

Kommunikation er en strategi – ikke en blød værdi

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

Ord starter krige. Alle krige i verden er startet på grund af ord. Altså kommunikation – eller mangel på samme. Så stor betydning har kommunikation. Alligevel ser man ofte, at kommunikation og sprog i forretningsverdenen bliver set som en blød værdi. F.eks. er engelsk vel noget alle kan tale, og som kan bruges i alle lande – eller hvad?

Danske forretningsfolk sender ufortrødent mængder af e-mails rundt i verden på mere eller mindre perfekt engelsk, de fører forhandlinger på sproget, og dygtige specialister laver præsentationer på engelsk. Der er bare det, at brandingværdien af disse tiltag er utrolig dårlig. Prøv bare at tænke på, når vi som privatpersoner køber varer på nettet. Hvis vi lander på en hjemmeside, som er fuld af stavfejl, vil vi så købe sælgerens ellers måske gode produkter eller serviceydelser. I don't think so. Hvorfor sender vi så ministre, specialister og forretningsfolk ud i verden uden de rette kompetencer.

Kultur og sprog går hånd i hånd.

F.eks. har vi et marked på 82 millioner som nabo – Tyskland. Ikke desto mindre er tysk ikke et sprog, som man fra dansk side fokuserer på. På landsplan er der i år optaget 89 tyskstuderende. Vi kan vel bare forhandle på (mere eller mindre perfekt) engelsk! Nej, det kan vi faktisk ikke. Den tidligere tyske forbundskansler sagde: "If I am selling to you, then I will speak your language, aber wenn du mir etwas verkaufst, dann musst du Deutsch sprechen", og dette gælder stadig.

Tysk er uden sammenligning det mest talte modersmål i Europa. Tyskerne vil meget gerne tale deres eget sprog når de forhandler, så hvis vi skal gøre os håb om, at de vil købe noget af os, er det vigtigt ikke blot at mestre sproget men også at have kendskab til den tyske kultur. Hermed menes ikke finkultur som teater og kunst men praktisk hverdagskultur, som har indflydelse på interaktionen imellem mennesker. F.eks. er Tyskland en typisk hierarkisk kultur, hvilket betyder, at det kan være vanskeligt at komme i kontakt med direktøren. Påklædning og tiltaleform er vigtige elementer, når man skal samarbejde med tyskerne – bare for at nævne nogle få forskelle fra Danmark. Hvis man ikke er bevidst om disse forskelle, kan man være næsten sikker på fiasko.

Oprustning på sprog- og kommunikationsfronten

Den globale verden er her for at blive, og hvis vi vil være en seriøs spiller på den globale scene, er det vigtigt, at opruste på sprog- og kommunikationsfronten ved at sætte disse kompetencer på linje med økonomi og andre såkaldte hårde kompetencer. Ligesom en god økonom ikke er en person, som tilfældigvis kan lægge 2 og 2 sammen, er en god sprog- og kommunikationsmedarbejder heller ikke en, som tilfældigvis er "native speaker". Der er nemlig den gevinst, at god kommunikation kan ses direkte på bundlinjen.