

Freigegebene Zertifikatsprüfung zu Übungszwecken

Hinweise vorab: Diese Prüfung war für das leichtere B1-Niveau (Realschule) damals ziemlich schwierig geraten und eher schon eine einfachere B2-Prüfung (Abitur Grundkurs, Höhere Handelsschule). Wenn Ihr Englisch auf B1-Niveau liegt, wird Ihnen diese Prüfung etwas schwer erscheinen; liegt es auf B2-Niveau, finden Sie die Prüfung vielleicht etwas einfach. Mit dieser Prüfung können Schüler beider Schwierigkeitsgrade die Anforderungen einschätzen. Die Prüfungstexte in B1 werden eher kürzer und leichter, in B2 eher länger und schwieriger ausfallen als hier.

Die Lösungshinweise finden Sie weiter unten, ebenso die Rollenkarten für die mündliche Prüfung.

Die Audiodatei findet Ihr bei Youtube unter „English for Marketing and Advertising“ bei 13:15 min. Oder Track 12 bei Cornelsen, Google: „MP3 zu Short Course Series English for Marketing“. Der gesprochene Text ist weiter unten abgedruckt, so dass auch ohne Audiodatei ein guter Eindruck der Schwierigkeit möglich ist.

Viel Erfolg!

KMK-Fremdsprachenzertifikat

Prüfung der Schule
Berufliche Schule H20 Bramfelder See
in Englisch für kaufmännisch-verwaltende Berufe

Stufe II (B1)

am 10. Juni 2015

Prüfungsdauer: 90 Minuten

erlaubtes Hilfsmittel: ein allgemeinsprachliches, zweisprachiges Wörterbuch

Prüfungsergebnisse (werden so auch im Zertifikat eingetragen):

Schriftliche Prüfung:

Rezeption:

Hörverstehen: _____ Punkte von 15

Leseverstehen: _____ Punkte von 20

Produktion:

_____ Punkte von 35

Mediation:

_____ Punkte von 30

Σ: _____ Punkte von 100 → bestanden ja nein

Mündliche Prüfung:

Interaktion:

_____ Punkte von 30 → bestanden ja nein

Bitte beachten Sie diese Hinweise:**VOR der Prüfung:**

- Überprüfen Sie, ob Ihr Aufgabensatz alle Seiten und die Module „Rezeption I (Hörverstehen)“, „Rezeption II (Leseverstehen)“, „Produktion“ und „Mediation (Sprachmittlung)“ enthält.
- Sie dürfen nur das ausgehändigte Papier verwenden.
- Versehen Sie das Papier bitte mit einem Rand und Ihrem Namen.
- Machen Sie sich mit der Hörverstehensaufgabe vertraut (Sie wird Ihnen am Anfang der Prüfung 2x vorgespielt). Sie dürfen Wörter im Wörterbuch nachschlagen und sich Notizen machen, jedoch noch keine Eintragungen in den Aufgabensätzen vornehmen.

WÄHREND der Prüfung:

- Nach der Hörverstehensaufgabe (Modul „Rezeption I“) steht Ihnen die Reihenfolge der Bearbeitung der Aufgaben frei.
- Schreiben Sie Ihre Lösungen/Antworten in den Aufgabensatz und nur dann auf die ausgehändigten Bögen, wenn dies in der Aufgabenstellung vermerkt ist.
- Sie dürfen ein (von der Schule gestelltes) zweisprachiges Wörterbuch benutzen.
- Sie dürfen den Aufgabensatz trennen und Seiten nebeneinander legen.

Am ENDE der Prüfung:

- Entwerten Sie Notizen, Ihre Kladde usw., indem Sie diese durchstreichen.
- Geben Sie alle Seiten (auch Ihre Notizen) zusammen mit dem Aufgabensatz ab.

Viel Erfolg!

Hinweis: Die benötigte Audiodatei für die erste Übung bitte vom Lehrer erfragen, da wir diese Schulbuchdatei nicht online stellen dürfen. Sie finden die Datei im Internet unter „Sylee Gore - English for Marketing and Advertising“ bei Youtube bei 13:15 min. (unit 5, exercise 2) <https://midobay.com/quick-english-learning-english-for-marketing-advertising/>

Modul 1a: Rezeption I (Hörverstehen)

(Erreichbare Punkte: 15)

Situation:

You will listen to a phone call between John Bradwell (buyme.com, internet shop) and Stefanie Schwarz (marketing manager for a manufacturer of kitchen appliances).

Assignment: Listen carefully and note what is said in the table (in English). Every bullet point (“•”) requires one entry. You will hear the recording twice (2.51 min each).

1. What Stefanie wants to talk about	•
2. Offer - type of condition - basis	• •
3. Situation of sales (including time period)	• •
4. Complaints: - From who? - their behaviour at shops	• •
5. Stefanie’s first demand for her new line of microwave products	•
6. Her second demand	•
7. Her third demand	•
8. How John’s website should show the prices (like other websites do)	•
9. John’s promises for actions to solve the last problem	• •
10. Promised deadline for changes on the website	•
11. Stefanie’s hope	•

Modul 1b: Rezeption II (Leseverstehen)

(Erreichbare Punkte: 20)

Situation: Your boss intends to set up a branch in Australia. He wants to get an overview of the legal types of companies there. He asks you to look for useful information in the info sheet below.

Assignment: Please read the information below and fill in the corresponding data in the table. Every bullet point (“•”) requires an entry.



November 2014

Small Business Victoria: Information sheet

Choosing the best structure for your business**1. Sole trader:**

■ **Description/Legal:** This is the simplest form of business structure. A sole trader runs the business in their own right as the only proprietor, using either their own name or a registered business name. If you trade under a business name, e. g. John Smith Mowing, because 'mowing' is not part of your family name, you have to register with Consumer Affairs Victoria (CAV).

To trade Australia-wide, register with the Australian Securities and Investments Commission (ASIC) instead.

■ **Ownership and liability:** The sole trader owns all the business assets and is responsible for the liabilities of the business. Liability is unlimited and includes all personal assets, including any assets the owner shares with another person. For example, if the owner is married, they might own a house.

■ **Further action:** When you have registered your business name, it must be displayed outside your business address, and on all public documents like letters, invoices and receipts.

■ **Taxation:** A sole trader is taxed as an individual, so their personal Tax File Number (TFN) is also used for income tax purposes. Income tax is paid at personal tax rates. A sole trader must also register to collect Goods and Services Tax (GST) when gross income passes \$75,000.

■ **Cost of registration:** It costs \$83.70 to register a business name at Consumer Affairs Victoria, payable every three years. .

2. Partnership (General/Limited)

■ **Description/Legal:** A partnership is formed when two or more people go into business planning to make a profit. The business may be run under the personal names of the partners, or as a registered business name. If you are planning to use a business name, register it with Consumer Affairs Victoria (CAV). Limited partnerships must be registered separately from the business name with CAV.

■ **Ownership and liability:** Apart from partners with limited liability, all partners are liable for financial obligations. Unless there has been a prior agreement, debt is not always equally distributed among partners.

■ **Further action:** None

■ **Taxation:** A partnership lodges its own tax return. However, the partnership's profits are divided among the partners. The partnership has its own Tax File Number (TFN). It has to collect GST when annual turnover passes \$75,000. .

■ **Cost of registration:** It costs \$597.50 to register a Limited Partnership, payable every three years. There is no registration cost for a General partnership.

3. Company

■ **Description/Legal:** A company is an independent legal entity doing business separately from its members (shareholders). All companies are registered with and regulated by the Australian Securities and Investments Commission (ASIC).

■ **Ownership and liability:** A company has members (shareholders) who own the company, and directors who run it. An alternative structure is the 'one person company' where you are the office holder and the only member. Companies have limited liability, but directors can be personally liable. The liability of the shareholders is limited.

■ **Further action:** With registration you are also given an Australian Company Number (ACN). This must be on all documents, like invoices and receipts.

■ **Taxation:** When annual turnover passes \$75,000, a company must register with the Tax Office to collect Goods and Services Tax (GST), as well as company tax. A company has its own Tax File Number (TFN) and Australian Business Number (ABN).

■ **Cost of registration:** It costs \$412 to register a company with ASIC, and \$340 for a Public company limited by guarantee.

source/copyright:

http://sbms.org.au/app/webroot/files/businessstools/1328150897_sbv_infosheet_choosing_the_best_structure.pdf - SBMS Experienced Business Mentors

Type Aspect	Sole Trader	Partnership	Company
company's main feature(s)	•	•	•
Registration(s) necessary with.... (short forms)	•	•	•
Number of owners	•	•	•
Liability of owner(s)	•	•	•
Further action to be taken	•	XXX (nothing to add)	•
Taxation requirements	•	•	•
Registration cost	•	•	•

Modul 2: Produktion

(Erreichbare Punkte: 35)

Sie arbeiten als Einkäufer/-in für die Sporthandel GmbH. Sie möchten Jogginganzüge aus Indonesien importieren und benötigen diese *so schnell und so sicher wie möglich*.

Das Angebot der Textiles plc. wurde von Ihrem Chef befürwortet. Bitte bestellen Sie 2000 Jogginganzüge, in jeder Farbe 500 Stück und davon je 125 Stück in den vier Größen.

PT Textiles Indonesia

Jl. Jend. Sudirman 52
Jakarta 10219
Indonesia

Sporthandel GmbH
Wandeltwiete 3
22309 Hamburg
Germany

June 1, 2015

Dear Sirs,

offer #128-15

We can offer you the requested jogging suits for 377,925 rupiahs (approx. 25 €) per item. For cash payments within 10 days after receipt of invoice we grant a 3 % cash discount, two months' credit. You will also be given a 5 % quantity discount, orders exceeding 1,500 items 10 %.

Product details in short for *Jogging Suit "Springtime"*:

Jacket without hood, in red, blue, white or green, all with fluorescent stripes, cotton-nylon-mix, air-permeable fabric, in unisex sizes S, M, L, XL. A sample is enclosed.

Terms and date of delivery: air freight costs 7,558,500 rupiahs (ca. 500 €), insurance available for plus 453,510 rupiahs (ca. 30 €), delivery is three weeks after receipt of order (on request within a week, for which we have to charge an express fee of 1,517,700 rupiahs (ca. 100 €)). All prices quoted for Hamburg airport. For all general terms and conditions please visit our homepage.

Let us assure you that we will process your order to your fullest satisfaction.

We look forward to your next order.

Yours truly,

J. Hidayat
Sales Manager

Enc.

www.pt-textiles.id, phone: +6221-566557

Nutzen Sie das Fax-/Briefformular auf den nächsten
Seiten für einen förmlichen englischen Geschäftsbrief. →

Sporthandel GmbH, Wandeltwiete 3, 22309 Hamburg

Tel.: +49 40 436 74 41
Fax +49 40 436 74 43
Internet: www.sport-hh.de
E-Mail: info@sport-hh.de



Date:



A large rectangular area containing 25 horizontal lines, intended for writing the answer to the question on the previous page.

Modul 3: Mediation (Sprachmittlung)

(Erreichbare Punkte: 30)

Situation: Sie sind Assistent/in des Einkaufsleiters, der demnächst in die USA, Asien und nach Mexiko fliegt, um neue Lieferanten zu kontaktieren. Er bittet Sie, ihm die wichtigsten Punkte über kulturelle Eigenheiten zusammenzustellen – auf Deutsch. Lesen Sie zunächst den Artikel und vervollständigen Sie dann das vorbereitete Memorandum.

IOWA STATE UNIVERSITY
Center for Excellence in Learning and Teaching

Cultural Differences

Time orientation

There are cultural variations in how people understand and use time. Two groups exist:

Monochronic* individuals are those who prefer to complete one task at a time. For them, task-oriented time is different from socially-orientated time. In other words, there is a time to play and a time to work. These individuals value punctuality and schedules. They view time as if only one event is happening at a time. Examples of countries: U.S., Israel, Germany and Switzerland.

Polychronic* individuals, on the other hand, are flexible about time schedules. For them, relationships and socializing are more important than keeping to timetables. These individuals usually see time as many events that may happen all at once. Examples: Latin America, the Middle East and Africa. In certain cities in the U.S., it is common to find timetables for buses. For polychronic individuals such precise timetables are dizzying, they are used to going to the bus stop and just waiting. This difference in time orientation U.S. business people complain about when doing business in Mexico. A source of frustration for them is getting through a meeting's agenda. That is because meetings begin with a long socializing time – usually over many cups of coffee.

* Fachwörter auf Deutsch ebenso: monochron und polychron.

The context of communication

This aspect has to do with the way people communicate with each other. In high context cultures, information is indirectly transported (in the environment) or internalized in the person by education. The context, for example a sign on a wall without words, is supposed to give you the hints you need to behave correctly. Examples: Japan, China, and many Latin American countries.

In low context cultures, information is transported through the content of the communication, for example the words on a sign. The rules are explained; individuals prefer a direct communication style. Examples of countries include the United States and most European countries. In the U.S. it is very common for college students to receive a course description at the beginning of the year with detailed information about what they should learn and do, a direct way to communicate. In a high context culture, however, as a student, it is your job to find out what the rules and expectations are.

Individual versus Society

In individualistic societies, the goals of individuals are valued more highly than the goals of the group. Individuals are rewarded for behaving independently and for their individual achievement and qualifications. Individualistic societies include the United States and European countries.

In collectivistic societies, on the other hand, the needs of the group are considered more important than those of the individual. In these societies, family ties are much stronger and may be more important than experience and knowledge for getting a job. Collectivism is a value in Asian, African, as well as Latin American cultures. Take, for example, the case of arranged marriages. Marriages are times to form family alliances, you marry whomever your family chooses as being best for the family. In the U.S., however, you marry whomever you choose, the one you think is the best for you. A student from a collectivistic culture may be sent to the U.S. to study whatever his/her government needs and not what he/she wants.

Differences in value orientation or “cultural baggage”

When you visit another country, you take along your “cultural baggage”, that is, the collection of all the values and behaviors that you learned as a child and how you see the world. Keep in mind that your cultural baggage is unique and will most certainly differ from that carried by members of your host culture.

Cultures vary. It's important that you realize that the cultural differences presented here do not apply to all individuals within a culture. An individual's behavior may also be different depending on the situation. In other words, treat the differences as general guidelines and understand that there will always be individuals who don't fit the differences described here.

source/copyright: www.celt.iastate.edu/ceit-resources/international-resources/cultural-differences/ – adapted

Hinweis: Bitte auf DEUTSCH ausfüllen – Sie sollen nicht Wort für Wort übersetzen!

Notizen über Kulturunterschiede in Asien/Mexiko und den USA

1. Aspekt: _____

USA

Mexiko

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. Aspekt: _____

USA

Asien/Mexiko

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. Aspekt: _____

USA

Asien/Mexiko

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

4. Aspekt/Ratschlag: _____

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Es folgen die Rollenkarten. Sie erhalten 5 Minuten Zeit sich hineinzuarbeiten, ansonsten soll diese Prüfung spontan sein und interaktiv, nicht vorab geplant.

Modul 4: Interaktion

(Erreichbare Punkte: 30)

Rollenkarte für die mündliche Prüfung**Kandidat/in A**

Machen Sie sich zuerst mit allen Angaben auf dieser Karte vertraut.

Die Karte beschreibt eine Situation. Diese Situation ist der Hintergrund für das Gespräch, das Sie führen sollen. Es kommt **nicht** darauf an, dass Sie im Gespräch alles der Reihe nach sagen, was auf der Karte steht, sondern dass Sie mit den passenden Aussagen auf den Verlauf, den das Gespräch nimmt, reagieren. Etwas Kreativität ist erlaubt!

Situation

Sie sind Einkäufer(in) bei der Thermotech Ltd, Oxford. Ihre Firma interessiert sich für umweltfreundliche FCKW-freie Kühlschränke (CFC-free refrigerators), die Sie auf der Environmental Technology Fair in Birmingham gesehen haben. Sie erhalten einen Anruf des Herstellers, der Fa. Kältetechnik Lohmann GmbH, Köln. Berücksichtigen Sie bitte folgende Punkte:

- Sie nehmen den Anruf entgegen
- Sie bekunden großes Interesse und wünschen Informationen über umweltfreundliche Fakten, insbesondere Stromverbrauch und Haltbarkeit/Lebensdauer (life cycle).
- Hat der Kühlschrank englische Stecker (plug)?
- Fordern Sie schriftliches Informationsmaterial an und fragen Sie nach Lieferzeiten, Preisen und Lieferbedingungen.
- Erkundigen Sie sich nach Konditionen bei Abnahme von 500 Kühlschränken (mehr brauchen Sie für 3 Monate nicht, sind aber an langfristiger Lieferantenbeziehung interessiert).
- Sie bitten um ein schriftliches Angebot per E-Mail (purchase@thermotech.co.uk)

Rollenkarte für die mündliche Prüfung

Kandidat/in B

Machen Sie sich zuerst mit allen Angaben auf dieser Karte vertraut.

Die Karte beschreibt eine Situation. Diese Situation ist der Hintergrund für das Gespräch, das Sie führen sollen. Es kommt **nicht** darauf an, dass Sie im Gespräch alles der Reihe nach sagen, was auf der Karte steht, sondern dass Sie mit den passenden Aussagen auf den Verlauf, den das Gespräch nimmt, reagieren. Etwas Kreativität ist erlaubt!

Situation

Sie arbeiten in der Exportabteilung der deutschen Firma Kältetechnik Lohmann GmbH in Köln. Sie stellen Ihr neuestes Modell, einen umweltfreundlichen FCKW-freien Kühlschrank (CFC-free refrigerator), auf der Environmental Technology Fair in Birmingham aus. Sie telefonieren nun mit den interessierten Firmen, ob sie an einem konkreten Angebot interessiert seien. Sie rufen die Firma Thermotech Ltd, Oxford, UK, an. Berücksichtigen Sie bitte folgende Punkte:

- Erklären Sie, dass Sie die Kontaktdaten von der Messe haben und fragen Sie nach weiterem Interesse
- Einige Fakten:
 - Kühlsystem (cooling system) umweltfreundlich
 - Stromverbrauch halb so viel wie normal
 - Lebensdauer (life cycle) mind. 10 Jahre, vollständig recyclebar
 - zertifiziert/patentiert, Ihre Firma hat es entwickelt und produziert in Deutschland.
- Lieferzeit 3 Wochen, Stückpreis 350 Euro plus Transport.
- Sie entscheiden Bedingungen bei einer Abnahme von über 1000 Kühlschränken (Sie wollen verkaufen!)
- Sie sichern eine schnelle E-Mail zu und beenden das Telefonat.

LÖSUNGSHINWEISE

Modul 1a: Rezeption I (Hörverstehen)

Quelle: Sylee Gore: English for Marketing and Advertising, Cornelsen 2006, p. 71

Je ein Punkt pro Aufzählungspunkt, wenn nicht anders notiert, gesamt 15 Punkte

1. What Stefanie wants to talk about	<ul style="list-style-type: none"> • listings on website
2. Her company's offer - special conditions - basis	<ul style="list-style-type: none"> • (large) trade discount • (promised/presented) sales projections
3. Situation of sales (including time period)	<ul style="list-style-type: none"> • past quarter • below target
4. Complaints: - From who? - their behaviour at shops	<ul style="list-style-type: none"> • (bricks- and mortar) retailers • negotiate cheaper prices (at their stores)
5. Stefanie's first demand for her new line of microwave products	<ul style="list-style-type: none"> • highlight (new line of microwaves) in featured products section
6. Her second demand	<ul style="list-style-type: none"> • include two product shots of each item
7. Her third demand	<ul style="list-style-type: none"> • hide price (of products) on (main) web pages
8. How John's website should show the prices (like other websites do)	<ul style="list-style-type: none"> • customer can't see price before (putting it into) the shopping cart
9. John's promises for actions to solve the last problem	<ul style="list-style-type: none"> • check with the technical people • get back to her
10. Promised deadline for changes on the website	<ul style="list-style-type: none"> • end of this week
11. Stefanie's hope	<ul style="list-style-type: none"> • that changes improve things

Modul 1b: Rezeption II (Leseverstehen)

(Erreichbare Punkte: 20)

Lösungs- und Bewertungshinweise/Beispiele für Eintragungen:

Source:

http://sbms.org.au/app/webroot/files/businessstools/1328150897_sbv_infosheet_choosing_the_best_structure.pdf

Topic	Sole Trader	Partnership	Company
Type of company in short	• one person company	• two or more persons forming business	• legal entity separate from members
Registration(s) (short form)	• CAV for Victoria only, Australia-wide ASIC	• CAV if business name is used, Limited P. at CAV separately/in any case	• ASIC
Number of owners	• 1	• 2 or more	• 1 possible or more
Liability of owner	• unlimited	• unlimited or limited	• limited
Further action to take	• registration on all documents and displayed outside business address	XXX	• ACN on all documents
All types of Taxation	• individual income tax; GST over 75,000 \$ turnover/year	• GST over 75,000 \$ turnover/year	• GST and company tax over 75,000 \$ turnover/year
Registration cost	• \$83.70	• \$597.50 as Limited, none for General partnership	• \$412; if public company limited by guarantee the cost is only \$ 340

je Eintrag ein Punkt

Modul 2: Produktion

(Erreichbare Punkte: 35)

Zur holistischen, stufenbezogenen Bewertung wird die Deskriptorenliste für produktive Leistungen auf Stufe B1 (siehe Folgeseite) herangezogen.

Checkliste**Der Brief sollte folgende Punkte enthalten bzw. erfüllen:**

- generell: Englischer Geschäftsbrief-Standard (Betreff unter Anrede, erster Buchstabe groß geschrieben, Datum in englischer Schreibweise, Anrede zum Abschluss passend, eigene Position)
- schnellste Bearbeitung bestellen (Luft, Express) - falls fehlend, 4 P. Abzug
- Versicherung mitbestellen - falls fehlend, 4 P. Abzug
- in vier Farben und vier Größen bestellen
- höflicher Abschlusssatz

Modul 3: siehe nächste Seite

Modul 4 Lösungshinweise zum Rollenspiel:

Konflikt: englische Stecker nicht beim Verkäufer erwähnt.

Kleiner Konflikt: 500 benötigt, Verkäufer will 1000 verkaufen

Modul 3: Mediation (Sprachmittlung)

(Erreichbare Punkte: 30)

Zur holistischen, stufenbezogenen Bewertung wird die Deskriptorenliste für mediative Leistungen auf Stufe B1 herangezogen.

source: www.celt.iastate.edu/celt-resources/international-resources/cultural-differences/ – adapted

Inhaltliche Erwartungen, Formulierungsvorschläge

1. Aspekt: Zeitorientierung	
USA	Mexiko
<p>Monochron: Zeiten für Arbeit/Aufgaben und für Beziehungen werden getrennt gesehen.</p> <p>Zeitpläne werden hoch geschätzt, Ereignisse laufen hintereinander ab.</p>	<p>Polychron: Menschen sehen Aufgaben und Beziehungen zusammen.</p> <p>Das Gesellige wird höher bewertet als die Aufgaben bzw. Zeitpläne.</p> <p>Zeitpläne verwirren (Mexikaner), sie schätzen die Zeit in der Gemeinschaft vor Tagesordnungen.</p>
2. Aspekt: Kontext/Umstände der Kommunikation	
USA	Asien/Mexiko
<p>Informationen werden ausdrücklich und detailliert gegeben.</p>	<p>Informationen ergeben sich aus dem Zusammenhang und indirekten Hinweisen. Durch Erziehung verständlich.</p> <p>Manche Regeln müssen selbst erarbeitet werden.</p>
3. Aspekt: Individuum oder Gesellschaft/Gemeinschaft	
USA	Asien/Mexiko
<p>Das Individuum geht vor und wird belohnt für seine Leistung.</p> <p>Es trifft die Entscheidung und sein Wunsch geht dem Gruppenwunsch vor.</p>	<p>Das Gemeinschaftswohl ist wichtiger als das Wohl des Individuums. Familienbande sind wichtiger als Wissen, z. B. bei der Arbeitssuche.</p> <p>Ein Individuum tut, was von ihm verlangt wird.</p>
4. Aspekt: Unterschiede in der Wertorientierung oder „Kulturelles Gepäck“	
<p>Wer ein anderes Land besucht, trägt eine Sammlung von Werten mit sich. Diese Sammlung ist einzigartig und wird wohl anders sein als die der Gastkultur.</p> <p>Kulturunterschiede gelten nicht für jeden aus einer Gruppe, sie sind situationsabhängig und daher immer nur grobe Verhaltens-Richtlinien.</p>	