

KITEX Kereskedelmi Szaknyelvi Vizsga

AUFGABENHEFT

LESEVERSTEHEN

Willkommen beim Prüfungsteil LESEVERSTEHEN der KITEX-Sprachprüfung.

- Der Prüfungsteil besteht aus drei Aufgaben.
- Jede Aufgabe beginnt mit den Arbeitsanweisungen.
- Während des Prüfungsteils dürfen Sie in dieses Aufgabenheft schreiben.
- Tragen Sie **Ihre Antworten** mit **blauer Tinte** auf das **Lösungsblatt** ein.
- **Nur Ihre Antworten auf dem Lösungsblatt werden bewertet.**
- **Korrigierte Antworten können nicht akzeptiert werden.**
- Die Benutzung von Wörterbüchern ist nicht gestattet.
- Der Prüfungsteil LESEVERSTEHEN dauert 60 Minuten.
- Die Gesamtpunktzahl beträgt 36 Punkte (100 %).

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg.

Aufgabe 1

- Im Text fehlen einige Wörter.
 - Wählen Sie aus der Liste die Wörter (von A bis P) aus, die in die Lücken von 1 bis 12 passen.
 - Tragen Sie die Buchstaben Ihrer Lösung in den Lösungsabschnitt 1 des beiliegenden Lösungsblattes ein.
 - Achtung: Zwei Wörter sind überflüssig.
 - Am Anfang der Aufgabe steht *ein Beispiel (0)*.
-

Sie lesen einen Artikel über künftige Vertriebler.

VERTRIEB IM HANDEL: KUNDEN UND MÄRKTE KENNEN

Der Handel sucht Hochschulabsolventen für den _____ (0) – und zwar für Führungsaufgaben, auch wenn am Anfang meist das Befüllen der Regale ansteht. Kunden und Märkte zu kennen, ist die wichtigste Voraussetzung für Vertriebler im _____ (1).

Also steht zu Beginn einer Vertriebskarriere in der Branche zunächst einmal das Kennenlernen des Tagesgeschäfts auf dem Programm. Von der Station an der Kasse über die Regalbefüllung bis zur _____ (2) eines Jahresabschlusses – überall schauen die Einsteiger nicht nur über die Schultern der routinierten Mitarbeiter, sondern packen auch selbst mit an.

Die Erfahrungen helfen später bei den organisatorischen _____ (3) als Filial- oder Regionalleiter: Abläufe können eingeschätzt und realistische Zielvereinbarungen getroffen werden. _____ (4) suchen Absolventen für künftige Führungsaufgaben. Sie möchten keine Verkäufer mit Examen anstellen, sondern brauchen den akademischen Nachwuchs für bevorstehende Herausforderungen. Schließlich wird der _____ (5) immer härter, und Bereiche wie E-Commerce erfordern kreative Konzepte und effiziente Lösungen.

Produkte und Dienstleistungen zielgruppengerecht zu verkaufen, steht auf der Agenda künftiger Vertriebsmanager. Dazu gilt es, neue Vertriebskonzepte zu _____ (6) oder die Beziehungen zu Kunden, Geschäftspartnern und Lieferanten _____ (7). Der Führungsnachwuchs kennt sich in Einsatzbereichen wie Controlling, Finanz- und Rechnungswesen aus. Studienschwerpunkte wie Handel, Marketing, Dienstleistungsmanagement oder auch Logistik schaffen eine solide Basis für die Karriere im Vertrieb. Schließlich agieren die Vertriebler an der Schnittstelle zwischen Logistik, Marketing, IT und Management.

_____ (8) und ausgeprägte kommunikative Fähigkeiten sind da ein Muss. Schnelle Entscheidungen zu _____ (9) und für neue Trends zügig Erfolg versprechende Konzepte zu entwickeln, gehört zu den täglichen Herausforderungen. Wer schon Praxiserfahrung, etwa durch _____ (10) oder ein praxisbezogenes Studium mitbringt, ist im Vorteil. Immer mehr Unternehmen kooperieren mit Hochschulen. Sie steuern praxisrelevante Aufgaben aus Vertrieb und Handel zu Seminaren und Projekten bei und _____ (11) so den Kontakt zum begehrten akademischen Nachwuchs her.

Denn der _____ (12) an qualifizierten Führungskräften ist groß – schließlich sichern kompetente Experten im Vertrieb den Erfolg eines Unternehmens.

VERTRIEB IM HANDEL: KUNDEN UND MÄRKTE KENNEN

A	Aufgaben	F	Handel	L	pflegen
B	Anspruch	G	Handelsunternehmen	M	stellen
C	Bedarf	H	kaufen	N	treffen
D	entwickeln	I	Organisation	O	<i>Vertrieb</i>
E	Flexibilität	K	Praktika	P	Wettbewerb

Benutzen Sie bitte das beiliegende Lösungsblatt.

12 Punkte

Aufgabe 2

- Im Text fehlen einige Textteile.
 - Wählen Sie aus der Liste die Textteile (von A bis H) aus, die in die Lücken 1 bis 6 passen.
 - Tragen Sie die Buchstaben Ihrer Lösung in den Lösungsabschnitt 2 des beiliegenden Lösungsblattes ein.
 - Achtung: Ein Textteil ist überflüssig.
 - Am Anfang der Aufgabe steht ein Beispiel (0).
-

Sie lesen einen Artikel über eine Lebensmittelkette.

ALDI – EINE LEBENSMITTELKETTE

Die erfolgreiche Geschichte des Discounters Aldi begann mit einem kleinen Tante-Emma-Laden in Essen. Dieser wurde 1913 von Anna Albrecht, der Mutter von Karl und Theo Albrecht gegründet.

Nach dem Zweiten Weltkrieg übernahmen Karl und Theo Albrecht die Führung des Ladens _____ (0). Bereits 1950 besaßen die beiden Albrecht-Brüder eine kleine Lebensmittelkette mit 13 Läden. Im Jahr 1960 waren es bereits 300 Läden mit einem Umsatz von 90 Millionen DM. 1961 war das Jahr der Trennung. Die beiden unabhängigen Unternehmen Aldi Nord mit heutigem Firmensitz in Essen, und Aldi Süd, mit Firmensitz in Mülheim an der Ruhr, entstanden. Karl übernahm die Filialen in Bayern, Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz, Saarland, im südlichen Nordrhein-Westfalen und im südlichen Hessen. Theo übernahm die restlichen Filialen _____ (1). In den 1960er Jahren mussten die Albrecht-Brüder das Konzept ihrer Läden ändern, denn Bedienungsläden kamen immer mehr außer Mode, dafür kauften die Leute verstärkt in Supermärkten ein. Da das Supermarkt-Konzept der Brüder sich aber gegen andere Konkurrenten, wie beispielsweise der damalige Marktführer Ratio, nicht durchsetzen konnten, _____ (2). Sie beschränkten sich nur auf die notwendigsten Waren, schufen einfachste Verkaufsräume, setzten zum großen Teil auf Eigenmarken und verzichteten auf Dekoration und Werbung. Nur bei einem sparten sie nicht: bei der Qualität ihrer Produkte. Diese Maßnahmen führten dazu, _____ (3). Dies kam natürlich bei den Kunden an, und die wahre Erfolgs-Story von Aldi begann. Die ersten Aldi-Discounter entstanden in den Städten Wesel, Dinslaken, Waslum und Bocholt. In den 1990er Jahren begannen Karl und Theo Albrecht das Nonfood-Segment in ihren Märkten auszubauen. 1995 wurde der erste Aldi-PC verkauft, der bis heute ein Verkaufsschlager ist _____ (4).

Trotz des Auseinandergehens der Brüder Albrecht Anfang der 1960er sind die beiden Aldi-Unternehmen freundschaftlich miteinander verbunden und kooperieren in vielen Bereichen. Laut einer Studie des Bundesverbandes des Deutschen Lebensmittelhandels hat Aldi-Nord 2500 Filialen, Aldi-Süd hat 1.700 Filialen. In Österreich betreibt Aldi-Süd die Kette Hofer. Insgesamt gibt es 7000 Filialen in fast allen anderen europäischen Ländern, _____ (5).

Auch in den USA ist Aldi-Süd vertreten. 2008 wurde der Umsatz für beide Unternehmen mit 40,59 Milliarden Euro angegeben. Sowohl Karl als auch Theo Albrecht, der im Juli 2010 gestorben ist, _____ (6). Unter den Lebensmittelanbietern in Deutschland belegt Aldi hinter Edeka, Metro, Rewe und der Schwarzgruppe den fünften Platz.

ALDI – EINE LEBENSMITTELKETTE

- A erfanden Karl und Theo Albrecht das Discounterprinzip
- B haben sich inzwischen aus der Geschäftsführung herausgezogen
- C *und begannen schnell zu expandieren*
- D weil das Vermögen in Stiftungen gebunden ist
- E die sich Aldi-Nord und Aldi-Süd aufgeteilt haben
- F und sich vor allem an Menschen mit kleinerem Einkommen richtet
- G dass sie die Waren zu deutlich günstigeren Preisen als ihre Mitbewerber anbieten konnten
- H und konnte nach der Wende bis auf eine einzige Ausnahme in Thüringen auch alle Filialen in den neuen Bundesländern eröffnen

Benutzen Sie bitte das beiliegende Lösungsblatt.

12 Punkte

KITEX/KER/NÉ/KÖZÉP/MODELL2/ÍRÁSBELI

Aufgabe 3

- Zum Text gibt es Aussagen/Fragen.
 - Wählen Sie zu jeder Aussage/Frage 1 bis 6 die richtige Variante (A, B, C, oder D) aus.
 - Es gibt jeweils eine richtige Antwort.
 - Kreuzen Sie Ihre Antworten im Lösungsabschnitt 3 auf dem beiliegenden Lösungsblatt an (X).
 - Am Anfang der Aufgabe steht ein Beispiel (0).
-

Sie lesen einen Artikel über die Geschichte der Victorinox GmbH.

EINE ERFOLGSGESCHICHTE AUS DER SCHWEIZ

Wenn man den Namen Victorinox hört, denkt man an Taschenmesser. Zusammen mit anderen Handwerkern kam dem Messerschmied Karl Elsener die Idee, ein Messer für die Armee zu entwickeln. Mit dem ersten Auftrag für die Schweizer Armee im Jahr 1891 begann die Geschichte der Victorinox AG. Der Gründer erfand das Offiziersmesser, das jedoch im Gegensatz zum Soldatenmesser nie offizieller Ausrüstungsgegenstand in der Armee wurde, und legte damit das Fundament für den Betrieb.

Der Erfolg wäre aber sicher nicht möglich, eigneten sich die 100 verschiedenen Modelle der „Swiss Army Knives“ nicht auch besonders gut als Geschenkartikel für Touristen; nicht jeder kann die Lieben zuhause mit einer teuren Uhr aus den Alpen beglücken. Gleichwohl war das vergangene Jahrzehnt für den Traditionsbetrieb nicht besonders einfach. Der Terroranschlag vom 11. September 2001 in New York und die danach verschärften Sicherheitskontrollen auf den Flughäfen drückten den Taschenmesserumsatz um nahezu ein Drittel. 2008/09 schlug die globale Wirtschaftskrise auch in Ibach zu. Elsener bestätigt stolz, dass der Personalstand dennoch gehalten wurde. Kurzarbeit oder gar Entlassungen waren kein Thema. Die Personalabteilung zog die Ferien der Mitarbeiter vor oder lieh einen anderen Teil der Mitarbeiter an andere Betriebe aus.

Im Herbst 2009 besserte sich die Lage wieder, aber jetzt machen Victorinox der schwache Euro und der Dollar zu schaffen. Die Firma hat heute eine breite Produktpalette, auch Parfüm gehört seit der Übernahme des Konkurrenten Wenger dazu. Victorinox-Messer und Victorinox-Parfüms, die Kombination überrascht. „Alle unsere neuen Produkte sind in Qualität, Design und Funktionalität vom Taschenmesser inspiriert“, meint der Firmenchef. 40 % des Umsatzes von umgerechnet rund 370 Millionen Euro entfallen zwar immer noch auf Taschenmesser und weitere 15 % auf Haushaltsmesser und Schneidgeräte für Profis. Aber ein Fünftel steuern schon Uhren, 15 % Reisegepäck und je 5 % Bekleidung und Parfüms bei. Victorinox beliefert schon 15 Armeen in der Welt.

Klarer erscheint ein anderer Teil der Verkaufsstrategie. Wie andere Markenhersteller setzt Victorinox zunehmend auf einen eigenständigen Auftritt. Einerseits sind dies geplante zwölf große Läden. Hinzu kommen kleinere Läden, deren Zahl in den kommenden fünf Jahren etwa 100 erreichen soll. Der erste Laden in Deutschland soll in diesem Jahr auf der Düsseldorfer Goethestraße eröffnet werden. Heute erwirtschaftet das 1884 gegründete Unternehmen einen Jahresumsatz von fast 500 Millionen Franken und beschäftigt 1800 Mitarbeiter in aller Welt. Am Stammsitz Ibach werden täglich 28 000 Armeemesser, 32 000 andere Taschenwerkzeuge sowie 60 000 Haushalts-, Küchen- und Berufsmesser ausgeliefert. 90 % der Produktion sind für das Ausland bestimmt. Carl Elsener Junior steht seit 2006 an der Spitze von Victorinox. Der 52 Jahre alte Inhaber entstammt der vierten Generation des Familienunternehmens. Zusammen mit zwei Verwandten sitzt er außerdem im Verwaltungsrat. Aus der Familie arbeiten drei Kinder einer Schwester ebenfalls im Unternehmen.

EINE ERFOLGSGESCHICHTE AUS DER SCHWEIZ

0. Karl Elsener ____

- A) hat als Offizier in der Armee gedient.
- B) wollte allein ein Messer für die Armee entwickeln.
- C) hat die Firma Victorinox gegründet.
- D) hat Messer für Handwerker hergestellt.

1. Die Firma ____

- A) konnte nach dem 11.09.2001 weniger Taschenmesser verkaufen.
- B) kann ihre Uhren am besten an Touristen verkaufen.
- C) hatte im vergangenen Jahrzehnt keine geschäftlichen Schwierigkeiten.
- D) hat nach dem 11.09.2001 Sicherheitskontrollen eingeführt.

2. Wegen der Wirtschaftskrise ____

- A) wurde die Arbeitszeit der Mitarbeiter von Victorinox verkürzt.
- B) wurden einige Mitarbeiter entlassen.
- C) wurden viele Mitarbeiter vorübergehend in anderen Betrieben beschäftigt.
- D) mussten die Mitarbeiter unbezahlte Ferien machen.

3. 2009 ____

- A) hat die Firma mit Uhren den größten Umsatz gemacht.
- B) hatte die Firma Probleme wegen des schwachen Euros.
- C) hat sich der Profit der Firma um 15 Prozent erhöht.
- D) hat die Firma ihre Produkte mit einem ganz neuen Design auf den Markt gebracht.

4. Das Unternehmen ____

- A) hat mehrere Armeen als Kundschaft.
- B) hat 12 neue Geschäfte eröffnet.
- C) hat sein erstes Geschäft in Deutschland eröffnet.
- D) verfügt über 100 Läden.

5. Heute ____

- A) produziert Victorinox nur noch in Europa.
- B) verkauft die Firma jährlich 60.000 Haushaltsmesser.
- C) hat die Firma an ihrem Stammsitz 1800 Mitarbeiter.
- D) produziert die Firma in erster Linie für den Export.

6. Carl Elsener Junior ____

- A) beschäftigt seine drei Kinder in der Firma.
- B) hat in der Firma mehrere Funktionen.
- C) ist der Vorstandsvorsitzende.
- D) leitet die Firma mit 4 Mitinhabern.

Benutzen Sie bitte das beiliegende Lösungsblatt.

12 Punkte

**KITEX Kereskedelmi Szaknyelvi Vizsga
LÖSUNGSBLATT**
LESEVERSTEHEN
Lösungsabschnitt 1: VERTRIEB IM HANDEL: KUNDEN UND MÄRKTE KENNEN

0.	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
0												

 Punkte:

	12
--	----

Lösungsabschnitt 2: ALDI – EINE LEBENSMITTELKETTE

0.	1.	2.	3.	4.	5.	6.
C						

 Punkte:

	12
--	----

Lösungsabschnitt 3: EINE ERFOLGSGESCHICHTE AUS DER SCHWEIZ

	0.	1.	2.	3.	4.	5.	6.
A							
B							
C	X						
D							

 Punkte:

	12
--	----

KITEX Kereskedelmi Szaknyelvi Vizsga
SCHLÜSSEL
LESEVERSTEHEN
Lösungsabschnitt 1: VERTRIEB IM HANDEL: KUNDEN UND MÄRKTE KENNEN

0.	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
O	F	I	A	G	P	D	L	E	N	K	M	C

12 Punkte

Lösungsabschnitt 2: ALDI – EINE LEBENSMITTELKETTE

0.	1.	2.	3.	4.	5.	6.
C	H	A	G	F	E	B

12 Punkte

Lösungsabschnitt 3: EINE ERFOLGSGESCHICHTE AUS DER SCHWEIZ

	0.	1.	2.	3.	4.	5.	6.
A		X			X		
B				X			X
C	X		X				
D						X	

12 Punkte

**KITEX Kereskedelmi Szaknyelvi Vizsga
AUFGABENBLATT**

SCHREIBFERTIGKEIT

Willkommen beim Prüfungsteil SCHREIBFERTIGKEIT der KITEX-Sprachprüfung.

- Der Prüfungsteil besteht aus zwei Aufgaben: Geschäftsbrief und Aufsatz.
- Beide Aufgaben enthalten die Arbeitsanweisungen.
- Auf dieses Aufgabenblatt dürfen Sie Notizen schreiben.
- Tragen Sie die **endgültige Fassung** mit **blauer Tinte** auf das **Lösungsblatt** ein.
- **Nur die endgültige Fassung auf dem Lösungsblatt wird bewertet.**
- Ihre Korrektur muss eindeutig sein.
- Sie dürfen bei der Arbeit ein gedrucktes Wörterbuch benutzen.
- Der Prüfungsteil SCHREIBFERTIGKEIT dauert 90 Minuten.
- Die Gesamtpunktzahl beträgt 40 Punkte (100 %).

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg.

AUFGABENBLATT

Aufgabe 1

GESCHÄFTSBRIEF

Sie sind Einkaufsmanager/in der Firma „Bútor Kft.“ (1061 Budapest, Paulai Ede utca 10.) und wollen neue Möbel bestellen. Schreiben Sie eine Anfrage (150-200 Wörter) an einen deutschen Möbelhersteller (Steinemann GmbH, Lübecker Str. 78 39124 Magdeburg) und gehen Sie auf folgende Punkte ein:

- Beschreiben Sie, woher Sie die deutsche Firma kennen.
- Stellen Sie in ein paar Sätzen Ihre Firma vor.
- Schildern Sie Ihre Wünsche.
- Erkundigen Sie sich nach den Geschäftsbedingungen bzw. möglichen Ermäßigungen.

Ihr Name:
Anna/András Kiss
Bútor Kft
1061 Budapest
Paulai Ede utca 10.

Benutzen Sie bitte das beiliegende Lösungsblatt.

20 Punkte

Aufgabe 2

AUFSATZ

Sie sind Student/in an einer deutschen Hochschule. Sie haben Ihr Hochschulpraktikum als Marketingassistent/in absolviert. Schreiben Sie einen Bericht (150-200 Wörter) an Ihren Hochschullehrer über Ihr Praktikum und gehen Sie auf folgende Punkte ein:

- Schreiben Sie darüber, wie Sie diesen Praktikumsplatz bekommen haben.
- Stellen Sie die Firma kurz vor, wo Sie als Marketing-Assistent/in gearbeitet haben.
- Beschreiben Sie Ihre Tätigkeiten bei der Firma.
- Schildern Sie Ihre Erfahrungen.

Ihr Name:
Andrea/Antal Kovács

Benutzen Sie bitte das beiliegende Lösungsblatt.

20 Punkte

KITEX/KER/NÉ/KÖZÉP/MODELL2/ÍRÁSBELI