

**S.N. Kazhanowa, I.E. Iljina,
E.K. Tepljakowa, N.B. Erschowa**

BUSINESS - DEUTSCH

VERLAG TSTU

Министерство образования Российской Федерации
Тамбовский государственный технический университет

З.Н. КАЖАНОВА, И.Е. ИЛЬИНА, Е.К. ТЕПЛЯКОВА, Н.Б. ЕРШОВА

**БИЗНЕС-КУРС
НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА**

Учебное пособие
для студентов экономического факультета

Тамбов
Издательство ТГТУ
2004

ББК Ш13(нем)я73
К13

Рецензенты:
Доктор филологических наук, профессор
М.Н. Макеева
Доктор педагогических наук, доцент
М.В. Воронаев

Кажанова З.Н., Ильина И.Е., Теплякова Е.К., Ершова Н.Б.

K13 Business-Deutsch: Учебное пособие для студентов экономических факультетов. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2004. 84 с.
ISBN 5-8265-0262-2

Учебное пособие предназначено для обучения переводу экономических текстов с немецкого языка на русский. Цель пособия – обучить основам делового общения в устных и письменных формах в типичных ситуациях: ведение деловых переговоров, коммерческой корреспонденции.

Учебное пособие содержит 12 уроков. В уроке предлагаются тексты, упражнения к текстам, образцы ведения деловой переписки, диалоги на следующие темы: «Установление деловых контактов», «Запрос», «Предложение», «Заказ», «Подтверждение и отзыв заказа».

Пособие может быть использовано студентами, аспирантами экономических факультетов вузов, слушателями соответствующих семинаров и курсов, учащимися колледжей, а также для самостоятельного усовершенствования знаний немецкого языка в области экономики.

ББК Ш13(нем)я73

ISBN 5-8265-0262-2

© Кажанова З.Н., Ильина И.Е.,
Теплякова Е.К., Ершова Н.Б.,
2004
© Тамбовский государственный технический университет
(ТГТУ), 2004

Учебное издание

Кажанова Зоя Николаевна,
Ильина Ирина Евгеньевна,
Теплякова Елена Константиновна,
Ершова Наталья Болатовна

BUSINESS-DEUTSCH
БИЗНЕС-КУРС
НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА

Учебное пособие

Редактор М. А. Евсейчева
Компьютерное макетирование М. А. Филатовой

Подписано в печать 20.02.04
Формат 60 × 84 / 16. Бумага офсетная. Печать офсетная.
Гарнитура Times New Roman. Объем: 4,88 усл. печ. л.; 4,50 уч.-изд. л.
Тираж 400 экз. С. 133^М

Издательско-полиграфический центр
Тамбовского государственного технического университета,
392000, Тамбов, Советская, 106, к. 14

TEIL I. LEHRTEXTE MIT ÜBUNGEN

LEKTION I

TEXT I

MARKETING

Marketing war zunächst nichts anderes als die Lehre vom Warenabsatz. Vorrangige Bedeutung hatten dabei das industrielle Vertriebswesen, die Werbung und die Marktforschung. In neuerer Zeit hat sich dieser Begriffsinhalt geändert. Marketing zeichnet sich durch eine schöpferische, fast aggressive Note aus. Die Gründe dafür liegen einerseits beim Markt, andererseits bei den Unternehmungen. Ein wesentlicher Faktor ist die Verschärfung der Konkurrenz, die u. a. auf den schrittweisen Abbau der Zölle und anderer Handelshemmnisse sowie die Öffnung der Märkte für außereuropäische Anbieter zurückzuführen ist. Bemerkenswert ist dabei, daß die Bedürfnisse einem immer schnelleren Wandel unterliegen. Dieser Prozeß wird von der Unternehmerseite insofern gefördert, als der rasche wissenschaftliche und technische Fortschritt, der seinerseits das Ergebnis zunehmender Aufwendungen, verstärkter Mechanisierung und Automation der Produktionsprozesse sowie nachhaltiger Verbesserung der Betriebsorganisation ist, auf die Verkürzung der sogenannten Lebenszyklen der Produkte hinwirkt. Die Unternehmen geraten dadurch in die Zwangslage, daß sie die Amortisation vergleichsweise höherer produktgebundener Investitionen und sonstiger Umrüstungsaufwendungen in kurzer Zeit über möglichst große Produktionsserien erreichen müssen. All diese Faktoren tragen zu einem Angebotsdruck bislang unbekanntem Ausmaßes bei. Diese Entwicklungstendenzen werden sich in der Zukunft mit Sicherheit verstärken. Trotz steigenden Lebensstandards der Bevölkerung dürfte es, wie leicht einzusehen ist, immer schwieriger werden, dieses (Über-) Angebot abzusetzen.

Das Marketing beginnt bereits mit der Erforschung der Bedürfnisse und der Planung der Produkte. Dabei sind die Absatzerwägungen allen anderen vorgeschaltet. Bei diesen Bemühungen geht es indessen nicht nur darum, offen geäußerten und deutlich empfundenen Wünschen der Verbraucher und Verwender gerecht zu werden. Markterschließung impliziert, ja fordert geradezu, daß die Wunschvorstellungen ermittelt werden, die noch im Unterbewußtsein oder Unterbewußtem schlummern. Daher sind hier der Absatz- und Motivforschung große Aufgaben gestellt, weil deren systematische Anwendung häufig gewährleistet, daß sogenannte Marktnischen mit einer gewissen Zwangsläufigkeit entdeckt werden.

Neben der Markterschließung ist das zweite Hauptanliegen des Marketings die Marktsicherung und Marktausweitung. Eine Unternehmung erschließt für ein bestimmtes Produkt neue Absatzmöglichkeiten, sei es, daß sie in neue Absatzgebiete vordringt, sei es, daß sie neue Verbraucherschichten innerhalb ihres Absatzgebietes erfaßt, oder – wie z. B. in der Kunststoffindustrie üblich – neue Verwendungszwecke für ihre Erzeugnisse entdeckt.

Da der Markt jedoch einem fortwährenden Wandel unterworfen ist, sind die Unternehmungen zu erreichen bestrebt, daß Reaktionsmöglichkeiten der Konkurrenten so weit wie möglich hinausgeschoben werden. Dies ist der Grund dafür, daß ständig neue Produkte, die einen gewissen Vorsprung zu sichern versprechen, entwickelt, andere dagegen aufgegeben werden, deren sich die Konkurrenten bereits «bemächtigt» haben. Vielfach gehen die Unternehmungen den Weg der Diversifizierung, d. h. sie versuchen, auf mehreren Gebieten tätig zu sein.

In den Kreis dieser Bemühungen gehört auch der Ausbau der absatzpolitischen Instrumente und deren breite Auffächerung, so z. B. die Vermietung von Investitionsgütern anstelle des Verkaufs (Leasing).

VOKABELN

1. Vertrieb, m – продажа, сбыть; распространение (литературы)

Vertriebsfirma, f, Vertriebshaus, n – сбытовая фирма

Absatzleiter, m – начальник отдела сбыта

vertreiben (ie, ie) vt – продавать, сбывать, распространять

2. Markt, m – рынок

aufnahmefähiger Markt – емкий рынок

fester, stabiler Markt – устойчивый рынок

einheimischer Markt – национальный (внутренний) рынок

den Markt ausweiten – расширять рынок

- den Markt sichern – обеспечивать рынок
 beherrschen – господствовать, доминировать на рынке
 sich auf dem Markt behaupten – утвердиться на рынке
 Marktforschung, f – изучение рынка, анализ конъюнктуры на рынке
 Markterschließung, f – освоение рынка
 Marktanpassung, f – приспособление рынка к изменившимся условиям
 3. Abbau, m – снижение, уменьшение; *горн. добыча*, разработка
 4. Handelshemmnisse, pl – препятствия для торговли
 Handelsschranken, pl – торговые барьеры
 hemmen vt – сдерживать, мешать
 5. Umrüstung, f – перевооружение, переоснащение, переоборудование
 6. Absatz, m – сбыт, реализация
 flotter, schneller Absatz – хороший сбыт
 reißender Absatz – интенсивный сбыт
 schleppender Absatz – плохой, медленный сбыт
 Absatzforschung, f – изучение (возможностей) сбыта
 Absatzerwägungen, pl – соображения сбыта
 7. ermitteln vt – выяснять, определять
 8. Anliegen, n – задача, дело; желание, стремление
 Hauptanliegen, n – главная задача, главная цель
 9. Kunststoff, m – синтетический материал
 10. Vorsprung, m – превосходство, преимущество, опережение
 einen Vorsprung gewinnen – опередить (конкурентов), получить преимущество
 11. Ausbau, m – расширение, развитие, совершенствование; достройка
 12. Vermieten, f – сдача в наем, на прокат
 vermieten vt – сдавать в наем, отдавать на прокат
 13. aufgeben vt – давать (поручение); сдавать (для отсылки); отказываться от чего-либо (признать себя побежденным)

TEXTERLÄUTERUNGEN

1. das industrielle Vertriebswesen = die Vertriebstätigkeit der Industrie-unternehmen
2. implizieren *lat* = miteinbeziehen, miteinschließen; in sich enthalten
3. Reaktionsmöglichkeiten der Konkurrenten = die Fähigkeit der Konkurrenten, auf das Aufkommen neuer Waren schnell zu reagieren
4. wie leicht einzusehen ist = Verwenden Sie bei der Übersetzung ein Antonym

ÜBUNGEN ZUM TEXT

Übung 1. Beantworten Sie die folgenden Fragen.

1. Wodurch zeichnete sich das Marketing in seiner ersten Entwicklungsphase aus? 2. Worauf wird vom Verfasser die Verschärfung der Konkurrenz zurückgeführt? 3. Warum werden die sogenannten Lebenszyklen der Produkte immer kürzer? 4. Wie entsteht ein Überangebot an bestimmten Produkten auf dem Markt? 5. Was wird bei der Erforschung der Bedürfnisse ermittelt? 6. Warum müssen ständig neue Produkte entwickelt werden?

Übung 2. Wie verstehen Sie die folgenden Wortgruppen?

Marktnischen entdecken; auf Verkürzung der Lebenszyklen der Produkte hinwirken; die Amortisation der Investitionen über möglichst große Produktionsserien erreichen; die Reaktionsmöglichkeiten der Konkurrenten hinausschieben; neue Verbraucherschichten innerhalb des Absatzgebietes erfassen; einen gewissen Vorsprung sichern; absatzpolitische Instrumente ausbauen.

Übung 3. Bilden Sie Beispiele mit den folgenden Wortgruppen.

Vorrangige Bedeutung haben; Zölle abbauen; den Abbau der Handelshemmnisse anstreben; dem Wandel unterliegen (die Bedürfnisse); in die Zwangslage geraten; Bedürfnisse erforschen; den Markt ausweiten; neue Absatzmöglichkeiten erschließen; neue Verwendungszwecke entdecken; auf mehreren Gebieten tätig sein; Investitionsgüter vermieten; langlebige Verbrauchsgüter absetzen.

Übung 4. Übersetzen Sie die folgenden Wortgruppen ins Deutsche.

Иметь первостепенное значение; снижать таможенные пошлины; стремиться к снижению торговых барьеров; быть подверженным изменениям (потребности); попасть в стесненное положение; изучать потребности; расширять рынок; изыскивать новые возможности для сбыта; открывать новые возможности использования; действовать в нескольких областях; сдавать основные средства производства в аренду; сбывать потребительские товары длительного пользования.

Übung 5. Ergänzen Sie die folgenden Sätze. Verwenden Sie die Wortgruppen der Übung 3.

1. Es ist leicht einzusehen, daß... – Нетрудно понять, что...
2. Es ist bereits jetzt abzusehen, daß... – Уже сейчас можно предвидеть (предсказать, что)...
3. Es ist nicht zu übersehen, daß... – Нельзя не заметить, что...
4. Dies ist der Grund dafür, daß... – Это является причиной того, что...

Übung 6. Übersetzen Sie die folgenden Wortgruppen bzw. Sätze ins Russische. Beachten Sie die fettgedruckten Substantive.

Abbau der Zölle; **Ausbau** des Eisenbahnnetzes; **Einbau** einer Klausel in den Vertrag; **Anbau** von Mais. Mit dem **Abbau** der Lagerstätte soll Anfang nächsten Jahres begonnen werden. Auf diese Weise werden in **Auf-** und **Ausbau** befindliche Industrien vor ausländischer Konkurrenz geschützt. Der **Weizenanbau** nimmt ständig zu.

Übung 7. Übersetzen Sie die folgenden Substantive.

Die Versorgungslage (bei Kupfer); die Benzinsparmaßnahmen; das Rohstoffpreisniveau; die Ölimportzunahme; die Stahlexportpreise; der Umweltschutz; die Vorratskäufe; die Preisliste – der Listenpreis.

Übung 8. Übersetzen Sie die folgenden Wortgruppen ins Russische.

I. Die geringeren Importe; die vermehrten Ausgaben; die steigenden Kosten; die anziehenden Inflationsraten; die rückläufige Erdölförderung; die sinkende Abhängigkeit von Öl; die immer größer werdende Verknappung der Vorräte; die zunehmende Benutzung von Erdölleitungen; die geschrumpfte Erdölgewinnung; eine sinkende Tendenz.

II. Das erhoffte Nordseeöl; die augenblickliche Verknappung an Öl; die energieintensive Zementindustrie; ein abbauwürdiges Kupfervorkommen; rohstoffintensive Produkte; der weltweite Tendenzwechsel; korrekturbedürftige Wechselkursparitäten; der ortsübliche Preis; ein zweischneidiger Erfolg; die konjunkturelle Überhitzung; das mexikanische Exportöl; die gesetzlichen Bestimmungen – die gesetzmäßige Überproduktionskrise.

TEXT II

Übung 1. Übersetzen Sie den Text mündlich.

DIE MONOPOLISTISCHE MARKETINGKONZEPTION

Die verhältnismäßig junge Geschichte des Marketings läßt drei Entwicklungsstufen erkennen. Die erste Entwicklungsstufe beschränkte sich zunächst noch auf eine neue Linie in den Absatzmethoden, speziell auf eine aktivere Verkaufspolitik. Dabei ging es hauptsächlich um das Koordinieren aller beim Verkauf einer Ware zu beachtenden Faktoren.

Die zweite Entwicklungsstufe des Marketings stellte bereits die «bewußte Schaffung von Märkten», sowie die «Bedürfnisweckung» in den Vordergrund. Damit sollte der Absatzmarkt nicht mehr wie früher Endstation, sondern Ausgangspunkt sämtlichen unternehmerischen Planens und Handelns werden.

Die Manipulation des Marktes und der Konsumenten als Hauptanliegen dieser Marketing-Variante mündete schließlich in die gegenwärtig dominierende dritte Entwicklungsstufe ein, bei der sämtliche betriebliche Teilbereiche – von der Forschung bis zur Finalproduktion – mit den Erfordernissen einer langfristigen Marktstrategie in Übereinstimmung gebracht werden. Der Kern dieser aktuellen Marketing-Konzeption besteht in dem Versuch, die Widersprüche im Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage

zurückzudrängen, indem die Produktion auf den Markt ebenso wie umgekehrt der Markt auf die Produktion «ausgerichtet» wird. Hierbei handelt es sich vornehmlich um ein Profitrealisierungs- und Konkurrenzmanöver, denn das Nachfragevolumen kann im Prinzip nicht erweitert, sondern lediglich zwischen den rivalisierenden Produzenten anders «umverteilt» werden.

TEXT III

Übung 1. Fassen Sie den Inhalt des Textes kurz zusammen.

MARKETING

Das sich vor allem in den USA schnell verbreitende Marketing war zunächst auf eine Absatzaktivierung gerichtet. Im Vordergrund des ersten Entwicklungsstadiums des Marketings stand die Anpassung an die Erfordernisse des Marktes. Dieses Marktverhalten wird als «passives Marketing» bezeichnet. Als Konzeption, die mittels vorbereitender Marktforschung, Markt- und Absatzprognose, Absatzplanung, Absatzdurchführung das gesamte Unternehmensgeschehen auf den Absatzmarkt auszurichten versucht, trachtete das «passive Marketing» danach, die Marktprozesse bei der kontrollierten Gestaltung der Produktion stärker zu beachten.

Während der fünfziger Jahre trat das Marketing in ein zweites Stadium ein, entwickelte sich vom passiven zum aktiven Marketing. Der anwachsende Realisierungstau, der nach Sättigung des mit dem zweiten Weltkrieg verbundenen Nachholebedarfs akut wurde, leitete die bis dahin überwiegende Konzeption der reinen Marktanpassung in die einer aktiven Marktbeeinflussung über. Die Nachfrage wurde nicht mehr als eine gegebene Größe betrachtet, der Markt nicht mehr allein vom Angebot her manipuliert, sondern auch und vor allem von der Nachfrageseite.

Zu Beginn der sechziger Jahre trat das Marketing in ein drittes Entwicklungsstadium, das auch das gegenwärtige «kommerzielle» Marketing charakterisiert (das «totale» Marketing). Sein Kennzeichen ist der Versuch, alle Teilfunktionen eines Unternehmens den Marktzielen unterzuordnen.

Angesichts der zunehmenden Spezialisierung und Differenzierung der Märkte, ihrer ständigen Erweiterung und Internationalisierung erweisen sich schnelles Reagieren auf Marktveränderungen, flexible Marktanpassung und gezielte Marktbeeinflussung als unerläßliche Vorbedingungen für die Realisierung des Profits.

In dem Bestreben, möglichst jeden Winkel des Marktes auszuleuchten, «Marktnischen» zu entdecken, Absatzpotentiale auf längst gesättigten Märkten zu schaffen, bemächtigt sich die Markt- und Absatzforschung aller Sphären des gesellschaftlichen Lebens. Mit zum Teil erheblichem Aufwand wird herauszufinden versucht, in welchem Alter welche Konsumenten welche Produkte bevorzugen, welche Rolle dem Prestige konsum zukommt, welche Zusammenhänge zwischen Einkommenshöhe und Verbrauchsniveau bestehen usw.

LEKTION II

TEXT I

NEUE LEASING – VARIANTE AUF LEISTUNGSBASIS

Die auch international zu den Spitzenvertretern der Branche zählende Mainzer DAL (Deutsche Anlagen Leasing GmbH) will nicht zuletzt durch das neue Leasing-Modell auf Expansionskurs bleiben, durch das sogenannte Produktionskapazitäten-Leasing (PK), das das Unternehmen jetzt anbietet.

Kurz gefaßt sieht die neue Leasing – Variante wie folgt aus: Die Höhe der Nutzungsgebühr, die der Mieter von Mobilien an die DAL zu entrichten hat, hängt von der tatsächlich erbrachten Leistung der Maschinen oder Produktionsanlagen ab und nicht von deren Investitionskosten wie beim traditionellen Leasing.

Die Gebühr für das PK errechnet sich jeweils nur nach der in einem bestimmten Zeitraum abgenommenen Leistung zu einem festen Stundensatz (es gibt dabei Mindestsätze). An den geleasten Maschinen angebrachte Meßanlagen überwachen deren Leistungen und übermitteln die Daten an den DAL-Zentralcomputer.

Obwohl der Leasing-Vertrag über zwanzig Jahre abgeschlossen wird, kann die Produktionskapazität je nach Bedarf jederzeit verringert oder bis zur Vertragsauflösung abgebaut werden. Außerdem werden die Maschinen von der DAL auf dem technisch modernsten Stand gehalten, alte oder abgenutzte Anlagen werden durch neue ersetzt.

Wie der Firmenchef in Frankfurt darlegte, konnte der Auftragseingang, also der Abschluß neuer Mietverträge, auf rund 3,26 (Vorjahr 1,60) Mrd. DM verdoppelt werden. Besonders zufrieden sei man mit dem Verlauf des Auslandsgeschäftes, wo 877 (198) Mill. DM an neuen Aufträgen hereingenommen werden konnten.

VOKABELN

1. Leasing, n – лизинг, долгосрочная аренда; выдача на прокат
Leasing anwenden – применять лизинг
Leasing anbieten – предлагать лизинг
Leasing – Unternehmen, n – фирма, занимающаяся лизингом
2. zählen vt – считать, подсчитывать; насчитывать; причислять
zählen vi (zu, Dat) – причислять, относиться
3. Mobilien, pl – движимое имущество
4. Nutzungsgebühr, f – плата за пользование
Nutzungsgebühr entrichten, zahlen – внести, уплатить за пользование
5. Miete, f – наем, аренда; арендная плата, плата за прокат
mieten vt – брать в аренду, снимать, брать напрокат; фрахтовать (судно)
vermieten – сдавать в аренду
Vermieter, m – арендодатель, сдающий в наем
6. Satz, m – норма, ставка
Mindestsatz, m – минимальная ставка
Prozentsatz, m – процент
7. Daten, pl – данные, сведения; информация
Datenverarbeitungsanlage, f – вычислительная машина, устройство для обработки данных
8. übermitteln vt – передавать
9. anbringen vt – устанавливать, приделывать, прикреплять; находить применение, помещать (Geld, Ware)
10. Verlauf, m – ход, протекание
im Verlauf – в ходе

TEXTERLÄUTERUNGEN

1. GmbH – Gesellschaft mit beschränkter Haftung – Общество с ограниченной ответственностью
2. auf Expansionskurs bleiben – den Absatz auch weiter steigern
3. geleast – Partizip II von dem Verb «leasen» – сдавать в аренду
4. an den geleasten Maschinen angebrachte Meßanlagen – eine Partizipialgruppe ohne Artikel

ÜBUNGEN ZUM TEXT

Übung 1. Beantworten Sie die folgenden Fragen.

1. Was wird als Leasing bezeichnet? 2. Welche Leasing-Variante bietet die DAL-GmbH an? 3. Wovon hängt die Höhe der Nutzungsgebühren ab? 4. Wie wird die abgenommene Leistung errechnet? 5. Welche Verpflichtungen geht das Leasing-Unternehmen ein? 6. Warum findet Leasing international zunehmende Verwendung? 7. Wodurch unterscheidet sich die traditionelle Vermietung von Anlagen von dem Leasing auf Leistungsbasis?

Übung 2. Bilden Sie Beispiele mit den folgenden Wortgruppen.

Die neue Leasing-Variante anbieten; eine Produktionsanlage vermieten; Nutzungsgebühren entrichten; von der tatsächlich erbrachten Leistung abhängen; den Mindestsatz festlegen (eine Meßanlage anbringen); Daten übermitteln; Produktionskapazitäten verringern; auf dem technisch modernsten Stand halten; den Vertrag auflösen.

Übung 3. Übersetzen Sie die folgenden Wortgruppen ins Deutsche.

Предлагать новый вариант лизинга; сдавать (в аренду, напрокат) производственное оборудование; вносить плату за пользование; зависеть от фактически произведенной работы; установить минимальную ставку; установить измерительное устройство; передавать данные; сокращать производственные мощности; поддерживать на самом современном техническом уровне; расторгнуть договор.

Übung 4. Ergänzen Sie die folgenden Sätze. Verwenden Sie die Wortgruppen der Übung 2.

1. Man ist in London darauf gefaßt, daß... – В Лондоне готовы к тому (чему-то неприятному), что...
2. In Rotterdam ist man der Auffassung,... – В Роттердаме считают, что...

3. Zu dieser Zeit ist man sich mehr und mehr bewußt geworden, daß... – К этому времени постепенно осознали, что...

TEXT II

Übung 1. Übersetzen Sie den Text mündlich.

LEASING BLEIBT EINE WACHSTUMSBRANCHE

Die etwa 120 deutschen Leasing-Unternehmen haben ein Neugeschäft von 1,4 Mrd. DM auf die Beine gestellt. Die Steigerungsrate gegenüber dem Vorjahr beträgt 12 %. Bei den vermieteten Anlagen dominieren nach wie vor Büromaschinen und EDV mit 34 %. Dann folgen Fahrzeuge (20 %) und Immobilien vom Verwaltungsgebäude über die Fabrikhalle bis zum Rathaus. An der Spitze der Leasing-Kundschaft steht das verarbeitende Gewerbe mit 38 %, gefolgt vom Handel mit 22 %.

Der Bundesverband deutscher Leasing-Gesellschaften hat ermittelt, daß sich die Investitionen der Leasing-Unternehmen im letzten Jahrzehnt verfünffacht haben, während die der Gesamtwirtschaft nur verdoppelt werden konnten. Die durchschnittliche Wachstumsrate bei den Leasing-Gesellschaften betrug 28 %. Die Branche gehört damit zur Spitzengruppe der Wachstumsraten.

Die Angebotsstruktur ist nahezu grenzenlos. Sie reicht vom spektakulären Großobjekt bis zum Auto. An der Spitze dürfte das Kernkraftwerk Grundrennmingen mit einem Investitionsaufwand von 4 Mrd. DM stehen. Leasing erstreckt sich auf Güterwagen der Bundesbahn (100 Min. DM), Helikopter, ganze Luftfahrtflotten, Passagierschiffe, Rathäuser und Verbrauchermärkte. Bei etwa einer Million Verträgen wird das Marktvolumen auf 50 Mrd. DM geschätzt.

Bemerkenswert ist auch, daß die Leasing-Branche von konjunkturellen Schwankungen bisher kaum berührt worden ist. Entscheidende Wachstumskriterien sind die Tatsachen, daß Unternehmen einer Kreditaufnahme nicht zuletzt deshalb ausweichen, weil dies ihre finanzielle Verschuldung erhöhen würde. Außerdem bietet die Leasingunternehmen kürzere Amortisationszeiten, als es beim Kauf der Fall ist.

Wie groß der Andrang zum Leasing ist, zeigt das Faktum, daß heute jeder dritte Leasing-Antrag aus Bonitätsgründen abgelehnt werden muß. Nach Branchenmeinung ist bei der Beurteilung der Zukunftschancen zumindest ein vorsichtiger Optimismus angebracht. Immerhin liegt in der Bundesrepublik der Anteil der gemieteten Anlagen an den gesamtwirtschaftlichen Investitionen nur bei 5,7 %. Sie befindet sich damit quasi in einem «leasingpolitischen Entwicklungsland», denn in den USA sind es 25 %, in England 11 % und in Frankreich 9 %. Allein dieses ungenutzte Potential im Vergleich zu anderen westlichen Ländern dürfte weiteres Wachstum garantieren.

TEXT III

Übung 1. Fassen Sie den Inhalt der beiden nachfolgenden Texte zusammen.

LEASING

In neuerer Zeit hat sich für den Absatz von Investitionsgütern eine Finanzierungsweise durchzusetzen begonnen, die die absatzpolitische Bedeutung der Kreditgewährung und der Finanzierungshilfe unzweifelhaft

schmälert, das Liesing. Leasing bedeutet die Umwandlung von einmalig anfallenden Zahlungen für mehr oder weniger große Anschaffungsobjekte in laufende Mietzahlungen. An sich ist die Vermietung von Anlagegegenständen nichts Neues. Datenverarbeitungsmaschinen können erst seit kurzem käuflich erworben werden; sie wurden bis dahin ausschließlich vermietet, häufig mit der Maßgabe, daß dem Verwender die jeweils neueste und seinen Zwecken am besten entsprechende Anlage zur Verfügung zu stellen sei.

Neu an Leasing ist aber seine wachsende Verbreitung sowie die Tatsache, daß sich zwischen dem Hersteller als Leasinggeber und dem Verwender als Leasingnehmer eigene Leasingfirmen (als Finanzierungsinstitute) eingeschaltet haben, die die fraglichen Erzeugnisse von den Bestellern erwerben und an die Verwender vermieten.

TEXT IV

ENTWICKLUNGSRICHTUNGEN DES LEASINGS AUF WESTEUROPÄISCHEN MÄRKTEN

Bedeutung und Umfang des Leasings als Absatz- und Finanzierungsmethode nahmen auf den westeuropäischen Märkten in den letzten Jahren stark zu. Folgende einheitliche Merkmale haben sich herauskristallisiert:

- Leasing ist eine spezifische Finanzierungs- und Absatzmethode für Investitionen – und zum Teil auch technische Konsumgüter.
- Der Leasinggeber (Hersteller, Lieferant bzw. spezielle Finanzierungsinstitution) überläßt dem Leasingnehmer (Anwender) das Objekt für eine vertraglich vereinbarte Grundmietzeit zur Nutzung.
- Der Leasingnehmer entrichtet Ratenzahlungen an den Leasinggeber.

LEKTION III

TEXT I

WERBUNG

Die ständige Vervollkommnung der Absatztätigkeit der Firmen zeigt sich auch in der steigenden Bedeutung der Werbung als wichtiges Element ihrer Kommunikationsstrategie. Die Konkurrenten berücksichtigen z. B. die Erkenntnis, daß eine wirksame Werbung streng zielgruppenorientiert sein muß. Deßhalb muß sich insbesondere die Werbung für Investitionsgüter vor allem konkret an die Personen bzw. Zielgruppen wenden, die in den Unternehmen die Entscheidungen für den Kauf von Investitionsgütern vornehmen.

Obwohl in der Investitionsgüterwerbung mehr rationale als emotionale Faktoren eine Rolle spielen, zeigen die Beispiele führenden Firmen, daß insgesamt bei der Gestaltung der Werbung zunehmend bewußt und zielgerichtet psychologische Elemente genutzt werden (z. B. bei der Prospektgestaltung, Inseratformulierung, Messestandgestaltung, Formulierung von Verkaufsargumentationen usw.). Ziel dieser Bestrebungen ist es, einen hohen Wahrnehmungs- und Erinnerungseffekt zu erreichen und sich möglichst von den entsprechenden Konkurrenten abzugrenzen. Vielfältige Formen der Werbeerfolgskontrolle, die bei dem relativ übersichtlichen Kundenkreis wirksam genutzt werden können (Prospekte mit Fragebogen zur Rückantwort, Coupons usw.) sollen die Effektivität der Werbung insgesamt verbessern helfen. 60 bis 70 Prozent der Aufwendungen hierfür entfallen auf Werbemaßnahmen für neu- und weiterentwickelte Erzeugnisse. Zunehmend an Bedeutung gewinnt im Bereich der metallverarbeitenden Industrie die Firmenwerbung, wobei das ganze Angebotssortiment, die Leistungsfähigkeit des Unternehmens in bezug auf Erzeugnisqualität, leistungsfähigen Kundendienst herausgestellt werden, um ein positives Firmenimage zu schaffen bzw. zu untermauern. In der Werbeargumentation stehen vor allem neben dem Erzeugnis solche Kriterien wie Wirtschaftlichkeit, Profitabilität, Wartungsfreundlichkeit, Kostenvorteile und Problemlösungsbezogenheit im Mittelpunkt.

Eine immer größere Rolle spielt da Direktwerbung. Dies geschieht unter dem Blickwinkel enger Beziehungen zwischen Produzent und Anwender. Seinen Ausdruck findet dies u. a. auch darin, daß den Verkauf- und Servicestützpunkten der Unternehmen, vor allem in den Schwerpunktländern, Informations-, Ausstellungs- und Vorführräume angegliedert sind.

Große Unternehmungen berücksichtigen, daß Unterschiede in ökonomischen, technischen, gesellschaftspolitischen und auch rentabilitätsbedingten Fragen auf den verschiedenen Märkten differenzierte

Formen der Werbung erfordern. Dies erzeugt u. a. auch den Trend zu kooperativen Formen der Werbung, indem verstärkt nationale Werbeagenturen für bestimmte Aufgaben der Werbung beauftragt werden. Unternehmen, die auf vielen unterschiedlichen Märkten tätig sind, machten die Erfahrung, daß wirksame ökonomisch richtige Entscheidungen auf dem Gebiet der Werbung am besten von den auf dem Markt präsenten Niederlassungen getroffen werden können.

VOKABELN

1. Werbung, f (für Akk) – реклама
eine wirksame Werbung – действенная реклама
Anzeigenwerbung, f – реклама путем помещения объявления
Direktwerbung, f – реклама непосредственно среди покупателей
Firmenwerbung, f – реклама товара фирмой
Wirtschaftswerbung, f – торговая реклама, коммерческая реклама
Werbemittel, n – средство рекламы
Werbehilfe, n – вспомогательное средство рекламы
Werbeagentur, f – рекламное агентство
2. insbesondere – в особенности; в частности
3. Gestaltung, f – оформление
gestalten vt – придавать вид, оформлять
4. Anzeige, f – объявление
eine Anzeige, ein Inserat aufgeben – дать объявление
5. Fragebogen, m – анкета, опросный лист
6. Leistungsfähigkeit, f – производительность, мощность
leistungsfähig – производительный, продуктивный
7. Wirtschaftlichkeit, f – экономичность
8. Wartung, f – уход (за машиной), (техническое) обслуживание (машины)
9. Verkaufsstützpunkt, m – филиал сбытовой организации экспортера или производителя (за рubeжом)
10. Service, m – (техническое) обслуживание, услуги
11. Vorführraum, m – демонстрационный зал
12. Schwerpunktobjekt, n – объект первостепенной важности

TEXTERLÄUTERUNGEN

1. Kommunikationsstrategie – стратегия по связи с контрагентами и общественностью
2. einen hohen Wahrnehmungseffekt erreichen (wahrnehmen – замечать, воспринимать)
3. Kupon, m – купон, отрывной талон
4. Image – имидж
5. Problemlösungsbezogenheit, f = Fähigkeit, bestimmte Probleme zu lösen, bestimmte Aufgaben zu erfüllen
6. present = anwesend

ÜBUNGEN ZUM TEXT

Übung 1. Beantworten Sie die folgenden Fragen.

1. An wen wendet sich die Werbung? 2. Wie werden bei der Gestaltung der Werbung psychologische Elemente genutzt? 3. Was bezwecken die Werbemaßnahmen? 4. Was muß bei der Firmenwerbung herausgestellt werden? 5. Welche Kriterien stehen in der Werbeargumentation im Mittelpunkt? 6. Was verstehen Sie unter der Direktwerbung? 7. Was meint der Verfasser mit den kooperativen Formen in der Werbung?

Übung 2. Bilden Sie Beispiele mit den folgenden Wortgruppen.

Die Absatztätigkeit vervollkommen; eine Entscheidung treffen; einen Messestand gestalten; auf Werbemaßnahmen entfallen (Aufwendungen); Erzeugnisse neuentwickeln / weiterentwickeln; an Bedeutung

gewinnen / verlieren; vielfältige Formen der Werbekontrolle nutzen; Ausstellungs- und Vorführräume angliedern (den Verkaufsstützpunkten); andere Formen der Werbung erfordern; auf vielen Märkten tätig sein.

Übung 3. Übersetzen Sie die folgenden Wortgruppen ins Deutsche.

Совершенствовать сбыточную деятельность; принять решение; оформить ярмарочный стенд; приходится на рекламу (затраты); создавать новые / далее совершенствовать имеющиеся изделия; значение увеличивается / уменьшается; использовать разнообразные формы контроля успешности рекламы; включать куда-либо (присоединять к чему-либо); выставочные и демонстрационные залы; требовать других форм рекламы; действовать на многих рынках.

Übung 4. Ergänzen Sie die folgenden Sätze. Verwenden Sie die Wortgruppen der Übung 2.

1. Für das kommende Jahr muß damit gerechnet werden, daß... – На будущий год приходится ожидать, что ...

2. In diesem Zusammenhang muß darauf hingewiesen werden, daß... – В этой связи необходимо указать на то, что...

3. Zu diesen Ausführungen muß hinzugefügt werden, daß... – К вышесказанному нужно добавить, что...

4. Es muß beachten werden, daß... – Нужно учитывать, что...

Übung 5. Übersetzen Sie die folgenden Sätze! Schreiben Sie Synonyme zu 1) sinken, 2) senken, 3) steigen, 4) steigern heraus.

1. Die Europäische Gemeinschaft **hat** ihre Zölle auf Einfuhren aus Ägypten **gesenkt**. 2. Die Preise **gaben** schnell **nach**, die Lagerbestände **erhöhten** sich. 3. Der Dow-Jones-Index sackte um 19 Punkte ab, nachdem er vorige Woche 28 Punkte **zugelegt hatte**. 4. Die Preise **bröckelten** immer weiter **ab**. 5. In der Vorwoche **dürften** die Zinnvorräte weiter **angewachsen sein**. 6. Auf längere Sicht **werden** die Ölreserven **abnehmen**. 7. Es **mehren sich** die Befürchtungen, daß die Preise für Plaste weiter **rückläufig sein werden**. 8. Es wurde festgestellt, daß die Erzeugervorräte **geschrumpft sind**. 9. Alle wichtigen Rohstoffe **schnellten nach oben**. 10. Von Mai bis Juni **ging** die Produktion um 15000 t **zurück**. 11. Die Exportzuwachsrate der japanischen Automobilindustrie **reduzierte sich**. 12. Das Kapital des OPEC-Sonderfonds **wurde** auf vier Milliarden Dollar **aufgestockt**. 13. Die Kakaopreise **dürften sich** in den nächsten Monaten **nach unten bewegen**. 14. England **ermäßigte** ihre Einfuhrzölle gegenüber Nigeria. 15. Die amerikanischen Aluminiumproduzenten **setzten** den Preis von 28 auf 29 cents **herauf**. 16. Im März **war** der Goldpreis unter die 500-Dollar-Marke **gerutscht**. 17. Der Platinpreis **fiel** sogar **auf das niedrigste Niveau**. 18. Die Preise **befinden sich in einer Aufwärtsbewegung**. 19. Die Vereinigten Staaten **drosselten** die Einfuhr von Öl. 20. Die Hersteller von Gebrauchsgütern **strichen** ihre Investitionen **zusammen**. 21. Zinnpreise **befinden sich auf der Talfahrt**. 22. Die Ölproduktion **ist rückläufig**. 23. Die öffentliche Hand **setzt** bei ihren Investitionen **den Rotstift an**, wenn die Einnahmen hinter den Ausgaben zurückbleiben. 24. Die Nachfrage der Schmuckindustrie nach Gold **ist** kontinuierlich **zurückgegangen**.

TEXT II

Übung 1. Übersetzen Sie den Text mündlich.

WERBUNG

Werbedefinitionen gibt es mannigfaltig, und es ist unnötig, noch einige neue Varianten einzuzufügen. Sie reichen von der Behauptung, Werbung «sei das Schmieröl, das den Motor der Wirtschaft in Ordnung hält» bis zur «Werbung sind alle Äußerungen, die sich an diejenigen richten, deren Aufmerksamkeit zu gewinnen versucht wird». Es wird zwar anerkannt, daß es Werbung gibt, die die Menschen massiv beeinflußt und mittels psychischer Gewalt zum Kauf von Dingen zu zwingen sucht, aber gleichzeitig wird beteuert, diese Fälle sind äußerst selten.

Sollte die Werbung, wie von verschiedenen Seiten behauptet wird, eine «dienende Funktion» einnehmen, so beträfe dies in erster Linie das Gebiet der Information. Die in Berlin erscheinende Werbefachzeitschrift «Neue Werbung» bringt eine einfache Formel: «Klarheit, Verständlichkeit und Eindeutigkeit. Der Wortschatz soll sich jenen Konsumenten und Zielgruppen anpassen, denen wir die Waren anbieten». Diese Forderungen

sind wahrscheinlich die Grundvoraussetzungen, damit die Werbung überhaupt wirksam werden kann. Information müßte sich auch, sofern sie dem Verbraucher nutzen soll, auf das Produkt selbst beziehen. Das heißt, es müssen Aussagen auf die zu verkaufende Ware gemacht werden, anstelle irgendwelcher beliebiger Mitteilungen.

Die Anzeige wird von vielen Seiten als überragendes Werbemittel (die «Welt»), sogar als Königin der Werbemittel bezeichnet. Dies hat verschiedene Gründe. Vor allem ist sie eine der ursprünglichsten Formen der Wirtschaftswerbung und hat somit eine lange Tradition. Außerdem ist das Anzeigengeschäft die finanzielle Grundlage der meisten Zeitungen und Zeitschriften und deshalb ein wesentlicher Teil unseres Gesellschaftssystems, in dem die Presse einen gewichtigen Platz einnimmt. Darüber hinaus wird der Anzeige die größte Werbewirkung zugesprochen. Wie weit die Meinung zum letzten Punkt von den ersten beiden Argumenten bestimmt ist, kann nicht entschieden werden. Man kann jedoch annehmen, daß z. B. eine Aussage wie die der «Welt» auch darin begründet ist, daß sie sich selbst als Werbeträger anpreisen will, schließlich ist das Anzeigengeschäft ihre Haupteinnahmequelle. Gleich aus welchen Gründen jedoch, die Anzeige ist zur Zeit immer noch das beliebteste Werbemittel.

TEXT III

Übung 1. Fassen Sie den Inhalt der beiden nachfolgenden Texte zusammen.

SCHAFFUNG NEUER BEDÜRFNISSE DURCH WERBUNG

Die Werbung für ausländische Erzeugnisse muß davon ausgehen, daß sie auf gesättigte Märkte stößt. Im Einzelfall kann sie erfolgreich sein, wenn der ausländische Importeur sich den Werbemaßnahmen der einheimischen Industrie anschließt oder seine Werbung auf einen Verdrängungswettbewerb ausrichtet. Aussichtsreicher ist es jedoch, Marktlücken aufzuspüren und in diese mit Werbung hineinzustoßen.

Schwierigste, zugleich aber die lohnendste Aufgabe für einen ausländischen Exporteur ist es, neue Verbraucher für seine Erzeugnisse zu finden. Eine solche neue Konsumentenschicht wird zumeist durch eine Segmentierung des Marktes erschlossen, indem die Werbung gezielt auf das ermittelte Marktsegment ausgerichtet wird. Auch sollte die Werbung nicht von Marktverhältnissen im Lieferland, sondern von den spezifischen Marktdaten im Importland ausgehen.

Veränderte Konsumgewohnheiten, wie das Aufkommen neuer Vertriebssysteme, haben die Verpackung zu einer Verkaufshilfe ersten Ranges machen lassen. Sie differenziert nicht nur die Herkunft homogener Güter, sondern hat ebenso die Entwicklung völlig neuer Produkte, wie z. B. Fertiggerichte, beeinflusst. Auf diese Entwicklung muß der ausländische Lieferant in gleicher Weise Rücksicht nehmen, wie auch auf das Problem des Verpackungsmülls. Der Trend der Abfallverarbeitung sollte sorgfältig beachtet und die eigene Verpackung darauf abgestellt werden.

Während früher verkauft werden mußte,
was produziert wurde, wird heute produziert,
was verkauft werden kann.

Text IV

WERBUNG IM AUSLAND

Die Erkenntnis, daß die Exportwerbung den wirtschaftlichen, politischen und kulturellen Eigenarten fremder Länder möglichst weitgehend Rechnung tragen soll, hat sich in den letzten Jahren weitgehend durchgesetzt. Auch wurde erkannt, daß es bei der Werbung im Ausland keine «Normalwerbung», sondern nur eine gezielte und individuelle Werbung geben kann, die auf größeren Märkten sogar noch regionalabgestimmt

werden muß. Die anzuwendenden Werbemittel und -methoden sind oftmals von Land zu Land verschieden (z. B. «Bildwerbung» ist in Staaten des islamischen Bereichs verpönt und unzulässig), und daher ist eine gewissenhafte Marktforschung Voraussetzung für eine erfolgreiche Werbetätigkeit im Ausland.

Für Länder mit einem verhältnismäßig gut gegliederten Pressewesen bietet sich die Anzeigenwerbung in Zeitungen, Zeitschriften und anderen Publikationsorganen an. Dort dürfte die Anzeige in der Presse wohl ein richtiges Werbemittel sein, vorausgesetzt, daß diese Zeitschrift oder Zeitung mit großer Auflage veröffentlicht wird und breite Fach- und Bevölkerungskreise anspricht. Sofern der Exporteur keine versierte Werbeabteilung mit der nötigen Auslandserfahrung besitzt, sollte er sich bei der Gestaltung des Anzeigentextes der Werbefachleute bedienen. Die fremdsprachigen Anzeigentexte müssen ganz besonders gut durchgearbeitet und sprachlich und stilistisch einwandfrei sein. Die Gestaltung des Textes muß notwendig auf die Anschauungs- und Auffassungsweise des anzusprechenden Kundenkreises abgestimmt sein.

LEKTION IV

TEXT I

DAS ZOLLSYSTEM

Zölle sind staatliche Abgaben auf Waren, die über die Grenzen gebracht werden. Je nach der Zollberechnungsgrundlage unterscheidet man Wertzölle, spezifische Zölle, Mischzölle und Gleitzölle.

Spezifische Zölle: Die spezifischen Zölle, bis zum I. Weltkrieg die vorherrschende Form, sind heute im allgemeinen hinter die Wertzölle zurückgetreten. Sie wirken nicht konjunkturverschärfend, denn bei konjunkturell bedingtem Preisanstieg steigt die Zollbelastung infolge des absolut gleichbleibenden Zolls nicht entsprechend an.

Der Wertzoll begünstigt im Gegensatz zum spezifischen Zoll im allgemeinen die billigeren Waren eines gegebenen Sortiments bzw. einer bestimmten Anbietergruppe. Der Wertzoll paßt die Zollbelastung der (Import-) Waren der – der allgemeinen Geldentwertung folgenden – Erhöhung des Preisniveaus an.

Beim Gleitzoll ändert sich der Zollsatz abhängig vom Preis der Importware.

Mischzölle: Der Mischzollsatz setzt sich aus einem Wertzollsatz und einem spezifischen Zollsatz zusammen. Er wird in verschiedenen Formen, die dem zu erreichenden Zweck entsprechen, variiert.

Nach dem Zweck der Zollerhebung lassen sich die Zölle in einige große Gruppen einteilen: Finanzaizölle (Fiskalzölle), Schutzzölle (Protektionszölle), Anti-Dumping-Zölle, Kampfzölle u. a.

Finanzaizölle sind solche Zölle, die mit ausgesprochen fiskalischem Ziel (Erzielung von Staatseinnahmen) erhoben werden oder bei denen der Zweck, staatlichen Finanzbedarf zu decken, überwiegt. Sie werden auf Waren erhoben, die im Ausland nicht oder nur in ganz geringem Umfang produziert werden.

Der Schutzzoll wird auf Waren erhoben, die in eigenem Lande erzeugt werden. Sein Hauptzweck besteht darin, den einheimischen Erzeugern als Quelle des Profits zu dienen. Die Schutzzölle treten in verschiedensten Erscheinungsformen auf:

Die Erziehungszölle sollen im Auf- und Ausbau befindliche Industrien vor überlegener ausländischer Konkurrenz schützen.

Währungsschutzzölle sollen entweder die Einfuhr von bestimmten Waren («non-essentials») aus Zahlungsbilanzgründen erschweren oder verhindern, z. B. um Devisen für den vorrangigen Einkauf anderer Waren frei zu bekommen. Zum anderen sollen sie eine überwertete Währung stützen. Eine besondere Form sind die Währungsausgleichszölle, welche die Einfuhr billiger Waren aus Ländern mit unterbewerteter Währung verhindern sollen.

Erhaltungszölle dienen dazu, bestimmte Wirtschaftszweige, die gegenüber dem Ausland kaum konkurrenzfähig sein würden, zu erhalten.

Prohibitivzölle sollen fremde Waren vom eigenen Markt restlos fernhalten. Die Zollsätze werden so hoch angesetzt, daß die Auslandswaren auf dem eigenen Markt nicht abzusetzen sind. Sie wirken damit ökonomisch wie Einfuhrverbote.

VOKABELN

1. Zoll, m – пошлина

Zollgebühr, f – таможенная пошлина

- Zölle erheben (o, o) – взимать пошлину
 Zollgebühr zahlen, entrichten – платить пошлину
 Zollgebühr abbauen, ermäßigen, senken – снижать пошлину
 Zollgebühr abschaffen, aufnehmen – отменять пошлину
 Wertzoll, m – адвалорная, стоимостная пошлина
 Gleitzoll, m – скользящая пошлина
 Finanzausgleich, m – фискальная пошлина
 Währungsschutz Zoll, m – покровительственная пошлина (для ограничения импорта товаров, закупаемых на валюту)
 Ausgleichszoll, m – компенсационная пошлина
 Prohibitivzoll, m – запретительная пошлина
 Zollabfertigung, f – таможенная очистка, таможенный досмотр
 Zollbelastung, f – таможенное обложение
 Zollabbau, m – снижение пошлины
 Zollsatz, m – ставка таможенной пошлины
 Zollschanke, f – таможенный барьер
 Zollamt, n – таможня
 Zollgut, n – таможенный груз
 Zollwert, m – цена товара, которая кладется в основу при начислении пошлины
 verzollen, mit dem Zoll belegen – облагать пошлиной
 2. Abgabe, f – налог, сбор, пошлина, взнос
 3. Einnahmen, f, pl – поступления пошлины
 Einnahmen- und Ausgabenbilanz – баланс доходов и расходов
 4. Geldentwertung, f – обесценение денег, инфляция
 schleichende Geldentwicklung – ползучая, медленно развивающаяся инфляция
 5. begünstigen vt – благоприятствовать, положительно влиять
 beeinflussen vt – влиять, оказывать влияние
 beeinträchtigen vt – отрицательно влиять, оказывать отрицательное влияние
 6. ausgesprochen – исключительно, явно
 7. überwiegen (o, o) vt – преобладать, превышать
 überwiegend – преобладающий, преимущественно, главным образом
 8. stützen vt – поддерживать, подпирать
 eine Währung stützen – поддерживать курс валюты на определенном уровне
 Stützungskäufe, m, pl – закупки с целью поддержания существующего курса валюты или существующего уровня цен
 9. unterbewertet – оценивающийся ниже номинальной стоимости
 überbewertet – оценивающийся выше номинальной стоимости
 10. abzüglich (G) – за вычетом
 abzüglich Rabatt – за вычетом скидки
 abziehen (o, o) – вычитать что-либо из чего-либо
 zum Abzug kommen = abgezogen werden – вычитаться
 11. ansetzen vt – устанавливать, начинать, приступать, приоткрываться к чему-либо.

TEXTERLÄUTERUNGEN

1. Wenn von den Zöllen die Rede ist, dann meint man die Einfuhrzölle
2. ad valorem *lat.* = vom Wert
3. non essentials – не первой необходимости
4. ... sollen... erschweren (verhindern, schützen) – Das Verb “sollen”+Infinitiv drückt in allen drei Fällen das Ziel aus.

ÜBUNGEN ZUM TEXT

Übung 1. Beantworten Sie die folgenden Fragen.

1. Wodurch unterscheiden sich spezifische Zölle von den Wertzöllen?
2. Warum sind spezifische Zölle nach dem 2. Weltkrieg hinter die Wertzölle zurückgetreten?
3. In welchen Erscheinungsformen treten die Schutzzölle auf?
4. Was wird mit der Erhebung von Schutzzöllen bezweckt?
5. Wann kommen Prohibitivzölle zur Anwendung?

Übung 2. Bilden Sie Beispiele mit den folgenden Wortgruppen.

Waren über die Grenze bringen; die billigeren Waren begünstigen; der Erhöhung des Preisniveaus anpassen (die Zollerhebung); in einige Gruppen einteilen; den staatlichen Finanzbedarf decken; Zölle auf Waren erheben; als Quelle des Profits dienen; vor ausländischer Konkurrenz schützen; die Einfuhr bestimmter Waren verhindern; Zollsätze hoch / niedrig ansetzen; wie Einfuhrverbote wirken; Devisen für etwas frei bekommen.

Übung 3. Übersetzen Sie die folgenden Wortgruppen ins Deutsche.

Перевозить товары через границу; благоприятствовать более дешевым товарам; приводить в соответствие с повышением уровня цен (таможенное обложение); подразделить на несколько групп; покрывать потребность государства в денежных средствах; взимать пошлины с товаров; служить источником прибыли; защищать от иностранной конкуренции; препятствовать ввозу определенных товаров; устанавливать высокие (низкие) пошлины; действовать как запрет на импорт; высвободить валюту для чего-либо.

Übung 4. Ergänzen Sie die folgenden Sätze. Verwenden Sie die Wortgruppen der Übung 2.

1. Diese Tatsachen lassen darauf schließen, daß... – Эти факты позволяют сделать вывод о том, что...
2. Das Abkommen läßt erwarten, daß... – Соглашение позволяет ожидать, что...
3. Die Zahlen lassen erkennen, daß... – Цифры показывают, что...
4. Dies läßt befürchten, daß... – Это заставляет опасаться, что...

Übung 5. Übersetzen Sie die folgenden Sätze.

1. Es ist nicht sehr wahrscheinlich, daß das Unternehmen dieses Gebäude je in seinen Besitz bekommt. 2. Die Lage ist unsicherer denn je. In vielen Branchen steigen die Preise hektischer denn je. 3. Die Verbraucher haben mehr gekauft als je um diese Zeit. 4. Die Benzinpreise sind seit September um rund 30 Pfennig je Liter zurückgegangen. 5. Großbritannien als Öllieferant würde auf einen der ersten Plätze direkt hinter Saudi-Arabien und Libyen vorrücken. 6. Die Preiserhöhungen fallen je nach der Marke unterschiedlich aus. 7. Je tiefer die Industrie der USA in die Flaute treibt, desto geringer werden die Steuereinnahmen. 8. Auf lange Sicht bleibt die Energie knapp. Sie wird um so knapper, je schneller der Energieverbrauch wächst.

TEXT II

Übung 1. Übersetzen Sie die Texte mündlich.

ZOLLTARIFSYSTEM DER EG

Der gemeinsame Zolltarif der EG enthält 3 Zollspalten:

1. Zollsätze für Waren aus Drittländern;
2. Zollsätze für Waren aus Ländern, mit denen die EG Freihandels-, Kooperations-, Präferenz- bzw. Assoziierungsabkommen abgeschlossen hat;
3. Zollsätze für Waren aus Entwicklungsländern. Die EG gewährt den Entwicklungsländern auf der Basis einer mengenmäßigen Begrenzung für gewerbliche Halbfertig- und Fertigerzeugnisse des Industriesektors Zollvergünstigungen bzw. Zollfreiheit.

Der Zolltarif ist ein ausgesprochener Wertzolltarif. Spezifische Zölle werden nur bei wenigen Waren angewendet.

Die EG ist den GATT – Übereinkommen über den Zollwert beigetreten. Damit wird die bisherige Zollwertdefinition «Normalpreis»¹ (Brüsseler Zollwertabkommen) durch den «Transaktionswert» ersetzt. Der Transaktionswert ist der tatsächlich gezahlte bzw. zu zahlende Preis der Ware «frei Grenze Zollgebiet».

An spezifischen Zöllen werden Stück-, Maß- und Gewichtszölle erhoben.

Text iii

BESONDERHEITEN DER ZOLLABFERTIGUNG

Die eingeführten Waren müssen in der Regel nach den Bezeichnungen des Zolltarifs und den entsprechenden statistischen Nummern zur Zollabfertigung angemeldet werden. Erfolgt die Zollanmeldung nicht, werden die Waren auf Lager genommen.

Verdorbene oder beschädigte Waren können auf Antrag des Importeurs bei der Zollabfertigung vernichtet werden. In diesem Fall ist kein Zoll zu entrichten. Der Importeur kann, wenn bei der Zollabfertigung Beschädigungen festgestellt werden, die Ware zurücksenden. Eine Zollerhebung findet dann ebenfalls nicht statt.

¹⁾ Der Normalpreis entspricht im allgemeinen dem cif-Preis.

LEKTION V

TEXT I

DAS DOKUMENTENAKKREDITIV

Das Dokumentenakkreditiv gehört zu den am häufigsten vereinbarten Zahlungsarten. Das Wesen des Dokumentenakkreditivs besteht in der vertraglichen Zusicherung einer Bank, für Rechnung ihres Auftraggebers innerhalb eines festgelegten Zeitraumes an einen bestimmten Empfänger gegen Einreichung vorgeschriebener Dokumente einen bestimmten Betrag in einer vorgeschriebenen Währung zu zahlen. Das Dokumentenakkreditiv macht den Verkäufer von der Zahlungsfähigkeit des Käufers unabhängig.

Im folgenden soll aus der Sicht der Zahlungssicherung, also aus der des Verkäufers, auf die Beziehungen zwischen Verkäufer und Käufer sowie zwischen Akkreditivbank (bzw. bestätigender Bank) und Verkäufer eingegangen werden.

Soll die Zahlung durch Stellung eines Dokumentenakkreditivs gesichert werden, so muß das im Außenhandelskaufvertrag (AKV) durch Aufnahme der sogenannten Akkreditivklausel vereinbart werden. Hieraus resultiert die Verpflichtung des Käufers, zugunsten des Verkäufers ein Dokumentenakkreditiv eröffnen zu lassen. Dieses soll die Zahlung des Kaufpreises sichern und den Zahlungsweg fixieren.

a) Läßt sich zur Zeit des Vertragsabschlusses die genaue Höhe des Betrages noch nicht übersehen (z. B. bei Toleranzvereinbarungen) und will der Käufer es dem Verkäufer überlassen, den Betrag endgültig zu beziffern, so muß der Zusatz «ca.» oder ähnliches vereinbart werden. In diesen Fällen ist die Abweichung von ± 10 Prozent statthaft. Fehlt dieser Zusatz, so ist die Bank später berechtigt und dem Käufer gegenüber mangels anderweitiger Vereinbarung verpflichtet, keine Überschreitung der Akkreditivsumme zuzulassen.

b) Bei der Festlegung der Akkreditivwährung sind eventuell bestehende Clearingabkommen zu berücksichtigen. Gleichzeitig sollte ein wirksamer Schutz durch Vereinbarung einer Wertsicherungsklausel angestrebt werden.

c) Das Verfalldatum ist der letzte Tag, an dem ein Dokumentenakkreditiv an dem Ort, an dem er benutzbar ist, noch in Anspruch genommen werden kann. Unwiderrufliche Akkreditive müssen ein Verfalldatum tragen. Von den Arten des Dokumentenakkreditivs sollte aus Sicherheitsgründen nur vom unwiderruflichen Akkreditiv Gebrauch gemacht werden. Das ist deshalb bedeutsam, weil ein widerrufliches Akkreditiv von der Akkreditivbank bis zur ordnungsgemäßen Annahme der Dokumente widerrufen werden kann.

d) Entsprechend internationalen Usancen hat jeweils derjenige die anfallenden Bankspesen zu tragen, der der Bank den Auftrag zur Eröffnung des Akkreditivs erteilt. Um in dieser Frage jedoch keine Zweifel aufkommen zu lassen, sollte im AKV zum Ausdruck gebracht werden, wer die Bankspesen zu bezahlen hat.

VOKABELN

1. Dokumentenakkreditiv, n – документарный аккредитив
ein widerrufliches Akkreditiv – отзывный аккредитив
unwiderrufliches Akkreditiv – безотзывный аккредитив
bestätigtes Akkreditiv – подтвержденный аккредитив
ein Akkreditiv ausstellen – выставить аккредитив
eröffnen – открыть
abfassen, ausgestalten – составить, оформить
widerrufen – отозвать
die Laufzeit des Akkreditivs – срок действия аккредитива
2. Verfalldatum, n – наступление срока платежа по аккредитиву
Das Akkreditiv verfällt am 3. Mai. – Срок платежа по аккредитиву –
3 мая.
3. Rechnung, f = Konto, n – счет
Bankrechnung, f – банковский счет
laufende Rechnung – текущий счет
Verrechnungskonto, n – расчетный счет
4. Betrag, m – сумма
den Betrag festlegen – установить
überschreiten – превысить сумму
5. Klausel, f – оговорка
eine Klausel in den Vertrag aufnehmen, einbauen – включить в договор оговорку
Akkreditivklausel, f – аккредитивная оговорка
Wertsicherungsklausel, f – валютная оговорка
6. berechtigen vt (zu+D) – давать право кому-либо
berechtigt sein (zu+Infinitiv) – быть вправе, иметь право что-либо сделать
7. verpflichten (durch Akk) – обязывать кого-либо, чем-либо
Zahlungsverpflichtung, f – платежное обязательство
8. eventuell – возможный (при известных обстоятельствах)
9. Geldentwertung, f – обесценивание денег
10. abstimmen vt – согласовывать, приводить в соответствие
11. zusichern vt (D) – обещать, гарантировать кому-либо, что-либо
zugesicherte Eigenschaften – гарантированные свойства
12. Auftrag, m – поручение, заказ
beauftragen vt (mit D) – поручить кому-либо, что-либо.

Texterläuterungen

1. Die Toleranz – допуск (допускаемое соглашением отклонение от установленного веса, количества)
2. aus Sicherheitsgründen – aus Gründen der Zahlungssicherung
3. der Begünstigte – бенефициар (лицо, на имя которого открыт аккредитив, или получатель платежа по аккредитиву)

ÜBUNGEN ZUM TEXT

Übung 1. Beantworten Sie die folgenden Fragen.

1. Worin besteht das Wesen des Dokumentenakkreditivs? 2. Warum wird in den Außenhandelskaufvertrag meistens eine Akkreditivklausel eingebaut? 3. In welchen Fällen wird der Zusatz «ca.» oder ähnliches vereinbart? 4. Wer hat bei der Eröffnung des Dokumentenakkreditivs die anfallenden Spesen zu tragen? 5. Wodurch unterscheidet sich das Dokumentenakkreditiv von den anderen Zahlungsarten?

Übung 2. Bilden Sie Beispiele mit den folgenden Wortgruppen.

Das Dokumentenakkreditiv vereinbaren; vorgeschriebene Dokumente einreichen; die Zahlung sichern; die Akkreditivklausel aufnehmen (in den Vertrag); den Betrag überschreiten; keine Überschreitung des Betrags zulassen; den wirksamen Schutz anstreben; die Verlaufsfrist und das Verfalldatum abstimmen; ein widerrufliches Akkreditiv in Anspruch nehmen; den Auftrag zur Eröffnung des Akkreditivs erteilen (das Akkreditiv eröffnen lassen).

Übung 3. Übersetzen Sie die folgenden Wortgruppen ins Deutsche.

Договориться о выставлении документарного аккредитива; подать предписанные документы; обеспечить платеж; включить аккредитивную оговорку (в договор); превысить сумму; не допустить превышения суммы; стремиться к действенной защите аккредитива; воспользоваться безотзывным аккредитивом; дать поручение открыть аккредитив.

Übung 4. Ergänzen Sie die folgenden Sätze. Verwenden Sie die Wortgruppen der Übung 2.

1. Im folgenden soll darauf eingegangen werden, – далее остановимся на том, что...
2. Gleichzeitig sollte angestrebt werden, so muß... – для обеспечения платежа необходимо...

Übung 5. Übersetzen Sie die folgenden Wortgruppen.

In Anspruch nehmen (einen Kredit); unter Druck setzen (ein Land); großen Wert legen (auf die Zusammenarbeit); tiefer in die Tasche greifen (die Verbraucher); in Schwung kommen (der Außenhandel)

6. Sagen Sie die Sätze anders, ohne den Inhalt zu verändern.

a) Gebrauchen Sie statt des fettgedruckten Adjektivs ein Adverb bzw. eine Wortgruppe.

1. Bald werden die **möglichen** neu aufzunehmenden Kredite und Anleihen nicht ausreichen, die jährlich anfallenden Schulden zurückzuzahlen. 2. Das wird mit der **zeitlichen** Vorverlegung von Bestellungen erklärt. 3. Erst im zweiten Halbjahr wurde der **weltweite** Tendenzwechsel offensichtlich. 4. Voraussetzungen auf einen **nächstsährigen** leichten Überschuß an Zink sollten einstweilen mit Vorsicht vermerkt werden.

b) Gebrauchen Sie statt des fettgedruckten Adverbs ein Adjektiv bzw. eine Wortgruppe.

1. Dem Schiffsbau geht es **international** miserabel. 2. Die Preise schwanken **regional- und saisonbedingt**. 3. Der Anteil der Zölle am Gesamtwert der Erzeugnisse hatte eine **ständig** sinkende Tendenz.

c) Gebrauchen Sie statt der Adjektive bzw. Partizipien Substantive.

1. Trotz **schwächerer** Konjunktur hat sich der Preisauftrieb keineswegs vermindert. 2. Dieser Vorjahresvergleich spiegelt die tatsächliche **konjunkturelle** Bewegung nur unzureichend wieder. 3. **Weniger** Aufträge bedeuten nicht weniger Kosten. 4. Angesichts **fehlender** Reserven muß häufig fremdfinanziert werden. 5. Der **steigende** Produktionstrend dürfte sich auch in diesem Jahr fortsetzen.

d) Formen Sie den ganzen Satz um.

1. England ist zur Zeit **der fünfgrößte Ölproduzent** der westlichen Welt. 2. Im Verlauf der letzten Jahre **trat** alle fünf Jahre **eine reichliche Verdoppelung** der Weltplasteproduktion **ein**. 3. Erdöllagerstätten **können** fast ohne Mehraufwand in ihrer Förderung **gesteigert werden**.

TEXT II

Übung 1. Fassen Sie den Inhalt des Textes kurz zusammen.

DIE ZAHLUNGSARTEN IM INTERNATIONALEN ZAHLUNGSVERKEHR

Im Außenhandel besteht ein Risiko, daß die bestellten Waren vom Käufer nicht abgenommen und bezahlt werden, das sogenannte Inkassorisiko. Durch die Festlegung von bestimmten Zahlungsarten kann dieses Risiko ganz oder teilweise auf den Käufer übertragen werden. Die hauptsächlichsten Zahlungsarten im internationalen Zahlungsverkehr sind: a) die einfache Überweisung, b) das Dokumenten – Inkasso, c) das Dokumentenakkreditiv.

Bei der einfachen Geldüberweisung können verschiedene Formen auftreten, die eine unterschiedliche Bedeutung für das Inkassorisiko haben. Die einzelnen Formen richten sich nach dem Zeitpunkt der Zahlung des Kaufpreises. So kann der Kaufpreis vor der Warenlieferung oder erst nach Erhalt der Ware vom Käufer an den Verkäufer überwiesen werden. Überweist der Käufer den Preis vor der Warenlieferung, so wird von einer Vorauszahlung (insbesondere beim Schiffsbau) vorgenommen werden. Wird die Zahlung nach Erhalt der Ware geleistet, so ist es wesentlich, welche Zahlungsfrist dem Käufer eingeräumt wurde. Bei längeren Fristen wird von einem offenen Zielgeschäft gesprochen.

Beim Dokumenteninkasso beauftragt der Verkäufer bei Absendung der Waren seine Bank, den Verkaufspreis einzukassieren. Für diesen Auftrag muß er seiner Bank die im Vertrag festgelegten Warendokumente einreichen. Die Bank reicht diese Dokumente an die Bank des Käufers mit der Bitte um Einzug des Kaufbetrages weiter. Diese händigt dem Käufer die Papiere aus, wenn er den Kaufpreis bezahlt. Die Aushändigung der Dokumente ist gleichbedeutend mit dem Erhalt der Ware.

Beim Inkassoverfahren gibt es zwei Formen: In den Zahlungsbedingungen kann festgelegt werden, daß die Dokumente nur gegen sofortige Zahlung ausge-reicht werden. Diese Form wird «Kassa gegen Dokumente» genannt. Sie wird auch als Bargeschäft bezeichnet, weil der Übergang der Verfügungsrechte mit der Zahlung unmittelbar zusammenfällt. Die Zahlung wird aber fast ausschließlich vorgenommen. Bei einer anderen Form werden die Dokumente gegen ein Zahlungsverprechen ausgereicht. Die hauptsächlichste Form ist die Aushändigung der Dokumente gegen ein Wechselakzept. Durch das Akzept erkennt der Käufer durch seine Unterschrift die Forderung an und verpflichtet sich, am Fälligkeitstag den Wechsel einzulösen.

Das Dokumentenakkreditiv schaltet das Inkassorisiko fast vollständig aus. Bei Akkreditiv muß der Kaufbetrag vom Käufer vor der Warenlieferung bei einer Bank für den Verkäufer bereitgestellt werden.

LEKTION VI

TEXT I

RABATTPOLITIK

Die Rabatte, von denen es zahlreiche Arten gibt, sind Preisnachlässe, die für bestimmte Leistungen des Abnehmers gewährt werden, die mit der Ware zusammenhängen. Demgegenüber wird der Skonto, der gleichfalls eine Preisermäßigung darstellt, für rasche Zahlung gewährt.

Am wichtigsten sind die folgenden Rabattarten, von denen oft mehrere gleichzeitig gewährt und in Anspruch genommen werden:

(1) Der Funktions- oder Stufenrabatt: Wird der Verbraucherpreis eines Erzeugnisses festgesetzt, wie z. B. bei preisgebundenen Markenartikeln¹, so müssen dem Handel bzw. den Handelsstufen (Großhandel, Einzelhandel) Rabatte gewährt werden, die für die Deckung der Handelskosten bestimmt sind und die Erzielung eines Gewinns zulassen.

(2) Der Mengenrabatt und der Bonus: Seit jeher ist es üblich, daß bei Abnahme großer Quantitäten ein Mengenrabatt gewährt wird. Dem Lieferanten (Hersteller) erwachsen aus großen Aufträgen Dispositions- und Produktionsvorteile, während der Käufer mit umfangreichen Bestellungen Preis- und sonstige Risiken, die Lagerhaltung und unter Umständen den Absatz in kleinen Mengen übernimmt. Der Mengenrabatt stellt einen finanziellen Ausgleich zwischen den Geschäftspartnern (Ersparnisse auf der einen Seite, höhere Kosten auf der anderen) her.

Der Bonus wird für die Bezüge, die im Laufe eines Jahres zustandekommen, gewährt. In ihm sind die Elemente des Mengenrabattes und des Treuerabattes enthalten.

(3) Der Treuerabatt: Als Anreiz für einen Abnehmer, eine Ware nach Möglichkeit ausschließlich von einem Lieferanten zu beziehen, wird oft ein Treuerabatt eingeräumt. Seine Aufgabe ist es, eine Auftragskonzentration herbeizuführen und das Eindringen von Konkurrenten in bestehende Geschäftsbeziehungen zu verhindern oder wenigstens zu erschweren.

(4) Der Einführungsrabatt: Die Einführung neuer Produkte, vor allem neuer Markenartikel in den Markt soll durch diesen Rabatt erleichtert werden. Er stellt ein Äquivalent dar, das dem Handel dafür geboten wird, daß er sich dem Absatz noch unbekannter Artikel widmet und die damit verbundenen Mühen und Kosten auf sich nimmt. Einführungsrabatte werden häufig nicht als Barrabatte also als Abzug vom Preis bzw. vom Rechnungsbetrag sondern als Naturalrabatte gewährt, d. h. es werden mehr Waren geliefert als berechnet worden.

(5) Der Verbraucherrabatt: Den Verbraucherrabatt gibt es in zwei Formen. Einmal werden dem Käufer Preisnachlässe gewährt. Sodann gibt es den vor allem im Lebensmittelhandel, aber auch sonst im Einzelhandel anzutreffenden Rabatt in Form der Rabattmarke.²

¹ Markenartikel, Markenerzeugnisse sind Erzeugnisse mit meist geschütztem Firmen-, Wort- oder Bildzeichen. Die Marke verleiht dem Unternehmen die Monopolstellung, die er dazu benutzt, nicht nur den

eigenen Verkaufspreis, sondern auch die Preise der anderen Handelsstufen einschließlich des Endverbraucherpreises festzulegen.

² Durch das Gesetz über Preisnachlässe (Rabattgesetz) ist diese Form in der BRD auf 3 % begrenzt; in anderen Ländern sind höhere Rabatte zugelassen. Die Auszahlung des Rabattes ist daran geknüpft, daß das Markenheft vollgeklebt ist. Die Markenhefte können überdies- wie es vornehmlich in den USA geschieht – in bestimmten Geschäften bei Kauf von Gebrauchsgütern aller Art in Zahlung gegeben werden. Der «Zugriff» erfolgt hier durch Ansammlung einer bestimmten Zahl von Heften, die ausreicht, etwa einen Kühlschrank oder eine andere im Katalog aufgeführte «Premie» einzutauschen.

VOKABELN

1. Preisnachlaß, m = Preisermäßigung, f – скидка с цены
2. Rabatt, m – общая, простая скидка
einen Rabatt gewähren, einräumen – предоставить скидку
Mengenrabatt, m – скидка за количество
Treuerabatt, m – скидка для постоянного покупателя
Skonto, m – скидка за платеж наличными
Funktionsrabatt, m, Stufenrabatt, m – скидка для агента при перепродаже
Bonus, m – бонусная скидка
Einführungsrabatt, m – скидка за внедрение в оборот новых товаров
Verbraucherrabatt, m – скидка для потребителя
3. Markenartikel, m, pl, Markenerzeugnisse – фирменные товары
4. Gewinn, m, Profit, m – прибыль, выгода
den Gewinn berechnen – вычислять, подсчитывать
den Gewinn erzielen – получать выгоду
den Gewinn verteilen – распределять выгоду
den Gewinn ausschütten – распределять, выплачивать дивиденды
5. Auftrag, m – заказ, наряд
einen Auftrag erteilen, vergeben – предоставлять заказ
einen Auftrag unterbringen – разместить заказ
Auftragseingänge, pl – поступления
Auftragsbestände, pl – портфель заказов
Auftragspolster – поступившие, но еще не выполненные заказы
6. sonst – иначе, в противном случае, кроме того, еще, обычно
sonstig – прочий, другой, дальнейший
7. Ersparnisse, pl – сбережения, накопления, экономия
8. Rechnungsbetrag, m – сумма счета
vom Rechnungsbetrag abziehen – вычесть из суммы счета
9. zustandekommen vi (a) – осуществиться

TEXTERLÄUTERUNGEN

1. preisgebundene Markenartikel – Der Preis für Markenartikel wird vom Produzenten festgestellt.
2. Dispositionsvorteile – Der Lieferant bzw. der Hersteller kann bei großen Aufträgen freier disponieren.

ÜBUNGEN ZUM TEXT

Übung 1. Beantworten Sie die folgenden Fragen.

1. Welche Arten von Rabatten kennen Sie? 2. Wodurch unterscheidet sich der Funktionsrabatt von dem Treuerabatt? 3. In welchen Fällen und zu welchem Zweck wird der Mengenrabatt gewährt? 4. Was stellt der Einführungsrabatt dar? 5. In welchen Formen gibt es Verbraucherrabatte? Wo werden Sie angewendet?

Übung 2. Bilden Sie Beispiele mit den folgenden Wortgruppen.

Den Verbraucherpreis festsetzen; eine Preisermäßigung einräumen; für die Deckung der Handelskosten bestimmen; die Erzielung eines Gewinns zulassen; große Quantitäten abnehmen; die Lagerhaltung übernehmen; das Eindringen von Konkurrenten verhindern; die Einführung in den Markt erleichtern.

Übung 3. Übersetzen Sie die folgenden Wortgruppen ins Deutsche.

Установить потребительскую цену; предоставить скидку с цены; предназначать для покрытия торговых издержек; допускать получение прибыли; покупать большие количества; взять на себя расходы по складированию товара; воспрепятствовать проникновению конкурентов; облегчить продвижение товара на рынок.

Übung 4. Ergänzen Sie die folgenden Sätze. Verwenden Sie die Wortgruppen der Übung 2.

1. Für das kommende Jahr muß damit gerechnet werden, daß.. – На будущий год приходится ожидать, что..
2. Zu diesen Ausführungen muß hinzugefügt werden, daß.. – К сказанному необходимо добавить, что..
3. Im weiteren braucht nicht darauf eingegangen zu werden.. – В дальнейшем нет необходимости останавливаться на том..

Übung 5. Übersetzen Sie die folgenden Wortgruppen.

Einen höheren Preis erzielen; zum Preisaufrieb führen; einen Preisrutsch auslösen; Preisschwankungen ausschalten; den Höhenflug der Preise bei NE-Metallen stoppen; Preise zweimal um insgesamt 25 % anheben; zu einem Preisverfall führen; Preisabsprachen für Zinn tätigen; Preiseinbrüche bei allen Metallen verzeichnen; zum Preiszusammenbruch kommen; den Zinnpreis in die Höhe treiben; die neue Preisrunde einläuten.

Übung 6. Definieren Sie die folgenden Begriffe: der Mengenrabatt, der Bonus, der Treuerabatt, der Einführungsrabatt.

Muster: 1. Als.. wird bezeichnet.. 2.. . stellt.. dar.. 3. Unter.. versteht man.. 4.. ist..

Übung 7. Übersetzen Sie die folgenden Sätze.

1. Wenn auch die Bedeutung der Auktionen abgenommen hat, so spielen sie doch für einige Warenarten eine große Rolle. 2. Die für den weiteren Gang der Konjunktur maßgebliche Investitionstätigkeit läßt auf sich warten, wenn die Lage auch nicht so trostlos ist, wie sie dargestellt wird. 3. Vor zwanzig Jahren stieg die Ölförderung in den USA ständig, wenn auch mit abnehmenden Raten. 4. Auch die Auslandsnachfrage ist gestiegen, wenn neuerdings die Auftragseingänge auch unbefriedigend sind. 5. Es ist sinnvoller, sich an einer Explorationsgesellschaft zu beteiligen, auch wenn die Suche nach Öl und Gas risikoreicher ist. 6. Auch wenn mancher Unternehmer die Situation vielleicht schwärzer darstellt als sie ist, gibt es keinen Zweifel, daß sich die Bauwirtschaft auf schneller Talfahrt befindet. 7. Bei der Finanzierung wird hart um Zinsen und Konditionen gerungen, auch wenn die Unterschiede zur Zeit nicht mehr so groß sind.

Übung 8. Übersetzen Sie die folgenden Sätze.

1. Die auf die Öleinführen angewiesenen Staaten müssen letzt sehr viel tiefer in die Tasche greifen, um ihren Brenn- und Treibstoffbedarf zu decken.
2. Es ist nicht zu übersehen, daß durch diese Art der Kreditmobilisierung neue Inflationsimpulse entstehen müssen. 3. Hohe Zinsen verteuern die Vorratshaltung, diese muß nachfragemindernd und preisdrückend wirken.
4. Gegenüber dem US-Dollar ist der Wert der D-Mark um fast sieben Prozent gefallen. Doch die Schwäche muß nicht von Dauer sein. 5. Das Londoner Edelmetallhaus glaubt, daß Südafrika seine gesamte Goldproduktion hat verkaufen müssen, um das Defizit abzudecken. 6. Lieferungen in das Ausland sind steuerfrei, wenn jede der folgenden Voraussetzungen gegeben sind: a) Der Unternehmer muß die Lieferung an einen ausländischen Abnehmer bewirkt haben; b) Der Gegenstand der Lieferung muß in das Ausland gelangt sein.
7. Manche Mitglieder der Bundesregierung müssen am Kabinetttisch gedöst haben, als die Gesetzesvorlage verabschiedet wurde.

TEXT II

Übung 1. Übersetzen Sie mündlich.

US-PKW-MARKT

Die drei großen Autohersteller General Motors, Ford und Chrysler wollen den schleppenden Verkauf ihrer 82er Modelle wie schon in den vergangenen Jahren durch Rabatte beschleunigen. Am weitesten geht dabei der nach wie vor ums Überleben kämpfende Chrysler-Konzern.

Bei der letzten Preiserhöhung hatte er bereits auf die Anhebung der Preise für Modelle Omni, Horizon, Aries und Reliant verzichtet und dafür die teureren Autos um fast 8 Prozent im Preis angehoben. Nun erwägt Chrysler Rabatte zwischen 300 und 1000 Dollar pro Pkw für solche Händler, die im laufenden Quartal eine bestimmte Mindestmenge ordern. Den Händler ist es freigestellt, die Rabatte an die Kunden weiterzugeben.

General Motors bietet für die mit Chrysler konkurrierenden Modelle Ratenzahlungen zu niedrigem Zinssatz an. Ford bietet ab der letzten Woche 400 bis 500 Dollar Barabatt beim Kauf von Sportwagen an. Die aggressive Politik der US-Hersteller ist ein Indiz für die zur Zeit sehr schwache Nachfrage in den USA.

LEKTION VII

TEXT I

AUSLANDSMARKTBEARBEITUNG

Als Export bezeichnet man den Absatz von Gütern im Ausland in der Regel mittels Verkauf, aber auch mittels anderer entgeltlicher Vertragsformen. Man denkt zwar in erster Linie an den Export von Waren, also von beweglichen Sachgütern, aber er umfaßt selbstverständlich auch immaterielle Güter wie Ideen, Patente, Warenzeichen, Verfahren, Urheberrechte oder auch jegliche Art von Dienstleistungen, Geld, Wertpapiere und Immobilien. Wesentliche Voraussetzungen für den Export sind ein möglichst ungehinderter Güter- und Zahlungsverkehr sowie Belastungen (Transportkosten, Zölle, usw), die in einem vertretbaren, d. h. im Marktpreis zu verkraftendem Rahmen bleiben.

Durch eine Analyse der politischen und gesamtwirtschaftlichen sowie der natürlichen und kulturellen Strukturen läßt sich ermitteln, ob ein Land überhaupt und mit welchen Aussichten jetzt oder in Zukunft für eine erfolgreiche Bearbeitung in Frage kommt. Je nach Vorhaben und Land wechselt dabei die Bedeutung der zu prüfenden Gesichtspunkte, eine starre Reihenfolge der Überlegungen gibt es also nicht, es sei denn die, daß die Möglichkeit des Marktzugangs zunächst geklärt werden muß. Hier treten in der Regel eine Fülle praktischer Schwierigkeiten bei Datenauswahl – Erhebung – Interpretation auf. Das gilt etwa für die Ermittlung des Nachfragepotentials und der eigenen Marktchancen in einem fremden Markt. Zweifellos wird hier die erste Frage lauten müssen, ob gleiche oder ähnliche Güter wie die eigenen dort bereits abgesetzt werden.

Lassen einschlägige Untersuchungen erkennen, daß von Bedarf her ein ausländischer Markt Chancen verspricht, so hat anschließend eine Konjunkturanalyse zu erfolgen, um die eigenen Absatzmöglichkeiten realistisch einschätzen zu können.

Sind Informationen über die marktlichen Möglichkeiten bzw. Grenzen in einem Land gewonnen und ist ferner geklärt, welchen Förderungen oder welchen Restriktionen staatlicherseits der beabsichtigte grenzüberschreitende Waren-, Kapital- oder Know-how-Transfer unterliegt, so stellt sich die Frage nach den innenstaatlichen Wirtschaftsgesetzen und -verordnungen (z. B. ob Verpackung und Packung besonderen Vorschriften hinsichtlich Material, Größe, Beschriftung usw. unterliegen). Neben der Produktpolitik sind es vor allem Preis- und Rabattpolitik, sowie Werbungs- und Distributionspolitik¹), die beachtet werden müssen.

¹ Unter «Distribution» werden alle betriebswirtschaftlichen Aktivitäten verstanden, die darauf gerichtet sind, den «Verteilungsprozeß» der Güter vom Hersteller bis zum (Letzt-) Verwender zu bewirken. Konkret geht es dabei um den Ausgleich der räumlichen, mengenmäßigen, zeitlichen und qualitativen Spannungen zwischen Produktion und Verbrauch.

VOKABELN

1. Marktbearbeitung, f – обработка (внешнего) рынка, подготовка (внешнего) рынка для сбыта
Marktforschung, f – изучение, исследование рынка, анализ конъюнктуры рынка
2. entgeltlich – платный, возмездный
unentgeltlich – бесплатный
3. bewegliche Sachen = Mobilien, pl – движимое имущество
unbewegliche Sachen = Immobilien – недвижимое имущество

4. Recht, n – право
 Urheberrecht, n – авторское право
 Schuldrecht – обязательственное право
 Sachenrecht, n – вещное право
 Staatsrecht, n – государственное право
 Strafrecht, n – уголовное право
 Völkerrecht, n – международное право
 öffentliches Recht – публичное право
 Privatrecht, n – частное право
5. Warenzeichen, n – товарный знак
6. Belastung, f – обременение
7. vertretbar – могущий быть оправданным (транспортные издержки, пошлины); заменимый (товары)
8. Daten, pl – данные, информация, сведения
 Daten erfassen, auswählen – собирать, выбирать
 verarbeiten – обрабатывать
 speichern – хранить (в памяти машины)
 Datenerhebung, f – сбор данных
 Datenspeicher, m – память, запоминающее устройство
 elektronische Datenverarbeitungsanlage (Abk. EDV) – электронно-вычислительная машина (ЭВМ)
9. anschließend – вслед за... , затем, сразу после
 abschließend – в заключение
10. Förderung, f – содействие чему-либо, поощрение чего-либо.
11. Restriktion, f = Beschränkung, f – ограничение
12. Verordnung, f – (Abk. VO) – постановление
 Durchführungsverordnung, f (Abk. DVO) – обязательное постановление

TEXTERLÄUTERUNGEN

1. Transfer m, hier – Ausfuhr f: Dienen ausgeführte Güter der eigenen wirtschaftlichen Betätigung im Ausland, so bezeichnet man einen solchen Vorgang als Transfer.
2. Chance f – günstige Gelegenheit, Aussicht
3. um.. einschätzen zu können = um in der Lage zu sein,..

ÜBUNGEN ZUM TEXT

Übung 1. Beantworten Sie die folgenden Fragen.

1. Was wird als Export bezeichnet? 2. Unter welchen Voraussetzungen ist der Export gewinnbringend? 3. Was wird im Laufe der Marktbearbeitung geklärt? 4. Welche Schwierigkeiten treten bei der Ermittlung des Nachfragepotentials in einem fremden Markt auf? 5. Was bezweckt die Konkurrenzanalyse? 6. Welche innerstaatlichen Gesetze und Verordnungen sind bei der Auslandsmarktbearbeitung zu berücksichtigen?

Übung 2. Wie verstehen Sie folgende Sätze?

Belastungen müssen in einem im Marktpreis zu verkraftenden Rahmen bleiben. 2. Dieses Land kommt für eine erfolgreiche Exportbearbeitung kaum in Frage. 3. Neben der Produktpolitik sind vor allem Preis- und Rabattpolitik zu beachten.

Übung 3. Übersetzen Sie die folgenden Wortgruppen ins Deutsche.

Охватывать патенты и товарные знаки; создавать предпосылки для экспорта; оставаться в допустимых пределах (таможенные пошлины); выяснять возможности; собирать данные; выявлять потенциальный спрос; сбывать одинаковые товары; правильно / неправильно оценить возможности сбыта; стимулировать экспорт; попадать под ограничения.

Übung 4. Bilden Sie Beispiele mit den folgenden Wortgruppen.

Patente und Warenzeichen umfassen; Voraussetzungen für den Export schaffen; in einem vertretbaren Rahmen bleiben (Zölle); die Möglichkeiten klären; Daten auswählen; das Nachfragepotential ermitteln; gleiche

Güter absetzen; die Absatzmöglichkeiten richtig / falsch einschätzen; den Export fördern; den Restriktionen unterliegen.

Übung 5. Ergänzen Sie die folgenden Sätze. Verwenden Sie die Wortgruppen der Übung 2.

1. Durch die Analyse läßt sich ermitteln.. – В результате анализа можно определить..
2. Abschließend läßt sich feststellen, daß.. – В заключение можно констатировать, что..
3. Die Untersuchungen haben erkennen lassen, daß.. – Исследования показали, что..

Übung 6. Übersetzen Sie die folgenden Sätze. Nennen Sie Synonyme zu «einschätzen».

1. Die Lagerbestände wurden auf 50000 t geschätzt. 2. Der Ölminister bezifferte die Verluste auf Grund der Inflation in westlichen Ländern auf 30 Prozent. 3. Die Einfuhrmenge wird auf 25000 t veranschlagt. 4. Nach Probebohrungen taxieren die Fachleute das Erdgasvorkommen auf Reserven von 5000 Mrd. Kubikmeter. 5. Anschließend hat eine Konkurrenzanalyse zu erfolgen, um die eigenen Absatzmöglichkeiten realistisch einschätzen zu können.

Übung 7. Übersetzen Sie die folgenden Sätze! Beachten Sie die fettgedruckten kopulativen Zusammensetzungen.

Neben der Produktpolitik sind es vor allem **Preis- und Rabattpolitik** sowie **Werbungs- und Distributionspolitik**, die beachtet werden müssen.
2. **Den Verkaufs- und Servicestützpunkten** der Unternehmen sind **Informations-, Ausstellungs- und Vorführräume** angegliedert. 3. Es wurde versucht, das Konferenzsystem in der Trampschiffahrt meist in der modifizierten Form des **Produktions- bzw. Reduktionskartelle** einzuführen.

TEXT II

Übung 1. Übersetzen Sie den Text mündlich.

EXPORTBEARBEITUNG IM AUSFUHRLAND

Wer weltweit exportieren will, muß nicht unbedingt alle Länder bearbeiten, wohl aber alle beobachten lassen. Hilfsmittel sind Tagespresse, Fachzeitschriften, Fernsehen, Rundfunk, Handelsabkommen, Fachvorträge usw.

Im Rahmen der Ländergruppengliederung sollten auch jene Staaten auf Sachbearbeiter verteilt werden, die im Moment für den Export des Unternehmens noch nicht interessant sind. Wenn diese Märkte niemand beobachtet, kann man eines Tages böse Überraschungen erleben.

Wer z. B. Produkte für die Erdölbohrung verkaufen will, muß möglichst frühzeitig erfahren, wo Schürfrechte vergeben werden und Versuchsbohrungen stattfinden. Das kann sehr plötzlich selbst in solchen Ländern geschehen, die bislang keine Geschäftsmöglichkeiten geboten haben.

Der Materialbedarf wird im früheren Anfangsstadium von den Bohrgesellschaften direkt beschafft und selbst transportiert. Sehr schnell kann aber die Nachfrage für Spülmittelzusätze und andere Produkte in großen Mengen entstehen. Wer sich rechtzeitig die entsprechenden Kontakte verschafft, günstige Transportmöglichkeiten herausfindet und schnell anbietet, wird zu Geschäften kommen, bevor die Konkurrenz überhaupt etwas von dem neuen Bedarf erfährt.

Immer wieder werden abbauwürdige Erz- und Mineral-Vorkommen entdeckt. So können Gebiete, die für den Verkauf bisher nicht interessant waren, in kürzester Zeit zu einem bedeutenden Markt werden. Die Beobachtung solcher Entwicklungen gehört in das Aufgabengebiet einer Exportabteilung und muß organisatorisch sichergestellt werden.

Schürfrechte, pl – права на проведение разведочных работ
Spülmittelzusätze, pl – добавки для промывочного раствора

LEKTION VIII

PROBLEM DER AUßENWIRTSCHAFTLICHEN ABSICHERUNG

Internationale Geld- und Kapitalbewegungen sind geeignet, die Wirksamkeit der Geldpolitik zu beeinträchtigen. Die außenwirtschaftlich orientierten Instrumente der Geldpolitik sollen dies verhindern. Dabei muß zwischen festen und flexiblen Wechselkursen unterschieden werden.

Kommt es in einem Land zu ständigen Nettodevisenzuströmen, z. B. durch ständige Exportüberschüsse, so bedeutet dies eine Erhöhung des Devisenangebots. Es kommt tendentiell zu einem Kursrückgang der entsprechenden Auslandswährungen auf dem Devisenmarkt, also zu einer Aufwertung der eigenen Währung.

Eine solche automatische Kursänderung tritt aber nur in einem System flexibler Wechselkurse (Floating) ein. In einem System fester Wechselkurse wird der Kurs dadurch gestützt, daß die Zentralbank als Nachfrager auf dem Devisenmarkt auftritt und die überschüssigen Devisen aufkauft. In diesem Fall spricht man von einer Interventionspflicht der Zentralbank, d. h. sie muß auf dem Devisenmarkt intervenieren, um Kursänderung zu verhindern.

Die Ursache für solche Nettodevisenzuflüsse ist ein Zahlungsbilanzgleichgewicht. Dem kann ein Ungleichgewicht der Leistungsbilanz¹ oder der Kapitalbilanz² zugrundeliegen. Ersteres kann z. B. durch ständige Exportüberschüsse verursacht werden. Die Exporteure Erlösen für ihre Verkäufe Devisen, die sie in DM umtauschen wollen. Da der Devisenbedarf für Import in diesem Fall geringer ist als der Devisenzustrom aus dem Exportgeschäft, kommt es zu einem Nettodevisenzufluß. Letzteres liegt beispielsweise vor, wenn die Kapitalimporte ständig größer sind als die Kapitalexporte. Ursache dafür können Arbitragegeschäfte³ sein, die erfolgen, wenn (z. B. infolge einer restriktiven Geldpolitik) das Zinsniveau im Inland höher ist als im Ausland. Die Devisenzuflüsse können auch spekulativ erfolgen, wenn eine Kurssteigerung der DM erwartet wird.

In einem System fester Wechselkurse führen die Nettodevisenzuflüsse zu einer Erhöhung der Bankenliquidität, denn die Banken, die in den Besitz der Devisen gelangen, können diese jederzeit bei der Bundesbank unter Abzug des Diskontsatzes in Zentralbankgeld umtauschen. Die Interventionen der Bundesbank auf dem Devisenmarkt führen stets zu einer Erhöhung der Geldbasis, denn der Kauf von Devisen erfolgt gegen Abgabe von DM. Will die Bundesbank eine restriktive Geldpolitik betreiben, so wirken dem die Nettodevisenzuflüsse entgegen. Soll die Geldpolitik dennoch wirksam sein, so muß sie außenwirtschaftlich abgesichert sein.

Leistungsbilanzüberschüsse lassen sich beispielsweise durch eine Aufwertung abbauen, Nettokapitalimporten kann man mit einer Förderung der Kapitalexporte (Swappolitik)⁴, usw. begegnen, die den Devisenzuströmen entgegenwirken, spekulative und zinsinduzierte Devisenzuflüsse kann man stillen (Bardepot⁵), (Mindestreserven⁶) oder durch Beschränkungen des Geld- und Kapitalverkehrs unterbinden. Möglich ist auch eine Freigabe der Wechselkurse, wie sie weitgehend erfolgt ist, wodurch die Bundesbank von ihrer Interventionspflicht entbunden wird.

¹ Handelsbilanz, Dienstleistungsbilanz und Übertragungsbilanz ergeben zusammen die Leistungsbilanz. In Dienstleistungsbilanz werden die «unsichtbaren» Exporte und Importe berücksichtigt (Ausgaben der Touristen, Nutzung ausländischer Patente und Lizenzen und Dividenden an ausländische Kreditgeber bzw. an ausländische Unternehmen u. a.). In Übertragungsbilanz werden alle Transaktionen zwischen Inländern und Ausländern erfaßt, die ohne ökonomische Gegenleistung stattfinden (Geldüberweisungen von Gastarbeitern, Entwicklungshilfe u. a.)

² Die Bilanz des langfristigen Kapitalverkehrs und die Bilanz des kurzfristigen Kapitalverkehrs ergeben zusammen die Kapitalbilanz oder die Kapitalverkehrsbilanz.

³ Die Arbitrage, das Arbitragengeschäft – spekulative Börsengeschäfte, bei dem die Preis- und Kursunterschiede an verschiedenen Börsenplätzen ausgenutzt werden, um Differenzgewinne zu erzielen.

⁴ Das Swapgeschäft (engl. to swap [swop] – (ver)tauschen) – Devisengeschäft, bei dem ausländische Zahlungsmittel zum Tageskurs verkauft und nach festgelegter Frist zurückgekauft werden. Durch die Festsetzung eines Swapsatzes, der von dem Zinssatz am freien Devisenmarkt abweicht, kann die Bundesbank die Kurssicherungskosten beeinflussen.

⁵ Das Bardepot [de'po:] – die zinslose Hinterlegung der Depotgelder. Importdepot ist eine Form der Importregulierung. Durch die zinslose Hinterlegung der Depotgelder für einen längeren Zeitraum werden die Umlaufmittel der Importeurs gebunden. Andererseits werden die potentiellen Verbraucherkreise eingeschränkt, da sich die Importe durch die Depotstellung verteuern.

⁶ Die Mindestreservenpolitik – Mindestreserven sind Guthaben, die die Banken zinslos auf ihrem Landeszentralbankkonto halten lassen. Eine Erhöhung der Mindestreserven entzieht den Banken Geld (Liquidität), so daß sie weniger Kredite gewähren können.

VOKABELN

1. Geld, n – деньги
bares Geld, Bargeld – наличные деньги
flüssiges Geld – свободные, ликвидные средства
heißes Geld – горячие деньги
tägliches Geld, Tagesgeld – однодневная ссуда
Geld anlegen – помещать, вкладывать
einlegen – класть (на счет)
abheben (vom Konto) – снимать со счета
ausleihen – давать денежную ссуду
Geldanlage, f – помещение денежных средств, инвестиция
Geldeinlage, f – денежный вклад в банк, сбербанк, депозит
Geldmarkt, m – денежный рынок, рынок краткосрочного кредита
Geldumlauf, m – денежное обращение
Geldumtausch, m – обмен денег
2. Kapital, n – капитал
Kapitalmarkt, m – рынок ссудных капиталов; рынок долгосрочного кредита
3. Ungleichgewicht, n – неравновесие
4. Wechselkurs – обменный курс
fester Wechselkurs – твердый
flexibler, frei schwankender Wechselkurs – гибкий, свободно колеблющийся курс
den Wechselkurs freigeben – ввести свободное колебание курса
stützen – поддерживать курс на определенном уровне
die Freigabe des Wechselkurses – введение свободно плавающего курса
5. Devisenzufluß, m – приток иностранной валюты
6. Bilanz, f – баланс
Zahlungsbilanz, f – платежный баланс
Leistungsbilanz, f – баланс текущих операций
Handelsbilanz, f – торговый баланс
Dienstleistungsbilanz, f – баланс услуг
Übertragungsbilanz, f – баланс переводов
Kapitalbilanz, f, Kapitalverkehrsbilanz, f – баланс движения капитала
7. Exportüberschuß, m – превышение экспорта над импортом, активное сальдо торгового баланса
8. zugrundeliegen vi (D) – лежать в основе
9. Liquidität, f – ликвидность, ликвидные средства
Bankenliquidität, f – ликвидные средства банков
liquid = flüssig – ликвидный, свободный
10. Intervention, f – вмешательство, предпринимать интервенцию
intervenieren vt – вмешиваться, интервенция
11. Depot, n – депозит, депонирование денег
Bardepot – беспроцентный депозит
Importdepot, n – импортный депозит
12. stilllegen vt – (временно) останавливать работу предприятия, консервировать; прекращать движение (на линии), ставить на прикол
13. Arbitrage, f – арбитраж, третейский суд
Arbitragegeschäft, n – арбитражная сделка, арбитражная операция
14. Satz, m – ставка
Diskontsatz, m – учетная ставка
Zinssatz, m – процентная ставка
Prozentsatz, m – процент

Rediskontsatz, m – ставка переучета
Rediskont, m – переучет (векселей)
Lombardsatz, m – ставка по залоговым операциям

TEXTERLÄUTERUNGEN

1. Floating – свободное колебание, «плавание» курсов.
2. restriktive Geldpolitik – политика ограничения количества денег в обращении.
3. zinsinduzierte Devisenzuflüsse – Devisenzuflüsse, die durch hohe Zinssätze ausgelöst wurden.
4. Swap – покупка иностранной валюты в обмен на отечественную с последующим выкупом.

ÜBUNGEN ZUM TEXT

Übung 1. Beantworten Sie die folgenden Fragen.

1. Was wird durch ständige Devisenzuflüsse in einem System flexibler Wechselkurse bewirkt? 2. Was verstehen Sie unter der Interventionspflicht der Zentralbank in einem System fester Wechselkurse? 3. Wie entsteht das Ungleichgewicht der Zahlungsbilanz? 4. Wodurch werden steigende Devisenzuflüsse verursacht? 5. In welchen Fällen führen die Interventionen der Zentralbank zu einer Erhöhung der Geldmenge? 6. Wie kann die Geldpolitik außenwirtschaftlich abgesichert werden? 7. Warum sind die kapitalistischen Länder in den 70er Jahren von den festen zu den schwankenden Währungskursen übergegangen? 8. Was verstehen Sie unter Floating?

Übung 2. Bilden Sie Beispiele mit den folgenden Wortgruppen.

Die Wirksamkeit der Geldpolitik beeinträchtigen; Exportüberschüsse erzielen; den Wechselkurs stützen; auf dem Devisenmarkt auftreten; die überschüssigen Devisen aufkaufen; auf dem Devisenmarkt intervenieren; Kursänderungen verhindern; dem Ungleichgewicht der Leistungsbilanz zugrunde liegen; das Ungleichgewicht der Zahlungsbilanz verursachen; Devisen umtauschen; eine restriktive Geldpolitik betreiben; Kapitalexporte fördern; Devisen erlösen; den Wechselkurs freigeben; Devisenzuflüsse unterbinden.

Übung 3. Übersetzen Sie die folgenden Wortgruppen ins Deutsche.

Отрицательно сказаться на действенности валютной политики; достигнуть превышения экспорта над импортом; удерживать курс валюты на определенном уровне; выступать на валютном рынке; скупать излишнюю валюту; осуществлять интервенцию на валютном рынке; препятствовать изменениям курса; лежать в основе неравновесия баланса текущих поступлений; вызвать неравновесие платежного баланса; обменивать валюту; проводить политику ограничения количества денег в обращении; способствовать экспорту капитала; выручить валюту; ввести свободно плавающий курс; не допустить притока иностранной валюты.

Übung 4. Ergänzen Sie die folgenden Sätze. Verwenden Sie die Wortgruppen der Übung 2.

1. Eine erste Gruppe meinte,.. Одна группа считала,..
2. Nach Ansicht einer zweiten Gruppe,.. По мнению вторых,..
3. Die Meinung einer dritten Gruppe ging dahin,.. Мнение третьих сводилось к тому,..
4. Viertens wurde darauf verwiesen, daß.. Четвертые указывали на то, что..

Übung 5. Übersetzen Sie die folgenden Sätze. Beachten Sie die Ableitungen vom Verb «treten».

1. Schutzzölle treten in verschiedenen Erscheinungsformen auf. 2. Der Käufer tritt bei solchen Geschäften als Befrachter auf. 3. Finnland tritt für eine Verringerung von Zollbarrieren ein. 4. Die spezifischen Zölle sind heute hinter die Wertzölle zurückgetreten. 5. Der Minister vertritt die Meinung, daß die Zölle gesenkt werden sollten. 6. Der Verkäufer hat seine Ansprüche an N. abgetreten. 7. Zum US-Dollar traten auf dem Euromarkt auch andere Währungen hinzu. 8. Protektionistische Tendenzen treten in jüngster Zeit verstärkt zutage.

Übung 7. Übersetzen Sie die folgenden Sätze ins Russische.

1. Die teuren Kreditzinsen zehren die Exporteinnahmen der Entwicklungsländer auf. 2. Die Schulden müssen verzinst und getilgt werden, und das im Zeichen steigender Zinssätze. 3. Viele Länder der dritten Welt kommen mit Zinsen und fälligen Tilgungsraten in Verzug. 4. Die Rückzahlung ausstehender Kredite bereitet ihnen angesichts des hohen Zinsniveaus Schwierigkeiten. 5. Sie können ihre Verschuldung nicht abbauen. 6.

Die öffentliche Auslandsverschuldung Brasiliens erhöhte sich. Brasilien mußte über 35 % seiner Exporteinnahmen für Schuldendienst aufwenden.

TEXT II

Übung 1. Übersetzen Sie mündlich.

DISKONTPOLITIK

Als wichtiges Mittel der Zentralnotenbank zur Regulierung des Geldangebots galt in der Vergangenheit die Diskontpolitik. Durch Bestimmung des Diskonts (genauer Rediskonts¹) seitens der Notenbank wird auch der Zins auf den Märkten für kurzfristige Kredite (Geldmärkte) beeinflusst. Erhöhung des Diskonts seitens der Notenbank bedeutet, – da sie die Neigung der Geschäftsbanken, bei der Zentralbank Geld aufzunehmen, und hierdurch auch die Fähigkeit der Geschäftsbanken, ihren eigenen Kunden vermehrten Kredit zu geben, herabsetzt –, allgemeine Verteuerung der Hergabe von Zahlungsmitteln im kurzfristigen Kreditgeschäft. Erhöhte Betriebsunkosten, verminderte Geschäftslust auf Seiten der Banken werden die Folge sein. Das Umgekehrte ist bei Herabsetzung des Diskonts der Fall.

Die Bedeutung der Diskontpolitik sowohl für die innenwirtschaftliche als auch für die zwischenwirtschaftliche Geschäftstätigkeit darf nicht überschätzt werden. Es wird insbesondere folgendes zu beachten sein:

1) Die Höhe oder die Änderung des Diskontsatzes wirkt nur sehr mittelbar auf Ausdehnung oder Verminderung des Umfangs des umlaufenden Geldes und damit auf das Konjunktugeschehen ein. Der Grad dieser Wirkung hängt insbesondere ab: a) von dem Grad der Angewiesenheit der Geschäftsbanken auf Refinanzierung durch die Notenbank, b) von dem Grad der Angewiesenheit der Geschäftswelt selbst auf den Bankkredit. Diese Angewiesenheit wird namentlich durch die Selbstfinanzierung über den Preis, die in den letzten Jahrzehnten außerordentlich vorgedrungen ist, herabgesetzt.

2) Die Erhöhung des Diskonts kann marktstarke Unternehmungen oder Wirtschaftszweige veranlassen, ihre Preise nicht herab- sondern heraufzusetzen, um auf diese Weise von der verteuerten Kreditfinanzierung weniger abhängig zu sein. Die Last einer Diskonterhöhung wird dann auf diejenigen fallen, die nicht den Weg einer Preiserhöhung gehen können und auf Kredit angewiesen bleiben. Unter diesen Umständen kann eine Diskonterhöhung, statt einen unerwünscht heftigen Antrieb der Preise zu dämpfen, einseitig die Konjunkturlage der schwächeren Teile der Wirtschaft treffen, wodurch letztere sich wieder im vermehrten Umfang auf Stützungsmaßnahmen des Staates verwiesen sein werden und die konjunkturelle Situation im Ganzen gefährdet werden kann.

3) Es besteht nur eine sehr vermittelte Beziehung zwischen der Höhe oder Änderung des Diskontsatzes und der Investitionstätigkeit.

4) Eine Veränderung des Diskontsatzes löst in der Regel im binnenwirtschaftlichen und im zwischenstaatlichen Bereich einander entgegengesetzte Wirkungen aus. Eine Erhöhung des Diskonts schränkt die binnenwirtschaftliche Kreditnachfrage ein, zieht aber gleichzeitig ausländische Gelder ins Land (soweit der erhöhte Diskont den gleichzeitig im Ausland bestehenden Diskont übertrifft). Umgekehrt wird die Ermäßigung des Diskonts die Bereitschaft zu binnenwirtschaftlicher Kreditschöpfung vergrößern, gleichzeitig aber Inlandguthaben ins Ausland lokken.

¹ Rediskontingente an Kreditinstitute

Bei einem Rediskont stellt die Zentralbank den Banken Mittel bereit, indem sie Wechsel, die die Kreditinstitute von Unternehmungen diskontiert hatten, rediskontiert. Dem Rediskont der Zentralbank geht also ein Kredit einer Bank voraus. Ein Kreditinstitut hat von einem Kunden einen Wechsel angekauft und dabei von dem Wechselbetrag einen Wechselkurs (Bankendiskont) abgezogen. Das Kreditinstitut hat nun die Möglichkeit, diesen Wechsel an die Zentralbank weiterzuverkaufen, d. h. rediskontieren zu lassen, wobei die Zentral-

bank ebenfalls einen Zins, den Diskontsatz, einbehält. Das Kreditinstitut kann sich auf diesem Wege Zentralbankgeld beschaffen.

TEIL II. GESCHÄFTSBRIEFE

LEKTION IX

DIE ÄUSSERE FORM DES GESCHÄFTSBRIEFES

Составными частями немецкого делового письма являются следующие:

- шапка письма;
- адрес получателя;
- исходные данные и дата;
- строчка «касательно» (рубрика с указанием предмета, темы письма);
- обращение;
- текст письма;
- заключительная формула;
- подпись;
- приложение;
- пометка о раздаче копий письма другим лицам.

BRIEFKOPF

Шапка письма включает в себя наименование и адрес фирмы, а при необходимости марку фирмы (фирменный знак), товарный знак. Кроме того, на фирменном бланке указаны также дополнительные данные, например, номера телефонов, телетайпов, телетекстов и телефаксов, номер счета в банке и т.д. Акционерные общества, общества с ограниченной ответственностью и командантные товарищества в соответствии с законом обязаны указывать на своих фирменных бланках для писем и бланках заказа следующие детали:

- правовую форму и местонахождение общества (товарищества);
 - суд, ведущий реестр местонахождения общества и номер общества (товарищества) в реестре торговых фирм;
 - членов правления (назвать председателя правления и председателя наблюдательного совета).
- Общества с ограниченной ответственностью должны указать вместо членов правления управляющего или управляющих. Если имеется наблюдательный совет, то такие товарищества, как акционерные общества, должны называть своего председателя.

ADRESSE DES EMPFÄNGERS

Адрес состоит из фамилии и почтового адреса получателя. Перед фамилией принято писать Herrn, Frau или Fräulein. Если же получательница корреспонденции не отдает предпочтения форме обращения «Fräulein», то в таком случае тоже используют, как правило, и по отношению к незамужним форму обращения «Frau». Слова Herrn или Frau пишутся над или рядом с фамилией:

Herrn Egon Schwalbe
Frau Christa Scharf.

Наименование профессии или должности пишутся обычно рядом с Herrn или Frau, более длинные – под фамилией. Ученые степени (например, доктор, дипломированный инженер) стоят перед фамилией

Herrn Rechtsanwalt Dr. Klaus
Frau Minister Dr. Elhe Schulze
Herrn Dipl.-Ing. Walter Kühn

Если письма посылают фирме (предприятию), то фирма указывается лишь в том случае, если из фамилии не ясно, идет ли речь о предприятии или же об отдельном лице.

Firma Wolfgang Schäuble

Textilgroßhandel Schröder & Co

Süddeutsche
Maschinenbau AG

Если письмо адресуется конкретному лицу фирмы, то в таком случае фамилия этого лица пишется под фамилией получателя. При этом пометка «лично» необязательна.

Sommerfeld Co KG
Frau Christine Herzog

Если письмо адресовано фирме, то его может вскрыть не только госпожа М., но и также кто-нибудь другой. Если же получателем письма является госпожа М., то только она имеет право вскрывать конверт.

При написании адреса указывают улицу и номер дома, а также индекс и название населенного пункта. Если письмо отправляется за границу, то необходимо написать название страны.

Индекс с 1993 года состоит из пяти цифр.

Herrn Uwe Pfüffer
Salzburg. 28
83404 Einring

Если у получателя есть почтовый ящик, то вместо улицы и номера дома указывают номер почтового ящика. При помощи специальных помет, которые делаются над адресом, указывается на вид отправки писем (например, авиа, заказное, спешная почта). Пометы о работе с письмами (срочно, конфиденциально) даются справа рядом с адресом или рядом с рубрикой «касательно».

К исходным данным относятся: шифры делового партнера и дата его письма, а также собственные шифры диктовки, а иногда и дата предыдущего письма. Вводные слова для исходных данных (реквизитов: ваш шифр – ваше сообщение от ... – наш шифр – наше сообщение от ...) могут быть напечатаны на листе почтовой бумаги. Многие фирмы, однако, при написании писем пользуются бумагой, на которой не напечатаны вводные слова и исходные данные, так как такая почтовая бумага пригодна для продолжения письма (для последующих страниц письма). Дату можно писать по-разному:

7. September 2001
7. Sept. 2001
7.9. 2001
07.09.2001

VOKABELN

der Geschäftsbrief	деловое письмо
der Briefkopf	шапка письма
die Anschrift	адрес
das Warenzeichen	товарный знак
das Briefblatt	фирменный бланк
der Bestellschein	бланк заказа
die Rechtsform	правовая форма
der Empfänger	получатель
die Postleitzahl	индекс (почтовый)
das Bezugszeichen	исходные данные
das Diktatzeichen	шифр
die Leitwörter	вводные слова
der Spiegel	зеркало

die Kante	угол
die Facette	фасетка
die Bestellsannahme	подтверждение заказа
der Widerruf	опровержение
auf Lager	на складе
entgegenkommen (a,o)	идти на встречу
abnehmen (a,o)	покупать
das Verständnis	понимание
entschädigen	компенсировать, возмещать

ÜBUNGEN

Übung 1. Übersetzen Sie die Wörter und Wortgruppen ins Deutsche.

Шапка письма, адрес получателя, изменить почтовый индекс, иметь товары на складе, отказ от заказа, пойти навстречу покупателю, просим понять наше поведение.

Übung 2. Bilden Sie Sätze mit den vorstehenden Wörtern und Wortgruppen.

Übung 3. Setzen Sie das richtige Wort ein.

1. Leider müssen wir die Bestellung 2. Von dieser Sorte haben wir noch genug 3. Unseren Kunden wollen wir ... , weil er regelmäßig große Mengen 4. Bitte, haben Sie ... für unser Verhalten. 5. Hoffentlich können wir recht bald durch eine neue ... entschädigen. 6. Wir danken Ihnen für Ihr 7. Entsprechend ihrer Mustersendung ... wir folgende Waren.

Übung 4. Übersetzen Sie ins Russische.

1. Der Briefkopf besteht aus dem Namen und der Anschrift der Firma, gegebenenfalls mit dem Firmen- oder Warenzeichen. 2. Die Bestandteile des deutschen Geschäftsbriefes sind die folgenden: Briefkopf; Anschrift des Empfängers; Bezugszeichen und Datum; Betreffzeile; Anrede; Briefftext; Schlußformel; Anlage. 3. Die Postanschrift besteht aus Straße und Hausnummer sowie der Ortsangabe mit Postleitzahl. 4. Bezugszeichen sind die Diktatzeichen des Geschäftspartners und das Datum seines Schreibens sowie die eigenen Diktatzeichen. 5. Die Anschrift besteht aus dem Namen und der Postanschrift des Empfängers. Bei Einzelpersonen setzt man Herrn, Frau oder Fräulein vor den Namen.

DIALOG 1: UNSERE FIRMA IST AUF EXPORT VON PERSONALCOMPUTERN SPEZIALISIERT

M.: – Müller

P.: – Petrow

M.: Guten Tag! Ich möchte Herrn Petrow sprechen.

P.: Das bin ich. Guten Tag, Herr...

M.: Müller, Vertreter der deutschen Firma «Ask» aus Köln.

P.: Freut mich, Sie kennenzulernen. Bitte nehmen Sie Platz. Womit kann ich Ihnen dienen?

M.: Ich kenne Ihre Firma als Importfirma, Herr Petrow. Unser Unternehmen ist auf den Export von Personalcomputern spezialisiert. Unsere Firma besteht schon seit 80 Jahren und hat viele Kunden. Wir können Computer neuester Typen anbieten. Mich interessieren Perspektiven unserer Geschäftsbeziehungen.

P.: Wir sind am Ausbau gegenseitig vorteilhafter Geschäftsbeziehungen interessiert. Sie wissen wohl, wir haben eine große Nachfrage nach Computern in unserem Land, und Ihr Angebot wäre vielleicht annehmbar. Können Sie uns Ihre Prospekte und Kataloge zur Verfügung stellen?

M.: Ja, sicher. Hier sind unsere Kataloge für dieses Jahr. Ich hoffe, wir können mit Ihrer Firma ins Geschäft kommen.

P.: Das hoffe ich auch. Wir werden Ihre Unterlagen studieren und Stellung dazu nehmen.

Vokabeln zum Dialog 1

der Export (e)s, e

ВЫВОЗ

der Import (e), e

ВВОЗ

der Personalcomputer (PC),-s

персональный компьютер

spezialisiert sein (auf A)	специализироваться на (чем-либо), заниматься чем-либо
der Kunde, -n, -n	клиент
interessieren vt	интересовать (кого-либо)
interessiert sein (an D)	быть заинтересованным
bestehen (a, a)	здесь: существовать
die Geschäftsbeziehungen	деловые связи
der Ausbau (e)s, -ten	расширение, развитие
gegenseitig vorteilhafte Geschäftsbeziehungen	взаимовыгодные деловые связи
annehmbar	приемлемый
die Nachfrage (nach D), -, n	спрос на что-либо
der Bedarf (an D), -s	потребность в чем-либо
zur Verfügung stellen (A) (D)	предоставлять что-либо кому-либо в распоряжение
ins Geschäft kommen	сотрудничать
die Unterlagen	документы
die Dokumentation	
die Stellung	позиция, мнение, точка зрения
Stellung nehmen (zu D)	высказывать свое мнение

DIALOG 2: WIR INTERESSIEREN UNS FÜR DIE NEUE FASER

P. – Pawlow

K. – Krause

Handelsvertretung einer russischen Firma in Köln. Herr Pawlow ist stellvertretender Direktor. Herr Krause ist Vertreter einer österreichischen Firma.

K.: Guten Tag! Darf ich mich vorstellen ... Krause, ich bin von der österreichischen Firma «Interlink».

P.: Guten Tag! Ich freue mich, Sie kennenzulernen, Herr Krause! Pawlow, Vertreter der Firma. Sie können hier ablegen. Bitte nehmen Sie Platz. Was führt Sie in unsere Handelsvertretung?

K.: Wir haben einer Zeitungsnotiz entnommen, daß Ihre Firma die Antimikrobenfaser **Z.** entwickelt hat. Wir sind eine Verbandstofffabrik. Die Fabrik ist auf Herstellung und Export von Verbandstoffen spezialisiert. Wir zählen zu den führenden Unternehmen auf dem Gebiet Verbandstoffe. Darum interessieren wir uns für die neue Faser.

P.: Worum geht es eigentlich, Herr Krause?

K.: Es geht um folgendes. Wir hätten gerne nähere Informationen. An wen können wir uns wenden, um ein Angebot zu bekommen? Wir sind der Meinung, daß eine Zusammenarbeit zwischen unseren Firmen möglich wäre.

P.: Bitte wenden Sie sich an das Joint Venture A. in Moskau. Es ist auf Import und Export von medizinischen Präparaten spezialisiert. Dort können Sie nähere Auskünfte einholen.

K.: Können Sie mir Adresse und Faxnummer dieser Firma geben?

P.: Aber natürlich, hier sind sie!

K.: Schönen Dank!

Vokabeln zum Dialog 2

sich vorstellen	представляться
Ich bin von der Firma ...	Я из фирмы...
ablegen vt	снимать (пальто)
entnehmen (A) (D)	узнать (о чем-либо, откуда-либо)
die Zeitungsnotiz -, en	газетная статья

entwickeln vt	разрабатывать, изобретать
die Herstellung, -, en	производство
die Faser, -, n	волокно
die Verbandstoffabrik, -en	фабрика перевязочных материалов
das Joint Venture	совместное предприятие
Auskünfte einholen	навести справки
sich wenden (an A)	обращаться (к кому-либо)
die Zusammenarbeit -, en	совместная работа
zählen (zu D)	относиться (к чему-либо)
gehören (zu D)	принадлежать (к чему-либо)
das Präparat, -s, -e	препарат
einholen vt	получить (добыть)
auf dem Gebiet	в области (о деятельности)
nähere Auskünfte	более подробная информация

DIALOG 3: WURUM HANDELT ES SICH?

F. – Frank

S. – Smirnow

Moskau. Herr Smirnow, Vertreter einer russischen Firma. Er empfängt Vertreter verschiedener ausländischer Firmen. Er ist für den Export zuständig.

F.: Herr Smirnow?

S.: Ja, und Sie sind wohl Herr Frank von der Firma N aus Nürnberg?

F.: Genau.

S.: Ich erwarte Sie, Herr Frank. Bitte nehmen Sie Platz!

F.: Danke, wissen Sie, Herr Smirnow, Herr Kolosow aus Ihrer Handelsvertretung in Deutschland hat uns Ihre Firma empfohlen.

S.: Worum handelt es sich denn, Herr Frank?

F.: Es handelt sich um den Kauf der Ausrüstungen Typ X. Wir hätten gerne einige Informationen über Ihre Ausrüstungen.

S.: Wir sind bereit, alle Ihre Fragen zu beantworten.

F.: Zuerst, Herr Smirnow, möchte ich Sie um Kataloge und Prospekte für diese Ausrüstungen bitten.

S.: Die Unterlagen bekommen Sie. Die Preislisten überreiche ich Ihnen auch.

F.: Danke, wir werden Ihr Informationsmaterial sorgfältig studieren. Erlauben Sie mir, Sie in ein paar Tagen wieder zu besuchen?

S.: Aber gewiß. Wie verabreden wir uns? Was schlagen Sie vor?

F.: Ich rufe Sie an, und wir vereinbaren einen Termin.

S.: Gut, ich warte auf Ihren Anruf, Herr Frank.

Vokabeln zum Dialog 3

der Kontakt, -(e)s, -e	контакт
zuständig sein (für A)	ведать чем-либо
die Handelsvertretung	торговое представительство
die Ausrüstung -, en	оборудование
bereit sein (zu D)	быть готовым к чему-либо
bitten (a,e) (um A)	просить кого-либо о чем-либо
der Einkauf, -es, -käufe	покупка, закупка
empfehlen (a, o)	рекомендовать
handeln	1) действовать, поступать;

die Preisliste -, n	2) торговать
der Katalog, -s, -e	прейскурант
der Prospekt, -s, -e	каталог
der Termin, -s, -e	проспект
erlauben vt	срок
verabreden sich (über A)	позволять, разрешать
vereinbaren vt	договариваться о чем-либо
	согласовывать что-либо

LEKTION X

ANREDEFORMEN

Если письмо адресуется отдельному лицу, то общепринятой (стандартной) считается следующая форма обращения:

Sehr geehrte Frau Müller
Sehr geehrter Herr Meyer

Если получатель Вам хорошо известен, тогда обращайтесь к нему в письме так:

Lieber Herr Schulz
Liebe Frau Kammer

Если письмо адресуется фирме или организации, то стандартной формой обращения считается

Sehr geehrte Damen und Herren

Форма обращения «Sehr geehrte Herren» используется лишь в том случае, если Вы точно знаете, что в этой фирме работают только мужчины. В рекламных письмах встречаются и такие формы обращения, как Sehr geehrte Kundin; Sehr geehrter Kunde; Lieber Gartenfreund.

BRIEFTEXT

Чтобы письмо было обозримым, текст письма делится на абзацы, которые отделяются друг от друга пропуском строки.

Если письмо не вмещается на одной странице, оно продолжается на следующей странице или нескольких следующих. Если продолжение текста пишется на чистом листе, то на нем указывается номер страницы, получатель, дата и, смотря по обстоятельствам, шифр диктовавшего письмо и писавшего его под диктовку. Многие фирмы используют в качестве последующих страниц листы с напечатанными вводными словами, например:

Empfänger: (получатель)

Unsere Zeichen: (наши шифры)

Datum: (Дата)

Blatt: (Номер страницы, листа)

Имеются официальные бланки для писем, которые могут быть использованы как для первой страницы

письма, так и для следующих страниц.

SCHLUSSFORMEL

В большинстве случаев употребляется следующая заключительная формула:

Mit freundliche Grüßen

Возможны варианты: Mit freundlichem Gruß и Freundliche Grüße.

Если Вы хорошо знаете получателя письма, то Вы можете пользоваться следующими заключительными формулами:

Mit bestem Gruß

Mit herzlichen Grüßen

Herzliche Grüße

Право подписи имеет владелец предприятия, его законные представители и соответственно уполномоченные служащие. Уполномоченные ставят свою подпись под именем уполномочивающего с припиской, которая указывает на соотношение полномочий. Уполномоченный торгового предприятия должен написать перед своей подписью следующие сокращения: i.V. (in Vollmacht) или i.A. (im Auftrag), а доверенный торговой фирмы перед своей фамилией пишет сокращение ppa (per procura) – по доверенности. Если письмо содержит одно или несколько приложений, то внизу слева соответственно пишется: Anlage (приложение).

VOKABELN

die Betreffzeile	рубрика «касательно»
die Anredeformel (n)	форма обращения
der Briefftext, e	текст письма
die Schlußformel	заключительная формула
unterschriftsberechtigt	лицо, имеющее право подписи
die Anlage,n	приложение
das Berufsleben	работа по специальности
die EDV-Kurse	компьютерные курсы
die Voraussetzung,en (für A)	предпосылка, здесь: условия
die Abbuchungsabteilung, en	отдел списания со счета
der Kontoauszug	выписка со счета
die Fehlbuchung	ошибочная запись
der Beleg,e	сумма
das Kaufdatum	дата покупки
abbuchen (te,t)	списывать со счета
der Vorgang, -e	здесь: операция
überprüfen (te,t) A	проверить, проконтролировать
	что-либо
versehentlich	ошибочно
auf Konto gutschreiben (ie,ie)	перевести на счет

TEXT I

KORRESPONDENZ ZUM THEMA: ANFRAGE

Monika Moltke
2.5.2000
Dorofeestr.32
00000 Hamburg

Arbeitsamt
Berufsberatung
Bahnhofst. 32
PLZ Ort

Abschlußorientierte Weiterbildung im
EDV-Bereich

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich habe vor, nach einer zweijährigen Erziehungspause wieder in das Berufsleben zurückzukehren. Ich bin gelernte Sekretärin und möchte mich durch die Teilnahme an EDV-Kursen für den Arbeitsmarkt qualifizieren. Bitte teilen Sie mir mit, welche Weiterbildungsmöglichkeiten Sie anbieten und welche Voraussetzungen für die Teilnahme erfüllt sein müssen.

Mit freundlichen Grüßen

Monika Moltke

Übersetzen Sie den Text I schriftlich ins Russische.

TEXT II

Korrespondenz zum Thema: ANFRAGE (Fortsetzung)

Paul
17.08.2000 Goethestr.12
12131 Leipzig

Weilert

Visa-Card
Abbuchungsabteilung
Rosenthalstr. 7
12131 Leipzig

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Kontoauszug vom 10.08.2000 enthält eine Fehlbuchung: den Beleg N 25786421 der Name Paul Weilert mit Kaufdatum vom 01.07.2000 haben Sie zweimal abgebucht: am 08.07. 2000 und am 12.08.2000.

Ich bitte Sie, den Vorgang zu überprüfen und den versehentlich abgebuchten Betrag auf meinem Konto wieder gutschreiben.

Mit freundlichen Grüßen

Paul Weilert

Anlage:

Kontoauszug vom 10.08.2000

ÜBUNGEN

Übung 1. Übersetzen Sie den Text II schriftlich ins Russische.

Übung 2. Übersetzen Sie die Wörter und Wortgruppen ins Russische.

Der Kontoauszug, eine Fehlbuchung enthalten, zweimal abbuchen, den Vorgang überprüfen, der abgebuchte

Betrag, auf meinem Konto wieder gutschreiben, zweijährige Erziehungspause, ins Berufsleben

zurückkehren, die Teilnahme an den EDV-Kursen, der Arbeitsmarkt, die Berufsberatung

Übung 3. Übersetzen Sie die Wörter und Wortgruppen ins Deutsche.

Уважаемые дамы и господа, намереваться, планировать что-либо сделать, секретарь по профессии, перерыв по воспитанию ребенка, сообщать что-либо, подготовка по дальнейшему совершенствованию, условия участия, просить кого-либо о чем-либо, исправить ошибочно внесенную в мой счет запись, с дружеским приветом.

Übung 4. Setzen Sie das richtige Wort ein.

1. Ich habe vor, nach einer Erziehungspause wieder in das ... zurückzukehren. 2. Ich möchte mich durch die Teilnahme an ... für den ... qualifizieren. 3. Bitte teilen Sie mit, welche ... Sie anbieten. 4. Der Kontoauszug

vom ... enthält eine ... 5. Sie haben den ... N25786471 zweimal 6. Ich bitte Sie, den ... zu überprüfen und den abgebuchten ... auf meinem ... wieder gutzuschreiben.

Übung 5. Übersetzen Sie ins Deutsche.

а. Уважаемые дамы и господа,

после двухлетнего перерыва в связи с воспитанием ребенка я собираюсь вновь вернуться к работе по специальности. Я секретарь по профессии и хотела бы усовершенствовать свои знания на компьютерных курсах. Сообщите, пожалуйста, какую подготовку дают Ваши курсы и об условиях приема на них.

С дружеским приветом,
Моника Мольтке.

б. Уважаемые дамы и господа,

В выписке со счета от 10.08.2000 имеется ошибочная запись. Сумму по квитанции № ... касательно покупки..... 01.07.2000 вы списали дважды: 08.07.2000 и 12.07.2000. Прошу Вас проверить бухгалтерскую операцию и исправить ошибочно внесенную в мой счет запись.

С дружеским приветом,
Пауль Вайлерт
Приложение: Выписка со счета от 10.08.2000.

Übung 6. Schreiben Sie einen Brief an die Hamburger Universität und bitten Sie, das Informationsmaterial über Studienfinanzierung und über Stipendien mitzuteilen! Gebrauchen Sie folgende Vokabeln:

Die Anschrift des Absenders; die Anschrift des Empfängers; Betreff: Stipendien; Anrede; die Schulausbildung mit der Fachhochschulreife abschließen; ein Studium aufnehmen; zu diesem Zweck; sich interessieren; zur Verfügung stellen; die Schlußformel; die Unterschrift.

Übung 7. Beantworten Sie die Fragen.

1. Von wem wurde der Beruf geschrieben? 2. Wie ist der Wohnort des Absenders? 3. An wen wurde der Brief gerichtet? 4. Warum wollte die Dame ins Berufsleben zurückkehren? 5. Warum interessiert sie sich für die EDV-Kurse? 6. Worum bittet sie das Arbeitsamt? 7. Was steht unter der Betreffzeile?

Übung 8. Geben Sie den Inhalt des Briefes (Text I) wieder.

Übung 9. Geben Sie den Inhalt des Briefes (Text II) wieder.

Übung 10. Übersetzen Sie schriftlich folgende Briefe ins Russische.

а) Kurt Krause

Wresenstr. 10

12315 Potsdam

Arbeitsamt der Stadt Potsdam

Fr. Eberstr. 7

12315 Potsdam

Offene Stelle im Berufsleben Bauingenieur

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich stehe zur Zeit in einem ungekündigten Beschäftigungsverhältnis als Bauingenieur, möchte mich aber beruflich verändern.

Bitte, teilen Sie mir mit, ob Sie zur Zeit im Arbeitsamtsbezirk Potsdam offene Stellen für einen Bauingenieur haben und an welchen Fachberater ich mich dies bezüglich wenden kann.

Ich lege diesem Schreiben einen Lebenslauf bei, um Ihnen ein besseres Bild meiner Person und meines Leistungsprofils zu vermitteln. Bitte behandeln Sie dieses Schreiben vertraulich.

Mit freundlichen Grüßen

Kurt Krause

Anlage: Lebenslauf

b) Herbert Neubaum
Ringstr. 20
10099 Berlin

Versicherungsamt
Reinhardtstr. 7
10099 Berlin
Teilkündigung
Versicherungsnummer...

Sehr geehrte Damen und Herren,
hiermit kündige ich meine bestehende Fahrzeugvollversicherung zum nächst möglichen Termin. Gleichzeitig möchte ich Sie bitten, mir einen Antrag für eine Fahrzeugteilversicherung zu schicken und mir mitzuteilen, zu welchem Zeitpunkt eine Umstellung der Versicherung erfolgen kann.

Ich bedanke mich für Ihre Bemühungen und verbleibe

mit freundlichen Grüßen
Herbert Neubaum

Übung 11. Schreiben Sie einen Brief-Bewerbung um einen Ausbildungsplatz als Schlösser.

Уважаемые дамы и господа,
на бирже труда я узнал, что Вы ищете кандидата на место ученика для последующей работы на Вашем предприятии. Я хотел бы быть зачисленным на место ученика для получения профессии слесаря.

Мне 19 лет. Я закончил школу в мае 1996 г. Профессия слесаря мне интересна и будет доставлять удовольствие.

Я был бы рад получить приглашение на ознакомительную беседу.

С дружеским приветом

(подпись)

Vokabeln: das Arbeitsamt
der Auszubildende
die Realschule abschließen
das Vorstellungsgespräch
sich bewerben

DIALOG 1: EINE ANFRAGE WIRD VORBEREITET

M.-Müller

K. -Kusnezow

Moskau. Kusnezow ist Mitarbeiter der Firma RF-Export. Müller ist Vertreter der ausländischen Firma.

M.: Herr Kusnezow, ich habe eine Bitte an Sie.

K.: Ja, bitte. Worum geht es?

M.: Es geht um folgendes. Von unseren Kunden wird jetzt eine Anfrage vorbereitet. Die Kunden sind am Einkauf der Geräte Typ N. interessiert. Die Geräte stehen doch in Ihrem Exportprogramm, nicht wahr?

K.: Das stimmt. Diese Geräte werden von uns für den Export angeboten. Und welche Anzahl wird von Ihnen benötigt?

M.: Vorläufig beabsichtigen wir, 50 Stück zu bestellen.

K.: Eine solche Partie kann schon in diesem Jahr geliefert werden. Aber worin besteht eigentlich Ihre Bitte, Herr Müller?

M.: Für die Vorbereitung der Anfrage brauchen wir zusätzliche Informationen. Unter anderem interessieren uns die Preise für Einzelteile. Können Sie uns Spezifikationen zukommen lassen?

K.: Gewiß, das wird gemacht. Alle erforderlichen Unterlagen werden Ihnen unverzüglich übergeben.

M.: Danke.

Vokabeln zum Dialog 1

der Mitarbeiter,-s,-	сотрудник
die Bitte (an A)	просьба (к кому-либо)
interessiert sein (an D)	быть заинтересованным (в чем-либо)
zusätzlich	дополнительно
vorbereiten (auf, für A; zu D)	подготавливать (что-либо к чему-либо)
das Programm,-es,-e	программа
bestellen vt	заказывать
die Anzahl	некоторое число (количество)
benötigen	нуждаться (в чем-либо)
vorläufig	предварительно, временно
beabsichtigen vt	намереваться (что-либо сделать)
liefern vt (an A)	поставлять (что-либо кому-либо)
bestehen (a,a) (in D)	состоять, заключаться (в чем-либо)
die Vorbereitung (auf, für A; zu D)	подготовка, приготовление (к чему-либо)
das Einzelteil, -(e)s, -e	отдельная часть, деталь
die Spezifikation, -, en	спецификация
übergeben (D)	передать (что-либо кому-либо)
j-dem etwas zukommen lassen	доставить (что-либо кому-либо)

DIALOG 2: DARF ICH MICH VORSTELLEN?

S. – Sobolew

W. -Weiß

Köln. Herr Weiß, Geschäftsführer der deutschen Firma empfängt den Vertreter der Moskauer Firma.

S.: Darf ich mich vorstellen? Mein Name ist Sobolew. Ich bin Cheffingenieur bei der Moskauer Firma «Kosmos».

W.: Sehr angenehm! Weiß, Geschäftsführer der Firma «Ingo». Herr Sobolew, in welcher Angelegenheit kommen Sie?

S.: Ich bin beauftragt, direkte Geschäftskontakte mit ausländischen Firmen aufzunehmen.

W.: Ihre Firma ist ein Joint Venture?

S.: Nein, eine Aktiengesellschaft. Wir würden aber sehr gern ein Gemeinschaftsunternehmen gründen. Wir haben interessante Erfindungen in unserem Zweig, aber wir haben keine moderne Ausrüstung in unserem Werk, um sie in die Serienproduktion aufzunehmen. Was meinen Sie, könnten wir auf diesem Grund zusammenarbeiten?

W.: Also, Sie möchten mit unserer Firma zusammenarbeiten? Sagen Sie bitte, was wird in Ihrem Betrieb produziert? Und was können Sie zum Verkauf anbieten?

S.: Maschinen, Geräte und Anlagen für Flugzeugwerke.

W.: Sind Ihre Erzeugnisse auf dem Weltmarkt konkurrenzfähig?

S.: Ja, die Firma hat einen guten Ruf. Wir produzieren Ware von höchster Qualität. Unsere Erzeugnisse sind im In- und Ausland sehr gefragt. Und wir haben ein breites Sortiment.

W.: Wie sind Ihre Preise, wie sind die Lieferungsbedingungen und die Zahlungsbedingungen? Haben Sie vielleicht entsprechende Unterlagen mit?

S.: Bitte, hier sind unsere Kataloge und Prospekte. Machen Sie sich damit bekannt! Ich überlasse Ihnen diese Unterlagen, und Sie können sie gründlich studieren. Unsere Preise sind sehr günstig.

W.: Uns paßt Ihr Vorschlag, aber wir müssen ihn uns erst gründlich überlegen. Wissen Sie, solche Fragen kann nur der Vorstand unserer Firma entscheiden. Wo können wir Ihre Anlagen in Funktion sehen?

S.: Die Muster werden hier in Köln in einigen Tagen auf der Ausstellung vorgestellt werden. Und ich bin überzeugt – sie werden Erfolg haben.

W.: Ich hoffe es auch. Wir besuchen unbedingt die Ausstellung. Machen wir es so. In einem Monat werden der Prokurist und der stellvertretende Werkleiter unserer Firma in Moskau sein. Sie könnten dann auf diese Frage zurückkommen.

S.: Ja, wir könnten uns treffen und Verhandlungen in unserem Betrieb führen.

W.: Gut! Teilen Sie uns bitte Ihre Adresse, Ihr Fax und Ihr Telex mit. Hier ist meine Visitenkarte. Wir werden also eine Nachricht von Ihnen erwarten.

VOKABELN ZUM DIALOG 2

der Chefingenieur, -s, -e	главный инженер
die Angelegenheit, -, -en	дело
In welcher Angelegenheit... ?	По какому делу... ?
beauftragen vt (mit D)	поручать (кому-либо что-либо)
Ich bin beauftragt...	Мне поручено...
das Joint Venture	совместное предприятие
die Aktiengesellschaft, -, -en	акционерное общество
zusammenarbeiten vi	сотрудничать
in die Serienproduktion aufnehmen	принять в серийное производство
produzieren vt	производить
das Flugzeugwerk, -(e)s, -e	авиационный завод
zum Verkauf anbieten	предлагать к продаже
konkurrenzfähig	конкурентоспособный
von höchster Qualität	высшего качества
Die Firma hat einen guten Ruf	фирма имеет хорошую репутацию
Unterlagen pl	документация
passen vi (D)	подходить
der Vorstand, -es, -stände	здесь: совет
entscheiden (ie, ie)	решать
der stellvertretende Werkleiter	заместитель директора
in Funktion	в работе
zurückkommen (a, o) (auf A)	вернуться (к прежней теме)
die Visitenkarte, -, n	визитная карточка
sich überlegen (D)	обдумывать,
	(мысленно) взвешивать

DIALOG 3: WIR HABEN DAS SCHREIBEN NOCH NICHT ERHALTEN!

(Gespräch im «Haus von Hammer», Moskau)

Die beteiligten Personen: Herr Malachow – Chefingenieur einer russischen Firma; Herr Grabe – Mitarbeiter der deutschen Firmenvertretung in Moskau.

M.: Guten Tag, Herr Grabe. Ich habe nicht erwartet, Sie hier zu treffen! Sonst hätte ich Ihnen unser Schreiben persönlich überreicht.

G.: Worum geht es?

M.: Bei der Überprüfung des Vertrages Nr.749 stellten wir fest, daß gewisse Mengen nicht geliefert wurden. Gemäß vertraglicher Vereinbarung mußte die Ware am 10.11. geliefert werden. Heute ist schon der 15. November, und wir haben keine Ware und keine Nachricht von Ihnen. Das ist eine grobe Vertragsverletzung. Finden Sie nicht?

G.: Ja, das stimmt. Ich bitte um Entschuldigung. Wir haben Sie aber mit unserem Schreiben vom 20.10. über den Lieferzug informiert.

M.: Leider haben wir das Schreiben noch nicht erhalten. Wollen Sie mir gleich sagen, wann wir mit der Lieferung rechnen können?

G.: Ich kann Ihnen versichern, daß wir bis zum 20.11. ab Werk direkt diese Waren liefern.

M.: Danke im voraus. Es ist uns recht. Auf Wiedersehen.

G.: Ich bitte nochmals um Entschuldigung für den Lieferverzug. Auf Wiedersehen.

VOKABELN ZUM DIALOG 3

Sonst hätte ich Ihnen unser Schreiben persönlich überreicht.	Иначе я передал бы Вам письмо в руки (лично)
überreichen vt	передавать, вручать
die Überprüfung -, -en	(пере)проверка
feststellen	устанавливать, определять, констатировать
gemäß (D)	согласно, в соответствии
gemäß vertraglicher Vereinbarung	согласно договору
die Vertragsverletzung, -en	нарушение условий договора
gewisse	некоторые
der Lieferverzug, -s, -e	задержка поставок
das Schreiben, -s, -	письмо, послание, (официальная) бумага
ab Werk direkt	прямо с завода
termingerecht	установленный срок
rechnen (mit D)	здесь: считаться (с чем-либо)
einlagern	складировать, закладывать на хранение

LEKTION XI

ARTEN DER GESCHÄFTSBRIEFE

Деловые письма, в зависимости от намерений автора (от цели письма), делятся, как правило, на 15 типов.

1. Die Informationsanfrage

Это письмо, в котором автор запрашивает информацию о списке с именами и адресами возможных деловых партнеров. В немецком деловом языке это называется Firmennachweis (письмо-запрос информации о потенциальных деловых партнерах).

2. Anfrage

Оно адресуется какой-либо конкретной фирме. В этом случае автор письма хочет получить информацию о предложении возможного поставщика, а также о ценах и условиях поставки товара.

3. Angebot

Оно содержит данные о товарах (вид, количество, величина, размеры, цвет, качество), цене, сроках поставки, условиях поставки и платежа, а также условиях сделки.

4. Werbebrief

Рекламное письмо – это ни к чему не обязывающее приглашение, адресованное потенциальным клиентам, с целью заинтересовать их в покупке изделий товаров Вашей фирмы.

5. Nachfassbrief

В этом письме Вы напоминаете клиенту о своей фирме и своем предложении.

Vokabeln

das Angebot	предложение
die Nachfrage	спрос
der Preis, e	цена
-für	цена на товар
-pro	цена за тонну, кг
der Stückpreis	цена за штуку
der Nettopreis	нетто-цена
ab Werk	франко-завод
die Industrie- und Handelskammer	промышленно-торговая палата
die Brauerei	пивоваренный завод
der Lieferant, en	поставщик
der Jahresbedarf	годовой спрос (потребность)
unverbindlich	ни к чему не обязывающий
das Muster	образец
ausführlich	подробно
die Angaben	данные
die Lieferzeit	срок поставки
die Lieferbedingungen	условия поставки
die Zahlungsbedingungen	условия платежа
die Mitarbeiterin	сотрудница
die Rückfrage, n	запрос
wunschgemäß	по желанию
die Verpackung	упаковка
die Mehrwertsteuer	налог на добавочную стоимость
gültig	действительный
das Messgerät,e	измерительный прибор
anbieten (o,o) A	предлагать
das Spannungsmessegerät,e	вольтметр
zuzüglich	исключительно
die Anfrage,n	запрос
der Firmennachweis	письмо-запрос информации о потенциальных деловых партнерах
der Werbebrief	письмо-реклама
der Nachfassbrief	повторное письмо-предложение

TEXT I

KORRESPONDENZ ZUM THEMA: ANGEBOT

Anfrage

23.3.2000

Sehr geehrte Damen und Herren,

Ihre Adresse teilte uns die Industrie- und Handelskammer für München und Oberbayern mit.

Wir sind eine mittelständische österreichische Brauerei und suchen für unser geplantes neues Weißbier «LinzerWeiße» einen

Etikettenlieferanten.

Unser geschätzter Jahresbedarf liegt bei ca. 100000 Stück.
Bitte senden Sie uns so bald wie möglich ein unverbindliches
Angebot mit Mustern Ihrer Etiketten zu. Außerdem benötigen
wir ausführliche Angaben Lieferzeiten, Preise, Liefer- und
Zahlungsbedingungen.

Bei Rückfragen steht Ihnen unsere Mitarbeiterin Hermine
Brunnauer gern zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

Bärenbräu AG

Übersetzen Sie den Text I schriftlich ins Russische.

TEXT II

KORRESPONDENZ ZUM THEMA: ANGEBOT

Telefax

An: Heinrich Lasch GmbH

Herrn Klein

fax: 0711/13001331

Von: Dieter Weise/Vertrieb

Datum: 16.4.2000

Anzahl der Seiten: 1

Angebot

Sehr geehrter Herr Klein,

Wunschgemäß bieten wir Ihnen an:

- Spannungsmessgerät	ALPHA	141028
DM 147, -		
- Akkumulator	AS	170628
DM 773, -		
- Messgerät	OPTICA	220155
DM 695, -		

Alle Preise sind Nettopreise und verstehen sich ab Werk
zuzüglich Mehrwertsteuer und Verpackung.

Lieferzeit: ca 3 Wochen nach Auftragseingang.

Zahlung: Netto innerhalb von 30 Tagen Unser Angebot ist gültig
bis 31.7.2000

Über einen Auftrag von Ihnen würden wir uns sehr freuen.

Mit freundlichen Grüßen

DOPS Messtechnik GmbH

Dieter Weise

Übungen

Übung 1. *Übersetzen Sie den Text II schriftlich ins Russische.*

Übung 2. *Übersetzen Sie die Wörter und Wortgruppen ins Russische.*

Die Preise verstehen sich ab Werk; zuzüglich Mehrwertsteuer und Verpackung; 3 Wochen nach
Auftragseingang; gültig sein; die Lieferzeit; sich über einen Auftrag freuen; ein mittelständiges Unternehmen;

der Etikettenlieferant; die Muster der Etiketten; Angaben benötigen; zur Verfügung stehen; so bald wie möglich; etw. zusenden.

Übung 3. Bilden Sie Sätze mit den vorstehenden Wörtern und Wortgruppen.

Übung 4. Übersetzen Sie die Wörter und Wortgruppen ins Deutsche:

Сообщать адрес; искать поставщика; выслать предложение; нуждаться в подробных данных; при запросе; запрос; согласно желанию; в течение 30 дней; после поступления заказа.

Übung 5. Übersetzen Sie ins Deutsche.

Письмом-предложением поставщик (der Lieferer) отвечает на письмо-запрос. Отвечая на запрос, он благодарит за проявленный интерес и прилагает прейскурант, каталоги, образцы. Ответ на запрос должен содержать ответы на все вопросы клиента. Отвечая на вопросы, следует дать точное описание товара. При определении цены указываются возможности скидки. Решается вопрос расходов по упаковке и транспортных расходов, времени поставки и оплаты.

Übung 6. Setzen Sie das richtige Wort ein.

1. Wir suchen für unser ... Unternehmen einen Etiketten 2. Senden Sie uns ein unverbindliches ... mit Mustern zu. 3. Außerdem ... wir ausführliche Angaben über 4. Bei ... steht Ihnen unsere Mitarbeiterin zur Verfügung.

5. Wir ... Ihnen unsere Messgeräte 6. Alle Preise verstehen sich ab 7. Unser Angebot ist bis 31.7.2000 8. Über einen ... von Ihnen würden wir uns sehr freuen.

Übung 7. Geben Sie den Inhalt der Texte I und II wieder.

Übung 8. Schreiben Sie einen Brief-Anfrage! Gebrauchen Sie folgende Vokabeln:

Ihre Adresse mitteilen; ein mittelständisches Unternehmen; der Jahresumsatz; interessiert sein an D.; zusenden; das Angebot; die Muster der Waren; ausführliche Angaben mitteilen

Übung 9. Geben Sie den Inhalt des Briefes wieder. Schreiben Sie einen Brief-Angebot und gebrauchen Sie folgende Vokabeln:

Anbieten; Qualitätswaren; die Preise angeben; die Liefer- und Zahlungsbedingungen; der Rabatt; bei bestimmter Warenmenge; die Transportkosten übernehmen; sich freuen; der Auftrag

DIALOG 1: IM AUSSTELLUNGSSTAND EINER FIRMA

Moskau. Ausstellung im Park «Sokolniki».

Beteiligte Personen: Antonow – stellvertretender Direktor einer russischen Importfirma; Bauer, Hartmann – Mitarbeiter der Vertretung einer deutschen Firma in Moskau.

B.: Herr Antonow, darf ich Sie bekanntmachen: Herr Hartmann – Herr Antonow.

H.: Wir kennen uns bereits.

A.: Ja, Herr Hartmann. Jetzt erinnere ich mich auch. Wir haben uns auf der Leipziger Messe kennengelernt, nicht wahr? Als der Vertrag über Spezialmotoren unterzeichnet wurde.

H.: Eben.

B.: Herr Antonow, wir möchten Sie einen Augenblick sprechen. Wir werden Sie nicht lange aufhalten.

A.: Aber bitte. Ich habe genug Zeit.

H.: Wir beabsichtigen, Ihnen unser Angebot über optische Geräte X zu unterbreiten.

A.: Ein Richtangebot also?

H.: Ja, und dieses Angebot ist schon vorbereitet. Wir möchten es Ihnen übergeben.

A.: Ist gut. Ich werde das Angebot an unseren Kunden weiterleiten. Im Moment aber kann ich nichts Bestimmtes sagen, weil das Gerät auf unserem Binnenmarkt noch nicht bekannt ist.

B.: Ja, das ist unsere Neuheit. Aber wir sind der Meinung, daß die Geräte Ihren Kunden zusagen werden, weil sie dem Weltniveau entsprechen. Außerdem sind die Liefer- und Zahlungsbedingungen sehr günstig. Ich brauche nicht weiter unsere Geräte anzupreisen.

A.: Selbstverständlich wird die Offerte aufmerksam geprüft werden.

B.: Ja, wir bitten Sie, das Angebot zu prüfen und uns so bald wie möglich über das Ergebnis zu informieren.

VOKABELN ZUM DIALOG 1

sich erinnern (an D, G)

помнить, вспоминать
(о чем-либо)

aufhalten (ie, a) vt	здесь: задерживать, отнимать
beabsichtigen vt	время
das Richtangebot	намереваться (что-то сделать)
weiterleiten vt	ориентировочное предложение
im Moment	передавать, переправлять дальше
der Binnenmarkt (e)s, -e	в настоящее время
zusagen (D) vi	внутренний рынок
entsprechen (a, o) vt	подходить кому-либо, нравиться
das Weltniveau [-nivo:]	соответствовать
günstig	мировой уровень
anpreisen vt	благоприятный
j-n in Anspruch nehmen	хвалить, рекламировать
	отнимать у кого-либо время

DIALOG 2: WANN KÖNNEN WIR MIT DER ENDGÜLTIGEN ANTWORT RECHNEN?

Die Vertretung der deutschen Firma in Moskau.

A.-Antonow

H. – Hartmann

A.: Guten Tag, Herr Hartmann!

H.: Guten Tag, Herr Antonow, ich möchte Sie an unser Angebot erinnern. Was können Sie zu unserem Angebot sagen? Es ist sicher schon geprüft?

A.: Ja, ich muß um Entschuldigung bitten. Wir haben die Antwort ein wenig verzögert, weil wir erst gestern den Bescheid von unseren Kunden bekommen haben.

H.: So. Ist unser Angebot akzeptiert oder abgelehnt?

A.: Die Kunden haben das Angebot akzeptiert. Ich meine die technische Seite. Die kaufmännischen Bedingungen müssen aber noch überprüft werden.

H.: Es ist Ihr gutes Recht, Herr Antonow, aber ich kann Ihnen im voraus sagen, daß unsere Preise den Weltmarktpreisen entsprechen. Wann können wir also mit einer endgültigen Antwort rechnen?

A.: Ich glaube, in ein paar Tagen ist schon alles erledigt.

VOKABELN ZUM DIALOG 2

endgültig	окончательный
erinnern (an D)	напоминать (кому-либо о чем-либо)
verzögern vt	затягивать (дело, поставку)
Bescheid bekommen	получать ответ
akzeptieren vt	принимать, считать приемлемым
die Bedingung -, en	условие
zu den Bedingungen	на условиях
rechnen (mit D)	считаться (с чем-либо), рассчитывать на что-либо, принимать в расчет что-либо
erledigen vt	разрешать, улаживать, заканчивать
im voraus sagen	сказать заранее

DIALOG 3: KÖNNEN SIE UNS EIN ANGEBOT FÜR FÜNF MASCHINEN UNTERBREITEN?

Moskau. Russische Aktiengesellschaft. Herr Weidner – Vertreter der deutschen Firma. Herr Frolow – Angestellter der Aktiengesellschaft.

W.: Darf ich mich vorstellen? Weidner, Vertreter der deutschen Firma «Kollins» in Koburg.

F.: Ich bin froh, Sie kennenzulernen. Frolow, Abteilungsleiter. Nehmen Sie bitte Platz, Herr Weidner. Welche Angelegenheit führt Sie zu uns?

W.: Herr Frolow, mir ist Ihre Aktiengesellschaft gut bekannt, darum habe ich eine konkrete Frage an Sie. Können Sie uns ein Angebot für 5 Werkzeugmaschinen Typ MX erteilen? Und zu welchen Bedingungen?

F.: Ja. Im Moment sind wir in der Lage, Ihnen 5 Maschinen dieses Typs zu liefern. Die Richtpreise sind in der Preisliste angegeben. Wir können Ihnen die Preisliste übersenden. Das ist unser Renner.

W.: Wir bitten Sie auch, Preise für Maschinen, Automatisierungsmittel, Ersatzteile und Verpackung getrennt anzugeben.

F.: Das haben wir in der Preisliste vorgesehen. Sie interessieren sich wohl für die Lieferfristen? Wir können die Maschinen innerhalb von 3 Monaten nach Vertragsabschluß liefern.

W.: Und wie sind die Zahlungsbedingungen?

F.: Die Zahlung erfolgt aus einem unwiderruflichen Akkreditiv, das bei der X-Bank eröffnet wird. Die Hälfte der Auftragssumme wird gegen Vorlage der Versandbereitschaftsmeldung gezahlt und die andere Hälfte innerhalb von 30 Tagen nach dem Eintreffen der Ware.

W.: Schön, aber vorher möchten wir unsere Fachleute mit dem Modell vertraut machen. Wir möchten Sie auch bitten, uns Kataloge und technische Unterlagen in 3facher Ausfertigung möglichst in deutscher Sprache zu übersenden.

F.: Das tun wir. Wir haben unsere Kataloge auch in deutscher Sprache.

VOKABELN ZUM DIALOG 3

in 3facher Ausfertigung	в трех экземплярах
die Werkzeugmaschine -, n	станок
Lieferfristen pl.	сроки поставки
wir sind in der Lage...	мы в состоянии...
Die Zahlung erfolgt...	оплата производится
vorsehen vt	предусматривать
übersenden vt	пересылать
innerhalb von 3 Monaten	в течение трех месяцев
möglichst	по возможности
der Renner,-s	ходовой товар

LEKTION XII

AUFTRAG

В практике существуют два пути совершения торговой сделки:

а) запрос → предложение → заказ + подтверждение заказа (в случае предложения без обязательств или заказа устно – по телефону или телеграфу) → поставка + оплата. Обычно это одноразовая, небольшая сделка;

б) заключение договора, контракта при личном участии договаривающихся сторон. Как правило, это долговременное соглашение на закупку и сотрудничество.

Заказы могут производиться устно (при личной встрече или по телефону) и письменно (в форме делового письма). Устный заказ обычно подтверждается письмом фирмы-поставщика (письмо-подтверждение – Auftragsbestätigung).

Если заказ включает условия, отличающиеся от условий предложения, то сделка заключается только тогда, когда с новыми условиями согласен поставщик.

Письмо-заказ имеет следующую структуру:

1. Ссылка на предложение, прейскурант, объявление в газете или другой источник (Bezug auf das Angebot, die Preisliste, die Zeitungsanzeige, die Empfehlung, den Vertreterbesuch etc.).

2. Вид и качество заказываемого товара, его количество и цена (Art und Güte der gestellten Ware, ihre Menge und Preis).

3. Сроки и способ поставки (Zeit und Weg der Lieferung).

4. Вид оплаты (Art der Bezahlung), упаковки (Verpackung).

5. Особые пожелания (Sonderwünsche): право возврата (Rücksendungsrecht) и др.

TEXT I

DER AUFTRAG

		Bankhaus Friedrich Bauer AG
Bankhaus F. Bauer AG. Postfach 294, 6100 Darmstadt		
Gebr. Winkelmann Werbemittel Rothschildallee 104 600 Frankfurt 1		
Ihr Zeichen, Darmstadt, 5 Okt. 200..	Unser Zeichen, 1425	Durchwahl
me-ha		
Bestellung		
Sehr geehrte Damen und Herren,		
wir danken Ihnen für Ihr Angebot. Entsprechend Ihrer Mustersendung bestellen wir: 200 Brieftaschen, Nr. 5714, schwarz, mit Prägedruck auf der linken Innenseite: Bankhaus Friedrich Bauer AG. Preis ... DM pro Stück,		
200 Geldbörsen, Nr. 3271, schwarz mit Prägedruck oben auf der linken Innenseite. Liefere Sie bitte diese Waren binnen vier Wochen frei Haus. Laut Ihrem Angebot bei Bezahlung innerhalb zweier Wochen nach Wareneingang ziehen wir 2 % Skonto vom Warenwert ab.		
Mit freundlichen Grüßen Bankhaus Friedrich Bauer AG Ppa. (Unterschrift)		

VOKABELN

entsprechend (D)	в соответствии
die Brieftasche -, n	бумажник
die Geldbörse -, n	кошелек
der Prägedruck (e)s, e	эмблема
die Innenseite -, n	внутренняя сторона
der Wareneingang (e)s, e	поступление товара
der Warenwert (e)s, e	стоимость товара
abziehen vt	вычитать, удерживать

ÜBUNGEN

Übung 1. Antworten Sie auf die Fragen zum Text.

1. Wer ist der Absender der Bestellung? 2. Was bestellt das Bankhaus Friedrich Bauer AG? 3. Welche Lieferfristen werden angegeben? 4. Wie ist die Art der Lieferung? 5. An wen wird die Bestellung geschickt? 6. Wofür dankt der Absender der Bestellungen der Firma? 7. Wie hoch ist der Skonto? Und zu welcher Bedingungen?

Übung 2. Übersetzen Sie ins Russische.

1. Bitte gewähren Sie uns drei Monate Zeit. 2. Erheben Sie bitte den Rechnungsbetrag durch Nachnahme. 3. Wir sind damit einverstanden, daß Sie einen Wechsel auf uns ziehen. 4. Wir bezahlen 30 Tage nach Erhalt Ihrer Rechnung. 5. Sollte uns die Qualität nicht zusagen, werden wir Ihnen die Ware zurücksenden. 6. Sorgen Sie bitte für eine neutrale Verpackung, da 7. Wir bitten um Auftragsbestätigung. 8. Ich erwarte die Sendung noch bis ... als Eilgut. 9. Wir holen die Waren am ... mit unserem LKW ab. 10. Die Sendung muß spätestens am ... bei uns sein.

Übung 3. Finden Sie die passende Äquivalente zu den Sätzen des ersten Teils der Übung aus dem Teil II.

I. 1. Благодарю Вас за Ваше предложение и заказываю 2. На основе Вашего предложения я заказываю следующие товары. 3. Мы проверили присланные нам образцы и заказываем для немедленной поставки в соответствии с Вашим предложением от... . 4. Просим срочное подтверждение и данные прежнего срока поставки. 5. Если Вы не можете поставить товар до ..., прошу Вас срочно сообщить об этом. 6. Необходима тщательная упаковка. 7. Страховка обеспечивается нами ... и покрывает все риски («от двери до двери»).

II. 1. Können Sie die Ware nicht bis ... liefern, bitte ich Sie um sofortige Benachrichtigung. 2. Die Versicherung wird von uns gedeckt... und ist von Haus zu Haus abzuschließen. 3. Wir bitten um prompte Bestätigung und Angaben des frühesten Liefertermins. 4. Ich danke Ihnen für Ihr Angebot und bestelle 5. Sorgfältige Verpackung ist unbedingt erforderlich. 6. Wir haben die uns zugesandten Muster geprüft und bestellen zur sofortigen Lieferung entsprechend Ihrem Angebot vom 7. Aufgrund Ihres Angebots bestelle ich folgende Artikel... .

Übung 4. Übersetzen Sie folgenden Geschäftsbrief aus dem Deutschen ins Russische.

Firma...

Usiewitscha ul. 17

1103045

10.05.200...

Sehr geehrte Herren!

Wir besuchten letzte Woche Ihren Stand auf der Leipziger Messe und erfuhren dabei von Ihrem Vertreter Herrn Bobrow, daß Sie auch Spezialanfertigungen übernehmen.

Wir benötigen bis spätestens 1.09.200... eine vollautomatische Maschine nach beiliegender Zeichnung. Bitte teilen Sie uns mit, ob Sie diese Maschine bis zu diesem Termin herstellen und liefern können. Für die Mitteilung des Preises und Ihrer Verkaufsbedingungen sind wir Ihnen im voraus dankbar.

Wegen Informationen über unsere Firma wenden Sie sich bitte an die Firma «Argo», von der wir schon mehrere Maschinen bezogen haben, oder an die Deutsche Bank in Nürnberg.

Mit freundlichen Grüßen.

VOKABELN

erfahren (u,a) vt	узнавать
Spezialfertigungen übernehmen	принимать специальные заказы
benötigen vt	нуждаться (в чем-либо)
bis spätestens	самое позднее
vollautomatisch	полностью автоматизированный
nach beiliegender Zeichnung	по прилагаемому рисунку
bis zu diesem Termin	до этого срока
herstellen	производить
liefern	поставлять (товар)
die Verkaufsbedingung	условие продажи
im voraus	заранее

sich wenden (an A)
wegen Informationen über ...
beziehen (o,o) von

обращаться (к кому-либо)
за информацией о ...
покупать, закупать

DIALOG 1: WIR HABEN SCHON AUFTRÄGE AUF DIESE MASCHINEN

N. – Nowikow

B. – Bauer

N.: Herr Bauer, dem Novemberheft Ihrer Zeitschrift haben wir entnommen, daß Sie die automatische Fräsmaschine Modell A in die Serienproduktion aufnehmen wollen. Haben Sie schon ausführliche illustrierte Kataloge für die neue Maschine?

B.: Kataloge und technische Unterlagen befinden sich jetzt im Druck. Wir können sie Ihnen Anfang nächsten Monats übersenden.

W.: Wir sind an der Lieferung von 3 Maschinen interessiert, wenn die Preise uns zusagen.

B.: Richtpreise finden Sie in der Preisliste, die wir Ihnen mit technischen Unterlagen zusenden. Ich hoffe, unsere Bedingungen werden Ihnen zusagen, und wir können Ihnen ein Festangebot erteilen.

W.: Aber, Herr Bauer, unsere Kunden sind daran interessiert, daß die Fräsmaschinen schon Anfang des kommenden Jahres geliefert werden. Wäre das möglich?

B.: Wenn Sie sich früher an uns gewandt hätten! Ich befürchte, das ist nicht mehr möglich. Wir haben schon Aufträge auf diese Maschinen. Die Lieferung kann erst im 3. und 4. Quartal des nächsten Jahres vorgenommen werden.

W.: Das wird unsere Kunden nicht erfreuen. Ich hoffe doch, daß Sie wenigstens im 3. Quartal die bestellten Maschinen liefern können. Das würde der äußerste Termin sein. Wir werden Ihnen den Auftrag schon morgen schicken.

B.: Herr Nowikow, wir setzen alles daran, um Ihnen entgegenzukommen. Aber es wird sich nur um das 2. Halbjahr des nächsten Jahres handeln.

N.: Ich muß diese Angelegenheit in meiner Firma beraten. Da können wir auch andere Details unseres Geschäftes besprechen. Ich danke Ihnen für die Information, Herr Bauer.

B.: Wir hoffen, daß unser Geschäft getätigt werden wird. Wir haben gute Geschäftsverbindungen mit Ihrer Firma und sind bereit, sie auch weiter auszubauen. Auf Wiedersehen, Herr Nowikow.

VOKABELN ZUM DIALOG 1

entnehmen vt (D)	брать, заимствовать (из чего-либо)
die Fräsmaschine, -n in die Serienproduktion aufnehmen	фрезерный станок принимать в серийное производство
ausführlich im Druck	исчерпывающий в печати (в производстве)
übersenden vt	пересылать
interessiert sein (an D)	быть заинтересованным (в чем-либо)
der Richtpreis, -s, -e die Preisliste, -n	ориентировочная цена прейскурант
der Auftrag auf... (A)	заказ на ...
das Quartal, -s, -e	квартал
erfreuen vt	радовать, порадовать
wenigstens	по крайней мере
der äußerste Termin	крайний срок
beraten vt	обсуждать
ausbauen vt	расширять связи
Geschäftsverbindungen pl	деловые связи

Dialog 2: Ist was dazwischen gekommen?

K. – Herr Kunze

B. – Herr Burzew

Moskau, Krasnopresnenskaja Kai. Haus des internationalen Handels.

K.: Herr Burzew, guten Morgen! Sie kommen wie gerufen.

B.: Guten Morgen! Ich stehe Ihnen zur Verfügung.

K.: Herr Burzew, ich möchte Ihnen sagen, daß wir Ihnen nach Prüfung Ihren Angebots einen Auftrag über Transportmaschinen zugesandt haben.

B.: Wir haben ihn erhalten. Es tut uns leid, aber wir müssen Ihnen einen abschlägigen Bescheid geben.

K.: Wieso? Ist was dazwischen gekommen?

B.: Ihr Auftrag ist etwas verspätet. Wir sind schon vertraglich voll gebunden. Ihren Auftrag zur Lieferung von Transportmaschinen haben wir aber für das kommende Jahr vorgemerkt.

K.: Aber Herr Burzew, wir benötigen die Maschinen dringend. Ich hoffe, daß Sie Ihre Entscheidung noch einmal überprüfen können. Ich bitte um Ihr Verständnis.

B.: Ich bemühe mich, etwas für Sie zu tun. In zwei bis drei Tagen gebe ich Ihnen Bescheid.

K.: Danke sehr.

VOKABELN ZUM DIALOG 2

zusenden vt

направлять

Es tut uns leid.

нам очень жаль

dazwischen kommen

мешать

etwas vormerken

намечать что-либо

dringend

срочно

benötigen vt

нуждаться в чем-либо

überprüfen vt

перепроверять

Ich bitte um Ihr Verständnis!

Прошу Вас понять!

der abschlägige Bescheid

отрицательный ответ

die Entscheidung

решение

sich bemühen

постараться

WIDERRUF EINES AUFTRAGS

Если заказчик в силу определенных обстоятельств хочет отозвать (stornieren) свой заказ, то при телефонном или телеграфном аннулировании заказа необходимо его письменное подтверждение – письмо-отзыв заказа (Widerruf der Bestellung).

Письмо отзыв заказа имеет следующую структуру.

1. Указание на сделанный заказ (Hinweist auf die erteilte Bestellung).
2. Обоснование отзыва (Begründung des Widerrufs).
3. Извинение (Entschuldigung) и выражение надежды на дальнейшие заказы (Hoffnungsausprägung auf spätere Bestellungen).

TEXT II

WIDERRUF

Max Köhler & Co Elektrogroßhandel

Max Köhler & Co. Postfach 25 5880 Lüdenscheid

Sieber-
Werke

Hafenstr. 5
4600 Dortmund

Ihr Zeichen	Unser Zeichen	Durchwahl
	Lüdenscheid	
Ihre Nachricht vom	Unsere Nachricht vom	2241 4. Mai.
200...		
m-k 15.04. ...	0.303.200...	
Betr.: Widerruf unserer Bestellung über Heizspiralen		
Sehr geehrte Damen und Herren,		
mit unserem Telegramm «Heizspiralen nicht liefern» haben wir unsere gestrige Bestellung über 500 Stück la Chromnickel – Heizspiralen, 700 Watt, 220 Volt, zu ..., ... DM je Stück, widerrufen.		
Leider mußten wir die Bestellung zurückziehen, weil der Kunde, der diesen Posten bestellt hatte, gestern abend seine Bestellung in die gleiche Menge Spiralen, 500 Watt, 220 Volt, änderte. Von dieser Sorte haben wir jedoch noch genug auf Lager, so daß unsere Bestellung hinfällig geworden ist.		
Unserem Kunden wollen wir gern entgegenkommen, weil er regelmäßig große Mengen abnimmt. Bitte haben Sie Verständnis für unser Verhalten.		
Hoffentlich können wir Sie schon recht bald durch eine neue Bestellung entschädigen.		
Mit freundlichen Grüßen		
Max Köhler & Co		
(Unterschrift)		
Cornelia Otterbein		

Vokabeln

die Heizspirale	нагревательная спираль
zurückziehen vt	отменять, снимать (заказ)
der Posten	партия товара
in die gleiche Menge	в равное количество
auf Lager	на складе
hinfällig	здесь: несостоятельный
entgegenkommen	идти навстречу
regelmäßig	здесь: как правило, обычно
entschädigen	возмещать (кому-либо)
das Verständnis	понимание
das Verhalten	поведение

ÜBUNGEN

Übung 1. Übetzetzen Sie ins Russische.

1. Unsere Bestellung vom ... können wir leider nicht aufrechterhalten.
2. Wir bestellten ... am...; dabei ist uns leider ein Fehler unterlaufen.
3. Es tut uns leid, aber wir müssen die Bestellung stornieren.
4. Unerwartet eingetretene Umstände veranlassen uns heute, Sie zu bitten unseren Auftrag Nr.... zu stornieren.
5. Da unser Kunde uns soeben per Fax mitgeteilt hat, daß die Maschine nicht mehr benötigt wird, bleibt uns keine andere Wahl, als unsere Bestellung zu widerrufen.
6. Wir sind leider nicht in der

Lage, die Ware anderweitig abzusetzen. 7. Durch kurzfristige Umstellung unserer Produktion können wir das bestellte Material nicht mehr verwenden. 8. Leider hat sich unser Bedarf geändert. 8. Infolge unvorhergesehener Umstände sind wir leider gezwungen, unseren Auftrag vom ... zu widerrufen. 9. Wir bedauern, aber die Ware hat uns nicht zufriedengestellt. 10. Wir bedauern Ihnen mitteilen zu müssen, daß unser Kunde zahlungsunfähig geworden ist. Daher... 11. Wir möchten uns bei Ihnen für... entschuldigen. 12. Wir versprechen Ihnen, daß wir uns bei späterem Bedarf an Sie wenden werden. 13. Wir werden Sie bald durch eine neue Bestellung entschädigen. 14. Sie können bei anderer Gelegenheit mit einem Auftrag rechnen.

Übung 2. Finden Sie passende Äquivalenten aus dem Teil II zu den Sätzen des ersten Teil der Übung.

I. 1. Мы рады Вашему заказу от ... 2. Мы зарегистрировали присланный нам заказ, за который мы Вас благодарим, следующим образом...

3. Товар отправляется Вам авиагрузом ... (дата). 4. Мы сообщим Вам, как только груз будет готов к отправке. 5. Мы выполним Ваш заказ с особой тщательностью. 6. Мы будем точно соблюдать Ваши указания (рекомендации). 7. Мы надеемся, что этот первый заказ повлечет за собой новые торговые сделки и продолжительные деловые связи.

II. 1. Die Sendung geht am ... als Luftfrachtgut an Sie ab. 2. Wir hoffen, daß dieser Erstauftrag zu weiteren

Geschäftsabschlüssen und zu einer dauerhaften Geschäftsverbinduna führen wird. 3. Wir werden Sie

benachrichtigen, sobald die Sendung versandbereit ist. 4. Wir werden Ihren Auftrag mit der größten Sorgfalt

ausführen. 5. Wir werden Ihre Anweisungen genau beachten. 6. Über Ihren Auftrag vom ... haben wir uns sehr gefreut.

7. Wir haben den uns erteilten Auftrag, für den wir bestens danken, wie folgt vorgemerkt...

Übung 3. Finden Sie passende Übersetzungen zu den Sätzen des ersten Teils der Übung aus dem Teil II.

I. 1. Unerwartet eingetretene Umstände veranlassen uns heute, Sie zu bitten, unseren Auftrag Nr.... zu

stornieren. 2. Infolge unvorhergesehener Umstände sind wir leider gezwungen, unseren Auftrag vom ... zu widerrufen.

3. Da unser Kunde uns soeben fernschriftlich mitgeteilt hat, daß die Maschine nicht mehr benötigt wird, bleibt uns keine andere Wahl, als unsere Bestellung zu widerrufen. 4. Wir hoffen, Sie bald durch Erteilung eines anderen Auftrags für die Ihnen entstandenen Unannehmlichkeiten entschädigen zu können.

II. 1. Вследствие непредвиденных обстоятельств, мы вынуждены, к сожалению, отменить наш заказ от... 2. Так как наш клиент только что сообщил нам по телетайпу, что не нуждается больше в машине, нам не остается другого выбора, как отказаться от нашего заказа. 3. Неожиданно наступившие обстоятельства вынудили нас сегодня просить Вас аннулировать наш заказ №... 4. Мы надеемся, что вскоре сможем возместить причиненный Вам ущерб высылкой другого заказа.

Übung 4. Übersetzen Sie aus dem Deutschen ins Russische die folgende Auftragsbestätigung.

Auftragsbestätigung №...

Sehr geehrter Herr Klein,

besten Dank für Ihre Bestellung vom 18.01.200..., die wir wie folgt notiert haben:

50 Stereo-Radios	US \$... pro Gerät
50 Auto-CD-Player	US \$;... pro Gerät
50 (Uhren)-Radiorecorder CR	US \$... pro Gerät

Zahlungsbedingungen: Unwiderrufliches und bestätigtes
Dokumentenakkreditiv
Versand: Innerhalb von 14 Tagen nach Eingang der
Akkreditivbestätigung.

Die Verpackung der Geräte erfolgt in Holzkisten, die mit
bituminiertem Papier ausgeschlagen und mit Stahlbandumreifung
versehen sind.

Sie können versichert sein, daß wir den uns erteilten Auftrag mit
größter Sorgfalt ausführen werden.

Mit freundlichen Grüßen
Bauer Electronic GmbH
p.p. Schmitt i.A. Lauer

VOKABELN

der Versand	отправка, отгрузка
die Holzkiste	деревянный ящик
ausschlagen (mit D)	обивать, обшивать (чем-либо)
bituminiertes Papier	битумная бумага
die Stahlbandumreifung	стальной ленточный бандаж
versichert sein	быть уверенным
die Sorgfalt	тщательность, добросовестность
Auto-CD-Player	автомашины

DIALOG 1: UNSERE FIRMA HAT IHRE BESTELLUNG BESTÄTIGT

A. – Herr Amosow.

B. – Herr Brandt

A.: Herr Brandt, es freut mich, Sie bei uns im Büro zu begrüßen. Guten Tag!

B.: Guten Tag, Herr Amosow.

A.: Herr Brandt, ich möchte Ihnen sagen, daß unsere Firma Ihre Bestellung bestätigt hat.

B.: Ich danke Ihnen für eine so prompte Erledigung dieser Angelegenheit.

A.: Es war auch in unserem Interesse, die Bestellung so schnell wie möglich zu bestätigen. Wir hoffen, daß Sie mit der Änderung der Lieferzeit einverstanden sein werden.

B.: Herr Amosow, und wie steht es mit unserem Auftrag vom 20. Dezember? Wir haben von Ihnen noch keine Antwort erhalten.

A.: Ich muß Ihnen sagen, daß wir ohne verbindliche Mitteilung über die Akkreditiveröffnung mit der Ausführung Ihres Auftrags nicht beginnen können.

B.: Ich veranlasse die Eröffnung des Akkreditivs und gebe Ihnen sofort Bescheid.

A.: Teilen Sie dies möglichst bald mit. Ich gebe Ihnen unsere neue Rufnummer, sie hat sich geändert. Bitte, notieren Sie 287463. Ich warte auf Ihren Anruf. Auf Wiedersehen!

B.: Auf Wiedersehen, Herr Amosow. Ich rufe Sie morgen an.

VOKABELN ZUM DIALOG 1

die Erledigung dieser Angelegenheit	решение этого дела
die Änderung der Lieferfrist	изменение срока поставки

die verbindliche Mitteilung	сообщение, имеющее обязательную силу
die Akkreditiveröffnung	открытие аккредитива
die Ausführung des Auftrags	исполнение заказа
veranlassen (ie, a) vt	распорядиться (о чем-либо)
Bescheid geben	сообщать

DIALOG 2: LEIDER HABEN WIR EINE PROFORMA-RECHNUNG NICHT ERHALTEN

B. – Herr Burow

H. – Herr Herder

B.: Herr Herder, ich möchte Sie an unser letztes Telefongespräch erinnern. Ich erwarte Ihre Auftragsbestellung in den nächsten Tagen. Und auch eine vierfache Proforma-Rechnung, davon eine Ausfertigung in DM-Preisen, wenn es möglich ist.

H.: Sie ist schon in Arbeit, und ich hoffe, daß die Proforma-Rechnung Ihren Wünschen entspricht.

B.: Danke. Und noch ein Problem. In unserem Schreiben vom 1.01.200... hatten wir Sie gebeten, uns eine Proforma-Rechnung über Verpackungsmaschinen zu übersenden. Leider haben wir bis jetzt keine erhalten.

H.: Wir bedauern sehr, Herr Burow, aber wir waren mit Ihrem Vorschlag nicht in allen Punkten einverstanden. Jetzt ist aber alles geklärt.

B.: Das freut mich. Berücksichtigen Sie bitte bei der Proforma-Rechnung folgende Angaben: Lieferbasis, kürzester Liefertermin (das ist sehr wichtig für uns) und Porto- und Verpackungskosten.

H.: Gut. Das machen wir.

B.: Und was die Zahlungsbedingungen betrifft, so ...

H.: Verzeihen Sie bitte. Ich denke, daß die Zahlung vor allem zu den gesetzlich vorgeschriebenen Bedingungen zu erfolgen hat.

B.: Ich habe nichts dagegen.

H.: Nach den gesetzlichen Bestimmungen berechnen wir bei verspäteter Zahlung Verzugszinsen.

B.: Selbstverständlich.

VOKABELN ZUM DIALOG 2

die Proforma-Rechnung	проформа-счет (предварительный счет)
erinnern (an A)	напоминать (кому-либо о чем-либо)
die Ausfertigung	экземпляр
berücksichtigen	принимать во внимание
was die Zahlungsbedingungen betrifft...	что касается условий
vor allem	оплаты
...zu erfolgen hat	прежде всего
bei verspäteter Zahlung	должно выполняться при запоздалой оплате
Verzugszinsen	проценты за просрочку (оплаты)

ABKÜRZUNGEN

Abs.	Absender, Absatz	отправитель, абзац
Abt.	die Abteilung	отдел
Art.	der Artikel	артикул, товар
bfn.	brutto für netto	брутто за нетто
btto.	brutto	брутто
d.h.	das heißt	то есть
div.	diverse	различные
d.J.	dieses Jahr	в этом году
d.M.	diesen Monat	в этом месяце
Dtzd.	Dutzend	дюжина
einschl.	einschließlich	включая
etc.	et cetera	и так далее
evtl.	eventuell	возможно, при случае
exkl.	exklusive	исключая
fr.	frei, franko	франко
i.G.	im Ganzen	в целом
inkl.	inclusive	включая
i.V.	in Vollmacht	по уполномочию
–	in Vertretung	за (перед подписью)
k.J.	kommendes Jahr	в будущем году
k.M.	kommenden Monat	в будущем месяце
k.W.	kommende Woche	на будущей неделе
l.J.	laufenden Jahres	в текущем году
l.M.	laufenden Monats	в текущем месяце
lfd.	laufend	текущий
m.E.	meines Erachtens	по моему мнению
Mod.	das Modell	модель
ntto	netto	нетто
n.W.	nächste Woche	на следующей неделе
o.a.	oben angeführt	смотри выше
o.O.	ohne Obligo	без обязательств
	per, für	за, по
ppa.	per anno/jährlich	ежегодно, на год
PLz	Postleitzahl	почтовый индекс

p-p-(ppa.)	per procura	по доверенности
Rng.	das Reingewicht	чистый вес
s	Siehe	смотри
Sa.	Summa	сумма
s.o.	siehe Stück	смотри выше
Stck	das Stück	штука, единица
s.u.	siehe unten	смотри ниже
Tr.	die Tratte	тратта (переводной вексель)
T/Ta.	die Tara	тара
u.a.m.	und anderes mehr	и прочее
ult.	ultimo/das Monatsende	конец месяца
u.U.	unter Umständen	смотря по обстоятельствам
V	der Vertrag	договор
Val.	die Valuta	валюта
vgl.	vergleiche	сравни
v.H.	von Hundert (Prozent)	процентов
v.J.	voriges Jahr	в прошлом году
v.M.	vorigen Monat	в прошлом месяце
v.T.	von Tausend	с тысячи
w.n.	wie nachstehend	как указано ниже
w.v.	wie vorstehend	как указано выше
z.T.	zum Teil	частично
Zw.	zwecks	с целью

TELEPHON- UND FAXABKÜRZUNGEN

Betr.- der Betreff	по поводу, насчет
betr. – betreffen/betrifft	касательно
Fa.- Firma	фирма
fs (Fs) – Fernschreiben	телекс
TLX – Telex	телекс
fmdl. fernmündlich	устно, по телефону
z. Hd. – zu Händen	в руки
e.h. – eigenhändig	лично в руки
lt. – laut	согласно
gem. – gemäß	в соответствии
gz., gez. – gezeichnet	подписал
sign. – signiert	подписал
i.A. – im Auftrag	по поручению
mfG – mit freundlichen Grüßen	с дружеским приветом
No/Nr – Nummer	номер
z.B. – zum Beispiel	например
b.w. – bitte wenden	смотри на обороте
z.Z. – zur Zeit	в настоящее время
zuz. – zuzüglich	включительно
ca. – circa	около
Kto. – Konto	счет
MwSt – Mehrwertsteuer	налог на добавленную стоимость

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Артемюк Н.Д. Пособие по экономическому переводу (нем. яз). Часть 2. М.: НВИ-ТЕЗАУРУС, 2000.
2. Блях И.С., Багма Л.Т. Немецко-русский экономический словарь. М., 1996.
3. Бориско Н.Ф. Бизнес-курс немецкого языка. Киев: Логос, 1995.
4. Внешнеэкономический договор. Составление и образцы текстов. Киев: Лыбидь, 1991.
5. Крылова Н.И. Деловой немецкий язык. Коммерция. М.: НВИ-ЧеРо, 1998.
6. Мелихова Н.В. Пособие по экономическому переводу (нем. яз). Часть 2. М.: НВИ-ТЕЗАУРУС, 2000.
7. Переписка с официальными лицами и учреждениями. Образцы писем. М.: Изд-во «ЭТС», 2000.
8. Хойер В. Как делать бизнес в Европе. М.: Прогресс, 1990.
9. Suschtschinski J. Recht; Handel; Witschaft; Geschäftsverkehr. М.: Изд-во «ГИС», 1998.