

Sprogkundskaber skaber vækst

Vi lukker sproguddannelser alt imens Dansk Industri taler om behov for fremmedsprogskompetencer

Af Lene Els, ejer af Els-Com og ekstern lektor på CBS og SDU

Som ekstern lektor startede jeg i september nye hold op på universitetet inden for Business Communication. Undervisningen foregår på engelsk og er et af hovedfagene på denne specifikke uddannelse. Som sædvanlig startede jeg op med at fortælle de studerende om væsentligheden af at kunne kommunikere såvel skriftligt som mundtligt på et ordentligt niveau. Da jeg var færdig med præsentationen rakte en studerende hånden op for at spørge, om jeg virkelig mente, at det var vigtigt, at de skrev og talte korrekt engelsk – det var vel ok, hvis modtageren nogenlunde forstod, hvad meningen var. Den studerende satte ord på den trend, der hersker såvel inden for uddannelsessystemet som inden for erhvervslivet, nemlig at et minimum af sprogkompetencer er godt nok.

Vi bryster os i Danmark af at være gode til engelsk. Ja, de fleste mennesker i Danmark kan klare sig på engelsk, men der er langt fra at kunne klare sig og til at beherske engelsk på et niveau, som med succes kan bruges i erhvervslivet. Før i tiden skrev forskellige medarbejdere deres forretningsbreve, hvorefter en korrespondent (uddannet inden for det pågældende sprog) enten oversatte det eller i hvert tilfælde læste korrektur. Efter internettets indtog sender alle og enhver mails rundt i verden på mere eller mindre korrekt engelsk. Dette er bare ikke godt nok til at få succes på globalt plan. En del danske virksomheder har sågar engelsk som koncernsprog, men også her er der udfordringer, da der ofte bliver en forskydning i magtbalancen, fordi nogle medarbejdere er bedre end andre til engelsk.

Vi taler meget om kommunikationsstrategier, og jeg er helt på det rene med, at det giver god mening at have en overordnet strategi for virksomhedens kommunikation. Men hvor bliver sprogstrategien af? Denne er nemlig lige så vigtig. F.eks. har vi et marked på ca. 82 millioner liggende som nabo – det marked hedder Tyskland, og her tales tysk. Det vil sige, at det er en rigtig god idé, at have nogle medarbejdere, som taler og skriver tysk på et professionelt niveau, hvis danske virksomheder gerne vil ind på dette marked. Vi tror, at vi kan klare os med et nogenlunde forståeligt engelsk, men hvis vi vil satse på vores nærmeste marked, er vi nødt til at have fokus på både sprog og kultur. Tysk kulturforståelse går nemlig hånd i hånd med tysk sprogforståelse, så begge dele skal beherskes, hvis vi skal undgå at stå i vejen for vores egen succes. Det samme gælder naturligvis for alle andre sprogområder.

Universiteterne lukker sproguddannelser som f.eks. tysk på strube på trods af, at erhvervslivet råber vagt i gevær. F.eks. lavede Dansk Industri sidste år en analyse ”Behov for fremmedsprogskompetencer og dansk eksport går hånd i hånd”, hvoraf det fremgår, at tyske sprogområder (Tyskland, Østrig og Schweiz) ligger nr. 3 på listen over sprogområder, hvor danske virksomheder har aktiviteter. Af ovennævnte rapport fremgår det, at manglen på sprogkompetencer kan skabe betydelige problemer for virksomhederne, som f.eks. har oplevet at komme til kort i en forhandlingssituation, har måttet opgive markedsfremstød eller har tabt ordrer.

Virksomhedernes besvarelser viser tydeligt, at sprog er en forudsætning for at få succes på det internationale marked, og så sent som i oktober slog dansk industri igen alarm.

Det interessante ved at opgradere på den sproglige front i virksomhederne er, at disse tiltag som oftest kan ses direkte på bundlinjen.