

LV1 – ALLEMAND

Durée de l'épreuve : 4 heures.

*Barème : la note sur 80 sera divisée par 4 pour obtenir la note sur 20, les deux chiffres après la virgule arrondis au centième supérieur.
Les candidats ne sont pas autorisés à modifier le choix de la première langue dans laquelle ils doivent composer. Tout manquement à la règle sera assimilé à une tentative de fraude.*

NB : Les candidats ne doivent faire usage d'aucun document, dictionnaire ou lexique ; l'utilisation de toute calculatrice et de tout matériel électronique est interdite.

SUJET

WERBUNG SCHRECKT KUNDINNEN AB

Viele Werbeagenturen bedienen sich nach wie vor der alten Klischees

1 Der Witz sollte angeblich Humor sein: „Werfen Sie Ihre Alte weg und wechseln Sie jetzt in eine private Krankenversicherung!“ Mit diesem Slogan hatte eine private Krankenkasse provozierend im Internet Werbung gemacht. Außerdem war ein Foto von einer Frau in Unterwäsche zu sehen.

5 „Eindeutig frauenfeindlich“, urteilte der Deutsche Werberat, eine Art Polizei der Werbeindustrie, deren Rolle es ist, jede Reklame zu verurteilen, die sexistische Züge trägt oder aus anderen Gründen gegen die guten Sitten verstößt. Der Firma blieb nichts anderes übrig, als den Spot wieder zurückzuziehen.

10 Ein Extrembeispiel? Ganz und gar nicht! Ob Versicherer, Autobauer, Banken oder Telefonfirmen, noch immer benutzen viele Konzepte bei der Werbung alte Klischees. Motto: Die Frau als Sex-Symbol, als technisch unbegabtes, hübsches Püppchen, die Frau als liebende Hausfrau und Mutter, oder auch die viel zu perfekte Karrierefrau. Bei Frauen kommt das nicht mehr an.

15 Das verwundert insofern, als Studien eindeutig belegen, dass die Firmen dadurch eine wichtige Zielgruppe verlieren: die Frauen. 88 Prozent der weiblichen Führungskräfte jedenfalls geben an, dass sie sich z. B. beim Autokauf nicht von der Werbung beeinflussen lassen. Der Grund: Die Frauen fühlen sich von der Werbung einfach nicht angesprochen. Wo bleibi denn die normale Frau, die zugleich Mutter, Unternehmerin, Hausfrau und Geliebte sein kann? Ein fataler Fehler der Werbeagenturen: Mehr als ein Drittel der Käufer von Oberklasse- und Luxuswagen sind nämlich inzwischen weiblich. Bei Haushaltsgeräten und Waren des alltäglichen Bedarfs werden sogar 85 Prozent der Kaufentscheidungen von den Frauen beeinflusst oder getroffen. Und trotzdem stellt die kaufkräftige, emanzipierte Frau für die Werbung noch keine spezifische Zielgruppe dar.

Die Werbeindustrie rechtfertigt das Festhalten an den alten Methoden:

SUJET

IÉNA

LV1 – ALLEMAND

SCIENT.
ÉCO.
TECHNO.
KHÄGNE

SUFIF

IÉNA

„Frauen reagieren immer noch stärker auf die traditionelle Werbung und Männer interessieren sich mehr für Autos und Versicherungen“, sagt **Lea Klupacek** vom Werbeforschungsinstitut *IMAS*. „Klischeewerbung ist deshalb durchaus noch sinnvoll, um Kunden zu erreichen.“ In den Tests, die ihr Institut durchführt, um herauszufinden, wie die Werbung auf die potenziellen Kunden wirkt, werden die Testpersonen lediglich in die Gruppen weiblich/männlich und in verschiedene Alterskategorien eingeteilt. Überhaupt nicht berücksichtigt wird, ob die Frau etwa berufstätig ist oder eigene Kaufentscheidungen trifft.

Dirk Nitschke, Strategie-Direktor einer renommierten Werbeagentur, meint hingegen, dass Rollenklischees in der modernen Werbung überhaupt nichts mehr zu tun hätten. So wie die Rollenbilder aus der Gesellschaft verschwänden, würden sie auch in der Werbung, dem Spiegelbild der Gesellschaft, bald gar nicht mehr benutzt werden.

In dieser Hinsicht war der gescheiterte Versuch, den Mercedes-Smart als Frauenauto zu positionieren, eine lehrreiche Erfahrung für seine Agentur. „Die kaufkräftigen Frauen von heute wollen sich nicht vorschreiben lassen, welches Auto sie als Frau kaufen sollen“, stellt **Nitschke** fest. „Mit Klischees kann man heutzutage nur noch spielen, indem man durch Ironie zeigt, dass man sie nicht ernst nimmt“, fügt er hinzu, so wie zum Beispiel in dem folgenden berühmten Werbespot: Da sitzt der überall als Macho bekannte Manager eines Fußballclubs fernsehend mit seiner Freundin auf dem Sofa und sagt: „Hol' mir mal n' Bier!“ Sie geht in die Küche, trinkt die letzte Flasche aus und antwortet dann: „Ist keins mehr da!“

Ein gern zitiertes Beispiel für diesen neuen Trend ist auch die Aufsehen erregende aktuelle Werbekampagne der Kosmetikfirma Dove: Auf gigantischen Werbeplakaten und in TV-Spots sind hier Frauen zu sehen, die nicht gerade eine Model-Figur haben. Die Botschaft: Jede Haut und jede Frau kann schön sein.

Doch solche Kampagnen sind immer noch die Ausnahme. Viele Frauen vermissen in der Werbung humorvolle Kampagnen, in denen einfach ganz normale Frauen vorkommen. Slogans wie „Weifen Sie Ihre Alte weg!“ kommen bei diesen oft kaufkräftigen Konsumentinnen jedenfalls gar nicht mehr an und dürften sie sogar in die Arme der Konkurrenz treiben!

Nach einem Artikel von Charlotte Bertels und Sebastian Wolff,
Berliner Zeitung, 29.03.2005.

I – VERSION (sur 20 points)

Traduire le titre (pas le sous-titre) et les trois premiers paragraphes, depuis „Der Witz sollte angeblich Humor sein...“ jusqu'á „...“ Bei Frauen kommt das nicht mehr an.“
(de la ligne 1 à la ligne 13.)

LV1 – ALLEMAND

SCIENT.
ÉCO.
TECHNO.
KHÂGNE

II – QUESTIONS (sur 40 points)

- 1. Question de compréhension du texte (100 mots \pm 10 % *; sur 10 points)**
Warum fühlen sich die Frauen von der traditionellen Werbung immer weniger angesprochen?
- 2. Question de compréhension du texte (100 mots \pm 10 % *; sur 10 points)**
Mit welchen Strategien und Argumenten versuchen die Werbeexperten, die Frauen von heute für ihre Produkte zu gewinnen?
- 3. Question d'expression personnelle (300 mots \pm 10 % *; sur 20 points)**
„Die Werbung: ein Spiegelbild⁽¹⁾ der Gesellschaft...“ Sind Sie mit dieser Definition des Strategie-Direktors Dirk Nitschke einverstanden?

⁽¹⁾ Der Spiegel: le miroir/(das Spiegelbild: le reflet).

* Le non-respect de ces normes sera sanctionné. (Indiquer le nombre de mots après chaque question.)

III – THÈME (sur 20 points)

Le Figaro: Où en est la coopération franco-allemande? À Paris, de nombreux observateurs s'inquiètent parce qu'Angela Merkel semble ne pas y accorder beaucoup d'importance.

Sylvie Goulard: Si vous lisez les programmes électoraux des uns et des autres, vous constaterez que la CDU ne critique en aucun cas le rapprochement avec Paris. Elle critique une certaine manière de le faire sans respecter les « petits pays ». Elle n'a pas tort. Je pense que la volonté de travailler avec la France perdurera.

Le Figaro: Est-ce qu'un « axe » anglo-allemand va être créé qui isolerait la France?
Sylvie Goulard: Souvenez-vous des craintes françaises lorsque Schröder est arrivé au pouvoir... Nous sommes infiniment plus proches des Allemands que les Allemands des Britanniques. Quant aux deux questions essentielles pour l'avenir de l'UE, l'euro et l'adhésion de la Turquie, il faut d'une part souligner que la Grande-Bretagne n'est pas dans la zone euro, et d'autre part que Tony Blair semble être d'accord avec les négociations d'adhésion, alors que Mme Merkel y est opposée.

D'après des propos recueillis par Alexis Lacroix,
Le Figaro, du 27/28 août 2005 *.

* Ces références ne sont pas à traduire.

SUEFT

IÉNA

LV1 – ALLEMAND

SCIENT.
ÉCO.
TECHNO.
KHÂGNE

CORRIGÉ

CORRIGÉ

par Michel Luciani, professeur au lycée Alexandre Dumas, à Saint-Clément.

I – VERSION

Nota bene : tous les signes de ponctuation sont en allemand « collés » au mot qui précède ; par ailleurs, les guillemets sont différents dans les deux langues.

IÉNA

La publicité qui fait fuir les clientes

Beaucoup d'agences de publicité continuent d'utiliser les vieux clichés

La plaisanterie avait la prétention d'être de l'humour : « Mettez la vieille au rancart et passez maintenant à une caisse d'assurance privée ! C'est avec ce slogan qu'une caisse d'assurance privée avait fait une publicité provocante sur Internet. De plus, on pouvait voir la photo d'une femme en sous-vêtements.

« Manifestement misogynne », tel fut le jugement du Conseil allemand de la Publicité, une sorte de police de l'industrie publicitaire, dont le rôle consiste à condamner toute réclame qui comporte des éléments sexistes ou, pour d'autres raisons, va à l'encontre des bonnes mœurs. La firme concernée n'eut plus qu'à retirer son spot publicitaire.

Exemple extrême ? Absolument pas ! Qu'ils soient assureurs, constructeurs automobiles, banques ou sociétés de télécommunications, de nombreux groupes continuent, dans leur publicité, de se servir de clichés éculés, selon le schéma : la femme comme sex-symbol, ou poupée mignonne et dépourvue de compétence technique, la femme comme ménagère et mère pleine d'affection, ou encore la femme carriériste d'une perfection excessive. Tout cela n'a plus de succès auprès des femmes.

LVI – ALLEMAND

III – THÈME

Le Figaro : Wie ist es eigentlich um die deutsch-französische Zusammenarbeit bestellt?
 In Paris sind zahlreiche Beobachter besorgt, weil Angela Merkel ihr anscheinend keine große Bedeutung beimisst.

Sylvie Goulard : Wenn Sie die Wahlprogramme der einen oder der anderen lesen, werden Sie feststellen, dass die CDU die Annäherung mit Paris auf keinen Fall kritisiert. Sie kritisiert nur eine bestimmte Verfahrensweise, die keine Rücksicht auf die so genannten kleinen Länder nimmt. Dabei hat sie Recht. Ich bin der Ansicht, dass der Wille, mit Frankreich zusammenzuarbeiten, fortbestehen wird.

Le Figaro : Könnte eine „Achse“ Berlin-London zustande kommen, die zur Isolierung Frankreichs führen würde?

Sylvie Goulard : Erinnern Sie sich an die französischen Befürchtungen, als Schröder an die Macht gekommen ist... Wir stehen den Deutschen unendlich näher, als die Deutschen selbst den Briten nahe stehen. Was die beiden wesentlichen Fragen für die Zukunft der EU angeht – ich meine den Euro und den Beitritt der Türkei, so ist

SCIENT.
ÉCO.
TECHNO.
KHÂGNE

hervorzuheben, dass einerseits Großbritannien nicht der Eurozone angehört, und dass andererseits Tony Blair allem Anscheine nach den Beitrittsverhandlungen zustimmt, während Angela Merkel dagegen ist.

Nach Alexis Lacroix in „Le Figaro“, 27./28.8.2005.

CORRIGE

IÉNA

LV1 - ALLEMAND

SCIENT.
ÉCO.
TECHNO.
KHÂGNE

SUFET

LV1 – ALLEMAND

Durée globale : 4 heures.

1. TRADUCTIONS

Durée de l'épreuve : 2 heures.

HEC
ESSEC
ESCP
E.M. LYON

N.B. : Les candidats ne doivent faire usage d'aucun document, dictionnaire ou lexique ; l'utilisation de toute calculatrice et de tout matériel électronique est interdite.

Attention : D'après l'état actuel de la réforme de l'orthographe en Allemagne, les deux orthographes sont provisoirement admises.

I – TRADUCTION DE FRANÇAIS EN ALLEMAND

Né le 18 décembre 1879 à Münchenbuchsee (Suisse), Paul Klee se veut d'abord musicien. À 11 ans, il est violoniste à l'orchestre municipal de sa ville d'adoption, Berne. En 1898, pourtant, il décide d'étudier la peinture, à Munich. [...]

Les années passant, Klee s'applique à théoriser et à expliquer son travail, sans doute encouragé par le succès: il a signé un contrat avec la galerie Hans Goltz et y fait en 1920 sa première rétrospective, avec 362 œuvres. En octobre 1920, Walter Gropius lui demande de devenir professeur à l'école d'architecture de Weimar, le célèbre Bauhaus. C'est cette même année qu'il prononce sa formule célèbre: « L'art ne reproduit pas le Visible; il rend visible... » Sa réputation va grandissant: il suscite l'intérêt des surréalistes, qui l'invitent à participer à leur première exposition collective, à Paris, en 1925.

Mais la montée du nazisme met fin à cette histoire heureuse: Klee n'est pas directement touché par la dissolution du Bauhaus, décidée par Göring en avril 1933, car il a démissionné deux ans plus tôt, pour enseigner à l'académie de Düsseldorf. Mais il est destitué par le nouveau régime, et ses œuvres sont incluses dans les expositions d'art « dégénéré » organisées par les nazis. Au total, plus de 100 œuvres sont retirées des collections publiques allemandes, détruites ou vendues.

En décembre 1933, Klee revient à Berne.

Le Monde en date du 24.06.05.

LV1 – ALLEMAND

SCIENT.
ÉCO.
TECHNO.
KHÂGNE

II – TRADUCTION D'ALLEMAND EN FRANÇAIS

Meine Mutter ist in Eppendorf geboren. Die Mutter meiner Mutter war die Tochter eines reichen Bauern aus einem Dorf weiter oben im Erzgebirge¹. Die Familie war sehr verzweigt, Bauern, sehr reich, berühmt als Brandstifter. Sie haben aus Versicherungsgründen einander die Höfe angezündet, wahrscheinlich auch aus Haß. Es gab Geschichten von Selbstmorden, Aufhängen auf dem Dachboden² – Bauernselbstmorde. Dagegen war der Vater meiner Mutter unterste soziale Schicht,

sein Vater früh gestorben, seine Mutter Näherin. Davon ernährte sie die Kinder. Irgendwann ist sie krank geworden, erblindet, bei der Arbeit. Mein Großvater, damals dreizehn Jahre alt, hat sie gepflegt. Die Familie der Großmutter konnte ihn nicht akzeptieren die Großmutter wurde enterbt. Meine Mutter erzählt die Geschichte vom Salzhering³: Ein Hering wird an der Stubecke aufgehängt, und alle dürfen daran lecken. Armut war ihre Grunderfahrung, Armut bis zum Hunger, besonders im Ersten Weltkrieg. Mein Vater fiel in der Schule durch Intelligenz auf, durch Interesse für Lesen und Schreiben. Deshalb die Empfehlung der Lehrer: Der gehört nicht in die Fabrik, sondern in irgendeine behördliche Schreibstube. Er fing als Lehrling im Rathaus der Gemeinde Bräunsdorf an, lebte dann in Hohenstein-Ernstthal, dem Geburtsort von Karl May. Er wohnte möbliert bei einer Beamtin, die versucht hat, ihm Tischmanieren beizubringen. Er wußte einfach nicht, daß man Erbsen nicht mit dem Messer isst. Schließlich wurde er versetzt und arbeitete in Eppendorf im Rathaus. Eppendorf war ein Industriedorf. Dort hat er meine Mutter kennengelernt. Ich glaube, meine Mutter war vor mir schon einmal schwanger. Aber sie hatten kein Geld und keine Wohnung.

Heiner Müller, *Krieg ohne Schlacht*, Köln, 1992.

¹ Erzgebirge : terme géographique, ne pas traduire.

² Dachboden: grenier.

³ Salzhering: hareng salé.

2. EXPRESSION ÉCRITE

Durée de l'épreuve : 2 heures.

N.B. : Les candidats ne doivent faire usage d'aucun document, dictionnaire ou lexique ; l'utilisation de toute calculatrice et de tout matériel électronique est interdite.

Attention : D'après l'état actuel de la réforme de l'orthographe en Allemagne, les deux orthographes sont provisoirement admises.

Lire soigneusement le texte ci-dessous :

Deutschland und die Ostkonkurrenz

Trotz der jüngsten Ankündigungen neuer Jobverlagerungen ins Ausland haben Experten davor gewarnt, dies als Indiz für den Niedergang der deutschen Industrie zu werten. Die Zahl der tatsächlichen Verlagerungen werde¹ stark überschätzt.

„Die Bedenken, dass die deutsche Industrie nach Osteuropa abwandert, sind unbegründet“, sagte Dirk Schumacher von der Investmentbank Goldman Sachs. Dagegen spricht nach einer neuen Studie der Investmentbank, dass Deutschland als Standortvorteil vor allem seine Größe weiter ausspielen kann.

Verbandsvertreter der Elektroindustrie stuften die jetzt beschlossene Verlagerung von AEG-Produktionsstätten nach Italien und Osteuropa eher als Ausnahme ein. „Wir profitieren von unserem Netzwerk in Deutschland“, sagte Werner Scholz, Spezialist für Hausgeräte beim Zentralverband der Elektroindustrie (ZVEI). Er gab sich zuversichtlich, dass im Inland auch künftig besonders komplizierte Haushaltsgeräte hergestellt werden.

SUITE

HEC
ESSEC
ESCP
E.M.LYON

LV1 - ALLEMAND

SCIENT.
ECO.
TECHNO.
KHAGNE

SUEF

HEC
ESSEC
ESCP
E.M.IYON

Der Haushaltsgerätekonzern Elektrolux haue zu Wochenanfang die Schließung des AEG-Werks in Nürnberg beschlossen, in dem Waschmaschinen und Geschirrspüler hergestellt werden. Dies haue Befürchtungen verstärkt, dass die Industrie trotz derzeit anziehender Kon-junktur in Deutschland weiter Jobs abbauen wird. Als Grund wird dabei häufig die Konkurrenz aus Osteuropa genannt.

Enormer Wettbewerbsvorteil

Die Zahl der tatsächlichen Verlagenungen werde stark überschätzt, warnt dagegen Goldman-Sachs-Okonom Schumacher. Die deutsche Industrie habe allein auf Grund ihrer Größe einen enormen Wettbewerbsvorteil. Ein Größenvorsprung von 100 Prozent führe etwa in der Auto-industrie zu einem Produktivitätsgewinn von 20 Prozent. Dies könne bereits einen Teil des Kostennachteils gegenüber-Anbietern etwa in Osteuropa auffangen.

„Wenn es nur um die Lohnkosten ginge, sähe es schlecht aus“, sagte Schumacher. Die ost-europäischen Lohnstückkosten betragen nur 70 Prozent der deutschen. „Investitionen sind aber von einer Reihe Faktoren abhängig“, so Schumacher. Und hier stehe Deutschland vielfach besser da als die Osteuropäer.

Die Größe der Industrie ermögliche so genannte Skalenerträge Bei steigender Produktions-menge fallen zum Beispiel die Fixkosten weniger ins Gewicht, die Herstellungskosten werden günstiger. Dazu könne es kommen, wenn ein Werk sehr groß ist, so Schumacher. Von Vorteil sei auch, wenn die Produzenten von Vorleistungsgütern ⁽¹⁾ in der Nähe angesiedelt sind. Dann profitierten die Hersteller von den kurzen Wegen und einer besseren Koordinierung.

Studien zeigten, dass diese Vorteile in der deutschen Industrie besonders groß seien. Bei den Maschinenbauern geht eine Erhöhung des Einsatzes von Arbeit, Kapital und Vorleistungsgütern um ein Prozent mit einer Produktivitätssteigerung von 1,4 Prozent einher. „Ein Land kann höhere Löhne zahlen, wenn die Industrie groß genug ist“, so die Goldman-Sachs-Experten.

LV1 - ALLEMAND

25-mal größerer Wissensschatz

Je größer die Industrie sei, desto größer sei auch das angesammelte Fachwissen. Schumacher zufolge können die Deutschen auf einen Wissensschatz zurückgreifen, der 25-mal so groß ist wie in Tschechien.

Hinzu kommt: „Die vorhandene Infrastruktur oder bereits getätigte Investitionen spielen eine wichtige Rolle für die Firmen“, sagte Schumacher. Für die Deutschen sei es daher wesentlich günstiger, Materialien zu transportieren. Auch könnten die meisten Unternehmen ihre bereits installierten Anlagen nicht ohne weiteres in Nachbarländer transportieren. Das spreche ebenfalls für einen Ausbau der Investitionen am Heimatstandort.

Nach Einschätzung der Goldman-Sachs-Experten wird oft auch unterschätzt, welche sonstigen Probleme ein Engagement im Ausland mit sich bringt. Studien ergaben, dass es Investoren alles in allem in Deutschland leichter haben als in den osteuropäischen Ländern. Die Weltbank hat die gesetzlichen Rahmenbedingungen in 155 Ländern untersucht. Deutsch-land kam auf Platz 19, die Slowakei, Tschechien, Ungarn und Polen lagen weit dahinter. „Die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Unternehmen sind in Deutschland besser“, sagte Schumacher.

SCIENT.
ÉCO.
TECHNO.
KHÂGNE

Der Ökonom warnt allerdings auch davor, die Arbeitskosten ganz außer Acht zu lassen. Durch die Lohnzurückhaltung in den vergangenen Jahren konnte Deutschland seine Wettbewerbsfähigkeit ausbauen. Der Anteil am Welthandel sei im vergangenen Jahr um 1,3 Prozentpunkte auf 9,3 Prozent gestiegen. „Zudem muss die deutsche Industrie verstärkt höherwertige Produkte herstellen, umi dem wachsenden Konkurrenzdruck standzuhalten“, sagte Schumacher.

Elektroindustrie setzt auf deutsche Qualität

Nach der Schließung des AEG- Werks in Nürnberg haben Verbandstreter sich zuversichtlich gezeigt, dass die Branche am Standort Deutschland grundsätzlich festhalten wird. „Bei der Herstellung höherwertiger Produkte steht Deutschland immer noch an der Spitze“, sagte Werner Scholz, Geschäftsführer des ZVEI-Hausgeräte-Fachverbands. Produkte, die bereits einige Jahre im Markt seien und den deutschen Ansprüchen nicht mehr genügten, würden zwar nach Osteuropa oder in andere Niedriglohnländer verlagert, sagte Scholz. „Ausgefeilte Produkte, wie etwa Energie sparende Haushaltsgeräte, werden aber weiter in Deutschland hergestellt werden.“

Überdies profitierten die Unternehmen von den bereits vorhandenen Strukturen. „Wenn Zulieferer auch aus Deutschland kommen und dieselbe Sprache sprechen, kann man Probleme schneller beheben“, sagte Scholz. Zudem könnten die Hersteller von Vorleistungsgütern auf neue Ansprüche schneller reagieren. „Wir profitieren von unserem Netzwerk in Deutschland“, sagte der Verbandsmann.

Christiane Karwell, *Berlin Financial Times Deutschland*, 14.12.2005.

¹ Produzenten von Vorleistungsgütern= hier: Zulieferfirmen.

Répondre en allemand aux questions ci-dessous (250 mots environ pour chaque réponse):

1. Welche Vorteile hat die Produktion am Standort Deutschland dem Text nach?
2. Wie könnte Europa Ihrer Meinung nach auf eine solche Herausforderung reagieren?

SUJET

HEC
ESSEC
ESCP
E.M.LYON

LVI – ALLEMAND

SCIENT.
ÉCO.
TECHNO.
KHAGNE

CORRIGÉ

par Michel Luciani, professeur au lycée Alexandre Dumas, à Saint Cloud.

I – TRADUCTION DE FRANÇAIS EN ALLEMAND

HEC
ESSEC
ESCP
E.M.LYON

Paul Klee wird am 18. Dezember 1879 in Münchenbuchsee (Schweiz) geboren; er will zuerst Musiker werden. Mit elf Jahren wird er Violinist im Stadtorchester seiner Wahlheimat Bern. 1898 entschließt er sich aber, die Malerei in München zu studieren...

Jahre verstreichen, in denen sich Klee zunehmend bemüht, sein Schaffen zu erläutern und dessen theoretische Grundlagen zu erarbeiten, wobei sein Erfolg wohl als Ansporn wirkt: Er hat einen Vertrag mit der Galerie Hans Goltz unterzeichnet und eröffnet dort 1920 seine erste retrospektive Einzelausstellung, die 362 Werke umfasst. 1920 lädt ihn Gropius ein, an der Weimarer Bauhochschule, dem berühmten Bauhaus, Professor zu werden. Im gleichen Jahr äußert er seinen berühmten Spruch: „Kunst gibt nicht das Sichtbare wieder, sondern macht sichtbar.“

Sein Ansehen wächst immer mehr. Er erregt das Interesse der Surrealisten, die ihn bitten, sich an ihrer ersten kollektiven Ausstellung in Paris im Jahre 1925 zu beteiligen.

Der Aufstieg des Nazismus setzt aber dieser glücklichen Periode ein Ende. Klee ist von der Auflösung vom Bauhaus, die im April 1933 von Göring beschlossen wurde, nicht direkt getroffen, denn er ist zwei Jahre früher zurückgetreten, um eine Professur an der Düsseldorfer Kunstakademie anzunehmen. Er wird jedoch von der neuen Regierung abgesetzt und seine Werke werden in die Ausstellungen „Entartete Kunst“ mit einbezogen, die die Nazis veranstalten. Insgesamt werden über 100 Werke aus den Sammlungen der deutschen Museen beschlagnahmt oder verkauft. Im Dezember 1933 kehrt Klee nach Bern zurück.

Nach *Le Monde*.

LV1 – ALLEMAND

II – TRADUCTION D'ALLEMAND EN FRANÇAIS

Nota bene: tous les signes de ponctuation sont en allemand « collés » au mot qui précède; par ailleurs, les guillemets sont différents dans les deux langues.

Ma mère est née à Eppendorf. La mère de ma mère était la fille d'un riche paysan provenant d'un village situé plus haut dans la montagne du Erzgebirge. La famille avait de nombreuses ramifications : des paysans, très riches, bien connus comme incendiaires. Pour toucher des primes d'assurances, ils ont mis le feu mutuellement à leurs fermes, sans doute aussi par haine. Il existait des histoires de suicides, des gens qui se pendaient dans leur grenier – des suicides de paysans.

Par contre, le père de ma mère était issu d'une couche sociale très misérable, son père était mort précocement, sa mère était couturière. C'est ainsi qu'elle nourrissait ses enfants. À un moment donné, elle est tombée malade, et a perdu la vue, courbée sur le travail. Mon grand-père, qui avait treize ans à l'époque, l'a soignée. Pour la famille de ma grand-mère, il n'était pas question de l'accepter, ma grand-mère fut déshéritée. Ma

SCIENT.
ÉCO.
TECHNO.
KHAGNE

mère raconte l'histoire du hareng salé : on suspend un hareng au plafond de la pièce principale, et tous ont le droit de le lécher.

Leur expérience fondamentale, ce fut la pauvreté. La pauvreté qui allait jusqu'à avoir faim, surtout durant la Première Guerre mondiale. Mon père attira l'attention du fait de son intelligence et de l'intérêt qu'il portait à l'apprentissage de la lecture et de l'écriture. D'où cette recommandation des professeurs : « La place de celui-ci n'est pas à l'usine, mais dans un bureau d'écritures administratif, quel qu'il soit. » Il commença comme apprenti dans la mairie de la commune de Bräunsdorf, puis vécut à Hohenstein-Ernstthal, le lieu de naissance de Karl May. Il logeait en meublé chez la veuve d'un fonctionnaire, qui a essayé de lui apprendre comment on se tient à table. Il ne savait même pas qu'on ne mange pas des petits pois avec son couteau. Finalement, il fut muté et travailla à la mairie d'Eppendorf. Eppendorf était un village qui avait une industrie. C'est là qu'il a fait la connaissance de ma mère. Je crois que ma mère a été une fois enceinte avant moi. Mais ils n'avaient pas d'argent et pas d'appartement.

D'après Heiner Müller, *Krieg ohne Schlacht*, Köln, 1992.

CORRIGÉ

HEC
ESSEC
ESCP
E.M.LYON

LV1 - ALLEMAND

SCIENT.
ÉCO.
TECHNO.
KHÂGNE