



Axel Hering, Magdalena Matussek, Felicitas Sieger:
Geschäftskommunikation,
Schreiben und Telefonieren

(Berlin, Hueber, 2003. 168 páginas)

La presente obra, titulada *Geschäftskommunikation* (en español, “la comunicación en los negocios”) es un método destinado a la formación del alumno principalmente en tres competencias de la lengua: la expresión escrita (Schreiben) y la expresión/comprensión oral en llamadas/conversaciones telefónicas (Telefonieren). Se trata de una obra monolingüe, escrita exclusivamente en alemán, que está estructurada en 15 temas o capítulos. Debido a la especificidad de su temática, es recomendable para alumnos que tengan ya unos amplios conocimientos de la lengua alemana, es decir, que dispongan de un nivel B2 o superior.

El primer capítulo titulado Firmennachweis trata sobre la situación comunicativa en la que un particular o una empresa quieren vender o comprar un producto en el extranjero. Para ello, propone unos consejos a nivel nacional e internacional y algunos ejemplos de este tipo de correspondencia. Después de estos ejemplos, nos presenta un test para saber si hemos comprendido la finalidad de este tipo de correspondencia y, asimismo, nos ofrece una serie de ejercicios para practicar la escritura de este tipo de carta. A continuación se tratan dos puntos gramaticales, que en este primer capítulo son las oraciones finales (Finalsätze y sus dos variantes: damit / um... zu + infinitivo) y los verbos con preposiciones, que a su vez van seguidos por unos ejercicios con los que practicar estos puntos de gramática, junto con ejercicios de comprensión oral de conversaciones telefónicas, para el que se necesita tener ese material de audio. Todos estos ejercicios y transcripciones de la parte de audio se encuentran al final de la obra.

Esta estructura que acabo de explicar respecto al primer capítulo se repite en los demás capítulos. Así pues, el segundo capítulo titulado Anfrage está consagrado a la solicitud de información, como podría ser el caso de: lista de precios, catálogos, entre otros. En él encontramos algunos ejemplos de textos de esta temática y trata como puntos gramaticales la declinación de los adjetivos, el género de los sustantivos y además incluye unas tablas de pronunciación del alfabeto a nivel nacional e internacional.

El tercer capítulo, Angebot, trata los anuncios y termina de ver la declinación de los adjetivos. También dedica un espacio a la aparición de la -s en la formación de algunas palabras compuestas (Wortbildung und Fugenelement -s) y al uso de comas (Kommaregeln). El cuarto capítulo, Werbebrief (frecuentemente traducido como 'circular de propaganda') aunque en principio pudiera parecer estar muy ligado a los anuncios, en realidad, se encarga únicamente de invitar sin compromiso alguno a comprar sus productos a potenciales clientes. Obviamente, también se pone en evidencia un interés económico y comercial. Además en este capítulo, se repasan los verbos separables e inseparables y la formación del participio de pasado. El quinto capítulo titulado Nachfassbrief (literalmente, 'carta de insistencia') es uno de los más curiosos, porque trata la forma de insistir a los clientes, es decir, a veces una empresa envía un anuncio a sus posibles clientes y hay algunos que aún no se convencen, es ahí donde entraría este tipo de correspondencia, con la que acercarse de nuevo a ese cliente sin ser molesto y presentándole de nuevo su anuncio. Este capítulo da cabida a la construcción del tiempo pasado (Perfekt), en la misma línea propone otro apartado donde se contrasta el uso de Perfekt y Präteritum, y por último, las oraciones temporales (wenn - als).

Siguiendo el mismo patrón que los anteriores capítulos tenemos: el sexto capítulo Auftrag/Bestellung – Widerruf ('Pedido/ Encargo – Revocación'), el séptimo capítulo Auftragseingang. Annahme – Ablehnung ('Entrada de pedidos. Recepción – Denegación'), el octavo capítulo Lieferung. Versandanzeige – Rechnung ('Entrega. Aviso de envío – Factura'), el noveno capítulo Wareneingang. Empfangsbestätigung – Zahlungsanzeige ('Control de entradas. Acuse de recibo – Aviso de pago'), el décimo capítulo Lieferverzögerung. Mahnung – Antwort auf eine Mahnung ('Retraso en la entrega. Amonestación – Respuesta a una amonestación'), el undécimo capítulo titulado Mängelrüge

– Antwort auf eine Mängelrüge ('Reclamación por mercancía defectuosa – Respuesta a una reclamación por mercancía defectuosa'), el duodécimo capítulo Zahlungsverzögerung. Mahnung – Antwort auf eine Mahnung que equivaldría en español a 'Retraso en el pago. Amonestación – Respuesta a una amonestación', el décimo tercer capítulo Zahlung mit Wechseln que trata de los pagos con cambio, el décimo cuarto capítulo Zahlungsschwierigkeiten. Versuch einer Einigung ('Dificultades de pago. Intento de acuerdo') y en último lugar, el décimo quinto capítulo, Kreditauskunft ('Informe de crédito'). Éstas han sido las temáticas tratadas a lo largo de esta obra, sin embargo, sus aspectos gramaticales son de los más diversos y crecientes en dificultad: declinaciones de sustantivos y adjetivos, oraciones subordinadas, oraciones pasivas, entre otros.

Como podemos observar tanto la temática como los puntos gramaticales que se tratan a lo largo de estos capítulos son altamente especializados y presentan una gran dificultad para aquellos que aún no dominen la lengua alemana. No obstante, esta obra es de muy fácil manejo, gracias a sus ejemplos y ejercicios, el aprendizaje está garantizado. Es una obra muy recomendable para profesores y estudiosos de la lengua y aquellos profesionales del sector económico o empresarial de cualquier índole. Este tándem de lengua alemana unida a la especialidad en la comunicación comercial, hacen de esta obra un método indispensable.

Concepción Mira Rueda
Universidad de Málaga, España
mirarc@uma.es