



**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*

U22 - Langue vivante étrangère **B**

# 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 2015	
U22 - Langue vivante étrangère B - ALLEMAND	Code : CILVEB ALL	Page 1/3

## **Miele in Südtirol: „Italienern ist die Ästhetik wichtiger als die Mechanik“**

**Mit Spülmaschinen haben Italiener ein Problem. Sie waschen ihre Teller einfach lieber mit der Hand, und selbst wenn sie eine Spülmaschine haben, dann halten sie das Geschirr immer vorher unter dem Wasserhahn, bevor sie es in die Maschine stellen.**

5 So etwas weiß man, wenn man wie Alessandro Covi das Italiengeschäft für den deutschen Hausgerätehersteller *Miele* führt. Inmitten von Weinhängen<sup>1</sup> und Apfelbäumen steht die Italien-Zentrale von *Miele* fünf Kilometer außerhalb von Bozen<sup>2</sup>. 80 der 120 Mitarbeiter arbeiten hier. Und die Wahl des Orts ist nicht zufällig. „In Südtirol sind wir perfekt zweisprachig“. [...]

10 Seit 1961 sitzen die Deutschen hier und versuchen, die Italiener zu überzeugen, dass es sich lohnt, auch mal doppelt so viel für eine Waschmaschine auszugeben, als sie es bisher gewohnt sind. So hoch ist der Preisunterschied zu heimischen Produkten wie *Indesit* oder *Candy*.

15 „Italiener geben deutlich weniger für ihre Haushaltsgeräte aus“, berichtet Covi. Während ein Deutscher im Durchschnitt 500 Euro für eine Waschmaschine hinblättere, seien es bei einem Italiener gerade einmal 350 Euro. Warum das so sei? „Italiener achten nicht so sehr auf die Qualität. Ihnen ist die Ästhetik wichtiger als die Mechanik“, sagt der Italien-Chef. [...]

20 Und so kommt es wohl auch, dass *Miele* nur selten bei den jungen Familien auf dem Einkaufszettel steht, sondern eher im fortgeschrittenen Alter. „Wenn die erste Maschine kaputt gegangen ist, kommen wir zum Zug“, scherzt Covi und berichtet stolz, dass *Miele*-Geräte 20 Jahre halten. Aber das muss man erst einmal erklären.

25 „Das war die größte Herausforderung: den Menschen klar machen, warum unsere Produkte teurer sind“. Bis 2010 hat das funktioniert, die Umsätze stiegen stetig. Dann, mit der schweren Krise gab es auch bei *Miele* in Italien Einbußen<sup>3</sup>. [...]

30 Aber es sind nicht nur die Wasch- und Kochgewohnheiten, auf die Deutsche achten müssen, wenn sie auf den italienischen Markt gehen. Auch im Umgang mit Kunden und Geschäftspartnern läuft hier einiges anders als in der Heimat. „Bei uns sind persönliche Beziehungen viel wichtiger als in Deutschland“, weiß Covi aus eigener Erfahrung. Da treffe man sich auch mal jenseits der Arbeitszeiten. „Das ist für Nordeuropäer das Wichtigste zu wissen, wenn sie hier Geschäfte machen wollen“. [...] Natürlich sei auch die Bürokratie nicht zu unterschätzen. Aber als Italiener sei man das gewohnt und wisse, wie man trotzdem weiter kommt. Und in Südtirol ist es auch nicht ganz so schlimm wie in anderen Teilen Italiens.

35 *Miele* macht in Italien drei Prozent des Umsatzes von 3,2 Milliarden Euro und war immer profitabel. Insgesamt investiert *Miele* fünf Prozent in Forschung und Entwicklung und damit doppelt so viel wie die italienische Konkurrenz. [...]

40 Ob er Südtirol als Standort für die Italien-Expansion empfiehlt? „Auf jeden Fall“, sagt Covi - vor allem wegen der Zweisprachigkeit. [...] Dafür nimmt man dann auch die längeren Entfernungen in Kauf – oder verlagert die Logistik eben nach Mailand<sup>4</sup>, wie es *Miele* macht.

Nach *Handelsblatt* - 06.01.2014

<sup>1</sup> Weinhängen : les vignes

<sup>2</sup> Bolzano = ville italienne du Tyrol du Sud

<sup>3</sup> Einbußen : des pertes

<sup>4</sup> Mailand : Milan

# CILVEB 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 160 mots).*

## II. Rédaction en allemand d'un texte argumenté en développement du sujet suivant (20 points)

Vous traiterez le sujet suivant en allemand.

Wie wichtig ist die Wahl des Produktionsstandortes für ein Unternehmen? Nennen Sie die Vorteile und Nachteile einer Produktion vor Ort.

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

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

Madame Britta Schwab est propriétaire de la laverie **SB Waschcenter**, Grabkeweg 26, 22043 Hamburg Jenfeld (Allemagne).

Suite à l'offre du 20 mars 2015 que lui a adressée l'entreprise **Miele & Cie. KG**, Carl-Miele-Straße 29, 33332 Gütersloh (Allemagne), Madame Schwab passe la commande suivante le 25 mars 2015 :

- 2 lave-linge « *Front* », réf. WKR 570 WPS à 2 005,00 € pièce,
- livraison par camion dans les 15 jours suivant la réception de la commande,
- paiement par virement bancaire dans les 3 semaines après la réception de la marchandise.

Madame Schwab se déclare d'accord avec les conditions mais souhaite cependant savoir si *Miele* lui accorderait une réduction de 5 % si elle paie, non pas sous 3 semaines, mais dans les 8 jours suivant la date de livraison.

**Rédigez en allemand et selon la norme en vigueur la lettre de Madame Schwab.**