



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Název projektu	Rozvoj vzdělávání na Slezské univerzitě v Opavě
Registrační číslo projektu	CZ.02.2.69/0.0./0.0/16_015/0002400

Cizojazyčná příprava NJ 2

Distanční studijní text

PhDr. Hanne-Lore Bobáková, Ph.D.

Karviná 2018



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Obor: Germanistika, aplikovaná jazykověda.

Klíčová slova: Wirtschaft, Wirtschaftsdeutsch, Unternehmen.

Anotace: Opora Cizojazyčná příprava – Wirtschaftsdeutsch 2 je určena pro studenty kombinované formy studia a svým rozsahem odpovídá výuce německého jazyka v prezenční formě studia.

V této studijní opoře se studenti seznámí s osmi konverzačními obsahy, v úvodní kapitole se zakázkou na službu, dále s navazováním kontaktů na veletržním stánku, všedním dnem na pracovišti, s událostmi na pracovišti, bezpečností na pracovišti, odbytovými cestami a reklamou a vlastnostmi produktů.

Autor: **PhDr. Hanne-Lore Bobáková, Ph.D.**

Obsah

ÚVODEM.....	6
RYCHLÝ NÁHLED STUDIJNÍ OPORY.....	7
1 DIENSTLEISTUNGSaufTRAG.....	9
1.1 Wortschatz.....	9
1.2 Text.....	11
1.3 Grammatik.....	15
1.4 Grammatik - Übungen.....	16
2 KONTAKTAUFNAHME AM MESSESTAND.....	24
2.1 Wortschatz.....	24
2.2 Text.....	25
2.3 Grammatik-Übungen.....	30
3 BETRIEBSALTAG	36
3.1 Wortschatz.....	36
3.2 Text.....	37
3.3 Grammatik-Übungen.....	41
4 ZWISCHENFÄLLE	51
4.1 Wortschatz.....	51
4.2 Text.....	52
4.3 Grammatik.....	56
5 SICHERHEIT AM ARBEITSPLATZ.....	63
5.1 Wortschatz.....	63
5.2 Text.....	64
5.3 Grammatik.....	68
6 MARKETING UND WERBUNG.....	78
6.1 Wortschatz.....	78
6.2 Text.....	79
7 VERTRIEBSWEGE	89
7.1 Wortschatz.....	89
7.2 Text.....	90
7.3 Grammatik.....	98
8 PRODUKTEIGENSCHAFTEN	109

8.1	Wortschatz.....	109
8.2	Text.....	110
8.3	Grammatik.....	112
LITERATURA		122
SHRNUTÍ STUDIJNÍ OPORY		123
PŘEHLED DOSTUPNÝCH IKON.....		124

ÚVODEM

Tento text představuje studijní oporu jednoho modulu pro distanční studium předmětu Německý jazyk v bakalářském studiu na Obchodně podnikatelské fakultě v Karviné, Slezské univerzity v Opavě.

V této studijní opoře se studenti seznámí s osmi konverzačními obsahy a to v úvodní kapitole se zakázkou na službu, dále s navazováním kontaktů na veletržním stánku, všedním dnem na pracovišti, s událostmi na pracovišti, bezpečností na pracovišti, odbytovými cestami a reklamou a vlastnostmi produktů.

Studijní opora umožňuje studentovi i přes vzdálenost od učitele a spolužáků úspěšně studovat. Je rozdělena do osmi kapitol, které svým rozsahem odpovídají 13 výukovým blokům jednoho semestru prezenčního studia a je koncipována tak, aby obsahem i rozsahem odpovídala nárokům kladeným na studenta prezenční formy studia.

Distanční vysokoškolské studium Německého jazyka je pro studenta nesmírně obtížné, vyžaduje pravidelné a systematické studium. V těchto bodech by studijní opora mohla nahradit prezenční studium. Dalšími podpůrnými zdroji ke studiu mohou být učebnice a skripta pro prezenční studium nebo doporučená studijní literatura.

Text je opatřen širokými okraji, obsahujícími marginálie: hesla a ikony. Volné místo slouží k tomu, aby bylo zaplněno vlastními poznámkami studenta, eventuálně vlastními značkami k lepšímu pochopení studované látky.

Při studiu distanční opory doporučujeme seznámit se nejprve se značkami, zkratkami a symboly používanými ve studijní opoře. Komplexní seznam naleznete na konci této opory.

Informativní, navigační a orientační symboly Vám pomohou při rychlém nahlédnutí do dané problematiky. Všímejte si i poznámek, eventuálně odkazů na publikace, učebnice apod., kde si podrobněji můžete nastudovat např. příslušné gramatické pasáže.

Nezapomeňte na to, že opora obsahuje korespondenční úkoly, které vypracováváte doma a posíláte svému tutorovi. Vedle těchto úkolů najdete v tzv. tutoriálu náměty k práci s Vaším tutorem. Při práci s oporou Vám přejeme hodně úspěchu.

Autorka

RYCHLÝ NÁHLED STUDIJNÍ OPORY

V úvodní kapitole se seznámíte s problematikou outsourcingu. Rozšíříte si slovní zásobu z této oblasti a připomenete si způsoby, kterými se v němčině vyjadřuje důvod. V této kapitole se naučíte slovní zásobu k outsourcingu, konverzovat o výhodách a nevýhodách outsourcingu v němčině a vyjadřovat důvod v němčině.

V druhé kapitole se seznámíte s německými veletrhy a výstavami. Naučíte se slovní zásobu z oblasti veletrhů a výstav a zopakujete si budoucí čas. V této kapitole se naučíte slovní zásobu k veletrhům a výstavám, používat budoucí čas a obeznámíte se s informacemi o největších německých veletrzích.

Ve třetí kapitole se zaměříte na běžné situace na pracovišti, např. na pracovní dobu, přestávky, nepřítomnost na pracovišti. Naučíte se slovní zásobu k outsourcingu, slovní zásobu z oblasti „všedního dne na pracovišti“ a popsat svůj pracovní den na pracovišti.

Čtvrtá kapitola se zabývá problematikou pracovní neschopnosti. Seznámí vás s povinnostmi pracovníka v případě onemocnění a důležitými obraty a slovní zásobou. V této kapitole se naučíte vyjadřovat se k pracovní neschopnosti v němčině, slovesa s neodlučitelnou předponou a používat je.

Pátá kapitola se zabývá bezpečností na pracovišti. Seznamuje s bezpečnostními opatřeními a značkami, které chrání zaměstnance před nebezpečími. V této kapitole se naučíte bezpečnostní značky v němčině, bezpečnostní opatření a používat infinitiv s „zu“.

V šesté kapitole se naučíte slovní zásobu zaměřenou na marketing, trh a zákazníka. Naučíte se i rozlišovat jednotlivé typy zákazníků.

V sedmé kapitole nahlédnete do problematiky odbytových cest a seznámíte se s náplní práce reklamní agentury. Naučíte se novou slovní zásobu a vedlejší věty se spojkou „ob“.

Osmá kapitola se zabývá popisem výrobků a jejich vlastnostmi. V této kapitole se naučíte popisovat výrobek a při popisu používat přídavná jména se specifickými příponami.

1 DIENSTLEISTUNGSaufTRAG

RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



V úvodní kapitole se seznámíte s problematikou outsourcingu. Rozšíříte si slovní zásobu z této oblasti a připomenete si způsoby, kterými se v němčině vyjadřuje důvod.

CÍLE KAPITOLY



V této kapitole se naučíte:

- slovní zásobu k outsourcingu,
- vyjadřovat důvod v němčině,
- konverzovat o výhodách a nevýhodách outsourcingu v němčině.

KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Dienstleistungsauftrag, Outsourcing, Vorteile, Nachteile.

ČAS POTŘEBNÝ KE STUDIU



K nastudování této kapitoly budete potřebovat cca 240 minut.

1.1 Wortschatz

e Verbesserung	zlepšení
e Reduzierung	redukce
erheblich	značný
r Umsatzzuwachs	nárůst obratu
ansprechen	oslovit
e Vertriebsaktivität	odbytová aktivita

e Marktforschung	výzkum trhu
e Rationalisierung	racionalizace
e Flexibilität	flexibilita
e Hochleistung	vysoký výkon
r Vordergrund	popředí
r Entscheidungsprozess	proces rozhodování
e Kosteneffektivität	efektivita nákladů
e Kostenreduktion	redukce nákladů
e Mobilität	mobilita
r Arbeitsplatz	pracoviště
e Veränderung	změna
e Anpassung	přizpůsobení
e Wartungskosten	náklady na údržbu
e Wirtschaftlichkeit	hospodárnost
e Tendenzprognose	prognóza tendence
e Tendenz	tendence
e Zukunft	budoucnost
r Experte	expert
e Reduzierung	redukce
s Kriterium	kritérium
e Qualitätsorientierung	orientace na kvalitu
e Wachstumsorientierung	orientace na růst
e Innovationsorientierung	orientace na inovaci
einberufen	svolat
angeben	uvést
verteidigen	bránit
formulieren	formulovat
beurteilen	posuzovat
beraten	radit
vorbereiten	přípravit
führen	vést
beschließen	usnést se
sich entscheiden	rozhodnout
festlegen	stanovit
verfahren	postupovat
berücksichtigen	zohlednit
einhalten	dodržovat
sich verabreden	domluvit se

K ZAPAMATOVÁNÍ

eine Meinung zu einem Problem bilden - vytvořit si názor na problém

eine Entscheidung entgegennehmen - přijmout rozhodnutí

die Änderung beschließen - usnést se na změnách

einen Beschluss fassen - usnést se

die Entfaltungsmöglichkeiten beurteilen - posuzovat možnosti rozvoje

Informationen angeben - podávat informace

1.2 Text

WAS ERWARTET MAN VON EINEM DIENSTLEISTUNGSaufTRAG?

Von dem Dienstleistungsauftrag kann eine Verbesserung der Leistung oder eine Reduzierung der Kosten erwartet werden. Erhebliche Kostenvorteile und Umsatzzuwächse werden besonders dann erwartet, wenn spezielle Dienstleister angesprochen werden, die bestimmte Vertriebsschritte/Vertriebsaktivitäten übernehmen, wie:

- Kundenbetreuung,
- Terminvereinbarung usw.

Aber auch IT-Dienstleistungen und Marketing-Aufgaben, Marktforschung usw.

Warum wird so häufig Outsourcing genutzt? Rationalisierung, Flexibilität und Hochleistung des Unternehmens stehen im Vordergrund der Entscheidungsprozesse:

- Kosteneffektivität / Kostenreduktion,
- Mobilität der Arbeitsplätze,
- höhere Leistung,
- flexible Reaktion auf Veränderungen und bessere Anpassung auf ändernde Bedingungen,
- keine Wartungskosten,
- höhere Wirtschaftlichkeit.

Wie sehen die Tendenzprognosen aus?

Die Tendenz zum Outsourcing wird sicher auch in der Zukunft annehmen. Laut Experten kann man damit rechnen, dass die Reduzierung der Kosten nicht das einzige Kriterium sein wird. Die Unternehmen werden mehr auf Qualitäts-, Wachstums- und Innovationsorientierung Wert legen.



OTÁZKY



PRŮVODCE TEXTEM

Následující otázky si nejdříve přeložte.

Was kann man von Outsourcing erwarten?

Wann werden erhebliche Kostenvorteile und Umsatzzuwächse erwartet?

Warum wird so häufig Outsourcing genutzt?

Was bringt Outsourcing?

Wie sehen die Tendenzprognosen aus?



ODPOVĚDI

Was kann man von Outsourcing erwarten?

Wann werden erhebliche Kostenvorteile und Umsatzzuwächse erwartet?

Warum wird so häufig Outsourcing genutzt?

Was bringt Outsourcing?

Wie sehen die Tendenzprognosen aus?

NEZAPOMEŇTE NA ODPOČINEK



Nyní si dopřejte krátkou přestávku.

ŘEŠENÁ ÚLOHA



Beurteilen Sie, ob es um einen Vorteil oder Nachteil geht:

keine Wartungskosten

höhere Wirtschaftlichkeit

fremdes Personal im Unternehmen

keine Identifikation mit dem Unternehmen

Wirtschaftlichkeit

Wie lauten die Begriffe auf Deutsch?

zlepšení výkonu

vyšší hospodárnost

lepší přizpůsobení

žádné náklady na údržbu

dceřiná společnost

Dienstleistungsauftrag

Was gehört nicht in die Reihe?

Wartung	Kantine	Betriebsarzt	Management
Wirtschaftlichkeit	Unruhe	Leistung	Anpassung
Effektivität	fremdes Personal	Unruhe	keine Identifikation
Rationalisierung	Wartung	Flexibilität	Hochleistung



ODPOVĚDI

Beurteilen Sie, ob es um einen Vorteil oder Nachteil geht:

keine Wartungskosten/Vorteil

höhere Wirtschaftlichkeit/Vorteil

fremdes Personal im Unternehmen/Nachteil

keine Identifikation mit dem Unternehmen/Nachteil

Wirtschaftlichkeit/Vorteil

Wie lauten die Begriffe auf Deutsch?

zlepšení výkonu/Verbesserung der Leistung

vyšší hospodárnost/höhere Wirtschaftlichkeit

lepší přizpůsobení/bessere Anpassung

žádné náklady na údržbu/keine Wartungskosten

dceřiná společnost/e Tochtergesellschaft

Was gehört nicht in die Reihe?

Wartung	Kantine	Betriebsarzt	Management
Wirtschaftlichkeit	Unruhe	Leistung	Anpassung
Effektivität	fremdes Personal	Unruhe	keine Identifikation

Rationalisierung	Wartung	Flexibilität	Hochleistung
------------------	----------------	--------------	--------------

KONTROLNÍ OTÁZKA



úklid budov

uzavření školky

ponechání kantýny

ukončení

1.3 Grammatik

ZPŮSOBY VYJADŘOVÁNÍ DŮVODU V NĚMČINĚ

Důvod lze v němčině vyjadřovat různým způsobem:

1. Pomocí spojky „weil“ (protože)
2. Pomocí spojky „denn“ (neboť)
3. Pomocí předložky „wegen“ (kvůli, pro)

VYJADŘOVÁNÍ DŮVODU POMOCÍ SPOJKY „WEIL“

Spojka weil je podřadicí spojka, tzn., že po ní následuje vedlejší věta. V německé vedlejší větě následuje po spojce weil podmět, dále jádro výpovědi /co chceme říci/ a na konci vedlejší věty je určité sloveso.

PŘÍKLAD 1

Endlich müssen wir einen Beschluss fassen, weil sich die Betriebskosten verdoppelt haben.

Konečně se musíme rozhodnout, protože se provozní náklady zdvojnásobily.

VYJADŘOVÁNÍ DŮVODU POMOCÍ SPOJKY „DENN“

Dienstleistungsauftrag

Spojka „denn“ je souřadící spojka, tzn., že po ní je přímý pořádek slov. Po spojce se vyjádří podmět, pak sloveso a poté jádro výpovědi.

PŘÍKLAD 2

Endlich müssen wir einen Beschluss fassen, denn die Betriebskosten haben sich verdoppelt.

VYJADŘOVÁNÍ DŮVODU PO PŘEDLOŽCE „WEGEN“

Předložka „wegen“ se většinou pojí se druhým pádem. Do češtiny lze tuto předložku přeložit jako kvůli nebo pro.

PŘÍKLAD 3

Wegen der Kostensenkung

Kvůli snížení nákladů

Wegen der besseren Identifikation mit dem Betrieb

Kvůli lepší identifikaci s podnikem

1.4 Grammatik - Übungen

1. Warum entscheiden Sie sich für den Dienstleistungsauftrag? Bilden Sie Nebensätze nach dem Muster:

Muster: Wir entscheiden uns für den Dienstleistungsauftrag, weil wir(infinitiv) wollen.

keine Wartungskosten haben

bessere Wirtschaftlichkeit erreichen

die Leistung verbessern

die Effektivität verdoppeln

flexible Reaktion auf Veränderungen haben

2. Bilden Sie Nebensätze nach dem Muster:

Muster: Wir entscheiden uns für den Dienstleistungsauftrag, denn wir wollen (Infinitiv).

keine Wartungskosten haben

bessere Wirtschaftlichkeit erreichen

die Leistung verbessern

die Effektivität verdoppeln

flexible Reaktion auf Veränderungen haben

3. Bilden Sie Formulierungen mit WEGEN

Kvůli nízkým nákladům

Kvůli lepší výkonnosti

Kvůli zvýšené efektivitě

Kvůli lepší hospodárnosti

NÁMĚT NA TUTORIÁL



PRŮVODCE TEXTEM



Přečtěte si pozorně následující text a zodpovězte následující otázky:

Was ist Outsourcing?

Der Begriff Outsourcing kommt aus dem Englischen. Er wurde von den deutschen Sprachkritikern als Unwort des Jahres gewählt, seitdem hat er sich ziemlich verbreitet, und das nicht nur in Deutschland. Auf Deutsch würde man Auslagerung benutzen. Es geht dabei um die Übertragung der Unternehmensaufgaben an andere Unternehmen. Die bisher intern erbrachte Leistung wird so an externe Unternehmen übertragen. Diese Übertragung wird in Form von Verträgen festgelegt, in denen die Dauer und der Gegenstand der Leistung fixiert werden.

Dienstleistungsauftrag

In anderen Fällen spricht man in Deutschland von der Auslagerung von Arbeitsplätzen in kostengünstigere Tochtergesellschaften. Unter Auslagerung kann auch Herstellung von bestimmten Teilprodukten oder Sicherstellung von Leistungen verstanden werden.

Zuerst wurde diese Form von Übertragung der Leistungen für EDV-Aufgaben benutzt, jetzt nutzen diese Form fast alle Branchen und Unternehmen.

Die Formen von Outsourcing sind verschieden. Eine Form von Outsourcing ist Joint Ventures. Die andere Form stellen bestimmte Kooperationen des Unternehmens mit externen Unternehmen dar. Zum Beispiel das weltweit verbreitete skandinavische Unternehmen IKEA beauftragt für die Abwicklung von Transporten ein externes Unternehmen. So wird nur eine Aufgabe von einem externen Unternehmen übernommen.

Welche Unternehmensaufgaben können übernommen werden? Nennen wir ein paar Beispiele für die Aufgabenübertragungen:

- die Buchhaltung,
- die EDV-Abteilung,
- die Spedition,
- die Werbung,
- die Gebäudereinigung,
- die Hausdruckerei,
- die Personalabteilung,
- die Wartung.



OTÁZKY

Aus welcher Sprache stammt das Wort Outsourcing?

Von wem wurde das Wort Outsourcing als Unwort gewählt?

Was heißt Outsourcing auf Deutsch?

Was bedeutet Outsourcing?

Wie legt man die Übertragung fest?

Was wird in den Verträgen festgelegt?

Wohin werden die Arbeitsplätze ausgelagert?

Was versteht man auch unter Auslagerung

Wofür wurde Outsourcing zuerst benutzt?

Welche Formen von Outsourcing kennen Sie?

Wie nutzt das Unternehmen IKEA das Outsourcing?

ODPOVĚDI



Aus welcher Sprache stammt das Wort Outsourcing?

Von wem wurde das Wort Outsourcing als Unwort gewählt?

Was heißt Outsourcing auf Deutsch?

Was bedeutet Outsourcing?

Wie legt man die Übertragung fest?

Was wird in den Verträgen festgelegt?

Wohin werden die Arbeitsplätze ausgelagert?

Was versteht man auch unter Auslagerung

Wofür wurde Outsourcing zuerst benutzt?

Welche Formen von Outsourcing kennen Sie?

Wie nutzt das Unternehmen IKEA das Outsourcing?

KONTROLNÍ OTÁZKA



Spezielle Dienstleister übernehmen bestimmte

- Kostenreduktion
- Vertriebsaktivitäten
- Wachstumsorientierung

Dienstleistungsauftrag

Die Kundenbetreuung und die Terminvereinbarung können spezielle ... übernehmen.

- Verbesserung
- Marktforschung
- Dienstleister

Kosteneffektivität, höhere Leistung, keine Wartungskosten und ... sind Gründe für Outsourcing.

- Prognose
- Arbeitsplatz
- höhere Wirtschaftlichkeit

Auch in der Zukunft kann man mit Outsourcing

- rechnen
- senken
- ansprechen

Bilden Sie sich dazu Ihre eigene

- Entscheidung
- Meinung
- Kriterium

In dieser ernsten Situation müssen wir endlich eine Entscheidung

- angeben
- führen
- entgegennehmen

Die Betriebslage hat sich verschlechtert, es ist Zeit, Änderungen

- beschließen
- zu beschließen
- beschließen müssen

Bei der letzten Sitzung haben wir doch schon die ... beurteilt.

- Entscheidungsprozess
- Entfaltungsmöglichkeiten
- Arbeitsplatz

Bei der Form von Outsourcing hat das neue Personal keine ... mit dem Unternehmen.

- Marktforschung

- Identifikation
- Wirtschaftlichkeit

Wir entscheiden uns für Outsourcing, weil wir keine ... haben wollen.

- Veränderung
- Flexibilität
- Wartungskosten

ODPOVĚDI



Spezielle Dienstleister übernehmen bestimmte

- Kostenreduktion
- Vertriebsaktivitäten
- Wachstumsorientierung

Die Kundenbetreuung und die Terminvereinbarung können spezielle ... übernehmen.

- Verbesserung
- Marktforschung
- **Dienstleister**

Kosteneffektivität, höhere Leistung, keine Wartungskosten und ... sind Gründe für Outsourcing.

- Prognose
- Arbeitsplatz
- **höhere Wirtschaftlichkeit**

Auch in der Zukunft kann man mit Outsourcing

- rechnen
- senken
- ansprechen

Bilden Sie sich dazu Ihre eigene

- Entscheidung
- **Meinung**

Dienstleistungsauftrag

- Kriterium

In dieser ernsten Situation müssen wir endlich eine Entscheidung

- angeben
- führen
- **entgegennehmen**

Die Betriebslage hat sich verschlechtert, es ist Zeit, Änderungen

- beschließen
- **zu beschließen**
- beschließen müssen

Bei der letzten Sitzung haben wir doch schon die ... beurteilt.

- Entscheidungsprozess
- **Entfaltungsmöglichkeiten**
- Arbeitsplatz

Bei der Form von Outsourcing hat das neue Personal keine ... mit dem Unternehmen.

- Marktforschung
- **Identifikation**
- Wirtschaftlichkeit

Wir entscheiden uns für Outsourcing, weil wir keine ... haben wollen.

- Veränderung
- Flexibilität
- **Wartungskosten**



PRŮVODCE STUDIEM

Dostali jste se na konec první lekce. Zopakujte si nyní znovu slovní zásobu této lekce.



SHRNUTÍ KAPITOLY

V této kapitole jste se naučili:

- slovní zásobu k outsourcingu,
 - vyjadřování důvodu v němčině,
 - konverzovat o outsourcingu a jeho výhodách a nevýhodách v němčině.
-

2 KONTAKTAUFNAHME AM MESSESTAND



RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY

V této kapitole se seznámíte s německými veletrhy a výstavami. Naučíte se slovní zásobu z oblasti veletrhu a výstav a zopakujete si budoucí čas.



CÍLE KAPITOLY

V této kapitole se naučíte:

- slovní zásobu k veletrhům a výstavám,
 - používat budoucí čas,
 - informace o největších německých veletrzích.
-



ČAS POTŘEBNÝ KE STUDIU

K nastudování této kapitoly budete potřebovat cca 240 minut.



KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY

Messestand, Kontaktaufnahme, Messe

2.1 Wortschatz

e Messe	veletrh
e Fachmesse	odborný veletrh
internationale Messe	mezinárodní veletrh
regionale Messe	regionální veletrh
nationale Messe	národní veletrh
e Verbraucherausstellung	spotřebitelská výstava
e Durchführung	provedení

e Messegelände	veletržní prostory
e Internationalität	internacionalizace
r Veranstalter	provozovatel
r Aussteller	vystavovatel
r Besucher	návštěvník
e Messeorganisation	veletržní organizace
veranstalten	uspořádat
e Überprüfung	kontrola, ověření
r Bekanntheitsgrad	stupeň známosti
steigern	zvýšit
präsentieren	prezentovat
e Konkurrenzfähigkeit	konkurenceschopnost
überprüfen	ověřit
s Vertriebsnetz	odbytová síť
ausbauen	vystavit

2.2 Text

Der Messeplatz Deutschland stellt sich vor

Der Messeplatz Deutschland ist weltweit die Nr. 1 in der Durchführung internationaler Messen. Etwa zwei Drittel aller Messen finden in Deutschland statt. Jährlich werden rund 150 internationale Messen und Ausstellungen mit über 160 000 Ausstellern und 9 bis 10 Mio. Besuchern durchgeführt. Dazu kommt ein dichtes Netz regionaler Fach- und Verbraucherausstellungen, die die internationalen Messen wichtig ergänzen.

Messestandorte

Für die Durchführung überregionaler und internationaler Messen stehen auf 22 deutschen Messegeländen rund 2,72 Mio. qm Hallenfläche zur Verfügung. Drei der fünf größten Messegelände der Welt liegen in Deutschland.

Standortstärken der deutschen Messen

Zu den Hauptstärken der deutschen Messen zählen ihre hohe Internationalität sowie die intensive Zusammenarbeit zwischen den Veranstaltern, Ausstellern und Besuchern, die auf jahrelanger Erfahrung in der Messeorganisation basiert. Ergänzend kommt als weiterer Vorteil die zentrale geographische Lage Deutschlands in Europa

hinzu, denn die deutschen Messestandorte liegen äußerst verkehrsgünstig und haben eine hochentwickelte Infrastruktur.

Deutsche Auslandsmessen

Deutsche Messeveranstalter bieten ihre Veranstaltungs- und Branchenkompetenz nicht nur in Deutschland, sondern weltweit in vielen Ländern an. Pro Jahr veranstalten die deutschen Messegesellschaften rund 240 Messen im Ausland, vor allem in Asien und in Osteuropa.

Einige Messeveranstaltungen in Deutschland

Die Messe Chemnitzer Reisemarkt Chemnitz ist eine Urlaubsmesse für Touristik und Caravaning. Zahlreiche Aussteller zeigen auf rund 10 000 m² Ausstellungsfläche Informationen und Beratung rund um Urlaub und Reisen. Für Unterhaltung auf dem Chemnitzer Reisemarkt sorgt die Showbühne, eine tägliche Tombola, das Urlaubskino mit spannenden Reiseberichten und kostenlose Kinderbetreuung.

Die Messe Impuls Cottbus ist eine Messe für Aus- und Weiterbildung, Studium, Existenzgründung und Arbeit. Zahlreiche Aussteller präsentieren auf der Impuls Messe Cottbus ein umfassendes Spektrum an Bildungs-, Ausbildungs-, Weiterbildungs- und Berufswegen und informieren umfassend über Existenzgründung und Unternehmenssicherung. Insgesamt werden mehr als 300 Ausbildungsberufe vom Anlagenmechaniker bis zum Zimmermann vorgestellt. Umfassende Angebote gibt es auch zu Auslandsaufenthalten, Sprach- und Austauschreisen.

Über Studienmöglichkeiten informieren zahlreiche Universitäten, Hoch- und Fachschulen, Akademien und Colleges, die insgesamt rund 200 Studiengänge vorstellen. Zum Thema Arbeit, Existenzgründung und Weiterbildung offerieren unter anderem das Bundeswirtschaftsministerium, Banken, die Industrie- und Handelskammer, Verbände, Franchisegeber, Bildungsträger sowie zahlreiche Personaldienstleister ihre Angebote und Dienstleistungen.

Die TrendSet Messe München ist die Fachmesse für Wohnambiente, Tischkultur und Lebensart, auf der sich zweimal im Jahr Liebhaber des Wohnens und Dekorierens treffen.

Rund 1.100 Aussteller, europäische Hersteller, Importeure und Handelsvertretungen internationaler Unternehmen sind hier auf ca. 90 000 m² Messefläche präsent. Den Ausstellern mit saisonaler Oster- und Weihnachtsware geben die Messetermine im Januar und Juli die Gelegenheit, sich rechtzeitig mit den aktuellsten Angeboten zu präsentieren. Die TrendSet München ist die ideale Plattform für Fachbesucher aus dem Fachhandel, dem Versandhandel und aus anderen Handelsformen für frühzeitige Information und Angebote. Die Messe PSI Düsseldorf ist die internationale Fachmesse für Werbeartikel.

Rund 900 Aussteller aus mehr als 30 Ländern geben auf der PSI Messe Düsseldorf einen Überblick über neue Produkte und Dienstleistungen der Werbemittelindustrie. Das Angebotspektrum umfasst dabei Klassiker und kreative Neuentwicklungen, günstige Streuartikel mit Breitenwirkung und hochwertige Einzelanfertigungen, kurz gesagt, aktuelle Werbeatikel in allen möglichen Varianten. Im Technology Forum der PSI Düsseldorf Messe informieren Aussteller über Anbringungsmöglichkeiten und Techniken von Werbeinformationen und Logos und neueste Drucktechniken.

OTÁZKY



PRŮVODCE TEXTEM



Nejprve si otázky přečtete a přeložte.

Was kann man über den Messeplatz Deutschland sagen?

Wie viele internationale Messen finden in Deutschland statt?

Welche Veranstaltungen ergänzen die internationalen Messen in Deutschland?

Auf wie vielen Messengeländen werden die deutschen Messen veranstaltet?

Was ist die Hauptstärke der deutschen Messen?

Welche Messeveranstaltungen finden in Deutschland statt?



ODPOVĚDI

Was kann man über den Messeplatz Deutschland sagen?

Wie viele internationale Messen finden in Deutschland statt?

Welche Veranstaltungen ergänzen die internationalen Messen in Deutschland?

Auf wie vielen Messegeländen werden die deutschen Messen veranstaltet?

Was ist die Hauptstärke der deutschen Messen?

Welche Messeveranstaltungen finden in Deutschland statt?



ŘEŠENÁ ÚLOHA

1. Bilden Sie Komposita:

veletržní zboží	
veletržní nabídka	
veletržní program	
veletržní stánek	
veletržní sleva	
veletržní plocha	
veletržní cena	

2. Was gehört zusammen?

den Bekanntheitsgrad	
die Konkurrenz	
sich beim Veranstalter	
den Stand	
Visitenkarten	

ODPOVĚDI

1. Bilden Sie Komposita

veletržní zboží	Messeware
veletržní nabídka	Messeangebot
veletržní program	Messeprogramm
veletržní stánek	Messestand
veletržní sleva	Messerabatt
veletržní plocha	Messefläche
veletržní cena	Messepreis

2. Was gehört zusammen?

den Bekanntheitsgrad	steigern
die Konkurrenz	beobachten
sich beim Veranstalter	anmelden
den Stand	ausstatten
Visitenkarten	vorbereiten

SAMOSTATNÝ ÚKOL**PRŮVODCE TEXTEM**

Vraťte se ještě jednou k textu této lekce a doplňte údaje do následující tabulky.

Messe Reisemarkt	Messe für	Ausstellerfläche	Austellerzahl	Standort
Die TrendSet Impuls				



NEZAPOMEŇTE NA ODPOČINEK

Udělejte si krátkou přestávku.

2.3 Grammatik-Übungen



ŘEŠENÁ ÚLOHA

Bilden Sie das Futur I:

Muster: Wir werden Infinitiv.

auf der Messe den Bekanntheitsgrad steigern

neue Kontakte schaffen

die Konkurrenz beobachten

den Stand ausstatten

das Standpersonal festlegen

2. Was werden Sie noch machen müssen?

das Vertriebsnetz ausbauen

den Hallenplan anfordern

das Informationsmaterial drucken

die Kostenplanung erstellen

Werbegeschenke vorbereiten

ODPOVĚDI



1. Bilden Sie das Futur I:

Wir werden auf der Messe den Bekanntheitsgrad steigern.

Wir werden neue Kontakte schaffen.

Wir werden die Konkurrenz beobachten.

Wir werden den Stand ausstatten.

Wir werden das Standpersonal festlegen.

2. Was werden Sie noch machen müssen?

Wir werden noch das Vertriebsnetz ausbauen müssen.

Wir werden noch den Hallenplan anfordern müssen.

Wir werden noch das Informationsmaterial drucken müssen.

Wir werden noch die Kostenplanung erstellen müssen.

Wir werden noch Werbegeschenke vorbereiten müssen.

KONTROLNÍ OTÁZKA



Er wird die Kunden

- beobachtet haben
- beobachtet sein
- beobachtet wollen

Sie wird eine Messenotiz geschrieben

- sein
- haben
- wollen

Unser Chef ... das Informationsmaterial gedruckt haben.

Kontaktaufnahme am Messestand

- werde
- wird
- werdet

Werden Sie die Visitenkarten ... ?

- vorbereitet
- vorbereiten
- vorbereitet sollen

Er wird die Messe beurteilt

- müssen
- haben
- sein

Die ... ist die Hauptstärke der deutschen Messe.

- Kooperation
- Kommunikation
- Internationalität

Die TrendSet Messe in München ist die Fachmesse für ...

- Wohnen
- Sport
- Freizeit

Die Messe PSI findet in ... statt.

- Frankfurt
- Düsseldorf
- München

Auf der Messe Impuls in Cottbus erfahren die Besucher alles über ...

- Ausbildung
- Reisen
- Wohnen

In Deutschland finden etwa ... der Messen statt.

- ein Drittel
- zwei Drittel
- ein Zehntel

ODPOVĚDI



Er wird die Kunden

- beobachtet haben
- beobachtet sein
- beobachtet wollen

Sie wird eine Messenotiz geschrieben

- sein
- **haben**
- wollen

Unser Chef ... das Informationsmaterial gedruckt haben.

- werde
- **wird**
- werdet

Werden Sie die Visitenkarten ... ?

- vorbereitet
- **vorbereiten**
- vorbereitet sollen

Er wird die Messe beurteilt

- müssen
- **haben**
- sein

Die ... ist die Hauptstärke der deutschen Messe.

Kontaktaufnahme am Messestand

- Kooperation
- Kommunikation
- **Internationalität**

Die TrendSet Messe in München ist die Fachmesse für

- Wohnen
- Sport
- Freizeit

Die Messe PSI findet in ... statt.

Frankfurt

Düsseldorf

München

Auf der Messe Impuls in Cottbus erfahren die Besucher alles über

Ausbildung

Reisen

Wohnen

In Deutschland finden etwa ... der Messen statt.

ein Drittel

zwei Drittel

ein Zehntel

SHRNUTÍ KAPITOLY



V této kapitole jste se naučili:

- slovní zásobu k veletrhům a výstavám,
 - používat budoucí čas,
 - informace o největších německých veletrzích.
-

3 BETRIEBSALTAG



RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY

V této kapitole se zaměříte na běžné situace na pracovišti, např. na pracovní dobu, přestávky, nepřítomnost na pracovišti.



CÍLE KAPITOLY

V této kapitole se naučíte

- slovní zásobu z oblasti „všední den na pracovišti“
 - popsat svůj pracovní den na pracovišti
-



ČAS POTŘEBNÝ KE STUDIU

K nastudování této kapitoly budete potřebovat cca 240 minut.



KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY

Arbeitszeit, Gleitzeit, Abwesenheit am Arbeitsplatz

3.1 Wortschatz

überschreiten	překročit
verlängern	prodloužit
e Gleitzeit	pružná pracovní doba
anwesend sein	být přítomen
festlegen	stanovit
arbeitsfreie Zeit	doba bez práce, volno
e Ruhezeit	doba odpočinku
gesetzliche Feiertage	zákonné svátky
e Schicht	směna
e Nachtarbeit	práce v noci

e Ausnahme	výjimka
e Bewirtung	pohoštění
e Beherbergung	ubytování
r Ersatzruhetag	náhradní volno
gewähren	poskytnout
e Verkaufsstellen	prodejní místa
e Ladenschlusszeit	zavírací doba
fristlose Kündigung	okamžitá výpověď
gerechtfertigt	omluvitelný, ospravedlnitelný
e Wirksamkeit	účinnost
ausgehen von etwas	vycházet z

3.2 Text

Arbeitszeit

Arbeitszeit ist die Zeit vom Beginn bis zum Ende der Arbeit. Die Pausen werden nicht mitgerechnet. Keine Arbeitszeit ist die Zeit, die der Arbeitnehmer benötigt, um von seiner Wohnung zum Arbeitsplatz zu gelangen.

Die tägliche Arbeitszeit darf die gesetzliche Höchstdauer von acht Stunden nicht überschreiten. Unter Umständen kann die tägliche Arbeitszeit auf eine Dauer bis zu zehn Stunden verlängert werden. Voraussetzung dafür ist jedoch, dass innerhalb von sechs Monaten durchschnittlich nicht länger als acht Stunden gearbeitet wird. Dieses spielt z. B. bei der Gleitzeit eine Rolle. Hierbei muss der Arbeitnehmer zu einer bestimmten Kernzeit im Betrieb anwesend sein. Beginn und Ende seiner Arbeitszeit kann er sich aber ansonsten selbst einteilen.

Wann die tägliche Arbeitszeit beginnen und wann sie enden soll, kann der Arbeitgeber bestimmen. Er legt auch die Pausen fest. Ein Arbeitnehmer darf nicht länger als sechs Stunden hintereinander ohne Pause beschäftigt werden. Nach dem Ende der Arbeitszeit muss der Arbeitnehmer mindestens elf Stunden arbeitsfreie Zeit haben, bevor die Arbeitszeit wieder anfangen kann. Beispielsweise in Krankenhäusern oder im Gaststättengewerbe kann diese Ruhezeit auf zehn Stunden verkürzt werden. Voraussetzung ist aber, dass innerhalb eines Kalendermonats an einem anderen Tag zwölf Stunden zwischen Ende und Beginn der Arbeitszeit liegen.

Arbeitnehmer dürfen an Sonntagen und gesetzlichen Feiertagen von 0 bis 24 Uhr nicht beschäftigt werden. Diese Ruhezeit kann bis zu sechs Stunden vor- oder zurückverlegt werden, wenn in einem Betrieb Schicht oder Nachtarbeit geleistet wird. Von dem Arbeitsverbot an gesetzlichen Feiertagen und an Sonntagen gibt es allerdings zahlreiche Ausnahmen. So dürfen z. B. Mitarbeiter eines Krankenhauses oder der Polizei an Sonn- und Feiertagen

beschäftigt werden. Auch in Museen, Gaststätten oder anderen Einrichtungen zur Bewirtung und Beherbergung darf an diesen Tagen gearbeitet werden. Voraussetzung ist jedoch, dass die Arbeitnehmer mindestens an fünfzehn Sonntagen im Jahr frei haben. Außerdem muss ihnen für die Arbeit am Sonn- oder Feiertag ein Ersatzruhetag gewährt werden.

Das Ladenschlussgesetz sieht vor, dass Verkaufsstellen an Sonn- und Feiertagen geschlossen sind. An Werktagen darf von 6 bis 20 Uhr geöffnet sein. Samstags dürfen die Öffnungszeiten zwischen 6 und 16 Uhr liegen. In bestimmten Fällen gelten besondere Ladenschlusszeiten. So dürfen Kioske, die Zeitungen und Zeitschriften verkaufen, an allen Werktagen bis 20 Uhr geöffnet sein. Tankstellen beispielsweise dürfen an allen Tagen ganztägig öffnen. Dieses gilt auch für Verkaufsstellen an Bahnhöfen oder Flughäfen.

Eine fristlose Kündigung des Arbeitnehmers kann gerechtfertigt sein, wenn dieser sich weigert, die vom Arbeitgeber zulässigerweise angeordneten Überstunden zu leisten. Voraussetzung für die Wirksamkeit der Kündigung ist, dass der Arbeitnehmer vor Erklärung der Kündigung abgemahnt worden ist.

Die fristlose Kündigung des Arbeitnehmers kann ungerechtfertigt sein, wenn der Arbeitnehmer bereits in der Vergangenheit häufig dazu verpflichtet war, Überstunden zu leisten.

Ist die fristlose Kündigung des Arbeitnehmers unwirksam, ist davon auszugehen, dass das Arbeitsverhältnis zum nächstzulässigen Termin ordentlich gekündigt werden soll.



PRŮVODCE TEXTEM

Přečtěte si pozorně text a otázky k textu si nejprve přeložte.



OTÁZKY

Wie definiert man die Arbeitszeit?

Werden auch Pausen in die Arbeitszeit mit eingerechnet?

Wie hoch ist die gesetzliche Höchstdauer der Arbeitszeit?

Unter welchen Bedingungen kann die Arbeitszeit bis zu zehn Stunden dauern?

Was verstehen Sie unter Gleitzeit?

Wie lange kann der Arbeitnehmer ohne Pausen beschäftigt werden?

Wo kann die Ruhezeit auf zehn Stunden verkürzt werden?

Was wissen Sie über das Arbeitsverbot an Sonntagen und gesetzlichen Feiertagen?

Wie sind die Öffnungszeiten an Werktagen?

Was kann passieren, wenn sich der Arbeitnehmer weigert, angeordnete Überstunden zu leisten?



ODPOVĚDI



Wie definiert man die Arbeitszeit?

Werden auch Pausen in die Arbeitszeit mit eingerechnet?

Wie hoch ist die gesetzliche Höchstdauer der Arbeitszeit?

Unter welchen Bedingungen kann die Arbeitszeit bis zu zehn Stunden dauern?

Betriebsaltag

Was verstehen Sie unter Gleitzeit?

Wie lange kann der Arbeitnehmer ohne Pausen beschäftigt werden?

Wo kann die Ruhezeit auf zehn Stunden verkürzt werden?

Was wissen Sie über das Arbeitsverbot an Sonntagen und gesetzlichen Feiertagen?

Wie sind die Öffnungszeiten an Werktagen?

Was kann passieren, wenn sich der Arbeitnehmer weigert, angeordnete Überstunden zu leisten?



ŘEŠENÁ ÚLOHA

1. Ergänzen Sie das passende Wort:

die Zeit von Beginn bis zum Ende der Arbeit	
die Zeit, die man zum Ausruhen braucht	
Gesundheitszustand, bei dem man nicht arbeiten kann	
Beginn und Ende der Arbeitszeit kann sich der Arbeitnehmer selbst bestimmen	
Bei Arbeitsunfähigkeit stellt uns der Arzt aus.	

2. Übersetzen Sie:

pracovní doba	
prodloužit pracovní dobu	
pružná pracovní doba	
zaměstnavatel a zaměstnanec	
doba odpočinku	
zkrátit směnu	

zákaz pracovat	
vypovědět prodejní místa	

ODPOVĚDI



1. Ergänzen Sie das passende Wort:

die Zeit von Beginn bis zum Ende der Arbeit	die Arbeitszeit
die Zeit, die man zum Ausruhen braucht	die Ruhezeit
Gesundheitszustand, bei dem man nicht arbeiten kann	die Arbeitsunfähigkeit
Beginn und Ende der Arbeitszeit kann sich der Arbeitnehmer selbst bestimmen	die Gleitzeit, gleitende Arbeitszeit
Bei Arbeitsunfähigkeit stellt uns der Arzt aus.	die Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung

2. Übersetzen Sie:

pracovní doba	die Arbeitszeit
prodloužit pracovní dobu	die Arbeitszeit verlängern
pružná pracovní doba	die Gleitzeit, gleitende Arbeitszeit
zaměstnavatel a zaměstnanec	der Arbeitgeber und Arbeitnehmer
doba odpočinku	die Ruhezeit
zkrátit směnu	die Schicht verkürzen
zákaz pracovat	das Arbeitsverbot
vypovědět prodejní místa	die Verkaufsstellen kündigen

3.3 Grammatik-Übungen

SAMOSTATNÝ ÚKOL



Ergänzen Sie im Text die Endungen:

Das richtige Outfit im Job

Betriebsaltag

Business-Kleidung

Wie sieht nun heute die typische Business-Kleidung für kundenorientiert- Berufe und Managerberufe aus? Jeans, Shorts, Leggings oder T-Shirts, also alles, was zur "Freizeitmode" gehört, ist für beide Geschlechter gleichermaßen verpönt.

Geschäftsmann

Die Männer sollten bei bunt- Jacketts und, je nach Branche, sogar bei Kombinationen Vorsicht walten lassen. In den meist- Managementtagen und bei Bankern beispielsweise ist der dunkelblaue Anzug oder mit Nadelstreifen versehen- Anzug das bevorzugt- Outfit, allenfalls noch Ton in Ton gemustert, natürlich dunkel. Die Krawatte dazu nicht zu schreiend ausgewählt, die weiß- Socken und die Turnschuhe zu Hause gelassen, das Hemd pastellfarben oder noch besser weiß und fertig ist der Business-Mann.

Geschäftsfrau

Frauen wird etwas mehr Farbigkeit für die offizielle Berufskleidung zugestanden, trotzdem gibt es eine ganze Reihe von Möglichkeiten, die Vorstellung von der perfekt gekleidet- Geschäftsfrau zu zerstören. Fehl am Platze sind: sehr kurze Miniröcke, groß- Dekolletés, sowohl durchsichtige als auch "dramatisch" enge Kleidungsstücke. Teile aus Gold und Silber oder Lurex sind ebenso ungern gesehen wie Nappalederkleidung, Spaghettiträger, schwindelerregend hohe Absätze, aufregend gemusterte Strümpfe, aber auch nackt- Beine. Empfehlung: Managerinnen (und solche, die es werden wollen) sollten vorsichtshalber morgens etwas eher aufstehen, damit sie Zeit haben zu überlegen, was sie alles nicht anziehen sollten.

Accessoires und Körperpflege

Zum passenden Outfit neben der Kleidung gehören natürlich auch Accessoires, Schmuck und die gepflegte Erscheinung an sich. Selbst im teuersten Designeranzug oder Kostüm wird man seine Beliebtheit nicht steigern können, wenn beispielsweise Körper- oder Mundgeruch unangenehm ist. Schiefgetreten- Absätze, strähnige Haare, dreckig- Fingernägel, ein Dreitagebart oder ein zu grell geschminktes Gesicht können das positive Gesamtbild zunichtemachen.



ÚKOL K ZAMYŠLENÍ

Bilden Sie aus Adjektiven ein Substantiv und ein Nomen:

Substantiv		Verb
gering		
groß		
gut		

hoch		
schlecht		
schnell		
lang		
langsam		
klein		
kurz		

NEZAPOMEŇTE NA ODPOČINEK



Udělejte si krátký odpočinek.

NÁMĚT NA TUTORIÁL



Übersetzen Sie.

zkrácení pracovní doby	
prodloužení pracovní doby	
zlepšení sociálních výhod	
urychlení výpovědi	
zpomalení výrobní linky	
zvýšení nákladů na mzdy	
zhoršení pracovních podmínek	

PŘÍPADOVÁ STUDIE



Testen Sie Ihr Leseverständnis:

Der Berufsalltag bei einer Zeitung

Denn hier beginnt die Arbeitszeit in der Regel zwischen 9 Uhr und 9.30 Uhr. Bevor man in die Redaktion fährt, hat man beim Kaffee zu Hause in der Regel bereits die "eigene Zeitung" gelesen. Im Büro wird dann - falls vorhanden - die Konkurrenz analysiert: Hatten sie die gleichen Themen, hatten sie andere womöglich bessere Geschichten und News? Anschließend wird die Post sortiert - vielleicht findet sich ja ein schönes Thema darin.

Gegen 10 Uhr gibt es eine Redaktionskonferenz: Alle Mitarbeiter (der Ressortleiter, Redakteure, Fotografen, eventuell die wichtigsten freien Journalisten) nehmen daran teil. Dort wird noch einmal der Inhalt der aktuellen Ausgabe besprochen, es wird gelobt, aber auch Fehler werden angesprochen, zum Beispiel werden aber natürlich vor allem die Themen der morgigen Ausgabe besprochen: Wie viele Seiten benötigt das Ressort (Politik, Wirtschaft, Sport, Stadt Darmstadt)? Was wird der Aufmacher (also der wichtigste Artikel), welche Termine wie Pressekonferenzen, Feste, Feiern, Eröffnungen müssen besetzt werden. Das heißt, es muss ein Redakteur oder ein freier Journalist hin, um darüber zu schreiben. Aktuell natürlich.

Oft sind solche Termine auch am späten Nachmittag oder abends - und das ist ein Grund, warum die Arbeitszeit relativ spät beginnt. Dass das Neueste in der Zeitung steht, dürfen die Leser erwarten - und keiner würde es verstehen, wenn das Ergebnis und ein Spielbericht zum Fußballderby SV Darmstadt 98 gegen Kickers Offenbach erst zwei Tage später in der Zeitung stehen würde. Von der Produktion her ist das möglich - alle Tageszeitungen werden so spät wie möglich gedruckt (meist ab 22 Uhr), damit sie so aktuell wie möglich sein können.

Nach der Redaktionskonferenz werden bereits vorliegende Artikel redigiert, Fotoaufträge vergeben - und man geht eventuell selbst auf eine Pressekonferenz des Oberbürgermeisters und schreibt dann seinen Text.

Hektisch wird es meistens ab 16 Uhr - wenn die Seiten geplant werden. Dann wird festgelegt, welche Themen wichtig sind und oben auf die Seiten kommen, welche Themen vielleicht aus Platzmangel auf einen anderen Tag verschoben werden.

Dann werden die Texte der freien Journalisten und der Redaktionskollegen gelesen und redigiert, Fotos zu den Texten ausgewählt, es werden Überschriften und Bildunterschriften geschrieben - und die Seiten direkt am Bildschirm layoutet.

Gerade in der Politik ist es oft so, dass die Seiten schon fertig sind, es aber doch noch eine ganz wichtige neue Nachricht gibt und die Seiten wieder neu zusammengestellt werden müssen.

Der offizielle Arbeitstag endet meistens zwischen 18 Uhr und 19 Uhr. Aber oft genug schließen sich danach noch Treffen mit Politikern, Vereinsvorsitzenden oder anderen wichtigen Menschen an, von denen man sich Informationen für neue Themen erhofft. Und damit endet der Arbeitstag oft erst gegen 23 oder 24 Uhr.



OTÁZKY

Bei der Zeitung beginnt die Arbeitszeit

- vor 9 Uhr
- nach 9 Uhr
- um 9 Uhr

"Die Konkurrenz wird analysiert." - das bedeutet,

- dass das Verhältnis am Arbeitsmarkt analysiert wird.
- dass Konkurrenten am Arbeitsplatz festgestellt werden.
- dass andere Zeitungen analysiert werden.

Was kann das Lesen der Post bringen?

- Zeitverlust
- wichtige Informationen
- Langweile

An der Redaktionskonferenz wird besprochen,

- wie die Nachtausgabe der Zeitung aussehen wird.
- wie die morgige Ausgabe der Zeitung aussehen wird.
- wann die Pressekonferenz stattfindet.

Warum druckt man die Tageszeitung so spät wie möglich?

- weil die Arbeit lange dauert.
- weil aktuelle Informationen gedruckt werden sollen.
- weil es früher nicht möglich ist.

Wann ist die Arbeit bei der Zeitung sehr hektisch?

- während der Redaktionskonferenz
- ab 16 Uhr
- bei der Pressekonferenz

Warum werden manche Themen auf einen anderen Tag verschoben?

- weil die Artikel noch nicht fertig sind.
- weil zu den Artikeln Fotos fehlen.
- weil in der Zeitung wenig Platz ist.



KONTROLNÍ OTÁZKA

Die Pausen werden in der Arbeitszeit nicht _____.

- mitgebracht
- mitgerechnet
- mitgenommen

Die tägliche Arbeitszeit darf die gesetzliche Höchstdauer von acht Stunden nicht _____.

- überholen
- einholen
- überschreiten

Die Arbeitszeit kann auf eine Dauer von bis zu zehn Stunden _____.

- verlängert werden
- verlängern werden
- werden verlängert

_____ muss der Arbeitnehmer zu einer bestimmten Kernzeit im Betrieb anwesend sein.

- Bei der Pause
- Bei der Arbeitszeit
- Bei der Gleitzeit

Nach dem Ende der Arbeitszeit muss der Arbeitnehmer mindestens elf Stunden _____ Zeit haben.

- arbeitsvolle
- arbeitslose
- arbeitsfreie

Arbeitnehmer dürfen an Sonntagen und _____ von 0 bis 24 Uhr nicht beschäftigt werden.

- gesetzlichen Festtagen
- gesetzlichen Feiertagen
- gesetzlichen Arbeitstagen

_____ regelt die Öffnungszeit der Verkaufsstellen.

- Die Arbeitszeit
- Das Arbeitsverbot
- Das Ladenschlussgesetz

Tankstellen dürfen an allen Tagen _____ öffnen.

- ganztägig
- morgens
- nachts

Der Schlosser erwartet, _____ Prämien zu bekommen.

- erhöhte
- erhöhene
- erhöhten

Die Ruhezeit ist eine Zeit, _____ man zum Ausruhen braucht.

- der
- die
- den



ODPOVĚDI

Die Pausen werden in der Arbeitszeit nicht _____.

- mitgebracht
- **mitgerechnet**
- mitgenommen

Die tägliche Arbeitszeit darf die gesetzliche Höchstdauer von acht Stunden nicht _____.

- überholen
- einholen
- **überschreiten**

Die Arbeitszeit kann auf eine Dauer von bis zu zehn Stunden _____.

- verlängert werden
- verlängern werden
- werden verlängert

_____ muss der Arbeitnehmer zu einer bestimmten Kernzeit im Betrieb anwesend sein.

- Bei der Pause
- Bei der Arbeitszeit
- **Bei der Gleitzeit**

Nach dem Ende der Arbeitszeit muss der Arbeitnehmer mindestens elf Stunden _____ Zeit haben.

- arbeitsvolle
- arbeitslose
- **arbeitsfreie**

Arbeitnehmer dürfen an Sonntagen und _____ von 0 bis 24 Uhr nicht beschäftigt werden.

- gesetzlichen Festtagen
- **gesetzlichen Feiertagen**
- gesetzlichen Arbeitstagen

_____ regelt die Öffnungszeit der Verkaufsstellen.

- Die Arbeitszeit
- Das Arbeitsverbot
- **Das Ladenschlussgesetz**

Tankstellen dürfen an allen Tagen _____ öffnen.

- ganztägig
- morgens
- nachts

Der Schlosser erwartet, _____ Prämien zu bekommen.

- erhöhte
- erhöhene
- erhöhten

Die Ruhezeit ist eine Zeit, _____ man zum Ausruhen braucht.

- der
- **die**
- den

Betriebsaltag

V této kapitole jste se zaměřili na běžné situace na pracovišti, např. na pracovní dobu, přestávky, nepřítomnost na pracovišti a naučili jste se slovní zásobu z oblasti „všední den na pracovišti“ a popsat svůj pracovní den na pracovišti.

4 ZWISCHENFÄLLE

RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



Tato kapitola se zabývá problematikou pracovní neschopnosti. Seznámíte se s povinnostmi pracovníka v případě onemocnění a důležitými obraty a slovní zásobou.

CÍLE KAPITOLY



V této kapitole se naučíte:

- vyjadřovat se k pracovní neschopnosti v němčině,
- slovesa s neodlučitelnou předponou,
- chování sloves s odlučitelnou a neodlučitelnou předponou.

ČAS POTŘEBNÝ KE STUDIU



K nastudování této kapitoly potřebujete cca 240 minut.

KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Zwischenfall, Krankheitstag, Krankheitsbescheinigung

4.1 Wortschatz

e Meldepflicht	ohlašovací povinnost
r Krankheitstag	den nemoci
Bescheid sagen	informovat
Erledigen	vyřídit
r Kalendertag	kalendářní den
e ärztliche Bescheinigung	lékařské potvrzení
e Dauer der Erkrankung	délka nemoci
e Vorschrift	předpis, nařízení
r Genesungsprozess	proces uzdravení

e Weisung	pokyn
nachweisen	prokázat
r Nachtschlaf	noční spánek
e Kreislauferkrankung	onemocnění krevního oběhu

4.2 Text

Die Arbeitsunfähigkeit

Der Arbeitnehmer ist verpflichtet, dem Arbeitgeber unverzüglich mitzuteilen, warum er arbeitsunfähig ist und wie lange dies dauern wird. Unverzüglich bedeutet, dass der Arbeitnehmer den Arbeitgeber bereits am ersten Tag der Krankheit informieren muss. Dabei reicht es nicht, am ersten Krankheitstag einen Brief abzusenden.

Der Arbeitnehmer muss vielmehr sicher sein, dass der Arbeitgeber bereits am ersten Tag die entsprechende Information erhält. Zu diesem frühen Zeitpunkt reicht noch eine Selbstdiagnose aus. Der Arbeitnehmer muss auch nicht selbst dem Arbeitgeber Bescheid sagen, sondern kann dies durch andere Personen erledigen lassen.

Ist der Arbeitnehmer länger als drei Kalendertage krank, dann muss er seine Arbeitsunfähigkeit nachweisen, und zwar durch eine entsprechende Bescheinigung seines Arztes. Diese Bescheinigung muss dem Arbeitgeber am 4. Tag der Krankheit zugehen. Die ärztliche Bescheinigung muss wiederum die voraussichtliche Dauer der Erkrankung beinhalten.

Dauert die Erkrankung länger als vom Arzt ursprünglich erwartet, muss der Arbeitnehmer Nachfolgebescheinigungen vorlegen. Das gilt übrigens auch dann, wenn der Arbeitnehmer schon keine Lohnfortzahlung mehr bekommt, sondern stattdessen Krankengeld bezieht. Denn der Arbeitgeber muss ja schließlich wissen, wann er mit dem Arbeitnehmer wieder rechnen kann.

Wer gegen diese Informationspflichten verstößt, der kann abgemahnt und im Wiederholungsfalle gekündigt werden.

Übrigens können diese Vorschriften durch Arbeitsvertrag sogar noch verschärft werden. Im Arbeitsvertrag kann vereinbart werden, dass eine ärztliche Arbeitsunfähigkeitsbescheinigung bereits am ersten Tag vorgelegt werden muss.

Wenn Sie krankgeschrieben sind, sind Sie verpflichtet, sich so zu verhalten, möglichst bald wieder gesund zu werden. Aus diesem Grunde müssen Sie alles unterlassen, was den Genesungsprozess verzögern kann.

Das bedeutet insbesondere, dass Sie sich an die Weisungen Ihres Arztes zu halten haben. Schreibt Ihnen der Arzt vor, dass Sie das Bett hüten müssen, dann müssen Sie auch im Bett bleiben. Andererseits werden Sie bei vielen Erkrankungen aber schneller gesund, wenn Sie an die frische Luft gehen und sich bewegen (so z. B. bei Kreislaufkrankungen, Erkältungskrankheiten und auch bei orthopädischen Erkrankungen). In diesem Falle kann Ihnen der Arbeitgeber nicht vorwerfen, wenn Sie ausgehen. Dann ist es geradezu ärztlich geboten, die Wohnung zu verlassen und spazieren zu gehen. Führt der Spaziergang allerdings regelmäßig in Ihre Stammkneipe, dann dürfen Sie irgendwann Schwierigkeiten bekommen, wenn Ihnen das Ihr Arbeitgeber nachweisen kann.

Grundsätzlich gehört zu Ihrer Pflicht, möglichst rasch wieder gesund zu werden, auch ein ausreichender Nachtschlaf. Sie setzen sich also auch der Gefahr einer Kündigung aus, wenn Sie beispielsweise zu nachtschlafender Zeit von Ihrem Arbeitgeber in der Disco erwisch werden.

PRŮVODCE TEXTEM



Následující otázky k textu si nejprve přeložte.

OTÁZKY



Was muss der Arbeitnehmer dem Arbeitgeber mitteilen, wenn er krank ist?

Reicht es, am ersten Krankheitstag dem Arbeitgeber einen Brief abzusenden?

Nach wie vielen Krankheitstagen muss der Arbeitnehmer seine Arbeitsunfähigkeit nachweisen?

Wie weist man die Arbeitsunfähigkeit nach?

Was beinhaltet die ärztliche Bescheinigung?

Zwischenfälle

Was muss der Kranke unterlassen?



ODPOVĚDI

Was muss der Arbeitnehmer dem Arbeitgeber mitteilen, wenn er krank ist?

Reicht es, am ersten Krankheitstag dem Arbeitgeber einen Brief abzusenden?

Nach wie vielen Krankheitstagen muss der Arbeitnehmer seine Arbeitsunfähigkeit nachweisen?

Wie weist man die Arbeitsunfähigkeit nach?

Was beinhaltet die ärztliche Bescheinigung?

Was muss der Kranke unterlassen?

ŘEŠENÁ ÚLOHA

Ordnen Sie richtig zu:

e Schicht	proces uzdravení
e Weisung	onemocnění krevního oběhu
e Meldepflicht	předpis

e Vorschrift	ohlašovací povinnost předpis
e Nacharbeit	den nemoci
e Kreislauferkrankung	pokyn
r Krankheitstag	práce v noci
r Genesungsprozess	směna

ODPOVĚDI



e Schicht	směna
e Weisung	pokyn
e Meldepflicht	ohlašovací povinnost
e Vorschrift	předpis
e Nacharbeit	práce v noci
e Kreislauferkrankung	onemocnění krevního oběhu
r Krankheitstag	den nemoci
r Genesungsprozess	proces uzdravení

SAMOSTATNÝ ÚKOL



Übersetzen Sie:

účinnost výpovědi	
pracovní poměr -	
ohlašovací povinnost	
být práce neschopný	
kalendářní den	
vlastní diagnóza	
pracovní neschopnost	
potvrzení o pracovní neschopnosti	

Wie heißt das auf Deutsch?

neprodleně	
první den nemoci	
dát vědět	
lékařské potvrzení	

předpokládaná doba nemoci	
nemocenská	
potvrzení	
pracovní neschopnost	

4.3 Grammatik

Slovesa s odlučitelnou a neodlučitelnou předponou

Slovesa, která začínají na předponu be-, emp-, ent-, er-, ge-, ver-, zer, miß- jsou neodlučitelná.

Chování sloves s neodlučitelnými předponami

Přítomný čas

Ich beschließe, dass

Rozhoduji, že

Přítomný čas po způsobovém slovesu

Ich muss beschließen, dass

Musím rozhodnout, že ...

Perfektum

Ich habe beschlossen, dass ...

Rozhodl jsem, že

Infinitiv s zu

Es ist kein Problem, zu beschließen, dass ...

Není žádný problém rozhodnout, že

Chování sloves s odlučitelnými předponami

Přítomný čas

Ich kürze ab.

Zkracuji

Přítomný čas po způsobovém slovesu

Ich muss ... abkürzen.

Musím ... zkrátit.

Perfektum

Ich habe ... abgekürzt.

Zkrátil jsem

Infinitiv s zu

Es ist kein Problem, abzukürzen.

Není žádný problém ... zkrátit.

Předpony, které jsou odlučitelné i neodlučitelné

Durch-, hinter-, über-, um-, unter-, voll-, wider-

Přibližné pravidlo pro rozhodování, zda se jedná o sloveso s odlučitelnou nebo neodlučitelnou předponou

Jedná-li se o konkrétní význam, pak je sloveso odlučitelné.

DURCHSCHAUEN

Das Fenster ist sauber. Hast du durchgeschaut?

Okno je čisté. Vidíš přes něj?

Er lügt. Ich habe ihn durchschaut.

Lže. Prokoukl jsem ho.

NÁMĚT NA TUTORIÁL



1. Bilden Sie Sätze im Präsens:

Ich – die Information erhalten

Es – ausreichen

Er – die Krankheit nachweisen

Zwischenfälle

Du – den Brief absenden

Wir – die Nachfolgebesccheinigung vorlegen

2. Beginnen Sie die Sätze nach dem Muster: Es ist nötig, ...

rechtzeitig alles erledigen

den Arbeitnehmer abmahnen

den Vertrag unterzeichnen

den Genesungsprozess nicht verzögern

die Wohnung nicht verlassen

3. Übersetzen Sie:

Jste povinen zaměstnavateli sdělit, že jste práce neschopný.

Jak dlouho budete práceneschopný?

Pracovní neschopnost musíte prokázat.

V případě nemoci pobírám nemocenskou.

Nesmím opustit byt.



KONTROLNÍ OTÁZKA

Der Arbeitnehmer ist verpflichtet, dem Arbeitgeber _____ mitzuteilen, warum er arbeitsunfähig ist.

- in einer Woche
- nach einem Tag
- unverzüglich

Es reicht nicht, am ersten Krankheitstag einen Brief _____.

- formulieren

- abzusenden
- erhalten

Ist der Arbeitnehmer länger als _____ krank, dann muss er eine Arbeitsunfähigkeit nachweisen.

- drei Kalendertage
- fünf Kalendertage
- zwei Kalendertage

_____ muss die voraussichtliche Dauer der Erkrankung beinhalten.

- Die ärztliche Bescheinigung
- Die Erkrankung
- Der Krankheitstag

Dauert die Erkrankung länger, als vom Arzt ursprünglich erwartet, muss der Arbeitnehmer _____ vorlegen.

- Informationspflichten
- Lohnzahlungen
- Nachfolgebescheinigungen

Im Krankheitsfall muss man alles _____ was den Genesungsprozess verzögern kann.

- unterlassen
- überfordern
- unterdrücken

Es gehört zur Pflicht, möglichst rasch _____.

- gesund zu werden
- werden gesund
- gesund können

Zwischenfälle

Die Arbeitsatmosphäre muss _____.

- verbessern sein
- verbessert werden
- verbessern können

Im Krankheitsfall muss man die Arbeitsunfähigkeit _____.

- unterlassen
- nachweisen
- unterdrücken

Wie lange wird er _____ sein?

- arbeitsam
- arbeitsunfähig
- arbeitsfähig



ODPOVĚDI

Der Arbeitnehmer ist verpflichtet, dem Arbeitgeber _____ mitzuteilen, warum er arbeitsunfähig ist.

- in einer Woche
- nach einem Tag
- **unverzüglich**

Es reicht nicht, am ersten Krankheitstag einen Brief _____.

- **formulieren**
- abzusenden
- erhalten

Ist der Arbeitnehmer länger als _____ krank, dann muss er eine Arbeitsunfähigkeit nachweisen.

- **drei Kalendertage**
- fünf Kalendertage
- zwei Kalendertage

_____ muss die voraussichtliche Dauer der Erkrankung beinhalten.

- **Die ärztliche Bescheinigung**
- Die Erkrankung
- Der Krankheitstag

Dauert die Erkrankung länger, als vom Arzt ursprünglich erwartet, muss der Arbeitnehmer _____ vorlegen.

- Informationspflichten
- Lohnzahlungen
- **Nachfolgebescheinigungen**

Im Krankheitsfall muss man alles _____ was den Genesungsprozess verzögern kann.

- **unterlassen**
- überfordern
- unterdrücken

Es gehört zur Pflicht, möglichst rasch _____.

- **gesund zu werden**
- werden gesund
- gesund können

Die Arbeitsatmosphäre muss _____.

- verbessern sein
- **verbessert werden**
- verbessern können

Zwischenfälle

Im Krankheitsfall muss man die Arbeitsunfähigkeit _____ .

- unterlassen
- **nachweisen**
- unterdrücken

Wie lange wird er _____ sein?

- arbeitsam
 - **arbeitsunfähig**
 - arbeitsfähig
-



SHRNUTÍ KAPITOLY

Tato kapitola se zabývala problematikou pracovní neschopnosti. Seznámili jste se s povinnostmi pracovníka v případě onemocnění a důležitými obraty a slovní zásobou. Naučili jste se:

- vyjadřovat se k pracovní neschopnosti v němčině,
 - slovesa s neodlučitelnou předponou,
 - chování sloves s odlučitelnou a neodlučitelnou předponou.
-

5 SICHERHEIT AM ARBEITSPLATZ

RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



Tato kapitola se zabývá bezpečností na pracovišti. Seznamuje s bezpečnostními opatřeními a značkami, které chrání zaměstnance před nebezpečími.

CÍLE KAPITOLY



V této kapitole se naučíte:

- bezpečnostní značky v němčině,
- bezpečnostní opatření,
- infinitiv s „zu“.

KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Sicherheit, Sicherheitsmaßnahmen, Warnung

5.1 Wortschatz

e Sicherheit	bezpečnost
e Sicherheitskennzeichnung	bezpečnostní značky
anbringen	umístit
r Kreis	kruh
s Dreieck	trojúhelník
s Rechteck	obdélník
s Quadrat	čtverec
s Verbot	zákaz
s Gebot	pokyn
e Warnung	varování
e Hilfe	pomoc
e Rettung	záchrana
e Gefahr	nebezpečí
e Personenbeförderung	přeprava osob
e Lastenbeförderung	přeprava nákladu
r Aufzug	výtah
r Gabelstapler	vysokozdvíhový vozík

r Brandfall	případ požáru
r Feuerlöscher	hasicí přístroj

5.2 Text

Sicherheit am Arbeitsplatz

In jedem Unternehmen gibt es eine Menge von Sicherheitskennzeichnung, die dafür sorgen, dass der Arbeitsplatz für den Arbeitgeber und Arbeitnehmer sicher ist. Für die Sicherheit werden in allen Räumlichkeiten eines Unternehmens Sicherheitsschilder angebracht, die verschiedene Formen haben – wie z. B. ein Kreis, ein Dreieck, ein Rechteck und ein Quadrat. Die genannten Formen stellen unterschiedliche Bedeutungen dar. Der Kreis bedeutet ein Verbot oder ein Gebot, das Dreieck, das gelb ist, soll vor Gefahr warnen, das Rechteck kann in extremen Situationen den Arbeitnehmern Hilfe leisten oder sie auch retten, das rote Quadrat macht auf eine bestimmte Gefahr aufmerksam. Zu den wichtigen Verboten gehören:

- Rauchen verboten,
- Fotografieren verboten,
- Personenbeförderung verboten,
- Mobiltelefon benutzen verboten,

Sehr wichtig sind Warnschilder, die vor Gefahr warnen – wie vor

- Hochspannung Lebensgefahr,
- vor Explosionen,
- vor Gabelstapler usw.
- vor Gesundheitsgefahr (meistens darf in den Räumlichkeiten nicht geraucht, gegessen und getrunken werden).

Allgemein können wir die Sicherheitsschilder in 4 Gruppen einteilen.

- Verbotsschilder,
- Gebotsschilder,
- Warnschilder,
- Hinweisschilder.

OTÁZKY



PRŮVODCE TEXTEM



Otázky si nejprve přeložte.

Wofür sorgen die Sicherheitskennzeichnungen?

Was für Formen haben sie?

Was bedeuten die einzelnen Formen?

Welche Verbote kennen sie?

Wovor warnen die Schilder?

ODPOVĚDI



Wofür sorgen die Sicherheitskennzeichnungen?

Was für Formen haben sie?

Was bedeuten die einzelnen Formen?

Welche Verbote kennen sie?

Wovor warnen die Schilder?



NEZAPOMEŇTE NA ODPOČINEK

Udělejte si krátkou přestávku.



ŘEŠENÁ ÚLOHA

Sagen Sie auf Deutsch:

kouření zakázáno

parkování zakázáno

mobilní telefon zakázán

fotografování zakázáno

osobní přeprava zakázána

Übersetzen Sie:

nepoužívat výtah v případě požáru

potichu zavřít dveře

dbát bezpečnostních předpisů

transportní cesty nechat volné

zákaz spolujízdy

ODPOVĚDI



Sagen Sie auf Deutsch:

Rauchen verboten

Parken verboten

Mobilfunk verboten

Fotografieren verboten

Personenbeförderung verboten

Übersetzen Sie:

den Aufzug in Brandfall nicht benutzen

die Tür leise schließen

die Sicherheitsvorschriften beachten

Transportwege freihalten

Mitfahrt verboten

PRO ZÁJEMCE



Was gehört nicht in die Reihe?

s Quadrat	s Dreieck	s Rechteck	s Rauchen
Verbot	Warnung	Gebot	Bedeutung
Aufzug	Gabelstapler	Transportwege	Umweltschutz
warnen	verbreiten	retten	handeln

Was gehört zusammen:

Transportwege	freihalten
Parken	verboten erlaubt
Tür	leise schließen
Sicherheitsvorschriften	beachten
Nur Lastenbeförderung	erlaubt

5.3 Grammatik

Infinitiv s „zu“

Infinitiv bez „zu“ se používá u těchto sloves:

bleiben

gehen

kommen

sehen

hören

lassen

lernen

Příklady:

Slyším tě zpívat.

Ich höre dich singen.

Vidím ho přicházet.

Ich sehe ihn kommen.

U ostatních sloves se používá infinitiv s zu.

Po přídavném jménu

Je nutné, žádoucí, zajímavé něco udělat.

Es ist nötig, erforderlich, interessant, etwas zu machen.

Po podstatném jménu

Je čas něco udělat.

Es ist Zeit, etwas zu machen.

Je možnost něco udělat.

Es besteht die Möglichkeit, etwas zu machen.

SAMOSTATNÝ ÚKOL



Bilden Sie Sätze nach dem Muster.

Muster: Es ist nötig,

hier nicht rauchen

die Tür leise schließen

den Aufzug im Brandfall nicht benutzen

bei Brand den Feuerlöscher benutzen

die Transportwege benutzen

gefährliche Batterien trennen

Was darf man hier nicht? Antworten Sie:

kouřit

parkovat

používat výtah

jíst a pít

používat mobilní telefon

Übersetzen Sie:

Má se dbát na to, že v případě požáru se nesmí používat výtahu.

Má se dbát toho, že se zde nesmí kouřit.

Má se dbát toho, že transportní cesty musí být volné.

Má se dbát toho, že se nesmí používat mobilní telefon.

Má se dbát toho, že se zde nesmí parkovat.



NÁMĚT NA TUTORIÁL

Přečtěte si následující text a přeložte si ho. Zodpovězte následující otázky.

Betriebliche Sicherheitsmaßnahmen

In jedem Unternehmen spielen betriebliche Sicherheitsmaßnahmen eine wichtige Rolle, denn sie beugen der Gefahr und den Risiken im Betriebsalltag vor. Zu den Gefahren und Risiken gehört

z. B.: viel zu großer Lärm, der eine Gefahr für unsere Gesundheit ist, offenes Feuer und das Rauchen am Arbeitsplatz. Diese Gefahren können bis zu einem Brandfall führen und stellen deshalb eine Gefahr nicht nur für die Mitarbeiter, sondern auch für den ganzen Betrieb dar.

In bestimmten Abteilungen – wie z. B. in der Montage, in der Schweißerei oder Gießerei haben Unbefugte keinen Zutritt. Befugte erhalten einen Firmenausweis, den Sie an der Pforte zur Kontrolle vorlegen, damit kein Unbefugter den Betrieb betritt. Die Arbeiter und Angestellten müssen an Sicherheitsschulungen teilnehmen, an denen ihnen erklärt wird, wie wichtig es ist, die Sicherheitsvorschriften einzuhalten. Während der Einweisung in die betriebliche Sicherheit wird betont, wie man die Sicherheit am Arbeitsplatz erhöhen kann.

Im Betrieb gibt es viele Maßnahmen und Einrichtungen, die vor Gefahr schützen. Vor allen sind es Bedienungsanleitungen, mit denen sich jeder bekannt machen muss, bevor er mit der Arbeit am Arbeitsplatz anfängt. Dazu gehören verschiedene Sicherheitsvorschriften und Sicherheitskennzeichnungen, die Unfälle am Arbeitsplatz verhüten sollen.

Kurz erwähnen wir den Arbeiterschutzeschutz. Die Mitarbeiter werden regelmäßig geschult, was für eine Schutzbekleidung sie tragen müssen, damit sie sich nicht verletzen. Zu der Schutzbekleidung gehören der Kopfschutz, Gehörschutz, Sicherheitshandschuhe und Sicherheitsschuhe.

Nach Gefahrengröße wird im Betrieb die Sicherheitsstufe 1-3 eingeführt. Besonders für die Arbeit im Labor gibt es die Sicherheitsstufe 2 zu beachten. Manchmal gibt es auch eine Notdusche oder einen Reinigungsraum, wo sich die Mitarbeiter vor gesundheitlichen Gefahren schützen. Trotzdem passieren im Betrieb viele Unfälle, vor allem:

- Verbrennungen,
- Verletzungen durch herabfallende Waren,
- Vergiftungen,
- Stich- und Schnittverletzungen,

- Unfälle beim Beladen und Entladen von Fahrzeugen.

ODPOVĚDI



Warum sind die betrieblichen Sicherheitsmaßnahmen so wichtig?

Was gehört zu den Gefahren und Risiken?

Wer hat in den Betrieb keinen Zutritt?

Wozu dient der Firmenausweis?

Wo wird der Firmenausweis vorgelegt?

Woran müssen die Arbeitnehmer teilnehmen?

Was muss man einhalten?

Was für Maßnahmen schützen vor Gefahr?

Was trägt der Arbeitnehmer am Arbeitsplatz?

Wie stuft man die Gefahr im Betrieb ein?

Was für Unfälle passieren am Arbeitsplatz?



PŘÍPADOVÁ STUDIE

Beschreiben Sie folgende Unfälle.

der Bauarbeiter
auf die Leiter steigen
eine falsche Bewegung machen
zu Boden fallen
sich schwer verletzen
die Putzfrau
die Fenster putzen
auf die Leiter steigen
ausrutschen
sich die Hand brechen
der Bauarbeiter
den LKW entladen
stolpern
zu Boden fallen
einen Herzinfarkt erleiden
ins Krankenhaus gebracht werden



PRO ZÁJEMCE

Drücken Sie ähnlich aus:

die Vorschriften

einhalten

e Anleitung

anleiten

Was passt zusammen?

Verben: befolgen, schützen, treffen, treffen

Unfälle

Maßnahmen

vor Gefahr

Vorschriften

Übersetzen Sie:

chránit před poraněním

chránit před popálením

chránit před otravou

chránit před poraněním hlavy

chránit před řeznou ránou

chránit před bodnou ranou



KONTROLNÍ OTÁZKA

Verbots-, Gebots-, Warnschilder und Hinweisschilder haben ihre _____ .

- Hilfe
- Bedeutung
- Rettung

Im _____ darf man den Aufzug nicht benutzen.

- Parten
- Rauchen
- Brandfall

Beachten Sie bitte, dass man hier nicht trinken, essen und rauchen _____ .

- muss
- darf
- will

Das Schild Rauchen verboten bedeutet ein _____ .

- Gefahr
- Verbot
- Gebot

Die Sicherheitskennzeichnungen _____ uns vor Gefahr.

- schützen
- stellen
- fahren

Gefährliche Batterien sind _____ .

- trennen sollen
- zu trennen
- trennen

Wo kommen die Schilder _____ ?

- auf
- vor
- an

Sicherheitsvorschriften _____.

- helfen
- retten
- beachten

Aufzug im Brandfall nicht _____.

- freihalten
- essen
- benutzen

Transportwege _____.

- helfen
- verbieten
- freihalten

ODPOVĚDI



Verbots-, Gebots-, Warnschilder und Hinweisschilder haben ihre _____ .

- Hilfe
- **Bedeutung**
- Rettung

Sicherheit am Arbeitsplatz

Im _____ darf man den Aufzug nicht benutzen.

- Parten
- Rauchen
- **Brandfall**

Beachten Sie bitte, dass man hier nicht trinken, essen und rauchen _____.

- muss
- **darf**
- will

Das Schild Rauchen verboten bedeutet ein _____.

- Gefahr
- **Verbot**
- Gebot

Die Sicherheitskennzeichnungen _____ uns vor Gefahr.

- schützen
- stellen
- fahren

Gefährliche Batterien sind _____.

- trennen sollen
- **zu trennen**
- trennen

Wo kommen die Schilder _____ ?

- auf
- **vor**
- an

Sicherheitsvorschriften _____.

- helfen
- retten
- **beachten**

Aufzug im Brandfall nicht _____.

- freihalten
- essen
- **benutzen**

Transportwege _____.

- helfen
- verbieten
- **freihalten**

SHRNUTÍ KAPITOLY



Tato kapitola se zabývala bezpečností na pracovišti. Seznámila Vás s bezpečnostními opatřeními a značkami, které chrání zaměstnance před nebezpečími.

V této kapitole jste se naučili:

- bezpečnostní značky v němčině,
 - bezpečnostní opatření,
 - infinitiv s „zu“.
-

6 MARKETING UND WERBUNG



RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY

Tato kapitola vás seznámí se slovní zásobou vztahující se k trhu a marketingu.



CÍLE KAPITOLY

V této kapitole se naučíte:

- rozlišovat jednotlivé typy zákazníků,
 - slovní zásobu zaměřenou na marketing, trh, zákazníka.
-



ČAS POTŘEBNÝ KE STUDIU

K nastudování této kapitoly potřebujete cca 240 minut.



KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY

Marketing, Markt

6.1 Wortschatz

e Tagungsdauer	trvání rokování
r Tagungsablauf	průběh rokování
e Arbeitsform	forma práce
r Tagesordnungspunkt	bod programu
e Marktstrategie	tržní strategie
r Vertrieb	odbyt
e Niederlassung	pobočka
r Vertriebsleiter	vedoucí odbytu

6.2 Text

Programm und Tagesordnung der Vertriebskonferenz zu neuen Marktstrategien

Bauer und Sohn Produkte für Haus und Garten

Jahresvertriebskonferenz, 14. – 16. 6. 2018, Hotel Alpenblick, Innsbruck

Teilnehmer: Mitarbeiter von Bauer und Sohn, Niederlassungen Hamburg und Salzburg

13.6. 2018 bis 17.00 Anreise

18.00 festliche Eröffnung

18.15 Abendessen

14.6. 2018 8.15 – 8.45 Bauer und Sohn im Rückblick der letzten Jahre

(Erich Hauptvogel, Geschäftsführung)

8.45 – 9.45 Neue Marktstrategien für 2019

(Emanuela Bauer, Marketingabteilung)

Kaffeepause

10.00 – 11.30 Marktziele der Niederlassung in Hamburg

(Johann Klimt, Vertriebsleiter der Niederlassung Hamburg)

11.30 – 13.00

13.00 – 15.00 Umsetzung der Marktziele

(Gruppenarbeit)

Kaffeepause

18.30 gemeinsames Abendessen

OTÁZKY



Was findet in Innsbruck statt?

Marketing und Werbung

Von wann bis wann?

Wer nimmt daran teil?

Wie sind die Arbeitsformen?

Wie ist die Tagungsdauer?

Welche Tagungsordnungspunkte werden behandelt?



PRŮVODCE TEXTEM

Otázky si nejprve přeložte.



ODPOVĚDI

Was findet in Innsbruck statt?

Von wann bis wann?

Wer nimmt daran teil?

Wie sind die Arbeitsformen?

Wie ist die Tagungsdauer?

Welche Tagungsordnungspunkte werden behandelt?

NEZAPOMEŇTE NA ODPOČINEK



Udělejte si krátkou přestávku.

K ZAPAMATOVÁNÍ



das spricht dafür (to mluví pro)

das spricht dagegen (to mluví proti)

ŘEŠENÁ ÚLOHA



Was wollen Sie verbessern?

Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter

die Zusammenarbeit mit unseren Niederlassungen

die Qualität unserer Produkte

unsere Beteiligung auf Messen

Schulungen unseres Verkaufspersonals

die Stellung unserer Produkte auf dem Markt

ODPOVĚDI



Wir wollen Arbeitsbedingungen der Mitarbeiter verbessern.

Wir wollen die Zusammenarbeit mit unseren Niederlassungen verbessern.

Wir wollen die Qualität unserer Produkte verbessern.

Wir wollen unsere Beteiligung auf Messen verbessern.

Wir wollen Schulungen unseres Verkaufspersonals verbessern.

Wir wollen die Stellung unserer Produkte auf dem Markt verbessern.



PRO ZÁJEMCE

Doplňte ve cvičení vhodná slovesa. Na výběr máte „übernehmen“ „sorgen“, sich kümmern“:

Frau Dalisch ab morgen den Kundendienst.

..... bitte dafür, dass der Kunde Lieferung termingerecht bekommt.

Wer sich um die Kundenkartei?

Könnten Sie dafür, dass die Seminarevaluierung schon morgen vorliegt?

Ich würde gern die neue Aufgabe



PŘÍPADOVÁ STUDIE

Der Kunde muss in jeder Situation König sein. Allerdings gibt es verschiedene Kundentypen. Die einen sind zurückhaltend, unsicher, risikoscheu oder sogar verschlossen, die anderen offen, interessiert, spontan, gesprächsbereit. Es gibt jedoch informierte, entschiedene, sachorientierte und preisbewusste Kunden. Mit welchem Kundentypen möchten Sie gerne zusammenarbeiten und warum?



SAMOSTATNÝ ÚKOL

Přečtěte si následující text a rozhodněte o správnosti tvrzení na konci textu:

Marketing richtig betreiben

Kann man die Kunden in Deutschland einfach gewinnen? Es scheint, als ob es noch nie so einfach war wie zurzeit, Kunden in Deutschland zu gewinnen. Laut Angaben hat Deutschland die zweitgrößte Internetbevölkerung Europas. Sogar der jährliche E-Commerce-Umsatz beträgt mehr als 40 Milliarden Schweizer Franken. Weltweit gibt es Agenturen, die vielen Kunden deshalb helfen, fit für den Internetauftritt in Top-Positionen zu bleiben.

Diese Agenturen wissen, worauf Unternehmen und Webseitenbetreiber achten müssen, wenn sie in Deutschland bei Google & Co. gefunden werden wollen. Interessant ist, wenn z.B. Schweizer Hotels oder Tourismusdestinationen deutsche Kunden gewinnen wollen, dürfen sie den Fokus nicht auf den Begriff „Ferien“, sondern auf den Begriff Urlaub richten, wenn sie Reiselustige anlocken wollen. Die Deutschen suchen nämlich mit dem Begriff „Urlaub“.

Gleichzeitig erfahren die Kunden dieser Agenturen, wie man umsatzstärkste Begriffe erfolgreich wählt. So erfahren sie nicht nur, welche Produkte und Dienstleistungen in Deutschland gefragt sind, sondern auch, wie groß deren Suchvolumen bei Google ist. Zugleich wird ihnen gezeigt, mit welchen Suchbegriffen sie die wirklich interessierten Besucher anziehen und wie sie diese auch zu Kunden machen.

Tvrzení:

1. Die Kunden kann man in Deutschland einfach gewinnen.
R/F
2. Der jährliche E-Commerce-Umsatz beträgt mehr als 30 Milliarden Schweizer Franken.
R/F
3. Es gibt Agenturen, die das Marketingdenken lernen.
R/F
4. Suchbegriffe spielen dabei keine Rolle.
R/F

K ZAPAMATOVÁNÍ



Dovedli byste odhadnout význam následujících spojení?

E-Commerce-Umsatz

Internetauftritt

Suchvolumen bei Google

umsatzstärkste Begriffe

SAMOSTATNÝ ÚKOL



V následujícím cvičení odhadněte význam následujících slov:

e Marktanalyse	
r Marktanteil	

Markbeherrschung	
r Marktbericht	
e Marktchance	
e Marktforschung	
e Marktlücke	
r Marktführer	
e Marktlage	
e Marktwirtschaft	



ŘEŠENÁ ÚLOHA

Vytvořte přídavná jména z podstatného jména „markt-“:

	ovládající trh
	vedoucí
	odpovídající
	orientovaný
	odpovídající hodnotě na trhu
	hospodárný



ODPOVĚDI

Vytvořte přídavná jména z podstatného jména „markt-“:

marktbeherrschend	ovládající trh
marktführend	vedoucí
marktentsprechend	odpovídající
marktorientiert	orientovaný
marktwert	odpovídající hodnotě na trhu
marktwirtschaftlich	hospodárný



KONTROLNÍ OTÁZKA

Welche Tagungsordnungs..... werden behandelt?

- dauer
- punkte
- markt

Wie groß ist das Suchvolumen bei Google nach Urlaub?

- Marketing
- Mark
- Suchvolumen

Worauf richten Sie den

- Augen
- Nase
- Fokus

Der Kunde muss in jeder Situationsein.

- König
- Mensch
- Kind

Mit welchemKundentypen möchten Sie gerne zusammenarbeiten?

- Kundentypen
- Route
- Marsch

Der jährliche E-Commerce-.....Umsatz beträgt mehr als 30 Milliarden Schweizer Franken.

- Umsatz
- Bilanz
- Rechnung

Es gibt Agenturen, die das Marketing..... lernen.

- -benehmen
- -denken

Marketing und Werbung

- -turnen

Gleichzeitig erfahren die Kunden dieser Agenturen, wie man umsatzs..... Begriffe erfolgreich wählt.

- leichteste
- schönste
- stärkste

Kann man die Kunden in Deutschland einfach

- suchen
- gewinnen
- auszahlen

Es scheint, als ob es noch nie so einfach

- wäre
- wärest
- wären



ODPOVĚDI

Welche Tagungsordnungs..... werden behandelt?

- dauer
- **punkte**
- markt

Wie groß ist das Such..... bei Google nach Urlaub?

- -marketing
- -mark
- **-volumen**

Worauf richten Sie den

- Augen
- Nase
- **Fokus**

Der Kunde muss in jeder Situationsein.

- König
- Mensch
- Kind

Mit welchemKundentypen möchten Sie gerne zusammenarbeiten?

- Kundentypen
- Route
- Marsch

Der jährliche E-Commerce-.....Umsatz beträgt mehr als 30 Milliarden Schweizer Franken.

- Umsatz
- Bilanz
- Rechnung

Es gibt Agenturen, die das Marketing..... lernen.

- -benehmen
- **-denken**
- -turnen

Gleichzeitig erfahren die Kunden dieser Agenturen, wie man umsatzs..... Begriffe erfolgreich wählt.

- leichteste
- schönste
- **stärkste**

Kann man die Kunden in Deutschland einfach

- suchen
- **gewinnen**
- auszahlen

Es scheint, als ob es noch nie so einfach

- wäre
 - wärest
 - wären
-



SHRNUŤÍ KAPITOLY

V této kapitole jste se naučili:

- rozlišovat jednotlivé typy zákazníků,
 - slovní zásobu zaměřenou na marketing, trh, zákazníka.
-

7 VERTRIEBSWEGE

RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



V této kapitole nahlédnete do problematiky odbytových cest a seznámíte se s náplní práce reklamní agentury. Naučíte se novou slovní zásobu a vedlejší věty se spojkou „ob“.

CÍLE KAPITOLY



V této kapitole se naučíte:

- slovní zásobu,
- vedlejší věty se spojkou „ob“.

ČAS POTŘEBNÝ KE STUDIU



K nastudování kapitoly potřebujete cca 240 minut.

KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Vertrieb, Vertriebswege, Werbung

7.1 Wortschatz

r Marktanteil	podíl na trhu
e Marktnische	skulina na trhu
e Marktposition	pozice na trhu
s Marktsegment	tržní segment
s Marktverhalten	tržní chování
e Marktwirtschaft	tržní hospodářství
e Marktinformation	informace o trhu
e Marktstruktur	struktura trhu

s Produktdesign	produktový design
r Produktmanager	produktový manažer
e Produktqualität	kvalita výrobku
e Produktpositionierung	umístění výrobku
r Produktname	jméno výrobku
r Marktführer	vedoucí na trhu
e Marktanalyse	tržní analýza
e Marktforschung	výzkum trhu
r Produktdesigner	produktový designér
analysieren	analyzovat
überprüfen	přezkoušet
feststellen	zjistit
herausfinden (hov.)	zjistit
untersuchen	prozkoumat
e Werbestrategie	reklamní strategie
e Werbekampagne	reklamní kampaň
entwerfen	navrhnout
e Erfolgchance	šance úspěchu
beauftragen	pověřit
e Werbeagentur	reklamní agentura
e Werbekosten	reklamní náklady
e Konkurrenz	konkurence
r Konkurrenzpreis	konkurenční cena
r Messebesuch	návštěva veletrhu
e Konkurrenzbeobachtung	pozorování konkurence
s Konkurrenzprodukt	konkurenční výrobek
e Produktneueinführung	vedení nového výrobku
e Kosten	náklady
e Absatzerhöhung	zvýšení odbytu
r Vertriebsweg	odbytová cesta
e Zielgruppe	cílová skupina
e Produkteinführung	vedení výrobku
e Werbebotschaft	reklamní poselství

7.2 Text

In diesem Jahr führt die Firma ein neues Produkt auf den Markt ein. Bevor Produzenten ihre Produkte auf den Markt bringen, müssen sie zuerst überprüfen, ob sie Erfolgchancen haben werden. Deshalb müssen sie herausfinden, ob für diese Produkte überhaupt Bedarf besteht. Meistens werden Marktforschungsinstitute aufgesucht, die die nötigen Daten für die Hersteller erheben. Sie überprüfen den Bedarf für das neue Produkt auf dem Markt und ermitteln die Zielgruppen.

Nachdem der Bedarf für das Produkt überprüft worden ist, wenden sich der Hersteller an eine Werbe-, Namens- und Design – Agentur.

Die Werbeagentur entwickelt eine Werbestrategie und plant eine Werbekampagne. Gleichzeitig wird die Werbebotschaft besprochen und formuliert. Das Ziel der Werbeagentur besteht in der Vermarktung des Produktes und der Entwicklung des Produktimages.

Die Namens- und Design-Agenturen entwickeln einen Produktnamen und entwerfen eine Verpackung.

Die meisten Hersteller besuchen auch verschiedene Ausstellungen und Messen mit dem Ziel, neue Absatzmöglichkeiten zu gewinnen, neue Märkte zu erschließen, neue Kunden zu gewinnen und die Konkurrenz zu beobachten.

Bevor die Firma eine Messe besucht, muss sie aber ihren Messebesuch schrittweise planen.



OTÁZKY



Wann führt die Firma das Produkt auf den Markt ein?

Was müssen die Produzenten zuerst überprüfen?

Mit welchen Instituten oder Agenturen muss die Firma zusammenarbeiten?

Warum werden Marktforschungsinstitute aufgesucht?

Welche Daten werden von dem Marktforschungsinstitut erhoben?

Was entwickelt die Werbeagentur?

Welche Tätigkeiten übernimmt die Werbeagentur?

Vertriebswege

Was gehört ins Aufgabenfeld der Namens- und Designagentur?

Warum besuchen die Produzenten die Messen?



OTÁZKY

Wann führt die Firma das Produkt auf den Markt ein?

Was müssen die Produzenten zuerst überprüfen?

Mit welchen Instituten oder Agenturen muss die Firma zusammenarbeiten?

Warum werden Marktforschungsinstitute aufgesucht?

Welche Daten werden von dem Marktforschungsinstitut erhoben?

Was entwickelt die Werbeagentur?

Welche Tätigkeiten übernimmt die Werbeagentur?

Was gehört ins Aufgabenfeld der Namens- und Designagentur?

Warum besuchen die Produzenten die Messen?

NEZAPOMEŇTE NA ODPOČINEK



Udělejte si krátkou přestávku.

SAMOSTATNÝ ÚKOL



Bilden Sie Komposita mit „Markt“:

podíl na trhu	
skulina na trhu	
pozice na trhu	
tržní segment	
tržní chování	
tržní hospodářství	
informace o trhu	
struktura trhu	

Bilden Sie Komposita mit „Produkt“:

design výrobku	
uvedení nového výrobku	
produktový manažer	
image výrobku	
umístění výrobku	
kvalita výrobku	
jméno výrobku	

Was gehört nicht in die Reihe?

Marktführer	Marktanalyse	Marktforschung	Marketing
Produktdesign	Produktimage	Produktdesigner	Produktagentur
Marktsegment	Marktanteil	Marktposition	Marktdaten
Konkurrenz	Markt	Produkt	Absatz

Vertriebswege

Erschließen Sie die Bedeutung der folgenden Verben:

analysieren	
überprüfen	
feststellen	
herausfinden	
untersuchen	

Was gehört zusammen?

eine Werbestrategie	entscheiden
eine Werbekampagne	durchführen
einen Produktnamen	planen
sich für eine Werbestrategie	entwickeln



PRO ZÁJEMCE

Wer übernimmt die folgenden Tätigkeiten? Die Werbeagentur, der Produzent, das Marktforschungsinstitut, die Namensagentur oder die Designagentur?

den Bedarf für das neue Produkt analysieren

Erfolgschancen für das neue Produkt überprüfen

eine Werbekampagne durchführen

eine Werbestrategie entwickeln

eine Werbeagentur beauftragen

die Werbekosten übernehmen

NÁMĚT NA TUTORIÁL



Připravte si překlad následujícího textu:

Man unterscheidet zwei Typen von Vertriebswegen, direkte- und indirekte Vertriebswege. Bei den direkten Distributionswegen geht es um Distributionswege, bei welchen Unternehmen ihre Ware unmittelbar an den Konsumenten verkaufen, während bei den indirekten Distributionswegen ein Vermittler eingeschaltet wird, der den Weg zum Verbraucher sucht.

Die Ziele der Distributionswege sind die gleichen:

- dass das Angebot zur richtigen Zeit,
 - in der passenden Menge
 - in der geeigneten Form
- an die richtige Zielgruppe bringen.

Diese Ziele sind zugleich die Aspekte, die bei der Wahl der richtigen Vertriebswege eine Rolle spielen. Zu den weiteren Aspekten zählen:

- die Konkurrenz,
- das zur Verfügung stehende Budget.

K ZAPAMATOVÁNÍ



Odhadněte význam těchto slov:

e Vertriebswege

r Vertriebsstrategie

e Vertriebsorganisation

e Vertriebsprozesse

e Vertriebsplanung

r Vertriebscontrolling

persönliche Kontakten,

Vertriebswege

Onlineshops,

Webauftritten,

Printwurfsendungen,

Filialen,

Showrooms,



PŘÍPADOVÁ STUDIE



Ke každé otázce přiřaďte vhodnou odpověď:

A: Aus welchen Teilen setzt sich die Vertriebsstrategie zusammen?

A: Lohnt es sich nur auf einem Vertriebsweg zu gehen?

A: Worauf soll eine Strategie beruhen?

A: Warum ist der richtige Vertriebsweg eigentlich so wichtig?

B: Umsätze müssen generiert, die Produkte bekannt gemacht und eine Präsenz am Markt erreicht werden.

B: Auf zuverlässigen Analysen.

B: Lohnt es sich nur auf einem Vertriebsweg zu gehen?

B: Aus fünf Teilen:



PRO ZÁJEMCE

Ordnen Sie in die richtige Tabelle ein:

- den Bedarf überprüfen
- Zielgruppen ermitteln
- ein Produkt vermarkten
- ein neues Produkt einführen
- eine Werbeagentur beauftragen
- ein neues Produkt entwickeln
- eine Werbestrategie entwickeln
- eine Werbebotschaft formulieren
- einen Produktnamen entwerfen
- die Verpackung entwerfen
- ein Produktimage entwickeln
- die Werbebotschaft besprechen
- eine Werbekampagne planen
- die Vertriebswege festlegen

Werbeagentur	Produzent	Marktforschungsinstitut	Namensagentur und Designagentur

ŘEŠENÁ ÚLOHA



Vložte vhodné odpovědi k jednotlivým termínům:

Vertriebsorganisation	
Vertriebsprozesse	
Vertriebsplanung	
Vertriebscontrolling	
Vertriebswege	

- Überprüft die Zielerreichung.
- Kalkuliert, welche Mengen vertrieben werden können.
- Definiert den Aufbau von Abteilungen mit ihren spezifischen Funktionen und teilt Kompetenzen und Verantwortung zu.
- Zeigen an, über welche Kanäle potenzielle Kunden erreicht werden sollen.
- Stellen das Handwerkszeug für effektiven Vertrieb in Form von Software, Handbüchern, Qualitätsmanagement u. v. a. m. zur Verfügung.



ODPOVĚDI

Vertriebsorganisation	Definiert den Aufbau von Abteilungen mit ihren spezifischen Funktionen und teilt Kompetenzen und Verantwortung zu.
Vertriebsprozesse	Überprüft die Zielerreichung.
Vertriebsplanung	Stellen das Handwerkszeug für effektiven Vertrieb in Form von Software, Handbüchern, Qualitätsmanagement u. v. a. m. zur Verfügung.
Vertriebscontrolling	Zeigen an, über welche Kanäle potenzielle Kunden erreicht werden sollen.
Vertriebswege	Kalkuliert, welche Mengen vertrieben werden können.

7.3 Grammatik

Vedlejší věty se spojkou „ob“

Vedlejší věty se spojkou „ob“

, ob = zda, jestli

, ob + podmět + (větný obsah) + určité sloveso

Možnosti vyjadřování výhody:

Der Vorteil + 2. pád (genitiv) besteht in 3. p.

Der Vorzug + 2.pád (genitiv) liegt in 3. p.

Der Vorteil + 2.pád (genitiv) besteht darin, dass

Pasivní významy adjektiv

Trpný rod lze nahradit adjektivem, které je odvozeno od slovesa, příponou – „-bar“ nebo „-lich“.

Problém se dá řešit.

Das Problem kann gelöst werden.

Problém je řešitelný.

Das Problem ist lösbar.

SAMOSTATNÝ ÚKOL



Bilden Sie Nebensätze mit ob:

Muster: feststellen – ein Bedarf für das neue Produkt bestehen

Die Firma stellt fest, ob ein Bedarf für das neue Produkt besteht.

- überprüfen – Erfolgchancen haben

Vertriebswege

- herausfinden – die Konkurrenz groß sein

- untersuchen – Macht Nische auf dem ausländischen Markt sein

- herausfinden – die Konkurrenzpreise höher sein

- analysieren – die Produkte / ankommen

Drücken Sie den Vorteil aus:

Muster: Der Vorteil der/des besteht in dem/der ...

- Messebesuch/Konkurrenzbeobachtung

- Konkurrenzprodukte /niedriger Preis

- Produktneueinführung / Erschließung des Marktes

- Verpackung der Produkte /niedrige Kosten

- Werbestrategie / Ermittlung der Zielgruppen

Drücken Sie den Vorteil nach dem Muster aus, im Nebensatz benutzen Sie das Passiv:

Muster: Entwicklung des Produktimages /Absatzerhöhung

Der Vorteil der Entwicklung des Produktimages besteht darin, dass der Absatz erhöht wird.

Vertriebswege

- Zielgruppenermittlung /Erschließung des Marktes
- Festlegen der Vertriebswege /bessere Absatzmöglichkeiten
- Überprüfung des Bedarfs / Zielgruppenererschließung
- Produkteinführung / Erweiterung des Marktes
- Formulierung der Werbebotschaft / bessere Kommunikation mit den Kunden

4. Antworten Sie auf die folgenden Fragen.

Benutzen sie die Vorgaben in den Klammern:

- Wann planen Sie den Messebesuch? (nächsten Monat)
- Welche Produkte werden Sie ausstellen? (neue Produkte)
- Besteht ein Bedarf für diese Produkte? (ja)
- Glauben Sie, dass das Produkt Erfolgchancen hat? (auf dem inländischen Markt)

- Befinden sich auf dem Markt Konkurrenzprodukte? (ja)
- Was kosten die Konkurrenzprodukte? (mehr)
- Für welche Zielgruppe stellen Sie das Produkt her? (Kinder im Alter von 6 Jahren)

Formulieren Sie die Behauptungen nach dem Muster um:

Muster: Das Problem kann gelöst werden. -> Das Problem ist lösbar.

- Die Erfolgchancen können überprüft werden
-

- Der vorgeschlagene Produktname kann nicht gut ausgesprochen werden.
-

- Die Marktnische kann ausgenutzt werden.
-

- Die Marktforschung kann durchgeführt werden.
-

- Die Werbekampagne kann geplant werden.
-

- Der Produktname kann entworfen werden.
-



KONTROLNÍ OTÁZKA

Den Produktnamen entwirft _____.

- die Werbeagentur
- die Namensagentur
- das Marktforschungsinstitut

Nachdem der Bedarf überprüft wurde, wendet sich der Hersteller an _____.

- die Werbeagentur
- die Namensagentur
- das Marktforschungsinstitut

Die Werbeagentur _____ eine Werbestrategie.

- forscht
- entwickelt
- beobachtet

Der Vorteil der Überprüfung des Bedarfs auf dem Markt _____ darin, dass die Zielgruppen erschlossen werden.

- erhöht
- formuliert
- besteht

Für welche _____ stellen Sie das Produkt her?

- Werbeagentur

- Zielgruppe
- Marktstrategie

Wir müssen für den Absatz der Produkte die _____ festlegen.

- Marktnische
- Werbeagentur
- Vertriebswege

Die Marktforschung ist überprüf _____.

- bar
- licht
- frei

ODPOVĚDI



Den Produktnamen entwirft _____.

- die Werbeagentur
- **die Namensagentur**
- das Marktforschungsinstitut

Nachdem der Bedarf überprüft wurde, wendet sich der Hersteller an _____.

- die Werbeagentur
- **die Namensagentur**
- das Marktforschungsinstitut

Vertriebswege

Die Werbeagentur _____ eine Werbestrategie.

- forscht
- **entwickelt**
- beobachtet

Der Vorteil der Überprüfung des Bedarfs auf dem Markt _____ darin, dass die Zielgruppen erschlossen werden.

- erhöht
- formuliert
- **besteht**

Für welche _____ stellen Sie das Produkt her?

- Werbeagentur
- **Zielgruppe**
- Marktstrategie

Wir müssen für den Absatz der Produkte die _____ festlegen.

- Marktnische
- Werbeagentur
- **Vertriebswege**

Die Marktforschung ist überprüf _____.

- **bar**
- licht
- frei

PRŮVODCE STUDIEM



Zopakujte si nyní slovní zásobu této lekce.

SHRNUTÍ KAPITOLY



V této kapitole jste nahlédli do problematiky odbytových cest a seznámili jste se s náplní práce reklamní agentury. Naučili jste se novou slovní zásobu a vedlejší věty se spojkou „ob“.

8 PRODUKTEIGENSCHAFTEN

RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



Tato kapitola se zabývá popisem výrobků a jejich vlastnostmi.

CÍLE KAPITOLY



V této kapitole se naučíte:

- popisovat výrobek,
 - přídavná jména se specifickými příponami.
-

ČAS POTŘEBNÝ KE STUDIU



K nastudování této kapitoly potřebujete cca 240 minut.

KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Produkt, Produkteigenschaft, Produktbeschreibung

8.1 Wortschatz

s Produktmerkmal	znak výrobku
hervorheben	vyzdvihnout
e Haltbarkeit	trvanlivost
e Funktionalität	funkčnost
e Zuverlässigkeit	spolehlivost
r Genuss	požitek
e Altersveränderung	změna ve stáří
exzellent	excelentní
einzigartig	jedinečný
s Gefühl	požitek
e Eleganz	elegance
die Besonderheit	zvláštnost

8.2 Text

Produkteigenschaften

Bei der Beschreibung der Produkte werden bestimmte Produktmerkmale hervorgehoben, wie

z. B. der Preis, die Qualität, die Verpackung, die Form, die Haltbarkeit, die Funktionalität und die Zuverlässigkeit.

In den Werbeagenturen entsteht originelle Werbung für Lebensmittel, Kleidung, Kosmetik, Möbel Autos usw. Durch Werbung werden verschiedene Werbebotschaften vermittelt. Bei dem Kauf dieser Produkte verspricht man dem Kunden im Falle der Lebensmittel viel Genuss, bei der Kleidung Modernität, bei der Kosmetik eine schmeichelnde Haut ohne Falten und Altersveränderungen, bei Möbeln Hochwertigkeit, exzellente Verarbeitung, bei Autos ein einzigartiges Gefühl von Luxus und Eleganz.

Die Werbung unterstreicht so nur bestimmte Leistungen und betont die Besonderheiten, die für das Produkt typisch sind. Der Käufer muss sich allerdings immer folgende Fragen stellen:

- Wie ist der Preis des Produktes?
 - Wie sieht das Produkt aus?
 - Wie ist die Qualität des Produktes?
 - Wie ist das Produkt verpackt?
 - Wie lange hält das Produkt?
 - Wie ist das Produkt zuverlässig?
 - Was ist an dem Produkt so besonders?
 - Welche Leistungen bietet das Produkt?
-



OTÁZKY

Welche Produktmerkmale sind für den Käufer wichtig?

Wofür wird in der Werbung geworben?

Was verspricht die Werbung?

Welche Fragen müssen sich der Käufer stellen?

ODPOVĚDI



Welche Produktmerkmale sind für den Käufer wichtig?

Wofür wird in der Werbung geworben?

Was verspricht die Werbung?

Welche Fragen müssen sich der Käufer stellen?

KONTROLNÍ OTÁZKA



Bilden Sie Antonyme:

zuverlässig	
wirksam	
einseitig	
altbacken	
durchschnittlich	

Bilden Sie Antonyme zu den Verben:

Produkteigenschaften

dienen	
betonen	
gut aussehen	

Was gehört nicht in die Reihe:

Modernität	Luxus	Kostbarkeit	Großzügigkeit
zuverlässig	hochwertig	unwirksam	preiswert
unterstreichen	betonen	hervorheben	bringen
Werbebotschaft	Werbemittel	Werbung	Werbeagentur

Suchen Sie Synonyme:

recyclbar	
biologisch	
unzerbrechlich	
transparent	
hochwertig	

8.3 Grammatik

Drücken Sie anders aus:

Muster: Die Lebensmittel halten lange aus. Sie sind haltbar.

Das Produkt kann man zerbrechen.

Kann man das Produkt wiederverarbeiten?

Kann man das Produkt waschen?

Kann man die Ware liefern?

Kann man den Produktmanager heute im Hause erreichen?

Worauf legen Sie Wert? Antworten Sie nach dem Muster:

Muster: Innovation: Ich lege Wert auf die Innovation.

zufriedene Kunden

Zuverlässigkeit der Produkte

hoher Standard

hochwertiges Material

fehlerfreie Produktion

PRO ZÁJEMCE



Bilden Sie Adjektive mit der Endung –bar:

Muster: Die Produkte stehen zur Verfügung. Sie sind verfügbar.

Die Produkte sind umweltfreundlich. Sie sind ...

Die Kleidung kann man bügeln. Sie ist ...

Das Parfum kann man lange riechen. Es ist ...

Welche Suffixe ergänzen Sie? (-haltig, -bar, -lich, -reich, -los, -arm)

wartungs-

arbeits-

fehler-

kalorien-

wasch

nütz-

verfüg-

reich-



SAMOSTATNÝ ÚKOL

Erzählen Sie über ein Produkt Ihrer Wahl. Halten Sie sich an den folgenden Punkten:

Wie lange kennen Sie schon das Produkt?

Für welche Zielgruppe ist das Produkt geeignet?

Welche Eigenschaften hat das Produkt?

Wie hoch ist der Preis des Produktes?



K ZAPAMATOVÁNÍ

Konjunktiv I pomocných sloves

sein	haben	werden
ich sei	ich habe	ich werde
du seiest	du habest	du werdest
er sei	er habe	er werde
wir seien	wir haben	wir werden
ihr seiet	ihr habet	ihr werdet
sie seien	sie haben	sie werden

Konjunktiv způsobových sloves

sollen	müssen	können
ich sollte	ich müsste	ich könnte
du solltest	du müsstest	du könntest
er sollte	er müsste	er könnte

wir sollen	wir müssen	wir können
ihr sollet	ihr müsset	ihr könntet
sie sollen	sie müssen	sie können

dürfen	wollen	wissen
ich dürfe	ich wolle	ich wisse
du dürfest	du wollest	du wissest
er dürfe	er wolle	er wisse
wir dürfen	wir wollen	wir wissen
ihr dürfet	ihr wollet	ihr wisset
wie dürfen	sie wollen	sie wissen

Konjunktiv II pomocných sloves

sein	haben	werden
ich wäre	ich hätte	ich würde
du wärest	du hättest	du würdest
er wäre	er hätte	er würde
wir wären	wir hätten	wir würden
ihr wäret	ihr hättet	ihr würdet
wie wären	sie hätten	sie würden

Konjunktiv II způsobových sloves

können	müssen	sollen
ich könnte	ich müsste	ich sollte
du könntest	du müsstest	du solltest
er könnte	er müsste	er sollte
wir könnten	wir müssten	wir sollten
ihr könntet	ihr müsstet	ihr solltet
sie könnten	sie müssten	sie sollten

dürfen	wollen	wissen
ich dürfte	ich wollte	ich wüsste
du dürftest	du wolltest	du wüsstest
er dürfte	er wollte	er wüsste

Produkteigenschaften

wir dürften	wir wollten	wir wüssten
ihr dürftet	ihr wolltet	ihr wüsstet
sie dürften	sie wollten	sie wüssten

Konjunktiv II některých silných sloves

kommen	ich käme
bleiben	ich bliebe
lassen	es ließe
nehmen	ich nähme
geben	ich gäbe
schreiben	ich schriebe

Poznámka: Konjunktiv II. se tvoří jen u některých silných sloves. U ostatních silných sloves se jedná o archaické tvary, které se již nepoužívají.

Konjunktiv II u ostatních sloves

Konjunktiv II u ostatních sloves, se tvoří opisem pomocí kondicionálu

ich würde sagen

du würdest sagen

er würde sagen

wir würden sagen

ihr würdet sagen

wie würden sagen



KONTROLNÍ OTÁZKA

Das Produkt kann man zerbrechen, es ist

- zuverlässig

- haltbar
- zerbrechlich

Man muss sich nicht um das Produkt kümmern. Es ist

- kalorienreich
- waschbar
- wartungsarm

Sie Hose muss man nicht bügeln, sie ist

- bügelfrei
- bügelarm
- bügellos

Die Handtaschen sind umweltfreundlich. Sie sind

- weiterverarbeitbar
- günstig
- preiswert

Woraf ... du Wert?

- liegst
- legst
- lügst

Wann sind Sie ... ?

- erreichen
- erreichbar
- erreicht

Ist deine Hose ... ?

Produkteigenschaften

- waschen
- waschbar
- Wäsche

Die Werbung ... nur bestimmte Leistungen.

- unterstreicht
- verpackt
- betont

Der Käufer muss sich folgende Fragen

- stehen
- stellen
- legen

Wie sieht das Produkt ...?

- an
- aus
- bei



ODPOVĚDI

Das Produkt kann man zerbrechen, es ist

- zuverlässig
- haltbar
- **zerbrechlich**

Man muss sich nicht um das Produkt kümmern. Es ist

- kalorienreich
- waschbar
- **wartungsarm**

Sie Hose muss man nicht bügeln, sie ist

- **bügelfrei**
- bügelarm
- bügellos

Die Handtaschen sind umweltfreundlich. Sie sind

- **weiterverarbeitbar**
- günstig
- preiswert

Woraf ... du Wert?

- liegst
- **legst**
- lügst

Wann sind Sie ... ?

- erreichen
- **erreichbar**
- erreicht

Ist deine Hose ... ?

- waschen
- **waschbar**
- Wäsche

Die Werbung ... nur bestimmte Leistungen.

- **betont**
- verpackt
- stellt

Der Käufer muss sich folgende Fragen

- stehen
- **stellen**
- legen

Wie sieht das Produkt ...?

- an
- **aus**
- bei



SHRNUŤÍ KAPITOLY

Tato kapitola se zabývala popisem výrobků a jejich vlastnostmi. Naučili jste se v ní popisovat výrobek, používat přídavná jména sloužící k popisu výrobku a seznámili jste se se specifickými příponami typickými zejména pro hospodářskou a odbornou němčinu.

LITERATURA

Duden. Deutsches Universalwörterbuch. Dudenverlag 2003: Mannheim. Leipzig. Wien. Zürich. ISBN 3-411-05505-7.

SHRnutí STUDIjNÍ OPORY

V úvodní kapitole jste se seznámili s problematikou outsourcingu. Rozšířili jste si slovní zásobu z této oblasti a připomněli si způsoby, kterými se v němčině vyjadřuje důvod. Naučili jste se slovní zásobu k outsourcingu, konverzovat o výhodách a nevýhodách outsourcingu v němčině a vyjadřovat důvod v němčině.

V druhé kapitole jste se seznámili s německými veletrhy a výstavami. Naučili jste se slovní zásobu z oblasti veletrhu a výstav a zopakovali jste si budoucí čas a naučili slovní zásobu k veletrhům a výstavám, používat budoucí čas a obeznámili jste se s největšími německými veletrhy.

Ve třetí kapitole jste se zaměřili na běžné situace na pracovišti, např. na pracovní dobu, přestávky, nepřítomnost na pracovišti. Naučili jste se slovní zásobu k outsourcingu, slovní zásobu z oblasti „všední den na pracovišti“ a popsat svůj pracovní den na pracovišti.

Čtvrtá kapitola se zabývala problematikou pracovní neschopnosti. Seznámila vás s povinnostmi pracovníka v případě onemocnění a důležitými obraty a slovní zásobou. V této kapitole jste se naučili vyjadřovat se k pracovní neschopnosti v němčině, slovesa s neodlučitelnou předponou a používat je.























Pátá kapitola se zabývala bezpečností na pracovišti. Seznámila vás s bezpečnostními opatřeními a značkami, které chrání zaměstnance před nebezpečími. V této kapitole jste se naučili bezpečnostní značky v němčině, bezpečnostní opatření a používat infinitiv s „zu“.

V šesté kapitole jste se naučili slovní zásobu zaměřenou na marketing, trh a zákazníka. Naučili jste se i rozlišovat jednotlivé typy zákazníků.

V sedmé kapitole jste nahlédli do problematiky odbytových cest a seznámili se s náplní práce reklamní agentury. Naučili jste se novou slovní zásobu a vedlejší věty se spojkou „ob“.

Osmá kapitola se zabývala popisem výrobků a jejich vlastnostmi. Naučili jste se popisovat výrobek a při popisu používat přídavná jména se specifickými příponami.

PŘEHLED DOSTUPNÝCH IKON

	Čas potřebný ke studiu		Cíle kapitoly
	Klíčová slova		Nezapomeňte na odpočinek
	Průvodce studiem		Průvodce textem
	Rychlý náhled		Shrnutí
	Tutoriály		Definice
	K zapamatování		Případová studie
	Řešená úloha		Věta
	Kontrolní otázka		Korespondenční úkol
	Odpovědi		Otázky
	Samostatný úkol		Další zdroje
	Pro zájemce		Úkol k zamyšlení

Pozn. Tuto část dokumentu nedoporučujeme upravovat, aby byla zachována správná funkčnost vložených maker. Tento poslední oddíl může být zamknut v MS Word 2010 prostřednictvím menu Revize/Omezit úpravy.

Takto je rovněž omezena možnost měnit například styly v dokumentu. Pro jejich úpravu nebo přidávání či odebrání je opět nutné omezení úprav zrušit. Zámek není chráněn heslem.

Název:

Autor: **PhDr. Hanne-Lore Bobáková, Ph.D.**

Vydavatel: Slezská univerzita v Opavě
Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné

Určeno: studentům SU OPF Karviná

Počet stran: 125

Tato publikace neprošla jazykovou úpravou.