



Aspekte

Beruf

Deutsch für Berufssprachkurse

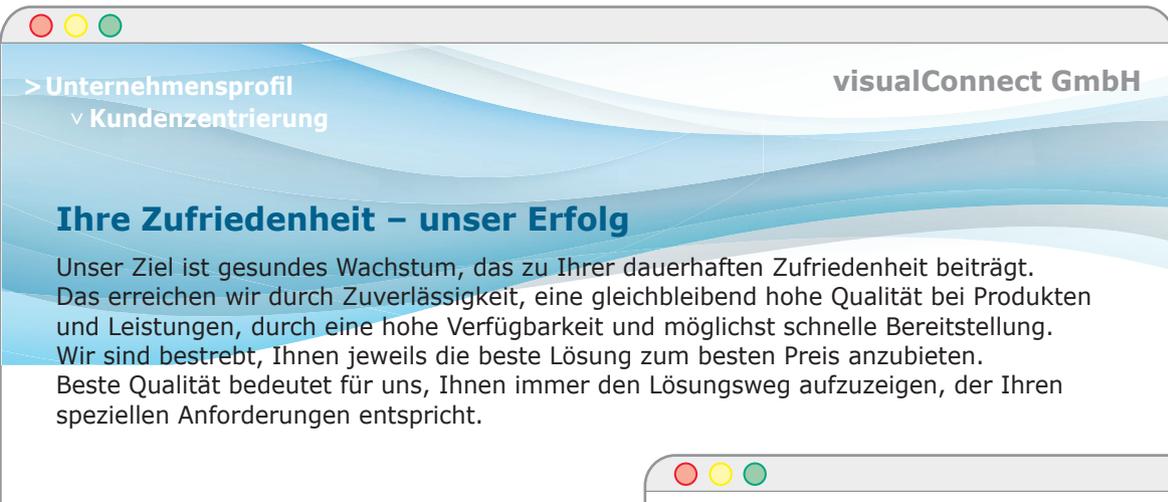
C1

**Jetzt Probekapitel
testen!**

Kursbuch

Weil Sie es wert sind

A



> Unternehmensprofil
v Kundenzentrierung

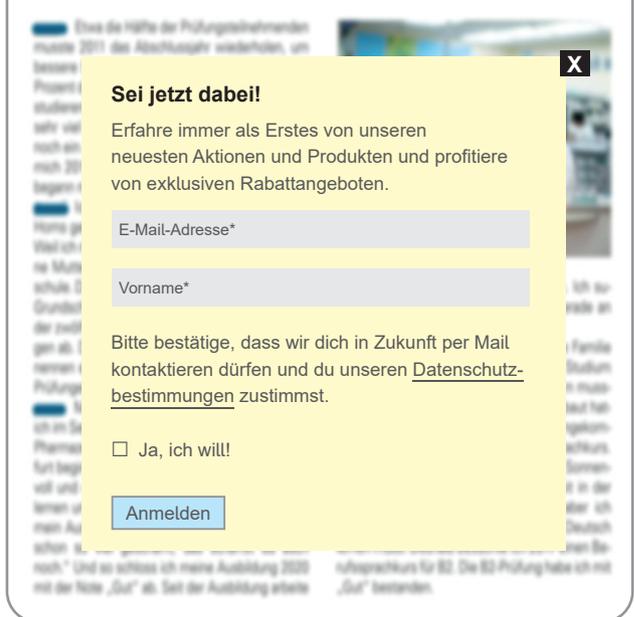
visualConnect GmbH

Ihre Zufriedenheit – unser Erfolg

Unser Ziel ist gesundes Wachstum, das zu Ihrer dauerhaften Zufriedenheit beiträgt. Das erreichen wir durch Zuverlässigkeit, eine gleichbleibend hohe Qualität bei Produkten und Leistungen, durch eine hohe Verfügbarkeit und möglichst schnelle Bereitstellung. Wir sind bestrebt, Ihnen jeweils die beste Lösung zum besten Preis anzubieten. Beste Qualität bedeutet für uns, Ihnen immer den Lösungsweg aufzuzeigen, der Ihren speziellen Anforderungen entspricht.



B



Sei jetzt dabei!

Erfahre immer als Erstes von unseren neuesten Aktionen und Produkten und profitiere von exklusiven Rabattangeboten.

E-Mail-Adresse*

Vorname*

Bitte bestätige, dass wir dich in Zukunft per Mail kontaktieren dürfen und du unseren Datenschutzbestimmungen zustimmst.

Ja, ich will!

Anmelden



Sie lernen

Auftakt | über das Thema „Kundengewinnung und -bindung“ sprechen

Modul 1 | einen Artikel zum Thema „Kundenkommunikation“ verstehen

Modul 2 | Vorteile eines Angebots in einer Präsentation herausstellen

Modul 3 | Kunden/Kundinnen zu Produktdetails beraten

Modul 4 | Geschäftskonzepte vorstellen

Modul 4 | eine Geschäftsidee komprimiert präsentieren

KIB | Small Talk mit Kunden/Kundinnen führen

Grammatik

Modul 1 | negative Konsekutivsätze mit *zu ... , um zu / als dass*

Modul 3 | Nominalisierung und Verbalisierung von Konzessiv- und Finalsätzen

E



► ÜB Wortschatz 5

Einladung zum exklusiven Empfang

Sehr geehrter Herr Meißner,
wir laden Sie hiermit ganz herzlich ein, im Rahmen der Veranstaltung
einen besonderen Abend zu verbringen. Bei regionalen Köstlichkeiten
Gelegenheit, aktuelle Themen vertiefen und uns persönlich austauschen.

17. August 20XX

Beginn 19 Uhr

Dürfen wir mit Ihnen rechnen?

Bitte schicken Sie uns die beiliegende Antwortkarte ausgefüllt bis zum

Wir freuen uns auf Sie und
verbleiben herzlichst

F

In welcher Farbe träumt ihr diesen Sommer?

Sind eure schönsten Träume rot, lila, blau ...?

🇩🇪 Poste deine bunte Traumgeschichte und
wähle deine Lieblingsfarbe für unseren neuen
Relaxstuhl! 🇩🇪

➔ Die beste Geschichte gewinnt!!!!

➔ Wir produzieren 100 Sommerstühle
in deiner Farbe!!!

➔ Und DU bekommst DEINEN Relaxstuhl zum
Falten GRATIS frei Haus 🌞!!!!



1 a Sehen Sie die Bilder und Texte an. Was tun Firmen, um Kunden/Kundinnen zu gewinnen oder zu halten? Ordnen Sie die Begriffe zu und erklären Sie, was damit gemeint ist.

der Kundenservice das Gewinnspiel die Rabattaktion das Event die Firmenphilosophie
der Newsletter

b Welche weiteren Maßnahmen und Aktionen kennen Sie, um Kunden/Kundinnen zu gewinnen oder zu halten? Sammeln Sie im Kurs.

... ist auf Social Media sehr aktiv und postet immer lustige Kommentare.

c Was überzeugt Sie als Kunde/Kundin? Was lehnen Sie ab? Welche Produkte oder Firmen schätzen Sie? Warum? Sprechen Sie in Gruppen.

Mich überzeugt Werbung
(nicht), wenn ...

Werbesendungen per Post
nerven mich total.

Ich finde einen guten Kundenservice
wichtig. Persönliche Beratung ist ...



2 Recherchieren Sie eine Werbeaktion, die Ihnen besonders gut gefällt, und stellen Sie sie im Kurs vor.

Sie sind uns wichtig

1 Was bedeutet das Zitat? Wie sollte Kundenservice aussehen? Sprechen Sie im Kurs.

» Wenn Sie Ihre Kunden nicht schätzen, wird es jemand anderes tun. « Jason Langella

2 a Lesen Sie das Interview und markieren Sie in jedem Absatz die Hauptaussagen.

Kundenbindung – Worauf es ankommt und wie die Kommunikation gelingt

Es ist unbestritten, dass Kunden die Existenzgrundlage jedes Unternehmens sind. Für den Erfolg ist es genauso entscheidend, Neukunden zu akquirieren wie Bestandskunden zu halten. Unser Redakteur Kaleb Nuri hat mit dem Marketing-Experten Frank Heberlein darüber gesprochen, wie Kundenbindung funktioniert und worauf es bei der Kommunikation ankommt.*

5 1. Herr Heberlein,

Kundenbindung beginnt beim allerersten Kontakt eines Interessenten mit dem Unternehmen und umfasst die gesamte Kundenbeziehung: Beratungsgespräche, Schreiben, Telefonate ... Die Kommunikation mit Kunden ist wichtig, als dass man unvorbereitet agieren könnte. Eine Grundvoraussetzung ist die positive innere Einstellung. Obwohl so mancher Kontakt mit Kunden eine Herausforderung darstellt, ist es wesentlich, dass man konsequent professionell und höflich kommuniziert und Interesse an seinem Gegenüber zeigt.

2.

Wenn irgend möglich sollte man sich vor jedem Kontakt vorbereiten, Kundendaten und Informationen lesen bzw. zur Hand haben. Außerdem ist es ratsam, individuelle Kundenwünsche zu beachten. Manche telefonieren nicht so gern oder möchten nur zu bestimmten Zeiten kontaktiert werden, andere möchten ausdrücklich nicht per E-Mail kommunizieren. Eine proaktive Ansprache vonseiten der Mitarbeitenden zeigt in jedem Fall, wie wichtig dem Unternehmen die Kundenzufriedenheit ist. Mögliche Wünsche und Anliegen sollte man gleich ansprechen und auch abschließend um Feedback bitten. Konkrete Absprachen erreicht man am besten, indem man zügig auf das eigentliche Anliegen zu sprechen kommt. Viele Kunden wissen eine solche zielführende Kommunikation zu schätzen.

3.

Wenn man persönlich mit Kunden kommuniziert – im Geschäft, auf Messen, telefonisch oder per Videocall –, ist nicht nur Sachkompetenz gefragt, sondern auch Freundlichkeit und Zugewandtheit. Stimmlage, Mimik, Gestik, ein gepflegtes Äußeres und Körpersprache spielen hier eine wichtige Rolle und dürfen nicht vernachlässigt werden, denn auch das signalisiert dem Gegenüber Respekt und Interesse. In der schriftlichen Kommunikation, etwa per Direkt-Nachricht, E-Mail oder Brief, sollte man die Sätze immer besonders höflich und klar formulieren. Da Nachfragen hier nicht direkt, sondern nur zeitversetzt möglich sind, kann es leicht zu Fehlschlüssen kommen. Missverständnisse durch unklare Formulierungen sind zu ge-



45 fährlich für die Kundenbeziehung, um sie bedenkenlos zu riskieren.

4.

Es gibt eine Menge weiterer Möglichkeiten, Kunden zu erreichen und ans Unternehmen zu binden. Guten Kundenservice kann man auch durch Newsletter, Angebote, Rabattaktionen und Infobriefe unter Beweis stellen. Die Firmenwebsite bietet die Möglichkeit, weitere Angebote zu machen: FAQ-Seiten, eine Wissensdatenbank, einen Blog oder Vlog, Ratgeberseiten oder Bots. Auch Social-Media-Plattformen sind zu populär, um sie als Kommunikationskanal zu vernachlässigen. Viele Firmen nutzen dort die Möglichkeit, Kunden gezielt weiterzuhelfen, sie über Neues zu informieren oder ihre Kritik konstruktiv zu verwenden, um das Vertrauen in das Unternehmen zu stärken.

5.

Ich würde sagen: Ja. Studien zeigen, dass die meisten Mitarbeitenden in der Kundenkommunikation nach und nach immer sicherer werden und die Bedürfnisse der Kunden schnell einschätzen und befriedigen können. Trotzdem gibt es auch immer wieder unangenehme Situationen. Gelegentlicher Ärger ist bei ständigem Kundenkontakt einfach zu normal, als dass man sich davon versichern lassen müsste. Man muss lernen, Konflikte gelassen zu nehmen. Dennoch sind Mitarbeitende im Vertrieb oder Service gut beraten, wenn sie ihre kommunikativen Skills und Erfahrungen durch regelmäßige Schulungen erweitern.

* Zur besseren Lesbarkeit wurde auf die gleichzeitige Verwendung weiblicher und männlicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

b Rekonstruieren Sie die Interviewfragen und ergänzen Sie sie im Text. Vergleichen Sie dann zu zweit.

c Welche Tipps aus dem Interview finden Sie besonders wichtig? Sprechen Sie im Kurs.

► Ü1-2

3 a Wie sind die Konsekutivsätze im Interview (Abschnitt 1, 3, 4, 5) formuliert? Schreiben Sie sie in die Tabelle.

1. Die Kommunikation ist <u>so</u> wichtig, <u>dass</u> man nicht unvorbereitet agieren kann .	<i>Die Kommunikation ist <u>zu</u> wichtig, <u>als dass</u> man unvorbereitet agieren könnte.</i>
2. Missverständnisse sind <u>so</u> gefährlich, <u>dass</u> man sie nicht bedenkenlos riskiert .	
3. Social-Media-Plattformen sind <u>so</u> populär, <u>dass</u> man sie nicht vernachlässigen kann .	
4. Ärger ist bei Kundenkontakt <u>so</u> normal, <u>dass</u> man sich davon nicht verunsichern lassen muss .	

b Vergleichen Sie die Sätze in 3a. Markieren Sie, was anders ist, und ergänzen Sie die Regel.

Nebensatz	zwei	Konjunktiv II	Infinitiv	negative
-----------	------	---------------	-----------	----------

negative Konsekutivsätze

Konsekutivsätze mit *zu ... , um zu* und *zu ... , als dass* drücken eine _____ Folge aus. Sie bestehen aus _____ Teilen: *zu* steht im Hauptsatz vor einem Adjektiv oder Partizip, *um zu* und *als dass* leiten den _____ ein. Nach *um zu* steht der _____, nach *als dass* steht das Verb im _____.

► Ü3-5



c Verbinden Sie die Sätze mit *zu ... , um zu* oder *zu ... , als dass*.

- Bestandskundenschaft ist für Unternehmen wichtig. Sie überlassen sie nicht der Konkurrenz.
- Manche Firmen haben wenige Mitarbeitende. Persönlicher Kundenkontakt ist nicht immer möglich.
- Online-Aktionen sind praktisch. Man lässt sie nicht ungenutzt.
- Manche Kunden und Kundinnen sind wählerisch. Man kann sie nicht zufriedenstellen.

► Ü6-7



4 Arbeiten Sie zu dritt. Wählen Sie ein Thema und bereiten Sie einen kurzen Vortrag vor. Zuerst hält Person A ihren Vortrag, Person B stellt Fragen zum Vortrag an Person A und Person C fasst die Antworten auf die Fragen zusammen. Tauschen Sie dann die Rollen.

A Welche Faktoren sind für die Kundenbindung besonders wichtig? Sprechen Sie auch über persönliche Erfahrungen mit einem Unternehmen Ihrer Wahl (z. B. Qualität, Preis-Leistung, Attraktivität der Marke, Kundenservice).

B Beschreiben Sie, wie ein Unternehmen Ihrer Wahl die sozialen Medien zu seinem Vorteil nutzt (z. B. Werbung, Aufmerksamkeit, Kommunikation mit Kunden/Kundinnen, Firmenimage).

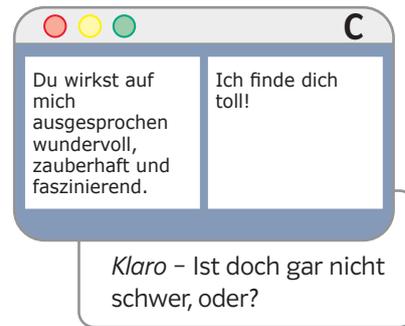
Das Produkt garantiert Ihnen ...

1 a Sehen Sie die Fotos an. Was könnte innovativ an diesen Produkten/Services sein? Vermuten Sie.



Dank *BlisterMix* bestens versorgt auf einen Blick!

James – Tag und Nacht für Sie da!



b Hören Sie drei Ausschnitte aus Produktpräsentationen. Welche Präsentation passt zu welchem Produkt in 1a? Was erfahren Sie über die Produkte? Vergleichen Sie mit Ihren Vermutungen in 1a.

c Welches Produkt aus 1b finden Sie interessant? Warum?



2 a Hören Sie die komplette Produktpräsentation zu *BlisterMix*. In welcher Reihenfolge werden die Fragen beantwortet? Nummerieren Sie.

- ___ Was kann das Angebot im Vergleich zu anderen?
- ___ Für wen ist das Angebot?
- ___ Was sind die Vorteile?
- ___ Was ist das für ein Angebot?
- ___ Wie funktioniert das Angebot?

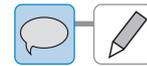
b Hören Sie noch einmal und machen Sie Notizen zu den Fragen. Vergleichen Sie dann zu zweit und formulieren Sie je einen Antwortsatz.

3 a Lesen Sie die Ausdrücke. Ordnen Sie die Überschriften zu.

Vorteile nennen die Zielgruppe definieren ein Angebot beschreiben Funktionen erklären

EIN PRODUKT PRÄSENTIEREN

<p>A _____</p> <p>... richtet sich in erster Linie an ...</p> <p>... ist vor allem für ... geeignet/konzipiert.</p> <p>... kann überall dort eingesetzt werden, wo ...</p>	<p>C _____</p> <p>... basiert auf Künstlicher Intelligenz / ...</p> <p>Die Funktionsweise von ... lässt sich wie folgt beschreiben: ...</p> <p>Man tauscht/bezahlt ... und bekommt ...</p>
<p>B _____</p> <p>Durch ... garantiert das Produkt / der Service ...</p> <p>... ist besonders zuverlässig/günstig/...</p> <p>Im Vergleich zu handelsüblichen/herkömmlichen ... ist ...</p> <p>Dank der speziellen Bauweise / des erprobten Ablaufs / der zertifizierten Methode ...</p> <p>... lässt sich individuell konfigurieren/anpassen.</p>	<p>D _____</p> <p>Bei ... handelt es sich um ...</p> <p>... eignet sich sehr gut / hervorragend für/zu/als ...</p> <p>... dient dazu, ...</p> <p>... leistet einen Beitrag zu ...</p> <p>Mithilfe von ... kann man ...</p>



b Wählen Sie ein Produkt. Bringen Sie die Notizzettel in eine sinnvolle Reihenfolge und bereiten Sie damit eine kurze Produktpräsentation vor.

klaro

___ A

- wo Menschen klar und gut informiert werden sollen
- Wirtschaftsunternehmen, Behörden, Ämter, Gemeinden, Museen, Bildungseinrichtungen, Sozialunternehmen

___ B

- Nutzung über den Web-Service
- 3 Schritte: Text kopieren, Vereinfachungstipps bekommen, Text anpassen
- konkrete Tipps für 3 Sprachstufen (B1, A2, A1)

___ C

- spart Zeit, reduziert Kosten (Textredaktion)
- leicht verständliche Informationen werden gern gelesen
- Beitrag zu Inklusion und Barrierefreiheit

___ E

- **klaro = Tool für leichte Sprache**
- man kann damit schwierige Texte vereinfachen
- basiert auf Künstlicher Intelligenz

___ D

- im Vergleich zu anderen Tools leichte Implementierung und Nutzung
- Service (Updates ...) durch klaro-Team
- prüft Texte auch auf gender-gerechte Sprache

___ C

- **James = Serviceroboter**, der z. B. Speisen und Getränke liefert
- basiert auf Künstlicher Intelligenz

James

___ A

- *James* per App oder QR-Code bestellen
- Nachricht, wenn *James* da ist
- über Display Angebot auswählen
- kontaktloses Zahlen per Smartphone

___ B

- hauptsächlich Hotellerie
- auch Flughäfen, Krankenhäuser, Pflegeeinrichtungen, große Büros

___ D

- 24 h 7 Tage/Woche einsatzfähig
- im Vergleich hohe Akkulaufzeit (10 h)
- kann Lift fahren
- individuell konfigurierbar, bis zu 8 Fächer, Kühlfunktion

___ E

- ersetzt Minibars/Snackautomaten/Servicepersonal
- spart Kosten für Strom, Wartung, Personal
- Erlebnis für Gäste → steigert Umsatz und Kundenzufriedenheit

c Wer hat das andere Produkt gewählt? Bilden Sie Paare und präsentieren Sie sich gegenseitig Ihr Produkt. Nutzen Sie dabei Ausdrücke aus 3a.

4 a Marktplatz für Innovationen. Überlegen Sie sich zu zweit ein innovatives Produkt und machen Sie Notizen zu den folgenden Punkten.

Name	Größe	Farbe	Modell(e)/Design	Funktionsweise	Eigenschaften
Vorteil/Nutzen für Kunden/Kundinnen			Zielgruppe	Einsatzbereich	

b Sie sollen Ihr Produkt auf einer Webseite für Innovationen vorstellen. Formulieren Sie dazu eine kurze Produktinformation in drei Teilen.

- Produktbeschreibung
- Vorteile
- Einsatzbereich

c Lesen Sie alle Produktinformationen. Welche Produkte überzeugen Sie? Warum? Diskutieren Sie im Kurs und wählen Sie die drei besten Produkte.

Was kann ich für Sie tun?



2.12



- 1** Sie hören eine telefonische Mitteilung. Informieren Sie Ihre Kollegin. Notieren Sie die Informationen. Sie hören die Mitteilung einmal. Wählen Sie die richtige Lösung (a, b oder c). Schreiben Sie Name, Telefonnummer, weitere Informationen und tragen Sie im Feld „zu erledigen“ ein, was zu erledigen ist.

Telefonnotiz	
1. Grund für den Anruf	<input type="checkbox"/> a Angebot <input type="checkbox"/> b Bestellung/Buchung <input type="checkbox"/> c Beschwerde
2. Namen	Frau/Herr _____ Firma <u>Schumann Gymnasium</u>
3. Kontakt Telefon	_____
4. Weitere Informationen	_____ _____ _____
5. Zu erledigen	_____

- 2 a** Wo und aus welchen Anlässen finden Kundengespräche statt? Sammeln Sie im Kurs.

am Telefon: Beratung, Reklamation ...



2.13

- b** Hören Sie Ausschnitte aus Kundengesprächen zu einem digitalen Whiteboard. Worum geht es? Ordnen Sie zu und geben Sie die Inhalte kurz wieder.

- ____ 1. die Funktionsweise des Geräts
____ 2. die Vorgehensweise zur Inbetriebnahme
____ 3. die Serviceleistungen rund um das Produkt
____ 4. die Vorteile des Produkts

SPRACHE IM BERUF

Verständnis zeigen

Gut, dass Sie fragen.
Ich verstehe Ihre Bedenken.
Ich weiß, worauf Sie hinauswollen.
Das ist eine sehr gute Frage.



In A geht es um ... Der Kunde möchte wissen, ... und ... erläutert, ...

- 3 a** Lesen Sie die Sätze und markieren Sie die Verben. Ergänzen Sie dann die Regel.

- Der Datenzugriff fehlt im Moment noch, trotzdem kann ich den Ablauf zeigen.
- Trotz der leichten Bedienbarkeit sind Nutzerschulungen auf jeden Fall sinnvoll.
- Viele Produkte versprechen zwar eine hohe Lebensdauer, aber sie halten nicht lange.
- Obwohl Sie das Hosting selbst übernehmen, liefern wir regelmäßig Updates.

Nominalisierung und Verbalisierung von Konzessivsätzen

Mit Konzessivsätzen drückt man einen Gegengrund oder eine Einschränkung aus.

Verbalform (Konnektor)

obwohl _____ Obwohl die Anschaffungskosten hoch sind, lohnt sich der Kauf.
(Nebensatz)

_____ dennoch Die Anschaffungskosten sind hoch, _____ lohnt sich
(Hauptsatz mit Inversion) der Kauf.

_____ Die Anschaffungskosten sind _____ hoch, _____
(Hauptsatz) der Kauf lohnt sich.

Nominalform (Präposition)

_____ + Genitiv _____ der hohen Anschaffungskosten lohnt sich der Kauf.



Ü2-3

b Formulieren Sie die Sätze aus 3a um. Verwenden Sie dabei alle Möglichkeiten zur Bildung von Konzessivsätzen.

1. Obwohl der Datenzugriff ...

4 a Finalsätze. Lesen Sie die Sätze und ergänzen Sie die Regel.

- | | | |
|--|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Um den Stromverbrauch zu senken, 2. Damit der Stromverbrauch gesenkt wird, 3. Zur Senkung des Stromverbrauchs 4. Für die Senkung des Stromverbrauchs | } | sollte man das Gerät nachts ausschalten. |
|--|---|--|

G

Nominalisierung und Verbalisierung von Finalsätzen

Finalsätze geben eine Absicht, einen Zweck oder ein Ziel an.

Verbalform (Konnektor): _____ Nominalform (Präposition): _____

► Ü4

b Verbinden Sie die Sätze mithilfe der Präpositionen.

1. Die Firma hat das Herstellungsverfahren verbessert. Sie will Ressourcen schonen. (zu)
2. Die Produzenten liefern unpünktlich. Wir können die Installation zum Monatsende zusagen. (trotz)
3. Sie wollen unvergessliche Erlebnisse erreichen. Sie sollten auf dieses Gerät setzen. (für)
4. Das Produkt sieht zart und leicht aus. Es ist sehr robust und strapazierfähig. (trotz)
5. Sie wollen sich auf Ihr Kerngeschäft konzentrieren. Wir übernehmen das Hosting der Geräte. (zu)

► Ü5-6

5 a Arbeiten Sie mit einer Person aus einem ähnlichen beruflichen Bereich. Wählen Sie ein Produkt / ein Verfahren / eine Dienstleistung, das/die Sie beide gut kennen, und notieren Sie Informationen wie Funktion/Nutzen, Kosten ... auf einen Zettel. Tauschen Sie dann den Zettel mit einem anderen Paar.



b Lesen Sie die Informationen auf dem Zettel. Überlegen Sie zu zweit und notieren Sie Fragen, die Sie dem anderen Paar in einem Kundengespräch stellen wollen.



c Bilden Sie mit einer Person aus dem anderen Paar ein neues Paar. Spielen Sie Kundengespräche. Sie sind am Produkt des/der anderen interessiert und stellen Fragen. Er/Sie informiert und versucht, zu überzeugen. Tauschen Sie dann die Rollen.



KUNDENGEPRÄCHE FÜHREN

nachfragen

- Mich würde interessieren, ...
- Mir ist (noch) unklar, ...
- Ich wüsste gern, ... / Dazu wüsste ich (noch) gern, ...
- Ich verstehe nicht / habe nicht verstanden, ...
- Können Sie mir (genauer) sagen/erklären/erläutern, ...?
- Ich kann nicht nachvollziehen, ...
- Mich überzeugt ... noch nicht so recht.

informieren/überzeugen

- Trotz ... ist/liefert/kann das Produkt ...
- Die Tatsache / Der Aspekt, dass ..., spricht für ...
- Ein entscheidender/riesiger Vorteil ist ...
- Erfahrungsgemäß ist es so, dass ...
- Es hat sich bewährt, ...

Investieren Sie in uns

1 a Können Sie sich vorstellen, ein eigenes Unternehmen zu gründen? Warum (nicht)? Diskutieren Sie im Kurs.

Also, ich wäre gern mein eigener Chef, dann könnte ich ...

Mir ist das Risiko ... Ich möchte nicht für ... verantwortlich sein.

Ein großer Vorteil ist auf jeden Fall, dass ..., aber ...

b Erste Schritte bei der Firmengründung: Wie ist die Reihenfolge? Was ist wahrscheinlich am schwierigsten? Sprechen Sie in der Gruppe.

- ___ Investorinnen und Investoren finden
- ___ einen Businessplan erstellen
- ___ eine Geschäftsidee suchen
- ___ eine Rechtsform festlegen
- ___ Kundinnen und Kunden gewinnen

Also, am Anfang braucht man erst einmal eine Idee.



2.14

2 a Hören Sie den Radiobeitrag. Um was für eine Veranstaltung handelt es sich? Warum kommen die Besucher/innen?

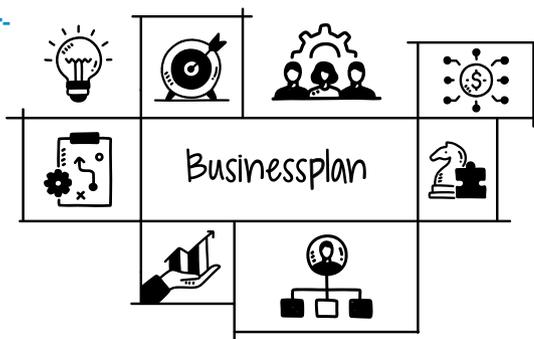


b Gibt es ähnliche Veranstaltungen in Ihrer Nähe? Wann und wo finden sie statt? Recherchieren Sie und sammeln Sie im Kurs.



2.15

c Hören Sie den Beginn eines Interviews mit der Gründerberaterin Aimee Freitag zum Thema „Businessplan“. Warum ist der Businessplan so wichtig?

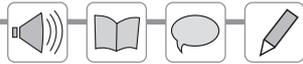


2.16

d Hören Sie das Interview ganz. Sind die Sätze richtig oder falsch? Kreuzen Sie an.

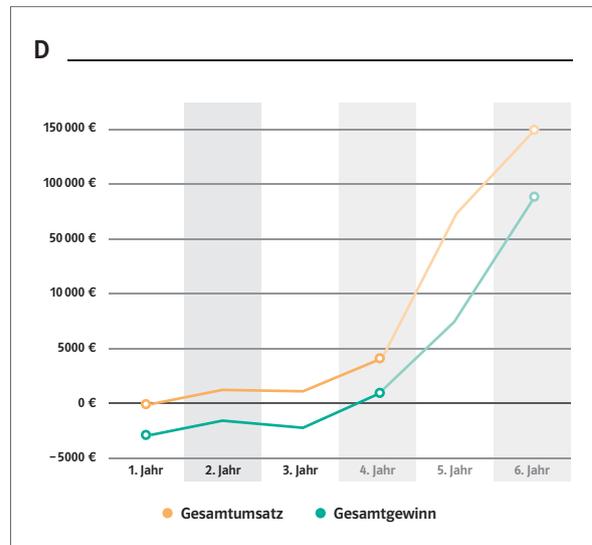
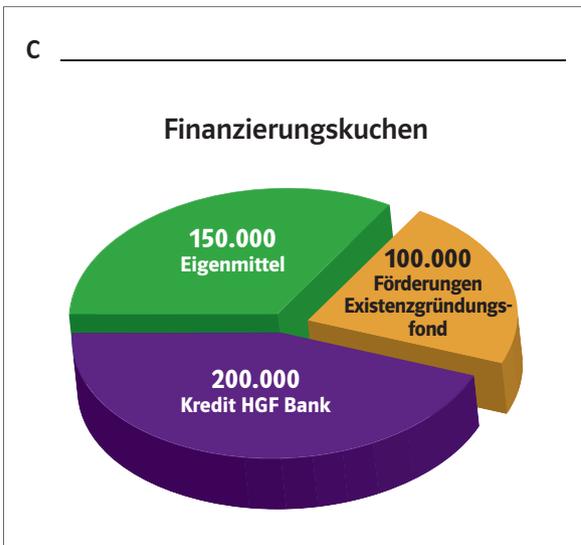
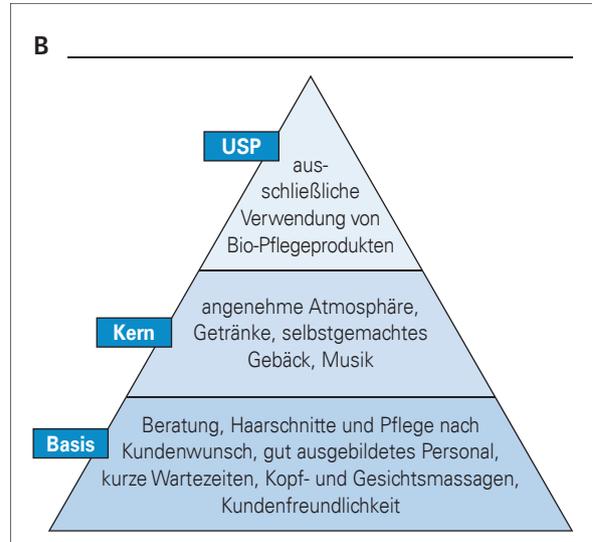
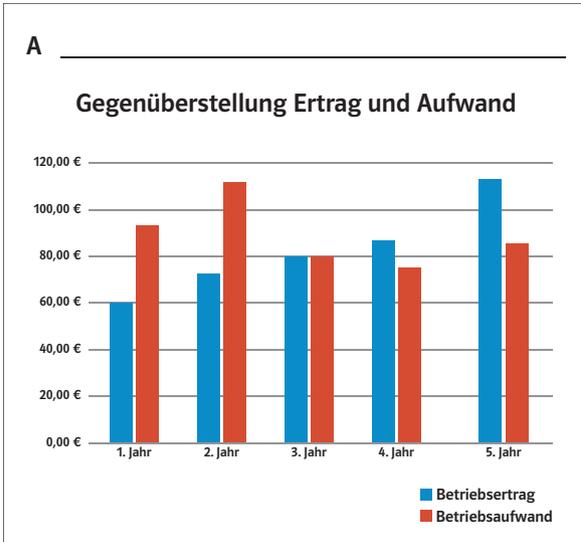
- | | richtig | flach |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 1. Der Businessplan sieht unabhängig von der Branche des Unternehmens gleich aus. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. Unternehmer/innen benötigen den Plan zur Strukturierung und zur Finanzierung. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3. Im Businessplan muss zunächst das Angebot genau definiert werden. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4. Es ist am wichtigsten, dass das Angebot gebraucht wird, und nicht, dass es anders ist als Konkurrenzprodukte. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5. Wer seine Zielgruppe analysiert, kann gezielter Werbung machen. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6. Man sollte die Konkurrenz kennen, um genauso vorgehen zu können wie sie. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7. Der Anfangspreis sollte besonders gering kalkuliert werden, um Kundschaft zu gewinnen. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8. Der Finanzierungsplan ist der wichtigste Teil des Businessplans. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

► Ü1-2 e Vergleichen Sie Ihre Lösung zu zweit und korrigieren Sie die falschen Aussagen.



3 a Zahlen und Fakten. Sehen Sie die Folien aus verschiedenen Unternehmensplanungen an. Ordnen Sie die Folientitel zu.

1. Entwicklung von Umsatz und Gewinn
2. Startkapital
3. Kosten und Einnahmen
4. Spezifizierung des Angebots



b Arbeiten Sie zu viert. Jede/r präsentiert eine Folie aus 3a in der Gruppe.

DATEN PRÄSENTIEREN

Hier sieht man ...

Die Grafik zeigt ...

Es wird deutlich, dass ...

Wie man sieht, ...

Man kann gut erkennen, dass ...

Der Grafik ist zu entnehmen, dass ...

Die Zahlen verdeutlichen ...

... hat sich in den letzten Jahren ... entwickelt.

... wird in Zukunft ... steigen/fallen.

... kristallisiert sich als ... heraus.

... setzt sich wie folgt zusammen: ...

So ergibt sich ...

Investieren Sie in uns

4 a Sich vor Investoren präsentieren. Lesen Sie die Tipps. Wer, was, wie, warum? Markieren Sie die wichtigsten Informationen im Text.

So überzeugen Sie von Ihrer Idee!

Investoren und Investorinnen wollen Konzepte unterstützen, die Wachstumspotenzial haben. Das heißt, sie wollen sehen, dass das Unternehmen in der Lage ist, schnell erfolgreich zu arbeiten und Gewinne zu erzielen. Bei einem Pitch

5 bekommen Sie die Gelegenheit, Ihr Unternehmen und Ihr Produkt kurz zu präsentieren. Zeigen Sie den Geldgebern, warum Ihr Unternehmen in den kommenden Jahren wachsen wird und warum sich ein Investment lohnt. Stellen Sie sicher, dass Sie Ihre Präsentation einfach halten.

10 Investierende haben keine Zeit für komplexe Erläuterungen. Sie wollen Fakten sehen und verstehen, worum es bei Ihrem Unternehmen geht. Konzentrieren Sie sich deshalb auf die Kernelemente, die Ihr Unternehmen, den Markt und das Produkt ausmachen. Alle Aussagen sollten auf den Punkt gebracht und für Laien verständlich sein. Mehr zu Inhalt und Struktur erfahren Sie [hier](#).

Oft haben Sie nur wenige Minuten Zeit, um sich von der Konkurrenz abzusetzen und die Aufmerksamkeit des

15 Publikums zu gewinnen. Auf den ersten Eindruck kommt es also an. Deshalb müssen Sie sorgfältig planen. Eine gute Pitch-Präsentation besteht aus etwa 10 bis 12 Folien. Diese Folien sind ein wichtiges Werkzeug, um komplizierte Sachverhalte schnell zu vermitteln. Deshalb sind die Qualität und die Auswahl der richtigen Inhalte von größter Bedeutung.

Wählen Sie für die Folien maximal zwei verschiedene gut lesbare Schriftarten. Das Publikum sollte den Inhalt

20 einer Folie innerhalb weniger Sekunden aufnehmen können. Im Idealfall befinden sich auf jeder Folie maximal fünf Punkte. Halten Sie die Schriftgröße hoch, dann geraten Sie nicht in Versuchung, zu viel Text auf eine Folie zu setzen. Schreiben Sie keinen Fließtext, sondern listen Sie klare Stichworte auf.

Rechtschreib- und Grammatikfehler sind tabu, denn für viele liegt die Vermutung nahe: Wer eine wichtige Präsentation nicht sorgfältig vorbereitet, arbeitet vielleicht auch im Geschäftsalltag nicht sonderlich genau.

25 Das Foliendesign sollte einheitlich und Größen, Farben, Abstände etc. aufeinander abgestimmt sein. Bewegte Bilder und Animationen waren früher modern, wirken heute aber unprofessionell und werden nicht mehr gern gesehen. Ihr Firmenlogo dagegen sollte auf jeder Folie sichtbar sein – so bleibt es im Gedächtnis.





30 Idealerweise gleicht Ihr Vortrag einer freien Rede. Das bedeutet, Sie müssen nicht auf die Folien sehen, sondern wissen genau, was wann kommt und klicken an passender Stelle weiter. Wer das noch nicht beherrscht, kann auch Notizen bzw. Karteikarten verwenden. Sie sollten immer nur Stichworte notieren, so vermeiden Sie das Ablesen. Wichtig: So groß und klar geschrieben, dass

35 Sie sie auch unter Stress noch schnell erfassen können! Seien Sie überzeugend und vertrauen Sie in Ihre Geschäftsidee. Wenn Sie an Ihr Unternehmen und Ihr Potenzial glauben, dann werden das die Investoren und Investorinnen auch tun.

b Arbeiten Sie zu zweit und beantworten Sie die Fragen.

1. Was ist ein Pitch?
2. Welches Ziel hat er?
3. Was sollte man bei der Foliengestaltung beachten?
4. Worauf sollte man beim Präsentieren achten?



5 a Lesen Sie die Geschäftsideen. Wie finden Sie sie? Welche Idee wird Ihrer Meinung nach Erfolg haben?

A Sarina, Caro und Fabrizio

Faltbare Möbel aus Pappe

gegründet 2021, Hannover

Idee: Möbel, die **umweltfreundlich** und **leicht zu transportieren** sind, da selbst oft umgezogen

bisher am Markt **Relax Stuhl**, Sortiment soll ausgeweitet werden

ausschließlich online vertrieben

setzen auf **Nachhaltigkeit** und **Design**

- ◆ klimaneutraler Versand
- ◆ für jede Bestellung wird ein Baum gespendet
- ◆ Verwendung nachhaltiger Materialien



B Maxim und Lenka

Online-Reisebüro für Individualreisen

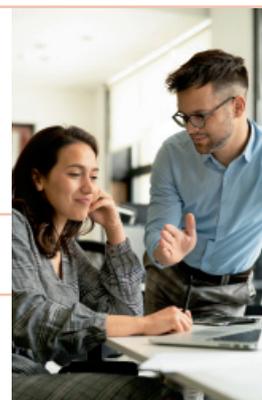
gegründet 2022, Freiburg

Liebe zum Reisen, Spaß an Recherche, Freund hatte die Idee: auf Kundenwunsch individuelle Fernreisen zusammenstellen, inklusive Flüge, Unterkünfte, Transfers, Aktivitäten vor Ort

bisher zu zweit, wollen aber bald Personal einstellen
→ Nachfrage groß und Expertise für unterschiedliche Regionen nötig (bisher Afrika)

Notfallbetreuung von unterwegs

setzen auf Nachhaltigkeit bei Wahl der Verkehrsmittel, CO₂-Kompensation ...



b Arbeiten Sie in Gruppen. Wählen Sie eine Geschäftsidee aus 5a und erstellen Sie ein bis zwei Folien für einen Investoren-Pitch. Beachten Sie die Tipps aus 4a.

- Idee
- Team
- Geschäftskonzept
- Nutzen

◀ Ü4-5

c Tauschen Sie Ihre Folien mit einer anderen Gruppe. Geben Sie sich gegenseitig Tipps zur Gestaltung und zu den Formulierungen.



Thema

6 a Wählen Sie eine Geschäftsidee (eigenes berufliches Umfeld, eigene Idee ...). Machen Sie zu den Punkten aus 5b Notizen für einen kurzen Pitch.

Sprachschule für Fortgeschrittene

b Speeddating. Gehen Sie durch den Kurs und stellen Sie Ihre Idee einer anderen Person in einer Minute vor. Hören Sie auch den Pitch Ihres Gegenübers. Sprechen Sie mit fünf Personen.

STRATEGIE Präsentationen üben

Bereiten Sie Präsentationen sorgfältig vor und üben Sie vor verschiedenen Personen (Kollegen/Kolleginnen, Freunde/Freundinnen ...), die Ihnen Feedback geben. Das gibt Ihnen Sicherheit.

c Welches Geschäftsmodell hat Ihnen am besten gefallen? Warum? Sprechen Sie im Kurs und stimmen Sie ab, welche Geschäftsidee von Investoren/Investorinnen unterstützt werden sollte.

Kommunikation im Beruf

1 a Sehen Sie die Fotos an. Was denken Sie: Wie kann Small Talk berufliche Kontakte zu Kunden/ Kundinnen oder Geschäftspartner/innen beeinflussen? Sprechen Sie im Kurs.



2.17

b Hören Sie drei Beispiele für Small Talk. Wie ist die Situation und über welches Thema sprechen die Personen?

c Wann waren Sie zuletzt in einer beruflichen/offiziellen Situation, in der Sie Small Talk geführt haben? Mit wem haben Sie gesprochen und worüber?

d Über welche Themen sollte man beim Small Talk mit Kunden/Kundinnen oder Geschäftspartner/innen lieber nicht sprechen? Streichen Sie durch.

Verkehr	Aktivitäten am Wochenende	Politik	Urlaub	Wetter	Religion	Essen
Restaurants/Cafés	schwere Krankheiten	Filme/Serien	Beruf	Familie	Gehalt	
Sport	Haustiere	Hobbys	Unternehmenserfolge	Aussehen/Komplimente		

2 a Lesen Sie die Situationen. Wie könnte man diese Gespräche mit einem Small Talk beginnen? Überlegen Sie zu zweit ein bis zwei passende Themen aus 1d.

A Sie sind als Firmenvertreter/in zu einem ersten Gespräch bei einem Neukunden / einer Neukundin. Im Büro sehen Sie Fanartikel der Fußballmannschaft, die Sie selbst auch mögen.

B Sie betreuen einen Messestand. Ein/e Vertreter/in einer bekannten Firma möchte sich informieren. Seine/Ihre Firma hat im letzten Jahr mit neuen Produkten hohe Gewinne gemacht.

C Ein potenzieller Kunde / Eine potenzielle Kundin kommt von weiter weg zu einem Beratungstermin in Ihre Firma. Er/Sie hat den Weg mit dem Zug zurückgelegt.

D Sie treffen einen Stammkunden / eine Stammkundin im Restaurant, nachdem Ihr gemeinsamer Termin wegen seines/ihrer Urlaubs einmal verschoben werden musste.

b Wählen Sie zwei Situationen aus 2a, verteilen Sie die Rollen (Kunde/Kundin und Firmenvertreter/in) und spielen Sie kurze Einstiege in die Gespräche. Unterhalten Sie sich ca. zwei Minuten lang.

TIPP Small Talk führen

- Lächeln Sie und sehen Sie Ihre/n Gesprächspartner/in an.
- Wählen Sie einfache Themen (Wetter, Anfahrt, Essen ...).
- Zeigen Sie Interesse.
- Üben Sie bei jeder Gelegenheit Small Talk.

1 negative Konsekutivsätze

Konsekutivsätze mit *zu ... , um zu* und *zu ... , als dass* drücken eine negative Folge aus. Sie bestehen aus zwei Teilen: *zu* steht im Hauptsatz vor einem Adjektiv oder Partizip, *um zu* und *als dass* leiten den Nebensatz ein. Nach *um zu* steht der Infinitiv, nach *als dass* steht das Verb im Konjunktiv II.

Konsekutivsatz mit <i>zu ... , als dass</i> + Konjunktiv II	Konsekutivsatz mit <i>so ... , dass</i> + Negation
Die Kommunikation ist zu wichtig, als dass man unvorbereitet <u>agieren könnte</u> .	Die Kommunikation ist so wichtig, dass man nicht unvorbereitet <u>agieren kann</u> .
Konsekutivsatz mit <i>zu ... , um zu</i> + Infinitiv	Konsekutivsatz mit <i>so ... , dass ...</i> + Negation
Social-Media-Plattformen sind zu populär, um sie <u>vernachlässigen zu können</u> .	Social-Media-Plattformen sind so populär, dass man sie nicht <u>vernachlässigen kann</u> .

2 Nominalisierung und Verbalisierung von Konzessivsätzen

Mit Konzessivsätzen drückt man einen Gegengrund oder eine Einschränkung aus.

Verbalform (Konnektor)	
obwohl (Nebensatz)	Obwohl die Anschaffungskosten hoch <u>sind</u> , <u>lohnt</u> sich der Kauf.
trotzdem/dennoch (Hauptsatz mit Inversion)	Die Anschaffungskosten <u>sind</u> hoch, trotzdem/dennoch <u>lohnt</u> sich der Kauf.
zwar ... , aber (Hauptsatz)	Die Anschaffungskosten <u>sind</u> zwar hoch, aber der Kauf <u>lohnt</u> sich.
Nominalform (Präposition)	
trotz + Genitiv	Trotz der hohen Anschaffungskosten <u>lohnt</u> sich der Kauf.

3 Nominalisierung und Verbalisierung von Finalsätzen

Finalsätze geben eine Absicht, einen Zweck oder ein Ziel an.

Verbalform (Konnektor)	
um ... zu	Um den Stromverbrauch zu <u>senken</u> , <u>sollte</u> man das Gerät nachts <u>ausschalten</u> .
damit	Damit der Stromverbrauch <u>gesenkt</u> wird, <u>sollte</u> man das Gerät nachts <u>ausschalten</u> .
Nominalform (Präposition)	
zu + Dativ	Zur Senkung des Stromverbrauchs <u>sollte</u> man das Gerät nachts <u>ausschalten</u> .
für + Akkusativ	Für die Senkung des Stromverbrauchs <u>sollte</u> man das Gerät nachts <u>ausschalten</u> .

Aspekte|Beruf

Deutsch für Berufssprachkurse