

SPRACHBEDARF IN UNTERNEHMEN

AUSWERTUNG DER FRAGEBOGENERHEBUNG, DIE IM RAHMEN DES PROJEKTES JASNE – ALLES KLAR! DURCHGEFÜHRT WURDE

0 ZIELSTELLUNG

Die Fragebogenerhebung erfragte den Bedarf an Kenntnissen der Sprache des Kooperationspartners bei Unternehmen in Tschechien, Polen, Deutschland, Österreich und der Slowakischen Republik. Im Vordergrund stand die Ermittlung des Bedarfs nach Branchen sowie nach konkreten Berufsgruppen bzw. Positionen im Unternehmen. Weiterhin wurde erfragt, worauf sich Unternehmen bei der Beurteilung von Sprachkenntnissen stützen und inwiefern sie das Sprachenlernen ihrer Mitarbeiter fördern.

Die Fragebogenerhebung ist Ausgangspunkt für die qualitative Ermittlung von Sprachhandlungsfeldern in bestimmten Berufen, für die Sprachkenntnisse besonders relevant sind. Nach Auswertung der Ergebnisse der Befragung folgen Interviews mit Mitarbeitern der Firmen, die sich an der Befragung beteiligt haben.

Die gewonnenen Daten halfen zudem bei der Ermittlung der Zielgruppen für die Entwicklung von Lernangeboten, die im Rahmen des Projektes JASNE entstehen.

1 GESAMTBETEILIGUNG

Der Fragebogen wurde durch die Partner des Projektes JASNE an Unternehmen in den teilnehmenden Ländern versandt. Die Befragung wurde mit Hilfe eines Online-Fragebogens durchgeführt, der jeweils auf die Ermittlung des Bedarfs an einer konkreten Zielsprache, der Sprache der Kooperationspartner im Nachbarland, abhob¹. Es wurden die Mitglieder der Deutsch-Polnischen Industrie- und Handelskammer, der Deutsch-Tschechischen Industrie- und Handelskammer, der Industrie- und Handelskammer Dresden sowie Kooperationspartner der Niederösterreichischen Landesakademie und der Comenius-Universität Bratislava in Österreich und der Slowakischen Republik angesprochen. In die Befragung wurden außerdem Transportunternehmen und Eisenbahngesellschaften eingeschlossen, die nicht über die Verteiler der Handelskammern erreicht werden konnten.²

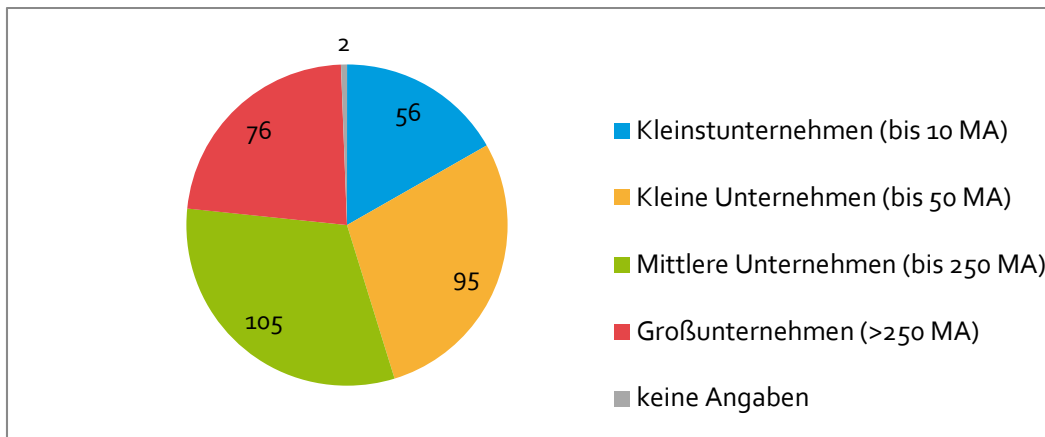
Die erhobenen Daten sind nicht für alle Firmen in den genannten Ländern repräsentativ. Sie lassen jedoch zuverlässige Aussagen über den Sprachbedarf in den Firmen zu, die in den fünf Ländern Kooperationspartner haben und in den unten genannten Wirtschaftszweigen (S.3) aktiv sind.

Der Fragebogen wurde von insges. **334 Unternehmen** vollständig beantwortet. Durch den großen Verteiler und mehrfache gezielte Nachfragen konnte unter den Mitgliedsfirmen der Handelskammern ein vergleichsweise großer Rücklauf erzielt werden. Rund 60% der beteiligten Firmen können nach der Mitarbeiterzahl als kleine und mittelständige Unternehmen (KMU) eingeordnet werden.

¹ Erfragt wurde der Bedarf an Deutschkenntnissen in polnischen, tschechischen und slowakischen Unternehmen (Sprachversionen PLDE, CZDE, SKDE) und der Bedarf an Tschechisch- bzw. Polnisch- oder Slowakischkenntnissen in deutschen und österreichischen Unternehmen (Sprachversionen: DECZ, DEPL, DESK).

² Ausschlaggebend dafür war eine nicht-repräsentative Umfrage zum Bedarf an berufsspezifischen Sprachlernmaterialien im Netzwerk der Projektpartner, die der Studie vorausging. Demnach gibt es ein großes Interesse an berufsspezifischen Materialien für Eisenbahner und Fernkraftfahrer im grenzüberschreitenden Verkehr.

a) Teilnehmende Unternehmen nach Größe



b) Teilnehmende Unternehmen nach Ländern³

Deutschland und Österreich	Polen	Tschechien	Slowakische Republik
131	125	70	8

Die Unternehmen wurden im Anschreiben bzw. in der Ansprache darauf hingewiesen, dass die Umfrage auf die Ermittlung des Bedarfs an Mitarbeitern mit Fremdsprachenkenntnissen in der Sprache der jeweiligen Kooperationspartner abzielt. Nur wenige Befragte gaben daher an, keinerlei Bedarf zu haben⁴. Ermittelt wurde der Bedarf an Deutsch in Polen, in Tschechien und der Slowakischen Republik, an Polnisch und Tschechisch in Deutschland sowie an Slowakisch und Tschechisch in Österreich.

c) Unternehmen, die für mindestens eine Position Bedarf an Mitarbeitern mit Fremdsprachenkenntnissen haben: nach Zielsprachen

Deutsch als Fremdsprache in		
Polen	Tschechien	der Slowakischen Republik
124	70	6

Polnisch		
als Fremdsprache in Deutschland und Österreich		
Tschechisch	Slowakisch	
88	15	7

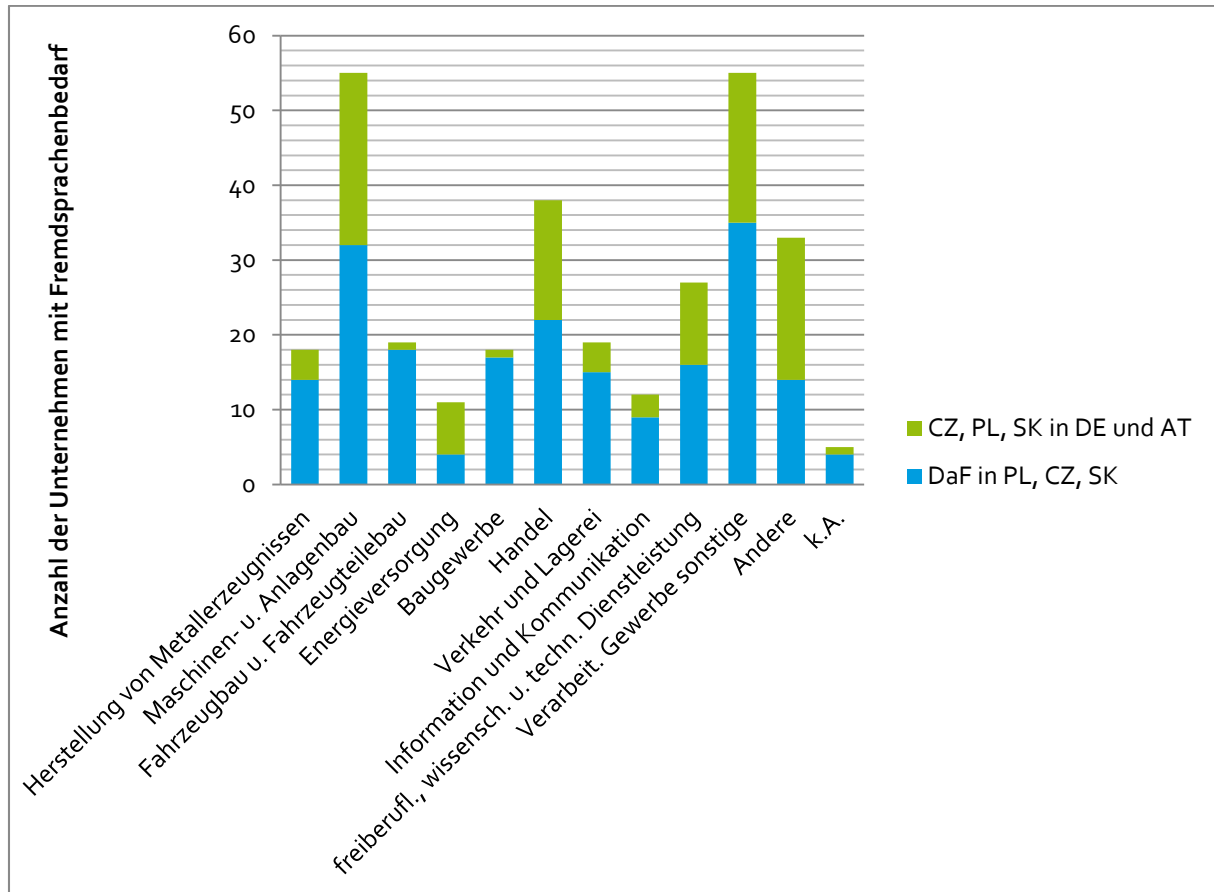
d) Unternehmen, die für mindestens eine Position Bedarf an Mitarbeitern mit Fremdsprachenkenntnissen haben: nach Branchen und Zielsprachen

Die Unternehmen wurden im Fragebogen gebeten, die Zugehörigkeit zu einer Branche anzugeben. Aufgrund Ihrer Angaben und dem Firmenprofil wurden sie entsprechend der *Klassifikation der Wirtschaftszweige* (WZ2008)⁵ kategorisiert.

³ nach Sitz der jeweiligen Betriebsstätte oder Niederlassung

⁴ Alle folgenden Zahlen und Erhebungen beziehen sich daher auf die Firmen, die tatsächlich einen Bedarf angegeben haben, d.h. die auf mindestens einer Position im Unternehmen Mitarbeiter mit Kenntnissen der Sprache des Kooperationspartners benötigen.

⁵ Statistisches Bundesamt (2008), *Klassifikation der Wirtschaftszweige*. Mit Erläuterungen, Online: www.destatis.de, Wiesbaden (WZ 2008) ; basierend auf der *Statistischen Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft (NACE)*



Zum Bereich freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen zählen neben Ingenieurbüros vor allem Beraterfirmen. Alle Branchen, die mit weniger als 3% Prozent vertreten waren, wurden unter „sonstiges verarbeitendes Gewerbe“ bzw. „Andere“ zusammengefasst. Zur ersten Gruppe gehören z.B. Hersteller von Nahrungsmitteln, chemischen Erzeugnissen oder Baustoffen sowie Hersteller elektronischer Bauteile und Geräte sowie von Kunststoffen, die nicht ausschließlich im Fahrzeugbau Verwendung finden. Die zweite Gruppe umfasst neben Unternehmen der Tourismusbranche und der Abwasserentsorgung auch Finanzdienstleister, Messeveranstalter oder Bildungsanbieter.

ZUSAMMENFASSUNG UND VERGLEICH

Die Reaktion auf die Befragung zeigt, dass in der Region PL-DE-CZ-AT-SK Deutsch als Fremdsprache neben Englisch nach wie vor eine wichtige Rolle in der Geschäftskommunikation spielt. Überraschend ist auch die relativ große Nachfrage nach Mitarbeitern mit Polnischkenntnissen in Deutschland. Vergleichsweise wenige deutsche Unternehmen haben einen Bedarf an Tschechisch- oder Slowakischkenntnissen zurückgemeldet. Generell muss man bedenken, dass die Rückmeldung auf den Fragebogen freiwillig erfolgte und viele Unternehmen zusätzliche Belastungen unter Zeitdruck schnell ablehnen⁶.

Der industrielle Sektor / das verarbeitende Gewerbe (vor allem die Herstellung von Metallerzeugnissen, der Maschinen- und Anlagenbau und der Fahrzeugbau) zeigt den mit Abstand größten Bedarf an Mitarbeitern mit Kenntnissen in der Sprache des Kooperationspartners. Hier sticht besonders der Maschinen – und Anlagenbau heraus. Relevant sind Mitarbeiter(innen) mit Sprachenkenntnissen aber auch für die Automobilbranche und deren Zulieferer bzw. generell für Produzenten von Metallerzeugnissen, Elektronik und Kunststoffprodukten. Daneben bestätigte die Umfrage das Interesse bei Transportunternehmen. Relativ unabhängig von Ausgangsland bzw. Zielsprache gibt es einen auffälligen Bedarf an Sprachkenntnissen für den Handel und den

⁶ Die Zahlen der angefangenen und nicht vollständig ausgefüllten Fragebögen sind z.B. für die Sprachen Tschechisch und Slowakisch doppelt so hoch, wie die fertig ausgefüllten.

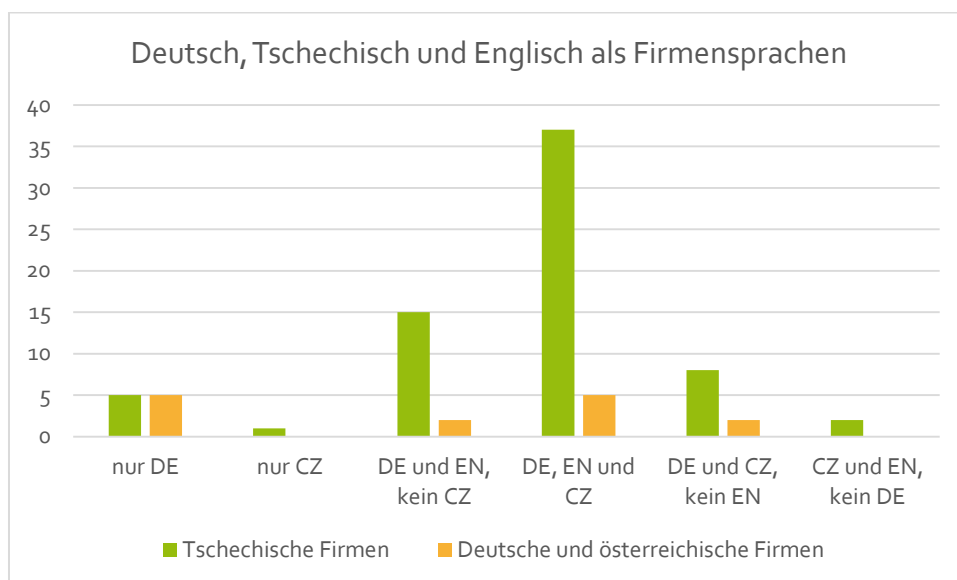
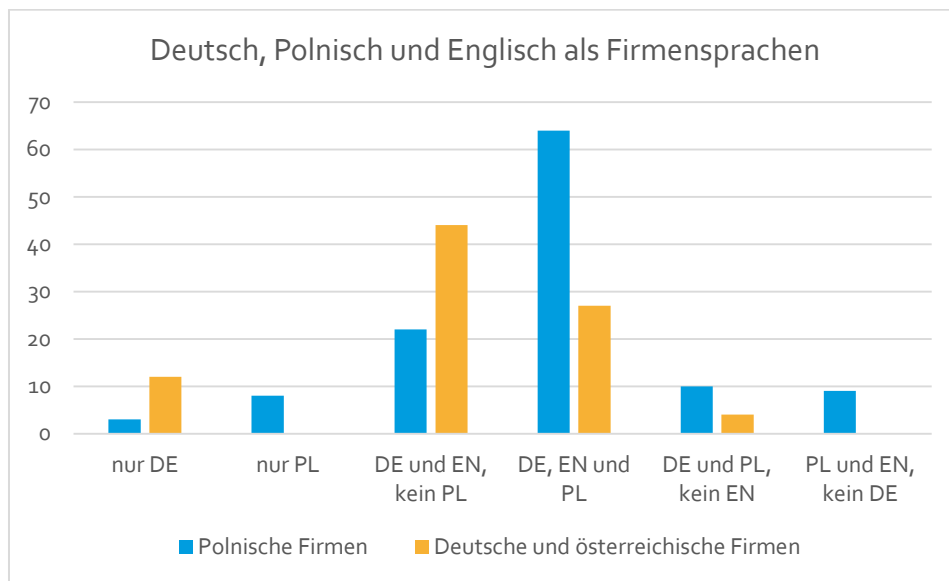
Bereich der wissenschaftlichen, administrativen und technischen Dienstleister für die Wirtschaft (hierzu zählen vor allem Beraterfirmen – Personal, Marketing, Management, Recht – sowie und Labore und Ingenieurbüros).

Betrachtet man die Nachfrage nach PL, CZ und SK getrennt, so fällt im Vergleich auf, dass diese Sprachen für deutsche und österreichische Unternehmen im Baugewerbe und im Fahrzeugbau eine vergleichsweise geringe Rolle spielen.

2 SPRACHEN IM UNTERNEHMEN

a) Welche Sprachen werden offiziell in den Unternehmen verwendet?

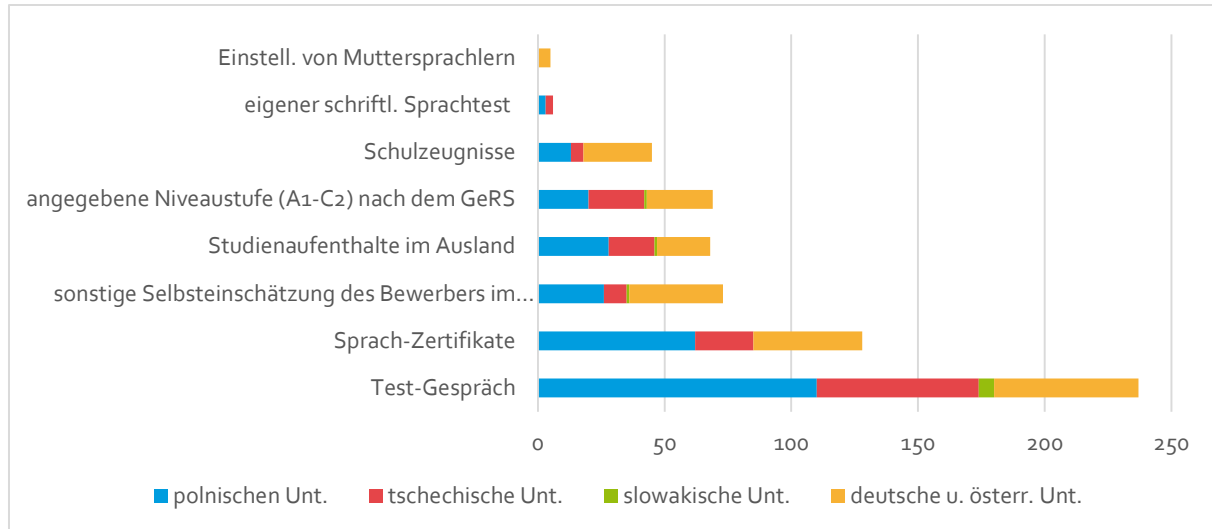
Die folgenden Darstellungen geben einen Überblick darüber, welche Sprachen in den Unternehmen als offizielle Sprachen verwendet werden.



Daneben gaben die Firmen weitere offizielle Sprachen an. Häufig wurde Russisch, Französisch und Italienisch genannt. Bei weltweit agierenden Unternehmen kommen z.B. Arabisch und Chinesisch hinzu. Aus den Zahlen wird deutlich, dass über 75% der befragten Unternehmen in ihrer Politik mindestens auf Zweisprachigkeit bauen. Dabei gibt es sowohl unter den tschechischen als auch polnischen Unternehmen häufiger den Fall, dass

Englisch und Deutsch alleinige Firmensprachen sind, als dass nur Deutsch und Polnisch oder Tschechisch verwendet wird. Knapp 40% setzen auf eine Mehrsprachigkeitsstrategie (mindestens EN, DE und PL oder CZ).

b) Worauf stützen sich Unternehmer (die Personalabteilungen der Unternehmen) bei der Bewertung der Sprachkenntnisse von Bewerbern?

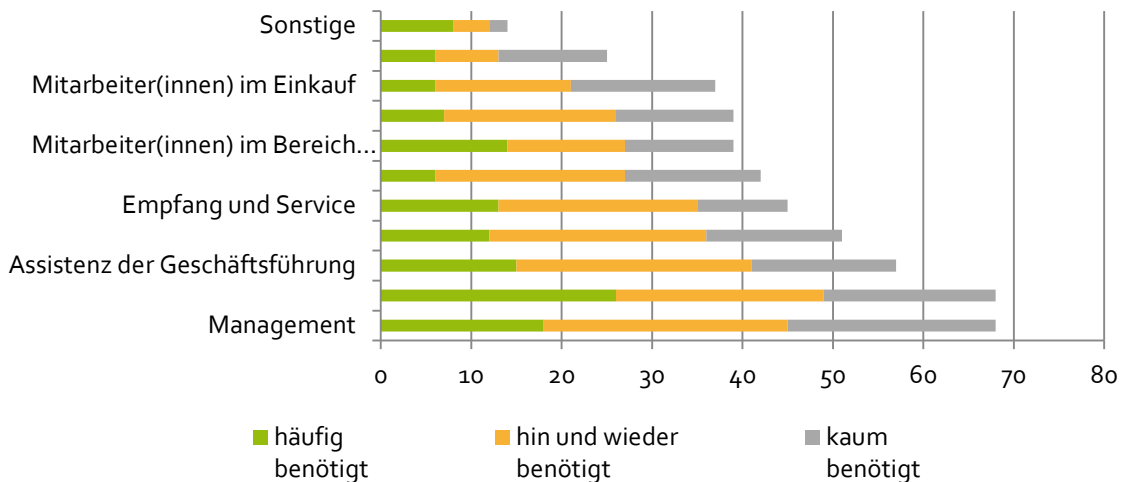


Es fällt auf, dass sich viele Unternehmen nicht allein auf die Selbsteinschätzung der Bewerber verlassen, sondern auf anerkannte Sprachzertifikate setzen. Weit über die Hälfte der Unternehmen überprüft beim Einstellungsgespräch die tatsächlich vorhandene sprachliche Handlungskompetenz in einem Test-Gespräch, vereinzelt werden Sprachkenntnisse auch in einem eigenen Sprachtest gemessen.

3 SPRACHBEDARF NACH POSITIONEN UND BERUFSGRUPPEN⁷

3.1 BEDARF AN POLNISCH, TSCHECHISCH ODER SLOWAKISCH IN DEUTSCHEN UND ÖSTERREICHISCHEN UNTERNEHMEN

a) Auf welchen Positionen sind Kenntnisse der polnischen, tschechischen bzw. slowakischen Sprache besonders relevant?

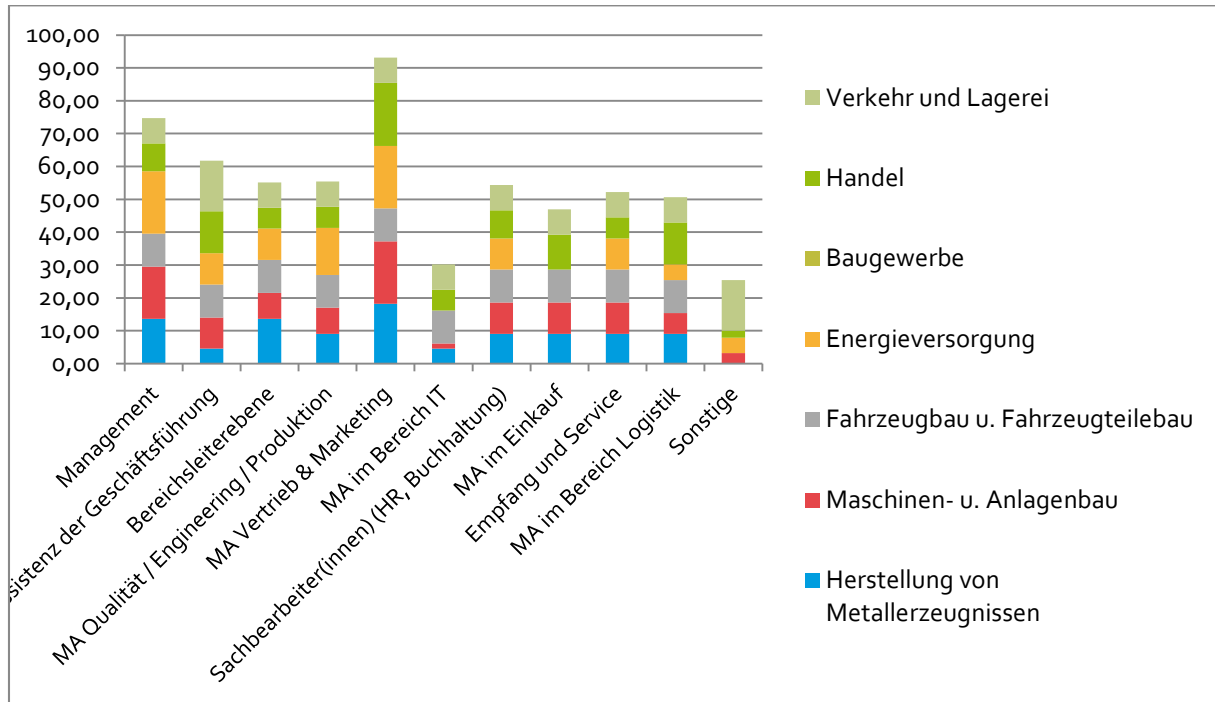


⁷ Die Kategorisierung der Berufsgruppen orientiert sich an einer Befragung, die die Deutsch-tschechische Industrie- und Handelskammer unter ihren Mitgliedern durchgeführt hatte.

Sonstige Positionen:

- für Tschechisch: Disponenten, Fahrer, Lokführer
- für Polnisch: Mitarbeiter Kontaktzentrum Polen, Projektmanagement, Konzernkommunikation
- für Slowakisch: Mitarbeiter Forschung Lehre

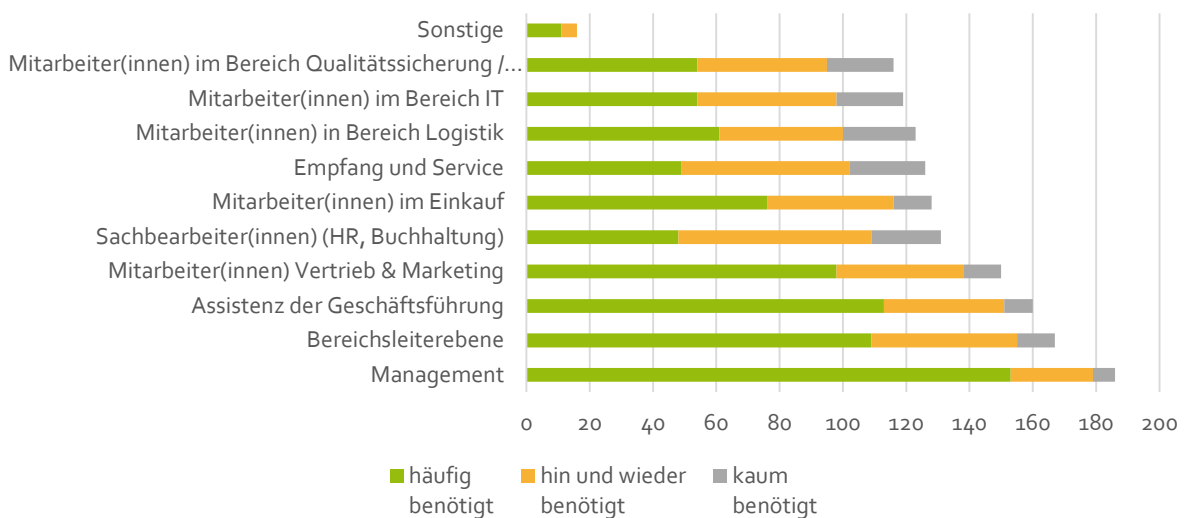
b) Bedarf an Tschechisch-, Polnisch- oder Slowakisch-Kenntnissen in %: Unterschiede nach Branchen



Berücksichtigt werden Positionen, die mindestens häufig oder hin und wieder die Fremdsprache benötigen.

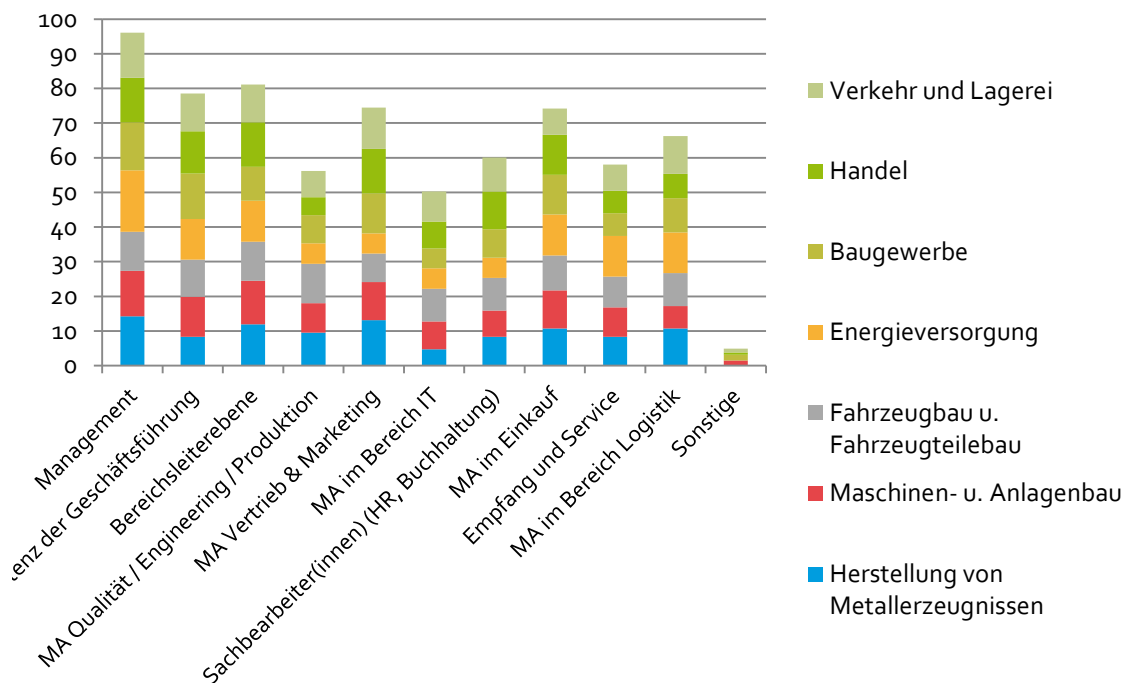
3.2 BEDARF AN DEUTSCHKENNTNISSEN IN TSCHECHISCHEN, SLOWAKISCHEN UND POLNISCHEN UNTERNEHMEN

a) Auf welchen Positionen sind Kenntnisse der deutschen Sprache besonders relevant?



Sonstige: Konstrukteure (mehrfach), Controlling (mehrfach), restliche Firmenverwaltung, Lokführer, Programmierer, Service-Techniker, Helpdesk-Mitarbeiter, Elektriker

b) Bedarf an Deutschkenntnissen in %: Unterschiede nach Branchen



Berücksichtigt werden Positionen, die mindestens häufig oder hin und wieder die Fremdsprache benötigen.

ZUSAMMENFASSUNG UND VERGLEICH

Auf den folgenden Positionen herrscht in den Unternehmen der größte Bedarf an Mitarbeitern mit Kenntnissen der Sprache des Kooperationspartners, unabhängig von Sitz und Branche⁸:

- Geschäftsleitung & Assistenz der Geschäftsleitung
- Leitende Mitarbeiter in der Unternehmens- und Auftragsverwaltung
- Mitarbeiter(innen) der Vertriebs- und Marketingabteilung

In tschechischen, polnischen und slowakischen Unternehmen ist generell ein Bedarf an Mitarbeitern mit Fremdsprachenkenntnissen für alle Unternehmensbereiche zu erkennen. Häufig wird hier auch von Mitarbeitern der Buchhaltung bzw. der Personalabteilung oder des Einkaufs verlangt, dass sie Kenntnisse in der deutschen Sprache haben. Der Bedarf in diesen Positionen ist für Tschechisch, Polnisch oder Slowakisch in deutschen und österreichischen Unternehmen vergleichsweise gering.

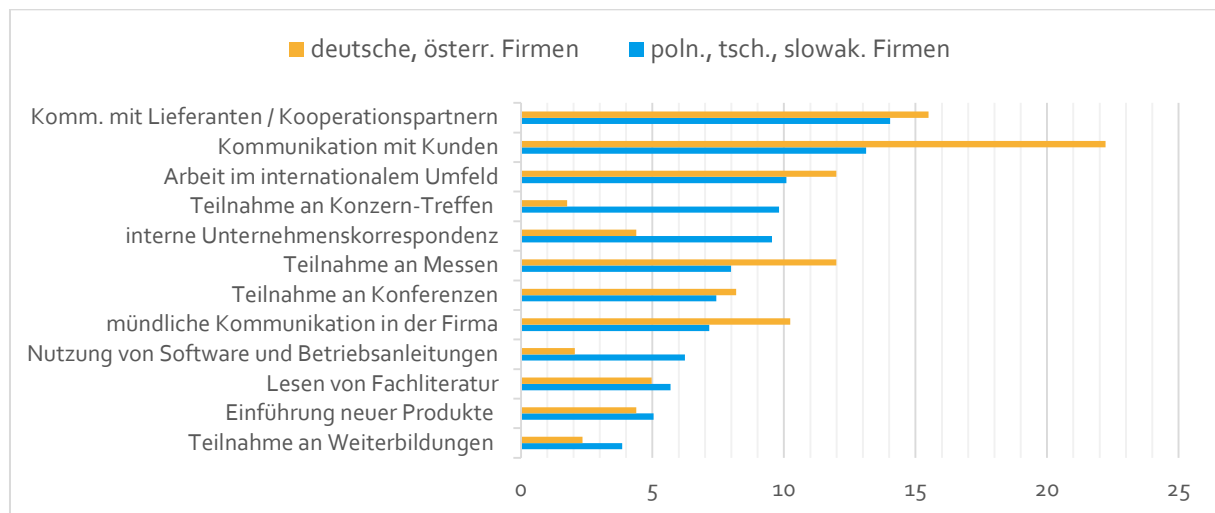
Für das Management und die Assistenz der Geschäftsführung sind in allen Branchen gleichermaßen Fremdsprachenkenntnisse relevant und gefragt. Betrachtet man gezielt die Industriezweige / das produzierende Gewerbe (Herstellung von Metallerzeugnissen, Automobilbau und seine Zulieferer und den Maschinen- und Anlagenbau), wird deutlich, dass in Tschechien und Polen neben der Assistenz der Geschäftsführung und dem Bereich Vertrieb & Marketing vor allem auch Mitarbeiter und Leiter der Produktions- und Engineering-Abteilung und Mitarbeiter im Einkauf verstärkt Deutschkenntnisse benötigen.

⁸ Es werden die vier am häufigsten genannten Positionen aufgeführt. Berücksichtigt werden Positionen, die häufig und hin und wieder Fremdsprachenkenntnisse benötigen.

Unter „Sonstigen“ Positionen, für die Deutschkenntnisse relevant sind, wurden mehrfach Konstrukteure genannt. Die Logistikbranche gab unter „Sonstige“ Lokführer, Fernfahrer und Dispatcher an.

3.3 ANWENDUNGSBEREICHE & KOMMUNIKATIONSSITUATIONEN IM UNTERNEHMEN

Wozu benötigen die Mitarbeiter(innen) die Sprachkenntnisse?



Außerdem nannten die Firmen folgende Situationen, in denen die Fremdsprache außerdem benötigt werde:

- Polnische, tschechische und slowakische Unternehmen:
 - Teilnahme an Geschäftstreffen, die z.B. durch Botschaften aus dem dt. Sprachraum organisiert werden
 - Übersetzung
 - Vorbereitung von Texten für den Internetauftritt
 - reguläre Kommunikation innerhalb des Konzerns (Marketing, Vertrieb, Geschäftsleitung)
 - Erstellung von Konzepten
 - Kommunikation mit Betriebsmitarbeitern
- Deutsche und österreichische Unternehmen:
 - Projektorganisation
 - Kommunikation mit Logistik-Dienstleistern
 - Kommunikation mit im Werk tätigem Subunternehmen
 - Kommunikation im Konzern

ZUSAMMENFASSUNG UND VERGLEICH

Für die Mehrzahl der Firmen steht die Anwendung von Fremdsprachenkenntnissen in der Kommunikation mit Kooperationspartner, Zulieferern und Kunden an erster Stelle, und zwar unabhängig von der Zielsprache. Die Anwendungsbereiche unterscheiden sich jedoch im Weiteren deutlicher danach, ob es um das Deutsche als Fremdsprache für tschechische, slowakische oder polnische Firmen oder aber um die anderen untersuchten Zielsprachen für deutsche und österreichische Firmen geht.

Vergleich: Anwendungssituationen für die Fremdsprache nach Wichtigkeit (in absteigender Reihenfolge)⁹:

Deutsch als Fremdsprache	Tschechisch, Polnisch oder Slowakisch als Fremdsprache
<ol style="list-style-type: none"> 1. Komm. mit Lieferanten / Kooperationspartnern (14%) 2. Kommunikation mit Kunden (13%) 3. Arbeit im internationalen Umfeld (10%) 4. Teilnahme an Konzern-Treffen (10%) 5. interne Unternehmenskorrespondenz (10%) 6. Teilnahme an Messen (8%) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kommunikation mit Kunden (26%) 2. Komm. mit Lieferanten / Kooperationspartnern (15%) 3. Arbeit im internationalen Umfeld (12%) 4. Teilnahme an Messen (12%)

Demnach liegt der Schwerpunkt des Sprachgebrauches bei deutschen und österreichischen Firmen stärker auf der Kommunikation nach außen, während sich in den Antworten polnischer, tschechischer und slowakischer Firmen stärker die Notwendigkeit der unternehmensinternen Kommunikation widerspiegelt. Das Phänomen lässt sich dadurch erklären, dass viele der befragten polnischen und tschechischen Unternehmen Teil europaweit agierender Firmen und Konzerne sind, mit Mutterunternehmen in Deutschland.

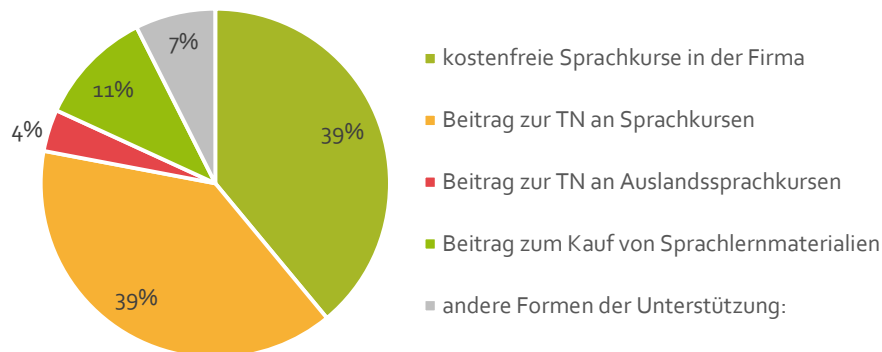
4 SPRACHENLERNEN IM UNTERNEHMEN

4.1 VORAUSSETZUNGEN UND MOTIVATION

a) Motivieren Sie Ihre Mitarbeiter(innen), ihre Sprachkenntnisse zu verbessern?

70% der Arbeitgeber gaben an, ihre Mitarbeiter(innen) aktiv zum Sprachenlernen zu ermuntern. Nur 18% motivieren ihre Mitarbeiter(innen) nicht explizit.

b) Wie motivieren Firmen ihre Mitarbeiter zum Sprachenlernen?¹⁰



Zu anderen Formen der Motivierung zählen:

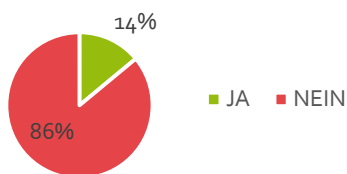
- Training durch Konversation während der Arbeitszeit; Anpassung der Arbeitszeit an das individuelle Studium
- gestaffelte Entlohnung; Zulage für die Kenntnis von bis zu drei Sprachen; Prämien (nach erfolgreichem Testabschluss)
- Mitarbeit an internationalen Projekten; stärkere Teilnahme am Firmenleben; Teilnahme an internationalen Konferenzen

⁹ aufgelistet werden die Fälle, die insgesamt mindestens 60% alle Anwendungssituationen abdecken

¹⁰ Mehrfachnennungen waren möglich

- Möglichkeit des Austausches mit Kollegen im Ausland
- Entsendung zu einem Arbeitsaufenthalt in die Muttergesellschaft in Deutschland; Ermöglichung von Aufenthalten während des Urlaubs bei ausländischen Schwesterunternehmen; kurze Auslandsaufenthalte
- Zur-Verfügung-Stellen von Räumen für den Sprachkurs in der Firma
- Freistellung von der Arbeitszeit für den Sprachkurs
- Lehrveranstaltungen
- Mehrsprachige tägliche Korrespondenz zwischen den Mitarbeitern

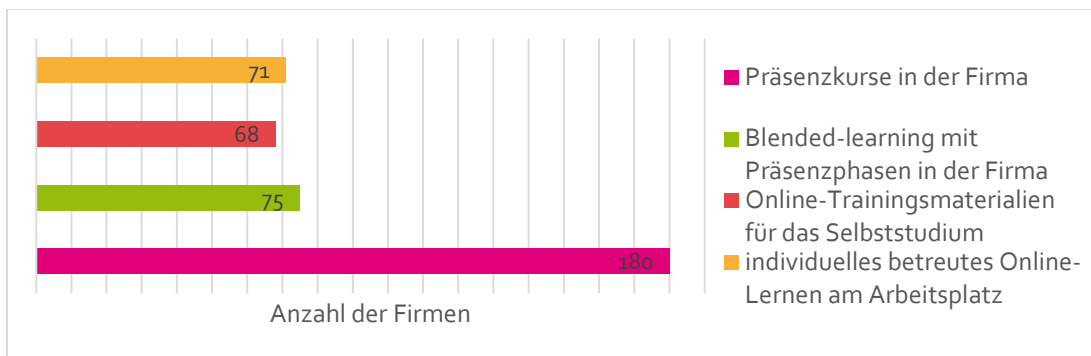
c) **Gibt es interne Vorschriften, nach denen die Sprachausbildung im Unternehmen durchgeführt werden soll?**



46% der Firmen, die über interne Regelungen zur Sprachausbildung verfügen, sind im Bereich Maschinen- und Anlagenbau und Fahrzeugbau tätig. Klare Regelungen gibt es auch in vier großen Verkehrsbetrieben.

4.2 LERNFORMEN UND MATERIALIEN

a) **In welcher Form können sich Firmen ein maßgeschneidertes Sprachtrainingsprogramm für ihre Mitarbeiter(innen) vorstellen?¹¹**



Andere:

- Präsenzkurse außerhalb der Firma; Sprachkurse im Ausland; Bildungsreisen; IHK-Sprachkurse
- Teilnahme an Seminaren zu branchennahen Themen
- total immersion
- CD und Lehrbücher
- Konversationskurse; Fachsprachenkurse; 1-Wochen-Intensivkurse
- alles als Ergänzung zu den Präsenzkursen
- wir entwickeln selbst maßgeschneiderte Materialien, besonders mit Blick auf fachspezifischen Wortschatz
- keine von denen

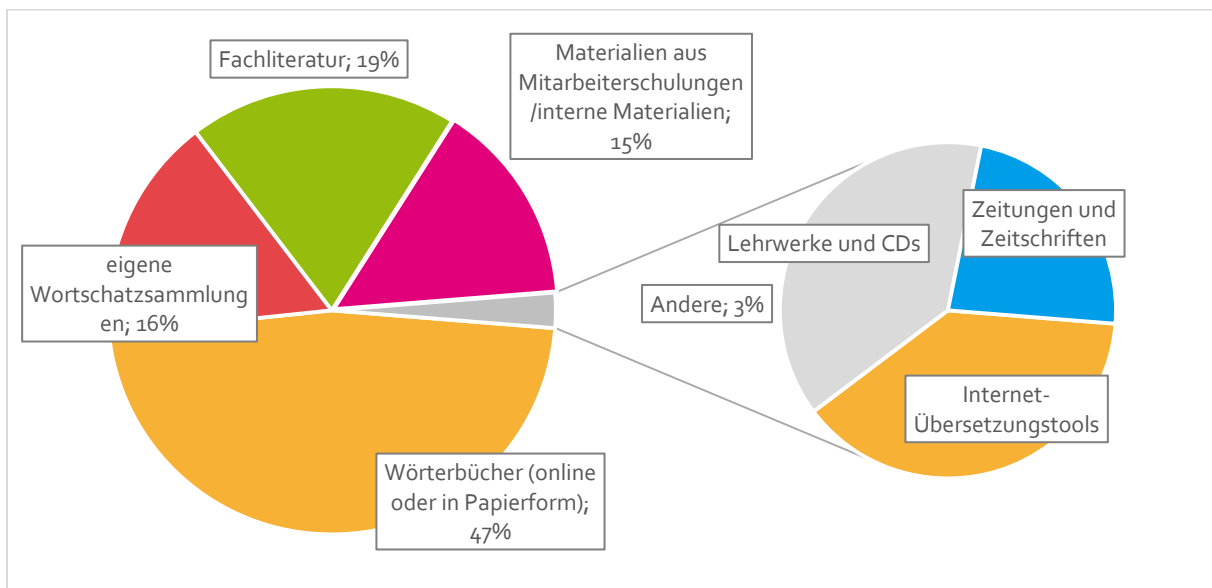
¹¹ Mehrfachnennungen waren möglich.

- Urlaub in Polen
- individuelles betreutes On- und Offline-Learning unabhängig vom Arbeitsplatz
- Einladung von tschechischen Kunden in die Firma; Treffen mit Native Speakern

b) Wie viele Firmen verwenden Lern-Management-Systeme und welche?

Insgesamt verwenden nur 10 der befragten Unternehmen eine firmeninterne Weiterbildungsplattform. 4 mal wird hier Moodle genannt, die weiteren sind Ilias, Lecturino, Blackboard sowie ein nicht näher spezifiziertes firmeninternes Tool.

c) Welche Materialien/Hilfsmittel verwenden die Mitarbeiter(innen) im Unternehmen?



ZUSAMMENFASSUNG

Es wird deutlich, dass für die meisten Firmen der Präsenzkurs unterstützt durch Lehrwerke & CDs sowie maßgeschneiderte Skripte nach wie vor die idealtypische Form des Sprachtrainings darstellt. Diese Lernform werden auch von mindestens 60% der Unternehmen in irgendeiner Form unterstützt, sei es durch das Ausrichten von firmeninternen Sprachkursen, bzw. durch die der Bezuschussung von Kursgebühren oder des Kaufes von Sprachlernmaterialien. Dennoch sind mehr als die Hälfte der Firmen auch Lernszenarien gegenüber aufgeschlossen, die mit interaktiven Online-Trainingsmaterialien arbeiten. Wenn es um die täglichen Hilfsmittel geht, finden Materialien und Werkzeuge, die im Internet verfügbar sind, bereits großen Anklang (z.B. Übersetzungstools oder Online-Wörterbücher).

Dem gegenüber steht eine recht geringe Verbreitung von Lern-Management-Systemen für die Nutzung im Sprachunterricht in den Firmen. Eine Erklärung hierfür kann sein, dass in den meisten Firmen externe Sprachschulen und Lektoren den Sprachunterricht sicherstellen und damit die Entscheidung über Materialien und die Verwendung von Lernplattformen treffen.

Autor: Karin Schöne; C) Projekt JASNE – Alles klar! Mehrsprachig handeln mit Erfolg



Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.