

Aufgabe Nr. 5 (FakO): Übersetzung aus dem Chinesischen - Fachgebiet Wirtschaft

Arbeitszeit: 1 ½ Stunden

銷售訂單飛增 市場份額提升

西門子在華“利潤與增長”戰略強力推動中國業務增長

2005年1月6日，全球最大的電氣電子公司之一的西門子公司在中國北京宣布了其2004財年（從2003年10月1日至2004年9月30日）的優良業績。在其2004年5月宣布的在華“利潤與增長”戰略的強力推動下，西門子（中國）有限公司獲得了銷售額和訂單額的大幅度增長，在華市場份額也得以繼續擴大。（…）

在2004財年，西門子中國鞏固了其在信息與通訊、電力、交通 和 醫療等各個業務領域內的領導地位。為了不斷提高本地化的水平，開發并推出更加符合中國市場需求的產品，西門子各個業務集團在中國的制造、工程和研發能力也得到了顯著的提高。截止2004財年末，西門子在華的長期投資總額已達85億元人民幣。（…）

西門子公司在中國享有的良好聲譽吸引并挽留了市場上最優秀的人才，目前公司擁有31000名本地員工，是中國最大的外商投資企業之一。僅僅在2004財年，西門子就在華招收了約4000名新員工，并計劃在2005財年再增加5000名新員工，幫助公司實現在華業務發展的宏偉目標，讓本地業務更好地融入公司的全球價值鏈。（…）

中國是全世界第三大也是增長最快的電子電氣市場，北京 2008 年奧運會、上海 2010 年世博會以及廣州亞運會等大型項目都將繼續推動這一市場的增長。

http://www.siemens.com/index.jsp?sdc_p=t2c34z3suo1236753pnfl9mi1017856&sdc_sid=4477503255&

Aufgabe Nr. 5 (FakO): Übersetzung aus dem Englischen - Fachgebiet Wirtschaft

Arbeitszeit: 1 ½ Stunden

5 The Procter & Gamble Company announced it has signed a deal to acquire 100% of The Gillette Company, founded in 1901 and headquartered in Boston. The transaction is valued at approximately \$57 billion making it the largest acquisition in P&G history. Under the terms of the agreement, unanimously approved by the board of directors of both companies on January 27, P&G has agreed to issue 0.975 shares of its common stock for each share of Gillette common stock. Based on the closing share price of P&G and Gillette stock on January 27, 2005, this represents an 18% premium to Gillette shareholders.

10 P&G will acquire all of Gillette's business, including manufacturing, technical and other facilities. The transaction, which is subject to certain conditions including approval by Gillette's and P&G's shareholders and regulatory clearance, is expected to close in fall 2005. In addition, P&G and its subsidiaries plan to buy back \$18 to \$22 billion of PG's common stock during the next 12 to 18 months. Over time, this will essentially result in a total financial impact on the company as if the deal were structured with approximately 60% stock and 40% cash.

15 "This deal creates value for P&G shareholders and provides upside for P&G's sustainable growth prospects," said Clayton C. Daley, P&G's chief financial officer. "Gillette and P&G are well-positioned to manage the integration, deliver revenue and cost synergies and retain strong brand leadership".

20 The combination of two best-in-class consumer products companies creates a stronger brand portfolio, opportunities for even more innovation, faster sales growth and cost savings synergies. As a result, P&G has raised its annual sales growth target from 4%-6% to 5%-7%. Also, P&G stated the combination provides future upside potential to its double-digit annual earnings growth target.

(Procter & Gamble Website, 18 February 2005)

Les objectifs des opérations de fusion-acquisition

Les opérations de croissance externe ont généralement pour objectif d'augmenter les profits des entreprises. Certaines opérations, cependant, ne sont pas créatrices de synergies, voire répondent à des intérêts privés, en particulier ceux des dirigeants.

5

Le terme volontairement vague de « synergies » recouvre l'ensemble des situations où deux entreprises valent plus réunies que séparées. La création de valeur est, dans tous les cas, liée à une modification des flux financiers anticipés revenant aux actionnaires; en effet, dans le cas contraire, la valeur globale des actions serait la même, que les entreprises soient séparées ou réunies sous un même contrôle.

10

Les synergies peuvent avoir différentes origines : les opérations horizontales, c'est-à-dire entre entreprises ayant la même activité ou des activités connexes, comme les opérations verticales, c'est-à-dire entre entreprises opérant à des niveaux différents de la chaîne dans un même secteur d'activité peuvent conduire à une réduction des coûts de production.

15

Les fusions-acquisitions horizontales constituent un moyen rapide de réaliser des économies d'échelle (même activité) ou de gamme (activités connexes). En pratique, la baisse du coût moyen de production provient souvent de la mise en commun de facteurs de production.

20

L'intégration verticale permet également une réduction des coûts grâce à une meilleure coordination des secteurs amont et aval. Les besoins spécifiques d'une entreprise comme un voyageur seront mieux satisfaits, et de manière plus sûre, si elle intègre son fournisseur, une compagnie aérienne. Le même type de raisonnement s'applique à l'intégration de l'aval par l'amont (si la compagnie aérienne intègre le voyageur, elle orientera plus particulièrement le catalogue de ce dernier vers des destinations desservies par elle-même).

25

30

Aufgabe Nr. 5 (FakO): Übersetzung aus dem Italienischen - Fachgebiet Wirtschaft

Arbeitszeit: 1 ½ Stunden

Il grande passo sul fronte industriale Achille Maramotti lo aveva compiuto già nel 1991, quando decise di affidare la guida della Max Mara ai figli. Cedere il comando operativo della sua azienda, creata dal nulla e portata ai vertici mondiali, fu per lui un passo "duro", come racconta nell'unica intervista concessa a Il Sole 24 Ore. Quel passo consente però ora al gruppo leader, nel pret a porter femminile di fascia alta, di affrontare senza scosse il delicato momento della successione. Il controllo della holding da cui dipendono le attività industriali della Max Mara Fashion è saldamente (100 %) nelle mani della famiglia, tramite la finanziaria Simon Fiduciaria. Luigi è il presidente del gruppo, Ignazio amministratore delegato, Maria Ludovica ai vertici della controllata Manifatture del Nord. In questi anni i figli hanno dimostrato di essere figli d'arte nello spirito imprenditoriale, portando l'azienda a livelli di eccellenza e di competitività. Sempre però con lo stile imparato dal padre: lavoro duro e massima riservatezza. Oggi Max Mara possiede 1.200 boutique in 90 paesi del mondo. Il giro di affari annuo supera il miliardo di euro. L'ultimo utile reso noto (quello del 2002) era pari a 82 milioni. Bassissimo, in rapporto al fatturato, l'indebitamento. Buone le disponibilità liquide. Ingenti le proprietà immobiliari. Insomma l'identikit di una solida azienda familiare, che ha saputo sostenere da sola il passaggio dalla dimensione locale a quella globale, e che intende proseguire su questa strada. L'ipotesi della Borsa, sinora, è sempre stata scartata, perché, ha spiegato Luigi Maramotti, "non essendo quotati, siamo liberi di puntare su strategie di più lungo periodo", senza il vincolo "di dover creare risultati visibili sul breve".

Aufgabe Nr. 5 (FakO): Übersetzung aus dem Russischen - Fachgebiet Wirtschaft

Arbeitszeit: 1 ½ Stunden

Индивидуальное (личное) предприятие предполагает в качестве единственного субъекта хозяйственной деятельности одно физическое лицо. Этот чрезвычайно простой тип организации означает полное сосредоточение собственности, контроля и управления в руках одного человека. Имея материальные, финансовые и другие ресурсы, он использует их для осуществления деятельности по удовлетворению некоторых общественных потребностей. В известном смысле подобные предприятия являются воплощением рыночной свободы и демократии: самостоятельный выбор сферы и масштабов деятельности, независимость в принятии решений, полное присвоение результатов функционирования предприятия.

Безусловные преимущества данной формы организации экономической деятельности заключаются в ее мобильности, быстрой реакции на изменения конъюнктуры рынка и минимальном времени на принятие управленческих решений (не требуется никаких согласований).

Следует указать также на трудности управления рассматриваемым типом предприятия. Скромные размеры, компактное месторасположение, преимущественное использование труда собственника и минимальная доля наемного труда обуславливают простоту организационных структур: обычно это элементарные (хозяин — руководитель и подчиненный — помогающий член семьи или наемный работник) и линейные построения. При этом часто управленческий труд не отделен от выполнения функций по основной хозяйственной деятельности. Сосредоточение в одних руках всех управленческих функций не позволяет с одинаково высокой эффективностью заниматься технологией и закупками, продажами и рекламой, бухгалтерским учетом и поиском оптимальных финансовых решений. Тем самым выгоды от специализации управленческого труда сводятся на нет, а ошибочные управленческие решения определяют незавидные перспективы.

(V. B. Akulov, M. N. Rudakov. Teorija organizacii.

http://media.karelia.ru/~resource/econ/Teor_org/R18.htm)

Aufgabe Nr. 5 (FakO): Übersetzung aus dem Spanischen - Fachgebiet Wirtschaft

Arbeitszeit: 1 ½ Stunden

„Gana menos que antes, pero sigue generando actividad económica rentable“

5 Desde 2002 el resultado neto de explotación del sector hotelero español ha caído siete puntos porcentuales con respecto a años anteriores, pero se mantiene en cotas elevadas, en torno al 11 %, según un reciente estudio de la consultora Ernst & Young, que disipa muchas dudas sobre la salud financiera de esta industria. Y es que márgenes netos, como dice la consultora, o lo que es lo mismo, resultados operativos netos que en 2003 se sitúan entre el 10,1 % y 10 el 13,2 %, según la categoría del establecimiento, y resultados de explotación brutos – antes de intereses, impuestos, amortizaciones, alquileres y seguros – de entre el 30,2 % y el 32,7 %, difícilmente casan con la crisis. „Si acaso, ésta ha podido darse en algún destino concreto de sol y playa, pero no en el conjunto del sector“, coincide 15 un consultor de la auditora Mazars.

Más que la rentabilidad conseguida, lo que llama la atención del estudio es la continuada caída de la misma, pese a situarse en cotas más que saludables. Exceptuando el año 2004, cerrado a septiembre, es decir, recién terminada la temporada alta lo que puede 20 distorsionar el dato final del ejercicio, el resultado neto de explotación desciende desde el año 2000 en general, con más fuerza en los hoteles urbanos que en el segmento vacacional.

Este descenso viene de la mano de la caída de la ocupación – a septiembre de 2004, la ocupación está a 12 puntos de distancia de la 25 que se consiguió en 1999, cuando alcanzó un pico del 81,15 % – y no de los precios, ya que tanto los precios como los ingresos por estancia y los costes apenas varían. Los precios han crecido en términos corrientes „lo justo como para equipararse con los índices de inflación.“ Los gastos de personal han bajado en dos años 30 consecutivos por debajo del umbral del 30 % de los ingresos.

(El País Negocios, 9 de enero de 2005)