SESSION 2006

BTS TERTIAIRES – GROUPE 1

ÉPREUVE ÉCRITE DE LANGUE VIVANTE

ALLEMAND

Durée : 2 heures

Management des unités commerciales		coefficient 1,5
Assurance		coefficient 1
Banque		coefficient 1
Communication des entreprises		coefficient 1
Professions immobilières		coefficient 1

Dictionnaire bilingue autorisé

Calculatrice interdite

TRAVAIL À FAIRE PAR LE CANDIDAT

I - COMPRÉHENSION

(10 points)

Vous rédigerez un compte rendu en français (150 mots environ) de l'article en utilisant les pistes proposées ci-dessous :

- les caractéristiques de l'entreprise de Monsieur Freese et les raisons de son succès ;
- les perspectives d'avenir de telles entreprises.

N.B : ne pas oublier de préciser le nombre de mots. Il sera tenu compte de l'aisance de l'expression et de la correction de la langue.

II - EXPRESSION

(10 points)

Répondez aux deux questions suivantes en allemand :

A. Hat Ihrer Meinung nach der traditionelle Supermarkt noch Zukunft? Begründen Sie Ihre Meinung!
(60 mots environ) *(4 points)*

B. Kann Ihrer Meinung nach das Einkaufen online ein Konkurrent vom traditionellen so wie vom rollenden Supermarkt werden?
(100 mots minimum) *(6 points)*

ROLLENDE SUPERMÄRKTE EROBERN DAS LAND

Wenn es an der Haustür klingelt, könnte das Ingo Freese mit einem seiner drei Verkaufswagen sein. Der wandernde Verkäufer hat inzwischen drei Mitarbeiter und ist damit schon fast so etwas wie ein Mittelständler[1].

Klein, aber fein sind sie, die fahrenden Supermärkte. Vor allem auf dem Land[2] sind sie zu finden. Bereits seit zehn Jahren führt Ingo Freese zusammen mit seiner Frau sein kleines Unternehmen. Er macht mit seinen drei Verkaufswagen einen durchschnittlichen Tagesumsatz von 1 000 Euro je Wagen.

In diesen kleinen Geschäften sind die Preise etwas höher als im stationären Einzelhandel, denn hier müssen Zusatzkosten[3] mitgetragen werden, wobei Diesel und überhaupt Fahrzeugkosten das meiste Geld verschlucken[4].

Der Einzelhändler hat in seinem Vollsortiment etwa 1 400 verschiedene Artikel. "Bei mir gibt es alles, von der Mausefalle bis zur Milchtüte", sagt Freese. Tatsächlich kann man wirklich fast alles bei ihm kaufen. In seinem Wagen findet man ein breites Warensortiment. Selbst Frischwaren wie Joghurt und Wurst befinden sich in einem Kühlregal. Dies ermöglicht ihm eine große Warenvielfalt. Er sagt von sich selbst, dass man in seinem Wagen alles findet, was in großen Supermärkten auch zu finden ist. Der gute Service und persönliche Gespräche mit den Kunden machen die kleinen Läden aus[5].

Die mobilen Supermärkte haben sichere Zukunftsaussichten, da viele feste Kleinläden auf dem Land kaum noch Chancen haben und von den großen Lebensmittelriesen[6] verdrängt werden. Sie müssen schließen. Freese fährt in den Gebieten, in denen kaum ein Angebot vorzufinden ist. Seine Hauptkunden sind ältere Menschen, die sich nicht mehr selbst versorgen können und auf ihn angewiesen sind, da er ihnen die Lebensmittel direkt vor die Haustür liefert.

Da es immer mehr ältere Menschen in Deutschland besonders auf dem Land gibt und auch kleine Läden schließen, sind die Zukunftschancen dieser Branche nicht zu unterschätzen[7]. Es wird in Zukunft immer mehr große Supermärkte geben, und die Kunden werden die persönliche Atmosphäre beim Einkaufen vermissen. Diese wird bei den kleinen rollenden Supermärkten gewährleistet, und so wird ihre Bedeutung in der Lebensmittelbranche steigen, vor allem da immer mehr Menschen ein größeres Bedürfnis nach Service haben.

Nach einem Artikel der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* (03.02.2005)

---

[1] der Mittelständler: *le patron d'une PME.*
[2] auf dem Land: *à la campagne*
[3] die Zusatzkosten: *les frais supplémentaires.*
[4] Geld verschlucken: *coûter de l'argent.*
[5] ausmachen: (ici) *caractériser.*
[6] der Riese (n, n): *le géant.*
[7] nicht zu unterschätzen sein: *ne pas être négligeable.*