

Henkel

Die Zeit ist günstig für große Ziele - für alle Hersteller der Haar- und Körperpflegemittel-Industrie¹. Ob bei *Henkel*, bei *Unilever* oder bei *Procter&Gamble*: „Grundsätzlich² ist es so, dass bestimmte Bereiche der Konsumgüterindustrie in einer Wirtschaftskrise stabilisierende Wirkung haben“, sagt Christoph Kannengießer, Hauptgeschäftsführer des Markenverbandes in Berlin. Der Trend zum „Cocooning“, um Heim, Haut und Haar zu verschönern, sei fast ein automatischer Reflex. „Wenn es einem nicht gutgeht, will man wenigstens gut aussehen“, sagt Kannengießer. Aber auch nicht allzu teuer dafür bezahlen.

„Menschen verzichten in schwierigen Zeiten eher auf große Anschaffungen und leisten sich lieber den kleinen Luxus des Kosmetikprodukts“, sagt *Henkels* Vorstand Hans van Bylen, der das Kosmetik- und Körperpflegegeschäft verantwortet. Das erlöste³ 2008 gut drei Milliarden Euro, etwa 21 Prozent des Konzernumsatzes.

Weltweit hat der Kosmetikmarkt ein Volumen von 190 Milliarden Euro, 124 Milliarden entfallen auf Haarkosmetik, Mundhygiene, Körper- und Hautpflege. In diesem Bereich ist *Henkel* nach eigenen Angaben in Deutschland Marktführer und weltweit die Nummer fünf. Die Haarkosmetik macht bei *Henkel* den größten Teil in diesem Geschäft aus. Die Dynamik ist enorm - Beispiel *Schwarzkopf*. Aus 500 Millionen Euro Umsatz wurden in zwölf Jahren 1,6 Milliarden Euro. Bei *Henkel* ist *Schwarzkopf* nun die größte Marke vor dem Kleber⁴ *Loctite* und dem Waschmittel *Persil*.

[...]

Henkels Kosmetikgeschäft konzentriert sich vor allem auf Europa und Amerika. Anderswo auf dem Globus muss van Bylen das Geschäft noch ausbauen. Die Aktivitäten in Japan und Australien sind klein, in China hat *Henkel* lange den Markt verschlafen⁵ und erst vor drei Jahren durch den Zukauf lokaler Marken begonnen aufzuholen⁶.

Van Bylen hält dagegen⁷, dass *Henkel* viel kreativer geworden sei. „Unsere Innovationstempi sind viel schneller geworden“, sagt er. So habe etwa das Produkt „Coloriste“ [...] von der Idee bis zum Verkauf im Regal nur sechs Monate Entwicklungszeit gebraucht.

40 Prozent des Umsatzes macht die *Henkel*-Kosmetik heute mit Produkten, die jünger als drei Jahre sind. „Niemand kann genau prognostizieren, was in den nächsten acht oder neun Monaten passiert. Möglicherweise werden Bereiche der Konsumgüterbranche besser wegkommen als die Auto- oder Bau-Industrie“, sagt der *Henkel*-Vorstand.

Handelsblatt, 09.07.2009

¹ Haar- und Körperpflegemittelindustrie = Kosmetikindustrie

² grundsätzlich = prinzipiell

³ das erlöste : (ici) cela a rapporté

⁴ der Kleber : la colle

⁵ den Markt verschlafen = zu spät reagieren

⁶ auf/holen : rattraper le retard

⁷ dagegen halten : rétorquer, répliquer

I. Rédaction d'un compte rendu en français (20 points)

Vous rédigerez un compte rendu en français de ce document qui mettra en lumière ou précisera les points suivants :

- La situation de l'industrie des produits cosmétiques
- La situation de Henkel
- La stratégie de Henkel.

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

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

Die Wirtschaftskrise und ihre Folgen für die Unternehmen, den Arbeitsmarkt, den Konsum, den Export... Argumentieren Sie und nennen Sie eventuell konkrete Beispiele!

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

Le grossiste **Kosmetikgroßhandel COSMA GmbH, Schenkendorfstr. 17, 22085 Hamburg**, envoie, le 22 avril 2010, une lettre de réclamation à l'entreprise **Schwarzkopf Henkel Produktion, M.-Schwarzkopfstr. 10, 91717 Wassertrüdingen**.

- COSMA GmbH accuse réception de la livraison de 1000 tubes de coloration commandés le 12 avril.
- En déballant les colis, COSMA GmbH a constaté une erreur commise par Henkel : COSMA GmbH avait commandé 500 tubes de coloration¹ nuance blond clair² et 500 tubes de coloration nuance auburn³. Or, Henkel a envoyé 500 tubes de coloration nuance blond foncé⁴ à la place de la coloration nuance blond clair.
- COSMA GmbH prie Henkel de lui adresser dès réception de ce courrier, les articles qu'il avait commandés.
- COSMA GmbH tient les colis de colorations non conformes à la disposition de Henkel.
- COSMA GmbH compte sur une prompte exécution de sa commande.

Rédigez en allemand et selon les normes en vigueur la lettre de l'entreprise COSMA GmbH.

¹ Flaschen Haarfarbe

² hellblond

³ kastanienbraun

⁴ dunkelblond

COMMERCE INTERNATIONAL
à référentiel commun européen

ALLEMAND

Proposition de CORRIGÉ
Éléments de réponse

I – Corrigé du compte rendu en français (20 points)

1. Le secteur des produits cosmétiques (3 pts)

- Certains secteurs de l'industrie des biens de consommation sont un facteur de stabilité en temps de crise économique
- Le marché des produits cosmétiques représente un volume de 190 Mrd d'€ sur le plan mondial
- 124 Mrd reviennent aux produits cosmétiques pour les cheveux, l'hygiène buccale et les soins du corps et de la peau.

2. La situation de Henkel (6 pts ; au moins 3 éléments attendus en B1, 5 en B2)

- Dans le secteur des produits cosmétiques, Henkel est leader en Allemagne et 5^e sur le plan mondial
- En 2008, le produit s'est élevé à 3 Mrd d'€, env. 21 % du C. A. du groupe
- *Schwarzkopf* est la plus grande marque du groupe, devant *Loctite* (colle) et *Persil* (lessive)
- En 12 ans, son C. A. est passé de 500 Mio d'€ à 1,6 Mrd d'€
- Les activités au Japon et en Australie sont réduites
- Henkel a longtemps négligé le marché chinois

3. La stratégie de Henkel (5 pts ; 3 éléments attendus en B1, 5 en B2)

9 éléments possibles parmi :

- Concentration des activités sur l'Europe et l'Amérique
- Rachat de marques locales en Chine pour rattraper le retard
- Le rythme des innovations s'est accéléré.
Ex. du produit « Coloriste » : de l'idée à la vente dans les rayons, il n'aura fallu que 6 mois pour développer cette coloration
- 40 % du C. A. sont réalisés avec des produits qui ont moins de 3 ans

Bonus

B1 : conjoncture favorable

B2 : cocooning = compensation

II – Répondre en allemand à la question suivante (20 points)

- contenu et cohérence
- intelligibilité
- moyens mis en œuvre (structures, lexique, ...)
- correction grammaticale

III – Lettre en allemand (20 points)

Aspects généraux : 5 points

- respect des normes de présentation
- respect des consignes

Contenu : 15 points

