

Knapheden på fremmedsprogskompetencer i erhvervslivet

Rapport om knapheden på fremmedsprogskompetencer i erhvervslivet - og virkningerne på den europæiske økonomi

Rapporten er udarbejdet for Europa-Kommissionen, Generaldirektoratet for Uddannelse og Kultur, i december 2005. Rapporten er udarbejdet af CILT, Storbritanniens nationale center for sprog, i samarbejde med et internationalt forskerhold. Formålet med rapporten er at forsyne Europa-Kommissionen og beslutningstagere i medlemslandene med praktisk information og analyser af brugen af sprogkompetencer i små og mellemstore virksomheder og virkningen heraf på disse virksomheders forretningsresultater.

Resumé af rapporten

Europæiske virksomheder går glip af forretninger på grund af manglende rådighed over sprogkompetencer. Op til 11 procent af de eksporterende små- og mellemstore virksomheder i Europa (945.000 virksomheder) går muligvis glip af forretninger på grund af identificerbare kommunikationsbarrierer.

Undersøgelsesresultaterne viser en klar sammenhæng mellem sprog og succes på eksportmarkederne. Fire elementer i hvad der kan betegnes som sprogmanagement er især forbundet med en succesfuld eksportindsats: Eksistensen af en sprogstrategi, medarbejdere eller samarbejdspartnere med det relevante sprog som modersmål, ansættelse af medarbejdere med sprogkompetencer samt anvendelse af tolke og oversættere. Der er et betydeligt økonomisk potentiale i hele Den europæiske Union hvis alle eksporterende små og mellemstore virksomheder ville tage disse fire elementer i anvendelse.

Engelsk er et nøglesprog for at få adgang til eksportmarkeder. Men undersøgelsen viser også at billedet er langt mere komplekst end det ofte gentagne synspunkt, at engelsk er verdenssproget. Russisk anvendes i stort omfang i Østeuropa som lingua franca (sammen med tysk og polsk). Fransk anvendes som handelssprog i områder af Afrika, og spansk anvendes på tilsvarende vis i Latinamerika. Længerevarende forretningsrelationer er afhængige af relationsbygning og relationmanagement. For at kunne dette er kulturel og sproglig viden om mållandet helt central.

Anvendt metodik i undersøgelsen

I undersøgelsen indgår fem større komponenter:

Opsummering af tidligere analyser af sammenhængen mellem sprogkompetencer, kulturkompetencer og eksportaktiviteter.

Analyse af næsten 2000 eksporterende små- og mellemstore virksomheder i 29 europæiske lande (EU, det europæiske økonomiske område samt kandidatlandene) med det formål at indsamle data om virksomhedernes holdninger til anvendelsen af sproglige kompetencer, interkulturelle kompetencer, bevidsthed om sprogstrategier, mistede forretninger på grund af mangel på sproglige

kompetencer, beskrivelse af fremtidige eksportstrategier og herunder evt. planlægning af fremtidig inddragelse af sproglige kompetencer.

For hvert land er der foretaget en opsummering af fem væsentlige vilkår i hvert enkelt lands erhvervsliv, uddannelsesinstitutioner og politiske institutioner, med det formål at udkrystallisere anbefalinger til indsatsområder på lokalt, regionalt, nationalt og europæisk niveau.

En analyse af 30 multinationale virksomheder med det formål at fastlægge forskelle i perspektivering mellem de multinationale virksomheder og de små- og mellemstore virksomheder for så vidt angår anvendelse af sprog- og interkulturelle kompetencer i forretningsstrategierne. Der er endvidere foretaget en makroøkonomisk analyse af data fra de små- og mellemstore virksomheder for at kunne foretage vurderinger af de økonomiske virkninger af investeringer i sprogkompetencer for eksportvirksomhederne og for den europæiske økonomi som sådan.

Udover indsamling af statistiske data er der indsamlet en række eksempler på ”god praksis”, der kan illustrere værdien af sprogkompetencer og anvendelsen heraf over brede industrisektorer og i de europæiske stater.

Makroøkonomisk grundlag

Forskningsresultater viser at eksporterende små- og mellemstore virksomheder er mere produktive end ikke-eksporterende virksomheder og at der ofte er tale om en skjult bonus for eksportvirksomheder på grund af deres møde med større teknisk knowhow, markedsbekendsthed og omkostnings- eller effektivitetsgevinster.

De små og mellemstore virksomheder beskæftiger mere end 50 procent af arbejdsstyrken i Den europæiske Union. Hvis et større antal små- og mellemstore virksomheder blev succesfulde eksportvirksomheder, og hvis de virksomheder der allerede eksporterer kunne udvide deres marked, ville der således blive tale om en væsentlig indvirkning på den europæiske økonomi, samtidig med at der kunne realiseres væsentlige ekstra fordele såsom større innovation og markedsbekendsthed, som så igen kunne smitte af på produktiviteten i de nationale økonomier.

Tabte forretningsmuligheder på grund af sprog- og kulturbarrierer

Analysen af de små- og mellemstore virksomheder viser at et væsentligt antal forretningsmuligheder går tabt på grund af manglende sprogkompetencer. Ud af næsten 2000 undersøgte virksomheder har 11 procent af besvarelserne (195 SMV'er) mistet en kontrakt på grund af manglende sproglige kompetencer. Ud af disse havde 37 virksomheder mistet konkrete kontrakter, der sammenlagt beløb sig til mellem 8 og 13,5 millioner euro. Yderligere 54 virksomheder havde mistet mulige kontrakter til en værdi mellem 16,5 og 25,3 millioner euro i alt. Mindst 10 virksomheder havde hver især mistet kontrakter til en værdi af over én million euro.

Det gennemsnitlige tab pr. virksomhed udgør på dette grundlag og over en treårig periode 325.000 euro. Undersøgelsen identificerede naturligvis kun de situationer hvor virksomhederne var bevidste om de tabte forretninger eller forretningsmuligheder, og det faktiske tal kan være meget større.

De små og mellemstore virksomheder oplever både interkulturelle og sproglige barrierer når de opererer på tværs af grænser. I næste alle lande var mere end 10 procent af respondenterne stødt på vanskeligheder af interkulturel karakter.

Aktuelle holdninger til sprogmanagement

I 15 ud af 29 lande sagde mindst 50 procent af respondenterne at de havde en sprogstrategi (defineret som en planlagt anvendelse af en række teknikker der har til formål at fremme effektiv kommunikation med kunder og leverandører i udlandet.)

Anvendelse af personer der har det pågældende sprog som modersmål på et kvalificeret niveau synes at være en vidt udbredt sprogmanagement-teknik. 22 procent af virksomhederne anvender denne metode.

Tilpasning af hjemmesider er udbredt. Mere end 50 procent af virksomhederne i 22 lande har hjemmesider på andre sprog end det nationale.

Anvendelsen af tolke og oversættere varierede fra mellem 4 og 84 procent af virksomhederne fordelt på land. Anvendelse af lokale agenter gav det mest ensartede svarmønster, da flertallet af lande lagde sig mellem 20 – 40 procent. Dette er tilsyneladende en ressource der anvendes af mindre virksomheder uden økonomisk kapacitet til at ansætte yderligere medarbejdere til at honorere de krav virksomheden møder på et nyt marked.

En stor andel af virksomhederne (48 procent af hele populationen) sagde at de tilbød sproguddannelse til deres medarbejdere, med 15 lande over 50 procent, og kun ét land under 20 procent. Både små og store virksomheder siger imidlertid at de foretrækker at ansætte personale der allerede har sprogkompetencer, frem for at skulle investere i uddannelse.

Fremtidige eksportintentioner

46 procent af alle virksomhederne over hele Europa planlægger at gå ind på nye eksportmarkeder inden for de næste tre år.

Behovet for sprogkompetencer vil øges i fremtiden. I 13 ud af de 29 analyserede lande var mindst 50 procent af respondenterne af den opfattelse at de ville have behov for yderligere sprogkompetencer inden for de næste tre år. Også interkulturelle kompetencer vil blive efterspurgt, dog ikke på samme niveau.

De nationale rådgiveres holdning

Fortolkningen af data fra de nationale undersøgelser blev af de nationale rådgivere vurderet som værende i det store og hele præcise. De nationale rådgivere blev endvidere spurgt om de var bekendte med nationale initiativer eller politikker der havde til formål at øge omfanget af sprogkompetencer, der er til rådighed for virksomhederne. Kun 50 procent var bekendte hermed, og ingen mente at initiativerne var effektive.

Der var stærke holdninger der påpegede behovet for medarbejdere i virksomhederne for at opnå arbejdserfaring i andre lande, ikke blot for at forbedre sprogkompetencerne, men også for at øge bevidstheden om forskellige forretningskulturer.

De store virksomheder

Analyseresultaterne fra undersøgelsen af de store virksomheder bekræftede mange af de indsamlede oplysninger fra hovedundersøgelsen:

- Rekruttering af medarbejdere med sprogkompetencer er almindeligt (73 procent af respondenterne havde faste procedurer i forbindelse med ansættelse af medarbejdere med

sproglige kompetencer, mens yderligere 20 procent sagde at det var almindelig praksis).

- Engelsk er mere udbredt som kommunikationssprog end tilfældet er det med SMV-virksomheder. Det afspejler formentlig brugen af engelsk som virksomhedssprog i mange multinationale virksomheder.
- Alligevel er behovet for kompetencer i andre sprog end engelsk større end behovet for engelsk. Spansk og andre globale sprog har en markant højere fremtidig prioritet end tilfældet er det for SMV-virksomhederne.
- Brugen af engelsk blev ofte stimuleret eller anvendt som koncernsprog med det formål at forøge effektiviteten, selv i lande hvor et internationalt sprog er modersmålet, eksempelvis Frankrig.
- Det er imidlertid ikke klart i hvilket omfang den aktuelle sprogbrug i organisationen følger disse politikker. Der sker samtidigt en opmuntring til at indgå i uformelle netværksrelationer hvilket, sammen med fladere ledelsesstrukturer, tenderer mod at favorisere et flersprogligt miljø.

Den makroøkonomiske dimension: sprogkompetencer og eksportsucces

Oplysninger om virksomhedernes resultater (omsætning, indtjening, værdien af mistede kontrakter) var begrænsede af konkurrencehensyn. Alligevel foreligger der tilstrækkelige data til at opstille scenarier om rådighed eller ej over sproglige kompetencer. Resultatet viser de konkrete muligheder for at måle effekten af sproglige kompetencer på virksomhedernes resultater.

Det kan dokumenteres at fire elementer i sprogmanagement kan relateres til en succesfuld eksportindsats: Eksistensen af en sprogstrategi, samarbejde med modersmålstalende, ansættelse af medarbejdere med sproglige kompetencer, samt anvendelse af oversættere og tolke.

En virksomhed, der investerer i disse fire elementer, vil opnå et eksportsalg der er 44,5 procent højere end en virksomhed, der ikke gør det. Endvidere er det sandsynligt at der ville ske en afsmitning på virksomhedens interne økonomi fra den øgede produktivitet på eksportaktiviteterne. Den totale faktorproduktivitet (TFP) for eksportører kan være helt op til 3,7 procent større end industrigennemsnittet, og en afsmittende effekt på 3,7 procent fra eksportaktiviteterne kan betyde en væsentlig økonomisk styrkelse hidrørende fra disse investeringer i sprogkompetencer.

Opsummering af anbefalingerne

1. Analyseresultaterne i denne rapport skal udbredes til politikere på europæisk, nationalt og regionalt niveau.
2. Spørgsmål om sprogkompetencer skal inkluderes i EU's innovationsundersøgelse (EC's Community Innovation Survey) med det formål at analysere i hvilket omfang et forbedret udbud af og en forbedret efterspørgsel på sprogkompetencer bidrager til unionens økonomi.
3. Erhverv-uddannelsesrelationerne skal forbedres på sprogområdet. "Best practice"-modeller for et succesrigt samarbejde mellem erhvervslivet og uddannelsesinstitutionerne skal identificeres og videreformidles, blandt andet med det formål at fremme sproglige

kompetencer.

4. Mulighederne for tilpasning af eksisterende mobilitetsprogrammer skal undersøges. Er det muligt at skabe arbejdsophold af kortere varighed ("stages") i andre lande for ansatte i små og mellemstore virksomheder.
5. Understøt programmer for vidensspredning om vigtigheden af sprogkompetencer og især eksisterende støttesystemer.
6. Fokusér på regionerne som de centrale instanser til udbygning af støtteordninger om sprogkompetencer i virksomhederne og identificér de rigtige platforme i og på tværs af regionerne.
7. Udbyg sammenkædningen mellem europæiske, nationale, regionale og lokale sprogpolitikker og virksomhedernes behov.
8. Understøt virksomhedernes bestræbelser for at blive bedre til at styre sproglige kompetencer og til at anvende de fire elementer i sprogmanagement, der er relateret til en forbedret eksportindsats.
9. Virksomhederne skal opmuntres til, om nødvendigt gennem støtteordninger, at:
 - registrere, anvende og udvikle de sprogkompetencer, der findes i deres virksomhed
 - sørge for efteruddannelse af deres ansatte gennem samarbejde med lokale udbydere
 - tilbyde muligheder for arbejdsophold for udenlandske studerende eller ansatte
 - engagere sig i internationale business-to-business udvekslinger
 - anvende de sprogressourcer, der er til rådighed, herunder hos migrerende arbejdskraft
 - støtte uddannelses- og efteruddannelsesprogrammer i erhvervs- og uddannelsessamarbejder
10. Styrke fremmedsprogsuddannelser inden for uddannelse og efteruddannelse på alle niveauer.
11. Forbedre matchning med arbejdsgivernes behov gennem at:
 - udvide antallet af fremmedsprog, der tilbydes undervisning i, især inden for tertiær- og erhvervsrettet uddannelse
 - forbedre sammenhængen mellem sprogkurser og sprogkompetencer og en virksomhedskontekst
 - udvikle udenlandske arbejdsophold med eksplicite muligheder for at anvende målsproget, og udvikle kurser der kombinerer sprog med andre fagområder der er relevante for virksomhederne
 - forbedre fleksibiliteten for bedre at imødekomme foranderlige arbejdsgiverbehov
12. Styrke udbuddet af tolke og oversættere i mindre udbredte sprog (less commonly-taught languages) såsom kinesisk, arabisk, russisk (i Vesteuropa) og japansk
13. Skabe forventninger hos alle studerende i videregående uddannelse om et ophold i et andet europæisk land

14. Bygge på eksisterende sprogkompetencer ved at støtte udviklingen af de sprog, der tales af børnene til migrerende arbejdere, parallelt med det nationale sprog i værtslandene.
15. Styrke forskningen i de økonomiske virkninger af sprogkompetencer både i eksporthandelen og inden for andre områder af økonomien såsom turisme, indenlandske investeringer og servicevirksomhed.

Danmark – er engelsk tilstrækkeligt?

Tuborgfondet har bevilget 1 million kr. til et forskningsprojekt i form af et postdoc-stipendium på Handelshøjskolen i København: ”Virksomhedens sprog i en internationaliseret verden. En undersøgelse af danske virksomheders håndtering af fremmedsprog i deres forretning med udlandet, specielt i Europa.”

Små og mellemstore virksomheder

Projektet tager i første række sigte på andre europæiske fremmedsprog end engelsk. Man ved at engelsk er absolut dominerende i mange store, danske virksomheder. Situationen i de små og mellemstore virksomheder er ikke lige så godt kortlagt, men da små og mellemstore virksomheder udgør størstedelen af dansk erhvervsliv, ligger projektets fokus dér. Projektet skal afklare, hvilke behov der er for andre fremmedsprog end engelsk, og om en mangel på ekspertise i disse sprog har negativ virkning på handelen med udlandet.

Der er derfor behov for en helt konkret undersøgelse af danske små og mellemstore virksomheder: Hvilke lande eksporterer de til, og hvilke sprog benytter de? Går tendensen i retning af at engelsk erstatter de øvrige sprog? Men det er ikke nok at tilvejebringe disse data: Hvordan opgør man værdien af, at en virksomheds medarbejdere er sprogligt kompetente, eller har erhvervet sig faglig og kulturel viden i aftagerlandet?

Er engelsk nok?

Der er en aktuel tendens til at opprioritere engelsk på bekostning af andre store fremmedsprog i det danske samfund. Denne udvikling afspejles i f.eks. Globaliseringsrådets anbefalinger, i den seneste gymnasiereform og i økonomiprofessor Christian Hjorth-Andersens rapport fra 2004, hvor han anbefalede en afskaffelse af anden fremmedsprogsundervisning end engelsk og tysk, da næsten al dansk eksport går til disse sprogområder. Kan samhandelen med f.eks. de romansktalende lande styrkes, hvis vi opruster sprogkundskaberne i de relevante sprog? Er en ensidig satsning på engelsk og tysk ikke et udtryk for en statisk opfattelse af verdensøkonomien? Hvad med vækstmarkederne – kan vi på et tidspunkt ikke gå hen og få brug for mere kinesisk? Svarene skulle gerne belyses i forskningsprojektet.

Norden og det baltiske område

– hvilke fremmedsprogs- og interkulturelle kompetencer er der brug for?

Landene i Norden og i det baltiske område er små lande i Europa, og alle landene har mindre udbredte sprog (less widely used and taught languages) som deres officielle sprog. Der er derfor et stort behov for fremmedsproglige og interkulturelle kompetencer for at landene kan fortsætte som aktive spillere i det internationale samfund, og for at de kan bevare deres konkurrenceevne på et globalt marked. Med globaliseringen er vellykket kommunikation på tværs af sproglige og

kulturelle barrierer vigtigere end nogensinde. Der er brug for fremmedsproglige og interkulturelle kompetencer for at kunne kommunikere i erhvervsammenhæng, i uddannelsessammenhæng og i fritiden.

Globalisering – en udfordring for lederne

Ledernes Hovedorganisations Videncenter og Lyngby Uddannelsescenter har udarbejdet en undersøgelse ”Globalisering – en udfordring for lederne i AMU-målgruppen”. Resultatet viser, at morgendagens ledere bør have bedre styr på de engelske gloser og bøjningsformer.

Ifølge cheferne selv er fremmedsprog en afgørende kompetence i lederjobbet. To ud af tre ledere mener, at det i nogen grad eller i høj grad er vigtigt for deres arbejde, at de behersker andre sprog end dansk. Omvendt tillægger kun hver tredje sprogfærdighederne ringe betydning for ledelsesindsatsen.

Ledernes Hovedorganisation ser lederne behov for at kommunikere på især engelsk som et udtryk for, at mange virksomheder er i gang med at blive mere globaliserede og har flere internationale relationer i hverdagen:

- Med et lille sprog som dansk er det selvsagt vigtigt at beherske fremmedsprog, hvis man skal interagere med omverdenen i forretningsøjemed. Samtidig kommer der flere og flere nydanskere på arbejdsmarkedet. Også i den forbindelse kan det være nyttigt, at chefen taler andet end dansk.

Jørgen Christian Wind Nielsen, Forbundet Kommunikation og Sprog. København, april 2007.

jcn@kommunikationogsprog.dk

www.kommunikationogsprog.dk

Kilder:

ELAN: Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise. December 2006. Executive Summary.

http://ec.europa.eu/education/policies/lang/doc/elan_executive_summary_en.pdf

http://ec.europa.eu/education/policies/lang/doc/elan_final_report_en.pdf

Bearbejdning af ELAN-rapporten fra engelsk til dansk af

Jørgen Christian Wind Nielsen, Forbundet Kommunikation og Sprog. København, april 2007.

Projektkoordinator Stig W. Jørgensen, CBS:

http://www.cbs.dk/nyheder_presse/menu/nyheder_nyhedsbreve/nyhedsbreve/nyhedsbreve/skk_nyhedsbreve/nyhedsbreve/skk_nyhedsbrev_februar_2007/hojreboks/er_engelsk_nok

The Thematic Network Project in the Area of Languages III (2003-2006), TNP3-D, Handelshøjskolen i Århus, maj 2007

Dan Bjerring: Ledere har behov for fremmedsprog, 26. april 2007

<http://www.idag.dk/artikel/VisArtikel.aspx?SiteID=ID&Lopenr=70426001>