

# VORWORT

Die zunehmende Globalisierung der Wirtschaft ist eine der grundlegenden Entwicklungen des 21. Jahrhunderts. Die lokalen Märkte des Heimatlandes reichen den schnell wachsenden Unternehmen nicht mehr aus. Bei ihrer schrittweisen Expansion erobern sie ausländische Märkte und werden zu transnationalen Unternehmen. Die modernen wirtschaftlichen Entwicklungen führen zu neuen Problemen. Bei der Eröffnung von Niederlassungen und dem Produktionsaufbau in anderen Ländern stellt ein Unternehmen die Menschen ein, die in diesen Regionen leben und andere Sprachen sprechen. Heutzutage reicht es nicht aus, nur Englisch zu beherrschen. Die Rolle der deutschen Sprache in der modernen Geschäftskommunikation und wirtschaftliche Bedeutung Deutschlands nehmen ständig zu.

Die moderne Welt stellt verlangt vor allem fachliche Kompetenz verbunden mit den Fremdsprachkenntnissen und kommunikativen Fähigkeiten. Das vorliegende Handbuch richtet sich an alle, die sich für die Geschäftskommunikation interessieren und hilft ihnen sich in diesem Bereich zu orientieren und notwendiges Fachwissen zu erwerben. Das Lehrwerk umfasst ein breites Spektrum von Fragen der Geschäftskommunikation – von der Bewerbung Verfahren und Rhetorik über die Körpersprache und Arbeitstechniken (Brainstorming, Mind Mapping) bis zu den Grundlagen der Präsentation, des Projektmanagements und Zeitmanagements. Diese unterschiedlichen Aspekte der Geschäftskommunikation zeigen, wie vielfältig diese Art der Kommunikation ist.

Das Lehrwerk hat es zum Ziel, die Studenten, die Deutsch als zweite Fremdsprache lernen, mit den wichtigsten sozio-kulturellen Aspekten und den lexikalisch-stilistischen Besonderheiten der Geschäftssprache in Deutschland bekannt zu machen.

Darüber hinaus sollen die Studierenden nach der Absolvierung dieses Lehrgangs Kenntnisse und Fähigkeiten in folgenden Bereichen erwerben:

- lexikalisch-semantische und stilistische Regel der Geschäftskommunikation
- Fachwortschatz der Geschäftskommunikation
- Besonderheiten der neuen Rechtsschreibung im Deutschen
- geschäftliche Kommunikationsstrategien
- Kommunikation am Telefon
- Schriftliche Kommunikation

- die wichtigen Regeln der Rhetorik
- Grundlagen der Körpersprache
- Präsentationstechniken
- Arbeitstechniken (Brainstorming, mind map, Rollenspiel)
- Grundlagen der Diskussionsführung und Argumentation
- Grundlagen des Projektmanagements und des Zeitmanagements.

Die Studenten/-innen erwerben die Fähigkeit, sich in der Fremdsprache sowohl mündlich als auch schriftlich zunehmend sicherer und der jeweiligen geschäftlichen Situation angepasst auszudrücken.

Am Ende dieses Lehrwerks finden Sie den Übungsteil mit unterschiedlichen Übungen und Tests und einem detaillierten Lösungsschlüssel, die Ihnen helfen sollen, Ihre Kenntnisse im Bereich der Geschäftskommunikation zu prüfen und eventuelle “Lücken” zu füllen. Die Liste der weiterführenden Literatur sowie relevanten Web-Seiten soll Ihnen helfen, sich im Bereich der Geschäftskommunikation weiterzubilden. Dieses Handbuch nennt und erläutert die wichtigsten Aspekte der Geschäftskommunikation. Praxisnähe ist angestrebt, aber Patentrezepte sind nicht zu erwarten. Generell gilt es für alle, die dieses Lehrwerk zur Hand nehmen: Erfolgreich sein bedeutet natürlich, kompetent und kommunikationsfähig sein. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg auf Ihrem beruflichen Weg!

*Autoren*