



**LE RÉSEAU DE CRÉATION  
ET D'ACCOMPAGNEMENT PÉDAGOGIQUES**

**Ce document a été mis en ligne par le Canopé de l'académie de Bordeaux  
pour la Base Nationale des Sujets d'Examens de l'enseignement professionnel.**

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

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 2014
U21 - Langue vivante étrangère A - ALLEMAND	Code : CILVEA ALL	Page 1/3

## Big in Japan und bald big in Germany

Hamburg – Die halbe Welt ist schon da: Schweden mit *H&M*, die Spanier mit der [...] Billigmodemarke *Zara* ebenfalls. Die US-Amerikaner sind mit dem Textillabel *GAP* vertreten, und seit vergangenem Jahr auch die Iren mit der Kette *Primark*.

Nun schickt sich auch ein japanisches Unternehmen an, den deutschen Textilmarkt zu erobern: *Uniqlo* heißt die Modekette, die in Asien bereits boomt und nun für ihre weitere Expansion Amerika und Europa ins Auge gefasst<sup>1</sup> hat. (...) Der Name ist die Abkürzung für Unique Clothing. [...] Das Unternehmen bietet hauptsächlich Basics, also T-Shirts, Pullover oder Hosen im Niedrigpreissegment an – gern einfach geschnitten, dafür in knalligen Farben.

*Uniqlo* [...] ist alles andere als ein Unbekannter auf dem globalen Textilmarkt. Ende Februar gab es allein in Japan 828 *Uniqlo*-Filialen. Im Ausland waren es 359.

1949 aus einem Familienunternehmen hervorgegangen, ist die Marke eine Tochter der japanischen Unternehmensgruppe *Fast Retailing*. Der 1963 gegründete, mittlerweile weltweit viertgrößte Modekonzern, hat in den vergangenen Jahren in Europa durch diverse Zukäufe auf sich aufmerksam gemacht: Unter anderem erwarb *Fast Retailing* die französischen Labels *Comptoir des Cotonniers* und *Princess Tam Tam*, ebenso die österreichische Designer-Marke *Helmut Lang* und das US-amerikanische Bekleidungslabel *Theory*. Im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2013 stieg der Umsatz der *Uniqlo*-Mutter nach eigenen Angaben um 17 Prozent. [...]

Das Unternehmen fährt seit Jahren eine aggressive Expansionsstrategie. Dahinter steckt hauptsächlich *Fast-Retailing*-Chef Tadaschi Yanai. [...]

In Deutschland erwartet die Japaner auf den ersten Blick ein sehr harter Wettbewerb. [...] Zahlreiche Textilanbieter sind bereits am Markt etabliert. Zudem wächst der Markt nicht mehr. Allein in den vergangenen zwölf Jahren ist der Umsatz um rund zehn Millionen Euro zurückgegangen. [...] Das wird den Wettbewerb für neue Unternehmen in den kommenden Jahren noch härter machen.

Branchenbeobachter rechnen *Uniqlo* auf dem deutschen Markt dennoch gute Chancen aus. „Die deutschen Konsumenten sind Neuem gegenüber sehr aufgeschlossen“, sagt Thomas Roeb, Professor für Handelsbetriebslehre an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg. „*H&M* und *Zara* sind hierzulande zwar sehr etabliert. Die Verbraucher sind dennoch immer neugierig auf neue Anbieter.“ Das habe man zuletzt am Erfolg der Billigkette *Primark* gesehen. [...]

Zum anderen unterscheidet sich das Sortiment von *Uniqlo* grundsätzlich von den trendigen Produktlinien. [...] „*Uniqlo* produziert vor allem konservativ-klassisch geschnittene Kleidung in großer Stückzahl, die lange Zeit im Sortiment bleibt.“ [...] „Modebewusste Konsumenten werden trendige Teile eher anderswo kaufen, um diese dann mit Basics von *Uniqlo* zu kombinieren“; sagt Webhofer. Das Unternehmen wolle mit seinen Produkten ganz klar alle Bevölkerungsgruppen ansprechen, und nicht nur eine bestimmte, junge Konsumentengruppe. Das sei ein Vorteil im Kampf um Kunden.

Nach *managemagazin* online  
27.05.2013

---

<sup>1</sup> ins Auge fassen : (hier) *cibler, viser*

# CILVEA ALL

## I. COMPTE RENDU EN FRANÇAIS (20 points)

Vous rendrez compte de ce document en français en mettant en lumière les points suivants :

- l'entreprise *Uniqlo* et sa place dans le monde,
- ses projets et ses stratégies,
- ses perspectives sur le marché allemand.

Vous indiquerez le nombre de mots utilisés (entre 150 et 200 mots attendus).

## II. RÉDACTION D'UN TEXTE ARGUMENTÉ EN ALLEMAND (20 points)

Vous traiterez en allemand le sujet suivant :

*Ist Asien nur eine Chance für die deutsche Wirtschaft? Erklären Sie und führen Sie Beispiele an!*

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

## III. LETTRE COMMERCIALE (20 points)

Le 7 avril 2014, l'*Hotel Gutenberg*, Andreas-Dirks-Str. 10, 25980 Westerland/Sylt, Allemagne, passe la commande suivante à l'entreprise textile française *Comptoir du Textile*, 45 rue de Morlaix, 56400 Auvray qui lui a fait une offre le 4 avril 2014 :

- 40 peignoirs de bain "Princess Tam Tam", ligne Jade, couleur blanche, taille 42, au prix unitaire de 65 €,
- livraison impérative sous quinzaine, l'hôtel ayant sa réouverture le 25 avril après rénovation,
- règlement, comme convenu, par virement bancaire dans les 15 jours suivant la réception de la marchandise.

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