

um Teile von Flugzeugtriebwerken zu züchten. Für den Anbau von Produkten wird 3D-Modellierung verwendet.

Zusammenfassend kann man sagen, dass die Entwicklung des Maschinenbaus nicht still steht. Mit neuen Technologien, die Zeit, Kosten und Geld sparen und die Produktion vor dem Risiko des «menschlichen Faktors» schützen, erwartet man eine große Zukunft.

### **Литература**

1. Gebrüder Lödige Maschinenbau GmbH [Elektronische Ressource]. – Das Regime des Zugriffes : <https://yellow.place/ru/gebr%C3%BCder-1%C3%B6dige-maschinenbau-gmbh-paderborn-germany.> – Das Datum des Zugriffes : 10.03.2021.

2. Geschichte Maschinenbau [Elektronische Ressource]. – Das Regime des Zugriffes : <https://www.maschinenbau.tu-darmstadt.de/fachbereich/index.de.jsp>. – Das Datum des Zugriffes : 10.03.2021.

3. Maschinenbau [Elektronische Ressource]. – Das Regime des Zugriffes : <https://en.wikipedia.org/wiki/maschinenbau>. – Das Datum des Zugriffes : 13.03.2021.

4. Maschinenbau Geschichte [Elektronische Ressource]. – Das Regime des Zugriffes : <https://www.was-war-wann.de/geschichte/maschinenbau.html>. – Das Datum des Zugriffes : 13.03.2021.

## **BELARUSSISCHE UND DEUTSCHE KLEIDERORDNUNG IN EINEM UNTERNEHMEN БЕЛОРУССКИЙ И НЕМЕЦКИЙ ДРЕСС-КОД НА ПРЕДПРИЯТИИ**

Буяк П.С.

Научный руководитель: ст. преподаватель Пужель Т.В.  
Белорусский национальный технический университет

In verschiedenen Ländern der Welt hat man seine Ansichten darüber, wie ein Mensch aussieht und wie er gekleidet sein muss. Was in einem Land als umgangen gilt, sieht in einem anderen eher zweifelhaft aus. Um die Besonderheiten der Kleiderordnung in Deutschland und Belarus zu verstehen, vergleichen wir diese Länder.

„Kleider machen Leute“ – das besagt ein altes Sprichwort. Die Regeln der Kleiderordnung sind in der Satzung des Unternehmens, im Handbuch oder im Arbeitsvertrag des Mitarbeiters vorgeschrieben [2]. Sie werden durch den Auftrag

oder die schriftliche Anordnung des Direktors geregelt und können auf verschiedene Arten genannt werden: „Corporate Code“, „Ethikregeln“, „die Verfassung des Unternehmens“. Aber keine dieser Regeln wird funktionieren, wenn der Mitarbeiter selbst nicht versteht, warum er diese Regeln befolgt, welche Rolle die Kleiderordnung in den Aktivitäten des Unternehmens spielt.

Die meisten belarussischen Büroangestellten glauben, dass ständig in einem Anzug mit Krawatte zur Arbeit zu kommen – ist eine veraltete Option. Im Laufe der Zeit begannen die Unternehmen jedoch, sich an einen flexiblen Arbeitsplan zu halten, daher ändert sich die Situation mit der Kleiderordnung allmählich, der Wert der Kleidung und des Aussehens sinkt von Jahr zu Jahr. Die Arbeitgeber verstehen, dass es wichtig ist, nicht nur den Wunsch und Geschmack des Unternehmens, sondern auch die Rechte und Bedürfnisse der Arbeitnehmer zu berücksichtigen. Es sollte keine absurden Forderungen geben, die manchmal den Ruf und die Gesundheit der Arbeitnehmer direkt schädigen [1]. Ein gutes Beispiel waren private Unternehmen, die loyal gegenüber dem Aussehen der Mitarbeiter sind. Bei staatlichen Unternehmen gibt es aufgrund des verbreiteten Arbeitszeitplans sowie der strengen Kleiderordnung deutlich weniger Veränderungen.

Laut der Statistik „Geschlechterperspektiven“ sind etwa 72% der Arbeitgeber in Belarus loyal dem Aussehen der Mitarbeiter gegenüber. Am anspruchsvollsten zum Aussehen von Männern ist man im Bereich der staatlichen Regulierung, in den Sicherheitsbehörden und im Transportbereich. Für Frauen sind die Branchen im Dienstleistungssektor, im Transportbereich und im IT-Sektor problematisch.

Wenn in Belarus allmählich zu weniger strengen Anforderungen bezüglich des Kleidungsstils übergehen, dann hält man sich in Deutschland an das zurückhaltende und konservative Aussehen des Mitarbeiters. Laut Sozialumfragen ist mehr als die Hälfte der Menschen in Deutschland positiv über die Notwendigkeit einer Kleiderordnung am Arbeitsplatz. Es ist kein Geheimnis, dass jeder Mitarbeiter das Gesicht seines Unternehmens ist. Daher wird die Notwendigkeit, die Kleiderordnung einzuhalten, zu einer Gewohnheit, wenn es eine Pflicht ist [3].

Banken und Versicherungsunternehmen halten sich an eine konservative Kleiderordnung – d.h. Anzug und Krawatte sind erforderlich. Es sollte berücksichtigt werden, dass in Deutschland der Geschmack für Krawatten – kein unwichtiges Element des Stils – raffinierter ist als in Belarus. Hemden können auch heller sein, kariert oder gestreift. Grundsätzlich sind die optimalen Hemden in blauen oder weißen Farbtönen.

Für Frauen beinhaltet die Standard-Kleiderordnung das Vorhandensein eines Business-Anzugs, einer weißen Bluse mit einem Rock. Die Kleidung zeichnet sich durch ihre Monotonie, eine kleine Menge Schmuck und helles Make-up aus.

Die strengen Regeln der Kleiderordnung werden in den Banken, Versicherungen und Rechtsbereich eingehalten.

Die folgenden Anforderungen an die Kleiderordnung für einen Mitarbeiter eines *belarussischen* Unternehmens sollten hervorgehoben werden. Anforderungen an die Kleiderordnung gelten als angemessen, wenn:

- sich ihre Einhaltung nicht negativ auf die Gesundheit der Mitarbeiter auswirken wird;
- sie der materiellen Situation der meisten Arbeitnehmer, ihrem Einkommen entsprechen;
- ganz oder teilweise auf Kosten des Mieters selbst gesichert werden.

In *Deutschland* ist die Kleiderordnung von einer strengen Unternehmenskultur bestimmt. Entsprechende Anforderungen der Kleiderordnung an die Mitarbeiter des Unternehmens:

- wichtig ist die Qualität, nicht der exklusive Schnitt;
- klassischer Business-Anzug in ruhigen Farben und ein Minimum an Schmuck;
- Schuhe sollten perfekt gereinigt werden – hochwertige Schuhe zeigen die hohen Geschäftseigenschaften der Mitarbeiter eines Unternehmens.

Man kann darauf hinweisen, dass die Kleiderordnung in Deutschland mehr Präferenz hat als in Belarus. In Belarus vereinfachen Unternehmen allmählich die Anforderungen zu der Kleiderordnung für Mitarbeiter und ermöglichen es manchmal, mit der Art und Weise zu experimentieren, die Hauptsache ist, dass das Aussehen des Mitarbeiters das Image des Unternehmens nicht verdirbt. Deutsche Unternehmen zeichnen sich durch ihre Strenge aus, für sie spielt das Aussehen des Mitarbeiters eine wichtige Rolle als Botschaft des Unternehmens an Kunden und Partner. Alle Merkmale sind direkt mit kulturellen Werten verbunden, mit der Mentalität des Landes.

Dennoch sollte in Bezug auf die Kleiderordnung das Prinzip des „goldenen Mittels“ gelten, das heißt, man sollte nicht zu viele Einschränkungen einführen, aber man sollte den Handlungen keinen freien Lauf lassen, alles sollte innerhalb angemessener Grenzen liegen. Bevor man also in Shorts und Sandalen ins Büro kommt, sollte man darüber nachdenken, ob andere einen richtig wahrnehmen.

Die Kleiderordnung, die dem Image des Unternehmens nicht schadet und gleichzeitig komfortable Bedingungen für die Arbeit schafft, ist die beste Variante für einen Mitarbeiter.

### Литература

1. Подопригора, М. Г. Деловая этика : Учебное пособие / М. Г. Подопригора. – Таганрог : Изд-во ТТИ ЮФУ, 2012. – 116 с.
2. Dresscodes: Die 7 wichtigsten Kleiderordnungen und ihre Bedeutungen [Elektronische Ressource]. – Das Regime des Zugriffes :

<https://www.lernen.net/artikel/dresscodes-wichtige-kleiderordnungen-2680/>. – Datum des Zugriffs : 16.02.2021.

3. Макарова, О. А. Акционерные общества с государственным участием. Проблемы корпоративного управления : монография / О. А. Макарова. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 211 с.

## **GEZIELTE WERBUNG ТАРГЕТИРОВАННАЯ РЕКЛАМА**

Логачев Д.О., Логачев В.О.

Научный руководитель: ст. преподаватель Пужель Т.В.  
Белорусский национальный технический университет

Für alle Menschen spielt das Internet eine große Rolle. Man kann es für verschiedene Ziele benutzen. Manchmal surft man im Internet und dann erscheint die Werbung einer Marke, die man ganz nicht erwartet. Zum Beispiel, App-Werbung in Instagram-feed. Diese Art von Werbung heißt gezielte Werbung und von ihrer Spezifik ist die Rede weiter.

Die Werbung im allgemeinen Verständnis ist Information, die in irgendeiner Weise, in irgendeiner Form und mit allen Mitteln gemeldet wird, an einen unbestimmten Kreis von Personen gerichtet ist und darauf abgezielt ist, die Aufmerksamkeit auf das Objekt der Werbung, auf Bildung oder Aufrechterhaltung des Interesses an ihm und seiner Förderung auf dem Markt zu lenken.

Werbung war schon immer der Motor des Handels. Wenn man in die nahe Vergangenheit schaut, wurde sie im Fernsehen, in Zeitungen und Zeitschriften veröffentlicht. Ihr Problem war, dass sie für ein breiteres Publikum ausgelegt war und ihr Prinzip als Schrotflintenschießen mit einer Schrotflinte beschrieben werden konnte. Mit dem Aufkommen von Gadgets und dem Beginn der zunehmenden Digitalisierung wurde Werbung genauer und wurde dadurch effizienter.

Allein auf dem deutschen Markt wurden im vergangenen Jahr fast 32 Milliarden Euro für Werbung ausgegeben – und zwar sowohl unter der Berücksichtigung klassischer Plattformen wie Zeitschriften, Zeitungen, Rundfunk, Fernsehen als auch der modernen, digitalen Medien im Internet. Alleine die Höhe der Ausgaben und die breite Streuung der Investitionen sprechen hier sehr stark dafür, dass sich Werbung ganz offensichtlich lohnt.

Ihre Allgegenwärtigkeit trägt mit Sicherheit zu ihrer Effektivität bei – wir haben in unserem Alltag kaum eine Chance, ihr aus dem Weg zu gehen. Aber wegen des Überflusses der Werbung entwickelt sich bei Menschen die