

ALLEMAND

DER NEUE BOTSCHAFTER DEUTSCHLANDS IN FRANKREICH

Für ein Sonderkonzert am Nationalfeiertag in Frankreich hat Staatspräsident Nicolas Sarkozy Tokio Hotel gebucht. Neben dem französischen Star Michel Polnareff rockten die vier Jungen aus Magdeburg vor einer halben Million Menschen unter dem Eiffelturm. Die Einladung an Tokio Hotel hat Sarkozy bestimmt die Sympathie der Fans eingebracht, denn erstaunlich viele junge Französinnen liegen der deutschen Rock-Band zu Füßen.

Der Auftritt unter dem Pariser Wahrzeichen ist einer der Höhepunkte einer beispiellosen Erfolgsgeschichte. Die letzte deutsche Gruppe, die in jüngerer Zeit einen vergleichbaren Erfolg im Nachbarland hatte, war Rammstein. Die Begeisterung für Tokio Hotel begann bei der Schrei-Tournee im Herbst 2006. Schon beim ersten Konzert in Paris war das Rote Kreuz im Dauereinsatz, um sich um die zahlreichen ohnmächtigen Teenager zu kümmern.

Mit ihrem lyrischen Rock, einer Mischung aus Weltschmerz und Liebeskummer, trifft Tokio Hotel den Nerv der französischen Jugend. Ihr neues Album Zimmer 483 wurde gerade mit Doppelgold ausgezeichnet, die Tournee im Herbst war binnen 24 Stunden ausverkauft. Und immer wieder kommt die Band auch zu Fernsehauftritten nach Frankreich.

Eher unfreiwillig ist sie längst zu einem wichtigen Botschafter Deutschlands aufgestiegen. Über ihre Musik gelingt es Tokio Hotel scheinbar spielend leicht, ein wachsendes Interesse für die deutsche Sprache zu wecken, für die die Politik enorme Anstrengungen und Millionensummen benötigt hat. Denn seit Anfang der neunziger Jahre war die Zahl der Deutschlernenden in Frankreich fünfzehn Jahre lang immer weiter zurückgegangen.

Erst nach einer im Oktober 2004 gestarteten offiziellen Initiative des deutsch-französischen Ministerrates hat sich der Trend gedreht: Besonders bei den Grundschulern hat sich in den letzten Jahren die Zahl derer, die Deutsch lernen, sprunghaft um 25 Prozent erhöht: „Jetzt registrieren wir wieder einen starken Anstieg“, sagt Kurt Kremmer, der im Auftrag der Robert Bosch Stiftung zehn « DeutschMobile » durch das Land schickt, um für Deutsch zu werben. Tokio Hotel spielt dabei eine enorme Rolle.

Kremmers Assistenten sind mit den Band-Texten ausgerüstet, um in den Schulen die Ansicht zu verbreiten, Deutsch sei cool. „Schon zehnjährige Mädchen kommen zu uns und wollen wegen der Songs unsere Sprache lernen“, sagt Kremmer. Auch am Pariser Goethe-Institut zirkulieren die Texte und man bereitet sich auf eine steigende Nachfrage vor. Und so wie früher beim Englischlernen die Beatles im Unterricht besprochen wurden, gehört nun Tokio Hotel zum Deutschlernen.

Nach zwei Artikeln von Tobias SCHMIDT und Ralf ISERMANN
« SPIEGEL ONLINE », 17. April und 14. Juli 2007

I. VERSION (sur 20 points)

Traduire le titre et les deux premiers paragraphes, depuis : "Für ein Sonderkonzert am Nationalfeiertag in Frankreich hat Staatspräsident Nicolas Sarkozy Tokio Hotel gebucht ..." jusqu'à : "... um sich um die zahlreichen ohnmächtigen Teenager zu kümmern."

(de la ligne 1 à la ligne 10)

II. QUESTIONS (sur 40 points)**1. Question de compréhension du texte**

Wie und warum haben die Politiker versucht, die deutsche Sprache für die französischen Schüler attraktiv zu machen? Warum hat Tokio Hotel da mehr Erfolg?

(150 mots + ou - 10% * ; sur 20 points)

2. Question d'expression personnelle

Welches sind - Ihrer Meinung nach - in dem heutigen Kontext die Perspektiven der deutsch-französischen Freundschaft?

(250 mots + ou - 10% * ; sur 20 points)

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

III. THEME (sur 20 points)

- 1/ Sept chômeurs ont été embauchés par mon patron le mois dernier.
- 2/ Je voudrais joindre mon mari, mais il a malheureusement oublié son portable à la maison.
- 3/ Les jeunes regardent de moins en moins la télévision car ils préfèrent surfer sur Internet.
- 4/ Beaucoup de jeunes femmes se demandent comment concilier famille et activité professionnelle.
- 5/ Si tu passais souvent tes vacances à l'étranger, tu serais bien meilleur à l'oral.
- 6/ A Noël, la plupart des consommateurs achètent des choses dont ils n'ont pas vraiment besoin.
- 7/ A qui écris-tu cette lettre ? Puis-je la lire, ou est-ce quelque chose de personnel ?
- 8/ Avant de vivre en Autriche, mes parents n'avaient jamais quitté leur pays.
- 9/ Renoncer à ma voiture... Oui, pourquoi pas ? Mais je n'ai pas envie de prendre le métro !
- 10/ Bien que notre entreprise ait annoncé des profits, elle va délocaliser sa production en Turquie.