

Brevet de Technicien Supérieur

COMMERCE INTERNATIONAL à référentiel commun européen

Épreuve écrite E2

U21 – Langue vivante étrangère A

ALLEMAND

Durée : 3 heures

Coefficient : 2

L'usage d'un dictionnaire unilingue est autorisé.

Les dictionnaires numériques sont interdits.

Tout autre matériel est interdit.

Dès que le sujet vous est remis, assurez-vous qu'il est complet.

Le sujet se compose de 3 pages, numérotées de 1/3 à 3/3.

BTS Commerce International à Référentiel Commun Européen		Session 2017
U21 - Langue vivante étrangère A - ALLEMAND	Code : CILVEA ALL	Page 1/3

Aldi und Lidl erobern das Ausland

Inzwischen ist ein Einkauf bei Aldi und Lidl für ausländische Verbraucher beinahe ebenso normal wie für deutsche Kunden. Es dürften noch mehr werden. Und die Konkurrenz?

Ob italienische Mortadella, französischer Käse oder britische Scones: Für europäische Verbraucher ist ein Einkauf bei den deutschen Billigheimern Aldi und Lidl so normal wie hierzulande. Nach anfänglichen Schwierigkeiten hier und da brummt das Geschäft - nicht zuletzt dank der regionalen Spezialitäten im Sortiment. Inzwischen machen die Discounter Branchenkenner zufolge mehr als die Hälfte ihres Umsatzes im Ausland. Und es dürfte mehr werden. Aldi ist bereits in Australien und den Vereinigten Staaten umtrieb¹, Lidl wird wohl über kurz oder lang nachziehen.

Denn zu Hause sind die Expansionsmöglichkeiten angesichts des dichten Netzes von Supermärkten, Discountern oder Drogerien begrenzt [...]. Umso verlockender erscheint da das Ausland - sehr zum Leidwesen der dortigen Konkurrenz, die Kunden und Umsatz verliert und sich neue Konzepte überlegen muss.

Das Prinzip ist stets das gleiche: Kommen Aldi oder Lidl, dann purzeln die Preise. Auf dem britischen Markt haben die beiden einen Preiskrieg angezettelt, der inzwischen an den Gewinnen aller Beteiligten zehrt. Das schreckt die deutschen Discountschergewichte aber nicht ab. Im Gegenteil: „Wir sind vorbereitet. Wir werden die Preise, wenn nötig, noch weiter senken“, warnte Matthew Barnes, Aldi-Geschäftsführer im Vereinigten Königreich und Irland erst vor wenigen Tagen. Zu Lasten der so genannten „Big Four“, der vier großen Supermarktketten Tesco, Sainsbury's, Asda und Morrison kommen Aldi und Lidl inzwischen auf etwas mehr als zehn Prozent Marktanteil. Und beide wollen mehr. Aldi alleine will bis 2022 Großbritannien mit 1000 Filialen überziehen.

Auch in Frankreich zieht die Kombination aus günstigen Preisen und Qualität bei den Verbrauchern. Insbesondere Lidl hat in den vergangenen Jahren enorm investiert. Nach Berechnungen des französischen Branchenblatts „LSA“ rangiert das Unternehmen aus Neckarsulm inzwischen auf Platz Sieben bei den großen Ketten, [...]. Aldi kommt auf Rang 15. Dabei verläuft der Eintritt in ein neues Land nicht immer reibungslos². Dies gilt grundsätzlich für Länder, in denen entweder das Preisbewusstsein der Verbraucher nicht so ausgeprägt ist oder in denen es starke traditionelle Handelsstrukturen gibt, die man erst aufbrechen muss [...]. Ein gutes Beispiel hierfür ist Italien [...]. Viele Italiener gehen [...] lieber zum Wochenmarkt oder zum herkömmlichen Supermarkt als zum Discounter.

In der Schweiz taten sich Aldi und Lidl anfangs schwer. Nach ersten Achtungserfolgen mit besonders günstigen Preisen mussten die deutschen Discounter den eidgenössischen Gewohnheiten Rechnung tragen³. Aldi und Lidl nahmen einen hohen Anteil Schweizer Produkte auf, achten auf Nachhaltigkeit und Service - mit Erfolg. Inzwischen sind sie aus Schweizer Ortschaften kaum wegzudenken. Die „Neue Zürcher Zeitung“ kommt dennoch zu dem Schluss, dass es am Ende nicht die Schweizer Einzelhandelskonzerne waren, die sich an die Billig-Anbieter angepasst haben. Vielmehr hätten die Discounter aus Deutschland eine „sukzessive Verschweizerung“ erfahren.

Dass der Preis nicht mehr das Alleinstellungsmerkmal ist, lässt sich überall dort erkennen, wo die Discounter bereits seit längerem den Fuß in der Tür haben. Um auch Besserverdiener anzulocken, feilt⁴ man am Sortiment und betont landestypische Besonderheiten. In Frankreich gibt es im Herbst Weinwochen, in Großbritannien trat Lidl zuletzt als Sponsor der englischen Fußballnationalmannschaft in Erscheinung und Aldi präsentierte sich als Partner der erfolgreichen Olympiamannschaft. [...]

Nach Spiegel online, 30.09.2016

¹ umtrieb: présent

² reibungslos: problemlos

³ den eidgenössischen Gewohnheiten Rechnung tragen = auf die Konsumgewohnheiten der Schweizer achten

⁴ an etwas feilen: an etwas arbeiten

CILVEA ALL

I. Rédaction d'un compte rendu en français (20 points)

Vous rédigerez un compte rendu du texte en français.

Vous indiquerez le nombre de mots utilisés (environ 180 mots).

II. Rédaction en allemand d'un texte argumenté (20 points)

Vous traiterez le sujet suivant en allemand.

Wie können deutsche Einzelhändler, beziehungsweise Discounter, im Ausland Erfolg haben?

Argumentieren Sie und führen Sie Beispiele an.

Vous indiquerez le nombre de mots utilisés (minimum 250 mots attendus).

III. Rédaction d'une lettre commerciale en allemand (20 points)

Le discounter **Aldi-GmbH & Co.KG**, Am Seegraben 16, 63505 Langenselbold, Allemagne, envoie la demande d'offre suivante à **La Sabana**, Av. de las Americas, calle 60, San José, Costa Rica.

- Il désire commander 5 tonnes de bananes certifiées bio, avec indication du pays d'origine, DAT Hambourg.
- Il demande donc que **La Sabana** lui communique les prix courants et les conditions de paiement et de livraison.
- Il l'informe qu'il envisage de travailler à l'avenir avec **La Sabana** si l'offre est intéressante.

Vous rédigerez cette lettre commerciale en allemand et selon les normes en vigueur.