

ALLEMAND

Programme, conseils, bibliographie

NATURE DES ÉPREUVES

1^{re} épreuve

Faire la synthèse en allemand d'un texte allemand extrait de la presse allemande d'environ 600 mots et d'un texte français extrait de la presse française d'environ 600 mots.

La synthèse comportera environ 150 mots ($\pm 10\%$).

Le texte allemand et le texte français abordent un sujet commun ou voisin vu sous deux optiques différentes.

2^e épreuve

Épreuve rédactionnelle : traiter en allemand un sujet en rapport avec les deux textes dont le candidat aura fait la synthèse.

On demande 200 mots minimum.

CONSEILS AUX CANDIDATS

Les sujets sont des sujets d'actualité. Ils peuvent être de tous ordres : économique, culturel, sociétal, politique...

Ils sont le plus souvent de caractère général et concernent le monde, l'Europe, en relation évidemment avec l'Allemagne, peuvent traiter de questions spécifiquement allemandes (un homme politique allemand, une entreprise allemande, un aspect de la société allemande, un événement allemand...), mais aussi s'attacher aux relations franco-allemandes (coopération entre les deux pays dans le cadre européen, position des deux pays dans le contexte mondial, histoire des relations, divergences, convergences, forces, faiblesses...).

Les concepteurs s'efforcent de faire en sorte que les sujets ne soient ni spécialisés, ni techniques, ni sulfureux, ni ennuyeux et que le vocabulaire soit accessible à la moyenne des candidats.

Nous conseillons aux candidats de lire la presse des deux pays, dans les deux langues (*Le Monde, Le Point, Le Nouvel Observateur, L'Express, Les échos...*, *Die Zeit, Die Frankfurter Allgemeine Zeitung, FOCUS, Die Süddeutsche Zeitung, Der Spiegel...*).

Nous conseillons également aux candidats de s'entraîner pour respecter la longueur des textes qu'ils ont à produire. Trop courts ou trop longs, ils seront pénalisés.

Il est fortement déconseillé de faire de la paraphrase au lieu d'une synthèse. Une lecture (et relecture) approfondie des textes, ainsi qu'une prise de distance par rapport à leur contenu sont donc la condition *sine qua non* pour réaliser de bonnes synthèses.

Attention : la synthèse à partir du texte français n'est en aucun cas une traduction !

De même, le jury est sensible à des prises de position personnelles du candidat par rapport au sujet rédactionnel qui ne sauraient être un plagiat des textes proposés précédemment.

On évitera les banalités affligeantes, les lieux communs et les propos creux... même en allemand ils ne trompent personne !

Enfin il est inutile de préciser qu'une langue soignée respectant la syntaxe, l'orthographe, la ponctuation, les majuscules ainsi qu'une écriture lisible, une copie bien présentée, raviront les correcteurs.

Les candidats sont notés pour chaque épreuve tant sur le contenu que sur la forme : des idées, des propos construits, une langue correcte et riche sont les atouts des bonnes copies.

ALLEMAND

Ce cas a été rédigé par l'ESC Grenoble.

Durée : 2 heures.

SUJET

CONSIGNES

Aucun document n'est autorisé.



SUJET

Travail à faire

- 1) Lesen Sie aufmerksam den Text „Landflucht“.
Fassen Sie diesen Text zu einer Synthese in deutscher Sprache zusammen.
Diese Synthese soll ca. 150 Wörter ($\pm 10\%$) umfassen.
Keine Paraphrase !

(10 Punkte)

- 2) Lesen Sie aufmerksam den Text „On remplit moins son chariot“.
Fassen Sie diesen Text zu einer Synthese in deutscher Sprache zusammen.
Diese Synthese soll ca. 150 Wörter ($\pm 10\%$) umfassen.
Keine Übersetzung, keine Paraphrase !

(10 Punkte)

- 3) Schreiben Sie einen Aufsatz in deutscher Sprache über das Thema :
„Hat die Finanzkrise das Verhalten der Konsumenten verändert?“
Begründen Sie Ihre persönliche Meinung mit Argumenten und Beispielen!
Mindestens 200 Wörter

(20 Punkte)

Text 1

Landflucht**Günstiger Wohnen auf dem Land?**

Angelika und Andreas, beide Ende 40, sind vor fünf Jahren aus dem Kölner Agnesviertel im Zentrum hinaus aufs Land gezogen. Sie wollten billiger wohnen und außerdem ins Grüne ziehen. Dafür nimmt Andreas in Kauf, dass er täglich 180 Kilometer nach Köln fahren muss. Angelika arbeitet inzwischen bei der Stadt Drolshagen, allerdings nur an zwei bis drei Tagen in der Woche. Sie wohnen in einer Doppelhaushälfte auf 140 Quadratmetern und zahlen 1.250 Euro für Miete, Heiz – und Nebenkosten.

Jetzt wollen sie zurück, weil ihnen die Energiekosten zu teuer geworden sind. Seit sie auf dem Land wohnen, haben sie zwei Autos. Davon wollen sie eines abschaffen und an den östlichen Kölner Stadtrand ziehen. Denn von hier aus gibt es eine KVB-Anbindung an die Stadt und nach Drolshagen und zurück sind es nur 140 Kilometer. Angelika wird das Auto nutzen, um zwei- bis dreimal wöchentlich nach Drolshagen zu fahren. So ist die Idee. Wir lassen ausrechnen, ob sie durch den „Rückzug in die Stadt“ wirklich sparsamer leben können.

Fahrkostensparnis?

Der Vermögensberater Tiberius Remscheid hat für uns Kosten und Ersparnis ausgerechnet. Dabei kam heraus, dass die beiden durch die vielen Kilometer, die sie monatlich mit zwei Autos fahren müssen, momentan 1.323 Euro Fahrtkosten haben. Schaffen sie ein Auto ab und nutzen das KVB-Netz, zahlen sie für Auto und Monatskarte monatlich nur noch 509 Euro. Macht eine Ersparnis von 814 Euro im Monat. Sie könnten also, wenn sie genauso viel Geld ausgeben wollen wie bisher, in Köln eine Wohnung suchen, für die sie mit allen Nebenkosten 2.050 Euro ausgeben könnten.

Landflucht als Trend

Angelika und Andreas liegen mit ihrem Vorhaben voll im Trend. Das haben mehrere Studien ergeben. Alle diagnostizieren eine „Renaissance der Stadt“. und eine Umfrage der GfK Marktforschung im Auftrag des Magazins „Apotheken Umschau“ ergab, dass zwar 44,8 Prozent der Deutschen das Landleben bevorzugen, unter den 14 – bis 29-Jährigen aber 43,9 Prozent die Stadt bevorzugen.

Es zeichnet sich also ein Trend in Richtung Städte ab, der alle Altersgruppen betrifft und bundesweit zu beobachten ist. Neben gut ausgebildeten Hochschulabsolventen ohne Kinder zieht es vor allem auch ältere Menschen nach der Familienphase zurück in die Städte. Ebenso wollen viele junge Familien lieber in der Stadt leben. Ein Grund sind die steigenden Benzinkosten, die das Pendeln zwischen Arbeitsplatz und Vorstadt teuer machen – ganz abgesehen von der Zeit, die durch die Fahrerei verloren geht. Zudem bieten die Städte viele Einkaufsmöglichkeiten und

Bildungsangebote, kurze Wege zum Arzt, zu Schule und Kindergarten und, nicht zu vergessen, ein breites kulturelles Angebot.

Das Haus im Grünen gilt zwar noch als Wunschbild der Mehrheit, aber die großzügige Stadtwohnung wird für eine wachsende Gruppe zum Wohnideal. Zumindest beobachten Fachleute von Immobilienunternehmen und Makler eine verstärkte Nachfrage nach zentralen Wohnungen. Dabei sind die Ansprüche an ein städtisches Domizil hoch. Bevorzugt werden Wohnungen, die individuell auf die Bedürfnisse zugeschnitten sind. Die Menschen mögen zwar mitten in der Stadt wohnen, sich aber auch abgrenzen können.

Kosten für Mobilität

Dass die Kosten für Mobilität, die beim Wohnen im Umland permanent anfallen, erstaunlich hoch sind, hat das Sozialforschungsinstitut "Weeber+Partner" in einer Modellrechnung ermittelt: Je nach Entfernung zum Arbeitsplatz können sie bis zu 1.000 Euro im Monat betragen. Denn eine Familie braucht ja, um vor der Stadt mobil zu sein, zwei Autos, die finanziert, betankt und repariert werden müssen, sowie oft noch zusätzlich Monatskarten für die Kinder. Laut ADAC kostet zum Beispiel jeder mit einem zwei Jahre alten Golf gefahrene Kilometer 47,5 Cent. Bei 40 Kilometern Pendeln macht das schon 19 Euro am Tag. Wer das gegenrechnet, kann unter Umständen durch ein eingesparrtes Auto einen Aufpreis für höhere Mieten in der Stadt locker bezahlen.

Uschi Müller, www.wdr.de, 05/02/09 (gekürzte Fassung).

Texte 2

On remplit moins son chariot¹

Qu'il s'agisse de nos façons de consommer, de nous déplacer, de communiquer, de manger, de nous divertir, notre quotidien est en plein bouleversement. Crise économique, développement fulgurant des nouvelles technologies, souci grandissant de protéger l'environnement, tout concourt à modifier nos modes de vie. Symbole de la surconsommation, les hypermarchés voient leur chiffre d'affaires menacé, au profit du commerce de proximité.

A Portet-sur-Garonne, près de Toulouse, le plus grand hypermarché de France – 25 000 m² – va être réduit de près d'un tiers. Serait-ce la fin d'un modèle, celui des grandes surfaces, et de son corollaire, l'hyperconsommation ? Depuis le début de l'année, tous les hyper ont vu leurs ventes, au mieux stagner, au pire reculer, parfois de plus de 10 %. La crise, bien sûr, mais pas seulement.

Les habitudes des Français changent. Célibataires urbains, retraités, familles monoparentales préfèrent remplir un petit panier dans un magasin près de chez eux plutôt que prendre leur voiture pour remplir un chariot. A l'heure des nouvelles technologies et des 35 heures, les ménages ont de plus en plus de temps mais « ils

veulent des temps forts et non plus des temps morts » explique Gérard Mermet, auteur de Francoscopie 2010. Or, se rendre dans un hypermarché, choisir ses achats parmi des milliers de références, faire la queue aux caisses réclame du temps, trop de temps : 46 minutes en moyenne.

D'ailleurs, les Français ne se rendent plus une fois par semaine dans les grandes surfaces mais plutôt une fois tous les quinze jours, voire une fois par mois. C'est aussi l'abondance, le choix, bref, ce qui a fait le succès des hypermarchés qui est désormais à l'origine de leur disgrâce. Au fil des années, avec la montée du discours écologique, l'acte de consommer s'est accompagné d'un sentiment de « culpabilité » sur le thème « *consommer c'est détruire* », relève le sociologue. « *L'hypermarché était l'ami public numéro un, c'est devenu un ennemi* », renchérit Georges Chétochine, consultant et auteur du Blues du consommateur (éditions d'Organisation, 2006). Symbole de la surconsommation, les rayons dotés de centaines de références de brosses à dents ont fini par rebuter les consommateurs. « *Ils ont eu le sentiment qu'on se moquait d'eux* », ajoute Georges Chétochine. Plus avertis, peut-être moins dupes, les consommateurs jugent la valeur ajoutée de certains produits discutable, avec l'idée qu' on tente de leur vendre toujours plus et plus cher un produit inutile ou tout juste mieux emballé.

78 % des Français interrogés veulent faire leurs courses près de chez eux contre 66 % en 2002 selon l'étude Shopper 2009 réalisée par Simm TNS Media Intelligence.

Enfin, et surtout, le prix des hypermarchés n'est plus si attractif. La concurrence s'est étoffée, les magasins de ville, et surtout des hard-discounters, proposent des produits peu chers et à proximité. Les enseignes ont rectifié le tir, à l'image de Carrefour, qui a créé sa marque « discount ». Mais le consommateur s'interroge : pourquoi parcourir des kilomètres pour faire ses courses quand on peut souvent trouver aussi bien à côté de chez soi ? « *Un endroit où l'on fait ses courses est avant tout un endroit où l'on a envie d'aller*, se persuade Jérôme Bédier, président de la Fédération du commerce et de la distribution. *La taille du chariot se réduit mais le meilleur moyen de faire ses courses, notamment en province, c'est encore de remplir le coffre de sa voiture.* »

Claire Gatinois, *Le Monde Magazine*, 24 octobre 2009.

1. Le chariot : der Einkaufswagen