с курьером. Это надёжно. И, кроме того, так будет быстрее всего. Если прибегнуть к услугам банка, то это продлится несколько дней.

-Хорошо, как Вам угодно. Позвольте напомнить Вам о пене за просрочку платежа.

- Да, спасибо. Она уже включена в сумму чека.
- Итак, дело прояснилось. Тогда я сделаю ещё пометку, что чек отправлен, со слов госпожи... скажите, пожалуйста, Вашу фамилию ещё раз.
- Шладерер, Габриель Шладерер.
- Хорошо, госпожа Шладерер. Благодарю Вас за звонок.
- Не стоит благодарности. До свидания.
- До свидания.

Приложение 2. Unternehmensporträts⁹

Unternehmensporträt 1: „Gingcom“



gingcom - das Konzept

Die Entwicklungsarbeit für die völlig neuartigen gingcom Appliances begann bereits drei Jahre vor Gründung der GmbH im Januar 2007. Das Ziel des siebenundvierzigköpfigen Entwicklerteams ist die Revolution des Datenmanagements in Unternehmen: Storage, Backup und Langzeitarchivierung aller Daten, aller Server, aller PCs, aller Notebooks, aller Applikationen für alle Nutzer in einer Komplettlösung. Und das Ganze zu einem mittelstandsfreundlichen Preis und auf einfachste Weise zu installieren, zu betreiben und zu nutzen. In einem gingcom Netz ist jede Datei von jedem zugriffsberechtigten Nutzer so einfach wieder zu finden und zu nutzen, wie im Internet Informationen zu googeln.

gingcom – die Lösungen

Die gingcom Appliance kombiniert in einer Komplettlösung aus Hard- und Software alle Funktionalitäten, die bisher ganze Serverschränke füllen und auf viele Server und Einzelgeräte verteilt sind. IT-Administratoren lösen mit gingcom folgende Aufgaben:

- Lückenloser Datenschutz für alle Nutzer und Applikationen.
- Einfachste Bedienung für Nutzer und Administrator.
- Automatische und kontinuierliche Backups vermeiden Datenverlust durch Benutzerfehler.
- gingcom Dreifachsicherung vermeidet Datenverlust durch Hardware-ausfall.
- Volle Autonomie aller Nutzer beim Wiederfinden und Nutzen ihrer Daten.
- Einfache Möglichkeit der Einhaltung aller gesetzlichen und steuerlichen Aufbewahrungsvorschriften.

⁹ Приведённые тексты предназначены исключительно для учебных целей (анализа, перевода, составления подобных текстов по образцу и т.п.) и не являются рекламой соответствующих предприятий.

- Bis zu 90 Prozent Einsparung von Speicherkapazität durch DeDuplizierung von
- Daten mit der gingcom Single Instancing Technologie.
- Höchste Datenverfügbarkeit durch automatische Klassifizierung und
- Hierarchisierung von Daten beim Speichern.
- Jederzeit schnelle Wiederherstellung von Servern, PCs, Notebooks,
- Verzeichnissen und Dateien nach Ausfall.
- Komplettsicherung aller angeschlossenen Workstations und Notebooks in
- Zeitabständen von bis zu 15 Minuten: Near Continuous Data Protection.
- Rechtssichere Langzeitarchivierung von E-Mails.
- Automatische Sicherung des Microsoft Exchange® Servers.
- Extrem geringer Überwachungs- und Wartungsaufwand durch das
- automatische
- gingcom Selbstmanagement.
- Fähigkeit der gingcom Appliance zur Selbstheilung: automatischer Austausch
- eventuell ausfallender Datenspeicher durch eingebaute Ersatzressourcen.
- Einfache und übersichtliche Rechte- und Zugriffsverwaltung aus dem Active
- Directory.
- Ein einziger Support- und Servicepartner für alle Applikationen und
- Komponenten.

gingcom – der Name

Im Namen der gingcom Appliances verbinden sich die Besonderheiten des Ginkgo Biloba Baumes mit den Anforderungen an moderne Computertechnik: Der Ginkgo-Baum ist in der Traditionellen Chinesischen Medizin die Grundlage eines hochwirksamen Mittels gegen Konzentrations- und Gedächtnisschwäche. Diese Rolle übernehmen gingcom Appliances in den IT-Netzwerken von Unternehmen.

gingcom by BDT

Die gingcom GmbH ist Teil der weltweit tätigen BDT Unternehmensgruppe mit 850 Mitarbeitern und Hauptsitz in Rottweil. BDT betreibt eigene Entwicklungs-, Fertigungs- und Servicestandorte in Deutschland, den USA, Mexiko und China. Als OEM-Partner entwickelt und fertigt die BDT Gruppe seit 40 Jahren Produkte für die weltgrößten IT- und Bürotechnik-Anbieter in den Bereichen:

BDT Storage Automation

BDT ist der größte OEM-Entwickler und Hersteller von Magnetbandwechselgeräten zur automatisierten Handhabung von Speichermedien in Unternehmen. Bei Autoloadern werden circa 80 Prozent Weltmarktanteil erreicht, bei Tape Libraries circa 40 Prozent. Den bisherigen erfolgreichen Autoloader-Produktlinien: DDS/DAT Autoloader, DLT, SDLT und LTO, der ThinStor® 2U Plattform mit DLT, SDLT, VXA und LTO folgte das, aktuell im Markt sehr erfolgreiche, FlexStor® Autoloader & Tape Librarie Programm (1U, 2U, 4U, 8U) mit LTO3/LTO4. Die BDT Gruppe entwickelte 1989 den weltweit ersten Tape Autoloader für DEC. Bis heute wurden rund 800.000 Tape Autoloader von BDT produziert.

BDT Paper Handling

BDT Lösungen für Zuführung und Ausgabe von Papier in und an Hochleistungsdruckern, Kopiergeräten und Geldautomaten ermöglichen seit vier Jahrzehnten Innovationen und neue Produkte. Weltweit führende Hersteller integrieren OEM-Baugruppen von BDT in ihre Geräte für Tinten-, Laser- und Offsetdruck, sowie in Verarbeitungsmaschinen für Bargeld. Rund 2,5 Millionen BDT Paper Handling Einheiten wurden bisher gefertigt.

BDT Kompetenzen

Als Innovationspartner der größten IT-Unternehmen stecken die Kompetenzen von BDT in vielen Produkten weltbekannter Marken. BDT bietet eine Rundumdienstleistung von der ersten Produktidee über die Entwicklung, Produktion und die Weiterentwicklung im Lebenszyklus bis hin zum Service und der weltweiten Reparaturabwicklung. Über 150 BDT Mitarbeiter in Deutschland beschäftigen sich mit der Entwicklung neuer Produkte, Materialien und Technologien. Seit 1967 entwickeln BDT-Ingenieure und ein Netzwerk hoch spezialisierter Partner und Zulieferer in der ganzen Welt Innovationen in den Bereichen: Elektronik, Elektromechanik, Feinmechanik und Kunststofftechnik. Software-Lösungen und Software zur Steuerung und Anbindung der BDT Systeme ergänzen die Komplettlösungen von BDT. Über 100 derzeit gültige Patente beweisen die Kompetenz des Unternehmens. Einkauf, Beschaffung und Logistik verbinden sich zur weltweiten BDT Supply Chain, die den marktführenden Kunden extrem kurze Entwicklungszeiten, weltmarktgerechte Preise und absolute Lieferzuverlässigkeit sichert. Nach ISO 9001, ISO 14001 sowie OHSAS zertifizierte, BDT-eigene Produktionsstätten in Deutschland, Mexiko und China ermöglichen Variantenvielfalt, Flexibilität bei Marktveränderungen, konkurrenzloses time-to-market, hohe Kosteneffizienz und ein kompromissloses Qualitätsmanagement für alle BDT Produkte. Service und Reparatur werden von BDT als integrale Bausteine der Produktentwicklung und Marktbearbeitung definiert. Eigene BDT Reparaturzentren in den USA und in Deutschland, sowie die weltweite Koordination des BDT Services geben den Kunden Sicherheit und leiten qualitätssichernde Informationen sofort an die Entwicklungsabteilung weiter.

BDT Referenzkunden

BDT ist zuverlässiger Innovationspartner von HP, IBM, Sun, Fujitsu Siemens, Dell, Xerox und vielen anderen Hersteller von IT- und Bürotechnik.

Weitere BDT Tochterunternehmen

Die **REDDOXX GmbH** mit Hauptsitz in Rottweil ist Hersteller im Bereich E-Mail Management Lösungen. Die Lösungen werden als Appliances über die Distribution am Markt angeboten. Das Produktportfolio umfasst heute folgende Produkte: Spamfinder (Anti-Spam), MailDepot (E-Mail Archivierung) und MailSealer (Verschlüsselung und digitale Signatur von E-Mails). Weitere Informationen finden Sie unter www.reddoxx.com.

Unternehmensporträt 2: „Pavatex“



BAUEN. DÄMMEN. WOHLFÜHLEN

Schweizer Holzfaserplatten - Baustoffe der Natur.

PAVATEX ist der führende Anbieter von hochwertigen Holzfaserdämmsystemen für die moderne Gebäudehülle. Diese Erfolgsgeschichte begann 1932 im schweizerischen Cham. Seit 1949 führt PAVATEX eine weitere Produktionsstätte in Fribourg. Im bewährten und kontinuierlich weiterentwickelten Nassverfahren entstehen heute in diesen beiden Werken die PAVATEX-Holzfaserdämmsysteme – moderne, ökologische und vor allem multifunktionale Dämmsysteme für die Gebäudehülle.

PAVATEX-Holzfaserdämmsysteme sind weltweit gefragt

Die diffusionsoffenen, bindemittelfreien Naturprodukte von PAVATEX schützen auf sehr effektive Weise im Winter vor Kälte und im Sommer vor Hitze. Gleichzeitig weisen sie lärm- und schallschützende Eigenschaften auf. Die Nachfrage nach PAVATEX-Holzfaserdämmstoffen steigt seit Jahren kontinuierlich. Das Unternehmen erzielte im Jahr 2009 einen Umsatz von CHF 106,5 Mio (plus 8% ggü. VJ). Gerade auch aufgrund verschiedener neu lancierter Produkte setzt sich der Wachstumskurs auch im Jahr 2009 fort.

PAVATEX – mit klarem Fokus auf die Gebäudehülle

Holzfaserverprodukte werden von verschiedenen Herstellern in ganz Europa produziert. Unter diesen ist PAVATEX der einzige Anbieter, der sich konsequent auf das Segment der hochwertigsten Holzfaserdämmsysteme für die Gebäudehülle spezialisiert hat. Die von PAVATEX hergestellten Produkte werden zu über 95% in anspruchsvollen Anwendungen der Gebäudehülle bei Neubauten und Sanierungen eingesetzt. Im Markt für Dämmstoffe sind Holzweichfaserprodukte eine stark wachsende Nische. Das Produktionsvolumen für Dämmstoffe wird in der Schweiz, Deutschland und Österreich auf etwa 35 Millionen Kubikmeter geschätzt. Im Bereich druckfeste Holzweichfaser für Dämmanwendungen in der Gebäudehülle geht man von einem Markt von CHF 130 Mio aus. Mit einem Umsatz von CHF 82 Mio im Jahr 2009 in diesem Bereich (plus 8% ggü. VJ) ist PAVATEX damit der stärkste und innovativste Anbieter in den genannten Ländern.

PAVATEX baut die Produktionskapazitäten aus

PAVATEX investiert in die Zukunft. Um der grossen Nachfrage nach Holzweichfaserdämmsystemen gerecht werden zu können, wurde bis Ende 2009 die Produktionskapazität im Werk Cham verdoppelt. In den kommenden Jahren wird PAVATEX die Kapazitäten an beiden Standorten weiter kontinuierlich ausbauen, um der grossen Marktnachfrage gerecht zu werden.

PAVATEX entwickelt Innovationen

Als Marktführer sehen wir unsere wichtigste Aufgabe darin, unseren Kunden immer die innovativsten Lösungen anzubieten, um jedes mögliche Dämmprobleme auf optimale Weise lösen zu können – ob bei Neubau oder Sanierung. Unsere neue Holzweichfaserdämmplatte PAVADENTRO mit integrierter mineralischer Funktionsschicht ermöglicht die bauphysikalisch anspruchsvolle raumseitige Dämmung von Aussenwänden. Dieses PAVATEX-Produkt wurde mit dem Innovationspreis Holz21 des Schweizer Bundesamtes für Umwelt (BAFU) ausgezeichnet. Das jüngste Produkt PAVACLAY ist eine Lehm-Holzfaser trockenbauplatte. Die Kombination dieser beiden Naturbaustoffe verbindet die hervorragenden Dämmeigenschaften der Holzfasern mit den Vorzügen des Naturbaustoffs Lehm. Diese innovativen Produkte demonstrieren die Vielseitigkeit des natürlichen Dämmstoffs Holz: Ob Unterdachplatte, Aufsparren- und Trittschalldämmung oder Wärmedämmverbundsystem (WDVS) – Holzfaserdämmstoffe erfüllen die unterschiedlichsten Anforderungen. PAVATEX bietet mit seinen leistungsfähigen Holzfaserdämmstoffen eine grosse Bandbreite an Dämm Lösungen an, die auf den jeweiligen Anwendungsfall zugeschnitten sind.

PAVATEX engagiert sich für energieeffektive Lösungen

Klimaschutz betrifft alle! Heizungen erzeugen Wärme und sorgen für Wohnkomfort, gleichzeitig fallen dabei aber grosse Mengen Kohlendioxid an. Die technisch optimierte Vermeidung von Energieverlusten ist daher eine der dringlichsten Aufgaben, die es von industrieller Seite her zu lösen gilt. Wer bei der Konstruktion der Gebäudehülle nur die Energieeffizienz berücksichtigt, greift dabei zu kurz: Gefragt sind multifunktionale Gebäudehüllen, die neben der energetischen Optimierung weitere Schutzfunktionen bieten müssen. Eine moderne Gebäudehülle muss bestmöglich sowohl gegen sommerliche Hitze als auch Lärm schützen sowie durch die diffusionsoffene Konstruktion für ein angenehmes und wohngesundes Raumklima sorgen. Energieeffizienz allein reicht daher nicht – eine energieeffektive Gebäudehülle bedeutet Wohnkomfort, Wohngesundheit und eine optimierte Ressourcenschonung. Durch die Verwendung von PAVATEX-Holzfaserdämmstoffen wird der Energiebedarf gesenkt, der Ausstoss von CO₂ reduziert und Kohlenstoff durch die bauliche Verwendung von Holz gebunden. Damit wird die globale CO₂-Bilanz entscheidend verbessert. Gleichzeitig verbessert sich das Wohlbefinden, da die multifunktionalen PAVATEX-Holzfaserdämmstoffe eine energieeffektive Gebäudehülle garantieren. Durch das Dämmen mit PAVATEX-Holzfaserdämmstoffen entsteht also eine hochwertige Gebäudehülle. Dies führt nicht zuletzt auch zu einer langfristigen Wersteigerung der gesamten Immobilie.

PAVATEX ermöglicht gesündere Häuser

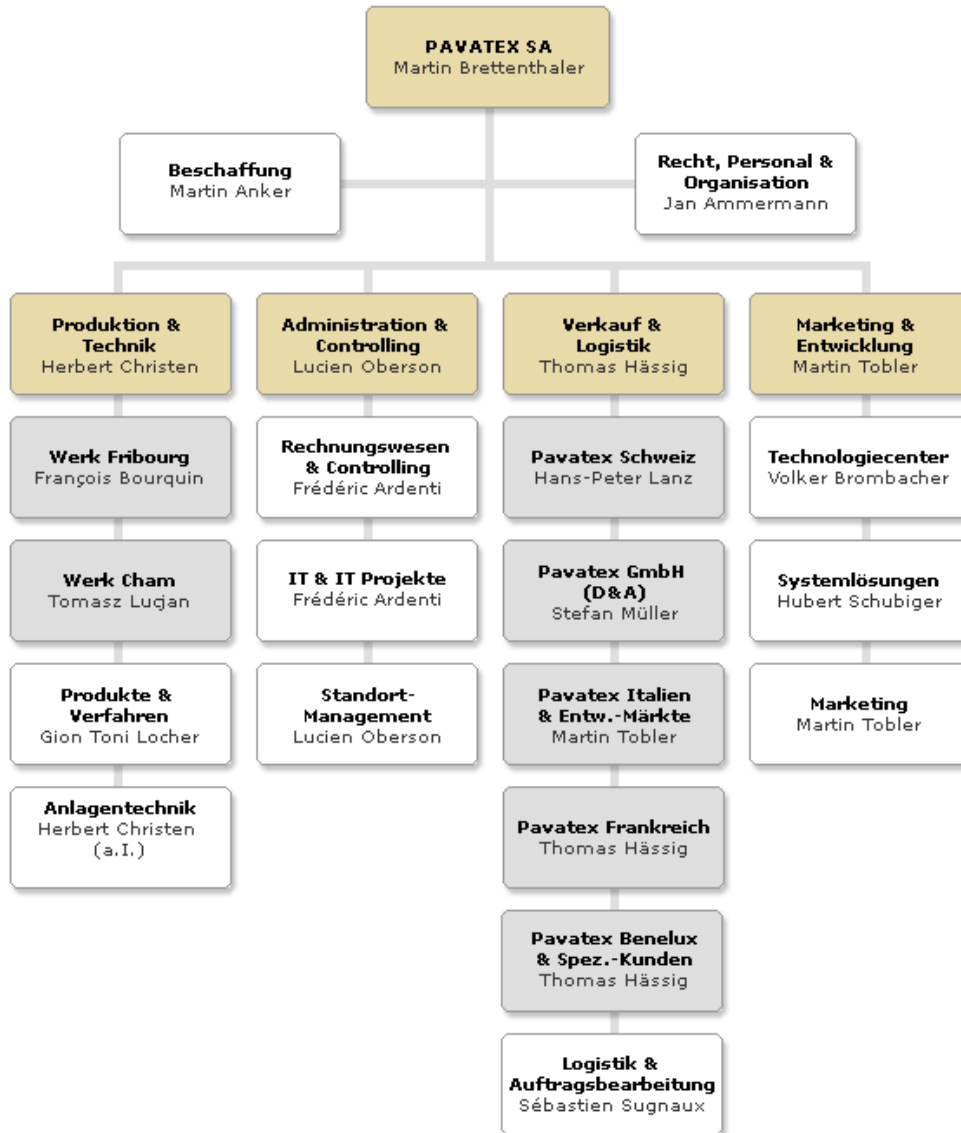
Ökologisches Bauen darf sich nicht nur auf einen sparsamen Einsatz von Energie und Ressourcen beschränken, sondern muss sich auch mit Problemen der Wohngesundheits auseinandersetzen. Doch manche Baustoffe belasten nach wie vor die Raumluft. Über die Materialauswahl können Bauherr und Architekt das gesunde Wohnen deshalb wesentlich steuern. Und was ist hier natürlicher und damit gesundheitsverträglicher als Holz? PAVATEX produziert seine Holzfaserdämmstoffe im bewährten Nassverfahren, welches auf eine künstliche Faserbeimung verzichtet. Mit ihrem natürlichen Bestandteil Holz – PAVATEX nutzt ausschliesslich emissionsarme Tannen/Fichten – sind von PAVATEX-Produkten keine Immissionen in die Raumluft zu erwarten. Umweltverträglichkeit und den positiven Einfluss auf die Wohngesundheits lässt PAVATEX jederzeit von unabhängigen Instituten testen. So sind PAVATEX-Produkte natureplus zertifiziert, das internationale Qualitätszeichen für nachhaltige Wohn- und Bauprodukte, die auf Gesundheit, Umwelt und Funktion geprüft werden. Auch das ÖKO-TEST-Jahrbuch 2009 vergab ein „sehr gut“ an PAVATHERM, die Holzfaserdämmplatte von PAVATEX.

PAVATEX bietet umfangreiche Sanierungslösungen für Bauherren

PAVATEX bietet neben leistungsfähigen Holzfaserdämmstoffen auch eine grosse Bandbreite an spezialisierten Dämm Lösungen für Neubau und Sanierung an. Unsere Ingenieure arbeiten beständig daran, optimale Dämm Lösungen für alle Sanierungsfälle zu entwickeln. Neben Dachsanierungen stellt beispielsweise die Renovation von denkmalgeschützten Gebäuden, die keine Veränderung der Fassade zulässt, eine besondere bauphysikalische Herausforderung dar. Denn hier kann die Dämmung der Aussenwände nur von innen erfolgen. Speziell für solche Fälle wurde PAVADENTRO entwickelt, eine Holzweichfaserplatte mit integrierter mineralischer Funktionsschicht, die das Prinzip von Funktionstextilien wie Goretex® auf den Hausbau appliziert.

Organigramm

Die PAVATEX-Organisation im Überblick



© <http://www.pavatex.de/unternehmensportrat.aspx>

Unternehmensporträt 3: „Lidl“



Das Unternehmen

Das Handelsunternehmen Lidl gehört – als Teil der Schwarz-Unternehmensgruppe mit Sitz in Neckarsulm – zu den führenden Unternehmen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Mittlerweile ist das Unternehmen in ganz Europa aktiv. In Deutschland sorgen über 30 rechtlich selbstständige Regionalgesellschaften mit 3.000 Filialen und mehr als 48.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern für die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden.

Das Erfolgsrezept: gute Qualität zu günstigen Preisen

Das Erfolgsrezept von Lidl ist einfach: gute Qualität zu günstigen Preisen. Kundenorientierung und -zufriedenheit stehen für Lidl an oberster Stelle. In den Lidl-Filialen wird ein reichhaltiges Sortiment mit über 1.500 verschiedenen Artikeln des täglichen Bedarfs angeboten – neben Qualitätseigenmarken auch Markenartikel. Dazu gehören Molkereiprodukte, Tiefkühlkost, Wurstwaren, Frischfleisch, Frischgeflügel, täglich frisches Obst und Gemüse sowie ein vielseitiges Brotsortiment. Alle Artikel unterliegen ständig strengen Qualitätskontrollen. Ergänzt wird das Sortiment durch preiswerte Aktionsartikel wie Textilien, Haushalts- und Elektrowaren oder Freizeitprodukte.

Innovation und Nachhaltigkeit

Lidl erweitert und verbessert stetig seine Produktpalette und steht nicht zuletzt auch für Innovation. So war Lidl beispielsweise der erste Discounter, der seinen Kundinnen und Kunden Frischfleisch und -geflügel angeboten hat und die EC-Karten-Zahlung ermöglichte. Mit den Produktlinien Linessa und Piratinos erweiterte Lidl sein Warenangebot um fettarme und kindgerechte Produkte.

Eine Vorreiterrolle unter den Discountern hat Lidl auch bei der Einführung von Produkten aus nachhaltiger und ökologischer Herstellung übernommen. Im April 2006 nahm Lidl mit der Eigenmarke Bioness erstmals Bioprodukte in sein Sortiment auf. In Zusammenarbeit mit TransFair, dem Verein zur Förderung des Fairen Handels mit der Dritten Welt e. V., setzt das Unternehmen ein weiteres Zeichen für nachhaltige und faire Produktionsbedingungen. Unter der Eigenmarke Fairglobe verkauft Lidl unter anderem Schokolade, Orangensaft, Bioröst- und Instantkaffee sowie Biobananen.

Weitere Informationen zu Lidl finden Sie im Internet unter www.lidl.de

© http://www.lidl-info.com/cps/rde/xbcr/superazubi/Lidl_Unternehmensportraet.pdf

Unternehmensporträt 4: „Thyssen“



Die **ThyssenKrupp AG** ist ein deutsches Industrieunternehmen und Deutschlands größtes Stahl- und Rüstungsunternehmen. Der Konzern mit Firmensitz in Duisburg und Essen entstand 1999 aus der Fusion der *Friedrich Krupp AG Hoesch-Krupp* mit der *Thyssen AG*.

Der Konzern besteht aus den Business Areas *Steel Europe*, *Steel Americas*, *Stainless Global*, *Materials Services*, *Elevator Technology*, *Plant Technology*, *Components Technology* und *Marine Systems*. Damit umfassen die Konzernaktivitäten Stahl und Edelstahl, Industrie-Anlagen, Industriegüter und Dienstleistungen.

Der Konzern erzielte im Geschäftsjahr 2002/2003 einen Umsatz von 36,1 Milliarden Euro und ein Ergebnis vor Steuern von 714 Millionen Euro. Größter Unternehmensbereich war hierbei ThyssenKrupp Steel mit 12 Milliarden Euro Umsatz und knapp 50.000 Beschäftigten. Im Geschäftsjahr 2003/2004 verdoppelte sich der Gewinn vor Steuern auf 1,58 Milliarden Euro bei einer Umsatzsteigerung auf 39,3 Milliarden Euro. Hierbei konnten die Verbindlichkeiten von 4,2 auf 2,8 Milliarden Euro gesenkt werden. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2004/05 wurde ein Gewinn vor Steuern von 1,836 Milliarden Euro erwirtschaftet und es konnten die Verbindlichkeiten des Konzerns auf Null gesenkt werden, was gegenüber der jahrzehntelangen Unterkapitalisierung und Verschuldung von Thyssen und Krupp eine große unternehmerische Leistung ist. Das Geschäftsjahr 2005/2006 war das erfolgreichste in der Unternehmensgeschichte. Der Umsatz belief sich auf 47,125 Milliarden Euro, das Ergebnis vor Steuern auf 2,623 Milliarden Euro. Der größte Unternehmensbereich war das Segment Services mit einem Umsatz von 14,204 Milliarden Euro.

Ende März 2009 beschloss der Aufsichtsrat einen radikalen Konzernumbau. Statt der vormals fünf Segmente wird der Stahlkonzern nun in die zwei Bereiche Materials (Stahl, Edelstahl, Services) und Technologies (Anlagenbau, Aufzüge, Werften) mit den o.g. acht Business Areas untergliedert.

Die insgesamt 187.586 Mitarbeiter verteilen sich auf 679 Einzelunternehmen weltweit (Stand: 30. September 2006). Die belegschaftsstärksten Standorte sind Duisburg, Dortmund, Bochum, Hamburg, Krefeld und das Siegerland (Werk Eichen und Ferndorf).

Im Juni 2010 wurde der Verwaltungssitz von Düsseldorf nach Essen verlegt. Damit zieht die Konzernzentrale zum Ort der Wurzeln der Krupp-Dynastie zurück, wo sich heute in Essen-Altendorf der Krupp-Gürtel erstreckt. Auf diesem Areal, das das große Kruppsche Industrieviertel war und stark zerstört nach dem Zweiten

Weltkrieg als Brachland bis heute übrig blieb, befindet sich noch heute das Stammhaus Krupp.

© http://de.wikipedia.org/wiki/Thyssen_AG

Unternehmensporträt 5: „ANDREAS STIHL AG & Co. KG“



Die Gesellschaft

Die heutige STIHL Gruppe hat sich in über 80 Jahren von einem Einmannbetrieb zu einem international tätigen Motorsägen- und Motorgerätehersteller entwickelt. Der Firmengründer, Andreas Stihl, häufig auch als »Vater der Motorsäge« bezeichnet, begann 1926 in Stuttgart und baute das Unternehmen in wirtschaftlich schwierigen Zeiten auf. Nach dem Tod des Firmengründers übernimmt sein Sohn, Hans Peter Stihl, langjähriger Präsident des Deutschen Industrie- und Handelskammertages, den Betrieb. Ab Beginn der 70er-Jahre wurde das Unternehmen dann zu einer Unternehmensgruppe mit internationaler Struktur ausgebaut. Heute hat STIHL ein Vertriebsnetz von rund 35.000 Fachhändlern in mehr als 160 Ländern. Zur STIHL Gruppe gehört unter anderem der Gartengeräte-Hersteller VIKING, dessen Geschäftsführer, Nikolas Stihl, der Enkelsohn des Firmengründers ist. Kompromisslose Qualität, hohe Innovationskraft, starke Kundennähe und exklusiver Vertrieb über den servicegebenden Fachhandel sind die Markenzeichen des Unternehmens und haben es zu dem gemacht, was STIHL heute ist: weltweit Nr. 1.

Standorte und Mitarbeiter

STIHL vertreibt seine Produkte ausschließlich über den servicegebenden Fachhandel: im Inland mit einer eigenen Vertriebsgesellschaft, im Ausland mithilfe von 32 eigenen Vertriebsgesellschaften sowie über Generalimporteure. STIHL hat Fertigungsstätten in Deutschland, USA, Brasilien, Schweiz, Österreich und China. Insgesamt beschäftigt STIHL über 10.000 Mitarbeiter. Stammsitz von STIHL ist Waiblingen.

Produkte und Produktentwicklung STIHL bedient den gesamten Produktbereich der kompakten Zweitaktmotoren mit dem Schwerpunkt auf Motorsägen für den forst- und landwirtschaftlichen, aber auch den privaten Gebrauch. Zum Angebot gehören zudem Freischneider, Heckenscheren, Blas- und Sprühgeräte, Universalsauger, Trennschleifer sowie Bohrgeräte. International hält das Unternehmen weit über 1.000 Patentschutzrechtsanmeldungen und -schutzrechte.

Marktbedeutung und Wettbewerb

Bei Motorsägen ist das Unternehmen weltweit die Nummer eins. Auch in den übrigen Produktbereichen gehört STIHL zu den Branchenführern. 2009 erwirtschaftete das schwäbische Unternehmen weltweit einen Umsatz von über 2,0 Mrd. Euro.

Karriere bei STIHL

Mit dem Ziel, mindestens drei Viertel der Führungspositionen aus den eigenen Reihen zu besetzen, bietet das Unternehmen vielfältige Möglichkeiten der Weiterentwicklung. Die individuellen Ziele, Weiterbildungs- und Fördermöglichkeiten der Mitarbeiter werden in regelmäßigen Gesprächen mit den Vorgesetzten vereinbart. Je nach Eignung bieten sich Karriereperspektiven in einer Fach- oder Linienlaufbahn. Im Rahmen der beruflichen Entwicklung besteht innerhalb der internationalen Strukturen des Unternehmens die Möglichkeit, zwischen unterschiedlichen Bereichen zu wechseln. Auslandseinsätze werden gern gesehen, sind aber keine Bedingung für einen Aufstieg.

Einstieg als akademischer Young Professional

Besonders gute Chancen auf einen Einstieg bei STIHL haben Maschinenbauingenieure, die vorab eine Ausbildung im Maschinenbau abgeschlossen haben, sowie Ingenieure der Fachrichtungen Kunststofftechnik, Produktionstechnik und Automatisierung. Aber auch für andere akademische Fachkräfte bietet STIHL interessante Perspektiven.

Einstieg nach dem Hochschulstudium

Gesucht werden Studienabgänger der Studiengänge Elektrotechnik, Maschinenbau, Wirtschaftsingenieurwesen, Kunststofftechnik sowie aus anderen technischen und wirtschaftswissenschaftlichen Fachrichtungen. Voraussetzungen hierfür sind industriennahe Praktika oder Abschlussarbeiten, eventuell eine Promotion, Fremdsprachenkenntnisse sowie Sozialkompetenzen.

Praktika

Mindestens dreimonatige, vorzugsweise sechsmonatige Praktika bietet das Unternehmen Studierenden aller Fachrichtungen, um theoretische Fähigkeiten durch wertvolle praktische Erfahrungen zu erweitern. Der Schwerpunkt liegt hierbei im technischen Bereich. Die Bewerber sollten persönlich überzeugen, ein gutes Abitur sowie gute Hochschulnoten vorweisen können.

Besonderheiten

Besonders qualifizierte und engagierte Studenten nimmt STIHL in sein Patenprogramm auf. Nähere Informationen hierzu sind unter www.stihl.de erhältlich.

© http://www.akademiker-online.de/firmenreport_pdf/frstihl.pdf