



INTER- KULTURALITÄT DEUTSCHLAND FRANKREICH

KURZDOSSIER FÜR BERUFSSCHULEN IN FRANKREICH
AUF NIVEAU A1-A2



**GOETHE
INSTITUT**

Sprache. Kultur. Deutschland.

IMPRESSUM

© Goethe-Institut Frankreich / Silvia Didier

20, rue Neuve de Monplaisir

69008 Lyon

Frankreich

Mail: silvia.didier@projet-france.com

www.projet-france.com

Gestaltung:

d-signbureau

Karikaturen:

Jörg Plannerer, Mail: joerg.plannerer@arcor.de

Bildnachweis:

Clipart - MicroSoft Word

Kartennachweis:

[Commons.wikimedia.org](https://commons.wikimedia.org), Autor: Korny78

Werden Personenbezeichnungen aus Gründen der besseren Lesbarkeit lediglich in der männlichen oder weiblichen Form verwendet, so schließt dies das jeweils andere Geschlecht mit ein.



INHALT

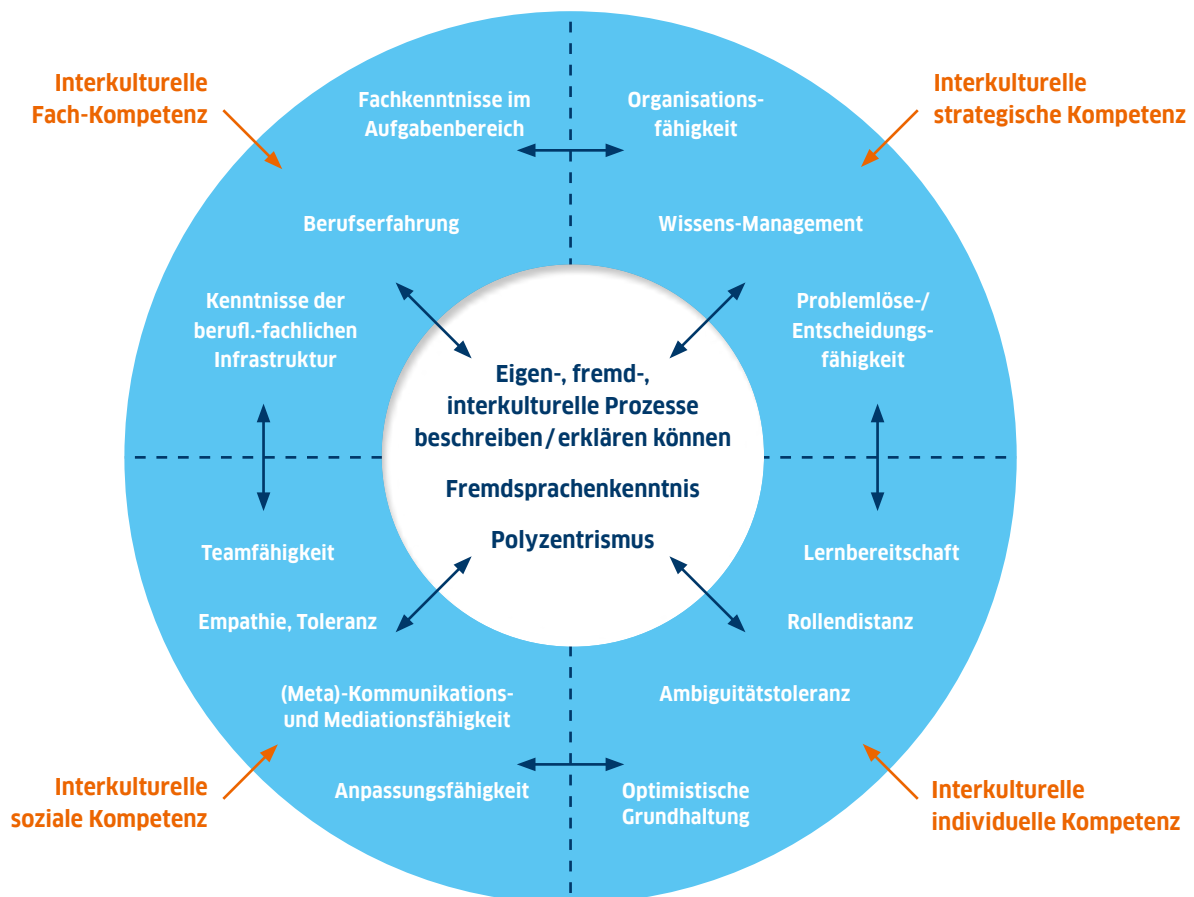
- 4 **EINFÜHRUNG**
- 6 **ARBEITSBLATT 1**
WAS IST EIGENTLICH KULTUR?
- 10 **ARBEITSBLATT 2**
WER SIND DIE DEUTSCHEN?
- 14 **ARBEITSBLATT 3**
UND DIE FRANZOSEN? UND ICH?
- 18 **ARBEITSBLATT 4**
**UNTERNEHMEN IN DEUTSCHLAND =
UNTERNEHMEN IN FRANKREICH?**
- 22 **ARBEITSBLATT 5**
**„ZUR SACHE!“ – DIREKTE VERSUS
INDIREKTE KOMMUNIKATION**
- 26 **ARBEITSBLATT 6**
**ZUM THEMA PÜNKTLICHKEIT –
DER UMGANG MIT ZEIT**
- 30 **ARBEITSBLATT 7**
**WIE SAG' ICH ES DEM CHEF? –
ZUM UMGANG MIT AUTORITÄT**
- 34 **ARBEITSBLATT 8**
**REGELN UND STRUKTUREN VERSUS
FLEXIBILITÄT**
- 38 **ARBEITSBLATT 9**
UND NACH DER ARBEIT?

EINFÜHRUNG

Das Kurzdossier „Interkulturalität Deutschland – Frankreich“ ist im Rahmen der Imagekampagne, die vom Goethe-Institut Frankreich und dem französischen Deutschlehrerverband ADEAF im Zeitraum von September 2013 bis Februar 2014 durchgeführt wurde, entstanden. Die Kampagne hatte zum Ziel, Deutschlehrer verschiedener Schulstufen und -richtungen mit Informationen und Fortbildungen zu unterstützen sowie das Interesse künftiger Studenten für ein Germanistikstudium bzw. den Deutschlehrerberuf zu steigern.

Die Kampagne zielte dabei auch auf die Unterstützung der Berufsschulen (lycées professionnels) ab. Das vorliegende Kurzdossier wurde für die Deutschlehrer und Schüler an diesen Schulen konzipiert. Die Inhalte und Aufgaben haben zum Ziel, die Berufsschüler auf einen Aufenthalt (z. B. Praktikum) in Deutschland vorzubereiten; insbesondere sollen dabei die interkulturellen Kompetenzen der Schüler gefördert werden.

Interkulturelle Kompetenz: Das Zusammenspiel unterschiedlicher Kompetenzen



Source : Jürgen Bolten/Projet France International

Die Arbeitsblätter sind als Arbeitshilfen zu verstehen und können entweder eins zu eins im Unterricht übernommen werden oder aber auch von den Deutschlehrern je nach Schülergruppe, Sprachniveau und gewünschten Inhalten als Einzelarbeitsblätter eingesetzt und angepasst werden.

Die Arbeitsblätter haben folgenden Aufbau:

« On y va » - „Auf geht's“

Einstieg in das jeweilige Kapitel / Thema (auf Französisch)

« Bon à savoir » - „Gut zu wissen“

Wissensinput (auf Französisch)

« A toi de jouer » - „Du bist dran!“

Übung für die Schüler (auf Deutsch, zum Teil mit französischer Übersetzung)

« A retenir » - „Das merke ich mir!“

Zusammenfassung der wichtigsten Punkte (auf Französisch)

« Pour aller plus loin » - „Und noch mehr dazu ...“

Weitere Anregungen (optional), um das Thema zu vertiefen (auf Französisch und /oder Deutsch, z. T. für fortgeschrittene Lerner)

« En allemand » - „Auf Deutsch“

Zu jedem Themenkomplex werden relevante Vokabeln und Ausdrücke auf Deutsch und Französisch angegeben.

Viel Spaß und Erfolg bei Ihrer interkulturellen Arbeit mit den Schülern wünscht Ihnen,

Silvia Didier
Interkulturelle Trainerin & Beraterin
Lyon, Februar 2014

ARBEITSBLATT 1

WAS IST EIGENTLICH KULTUR?

« ON Y VA » – „AUF GEHT'S“

Regardez ces images. Pour vous, quelle est celle qui représente le mieux l'Allemagne ?
Discutez-en en classe !



Deutschland-Flagge
„Einigkeit und Recht
und Freiheit“



Polizei
Regeln & Ordnung



Fußball
„Die Mannschaft“



Berlin
Brandenburger Tor



Bier & Brezeln
Deutsche Küche

« BON À SAVOIR » – „GUT ZU WISSEN“

Quand on quitte son pays pour le travail ou pour les vacances, quand on est amené à travailler avec un nouveau groupe, quand on change de lieu de travail, on se rend compte que certaines choses ne sont pas faites de la même manière que chez soi. L'autre groupe a une autre culture. Certaines choses dans sa culture sont faciles à détecter parce qu'on les voit, on les entend, on les sent etc. D'autres sont beaucoup plus difficiles à percevoir, car elles ne sont pas ou difficilement visibles. Souvent on utilise l'image de l'iceberg pour symboliser ces parties visibles et invisibles.

WAS IST EIGENTLICH KULTUR?

« A TOI DE JOUER » – „DU BIST DRAN!“

Voici une liste de mots ! Essayez de les classer dans la partie supérieure de l'iceberg (visible) ou en dessous de la surface (invisible). Vous trouvez la traduction des mots en fin du chapitre !

Essen	Traditionen	Qualität	Erziehungsstile	Rolle des Chefs
Spiele	Kleidung	Architektur	Soziale Schichten	Arbeitsmotivation
Theater	Körpersprache	Sprache	Zeitmanagement	Gefühl für Gerechtigkeit
Musik	Mimik	Vertrauen	Arbeitstempo	Definition von Gut und Böse
Angst	Gestik	Teamgeist	Schönheitsideal	Bedeutung von Familie

Das Eisberg-Modell für Kultur

The diagram shows an iceberg with a horizontal line representing the water surface. Above the line is the visible part of the iceberg, labeled 'Sichtbare Kultur'. Below the line is the larger, submerged part, labeled 'Unsichtbare Kultur (Normen, Werte, Grundannahmen)'. Three orange arrows point from the visible part down into the invisible part. To the right of the iceberg are two columns of horizontal lines for classification.

Source : Projet France International /Silvia Didier

Certains mots peuvent-ils être classés à la fois sur la partie visible de l'iceberg et sur la partie invisible ?
Lesquel ? Pourquoi ?

WAS IST EIGENTLICH KULTUR?

« A TOI DE JOUER » – „DU BIST DRAN!“

A quel degré situez-vous la différence entre la culture française et la culture allemande ?
Cochez la case correspondante !

0

überhaupt nicht
pas du tout

1

ein wenig
un peu

2

mittelmäßig
moyennement

3

stark
fortement

4

sehr stark
très fortement

<input type="checkbox"/> Essen	<input type="checkbox"/> Traditionen	<input type="checkbox"/> Qualität	<input type="checkbox"/> Erziehungsstile	<input type="checkbox"/> Rolle des Chefs
<input type="checkbox"/> Spiele	<input type="checkbox"/> Kleidung	<input type="checkbox"/> Architektur	<input type="checkbox"/> Soziale Schichten	<input type="checkbox"/> Arbeitsmotivation
<input type="checkbox"/> Theater	<input type="checkbox"/> Körpersprache	<input type="checkbox"/> Sprache	<input type="checkbox"/> Zeitmanagement	<input type="checkbox"/> Gefühl für Gerechtigkeit
<input type="checkbox"/> Musik	<input type="checkbox"/> Mimik	<input type="checkbox"/> Vertrauen	<input type="checkbox"/> Arbeitstempo	<input type="checkbox"/> Definition von Gut und Böse
<input type="checkbox"/> Angst	<input type="checkbox"/> Gestik	<input type="checkbox"/> Teamgeist	<input type="checkbox"/> Schönheitsideal	<input type="checkbox"/> Bedeutung von Familie

Comparez votre choix avec ceux de vos camarades de classe ! Expliquez et défendez votre point de vue !

« A RETENIR » – „DAS MERKE ICH MIR!“

- La façon dont on voit et interprète les choses peut varier d'un pays à un autre, d'un groupe à un autre.
- Ce que j'estime 'normal et naturel' n'est pas forcément 'normal et naturel' pour d'autres personnes.
- Notre façon de voir et de faire des choses est apprise, ce n'est pas inné.
- Il est utile de bien comprendre sa propre culture pour mieux communiquer et travailler avec quelqu'un d'une autre culture.

WAS IST EIGENTLICH KULTUR?

« EN ALLEMAND » - „AUF DEUTSCH“

le drapeau d'Allemagne	die Deutschland-Flagge
« Unité et droit et liberté »	„Einigkeit und Recht und Freiheit“
la police	die Polizei
la règle	die Regel
l'ordre	die Ordnung
le football	der Fußball
l'équipe	die Mannschaft
la capitale de l'Allemagne : Berlin	die Hauptstadt Deutschlands: Berlin
la porte de Brandebourg	das Brandenburger Tor
l'organisation, la gestion du temps	die Zeiteinteilung
la bière	das Bier
le bretzel	die Brezel
la cuisine, ici : gastronomie	die Küche
la culture	die Kultur
la nourriture	das Essen
le jeu	das Spiel
la tradition	die Tradition
le théâtre	das Theater
la musique	die Musik
les habits ; les vêtements	die Kleidung
le langage du corps	die Körpersprache
la mimique	die Mimik
la geste	die Gestik
la gestion du temps	das Zeitmanagement
le rythme de travail	das Arbeitstempo
le perception de la beauté	das Schönheitsideal
le mode d'éducation	der Erziehungsstil
le rôle	die Rolle
le patron, le supérieur	der Chef
la motivation au travail	die Arbeitsmotivation
le sentiment	das Gefühl
la justice	die Gerechtigkeit
la classe sociale	die soziale Schicht
l'architecture	die Architektur
la signification	die Bedeutung
la famille	die Familie
la confiance	das Vertrauen
la peur	die Angst
la langue	die Sprache
l'esprit d'équipe	der Teamgeist
la qualité	die Qualität
visible	sichtbar
invisible	unsichtbar
bien	gut
mal	böse

ARBEITSBLATT 2

WER SIND DIE DEUTSCHEN?

« ON Y VA » – „AUF GEHT'S“

**Que pensez-vous de ces préjugés sur les Allemands et les Français ?
Pourquoi ils ne nous aident pas à mieux se connaître ?**

PRÉJUGÉS DES FRANÇAIS SUR L'ALLEMAGNE ET LES ALLEMANDS :

La cuisine est mauvaise. Les Allemands ne mangent que de la choucroute et ils boivent de la bière. Les Allemands sont gros, parce qu'ils mangent beaucoup. Ils sont très sérieux et rigolent rarement. Tous les Allemands conduisent des grosses voitures comme une Mercedes ou une BMW. Il pleut toujours en Allemagne.

PRÉJUGÉS DES ALLEMANDS SUR LA FRANCE ET LES FRANÇAIS :

Les Français portent tous des bérets basques, ils ont une baguette de pain sous le bras et ils boivent beaucoup de vin rouge ou du champagne. Les Français aiment s'amuser, mais ils n'aiment pas travailler. Tout le monde en France a une vieille 2 CV.

« BON À SAVOIR » – „GUT ZU WISSEN“

Kleine Landeskunde – Quelques faits sur l'Allemagne

Die Hauptstadt – la capitale	Berlin
Die Einwohnerzahl – la population totale en juin 2013	80 585 700 Einwohner
Die größten Städte – les plus grandes villes	Berlin, Hamburg, München, Köln, Frankfurt am Main, Stuttgart, Düsseldorf, Dortmund, Essen, Dresden, Leipzig
Die Anzahl der Bundesländer – le nombre des „Länder“	16
Die Farben der deutschen Flagge – les couleurs du drapeau	Schwarz – Rot – Gold
Die Amtssprache – la langue officielle	Deutsch

WER SIND DIE DEUTSCHEN?

« A TOI DE JOUER » – „DU BIST DRAN!“

Vrai ou faux ? A vous de décider !	richtig	falsch
Die Hauptstadt der Bundesrepublik Deutschland ist Bonn.		
Die Bundesrepublik Deutschland besteht aus 16 Bundesländern.		
Alle Mädchen und Jungen ab sechs Jahren müssen in die Schule gehen.		
Goethe und Schiller waren berühmte deutsche Dichter.		
An den Schulen gibt es Religionsunterricht.		
Wenn man einen Termin bei einer Behörde hat, sollte man pünktlich sein.		

Villes en Allemagne

Essayez de trouver la bonne traduction française pour les villes en Allemagne !

Aix-la-Chapelle	Frankfurt	Mayence	Nürnberg
Dresde	Köln	Munich	Regensburg
Francfort	Aachen	Nuremberg	Mainz
Cologne	Dresden	Ratisbonne	München

Deutschland-Alphabet

Choisissez un mot de l'alphabet et trouvez la bonne traduction française ainsi que 3 faits intéressants à ce sujet. Le but étant d'apprendre quelque chose sur l'Allemagne, il convient de placer ces mots dans un contexte allemand.

Exemple

G wie Gewerkschaft = Syndicat en Allemagne

Faits à rechercher : Quels syndicats existe-t-il en Allemagne ? Quel est leur rôle ?

A wie Azubi

B wie Bundesregierung

C wie Currywurst

D wie Daimler Benz

E wie Exportweltmeister

F wie Fußball

G wie Gewerkschaft

H wie Hauptstadt

I wie IG Metall

J wie Jugend

K wie Kehrwoche

L wie Love Parade

M wie Mauer

N wie Nazis

O wie Ossi

P wie Parteien (in Deutschland)

Q wie Querdenker

R wie Rabenmutter

S wie Stasi

T wie Tagesschau

U wie Umweltschutz

V wie Volkswagen

W wie Wirtschaftswunder

X für Xanten

Y wie ‚Yabancı işçi‘
(Gastarbeiter auf Türkisch)

Z wie Zukunft

WER SIND DIE DEUTSCHEN?

« A RETENIR » – „DAS MERKE ICH MIR!“

- Un stéréotype est une représentation caricaturale figée, une idée reçue, une opinion toute faite acceptée et véhiculée sans réflexion, concernant un groupe de personnes (ex. « Les Allemands »).
- Les stéréotypes nous empêchent de mieux se connaître et se comprendre, car ils ne tiennent pas compte d'informations, de caractéristiques, de particularités qu'on ne peut découvrir qu'en rencontrant les individus du groupe en question.
- Pour mieux connaître l'autre il est utile d'avoir au moins quelques informations sur sa culture (ex. quelques faits sur son pays).

« POUR ALLER PLUS LOIN » – „UND NOCH MEHR DAZU ...“

- Article avec des images dans le „Süddeutschen Zeitung“ concernant le thème < Typiquement allemand > :
<Typisch deutsch>: <http://www.sueddeutsche.de/leben/studie-ueber-klischees-typisch-deutsch-1.1000335>
- Allemagne. Faits et réalités ; informations sur l'histoire, la géographie, la société, la culture allemande ...
Proposé par le Ministère fédéral des Affaires étrangères, en plusieurs langues, entre autres en français :
<http://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/de/inhaltsseiten-home/zahlen-fakten.html>

WER SIND DIE DEUTSCHEN?

« EN ALLEMAND » - „AUF DEUTSCH“

la capitale	die Hauptstadt
les Länder	die Bundesländer
la population totale	die Einwohnerzahl / die Gesamtbevölkerung
la ville	die Stadt
la couleur	die Farbe
le drapeau	die Flagge
la langue officielle	die Amtssprache
la République Fédérale d'Allemagne	die Bundesrepublik Deutschland
la fille	das Mädchen
le garçon	der Junge
le poète	der Dichter
l'école	die Schule
l'instruction religieuse	der Religionsunterricht
le rendez-vous	der Termin
l'administration	die Behörde
vrai	richtig
faux	falsch
noir, -e	schwarz
rouge	rot
or	gold
allemand, -e	deutsch
connu, -e	berühmt
être à l'heure	pünktlich sein
se composer de qc.	aus etwas bestehen

ARBEITSBLATT 3 UND DIE FRANZOSEN? UND ICH?

« ON Y VA » – „AUF GEHT'S“

A votre avis : Qu'est-ce qui est « typiquement » français ? Essayez de trouver au moins trois caractéristiques !

« BON À SAVOIR » – „GUT ZU WISSEN“

Souvent on associe la culture d'un pays à des mots comme « interculturel » ou « interculturalité » (les Allemands, les Français...). Mais la culture comprend aussi la culture de la région d'où on vient, la culture du quartier où on habite, la culture du métier qu'on exerce, la culture de la branche dans laquelle on travaille, la culture de la fonction professionnelle qu'on occupe, la culture de sa famille, sa propre culture... Tous ces aspects ont une influence sur l'image que je me fais de moi-même et de l'autre.

UND DIE FRANZOSEN? UND ICH?

« A TOI DE JOUER » – „DU BIST DRAN!“

Quelle image ai-je de moi-même ? Pour chaque affirmation, cochez la case entre 1 et 6 qui vous semble correspondre le mieux à l'image que vous avez de vous-même, et donnez un exemple concret pour illustrer vos choix.

1 **2** **3**

schwach

faible

4 **5** **6**

stark

fort

Selbstbild – Wie sehe ich mich selbst? Image de soi – Quelle image ai-je de moi-même ?	Wie ausgeprägt? Quelle amplitude?	Beispiel Exemple
Ich bin direkt und sage was ich denke. Je suis direct(e) et je dis ce que je pense.		
Ich bin meistens positiv eingestellt. En général j'ai une attitude positive.		
Ich kann mich gut in andere einfühlen. Je peux me mettre à la place de quelqu'un d'autre.		
Ich bin rücksichtsvoll. Je suis plein d'égard pour autrui.		
Ich bin spontan und neugierig. Je suis spontané(e) et curieux (se).		
Ich lerne gerne neue Dinge. J'aime apprendre des nouvelles choses.		
An neue Situationen passe ich mich schnell an. Je m'adapte rapidement à des nouvelles situations.		
Aufgaben mache ich genau. Je travaille d'une manière très précise.		
Ich kann gut vermitteln. Je suis un bon intermédiaire.		
Im Team arbeite ich gerne. J'aime travailler en équipe.		
Ich mag es, wenn man gemeinsam Entscheidungen trifft. J'aime prendre des décisions en groupe/en commun.		
Andere können sich auf mich verlassen. Les autres peuvent compter sur moi. Je suis fiable.		
Ich bin sehr offen. Je suis très ouvert(e).		
Ich bin gerne der Chef. J'aime être le chef.		
Ich bin geduldig. J'ai beaucoup de patience.		
Andere nehme ich so wie sie sind. Je prends les autres comme ils sont.		
Ich spreche gut Deutsch. Je parle bien l'Allemand.		
Auch bei Stress bleibe ich ruhig. Je garde mon calme, même dans des situations de stress.		

Quelles caractéristiques peuvent être utiles pour vous aider à vivre et à travailler en Allemagne ?

UND DIE FRANZOSEN? UND ICH?

« A RETENIR » – „DAS MERKE ICH MIR!“

- Une attitude ouverte est indispensable pour découvrir une nouvelle culture.
- Je dois me connaître moi-même et ma culture pour mieux connaître l'autre et sa culture.
- La compétence interculturelle est la capacité à rendre compréhensibles ses propres objectifs et ses attentes dans une culture étrangère et à interpréter correctement le comportement des autres.

UND DIE FRANZOSEN? UND ICH?

« EN ALLEMAND » - „AUF DEUTSCH“

l'image de soi	das Selbstbild
l'image de l'autre	das Fremdbild
l'exemple	das Beispiel
une nouvelle situation	eine neue Situation
le chef	der Chef
la qualité	hier: die Stärke (einer Person)
la faiblesse	hier: die Schwäche (einer Person)
le stress	der Stress
fort, -e	stark
faible	schwach
être directe	direkt sein
être positif, -ve	positiv sein
être plein d'égard pour autrui	rücksichtsvoll sein
être spontané, -e	spontan sein
être curieux, -se	neugierig sein
apprendre	lernen
s'adapter	sich anpassen
être précis, -e	genau sein
travailler en équipe	im Team arbeiten
prendre des décisions	Entscheidungen treffen
compter sur quelqu'un	sich auf jemanden verlassen
être fiable	verlässlich sein
avoir de la patience	geduldig sein
accepter quelque chose / quelqu'un	jemanden / etwas akzeptieren
être un bon intermédiaire	gut vermitteln können

ARBEITSBLATT 4

UNTERNEHMEN IN DEUTSCHLAND = UNTERNEHMEN IN FRANKREICH?

« ON Y VA » – „AUF GEHT'S“

Dans ce tableau se cachent dix entreprises allemandes. Essayez de les trouver !

D	E	U	T	S	C	H	E	B	A	H	N
C	A	U	D	I	M	Q	W	A	D	L	O
H	L	O	I	K	O	L	J	S	S	U	Y
G	D	D	U	J	T	I	K	F	O	F	E
B	I	B	M	W	Y	D	L	F	K	T	O
C	M	H	A	Z	Z	L	P	B	A	H	P
B	O	S	C	H	R	S	R	J	W	A	B
V	S	I	E	M	E	N	S	R	X	N	O
K	P	R	W	V	G	B	N	A	C	S	U
M	E	R	C	E	D	E	S	L	Y	A	U

Lösung:

Deutsche Bahn, Audi, Luftfracht, Aldi, BA2F, BMW, Didi, Bosch, Siemens, Mercedes

« BON À SAVOIR » – „GUT ZU WISSEN“

- Environ 1.100 entreprises allemandes font partie des leaders mondiaux. Plus de 20% d'entre elles sont localisées dans des communes rurales. Celles-ci sont plus particulièrement localisées dans le sud de l'Allemagne où l'on trouve beaucoup de sociétés familiales.
- L'Allemagne est un pays fédéral. Un Etat fédéral est une forme d'Etat souverain dans lequel des entités territoriales, appelées Etats fédérés (Bundesländer), disposent d'une large autonomie et d'une organisation étatique complète respectant le principe du partage des pouvoirs avec le niveau national (gouvernement à Berlin).

UNTERNEHMEN IN DEUTSCHLAND = UNTERNEHMEN IN FRANKREICH?

« A TOI DE JOUER » – „DU BIST DRAN!“

Voici une liste avec les 30 entreprises les plus importantes (en chiffre d'affaires) avec le lieu de leur siège social. Essayez de voir sur la carte d'Allemagne ci-dessous où se trouvent ces entreprises.

Qu'est-ce qui est intéressant à constater ? Quelle est la différence entre la France et l'Allemagne ?

	Entreprise	Activité / Branche	Localisation géographique (Ville / Land)
1	Volkswagen AG	Automobiles	Wolfsburg (Basse-Saxe)
2	E.ON	Energie	Essen (Rhénanie-du-Nord-Westphalie)
3	Siemens AG	Hautes technologies, énergie, santé	Munich (Bavière) / Berlin (Berlin)
4	Metro AG	Distribution	Düsseldorf (Rhénanie-du-Nord-Westphalie)
5	BASF	Chimie	Ludwigshafen (Rhénanie-Palatinat)
6	Deutsche Telekom	Télécommunication	Bonn (Rhénanie-du-Nord-Westphalie)
7	BMW	Automobile	Munich (Bavière)
8	Schwarz Gruppe (Lidl)	Distribution alimentaire	Neckarsulm/Heilbronn (Bade-Wurtemberg)
9	Deutsche BP AG	Pétrochimie	Bochum (Rhénanie-du-Nord-Westphalie)
10	Groupe REWE	Distribution alimentaire, logistique et tourisme	Cologne (Rhénanie-du-Nord-Westphalie)
11	Deutsche Post AG	Poste	Bonn (Rhénanie-du-Nord-Westphalie)
12	ALDI	Distribution alimentaire	Essen-Mülheim (Rhénanie-du-Nord-Westphalie)
13	RWE	Energie	Essen (Rhénanie-du-Nord-Westphalie)
14	Robert Bosch GmbH	Composants industriels, matériels électriques	Stuttgart (Bade-Wurtemberg)
15	Edeka	Distribution alimentaire	Hambourg (Hambourg)
16	ThyssenKrupp	Acier et industrie d'armement	Essen (Rhénanie-du-Nord-Westphalie)
17	Bayer AG	Pharmacie et chimie	Leverkusen (Rhénanie-du-Nord-Westphalie)
18	Deutsche Bahn	Transports ferroviaires	Berlin (Berlin)
19	Franz Haniel & Cie GmbH	Distribution et logistique	Duisburg (Rhénanie-du-Nord-Westphalie)
20	Lufthansa	Transports aériens	Cologne (Rhénanie-du-Nord-Westphalie)
21	Continental AG	Pneus	Hanover (Basse-Saxe)
22	Shell Deutschland	Pétrochimie	Hambourg (Hambourg)
23	Heraeus	Technologies médicales	Hanau / Francfort (Hesse)
24	Phoenix Pharma Handel	Pharmacie / distribution	Mannheim (Bade-Wurtemberg)
25	Hochtief	Construction	Essen (Rhénanie-du-Nord-Westphalie)
26	Thüga	Energie	Munich (Bavière)
27	EnBW	Energie	Karlsruhe (Bade-Wurtemberg)
28	TUI	Tourisme	Hanovre (Basse-Saxe)
29	Fresenius SE & Co. KGaA	Techniques médicales	Bad Homburg / Francfort (Hesse)
30	Bertelsmann	Edition et média	Gütersloh / Bielefeld (Rhénanie-du-Nord-Westphalie)

Source : Les 100 premières entreprises allemandes (hors banques et assurances), Süddeutsche Zeitung / Août 2011

UNTERNEHMEN IN DEUTSCHLAND = UNTERNEHMEN IN FRANKREICH?

« A TOI DE JOUER » - „DU BIST DRAN!“



Volkswagen AG

Source : http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Deutschland_politisch_bunt.png#file, Autor: Kornyl78

Souvenez-vous : En France les sièges sociaux des entreprises du CAC40 (entreprises cotées en bourse à Paris) se trouvent majoritairement à Paris ou en Ile-de-France.

UNTERNEHMEN IN DEUTSCHLAND = UNTERNEHMEN IN FRANKREICH?

« A RETENIR » – „DAS MERKE ICH MIR!“

- La structure économique n'est pas la même en France et en Allemagne. La France est beaucoup plus centralisée que l'Allemagne.
- Par conséquent, en Allemagne le siège social d'une grande entreprise ne se trouve pas forcément dans la capitale à Berlin.
- Les petites et moyennes entreprises/industries (PME/PMI) jouent un rôle important dans l'économie allemande. Les Allemands appellent ces entreprises le <Mittelstand>.

« POUR ALLER PLUS LOIN » – „UND NOCH MEHR DAZU ...“

Reportage sur Euronews : < L'économie allemande, un modèle positif pour tous ? >
<http://www.youtube.com/watch?v=vv4YXSesW5Q>

UNTERNEHMEN IN DEUTSCHLAND = UNTERNEHMEN IN FRANKREICH?

« EN ALLEMAND » - „AUF DEUTSCH“

l'entreprise	das Unternehmen
un leader mondial	ein Weltmarktführer
la commune	die Gemeinde, der Ort
la société familiale	das Familienunternehmen
le fédéralisme	der Föderalismus
la différence	der Unterschied
la branche	die Branche
l'automobile	das Fahrzeug, hier: die Automobilbranche
l'énergie	die Energie, hier: der Energiesektor
la santé	die Gesundheit, hier: der Gesundheitssektor
la chimie	die Chemie, hier: die Chemiebranche
la télécommunication	die Telekommunikation
la (grande) distribution	der Vertrieb, hier: der (Groß-)Handel
le transport	der Transport
le transport ferroviaire	der Schienentransport/-verkehr
la logistique	die Logistik
la technologie médicale	die Medizintechnik
la construction	der Bau, hier: die Baubranche
le tourisme	der Tourismus
les médias	die Medien
la maison d'édition / l'éditeur	der Verlag, der Verleger
la banque	die Bank
l'assurance	die Versicherung
la Basse-Saxe	Niedersachsen
le Bade-Wurtemberg	Baden-Württemberg
la Bavière	Bayern
la Hesse	Hessen
la Rhénanie-Palatinat	Rheinland-Pfalz
le Rhénanie-du-Nord-Westphalie	Nordrhein-Westfalen



ARBEITSBLATT 5

„ZUR SACHE!“ – DIREKTE VERSUS INDIREKTE KOMMUNIKATION

« ON Y VA » – „AUF GEHT'S“

Regardez les caricatures et essayez de trouver qui est l'Allemand et qui est le Français dans les deux situations. Expliquez votre choix ! Quelles sont les différences dans leurs modes de communication ?



« BON À SAVOIR » – „GUT ZU WISSEN“

- Il existe différents styles de communication. Souvent on associe à la communication allemande un style très direct, c'est-à-dire que la personne qui parle dit clairement ce qu'elle pense et ce qu'elle a envie de dire. L'avantage de ce style est qu'on comprend tout de suite, il n'est pas nécessaire de lire entre les lignes ou d'interpréter. L'inconvénient est que cette façon de communiquer peut être perçue comme peu subtile et blessante.
- Quelqu'un qui privilégie la communication indirecte appliquera un style subtil qui laisse de la place à l'interprétation. L'inconvénient est que parfois les autres ne comprennent pas forcément, car les messages ne sont pas toujours très clairs. L'avantage est que ce style permet de 'garder la face'. Les Français sont souvent perçus comme très indirects par les Allemands.

„ZUR SACHE!“ – DIREKTE VERSUS INDIREKTE KOMMUNIKATION

« A TOI DE JOUER » – „DU BIST DRAN!“

Deux dialogues : Direct ou indirect ?

Voici deux dialogues. Lequel est plus direct ? Justifiez votre décision !
Le vocabulaire en annexe peut vous aider à trouver la bonne traduction.

Dialogue N° 1

Person A :

- 🗨️ Wir fahren morgen nach Köln.
- 👤 Toll! Schade, dass ich nicht mitkommen kann.
Wie lange bleibt ihr in Köln?
- 🗨️ Eine Woche. Sag' mal, könntest du uns vielleicht zum Bahnhof bringen?
- 👤 Um wieviel Uhr denn?
- 🗨️ 13.15 Uhr?
- 👤 Kein Problem, ich hole euch ab!

Dialogue N° 2

Person B :

- 🗨️ Wir fahren morgen nach Köln.
- 👤 Toll! Schade, dass ich nicht mitkommen kann.
Wie lange bleibt ihr in Köln?
- 🗨️ Eine Woche.
- 👤 Kann ich euch vielleicht zum Bahnhof bringen?
- 🗨️ Bist du sicher? Wir müssten um 13.15 Uhr los.
Hast du da Zeit zum Mittagessen?
- 👤 Na klar, das mache ich gerne!

Analyse d'un incident critique

Voici une situation entre une Française et un Allemand. Essayez de trouver la bonne explication pour la réponse du collègue allemand de Mme Dupont.

Mme Dupont travaille pour une filiale française d'une entreprise allemande. La maison mère est en Allemagne. Elle est comptable et travaille ponctuellement avec son homologue allemand.

Un jour Mme Dupont reçoit le mail suivant (en allemand) :

Bonjour,
J'ai contrôlé vos chiffres. Ils sont faux ! Merci de les vérifier et corriger.
Meilleures salutations,
Jürgen Müller |

Mme Dupont est très agacée par ce message qu'elle trouve très peu poli et elle commence à douter de la bonne relation qu'elle a eue jusqu' à maintenant avec M. Müller.

COMMENT PEUT-ON EXPLIQUER LE MESSAGE DE M. MÜLLER ?

- M. Müller est mal élevé et il a bien caché son jeu jusqu'à maintenant.
- M. Müller a eu une dispute avec son patron et Mme Dupont est son bouc émissaire.
- M. Müller est très factuel. Son comportement/son mail n'est pas impoli.
- Il est normal qu'on se corrige entre collègues et qu'on partage ses observations d'une manière directe. Ce n'est pas une attaque personnelle contre Mme Dupont.

„ZUR SACHE!“ – DIREKTE VERSUS INDIREKTE KOMMUNIKATION

« A RETENIR » – „DAS MERKE ICH MIR!“

- Nous ne communiquons pas tous de la même manière.
- Les Allemands sont en règle générale plus directs que les Français !
- Communiquer d'une manière directe a l'avantage d'être clair, l'inconvénient est qu'un discours trop direct peut blesser l'autre.

« POUR ALLER PLUS LOIN » – „UND NOCH MEHR DAZU ...“

Expressions pour exprimer son avis, pour demander un avis ou pour approuver quelque chose ...

Nach der Meinung fragen

- Was meinen Sie?
- Was ist deine Meinung dazu?
- Welche Meinung haben Sie dazu?
- Wie findest du, dass ...?
- Was halten Sie davon ...?

Seine Meinung ausdrücken

- Ich finde es gut/nicht gut, dass ...
- Meiner Meinung nach ...
- Ich bin der Meinung, dass ...
- Ich denke/meine, dass ...

Zustimmen

- Das glaube/finde/meine ich auch.
- Dem stimme ich zu./Ich stimme Ihnen zu.
- Der Meinung bin ich auch.
- Da hast du Recht./Da gebe ich Ihnen Recht.

Demander l'avis de quelqu'un

- Que pensez-vous ?
- Quel est ton avis là-dessus ?
- Quel est votre avis là-dessus ?
- Comment trouves-tu, que ... ?
- Que pensez-vous de ... ?

Exprimer son avis

- Je trouve bien que .../ Je ne trouve pas bien que ...
- A mon avis .../Selon moi ...
- Je suis de l'avis que .../ Je pense que ...
- Je pense que ...

Approuver quelque chose/quelqu'un

- Je pense la même chose.
- Je suis d'accord.
- Je suis du même avis./ Je suis de ton/votre avis.
- Tu as raison./Vous avez raison.

„ZUR SACHE!“ – DIREKTE VERSUS INDIREKTE KOMMUNIKATION

« EN ALLEMAND » – „AUF DEUTSCH“

la gare	der Bahnhof
la montre	die Uhr
le temps	die Zeit
le déjeuner	das Mittagessen
une semaine	eine Woche
Domage !	Schade!
A quelle heure ?	Um wieviel Uhr?
Bien sûr !	(Na) klar!
pas de problème	kein Problem
dis-moi	sag' mal
combien de temps	wie lange
peut-être	vielleicht
partir à	fahren nach
venir avec quelqu'un	mit jemandem mitkommen
rester	bleiben
pouvoir	können
amener quelqu'un à	jemanden (+ Ortsangabe) bringen
venir chercher quelqu'un	jemanden abholen
être sûr	sicher sein
devoir	müssen
devoir partir	los müssen
faire quelque chose avec plaisir	etwas gerne machen

ARBEITSBLATT 6

PÜNKTLICHKEIT - DER UMGANG MIT ZEIT

« ON Y VA » - „AUF GEHT'S“

Regardez ces images et lisez les proverbes. Qu'est-ce que vous en apprenez sur le thème du temps ?



Kommt Zeit, kommt Rat.
Laissons faire le temps.

Zeit ist Geld.
Le temps c'est de l'argent.

« BON À SAVOIR » - „GUT ZU WISSEN“

La culture a un impact sur notre gestion du temps. Il est important de savoir que notre façon de gérer le temps n'est pas uniquement influencée par le < temps naturel > (ex. lever et coucher du soleil, les saisons, l'année, saison de la récolte, mousson, hibernation...), mais aussi par notre culture.

Il existe deux concepts opposés pour décrire la façon dont on gère son temps.

Monochronique (Consécutif)	Polychronique (Synchron)
Faire une chose à la fois.	Faire plusieurs choses en même temps.
Il faut être à l'heure. La ponctualité est importante. (= Indice pour la fiabilité d'une personne)	Les horaires pour un rendez-vous sont des indications approximatives.
Le temps est planifié et exprimé d'une manière précise.	La gestion précise du temps n'est pas importante. Le temps est plutôt exprimé en termes comme < avant > ou < après >.
Respecter le planning est souvent plus important que de garder un bon relationnel avec les autres.	Il est acceptable de modifier un planning si la situation ou une personne importante le demande.

Source : Goethe-Institut Frankreich/Silvia Didier selon le concept de Hall/Hall

PÜNKTLICHKEIT – DER UMGANG MIT ZEIT

« A TOI DE JOUER » – „DU BIST DRAN!“

Quand la ponctualité est-elle importante ?

Voici une liste de différentes situations de la vie quotidienne et professionnelle. Dans quelles situations est-il important d'être à l'heure ? Pensez-vous qu'il y a des différences entre la France et l'Allemagne ? Discutez-en en classe.

Pünktlichkeit ist wichtig – Ponctualité est importante	richtig	falsch
Sie haben um 11.00 Uhr einen Termin beim Arzt. A 11H00 vous avez un rendez-vous chez le médecin.		
Sie haben Ihrem Freund gesagt, dass Sie gegen 19.00 Uhr vorbeikommen. Vous avez dit à votre ami que vous passerez vers 19H00 ce soir.		
Ihr Chef hat Sie um 19.00 Uhr zum Abendessen eingeladen. Votre patron vous a invité pour un dîner à 19H00.		
Der Unterricht beginnt jeden Tag um 8.00 Uhr morgens. Le cours commence tous les jours à 8H00 le matin.		
Sie sind zu einer Party eingeladen. Auf der Einladung steht: Ab 20.00 Uhr! Vous êtes invité à une fête. Sur invitation il est écrit : A partir de 20H00.		
Sie haben sich mit Freunden um 19.00 Uhr im Restaurant verabredet. Vous vous êtes donné rendez-vous avec vos amis à 19H00 au restaurant.		
Ihre Arbeit beginnt um 7.00 Uhr morgens. Votre travail commence à 7H00 le matin.		

PÜNKTLICHKEIT – DER UMGANG MIT ZEIT

« A TOI DE JOUER » – „DU BIST DRAN!“

La journée de Monsieur Schmidt

Monsieur Schmidt est le directeur général d'une PMI en Allemagne. Son assistante est en vacances et elle lui a simplement laissé une liste avec les tâches qu'il doit accomplir aujourd'hui. Organisez la journée de M. Schmidt. Quelle tâche fait-il à quel moment de la journée et pendant combien de temps ?

Expliquez votre stratégie ensuite à vos camarades de classe !

Voici la liste :

- Négociation avec un nouveau fournisseur. Le fournisseur pourrait être stratégique pour l'entreprise.
- Entretien annuel avec un collaborateur qui est très important pour l'entreprise, mais qui est moins performant dernièrement.
- Acheter des fleurs pour son épouse. C'est son anniversaire aujourd'hui.
- Appeler sa mère qui est malade et à l'hôpital.
- Rencontrer un bon ami qui est de passage et qu'il n'a pas vu depuis longue date.
- Réunion avec le comité de direction pour définir les axes stratégiques pour l'année prochaine.
- Contacter le banquier de l'entreprise pour revoir les termes financiers de l'entreprise.
- S'inscrire à une conférence à laquelle M. Schmidt aimerait bien participer. La date limite d'inscription est aujourd'hui.
- Revoir avec l'architecte de l'entreprise le stand qu'il a dessiné pour le prochain salon professionnel en Chine. Pour pouvoir continuer travailler l'architecte a besoin de l'accord de M. Schmidt.

Info supplémentaire : M. Schmidt arrive à 8h00 et il doit partir à 18h00 au plus tard pour dîner avec son épouse au restaurant !

Horaires	Tâches

PÜNKTLICHKEIT – DER UMGANG MIT ZEIT

« A TOI DE JOUER » – „DU BIST DRAN!“

Des expressions allemandes sur le thème du temps

Voici quelques expressions allemandes sur le thème du temps. Essayez de trouver une bonne traduction française. Connaissez-vous des expressions françaises qui traitent du temps ? Lesquelles ?

Es ist fünf Minuten vor zwölf.	
Jetzt schlägt es dreizehn – das geht zu weit!	
Er/sie denkt nicht von zwölf Uhr bis Mittag.	
Rund um die Uhr.	
Meine innere Uhr.	
Die biologische Uhr.	
Seine/ihre Uhr ist abgelaufen.	
In Bayern ticken die Uhren anders.	
Jetzt weißt du, was die Uhr geschlagen hat.	

PÜNKTLICHKEIT - DER UMGANG MIT ZEIT

« A RETENIR » - „DAS MERKE ICH MIR!“

- La ponctualité est souvent prise très au sérieux en Allemagne. Elle est pour beaucoup d'Allemands un signe de fiabilité de la personne.
- Si vous n'est pas à l'heure en Allemagne vous risquez de déclencher toute une série de stéréotypes sur vous chez votre partenaire allemand (ex. « Les Français ne sont pas fiables ! » « On ne peut pas compter sur eux ! » etc.). Après, c'est plus difficile de le convaincre du contraire.

PÜNKTLICHKEIT – DER UMGANG MIT ZEIT

« EN ALLEMAND » – „AUF DEUTSCH“

le lever / le coucher du soleil	der Sonnenaufgang / -untergang
l'année	das Jahr
la saison de la récolte	die Erntezeit
la mousson	der Monsun
l'hibernation	der Winterschlaf
le concept	das Konzept, das Verständnis
la ponctualité	die Pünktlichkeit
l'horaire	der Zeitplan, die Stunde, hier: die Zeitangabe
la vie quotidienne	der Alltag
la vie professionnelle	das Berufsleben
une tâche	eine Aufgabe
un ami	ein Freund
le dîner	das Abendessen
le cours	der Unterricht
une fête	eine Party
une situation	eine Situation
le directeur général	der Geschäftsführer
une assistante	eine Assistentin
la stratégie	die Strategie
la négociation	die Verhandlung
le fournisseur	der Lieferant
le collaborateur	der Mitarbeiter
l'entreprise	das Unternehmen
la réunion	die Besprechung
le banquier	der Bankier
la date limite	hier: der Anmeldeschluss
une conférence	eine Konferenz
le salon professionnel	die Fachmesse
l'accord	das Einverständnis
la fiabilité	die Zuverlässigkeit
Laissons faire le temps.	Kommt Zeit, kommt Rat.
Le temps c'est de l'argent.	Zeit ist Geld.
important, -e	wichtig
avant	vorher, davor
après	nachher, danach
gérer son temps	seine Zeit planen, mit Zeit umgehen
faire quelque chose	etwas tun, machen
respecter	respektieren, einhalten
accomplir quelque chose	etwas erledigen
organiser	organisieren
être à l'heure	pünktlich sein
avoir un rendez-vous	einen Termin haben
passer chez quelqu'un	bei jemandem vorbeikommen
commencer	beginnen
se donner rendez-vous	sich verabreden

ARBEITSBLATT 7

WIE SAG' ICH ES DEM CHEF? – ZUM UMGANG MIT AUTORITÄT

« ON Y VA » – „AUF GEHT'S“

Pour vous, qu'est-ce que ... ?

- un patron
- l'autorité
- le leadership

C'est-à-dire : Quel est le rôle d'un patron ? Qui a de l'autorité dans une entreprise ?
Comment faut-il être pour avoir de l'autorité ? Quelles sont les caractéristiques d'un bon leader ?

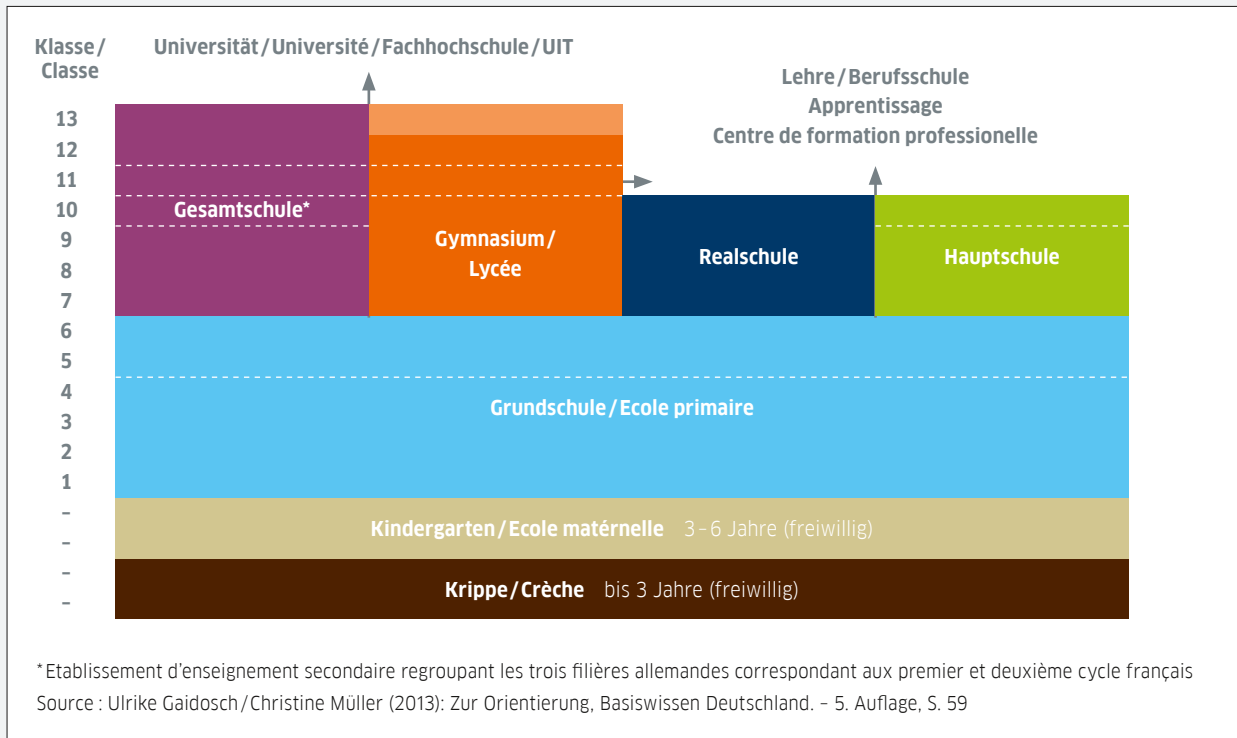
« BON À SAVOIR » – „GUT ZU WISSEN“

En Allemagne le système éducatif n'est pas organisé de la même manière qu'en France. Une bonne partie des jeunes choisit l'apprentissage après neuf ou dix ans d'école (Realschule ou Hauptschule), c'est-à-dire ils choisissent l'alternance entre des cours théoriques en centre de formation professionnel et la formation pratique en entreprise. Cela leur permet de rentrer en contact avec le monde professionnel beaucoup plus tôt qu'en France.

WIE SAG' ICH ES DEM CHEF? – ZUM UMGANG MIT AUTORITÄT

« BON À SAVOIR » – „GUT ZU WISSEN“

Le modèle éducatif en Allemagne



Distance hiérarchique

Des scientifiques ont trouvé que la distance hiérarchique (c'est à dire la distance entre le patron/supérieur et ses collaborateurs) peut varier selon les différentes cultures. La culture du pays peut jouer un rôle dans la perception de l'autorité et du patron, mais il est aussi très important de tenir compte de la culture du secteur (par exemple secteur de l'éducation, secteur de l'industrie...) ainsi que de la culture d'entreprise (par exemple s'agit-il d'une multinationale dans l'automobile comme Volkswagen ou d'une petite start-up berlinoise dans le secteur du numérique).

Faible distance hiérarchique	Distance hiérarchique élevée
Les inégalités entre les uns et les autres devraient être les plus faibles possibles.	Les inégalités entre les uns et les autres sont souhaitées et acceptées dans la société.
S'il y a des structures hiérarchiques c'est pour des raisons pragmatiques ; par exemple pour prendre une décision rapidement.	Les structures hiérarchiques reflètent les inégalités entre le haut et le bas (ex. patron et employés).
Les structures dans les entreprises sont plutôt décentralisées.	Les structures dans les entreprises sont plutôt centralisées.

Source : Goethe-Institut Frankreich/Silvia Didier selon le concept de Geert Hofstede

WIE SAG' ICH ES DEM CHEF? – ZUM UMGANG MIT AUTORITÄT

« A TOI DE JOUER » – „DU BIST DRAN!“

Attentes concernant le leadership

Voici une comparaison des attentes concernant le leadership d'une responsable allemande et sa collaboratrice française, élaborée par le chercheur Christoph Barmeyer. Discutez en classe quel effet ces différentes attentes peuvent-elles avoir sur la collaboration des équipes franco-allemandes.

Responsable allemande	Collaboratrice française
Autorité professionnelle : compétence professionnelle.	Autorité personnelle : charisme.
Participation : les collaborateurs participent à la fixation des objectifs.	Directivité : la responsable fixe les objectifs et les communique aux collaboratrices.
Délégation de la tâche et de la responsabilité.	Délégation de la tâche, mais la responsabilité reste à la responsable.
Le contrôle est démotivant : il fait perdre l'autonomie des collaborateurs.	Le contrôle est motivant : il assure l'encadrement des collaboratrices et montre la reconnaissance pour le travail accompli.
La consultation régulière de la responsable n'est pas souhaitée : elle est perçue comme faiblesse professionnelle de la collaboratrice.	La consultation régulière avec la responsable est souhaitée : elle montre le respect hiérarchique et aide à l'encadrement des collaboratrices.

Source : Christoph Barmeyer (2005) : Rapprochements des entreprises et rapprochement des hommes. Regard interculturel sur le leadership dans les coopérations franco-allemandes

WIE SAG' ICH ES DEM CHEF? – ZUM UMGANG MIT AUTORITÄT

« A TOI DE JOUER » – „DU BIST DRAN!“

Du oder Sie ? Tu ou vous ?

Les Allemands font – comme les Français – une différence entre le vouvoiement et le tutoiement. Le vouvoiement (« Sie ») exprime une certaine distance et est la norme dans un contexte professionnel. Le tutoiement (« Du ») est réservé à des proches comme les membres de la famille ou les amis.

Voici quelques situations de la vie courante. A vous de décider quelle forme est la bonne :	« Du »	« Sie »
Herr Schmidt, der Marketingdirektor, trifft sich mit seinem Mitarbeiter zum jährlichen Mitarbeitergespräch. M. Schmidt, directeur marketing, rencontre un de ses collaborateurs pour l'entretien annuel.		
Sie treffen einen Ihrer Freunde im Café. Welche Form verwenden Sie, um sich an die Kellnerin zu wenden? Vous rencontrez un de vos amis dans un café. Pour vous adresser à la serveuse vous utilisez quelle forme ?		
Sie treffen zufällig einen Ihrer Arbeitskollegen beim Joggen am Sonntag im Park. Vous croisez – par hasard – lors d'un jogging un dimanche après-midi un collègue de travail dans un parc.		

« A RETENIR » – „DAS MERKE ICH MIR!“

- Malgré une grande liberté qui est souvent laissée à un collaborateur en Allemagne, les relations entre collègues et entre collaborateurs et supérieur / patron restent souvent plutôt formelles.
- Le vouvoiement est la norme. En Allemagne on s'adresse à quelqu'un qu'on ne connaît pas ou peu avec « Sie » (Vous) et le nom de famille de la personne (s'il est connu). Le tutoiement est réservé aux personnes proches comme les membres de la famille ou les amis. Un mélange entre le vouvoiement et l'utilisation du prénom – comme on l'entend souvent en France – existe aussi en Allemagne, mais cela est plutôt exceptionnel ou réservé à des secteurs précis (ex. les infirmières d'un ordre religieux : Schwester Anna – Sœur Anna).

WIE SAG' ICH ES DEM CHEF? – ZUM UMGANG MIT AUTORITÄT

« EN ALLEMAND » – „AUF DEUTSCH“

l'autorité	die Autorität
le leader	der Führer
le leadership	die Führung
la direction	die Direktion, hier: die Chefetage, die Geschäftsführung
le rôle	die Rolle
un scientifique	ein Wissenschaftler
la distance hiérarchique	die Machtdistanz
la culture du pays	die Landeskultur
la perception	die Wahrnehmung
l'industrie	die Industrie
la culture d'entreprise	die Unternehmenskultur
l'inégalité	die Ungleichheit
la structure hiérarchique	die hierarchische Struktur
la société	die Gesellschaft
une attente	eine Erwartung
une équipe	ein Team, eine Belegschaft
la compétence professionnelle	die Fachkompetenz
le charisme	das Charisma
la participation	die Teilnahme
l'objectif	das Ziel, hier: die Zielvorgabe
la délégation	die Delegation
la responsabilité	die Verantwortung
le contrôle	die Kontrolle
l'encadrement	die Betreuung
la reconnaissance	die Anerkennung
la consultation	die Beratung, die Hinzuziehung
le vouvoiement	das Siezen
le tutoiement	das Duzen
la famille	die Familie
le directeur marketing	der Marketingdirektor
la relation	das Verhältnis
la norme	die Norm
décentralisé, -e	dezentralisiert
centralisé, -e	zentralisiert
motivant, -e	motivierend
formel, -le	förmlich
haut	oben
bas	unten
tenir compte de quelque chose	etwas mit einbeziehen / etwas berücksichtigen
refléter quelque chose	etwas widerspiegeln



ARBEITSBLATT 8

REGELN UND STRUKTUREN VERSUS FLEXIBILITÄT

« ON Y VA » – „AUF GEHT'S“

En allemand – comme en français – il y a des expressions et des proverbes qui expriment des règles de conduite. Décrivez la règle qui se cache derrière chaque expression avec vos propres mots. Ces règles s'appliquent-elles à tout le monde ? Des exceptions sont-elles possibles ?

Was man sich einbrockt, muss man auch auslöffeln. Qui fait la faute la boit.	Vous êtes responsable de vos actes.
Erst die Arbeit, dann das Vergnügen. Le travail d'abord, le plaisir ensuite.	
Eins nach dem Anderen. Une chose après l'autre.	
Der frühe Vogel fängt den Wurm. L'avenir appartient à ceux qui se lèvent tôt.	
Ohne Fleiss, kein Preis. Nul bien sans peine.	
Wer A sagt, muss auch B sagen. Quand le vin est tiré, il faut le boire.	

« BON À SAVOIR » – „GUT ZU WISSEN“

Chaque société a établi des règles de conduite pour organiser la vie individuelle ainsi que la vie en collectivité. Un point important qui est souvent regardé en comparant les différentes cultures est celui du respect des règles. Est-il toléré de modifier les règles selon le contexte ou est-il indispensable d'appliquer les règles coûte que coûte. Les chercheurs nomment ce phénomène < universalisme > (une règle qui s'applique à tous) et < particularisme > (une règle qui peut être modifiée selon le contexte).

Universalisme	Particularisme
Les règles sont plus importantes que les relations personnelles.	Les relations personnelles sont plus importantes que les règles.
Il faut respecter ses engagements (contrats).	Les engagements (contrats) sont modifiables.
On respecte les personnes qui tiennent parole.	On respecte les personnes qui sont prêtes à accepter des changements/adaptations.
Il y a une seule vérité ou réalité, sur laquelle on s'est mis d'accord.	Il existe plusieurs versions de la vérité/réalité selon les différents points de vue des personnes impliquées.

REGELN UND STRUKTUREN VERSUS FLEXIBILITÄT

« A TOI DE JOUER » – „DU BIST DRAN!“

Que ferez-vous dans la situation suivante ?

LA VOITURE ET LE PIÉTON

Vous êtes dans la voiture avec un très bon ami. En conduisant votre ami renverse un piéton. Vous savez qu'il roulait au moins à 50 km/h dans une zone urbaine où la vitesse est limitée à 30 km/h. Vous êtes le seul témoin de l'accident. L'avocat de votre ami vous dit que, si vous êtes prêt à témoigner que votre ami ne roulait qu'à 30 km/h, vous pouvez le sauver des conséquences négatives.



Que ferez-vous ?

- 1 : Témoigner qu'il roulait à 30 km/h maximum.
- 2 : Ne pas témoigner qu'il roulait à plus que 30 km/h.

Source : Fons Trompenaars : Handbuch globales Handeln.

REGELN UND STRUKTUREN VERSUS FLEXIBILITÄT

« A RETENIR » – „DAS MERKE ICH MIR!“

- L'universalisme ou le particularisme est plus ou moins présent dans différentes cultures. Les Allemands ont la réputation d'être très universalistes : Des règles qui s'appliquent à tout le monde.
- Le côté positif de l'universalisme est le fait que c'est fiable, prévisible et juste. L'inconvénient est, poussé à l'extrême, ça devient peu humain et rigide.
- Le côté positif du particularisme est le côté humain et personnalisé. L'inconvénient est que, poussé à l'extrême, c'est injuste et corrompu.

« POUR ALLER PLUS LOIN » – „UND NOCH MEHR DAZU ...“

Expressions pour comparer quelque chose / exprimer des différences, pour partager son vécu et pour montrer sa surprise/son incompréhension

Etwas vergleichen / Unterschiede ausdrücken

- im Vergleich zu Frankreich ist Deutschland
- wenn ich ... mit ... vergleiche, kann ich sagen, dass ...
- anders als in Frankreich ist es hier so, dass ... / muss man hier darauf achten, dass ...
- im Gegensatz zu ...
- (ähnlich) wie bei uns ...

Über Erfahrungen berichten

- mir ist es einmal passiert, dass ...
- vor einiger Zeit haben wir ...
- ich habe erlebt, dass ...

Überraschung / Unverständnis ausdrücken

- ich war überrascht, dass ...
- erstaunlich ist ...
- ich kann nicht verstehen, dass ...
- ich finde interessant, dass ...
- mir ist nicht klar, warum ...

Comparer quelque chose / exprimer des différences

- comparé à l'Allemagne, la France est ...
- quand je compare ... à ..., je peux dire que ...
- contrairement à la France, ici ... / ici il faut faire attention à ...
- contrairement à ...
- comme chez nous ...

Partager son vécu

- une fois / un jour il m'est arrivé ...
- il y a quelque temps, nous avons ...
- je fais l'expérience que ...

Montrer sa surprise / son incompréhension

- j'étais surpris(e) que ...
- il est surprenant ...
- je ne comprends pas que ...
- je trouve intéressant que ...
- je ne sais pas pourquoi ...

REGELN UND STRUKTUREN VERSUS FLEXIBILITÄT

« EN ALLEMAND » - „AUF DEUTSCH“

la règle	die Regel
la règle de conduite	die Verhaltensregel
la collectivité	die Gemeinschaft
la société	die Gesellschaft
le respect	der Respekt
un chercheur	ein Forscher
le contexte	der Kontext
une relation personnelle	eine persönliche Beziehung
le contrat	der Vertrag
la vérité	die Wahrheit
le changement	die Veränderung
une version	eine Version, eine Fassung
le point de vue	die Ansicht
la voiture	das Auto
la vitesse	die Geschwindigkeit
le témoin	der Zeuge
l'avocat	der Rechtsanwalt
une conséquence	eine Konsequenz
la réputation	der Ruf
l'inconvénient	der Nachteil
tout le monde	jeder
injuste	ungerecht
corrompu, -e	korrupt
fiable	verlässlich
prévisible	vorhersehbar
juste	gerecht
humain, -e	menschlich
modifiable	veränderbar
indispensable	unerlässlich
se cacher	sich verstecken
se mettre d'accord	sich einigen
tenir parole	Wort halten
tolérer quelque chose	etwas tolerieren
coûte que coûte	koste es was es wolle
respecter	respektieren, einhalten

ARBEITSBLATT 9 UND NACH DER ARBEIT?

« ON Y VA » – „AUF GEHT'S“

Comparez ces deux proverbes ! Quelles différentes idées sont exprimées ? Quelles valeurs se cachent là-dedans ?

Un proverbe allemand dit :



Erst die Arbeit, dann das Vergnügen.
Le travail d'abord, ensuite le plaisir !

Un proverbe français dit :



Les mains noires font manger le pain blanc.
sinngemäß: Erst wer arbeitet, kann Brot essen.

« BON À SAVOIR » – „GUT ZU WISSEN“

- Une assez stricte séparation entre la vie professionnelle et la vie privée est tout à fait courante en Allemagne.
- Les collègues de travail sont considérés comme tels et rarement comme des amis. Cela implique que les relations sur le lieu de travail restent de l'ordre professionnel.
- Les Allemands retrouvent leurs amis après le travail dans des clubs de sport, des associations, au restaurant, au cinéma, à la maison etc.

UND NACH DER ARBEIT?

« A TOI DE JOUER » – „DU BIST DRAN!“

So sehen die Anderen die Deutschen

A l'aide des mots en annexe, essayez de traduire ce que les autres pensent des Allemands.

Séparation de la vie professionnelle et la vie privée

So sind die Deutschen?!	Meinung der ...
Im Beruf korrekt und die Rolle perfekt erfüllend, aber neutral, wenig persönlich, zeigen keine Emotionen	Inder, Polen, Südafrikaner, Tschechen, Ungarn
Informelle Besprechungen sind schwierig	Inder
Lächeln auf der Straße niemanden an, lächeln nicht im Geschäft	Briten, Japaner
Wenig Plaudern am Arbeitsplatz	Franzosen, Inder, Russen, Türken
Öffentlich: (im Beruf und im Alltag): nur manche sind freundlich, meistens nicht nett, nicht emotional, wenig Small talk Beruflich: Kollegen sind oft freundlich und nett Privat und wenn man sich kennt: sehr nett, gastfreundlich, hilfsbereit	Inder, Japaner, Mexikaner, US-Amerikaner
Ein Kollege ist kein Freund (auch wenn er freundlich ist)	Brasilianer, Inder, Indonesier, Japaner, Spanier, Türken
Leben spielt sich zu Hause ab, gehen wenig aus, sehr privat	Brasilianer, Briten, Spanier
Urlaubs- und freizeitorientiert, Feierabend und Wochenende sind scharfe Grenzen	Chinesen, Finnen, Inder, Italiener
Bei Festen tauen Deutsche auf	Inder
Ausgeprägte Rollenteilung Mann-Frau: Kinder oder Beruf, keine Kombination (da fehlende Kinderbetreuung), keine Ingenieurinnen, Chefs sind immer Männer	Franzosen, Niederländer, Polen, Schweden, Spanier, Inder, Belgier, Briten
Überheblich, angeberisch, herablassend, eingebildet, arrogant	Bulgaren, Chinesen, Franzosen, Polen, Schweden, Schweizer, Tschechen, Ungarn
Wenig Kontakt zwischen Menschen, distanziert, reserviert, steif, kalt, nicht offen, zurückhaltend, wenig Small talk, höflich (aber nicht herzlich), vorsichtig: Freundschaft zu schließen ist schwer	Australier, Brasilianer, Bulgaren, Chinesen, Inder, Italiener, Mexikaner, Spanier, Tschechen, Türken, Ungarn, US-Amerikaner
Sehr förmlich: Du/Sie, Herr X/ Frau Y, bitte/ danke	Australier, Belgier, Brasilianer, Briten, Chinesen, Franzosen, Inder, Niederländer, Schweden, Singapurianer, Spanier, Südafrikaner, US-Amerikaner
Freundschaften schließen sich nicht so schnell, aber sie halten	Bulgaren

Source : Sylvia-Schroll-Machl (2007): Die Deutschen – Wir Deutschen. Fremdwahrnehmung und Selbstsicht im Berufsleben. – Göttingen

UND NACH DER ARBEIT?

« A RETENIR » - „DAS MERKE ICH MIR!“

- Si vous travaillez en Allemagne, ne vous attendez pas forcément à nouer des relations amicales sur votre lieu de travail. Il est bien sûr possible de sympathiser avec un collègue et de se voir en dehors du travail pour passer du temps ensemble, mais cela reste plutôt rare.
- Les étrangers sont souvent surpris de voir le changement de comportement de leurs collègues de travail allemands lorsqu'ils les rencontrent en dehors du travail. Ils ont l'impression que les Allemands sont souvent très sérieux au travail et beaucoup plus décontractés dans leur temps libre.

« POUR ALLER PLUS LOIN » - „UND NOCH MEHR DAZU ...“

Vidéo de l'Institut Goethe sur le thème de la négociation et les relations au travail.

„Dienst ist Dienst – Schnaps ist Schnaps.“ <http://www.youtube.com/watch?v=Hy2jAiBySQc>

UND NACH DER ARBEIT?

« EN ALLEMAND » - „AUF DEUTSCH“

le métier	der Beruf
le travail	die Arbeit
le rôle	die Rolle
l'émotion	die Emotion, das Gefühl
le rendez-vous, la réunion	die Besprechung
la rue	die Straße
le magasin	das Geschäft
le lieu de travail	der Arbeitsplatz
le métier, le travail	der Beruf
la vie quotidienne	der Alltag
le collègue	der Kollege
l'ami, -e	der Freund / die Freundin
l'amitié	die Freundschaft
la vie	das Leben
à la maison	zu Hause
les vacances	der Urlaub
le temps libre / le loisir oder les loisirs	die Freizeit(beschäftigung)
le week-end	das Wochenende
la fin du travail	der Feierabend
la limite / la frontière	die Grenze
la fête	das Fest
la distribution des rôles	die Rollenverteilung
l'homme	der Mann
la femme	die Frau
la garderie	die Kinderbetreuung
l'ingénieur	der Ingenieur / die Ingenieurin
le patron	der Chef
le contact	der Kontakt
les hommes	die Menschen
l'attention	Vorsicht
Monsieur	Herr
Madame	Frau
tu	du
vous	sie

UND NACH DER ARBEIT?

« EN ALLEMAND » - „AUF DEUTSCH“

entre, parmi	zwischen
distant, -e	distanziert
réservé, -e	reserviert
raide	steif
froid, -e	kalt
ouvert, -e	offen
discrèt, -e	zurückhaltend
poli, -e	höflich
formel, -le	förmlich
réel, -e	wirklich, echt
correct	korrekt
parfaitement	perfekt
neutre	neutral
peu	wenig
personnel, -le	persönlich
informel, -le	informell
difficile	schwierig
personne	niemanden
public	öffentlich
uniquement	nur
quelques uns	einige, hier: manche
la plupart du temps	meistens
aimable	freundlich, nett
émotionnel, -le	emotional
professionnel, -le	beruflich
privé, -e	privat
convivial, -e	gastfreundlich
serviable	hilfsbereit
arrogant, -e	überheblich, arrogant
vantard, -e	angeberisch
condescendant, -e	herablassend
accomplir, assumer	erfüllen
montrer	zeigen
sourire	lächeln
bavarder	plaudern
se connaître	sich kennen
se passer	sich abspielen
sortir	ausgehen
se décontracter	sich entspannen/auftauchen



