

ALLEMAND

1/4

Sujet

Attention : ce devoir comporte 4 pages
2 pages de consignes et 2 pages de documents

Travail à faire par le candidat

I - COMPREHENSION DES DOCUMENTS (10 points)

Vous lirez les documents 1 à 4 puis répondrez en français aux questions suivantes :

1. Etablissez la fiche d'identité du groupe Miele (exercice 2002-2003) avec les renseignements suivants :
Année de création / Siège / Statut juridique / Secteur d'activité / Chiffre d'affaires global / Chiffre d'affaires à l'export / Pays clients / Effectif global du personnel.
2. Recopiez et complétez le tableau illustrant l'évolution de l'entreprise Miele en fonction des informations dont vous disposez. (Certaines réponses doivent être calculées).

	2001-2002	2002-2003	Prévisions
Chiffre d'affaires			//////////
Part de l'export dans le chiffre d'affaires			//////////
Effectif du personnel			//////////
Centres de distribution	//////////		
Effectif du personnel secteur distribution	//////////		

3. Evolution des besoins en personnel de l'entreprise Miele :
Dans quel secteur supprime-t-on du personnel ? Pourquoi ?
Quelles compétences recherche-t-on ?
4. Quelles sont les raisons du succès des produits Miele sur le marché intérieur ?
Sur le marché extérieur ?
5. Parmi les entreprises citées dans le document 4, l'une n'est pas allemande.
Laquelle ?

II – EXPRESSION EN ALLEMAND (10 points)

2/4

1. Würden Sie lieber in einem mittelständischen Unternehmen oder in einem Großkonzern arbeiten? Warum? (Siehe auch Dokument 3) (70-80 mots)
2. Die Firma Miele & Cie. GmbH & Co. KG, Max-Planck-Str 25, 33335 Gütersloh macht ihrem langjährigen Kunden Elektro-Schwarz GmbH, Schloßstr. 59a, 70176 Stuttgart West, ein Angebot über 10 Geschirrspüler G646i-2 (Einzelpreis 785 €). Sie schreiben dieses Angebot und vergessen dabei nicht, die Liefer- und Zahlungsbedingungen mit eventuellen Rabatten anzugeben. (*Corps de la lettre* : 60-70 mots).

Unternehmen wächst im Ausland

Der Gruppenumsatz von Miele hat sich in dem zum 30. Juni abgelaufenen Geschäftsjahr um 2,5 Prozent auf knapp 2,2 Milliarden Euro reduziert. Das teilte kürzlich das 104 Jahre alte Familienunternehmen mit.

Während in Deutschland der Umsatz von Miele um 10,9 Prozent zurückging, stieg er im Ausland um 2,6 Prozent auf 1,48 Mrd. Euro an. Damit erhöhte sich der Auslandsanteil auf 67 von zuvor 64 Prozent. Die Zahl der Mitarbeiter verringerte sich auf 15.190 (Vorjahr: 15.328), davon 11.400 in Deutschland.

Den größten Anteil am Miele-Auslandsumsatz haben die Niederlande, gefolgt von der Schweiz, Frankreich, Großbritannien, Österreich und den USA. Im letzten Jahr hat sich das deutsche Qualitätsimage noch verbessert. Im jüngsten World Competitiveness Report landen deutsche Unternehmen im Vergleich von 100 Staaten auf Platz eins.

nach Handelsblatt online 27.08.2003 und Die Zeit vom 27.11.2003

Document 2

Miele verkleinert seinen Vertrieb

Der Haushaltsgeräte-Hersteller Miele, Gütersloh, will seinen Vertrieb neu ordnen. Aus diesem Grund werden im Vertrieb 300 bis 350 Stellen wegfallen. Das teilte das Unternehmen mit. Durch diese Neuordnung wird die Zahl der Vertriebszentren von 14 auf 8 reduziert. Dieses ist durch spezielle Logistik-Angebote im Internet möglich. Die Mitarbeiter des Außendienstes und des Kundendienstes sind nicht betroffen. Miele beschäftigt im Vertrieb 1 850 Mitarbeiter.

Unternehmen: Miele & Cie. GmbH & Co. KG

Handelsblatt Nr. 218 vom 12.11.03

Gute Karrierechancen

Im Mittelstand¹ sind mehr als 2600 Jobs zu besetzen. In einer Umfrage für das Wirtschaftsmagazin „Junge Karriere“ gaben 180 Unternehmen an, dass ihnen Mitarbeiter fehlen. Es gilt für bekannte Markenhersteller wie z.B. Porsche, Miele, Langenscheidt und Oetker. Gefragt sind neben Ingenieuren vor allem IT-Experten und Ökonomen mit Erfahrung in den Bereichen Entwicklung, Einkauf, Controlling und Fertigungstechnik. Damit spielt der Mittelstand erneut seine Rolle als wichtigster Jobmotor - fast 70 Prozent aller Arbeitnehmer arbeiten bei einem der rund 3,3 Millionen mittelständischen Unternehmen in Deutschland. Das geringere Einstiegsgehalt im Vergleich zu Großkonzernen wird durch einen schnelleren Aufstieg, verantwortungsvollere Aufgaben und höhere Jobsicherheit wettgemacht².

stern.de 30.5.2003

Document 4

Deutsche vertrauen Klassikern

Die Deutschen schenken vor allem Traditionsmarken ihr Vertrauen. Dies zeigt die dritte Verbraucherstudie des Verlags- und Direktmarketingunternehmens Readers Digest. So wählten die Befragten zum dritten Mal in Folge Nivea, Persil, Lufthansa, Aspirin, Schwarzkopf, Siemens, Miele, AOL, TUI und Sparkasse auf Platz eins. Neu unter den Marken-Gewinnern sind Haribo, Hugo Boss, Jade und Junghans.

stern.de 12.3.2003

¹ zu mittelständischen Betrieben rechnet man in Deutschland auch große Familienunternehmen, die nicht an der Börse notiert sind.

² wettmachen : compenser