

SABINE ARCHAN, HELMUT DORNMAYR

Fremdsprachenbedarf und -kompetenzen

Unternehmensbefragung zu Ausbildungsqualität und Weiterbildungsbedarf

Die vorliegende - im Rahmen der *go international* Initiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) und der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) durchgeführte - Studie des Instituts für Bildungsforschung der Wirtschaft (ibw) zeigt die Ergebnisse einer österreichweiten und branchenübergreifenden Erhebung zum Fremdsprachenbedarf der Wirtschaft sowie die im Zuge dessen gewonnenen Rückmeldungen zu Ausbildungsqualität und Weiterbildungsbedarf im Fremdsprachenbereich.

Die Ergebnisse dieser Befragung von mehr als 2.000 Unternehmen zeigen sowohl die starken internationalen Verflechtungen als auch den hohen (und zukünftig weiter wachsenden) Bedarf an Fremdsprachen (vor allem Englisch). Mehr als 80 % der Betriebe geben an, dass Englisch zumindest von einem Teil ihrer Mitarbeiter benötigt werde. Fremdsprachen werden dabei nicht mehr nur in der Führungsetage verlangt. Immerhin ein Drittel der befragten Unternehmen gibt an, dass auch die Fachkräfte in der Produktion fremdsprachenkompetent sein müssen. Die mündliche Kommunikation ist in der Regel bedeutend wichtiger als das Verfassen von Texten. In der Vermittlung von Sprechfertigkeit werden daher auch die größten Verbesserungspotentiale in der Aus- und Weiterbildung geortet.

Die in hohem Maße repräsentative Studie basiert auf einer **Online-Befragung von 2.017 österreichischen Unternehmen**, welche zufällig ausgewählt wurden.¹

Am Beginn der Erhebung stand die Frage nach der überwiegend verwendeten **Unternehmens- bzw. Konzernsprache**. Für rund 12 % der Betriebe ist Deutsch nicht die überwiegend verwendete Unternehmens- bzw. Konzernsprache, wovon der Großteil (10%) auf Englisch entfällt. Dies ist in einem Zusammenhang damit zu sehen, dass rund ein Drittel der befragten Unternehmen über Mutter- oder Tochtergesellschaften im Ausland verfügt.

Ob und welcher Bedarf an fremdsprachigen Mitarbeitern besteht, hängt zu einem wesentlichen Teil von den **Geschäftsbeziehungen zu nicht-deutschsprachigen Ländern** ab. Nur etwas mehr als ein Fünftel der beteiligten Unternehmen (22 %) gab an, keine Geschäftsbeziehungen zu nicht-deutschsprachigen Ländern zu haben. Demzufolge bestehen bei **78 %** der Betriebe solche Geschäftsbeziehungen. Der wichtigste nicht-

deutschsprachige Handelspartner ist Italien: 49 % der an dieser Erhebung beteiligten Betriebe haben Geschäftsbeziehungen zum südlichen Nachbarstaat, gefolgt von Großbritannien (35 %) und Ungarn (34 %). Etwa ein Drittel der Betriebe hat Geschäftskontakte nach Tschechien (33 %) und Frankreich (31 %). Außerhalb der EU bestehen Geschäftsbeziehungen vor allen zu den Nachbarstaaten Jugoslawiens (28 %), sowie – im außereuropäischen Raum – zu den USA (28 %) und Russland (19 %). Kontakte gibt es auch in den asiatischen Raum, vor allem zu chinesischen Firmen (16 %).

Einen eher geringen Einfluss auf das Ausmaß der Geschäftsbeziehungen hat interessanterweise die Grenznähe. 85 % jener Unternehmen, deren Standort in Grenznähe zu nicht-deutschsprachigen Nachbarstaaten liegt, haben Geschäftsbeziehungen zu nicht-deutschsprachigen Ländern. Von jenen Unternehmen, die nicht in Grenznähe angesiedelt sind, haben jedoch auch 77 % Geschäftsbeziehungen zu nicht-deutschsprachigen Ländern.

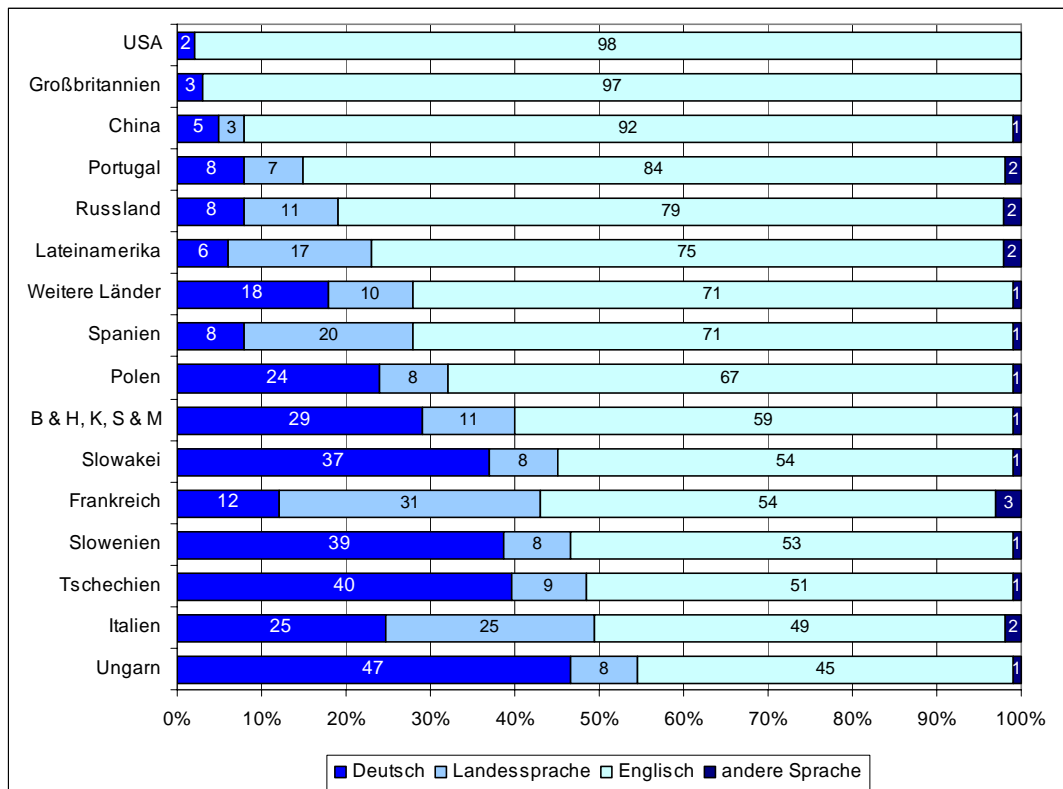
Die Bedeutung einzelner Fremdsprachen für den Kontakt zu Unternehmen in anderen Ländern lässt sich anhand der folgenden Grafik einschätzen. Auf die Frage, in welcher Sprache überwiegend die **Kommunikation im Rahmen von Geschäftsbeziehungen mit nicht-deutschsprachigen Ländern** erfolgt, wird, mit Ausnahme von Ungarn, für alle genannten Länder mehrheitlich Englisch genannt (vgl. Grafik 1). Die Sprache des jeweiligen Landes spielt eine eher geringe Rolle – sieht man von Frankreich, Italien und Spanien (bzw., damit verbun-

¹ Dabei wurden allerdings mittlere und größere Unternehmen über- sowie Ein-Personen-Unternehmen (EPU) untergewichtet. Dies hatte im Wesentlichen zwei Gründe: Zum einen sollten größere Betriebe in ausreichender Anzahl in der Stichprobe vertreten sein, um auch für diese Gruppe noch repräsentative Aussagen treffen zu können, zum anderen beschäftigen Großbetriebe wesentlich mehr Mitarbeiter, wodurch ihr Fremdsprachenbedarf quantitativ von größerer Bedeutung ist als jener von EPU.

den, Lateinamerika) ab. Zwischen 17 % und 31 % der Unternehmen, die mit diesen Ländern in Wirtschaftsbeziehungen stehen, wickeln ihre Geschäfte überwiegend in der jeweiligen Landessprache ab. Deutsch hat als Wirtschaftssprache vor allem in den 2004 beigetretenen EU-Mitgliedsländern eine besondere Bedeutung. Nahezu die Hälfte der Betriebe (47 %), die Geschäftsbeziehungen mit Ungarn haben, verwendet Deutsch als überwie-

gendes Kommunikationsmittel. Sehr hoch ist der Anteil solcher Unternehmen auch innerhalb derer, die Handelspartner in Tschechien (40 %), Slowenien (39 %), in der Slowakei (37 %) und Polen (24 %) haben. Ein knappes Drittel der Betriebe (29 %) verwendet Deutsch auch in den Wirtschaftsbeziehungen mit den Nachfolgestaaten Jugoslawiens.

GRAFIK 1: In welcher Sprache erfolgt überwiegend die Kommunikation mit den nicht-deutschsprachigen Ländern, zu denen Geschäftsbeziehungen bestehen? (in %)



Anmerkungen: Es wurden nur jene Unternehmen einbezogen, die zum jeweiligen Land in Geschäftsbeziehung stehen. So gaben beispielsweise 28 % der Unternehmen an, mit den USA Geschäftsbeziehungen zu haben. Von diesen Unternehmen wickeln 2 % ihre Geschäfte in Deutsch ab, 98 % in Englisch (= Landessprache). B & H, K, S & M = Bosnien & Herzegowina, Kroatien, Serbien und Montenegro. Großbritannien und USA: Landessprache = Englisch
 Quelle: ibw-Unternehmensbefragung (n=2.017 befragte Unternehmen)

Der Gebrauch der Sprachen in den Geschäftsbeziehungen spiegelt einerseits deren Bedeutung wider, lässt andererseits aber auch **Rückschlüsse auf die Kenntnisse in diesen Sprachen** zu. Englisch wird nicht nur überwiegend als Kommunikationsmittel im globalen Wirtschaftsleben verwendet, es ist auch jene Sprache, die am ehesten und am besten beherrscht wird. Ihre Vorherrschaft als internationale Verkehrssprache scheint daher ungebrochen. Deutsch wird in den Geschäftsbeziehungen mit den osteuropäischen Sprachen (sehr) häufig eingesetzt, da ein Großteil der dortigen Bevölkerung aufgrund der Schulbildung dieser Sprache mächtig ist. Umgekehrt heißt dies auch, dass in den österreichischen Unternehmen Ostsprachenkenntnisse nicht weit verbreitet sind. Einen Hinweis darauf gibt auch die Tatsache, dass Ostsprachen im Vergleich zu den vier europäischen Hauptsprachen Englisch, Französisch, Italienisch und Spanisch in der österreichischen Pflichtschule, aber auch auf der oberen Sekundarstufe kaum unterrich-

tet werden. Da jedoch in den östlichen Nachbarstaaten Österreichs der Anteil von Deutsch zugunsten von Englisch in den Schulen zurückgeht (vgl. EURYDICE 2005, S. 53), wird in den nächsten Jahren eine Generation in den Arbeitsmarkt eintreten, die keine oder nur mehr marginale Deutschkenntnisse besitzt. Der Erwerb von Ostsprachen in Österreich könnte daher in den künftigen Geschäftsbeziehungen einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil darstellen.

Generell wird auch jetzt schon von der überwiegenden Mehrheit der Betriebe (86 %) Fremdsprachenbedarf geortet. Lediglich 14 % sehen keinen Bedarf. Englisch wird in 45 % der befragten Betriebe vom „Großteil der Mitarbeiter“ gebraucht, „von einigen (wenigen) Mitarbeitern benötigt“ in weiteren 36 % der Unternehmen. Italienisch wird lediglich in 4 % der Betriebe „vom Großteil der Mitarbeiter“ aber in 26% „von einigen (wenigen) Mitarbeitern“ benötigt. An dritter Stelle liegt die französische Sprache. Ostsprachen werden fast nur „von einigen (we-

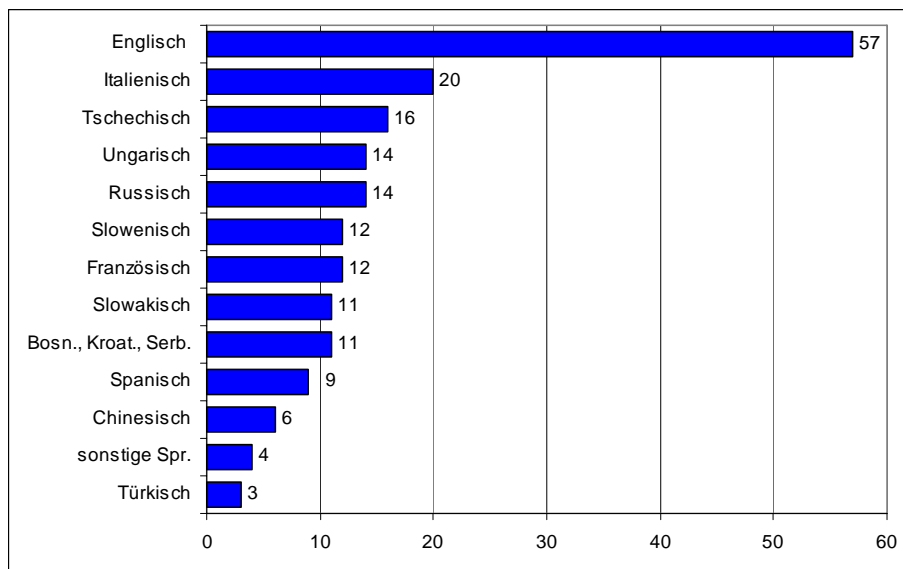
nigen) Mitarbeitern benötigt“, da – derzeit (noch) – der Großteil der Geschäftsbeziehungen in Deutsch oder Englisch abgewickelt wird. Der Erwerb bzw. die Verbesserung von Ostsprachenkenntnissen könnte den Verwendungsgrad dieser Sprachen bedeutend erhöhen.

Die fortschreitende Internationalisierung wird die **Bedeutung von Fremdsprachen weiter steigen** lassen. So stufen nahezu zwei Drittel aller befragten Unternehmen (64 %) ihren Fremdsprachenbedarf in den nächsten Jahren als „leicht“ bis „stark zunehmend“ ein. Für ein weiteres Drittel (35 %) wird er hinkünftig etwa gleich bleiben. Eine verschwindend kleine Anzahl der Betriebe (1 %) ortet leicht abnehmenden Bedarf. Kein Unternehmen sieht ihn als „stark abnehmend“.

Trotz der bereits vorhandenen hohen Bedeutung von Englisch, attestieren 57 % der befragten Unternehmen

dieser Sprache einen weiteren **Bedeutungszuwachs** (vgl. Grafik 2). Aufgrund intensiver Wirtschaftsbeziehungen mit Italien erwartet ein Fünftel der Betriebe, dass Italienisch künftig wichtiger werden wird. Bereits an dritter Stelle kommt die erste Ostsprache, Tschechisch, die 16 % der Unternehmen zufolge an Bedeutung gewinnen wird. Mit je 14 % folgen Ungarisch und Russisch, Slowenisch nennen 12 % der Betriebe. Dieses Ranking drückt den künftigen bzw. potenziellen (Mehr-)Bedarf der Unternehmen an Fremdsprachen aus, die zur Erschließung neuer Märkte gefragt sein werden. Nicht so sehr die in Österreich häufig unterrichteten Sprachen Französisch und Spanisch werden nach Ansicht der Betriebe in Zukunft an Bedeutung gewinnen, sondern eher die Sprachen der östlichen Nachbarländer Österreichs. Mitarbeiter, die diese Sprachen (gut) beherrschen, werden demnach auch am Arbeitsmarkt verstärkt punkten können.

GRAFIK 2: Welche Fremdsprachen werden für Ihr Unternehmen in Zukunft vermutlich an Bedeutung gewinnen? (in %)



Anmerkung: Bosn., Kroat., Serb. = Bosnisch, Kroatisch, Serbisch, sonstige Spr. = sonstige Sprachen

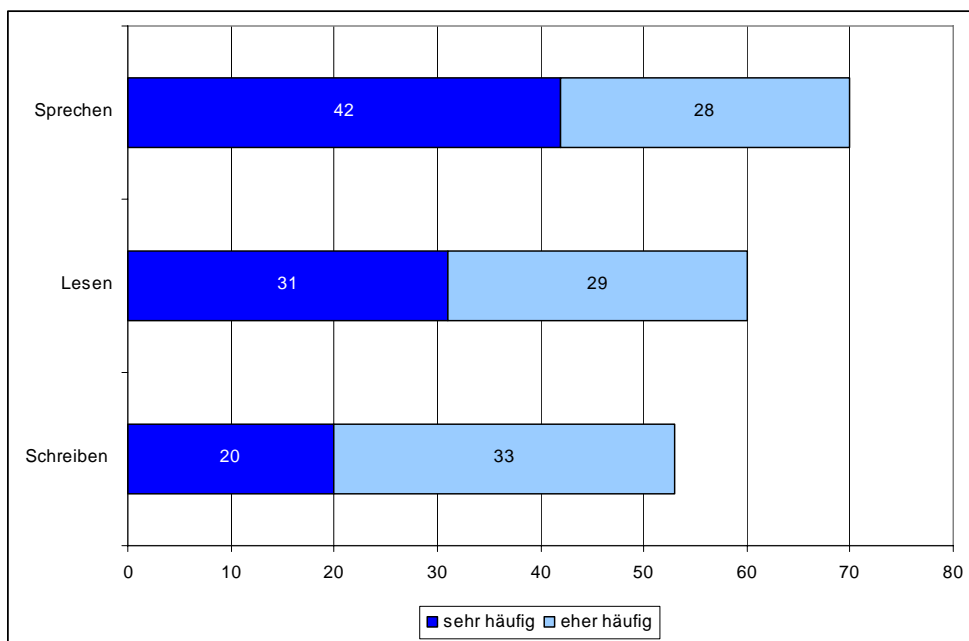
Quelle: ibw-Unternehmensbefragung (n=2.017 befragte Unternehmen)

Der Fremdsprachenbedarf ist nicht nur in den verschiedenen Branchen unterschiedlich gewichtet, er differiert auch nach der **Abteilung bzw. dem Tätigkeitsbereich** innerhalb eines Unternehmens. Erwartungsgemäß ist der Bedarf in jenen Bereichen sehr hoch, in denen Kontakte zu Kunden, Lieferanten und anderen Unternehmenspartnern bestehen. Von Vertretern der Geschäftsführung bzw. des Vorstands wird am häufigsten fremdsprachliche Kompetenz verlangt. 87 % der Unternehmen orten in diesem Bereich Fremdsprachenbedarf. Auch die mittlere Management-Ebene (zB Abteilungs- und Bereichsleiter) muss nach Aussage von 85 % der Firmen über Sprachkenntnisse verfügen, ebenso die Administrations- und Sekretariatsmitarbeiter sowie die Beschäftigten im Verkaufs-, Vertriebs- und Marketingbereich (je 82 %). Im Vergleich dazu ist der Bedarf an sprachlich versierten Fachkräften in der Produktion mit 33 % zwar geringer, für sich gesehen ist dieser Wert jedoch überraschend hoch. Immerhin ein Drittel der befragten Unternehmen attestiert dieser Mitarbeitergruppe Fremdsprachenbedarf. Dies

zeigt nicht nur die durch die Internationalisierung hervorgerufene Veränderung dieses Unternehmensbereiches, es macht auch deutlich, dass sich das Bild vom „klassischen Produktionsarbeiter“ in den letzten Jahren gewandelt hat.

Lese- und Sprechfertigkeiten werden von den Mitarbeitern in Unternehmen, die Fremdsprachenbedarf haben, am ehesten gefordert (vgl. Grafik 3). Nahezu drei Viertel aller Betriebe (70 %) geben an, dass ihre Mitarbeiter „eher“ bzw. „sehr häufig“ in einer fremden Sprache kommunizieren müssen. Die rezeptive Fertigkeit des Lesens von Texten (zB Handbüchern, Korrespondenz) wird von knapp einem Drittel der befragten Betriebe als „sehr häufig“ eingeschätzt. Weniger häufig verlangt wird das Verfassen schriftlicher Texte (Briefe, E-Mails etc.). Das Lesen (und Verstehen) schriftlicher Informationen sowie der mündliche Austausch in der fremden Sprache sind daher die im betrieblichen Alltag hauptsächlich erforderlichen Fertigkeiten. Diese gilt es daher verstärkt auch in der Aus- und Weiterbildung zu berücksichtigen.

GRAFIK 3: Welche Fertigkeiten in fremden Sprachen sind von den Mitarbeitern hauptsächlich gefordert? (in %)



Quelle: ibw-Unternehmensbefragung (n=2.017 befragte Unternehmen)

In mehr als einem Fünftel (22 %) der Unternehmen spielen Fremdsprachenkenntnisse „(fast) immer“ eine Rolle bei der **Auswahl künftiger Mitarbeiter**. Weitere 28 % der befragten Betriebe geben Fremdsprachenkenntnisse als „häufiges“ Selektionskriterium an. D.h. dass zumindest für die Hälfte der Betriebe – in Großbetrieben noch deutlich stärker als in Kleinbetrieben – Fremdsprachenkenntnisse häufig ein wichtiges Element der Personalauswahl sind und damit die Beschäftigungschancen von Arbeitssuchenden maßgeblich beeinflussen. Ein knappes Drittel verlangt Fremdsprachenkenntnisse „selten“, lediglich für ein Fünftel sind sie „nie“ von Bedeutung.

Die überwiegende Mehrheit der Mitarbeiter, die Fremdsprachen benötigen, hat diese „in der Ausbildung (Schule/Studium)“ erworben. Die Mitarbeiter von 85 % der an der Befragung beteiligten Betriebe haben sich ihr linguistisches Know-how „sehr häufig“ bzw. „eher häufig“ im Rahmen der formalen Bildung angeeignet. Die Weiterbildung rangiert mit 11 % als „sehr häufiger“ Lernplatz bereits mit beachtlichem Abstand an zweiter Stelle. Eine zu 9 % „sehr häufige“ Form des Fremdspracherwerbs sind auch „Auslandsaufenthalte und Reisen“. Mit nur einem Prozentpunkt weniger spielt das private Umfeld eine wesentliche Rolle. 8 % der Betriebe gaben an, dass ihre Mitarbeiter Sprachkenntnisse „sehr häufig“ bzw. „eher häufig“ zu Hause, d.h., „als Muttersprache“ erworben haben. Dieser Wert ist erstaunlich niedrig: Das Potenzial, das durch die Mehrsprachigkeit anerkannter Minderheiten bzw. Immigranten vorhanden ist, wird nach wie vor zu wenig genutzt.

Gerade für den Kontakt zu den neuen EU-Mitgliedsstaaten wäre es vorteilhaft, in Österreich lebende Bürger aus diesen Ländern zu beschäftigen und sich so auch ihrer wertvollen Sprach- und interkulturellen Kenntnisse zu bedienen.

Das größte **Verbesserungspotenzial** an der Fremdsprachenausbildung in Institutionen der formalen Bildung orten Unternehmen in der verbalen Kommunikation. Gerade die Vermittlung jener Fertigkeit, die am häufigsten verlangt wird (vgl. Grafik 3), ist nach Ansicht von knapp drei Viertel (72 %) aller an dieser Erhebung beteiligten Unternehmen verbesserungswürdig. Der schriftliche Gebrauch der Fremdsprache wird hingegen lediglich von 39 % der Betriebe als verbesserungswürdig gesehen. Die Fremdsprachenausbildung in der Erstausbildung, in der eher Wert auf Schriftlichkeit und den grammatikalisch einwandfreien Umgang mit der Sprache gelegt wird, entspricht daher in diesem Bereich nicht den Anforderungen der betrieblichen Praxis.

Bezogen auf das Weiterbildungsangebot wünschen sich die Betriebe vor allem auch einen stärkeren Einsatz von *native speakers*.

Aus den Ergebnissen dieser Studie lassen sich eine Reihe von **Schlussfolgerungen und Empfehlungen** für das österreichische Aus- und Weiterbildungsangebot ableiten. Diesbezüglich sei auf die unten angeführte Studie verwiesen.

Der Volltext der Studie (119 Seiten) ist als *ibw-Forschungsbericht Nr. 131* (ISBN 3-902358-29-7) vor kurzem erschienen und kann am *ibw* bezogen werden.

[\(zur Bestellung\)](#)

[\(Download der Studie\)](#)