

Mehrsprachigkeit in der unternehmensinternen und -externen Kommunikation in Unternehmen in Pohjanmaa: Ergebnisse einer Befragung¹

Margit Breckle
Deutsche Sprache und Literatur
Universität Vaasa

This paper addresses multilingualism in companies' internal and external communication. It presents the selected results of a survey, which was carried out within the project Corporate communications between Ostrobothnia and the German-speaking countries. The questionnaire was sent to 145 companies in the Finnish regions Ostrobothnia, South Ostrobothnia and Central-Ostrobothnia, which have business contacts with the German-speaking countries. The paper focuses on the language skills of respondents, on the use of multiple languages in the work context – within the company as well as externally – and on the role of languages in an organizational context. The study shows that the respondents not only have diverse language skills in four or more languages, but they usually interact in several working languages. Usually, several languages are used in the companies' internal communication. In the companies' external communication with German business partners, English and German play an important role. According to the respondents, these two languages – as well as Russian – are regarded as important in the work context, and expected to remain so in the future.

Schlüsselwörter: Mehrsprachigkeit, unternehmensinterne Kommunikation, unternehmensexterne Kommunikation, Pohjanmaa, deutschsprachige Länder

1 Einleitung

Mehrsprachigkeit wird traditionell als Phänomen betrachtet, das (i) Individuen, (ii) Gesellschaften (Territorien) und (iii) Institutionen betreffen kann (Riehl 2009: 60 mit Bezug auf Lüdi und Py 1984: 4). Mit der zunehmenden Internationalisierung von Unternehmen wird dem Phänomen der Mehrsprachigkeit an Arbeitsplätzen seit einigen Jahren verstärkt Aufmerksamkeit gewidmet. Dabei interessiert sich nicht mehr ausschließlich die Mehrsprachigkeitsforschung selbst für dieses Phänomen (z. B. ELAN 2006, Lavric 2008 oder Lüdi, Höchle und Yanaprasart 2010), sondern auch andere Disziplinen wie *International Business* (z. B. Piekkari, Welch und Welch 2014). Eine neue Entwicklung ist zudem die Fokussierung auf so genannte plurilinguale Profile von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in der internationalen Geschäftskommunikation, auf deren Basis Lernziele für ein plurilinguales Curriculum entwickelt werden sollen (Schlabach im Druck). Plurilingual bezieht sich dabei auf die individuelle Mehrsprachigkeit und bezeichnet die Fähigkeit, zwei und mehr Sprachen (GER 2001)

¹ Die Untersuchung wurde durch *Handlanden Gustaf Svanljungs donationsfond* und *Aktiastiftelsen i Vasa* finanziell unterstützt.

bzw. drei und mehr Sprachen (Schlabach im Druck) zum Zweck der Kommunikation zu nutzen.

Vor dem Hintergrund, dass einerseits Deutschland seit 2014 wieder Finnlands wichtigster Handelspartner ist (Deutsch-Finnische Handelskammer 2015) und die deutschsprachigen Länder die wichtigste Ländergruppe des finnischen Außenhandels darstellen sowie andererseits die Region Pohjanmaa durch eine starke Exportorientierung geprägt ist, geht es im vorliegenden Beitrag um Mehrsprachigkeit von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Unternehmen in Pohjanmaa², die Kontakte in die deutschsprachigen Länder haben. Die dem Beitrag zugrunde liegende Befragung mittels Fragebogen wurde im Rahmen des Projekts *Unternehmenskommunikation zwischen Pohjanmaa und den deutschsprachigen Ländern* durchgeführt. Befragungen – wie auch Interviews – stellen dabei ein anerkanntes Instrument zur Erhebung von Kommunikationsvorgängen in Unternehmen post-hoc dar (siehe Abschnitt 2). Der vorliegende Beitrag beleuchtet folgende Aspekte:

1. Welche Sprachkenntnisse haben die Befragten und wie mehrsprachig sind sie?
2. Inwiefern werden mehrere Sprachen im Arbeitskontext verwendet?
 - a) Welche Sprachen und Sprachkombinationen verwenden die Befragten in der unternehmensinternen Kommunikation?
 - b) Welche Sprachen und Sprachkombinationen verwenden die Befragten in der unternehmensexternen schriftlichen bzw. mündlichen Kommunikation mit deutschsprachigen Geschäftspartnern?
3. Welche (zukünftige) Bedeutung messen die Befragten Sprachen im Arbeitskontext bei?

Der Beitrag ist wie folgt aufgebaut: In Abschnitt 2 wird der Stand der Forschung in Bezug auf die Verwendung von Sprachen in der deutsch-finnischen Unternehmenskommunikation dargestellt, bevor in Abschnitt 3 die Befragung selbst präsentiert wird. In Abschnitt 4 stehen die Ergebnisse der Befragung hinsichtlich Mehrsprachigkeit im Zentrum der Betrachtung, und ein Fazit wird in Abschnitt 5 gezogen.

2 Stand der Forschung

Die Unternehmenskommunikation zwischen Unternehmen in Finnland und in Deutschland bzw. den deutschsprachigen Ländern wurde erstmals vor gut 20 Jahren in den Mittelpunkt der wissenschaftlichen Betrachtung gestellt. So untersuchten Müntzel und Tiittula (1995) in ihrer Bedarfsanalyse die Verwendung von Deutsch bei Mitgliedsunter-

² *Pohjanmaa* wird im vorliegenden Beitrag als Hyperonym verstanden für die Regionen Pohjanmaa, Etelä-Pohjanmaa und Keski-Pohjanmaa; aus Gründen der Lesbarkeit wird im Folgenden jedoch nur *Pohjanmaa* verwendet. In Fällen, in denen spezifisch die Region Pohjanmaa als Unterbegriff gemeint ist, wird dies durch den Zusatz *Region* explizit verdeutlicht.

nehmen der Deutsch-Finnischen Handelskammer sowohl in Deutschland als auch in Finnland. Die Befragung, die mittels Fragebogen durchgeführt wurde und deren Schwerpunkt vor allem auf der schriftlichen Kommunikation lag, zeigte, dass die Befragten in den erfragten Kommunikationssituationen mit den deutschen Geschäftspartnern in erster Linie Deutsch verwenden.

Die regional ausgerichtete Untersuchung von Minkkinen und Reuter (2001) beschäftigt sich mit der Verwendung von Deutsch in Unternehmen in Pirkanmaa, die Geschäftskontakte in die deutschsprachigen Länder haben. Auf Basis einer Befragung mittels Fragebogen sowie Interviews kommen Minkkinen und Reuter zu dem Schluss, dass die Befragten im Kontakt mit den deutschsprachigen Geschäftspartnern hauptsächlich Deutsch verwenden; Englisch spielt jedoch sowohl in der schriftlichen als auch in der mündlichen Kommunikation eine gewisse Rolle.

Kantanen (2010) beschäftigt sich in ihrer Magisterarbeit im Rahmen des FinGer-Projekts an der Universität Jyväskylä mit der Verwendung von Sprachen und besonders Deutsch in finnischen Unternehmen. Sie kommt zu dem Schluss, dass die befragten Unternehmen Sprachkenntnisse für wichtig halten, wobei besonders die Bedeutung von Englisch hervorgehoben wurde. Deutsch spielt nur in Unternehmen, die Geschäftskontakte in die deutschsprachigen Länder unterhalten, eine Rolle; in diesen wird Deutsch jedoch recht häufig verwendet, vor allem in mündlichen Kommunikationssituationen.

3 Befragung

Die Befragung mittels Fragebogen wurde im Herbst 2015 im Rahmen des Projekts *Unternehmenskommunikation zwischen Pohjanmaa und den deutschsprachigen Ländern* durchgeführt. Die Fragen im Fragebogen basierten dabei größtenteils auf Müntzel und Tiittula (1995), Minkkinen und Reuter (2001) und Kantanen (2010). Im Rahmen des Projekts wurden 145 Unternehmen in den Regionen Pohjanmaa, Etelä-Pohjanmaa und Keski-Pohjanmaa befragt, die Geschäftskontakte zu Unternehmen in den deutschsprachigen Ländern haben. Der Fragebogen war sowohl auf Finnisch als auch auf Schwedisch erhältlich und bestand aus folgenden Teilen: 1. Hintergrundinformationen des Unternehmens; 2. Hintergrundinformationen des/der Befragten; 3. Arbeitssprachen und Deutschkenntnisse; 4. Schriftliche Kommunikation; 5. Mündliche Kommunikation; 6. Sprachendienste. In die Auswertung gingen 36 Fragebögen (21 finnisch- und 15 schwedischsprachige) ein, was einem Rücklauf von 24,8 % entspricht. Die Befragung wurde mit dem Programm Excel ausgewertet.

Bei den Befragten handelt es sich um Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Unternehmen in den Regionen Pohjanmaa, Etelä-Pohjanmaa und Keski-Pohjanmaa, die Geschäftskontakte mit Unternehmen in Deutschland, Österreich und/oder der Schweiz haben. Sie arbeiten zumeist im Management (89 %) und sind im jeweiligen Unternehmen für die

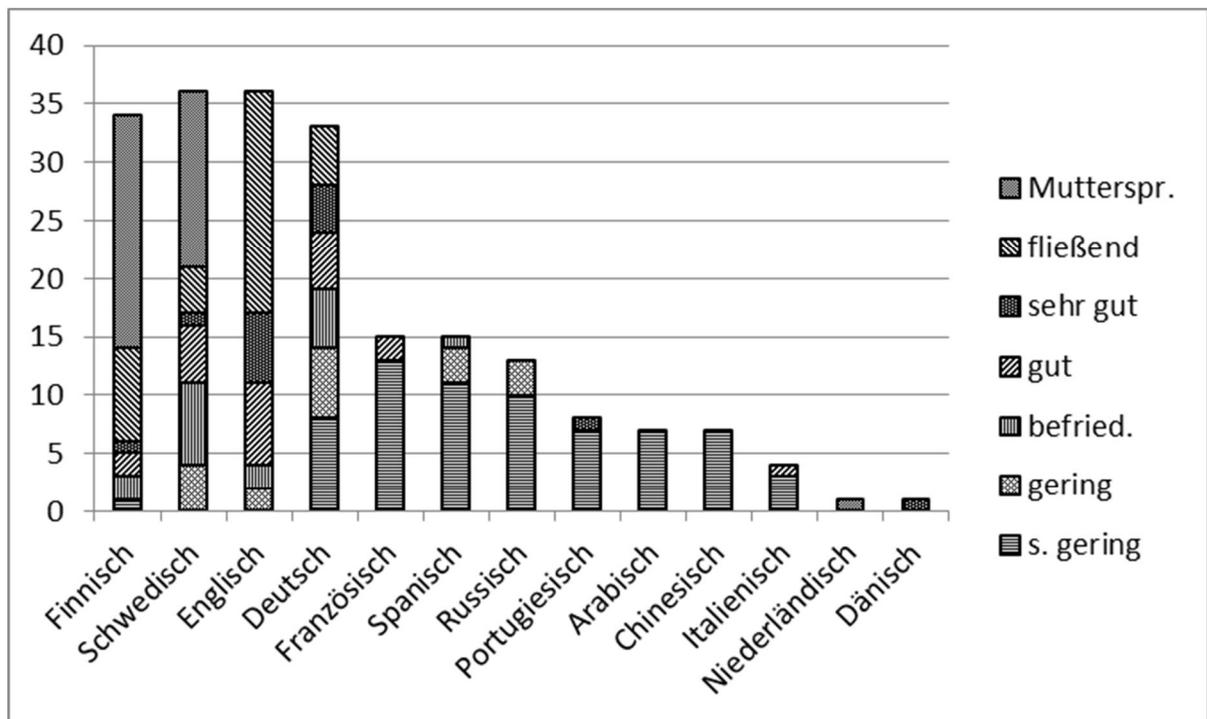
Geschäftskontakte mit den deutschsprachigen Ländern zuständig. Bei den Unternehmen handelt es sich vor allem um kleine (36 %) und mittelgroße (44 %) Unternehmen im Industriebereich (72 %), z. B. in der Metallindustrie (25 %). Die Geschäftsbeziehungen mit den deutschsprachigen Ländern machen bei einem Großteil der Unternehmen (86 %) weniger als 25 % ihres Umsatzes aus.

4 Ergebnisse der Befragung

In diesem Abschnitt werden die Ergebnisse der Befragung hinsichtlich Mehrsprachigkeit präsentiert. In Abschnitt 4.1 wird dabei dargestellt, welche Sprachkenntnisse die Befragten angeben und wie mehrsprachig sie sind, während sich Abschnitt 4.2 der Frage widmet, inwiefern die Befragten mehrere Sprachen im Arbeitskontext verwenden. Konkreter werden dabei die unternehmensinterne Kommunikation (Abschnitt 4.2.1) und die unternehmensexterne (schriftliche bzw. mündliche) Kommunikation mit deutschsprachigen Geschäftspartnern (Abschnitt 4.2.2) in den Blick genommen. Zudem wird die Bedeutung von Sprachen im Arbeitskontext thematisiert (Abschnitt 4.3)

4.1 Sprachkenntnisse und individuelle Mehrsprachigkeit

Bei den Befragten wurden einerseits die Sprachkenntnisse erfragt (siehe Grafik 1), und andererseits wurde ermittelt, wie mehrsprachig die Befragten sind, d. h. wie viele Sprachen sie sprechen (siehe Grafik 2).

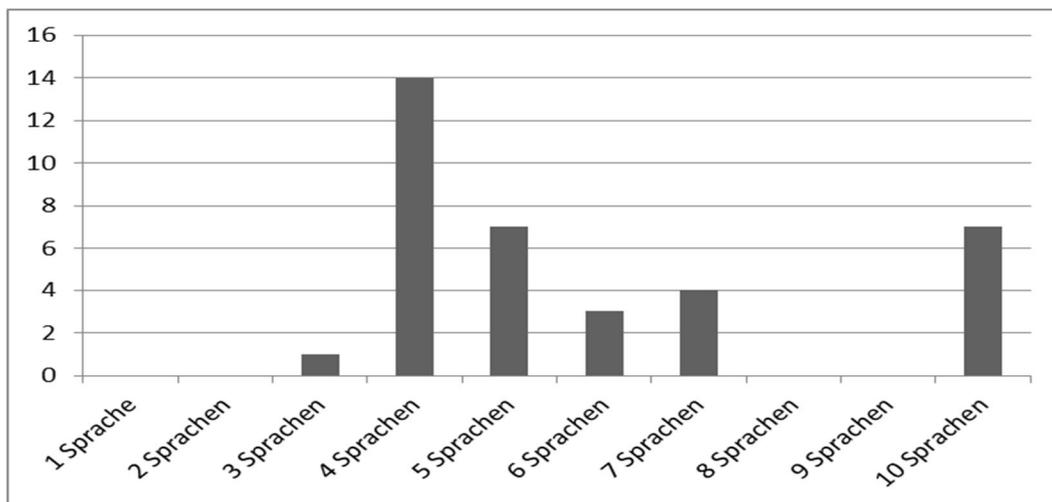


Grafik 1. Sprachkenntnisse der Befragten; Selbsteinschätzung (n=36)

Fast alle der 36 Befragten (97 %, 35)³ sagen aus, entweder Finnisch oder Schwedisch als Muttersprache zu sprechen (Finnisch 56 %, 20; Schwedisch 42 %, 15; siehe Grafik 1). 25 % der Befragten mit Finnisch als Nicht-Muttersprache geben an, Finnisch fließend oder sehr gut zu sprechen; Schwedisch als Nicht-Muttersprache wird etwas schlechter beherrscht.

Von den Fremdsprachen beherrschen die Befragten Englisch am besten, gefolgt von Deutsch. Mehr als Zweidrittel der Befragten (70 %, 25) schätzen sich im Englischen als fließend oder sehr gut ein. Bei Deutsch schwankt das Sprachniveau sehr stark: 25 % (9) der Befragten meinen, Deutsch fließend oder sehr gut zu beherrschen, und mehr als Hälfte der Befragten (53 %, 19) schätzt die eigenen Deutschkenntnisse als mindestens befriedigend ein, während 39 % (14) meinen, Deutsch wenig oder sehr wenig zu können. Insgesamt geben 92 % (33) der Befragten an, Deutschkenntnisse zu haben.

Die anderen Fremdsprachen werden von den Befragten deutlich weniger beherrscht: Französisch- und Spanischkenntnisse geben jeweils 42 % (15) und Russischkenntnisse 36 % (13) der Befragten an, wobei sich die Befragten meist sehr geringe oder geringe Sprachkenntnisse attestieren. Insgesamt werden von den 36 Befragten – neben den einheimischen Sprachen Finnisch und Schwedisch – Kenntnisse in elf verschiedenen Fremdsprachen genannt.



Grafik 2. Mehrsprachigkeitsrate der Befragten (n=36)

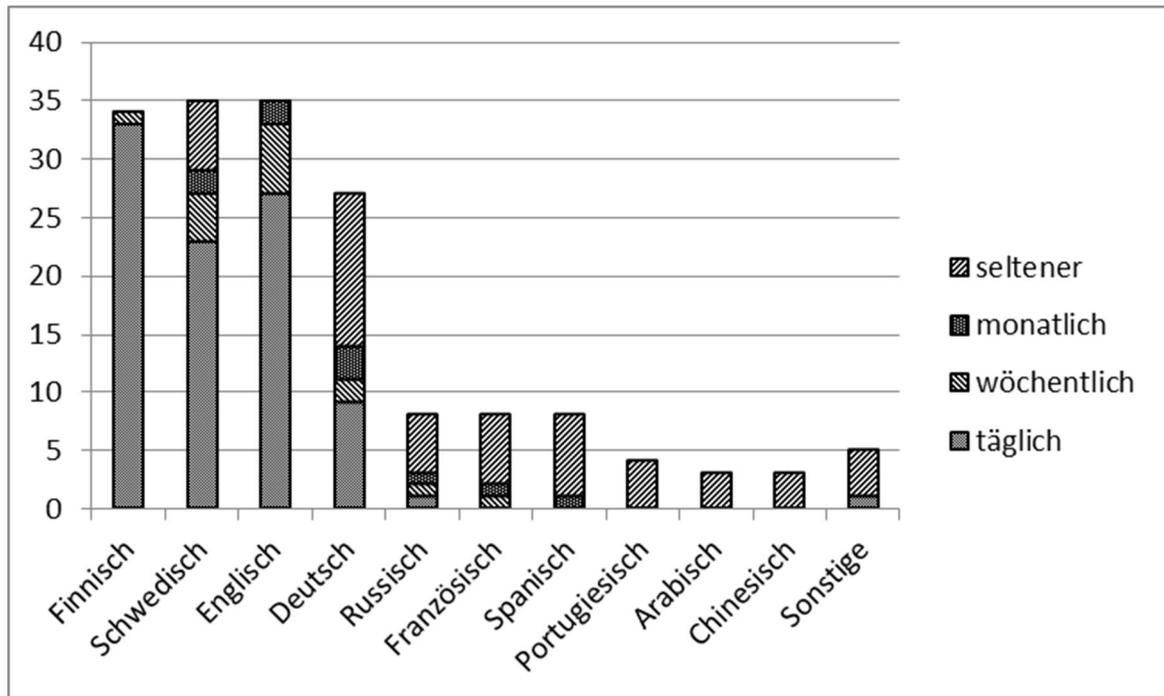
Betrachtet man die Mehrsprachigkeitsrate der Befragten, d. h. in wie vielen Sprachen sie Sprachkenntnisse angeben, ergibt sich folgendes Bild (siehe Grafik 2): Fast alle der 36 Befragten (97 %, 35) geben an, Sprachkenntnisse in vier und mehr Sprachen zu haben, wobei das Maximum bei zehn Sprachen liegt. 39 % (14) der Befragten nennen Sprachkenntnisse in vier Sprachen, und knapp ein Fünftel der Befragten (19 %, 7)

³ Die Zahl nach der Prozentangabe gibt hier und im Folgenden die absolute Zahl der Befragten an.

attestiert sich Sprachkenntnisse in zehn Sprachen. Man kann also festhalten, dass die Befragten mehrsprachig sind und dass Sprachkenntnisse in vier Sprachen und mehr die Regel ist.

4.2 Verwendung mehrerer Sprachen im Arbeitskontext

Ein weiterer Aspekt, der in Bezug auf Mehrsprachigkeit im Arbeitskontext von Bedeutung ist, sind die von den Befragten verwendeten Arbeitssprachen (siehe Grafik 3).



Grafik 3. Von den Befragten verwendete Arbeitssprachen (n=36)

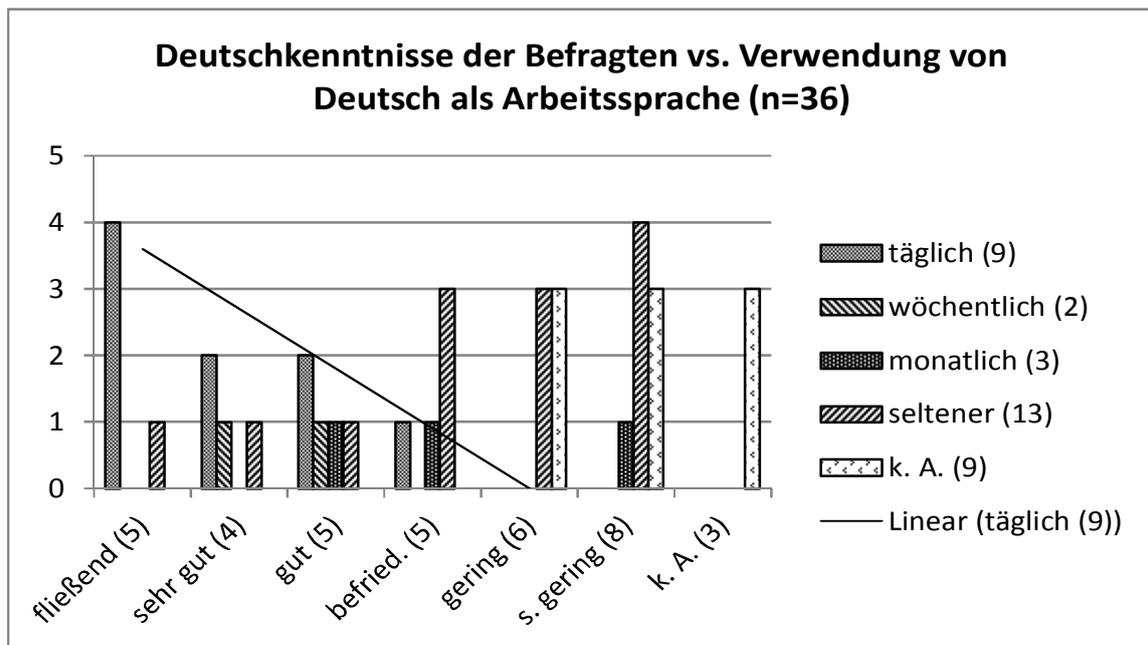
Wie in Grafik 3 zu sehen, agieren die meisten Befragten im Arbeitskontext mit mehreren Arbeitssprachen. Finnisch, Englisch und Schwedisch werden dabei als die am häufigsten verwendeten Arbeitssprachen genannt; fast alle Befragten (95 %, 34) geben an, Finnisch täglich zu verwenden, bei Englisch sind es Dreiviertel (75 %, 27) und bei Schwedisch knapp Zweidrittel (64 %, 23) der Befragten.

Nach Englisch ist Deutsch die am zweithäufigsten verwendete Fremdsprache. Ein Viertel der Befragten (25 %, 9) gibt an, Deutsch täglich zu benutzen, und insgesamt 39 % (14) mindestens monatlich. 36 % (13) der Befragten verwenden Deutsch seltener als monatlich, aber insgesamt nennen Dreiviertel der Befragten (75 %, 27), dass sie Deutsch in irgendeiner Weise als Arbeitssprache benutzen.

Die anderen Fremdsprachen wie Französisch, Spanisch, Russisch, Arabisch und Chinesisch werden von deutlich weniger Befragten als Arbeitssprache verwendet. So liegt der

Anteil für Russisch, Französisch und Spanisch bei jeweils 22 % (8); laut den Befragten werden die Sprachen zumeist seltener als monatlich verwendet.

Im Folgenden wird der Versuch unternommen, exemplarisch für Deutsch den Zusammenhang zwischen den von den Befragten angegebenen Sprachkenntnissen und der Verwendung der Sprache als Arbeitssprache darzustellen (siehe Grafik 4):



Grafik 4. Deutschkenntnisse der Befragten (Selbsteinschätzung) vs. Verwendung von Deutsch als Arbeitssprache (n=36)⁴

Grafik 4 offenbart einen Zusammenhang zwischen den Sprachkenntnissen der Befragten und der Verwendung der Sprache als Arbeitssprache: Je besser die Befragten ihre eigenen Deutschkenntnisse einschätzen, desto häufiger verwenden sie die Sprache auch im Arbeitskontext. So tendieren Befragte, die ihre Deutschkenntnisse als gut, sehr gut oder fließend einschätzen, eher dazu, Deutsch täglich benutzen, als dies bei Befragten mit schwächeren Deutschkenntnissen der Fall ist. Umgekehrt könnte der Zusammenhang zwischen den Sprachkenntnissen und der Verwendung der Sprache als Arbeitssprache aber auch folgendermaßen interpretiert werden: Je häufiger die Befragten Deutsch im Arbeitskontext verwenden, desto mehr üben sie die Sprache, so dass sich dadurch ihre Deutschkenntnisse verbessern.

In Bezug auf die Verwendung von Sprachen im Arbeitskontext zeigt sich also, dass die Befragten in der Regel mehrere Arbeitssprachen verwenden. Wie exemplarisch anhand von Deutsch dargestellt, kann dabei ein Zusammenhang zwischen den Sprachkenntnissen und der Verwendung der Sprache als Arbeitssprache beobachtet werden.

⁴ In der Grafik geben die Zahlen in Klammern die absolute Anzahl an.

4.2.1 Unternehmensinterne Kommunikation

Was die Verwendung mehrerer Sprachen in der unternehmensinternen Kommunikation angeht, ergibt sich folgendes Bild (siehe Tabelle 1):

Tabelle 1. In der internen Kommunikation der Unternehmen verwendete Sprachen (n=36)

Sprache	n=36	%
Finnisch + Schwedisch + Englisch	8	22 %
Finnisch	6	17 %
Schwedisch	5	14 %
Finnisch + Schwedisch	4	11 %
Finnisch + Englisch	4	11 %
Finnisch + Schwedisch + Englisch +Deutsch	4	11 %
Finnisch + Englisch + Deutsch	2	6 %
Englisch	1	3 %
Finnisch + Schwedisch + Englisch + Französisch	1	3 %
Finnisch + Schwedisch + Englisch + Russisch + Polnisch	1	3 %

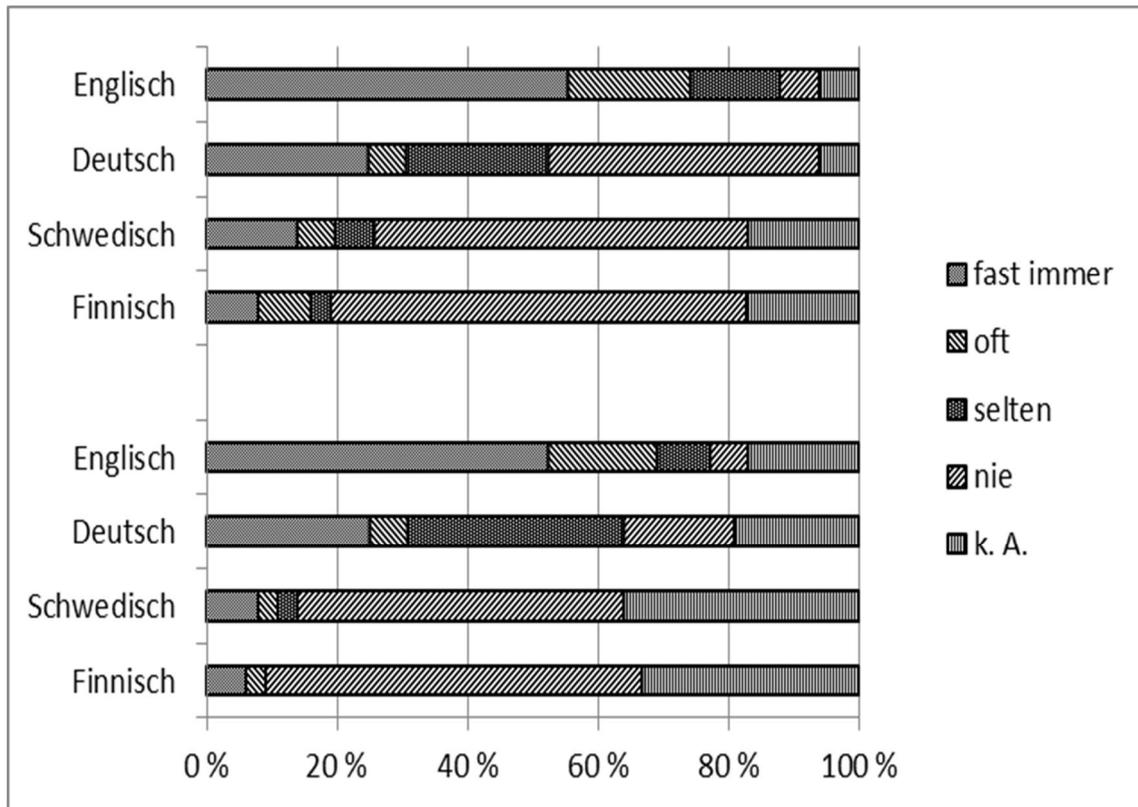
Wie in Tabelle 1 zu sehen, wird in Zweidrittel der befragten Unternehmen (67 %, 24) mehr als eine Sprache in der internen Kommunikation verwendet, wobei das Maximum bei fünf Sprachen liegt. Zwei Sprachen in der internen Unternehmenskommunikation werden in 8 Unternehmen (22 %) verwendet, drei Sprachen in zehn Unternehmen (28 %), vier Sprachen in fünf Unternehmen (14 %) und fünf Sprachen in einem Unternehmen (3 %).

Die häufigste Sprachenkombination ist Finnisch, Schwedisch und Englisch (22 %, 8). Der Anteil der Unternehmen mit Finnisch als einer der Sprachen der internen Kommunikation liegt bei 83 % (30); Schwedisch wird in 64 % (23) der Unternehmen in der internen Kommunikation verwendet und Englisch in 58 % (21) der Unternehmen. Deutsch wird in sechs der befragten Unternehmen (17 %) in der internen Kommunikation benutzt; die Sprachkombinationen sind dabei in vier Unternehmen (11 %) Finnisch + Schwedisch + Englisch +Deutsch sowie in zwei Unternehmen (6 %) Finnisch + Englisch + Deutsch.

Es zeigt sich also, dass in der unternehmensinternen Kommunikation der befragten Unternehmen in der Regel mehrere Sprachen verwendet werden.

4.2.2 Unternehmensexterne Kommunikation

Nimmt man die unternehmensexterne Kommunikation in den Blick, ergibt sich für die Verwendung mehrerer Sprachen in der schriftlichen bzw. mündlichen Kommunikation mit deutschsprachigen Geschäftspartnern folgendes Bild (siehe Grafik 5):



Grafik 5. Häufigkeit der Sprachen in der schriftlichen (oben) und mündlichen (unten) Kommunikation (n=36) (%)

Im oberen Teil der Grafik 5 ist die Häufigkeit der Sprachen dargestellt, die die Befragten in der schriftlichen unternehmensexternen Kommunikation mit deutschsprachigen Geschäftspartnern verwenden; der untere Teil der Grafik zeigt die Häufigkeit der Sprachen in der mündlichen unternehmensexternen Kommunikation. Die Sprachen, die in der sowohl in der schriftlichen als auch in der mündlichen unternehmensexternen Kommunikation mit deutschsprachigen Geschäftspartnern verwendet werden, sind vor allem Englisch und Deutsch, in geringem Umfang auch Schwedisch und Finnisch.

In der schriftlichen unternehmensexternen Kommunikation mit den deutschsprachigen Geschäftspartnern geben 75 % (27) der Befragten an, Englisch fast immer oder oft zu benutzen; der entsprechende Anteil für Deutsch liegt bei 31 % (11). Insgesamt findet Englisch in der schriftlichen Kommunikation mit deutschsprachigen Geschäftspartnern bei 89 % (32) der Befragten in irgendeiner Weise Verwendung, Deutsch bei 53 % (19), Schwedisch bei 25 % (9) und Finnisch bei 19 % (7).

In der mündlichen unternehmensexternen Kommunikation mit deutschsprachigen Geschäftspartnern wird von 70 % (25) der Befragten fast immer oder oft Englisch verwendet. Der entsprechende Anteil für Deutsch liegt – wie schon für die schriftliche Kommunikation – bei 31 % (11). Allerdings liegt der Anteil derer, die insgesamt Deutsch in der mündlichen Kommunikation verwenden, um gut 10 % höher als bei der

schriftlichen Kommunikation, und zwar bei 64 % (23; im Vergleich zu 53 %, 19). Der entsprechende Anteil für Englisch liegt bei 78 % (28), für Schwedisch bei 14 % (5) und für Finnisch bei 8 % (3). Es zeigt sich also, dass sowohl in der schriftlichen als auch in der mündlichen unternehmensexternen Kommunikation mit deutschsprachigen Geschäftspartnern vor allem Englisch und Deutsch eine zentrale Rolle spielen.

Betrachtet man die Sprachen, die die Befragten in verschiedenen mündlichen unternehmensexternen Kommunikationssituationen mit deutschsprachigen Geschäftspartnern verwenden, ergibt sich folgendes Bild (siehe Tabelle 2):

Tabelle 2. Verwendete Sprachen in verschiedenen mündlichen Kommunikationssituationen mit deutschsprachigen Geschäftspartnern (n=36) (%)

Kommunikationssituation	Englisch	Deutsch	Dtsch + Engl.	Dtsch + Engl. + Frz.	Dtsch + Engl. + Schw.	k. A.
Verhandlungen	67	17	3	0	0	14
Besprechungen	67	14	6	0	0	14
Unternehmenspräsentation	58	14	14	0	0	14
Telefonate	56	22	6	0	3	14
Produktpräsentation	53	14	17	0	0	17
Gespräche mit Adobe Connect, Skype o. Ä.	50	1	0	0	0	36
Kundendienst	47	17	14	3	0	19
Messen	39	25	14	3	0	19
Informelle Treffen	39	22	19	0	0	19

Englisch ist die gewöhnlichste Sprache, die die Befragten in mündlichen unternehmensexternen Kommunikationssituationen mit deutschsprachigen Geschäftspartnern verwenden, und wird von den Befragten mehrheitlich in allen mündlichen Kommunikationssituationen benutzt. Die Anteile liegen hier zwischen 67 % (24, Verhandlungen und Besprechungen) und 39 % (14, Messen und informelle Treffen). Ausschließlich Deutsch wird am häufigsten auf Messen (25 %, 9), bei informellen Treffen (22 %, 8) und bei Telefonaten (22 %, 8) verwendet. In mehreren Kommunikationssituationen gebrauchen die Befragten sowohl Englisch als auch Deutsch. Die gewöhnlichsten Situationen sind hier informelle Treffen (19 %, 7) und Produktpräsentationen (17 %, 6). Andere Sprachenkombinationen, die von einzelnen Befragten genannt werden, sind Deutsch + Englisch+ Französisch bzw. Deutsch + Englisch + Schwedisch (jeweils 3 %, 1). Es zeigt sich also, dass in den mündlichen unternehmensexternen Kommunikationssituationen mit deutschsprachigen Geschäftspartnern vor allem Englisch, aber auch Deutsch verwendet wird, ggf. auch kombiniert.

4.3 Bedeutung von Sprachen im Arbeitskontext

Abschließend sollen die Auffassungen der Befragten in Bezug auf die Bedeutung von Sprachen im Arbeitskontext in den Blick genommen werden. Da hierbei auch die Er-

wartungen der Befragten hinsichtlich einer möglichen vermehrten Verwendung in der Zukunft von Belang sind, sollten die Befragten einschätzen, ob die Bedeutung von Sprachen in Zukunft in der eigenen Branche zunimmt (siehe Tabelle 3).

Tabelle 3. Auffassung der Befragten hinsichtlich der Zunahme der Bedeutung von Sprachen in Zukunft in der eigenen Branche (n=36) (%)

Sprache	ja	nein	ich weiß nicht	k. A.
Englisch	72	14	0	14
Deutsch	50	28	8	14
Russisch	44	17	8	31
Schwedisch	36	42	6	17
Französisch	36	22	6	36
Spanisch	25	19	8	47
Finnisch	14	53	8	25
Chinesisch	14	14	6	67
Portugiesisch	3	25	6	67
Arabisch	0	25	6	69

Was die Zunahme der Bedeutung von Sprachen in Zukunft in der eigenen Branche angeht, rangiert Englisch auf dem ersten Platz, gefolgt von Deutsch und Russisch. So erwarten 72 % (26) der Befragten, dass die Bedeutung von Englisch in der Zukunft steigen wird. An die Zunahme der Bedeutung von Deutsch glaubt die Hälfte der Befragten (50 %, 18), und 44 % (16) halten es für wahrscheinlich, dass die Bedeutung von Russisch in Zukunft wachsen wird. Die Anteile für Schwedisch und Französisch liegen jeweils bei 36 % (13) und für Spanisch bei 25 % (9). Die anderen Sprachen spielen den Befragten zufolge in diesem Zusammenhang eine untergeordnete Rolle.

Inwieweit Sprachkenntnisse den Befragten zufolge die Berufsaussichten in der eigenen Branche verbessern, soll im Folgenden exemplarisch für Deutsch dargestellt werden (siehe Tabelle 4):

Tabelle 4. Verbessern Deutschkenntnisse die Berufsaussichten in den Branchen der Befragten (n=36)

Deutschkenntnisse verbessern die Berufsaussichten in der Branche	n=36	%
ja	15	42
vielleicht	9	25
nein	11	31
k. A.	1	3

Wie in Tabelle 4 zu sehen, sind Zweidrittel der Befragten (67 %, 24) der Auffassung, dass Deutschkenntnisse (möglicherweise) die Berufsaussichten in ihrer Branche verbessern, davon bejahen dies 42 % (15) klar.

Was die Bedeutung von Sprachen im Arbeitskontext angeht, zeigt sich also, dass die Befragten vor allem Englisch und Deutsch, aber auch Russisch eine wichtige Bedeutung in Zukunft beimessen.

5 Fazit

Auf Basis der Ergebnisse der Befragung hinsichtlich Mehrsprachigkeit der Befragten im Arbeitskontext lassen sich folgende Schlussfolgerungen ziehen: Sprachen spielen den Befragten zufolge eine wichtige Rolle. So haben die Befragten nicht nur vielfältige Sprachkenntnisse in vier und mehr Sprachen, sondern sie agieren meist auch mit mehreren Arbeitssprachen. Dabei zeigt sich – exemplarisch für Deutsch – ein Zusammenhang zwischen den Sprachkenntnissen und der Verwendung der Sprache im Arbeitskontext: Je bessere Deutschkenntnisse sich die Befragten attestieren, desto häufiger benutzen sie die Sprache als Arbeitssprache. Für die unternehmensinterne Kommunikation lässt sich festhalten, dass meist mehrere Sprachen verwendet werden. Was die unternehmensexterne Kommunikation mit deutschsprachigen Geschäftspartnern angeht, lässt sich feststellen, dass sowohl in der schriftlichen als auch in der mündlichen Kommunikation vor allem Englisch und Deutsch eine zentrale Rolle spielen. Zudem messen die Befragten vor allem Englisch und Deutsch, aber auch Russisch eine wichtige Bedeutung im Arbeitskontext – auch zukünftig – bei.

Auch wenn Befragungen, wie eingangs erwähnt, zur Erhebung von Kommunikationsvorgängen in Unternehmen post-hoc mittlerweile anerkannt sind, sei abschließend kritisch angemerkt, dass die Ergebnisse insofern hinterfragt werden müssen, als die Befragten lediglich ihre Wahrnehmung und ihre Auffassung davon, wie Kommunikationsvorgänge ablaufen, zum Ausdruck bringen. Dies kann an sich – wie in der vorliegenden Untersuchung – zu interessanten Ergebnissen und Einsichten führen; jedoch müssen diese nicht unbedingt der kommunikativen Realität im Unternehmen entsprechen. Daher erscheint es sinnvoll, im Sinne einer Triangulation der Methoden die vorliegenden Ergebnisse durch die Analyse authentischer unternehmensinterner und -externer Kommunikation hinsichtlich Mehrsprachigkeit zu ergänzen.

Literatur

- Deutsch-Finnische Handelskammer (2015). *Saksa on jälleen Suomen suurin kauppakumppani*. [zitiert 2.5.2016] Abrufbar unter: <http://www.dfhk.fi/fi/ajankohtaista/single-view/artikel/saksa-on-jalleen-suomen-suurin-kauppakumppani/?cHash=2399e6cfc4c32f75b846e710e6c509> eb
- ELAN (2006). *ELAN: Auswirkungen mangelnder Fremdsprachenkenntnisse in den Unternehmen auf die europäische Wirtschaft*. Hrsg. CILT. [zitiert 2.5.2016] Abrufbar unter: http://ec.europa.eu/languages/policy/strategic-framework/documents/elan_de.pdf
- GER (2001). *Gemeinsamer europäischer Referenzrahmen für Sprachen*. Hrsg. Europarat – Rat für kulturelle Zusammenarbeit. Berlin: Langenscheidt.
- Kantanen, Hanna-Maria (2010). *Sprachen in der Wirtschaft. Eine Umfrage unter finnischen Unternehmen mit besonderer Berücksichtigung der Rolle des Deutschen*. Jyväskylä: Universität Jyväskylä.

- Lavric, Eva (2008): Fifteen Theses about Business Language Choices. Plurilingual Strategies of Companies and of Individuals within Companies. *Fachsprache* 30, 3–4, 156–165.
- Lüdi, Georges und Bernard Py (1984). *Zweisprachig durch Migration. Einführung in die Erforschung der Mehrsprachigkeit am Beispiel zweier Zuwanderergruppen in Neuenburg (Schweiz)*. Tübingen: Niemeyer.
- Lüdi, Georges, Katharina Höchle und Patchareerat Yanaprasart (2010). Plurilingual practices at multilingual workplaces. *Multilingualism at Work. From Policies to Practices in Public, Medical and Business Settings*, 211–234. Hrsg. Bernd Meyer und Birgit Apfelbaum. Amsterdam: John Benjamins.
- Minkkinen, Eila und Ewald Reuter (2001). *Suomalais-saksalainen yritysviestintä Pirkanmaalla*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Müntzel, Uta und Liisa Tiittula (1995). *Saksan kieli suomalais-saksalaisessa kaupassa. Saksankielisen viestinnän tarvetutkimus*. Helsinki: Helsingin kauppakorkeakoulu.
- Piekkari, Rebecca, Denice E. Welch und Lawrence S. Welch (2014). *Language in International Business. The Multilingual Reality of Global Business Expansion*. Cheltenham/Horthampton: Edward Elgar.
- Riehl, Claudia Maria (2009). *Sprachkontaktforschung. Eine Einführung*. 2., überarb. Aufl. Tübingen: Narr.
- Schlabach, Joachim (im Druck). Plurilinguale Kompetenz für die internationale Geschäftskommunikation. Von der Bedarfsermittlung über die Ableitung von Lernzielen bis zur Implementierung. In: *[Proceedings des Nordisch-Baltisches Germanistentreffen 2015, 10.–12.6.2015 in Tallinn]*.