



SERVICES CULTURE ÉDITIONS  
RESSOURCES POUR  
L'ÉDUCATION NATIONALE

**Ce document a été numérisé par le CRDP de Bordeaux pour la  
Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel**

**Campagne 2009**

Ce fichier numérique ne peut être reproduit, représenté, adapté ou traduit sans autorisation.

**BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR**

**Assistant Secrétaire trilingue**

**E2 - LANGUE VIVANTE  
ALLEMAND**

**Durée : 2 heures**

**Coefficient : 2,5**

**Aucun dictionnaire unilingue, bilingue  
ou électronique n'est autorisé.**

**Ce sujet comporte 3 pages numérotées de 1 à 3.**

## Der Tante Emma-Laden kommt zurück

1 Früher ging man zum Großeinkauf in den Riesensupermarkt am Stadtrand,  
heute kommen viele Kunden wieder zurück in die Innenstädte. „Die Kunden  
langweilen sich inzwischen in den großen Supermärkten“, meint Matthias Kahlert. Er  
ist der Leiter des Convenience-Bereichs der Supermarktkette Spar und verantwortlich  
5 für die „Spar Express“-Shops. „Convenience“ – das englische Wort für Bequemlichkeit  
und Komfort - beschreibt, was der Käufer heute will: gute Erreichbarkeit<sup>1</sup>, lange  
Öffnungszeiten, schnelles Finden der Artikel, unkomplizierte Bezahlung. Aber auch  
das Warenangebot hat sich verändert: Heute möchte der Kunde qualitativ  
hochwertige<sup>2</sup> Fertigprodukte, frische Pasta, selbst gepressten Orangensaft, fertigen  
10 Obstsalat oder Sandwiches – alles für die Ein-bis-zwei-Personen-Haushalte<sup>3</sup>, die es  
immer öfter gibt.

„Die Demografie hat sich geändert“, sagt die Unternehmensberaterin  
Constanze Freienstein, die das Phänomen ebenfalls analysiert hat. Es gibt weniger  
große Familien, dafür immer mehr Einzelhaushalte: „Es sind nicht nur junge Singles,  
15 sondern auch ältere Menschen, die nicht so mobil sind. Sie fahren nicht für das  
Wenige, was sie brauchen, in die großen Supermärkte am Stadtrand.“

„Für die Deutschen ist beim Kauf der Preis immer noch sehr wichtig“, sagt  
Constanze Freienstein. „Aber sie entdecken langsam, dass es neben dem Preis auch  
andere wichtige Kriterien bei der Kaufentscheidung gibt.“ Tatsächlich wird das  
20 Wachstum der Discounter schwächer. Dagegen werden im Convenience-Bereich  
schon jetzt rund 20 Milliarden Euro Umsatz jährlich gemacht.

Die kleinen Läden in den Innenstädten sind rentabel. Sie bekommen im Einkauf  
die gleichen Konditionen, können aber die Ware etwas teurer verkaufen. Die  
Personalkosten sind niedrig und deshalb werden sogar die teuren Mieten in den  
25 Innenstädten ausgeglichen<sup>4</sup>.

„Außerdem erlebt der Kunde in den kleineren Läden eine ganz andere  
Atmosphäre“, sagt Matthias Kahlert von Spar. „Hier wird miteinander kommuniziert,  
alles ist weniger anonym als in den großen Supermärkten.“

Nach einem Artikel von Susanne Amann, *Spiegel online*, vom 08.09.2007

---

<sup>1</sup> die Erreichbarkeit : l'accessibilité

<sup>2</sup> qualitativ hochwertig: de première qualité

<sup>3</sup> der Haushalt : le ménage, le foyer

<sup>4</sup> ausgleichen : compenser

## **I - COMPRÉHENSION (10 points)**

Vous rédigerez **en français** un compte rendu de cet article (environ 140 mots) en mettant en évidence :

- l'évolution des habitudes d'achat,
- les raisons de cette évolution,
- pourquoi le type de commerce évoqué dans le texte est rentable.

## **II - EXPRESSION ÉCRITE (10 points)**

### **Correspondance commerciale**

#### **Rédaction d'un courrier en allemand**

La "Konditorei und Café Leupolt" tenue par Matthias Seel, Wunsiedler Str. 5, 95163 Weißenstadt, adresse une lettre de réclamation au magasin "Teeladen-Rogoz", Blumenstr.18, 04808 Dornreichenbach.

En effet, la commande passée le 2 février 2009 a été reçue, mais en mauvais état. Monsieur Seel adresse le 11 février 2009 un courrier à M. Rogoz, avec le contenu suivant :

- accusé de réception du matériel commandé,
- constat de produits endommagés, donc inutilisables, lors de l'ouverture des colis, à savoir :
  - 8 des 20 sets à thé commandés (Teeset 'Chiao'),
  - 4 des 20 théières commandées (Teekanne 'Black Beauty'),
- retour des produits endommagés aux frais du fournisseur,
- demande d'un remplacement gracieux des produits endommagés le plus vite possible,
- souhait de ne plus avoir ce genre d'incident.

**Vous rédigerez ce courrier selon les normes en vigueur.**