

**SPRACHEN IN DER WIRTSCHAFT**  
Eine Umfrage unter finnischen Unternehmen mit  
besonderer Berücksichtigung der Rolle des Deutschen

Magisterarbeit  
Hanna-Maria Kantanen

Universität Jyväskylä  
Institut für moderne und klassische Sprachen  
Deutsche Sprache und Kultur  
März 2011



## JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta – Faculty Humanistinen	Laitos – Department Kielten laitos
Tekijä – Author Hanna-Maria Kantanen	
Työn nimi – Title  Sprachen in der Wirtschaft Eine Umfrage unter finnischen Unternehmen mit besonderer Berücksichtigung der Rolle des Deutschen	
Oppiaine – Subject Saksan kieli ja kulttuuri	Työn laji – Level Pro gradu
Aika – Month and year Maaliskuu 2011	Sivumäärä – Number of pages 126 + 2 liitettä
Tiivistelmä – Abstract  <p>Aikaisemmin lähinnä vain suuret ulkomaankauppaa harjoittaneet yritykset tarvitsivat toiminnassaan kielitaitoa. Globalisaation ja lisääntyvän kilpailun myötä eri kielten käytöstä on tullut kuitenkin myös pienten ja keskisuurten yritysten arkipäivää. Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli kartoittaa kielten roolia suomalaisissa yrityksissä kyselytutkimuksen avulla. Tutkimus keskittyi erityisesti saksan kielen rooliin. Tarkoituksena oli tutkia yritysten henkilöstön kielitaitoa ja todellista kielten käyttöä sekä henkilöstön mielipiteitä kielten roolista.</p> <p>Tutkimuksessa luodaan katsaus kielten asemaan Euroopan unionissa ja Suomessa sekä tutustutaan aiempiin tutkimuksiin kielten merkityksestä talouselämässä. Lisäksi tutkimuksessa tarkastellaan suomalaisia yrityksiä ja Suomen ulkomaankauppaa. Työn empiirinen osa keskittyy puolestaan kyselytutkimuksen tulosten analyysiin.</p> <p>Kyselytutkimus on osa laajempaa FinGer-projektia (German as a vehicular language in academic and business contexts in Finland), jonka tavoitteena on tutkia saksan kielen roolia akateemisessa ja liike-elämän ympäristössä. Kysely lähetettiin toukokuussa 2010 n. 4800 suomalaisten yritysten edustajille.</p> <p>Kyselyyn vastasi 619 henkilöä, joista suurin osa edusti pienten ja keskisuurten yritysten sektoria. Tuloksista kävi ilmi, että eri kieliä pidetään tärkeänä työssä. Suomen lisäksi käytetyimpiä kieliä tärkeysjärjestyksessä olivat englanti, ruotsi, saksa ja ranska. Erityisesti englannin kielen asema korostui tuloksissa, ja vastaajien mukaan se tulee vahvistamaan asemaansa myös tulevaisuudessa. Vastaajien mielestä tulevaisuudessa tarvitaan myös venäjän ja kiinan kielen taitoa. Englannin, venäjän ja kiinan lisäksi myös saksa, ruotsi, espanja ja ranska lukeutuvat vastaajien mukaan tulevaisuuden kieliin.</p>	
Asiasanat – Keywords Wirtschaftskommunikation, Sprachenkenntnisse, Sprachengebrauch, Rolle des Deutschen, Umfrage	
Säilytyspaikka – Depository Kielten laitos	
Muita tietoja – Additional information	



## Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung .....	7
2 Stellung der Sprachen in der EU und in Finnland ..	10
3 Untersuchungen zur Rolle von Sprachen in der Wirtschaftskommunikation.....	17
3.1 Bedarf an Sprachenkenntnissen in Unternehmen .....	18
3.2 Finnische Untersuchungen zur Wirtschaftskommunikation aus den 70er, 80er und 90er Jahren .....	22
3.3 Finnische Untersuchungen zur Wirtschaftskommunikation aus dem 21. Jahrhundert .....	26
3.4 ELAN-Studie .....	29
4 Charakterisierung finnischer Unternehmen und finnischen Außenhandels .....	32
5 Umfrage „Sprachen in der Wirtschaft“ .....	36
5.1 Material .....	37
5.2 Methoden .....	39
6 Ergebnisse und Diskussion der Umfrage.....	44
6.1 Hintergrundinformationen .....	44
6.1.1 Geschlecht, Geburtsjahr und höchster Bildungsabschluss.....	44
6.1.2 Position im Unternehmen, Branche und Größe der Unternehmen .....	46
6.1.3 Sprachfertigkeiten der Befragten, Unternehmenssprache.....	49
6.1.4 Firmensitze in Finnland und im Ausland, internationale Kooperation .....	53
6.2 Die Rolle der Sprachen im Arbeitsumfeld.....	59
6.2.1 Rolle verschiedener Sprachen für die Arbeit .....	59
6.2.2 Rolle von Sprachen im Geschäftsleben und in der Sprachausbildung.....	65
6.2.3 Verwendete Arbeitssprachen .....	72
6.2.4 Die Bedeutung der Sprachen in der Zukunft .....	80
6.2.5 Gebrauch und Bedeutung der Sprachen in Unternehmen.....	86
6.3 Der Gebrauch des Deutschen während der Arbeit.....	88

6.3.1 Zusammenarbeit mit deutschen Muttersprachlern und mit Personen, deren Muttersprache nicht Deutsch ist.....	88
6.3.2 Die Bedeutung der schriftlichen und mündlichen Deutschkenntnisse in der Arbeit .....	91
6.3.3 Verwendung schriftlicher Deutschkenntnisse.....	93
6.3.4 Verwendung mündlicher Deutschkenntnisse.....	95
6.3.5 Verwendung eines Dolmetschers/Übersetzers.....	99
6.3.6 Deutschgebrauch in offiziellen und inoffiziellen Situationen.....	101
6.3.7 Die Rolle der Deutschkenntnisse in der Zukunft .....	106
6.4 Die Ergebnisse im Vergleich zu früherer Forschung.....	108
<b>7 Zusammenfassung und Schlussbetrachtungen.....</b>	<b>114</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>121</b>

Anhang 1: Fragebogen DE

Anhang 2: Begleitbrief

# 1 Einleitung

Der Bedarf an Sprachenkenntnissen in Unternehmen hat in der letzten Zeit zugenommen, weil die Internationalisierung sich heutzutage auf alle Branchen erstreckt. Ohne Zweifel brauchen große, globale Unternehmen, wie Nokia, verschiedene Sprachen um auf dem internationalen Markt handeln zu können. Wie ist die Situation aber bei den kleinen und mittleren Unternehmen? Sind verschiedene Sprachen wichtig für ihre Tätigkeit? Welche Sprachen verwenden die Repräsentanten finnischer kleiner und mittlerer Unternehmen?

Eine eindeutige Mehrheit der finnischen Unternehmen sind kleine und mittlere Unternehmen (KMU). 2009 gab es in Finnland 320 628 Unternehmen, die 1,45 Millionen Personen beschäftigten. Die Anzahl von KMU (weniger als 250 Mitarbeiter) betrug 320 072, was bedeutet, dass 99,8 % der finnischen Unternehmen KMU waren. In diesen Unternehmen arbeiteten 64 % des Personals aller finnischen Unternehmen. (Tilastokeskus 2010, 6.) Der Einfluss der KMU auf die finnische Volkswirtschaft und auf die Beschäftigung ist also unbestreitbar.

In der Literatur wird heutzutage viel über die Einflüsse der Internationalisierung auf das Wirtschaftsleben diskutiert. Härmälä (2008, 53) stellt beispielsweise fest, dass die Globalisierung Einfluss darauf gehabt hat, dass der Bedarf an Sprachenkenntnissen in der Wirtschaft zugenommen hat. Laut ihr gehören Sprachenkenntnisse zum Know-how eines Unternehmens und sie können die Konkurrenzfähigkeit der Unternehmen verbessern (ebd.). Sajavaara und Salo (2007, 233-234) heben wiederum hervor, dass die jetzige Entwicklung dazu geführt hat, dass die Bedeutung der Sprachfertigkeiten auch in solchen Branchen betont wird, in denen sie früher keine so große Rolle spielten.

Die Einflüsse der Internationalisierung auf das Wirtschaftsleben bilden einen vielseitigen Forschungsgegenstand und beispielsweise die Rolle der Sprachen in Unternehmen ist sowohl auf internationaler als auch auf nationaler Ebene untersucht worden. Eine neuere internationale Studie ist die 2005 im Auftrag der Europäischen Kommission durchgeführte ELAN-Studie (Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills

in Enterprise). Sie wurde mit dem Ziel durchgeführt, die Sprachenkenntnisse kleiner und mittelständischer Unternehmen sowie ihren Einfluss auf die Leistungsfähigkeit der Unternehmen zu untersuchen (s. a. Kapitel 3.4). Nach den Ergebnissen dieser Studie führten mangelnde Sprachenkenntnisse sogar zum Verlust von Geschäften. An der ELAN-Studie nahmen 29 europäische Länder teil. Insgesamt 1989 Personen antworteten auf die ELAN-Umfrage, aber der Anteil der finnischen Befragten betrug nur 26. (CILT & InterAct International 2006, 1-5; 61.) Wenn berücksichtigt wird, dass 99,8 % finnischer Unternehmen KMU sind, können diese 26 Antworten also keinesfalls als eine repräsentative Stichprobe angesehen werden. Eine der neuesten nationalen Studien zum Sprachengebrauch finnischer Unternehmen wurde 2009 vom Hauptverband der Finnischen Wirtschaft (Elinkeinoelämän keskusliitto) durchgeführt. An dieser Studie nahmen nur Unternehmen mit mehr als 30 Angestellten teil. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2010f, 4.) 94,5 % finnischer Unternehmen sind aber gerade Mikrounternehmen mit 1-10 Angestellten (Tilastokeskus 2010, 6). Auch diese Untersuchung berücksichtigte also die Mehrheit der finnischen Unternehmen nicht. Zwar gibt es zahlreiche weitere nationale und internationale Untersuchungen zur Rolle verschiedener Sprachen in der Wirtschaft, aber teilweise sind sie schon sehr alt und teilweise beschränken sie sich auf bestimmte Sprachen oder Teilfertigkeiten (z. B. auf schriftliche Kommunikation). In Kapiteln 3.2, 3.3 und 3.4 wird genauer auf diese früheren Untersuchungen eingegangen.

Das Ziel vorliegender Pro-Gradu-Arbeit war, die Rolle der Sprachen in finnischen Unternehmen möglichst umfassend zu untersuchen und Unternehmen aller Größen (von Mikro- bis Großunternehmen) zu berücksichtigen. Ein weiteres Ziel war, mögliche Entwicklungen in der Stellung verschiedener Sprachen in der finnischen Wirtschaft im Laufe der letzten Jahrzehnte zu analysieren. Mithilfe einer Online-Umfrage wurden Antworten auf folgende Fragen gesucht:

- Wie wichtig sind nach der Meinung der Unternehmer und Angestellten verschiedene Sprachen für ihre Arbeit?
- Welche Einstellungen haben die Unternehmer und Angestellten gegenüber dem (Fremd-)Sprachengebrauch im Geschäftsleben?
- Welche Sprachen beherrschen und verwenden die Unternehmer und Angestellten finnischer Unternehmen?

- In welchen Situationen wird Deutsch benutzt?
- Welche Sprachen gehören nach den Unternehmern und Angestellten zu den wichtigsten Sprachen der Zukunft?

Ein besonderes Augenmerk wurde auf die Verwendung der deutschen Sprache gelegt, weil die Arbeit ein Teil des FinGer-Projekts<sup>1</sup> ist, in dem die Rolle des Deutschen als Verkehrssprache in Finnland untersucht werden soll. Das FinGer-Projekt hat drei Hauptziele: 1) die Einstellungen zu mehrsprachiger Bildung, Wissenschaft und Wirtschaft zu untersuchen, 2) empirische Nachweise über die Rolle und Verbreitung des gesprochenen Deutschen als Verkehrssprache in akademischen und wirtschaftlichen Kontexten in Finnland zu sammeln und 3) empirisch verifizierte Einblicke in die Vielfalt mündlicher Diskurspraktiken des Deutschen in verschiedenen Disziplinen und Branchen zu erhalten. Die Ergebnisse des FinGer-Projekts sollen zum Verständnis von Mehrsprachigkeit in Finnland beitragen und können auch für sprachpolitische Empfehlungen herangezogen werden. (Ylönen 2010, unveröffentlichter Projektantrag.) Grob gesehen kann das FinGer-Projekt in zwei Teilprojekte unterteilt werden: 1. Umfragen (vgl. Ziel 1) und 2. Korpusprojekt (vgl. Ziele 2 und 3). Vorliegende Studie gehört zum ersten Teil und ist die dritte Umfrage des Projekts. Sie wurde 2010 unter finnischen Unternehmen durchgeführt. Umfragen unter Studierenden und Personal an Universitäten in Finnland wurden 2008 und 2009 durchgeführt. Die wichtigsten Ergebnisse dieser zwei Studien werden im Kapitel 5 kurz zusammengefasst.

Die Ergebnisse der vorliegenden Umfrage werden in Kapitel 6 vorgestellt. Dabei werden in erster Linie die quantitativen Ergebnisse der geschlossenen Fragen berücksichtigt. Antworten auf offene Fragen werden dagegen nur beispielhaft zur Veranschaulichung der quantitativen Ergebnisse herangezogen.

Vorliegende Arbeit besteht insgesamt aus sieben Kapiteln. Im zweiten Kapitel wird ein Überblick über die Stellung der Sprachen in der EU und in Finnland gegeben. Dieses Kapitel soll Hintergrundinformationen über die Entwicklung der Rolle von Sprachen bieten.

---

<sup>1</sup> <https://www.jyu.fi/hum/laitokset/solki/tutkimus/kaynnissa/FinGer>

Danach folgt ein Kapitel über Untersuchungen zur Rolle von Sprachen in der Wirtschaftskommunikation (Kapitel 3). Im Kapitel 4 werden Charakteristika finnischer Unternehmen und des finnischen Außenhandels erläutert, weil sie für die Analyse der Ergebnisse von Bedeutung sind. Im Kapitel 5 werden Material und Methode vorliegender Umfrage vorgestellt und im Kapitel 6 die Ergebnisse vorgestellt und im Lichte früherer Untersuchungen zum Sprachenbedarf in der Wirtschaft diskutiert. Kapitel 7 gibt schließlich eine Zusammenfassung der vorliegenden Arbeit.

## **2 Stellung der Sprachen in der EU und in Finnland**

In diesem Kapitel wird zuerst die Stellung der Sprachen in der EU basierend auf der Theorie von Ammon (1991, 2008) behandelt. Danach wird auf die Entwicklung der Sprachumstände Finnlands und auf das heutige Sprachenlernen in finnischen Schulen eingegangen. Das Kapitel bietet dem Leser Hintergrundinformationen darüber, wie sich die Rolle der Sprachen im Laufe der Zeit, besonders aus einem wirtschaftlichen Blickwinkel, verändert hat und wie die heutige Sprachensituation zustande gekommen ist.

Laut Ammon (2008, 12-16) beschreiben die folgenden Variablen die Stellung einer Sprache in der Welt: numerische Stärke, ökonomische Stärke und kulturelle Stärke. **Die numerische Stärke** bezieht sich auf die Zahl der Sprecher einer Sprache (ebd., 12). Je größer die numerische Stärke einer Sprache ist, desto stärker ist die Stellung einer Sprache, weil die Zahl ihrer Muttersprachler in Korrelation zu den Kontakten zu Sprechern anderer Sprachen steht. Diese Kontakte führen wiederum zu interkultureller Kommunikation. (Ammon 1991, 16; 32.)

In Europa sprechen ca. 90 Millionen Menschen Deutsch als Muttersprache. Mit anderen Worten ist Deutsch mit einem Anteil von 18 % die häufigste Muttersprache in der EU. Nach dem Deutschen kommen Englisch, Italienisch und Französisch, die jeweils 60-65 Millionen Muttersprachler haben. (Euroopan komissio 2008, 5.) Die am häufigsten gesprochene Fremdsprache in Europa ist Englisch. 2005 konnten 38 % der EU-Bürger Englisch. 14 % der EU-Bürger beherrschten dagegen Deutsch und Französisch. Spanisch

und Russisch als Fremdsprache sprachen jeweils 6 % der EU-Bürger. 31 % von denjenigen, die Englisch konnten, benutzten es fast täglich. 29 % sprachen Englisch oft, aber nicht täglich, und 44 % sprachen Englisch ab und zu. Jeweils 22 % der EU-Bürger benutzten Deutsch und Spanisch fast täglich. Bei dem Russischen und dem Französischen waren die entsprechenden Zahlen 16 % und 13 %. Jeweils 50-87 % verwendeten Deutsch, Französisch bzw. Spanisch ab und zu. (European Commission 2006, 12; 16.)

Englisch wird überall in der Welt am meisten gelernt. Auf dem zweiten Platz rangiert Deutsch. (Ammon 2010, 103.) Auch in den Schulen der EU-Mitgliedstaaten sind Englisch und Deutsch sowie Französisch wichtige Fremdsprachen. In allgemeinbildenden Schulen der Sekundarstufe II aller Mitgliedstaaten zählt Englisch zu den wichtigsten Fremdsprachen. Deutsch und Französisch werden häufig beispielsweise in Belgien, Luxemburg und den Niederlanden gelernt. Der Anteil der Schüler in allgemeinbildenden Schulen der Sekundarstufe II, die Deutsch lernten, betrug 2005 28,4 % in Belgien, 96,7 % in Luxemburg und 86,2 % in den Niederlanden. Der Anteil der Schüler, die Französisch lernten, betrug dagegen 96,7 % in Luxemburg, 69,5 % in den Niederlanden und 28,4 % in Belgien. Französisch hatte an den Schulen Rumäniens eine starke Position; 84,2 % der Schüler in allgemeinbildenden Schulen lernten dort Französisch. (European Commission 2007, 68.) In Belgien und Luxemburg erklärt die Stellung des Deutschen und des Französischen als offizielle Sprachen sicherlich die Anzahl der Schüler, die diese Sprachen lernen. In der Slowakei, in Tschechien und Ungarn ist die Stellung der deutschen Sprache auch besonders stark. 32 % der Slowaken sprachen Deutsch, für Tschechien und Ungarn waren die entsprechenden Zahlen 28 % und 25 %. 68 % der EU-Bürger meinten, dass Englisch (außer der Muttersprache) die wichtigste Sprache für die persönliche Entwicklung und für die Karriere ist. 25 % waren der Meinung, dass Französisch die wichtigste Sprache in diesem Sinne ist. Für Deutsch war die entsprechende Zahl 22 %. Der Unterschied zwischen dem Französischen und dem Deutschen hat sich im Laufe der Zeit verringert, 2001 waren die entsprechenden Zahlen in 15 EU-Ländern 40 % (Französisch) und 23 % (Deutsch). (European Commission 2006, 13, 30.)

Die zweite Variable, die die Stellung einer Sprache beschreibt, wird als **ökonomische Stärke** bezeichnet und sie bedeutet die Wirtschaftskraft, die mit einer Sprache verbunden

ist (Ammon 2008, 14). Laut Ammon (ebd.) wird die ökonomische Stärke meist als „Bruttosozial- oder Bruttoinlandsprodukt der ganzen Sprachgemeinschaft oder als ihr Anteil am Weltimport oder -export von Waren und Dienstleistungen gemessen“. 2009 betraf das Bruttosozialprodukt Deutschlands 2407 Milliarden Euro (Finpro 2010a, 5). Entsprechend war das Bruttosozialprodukt Italiens 2118 Milliarden Euro und Frankreichs 1886 Milliarden Euro (Finpro 2010b, 6; Finpro 2010c, 6). Bei Großbritannien und Spanien belief sich das Bruttosozialprodukt auf 1681 bzw. 1366 Milliarden Euro (Finpro 2010d, 6; Finpro 2010e, 6). Eine große ökonomische Stärke, mit anderen Worten ein großes Bruttosozialprodukt, verbessert die internationale Stellung einer Sprache, weil sich die Sprachgemeinschaft mehr internationale Kontakte, wie Geschäftskontakte oder Tourismus, leisten kann (Ammon 1991, 47).

**Die kulturelle Stärke** einer Sprache beschreibt den Rang der Sprache als Wissenschaftssprache und als Sprache belletristischer Literatur (Ammon 2008, 16). Die Zahl wissenschaftlicher Publikationen hat also einen Einfluss auf die Stellung einer Sprache. Auch die Zahl der Zitate aus wissenschaftlichen Texten beschreibt die Stellung einer Sprache in der Welt. Je größer die Zahl der Zitate, desto häufiger werden Texte, die in der fraglichen Sprache geschrieben worden sind, gelesen. (Ammon 1991, 17.)

Da es in der vorliegenden Arbeit um die Rolle der Sprachen im finnischen Geschäftsleben geht, wird im Folgenden die Entwicklung der Sprachumstände Finnlands vom Mittelalter bis in die jetzige Zeit aus der Perspektive der Handelsbeziehungen in den Hauptzügen vorgestellt. Im 13. und 14. Jahrhundert begann die schwedische Siedlungsbewegung an die Süd- und Westküste Finnlands. Als die Auswanderer auf Finnen stießen, die ebenfalls an die Küste umsiedelten, entstand eine Sprachgrenze, die noch immer beinahe identisch ist. Durch Handelsbeziehungen erhielt Finnland zu dieser Zeit nicht nur von Schweden, sondern auch von Mitteleuropa Anregungen. Finnland handelte u. a. mit Hansestädten, wie Tallinn, Lübeck und Danzig, und die Sprache der Hanse war Deutsch. Lateinisch und Griechisch waren wichtige Sprachen in der abendländischen Bildung, im geistlichen Leben, in Kultur und Handel, weswegen in finnischen Schulen die lateinische Sprache gelernt und lateinische Literatur rezipiert wurden. Um die Wende zum 17. Jahrhundert wurden auch Griechisch und Hebräisch gelernt. Wegen der Reformation nahm die Machtstellung der

klassischen Sprachen jedoch ab, weil man die Stellung der Nationalsprachen verbessern wollte. Während der Großmachtzeit Schwedens im 17. Jahrhundert wurde danach gestrebt, Schwedisch in ganz Schweden-Finnland zu verwenden. Im Zeitalter der Aufklärung, im 18. Jahrhundert, wurde dagegen der Einfluss der französischen Kultur auf die gebildete Oberschicht Finnlands sichtbar. (Kieliohjelmakomitean mietintö 1978, 85-86.)

1809 wurde Finnland als autonomes Großfürstentum Finnlands an Russland angegliedert, weswegen die Beziehungen zu Schweden abnahmen (Piri 2001, 102). Als sich die politische Position Finnlands änderte, fing man an, Russisch als obligatorisches Fach in den Oberschulen zu lehren. In der Praxis war die Durchführung des Unterrichts jedoch schwierig, weil keine benutzbaren Lehrbücher vorhanden und die Lehrer inkompetent waren. Dies führte dazu, dass Russisch ab 1862 wahlfrei wurde. Die Unterrichtssprache der Schulen war damals Schwedisch und neben dem Russischen wurden Finnisch, Lateinisch, Griechisch, Hebräisch, Französisch, Deutsch und Englisch gelernt. (Kieliohjelmakomitean mietintö 1978, 86-86.) Finnland hatte eine gesicherte Stellung im 19. Jahrhundert als Teil Russlands, was die innere nationale Entwicklung des Landes ermöglichte. Während der Autonomie befestigte sich auch das kulturelle Leben und gleichzeitig verbesserte sich auch die Stellung der finnischen Sprache, obwohl Schwedisch immer noch die Sprache der Gebildeten war. Ende des 19. Jahrhunderts herrschte in Finnland ein Sprachenkampf, in dem es um die Stellung des Finnischen im Verhältnis zum Schwedischen ging. Im Jahre 1863 wurde Finnisch zur Amtssprache erklärt, was bedeutete, dass es gleichwertig mit dem Schwedischen in allem war, was die finnischsprachige Bevölkerung betraf. (Piri 2001, 103.)

An der Wende zum 20. Jahrhundert verringerte sich das Interesse am Lernen des Russischen wegen der Unterdrückungspolitik Russlands (Piri 2001, 105). Seit 1917, also nachdem Finnland selbstständig wurde, wurde Russisch vor allem nur im Kreise der Russen verwendet, die in Finnland wohnten. Um die Jahrhundertwende nahm die Bedeutung der deutschen Sprache in der finnischen Gesellschaft zu. (Kieliohjelmakomitean mietintö 1978, 87.) Deutsch wurde in den Schulen gelernt und es war sowohl die Sprache der Wissenschaft als auch die Sprache der gebildeten Bevölkerung (Hall 2007, 5-6). Zu der Zeit, als Finnland selbstständig wurde, herrschte in Finnland fast eine Hegemonie der deutschen Kultur, die auf den wirtschaftlichen und kulturellen Beziehungen zu den

Hansestädten und auf der Entwicklung des geistlichen Lebens nach der Reformation basierte (Hiedanniemi 1980, 23). Deutsche Kaufleute hatten schon seit dem 16. Jahrhundert in Viborg gewohnt und Anfang des 19. Jahrhunderts fingen sie an, nach Helsinki umzuziehen. Mengenmäßig wohnten in Finnland ziemlich wenig Deutsche, aber ihr Einfluss auf die Entwicklung des finnischen Wirtschaftslebens war bedeutend. (Opetusministeriö 2004, 237.) Nach dem ersten Weltkrieg verlor Deutschland an Bedeutung, aber die deutsche Sprache war, wie auch die deutsche Kultur, bis zur Machtergreifung der Nationalsozialisten immer noch äußerst wichtig in Finnland (Hiedanniemi 1980, 23; 28). Nach dem zweiten Weltkrieg verstärkte sich die Stellung des Englischen und Russischen wegen des herrschenden politischen Klimas. Trotzdem wurde Deutsch bis in die 60er Jahre als erste Fremdsprache in den Schulen gelernt, aber danach wurde es immer öfter durch Englisch abgelöst. (Hall 2007, 5.)

Im finnischen Wirtschaftsleben der 1970er Jahre waren die wichtigsten Fremdsprachen Schwedisch, Englisch und Deutsch. Auch Russisch und Französisch sowie einige seltenere Sprachen wurden beispielsweise unter Übersetzern verwendet. In den 1980er Jahren war die Sprachensituation des Wirtschaftslebens ähnlich wie in den 70er Jahren; Schwedisch, Englisch und Deutsch wurden am meisten verwendet. Die Stellung des Englischen befestigte sich jedoch im Verhältnis zum Schwedischen, das in den 70er Jahren die wichtigste Sprache war. Die Bedeutung der Sprachenkenntnisse im Arbeitsleben nahm in den 1990er Jahren weiter zu. Englisch war im Allgemeinen die bedeutendste Fremdsprache. Deutsch war immer noch eine wichtige Handelssprache und die Bedeutung des Französischen als Verwaltungssprache nahm nicht zuletzt durch den finnischen Beitritt zur EU im Jahre 1995 zu. (Sinkkonen 1998, 55-62.)

Im Folgenden wird kurz auf das Lernen verschiedener Sprachen in finnischen Schulen eingegangen. Der Sprachenunterricht in der Schule legt den Grundstein zum Sprachenlernen und hat Einfluss darauf, welche Sprachen die Kinder und Jugendliche lernen und was für Sprachfertigkeiten sie haben, wenn sie letzten Endes zum Arbeitsleben übergehen. Tabelle 1 gibt Auskunft darüber, welche Fremdsprachen heutzutage in den 7-9. Klassen der finnischen Gemeinschaftsschulen gelernt werden und wie sich die Sprachenwahl von 2001 bis 2009 entwickelt hat. A1 bezieht sich auf die erste

obligatorische Fremdsprache, die normalerweise ab dem dritten Schuljahr, und A2 auf die zweite fakultative Fremdsprache, die im Allgemeinen ab dem fünften Schuljahr gelernt wird. Als B1-Sprache wird in Finnland die zweite Landessprache (Schwedisch oder Finnisch) ab dem siebten Schuljahr gelernt. B2 ist die fakultative Sprache, die in der Regel ab dem achten Schuljahr gelernt werden kann. Englisch ist eindeutig die häufigste A1- und A2-Sprache. Deutsch war früher die zweithäufigste A1- bzw. A2-Sprache, aber heutzutage rangiert Deutsch erst auf dem dritten Platz nach dem Schwedischen. Als B2-Sprache ist Deutsch immer noch die beliebteste Fremdsprache, gefolgt vom Französischen und Russischen. Aus der letzten Kolumne geht der wichtigste Punkt der ganzen Tabelle hervor: fast alle Schüler der 7-9. Klassen der Gemeinschaftsschulen lernen nur Englisch und Schwedisch. Der Anteil des Englischen betrug 2009 99,07 % und der des Schwedischen 91,92 %. Die Anteile derjenigen, die Deutsch und Französisch lernen, haben abgenommen: besonders beim Deutschen haben sich die Schülerzahlen erheblich verringert. Das Lernen des Russischen hat zwar leicht zugenommen, aber im Allgemeinen lernen mit rund einem Prozent nur wenige Schüler Russisch.

**Tabelle 1:** Sprachensituation in den 7-9. Klassen der Gemeinschaftsschule von 2001 bis 2009 (Quelle: Tilastotietojen raportointipalvelu WERA).

	<b>A1 &amp; A2</b>		<b>B1</b>		<b>B2</b>		<b>% insgesamt</b>
	Schüler	%	Schüler	%	Schüler	%	
<b>Englisch</b>							
2001	183937	97,84			234	0,12	<b>97,96</b>
2005	197852	98,74			227	0,11	<b>98,85</b>
2009	189821	99,03			75	0,04	<b>99,07</b>
<b>Schwedisch</b>							
2001	13939	7,41	158429	84,27	51	0,03	<b>91,71</b>
2005	16631	8,30	166993	83,34	255	0,13	<b>91,76</b>
2009	14632	7,63	161550	84,28	8	0,00	<b>91,92</b>
<b>Deutsch</b>							
2001	24250	12,90			11542	6,14	<b>19,04</b>
2005	19080	9,52			8752	4,37	<b>13,89</b>
2009	12407	6,47			8760	4,57	<b>11,04</b>
<b>Französisch</b>							
2001	6012	3,20			7815	4,16	<b>7,35</b>
2005	6398	3,19			7113	3,55	<b>6,74</b>
2009	5382	2,81			5756	3,00	<b>5,81</b>
<b>Russisch</b>							
2001	935	0,50			775	0,41	<b>0,91</b>
2005	765	0,38			798	0,40	<b>0,78</b>
2009	748	0,39			1515	0,79	<b>1,18</b>

In der gymnasialen Oberstufe lernen fast alle Schüler (98,8 %) Englisch als A-Sprache und die zweitbeliebteste A-Sprache ist Schwedisch (7,6 %). Deutsch rangiert auf dem dritten Platz mit einem Anteil von 7,2 %. Als B1-Sprache wird in der gymnasialen Oberstufe fast ausnahmslos Schwedisch gelernt. Die häufigsten B2- und B3-Sprachen sind dagegen Deutsch und Französisch, obwohl ihre Popularität in den letzten Jahren abgenommen hat. (Kumpulainen 2009, 62.)

Das nächste Kapitel konzentriert sich vorwiegend auf frühere Untersuchungen zur Wirtschaftskommunikation, da diese für die Analyse der Resultate vorliegender Studie von

großer Bedeutung sind. Zuerst wird jedoch der Begriff 'Wirtschaftskommunikation' kurz definiert und auf das Thema des Sprachenbedarfs von Unternehmen eingegangen.

### **3 Untersuchungen zur Rolle von Sprachen in der Wirtschaftskommunikation**

**Wirtschaftskommunikation** wird häufig synonym mit den Ausdrücken betriebliche Kommunikation oder Unternehmenskommunikation verwendet (u. a. Brünner 2000, 5; Siegfried 2005, 47). Deswegen werden sie auch in der vorliegenden Arbeit synonym gebraucht. Unternehmenskommunikation besteht laut Bungarten (1994, 32) aus innenbetrieblicher Kommunikation, Kundenkommunikation, Kommunikation mit anderen Unternehmen und gesellschaftlicher Kommunikation. Er betont die Bedeutung der innenbetrieblichen Kommunikation für ein Unternehmen:

Innerhalb des Betriebes ist die Kommunikation Voraussetzung für geregelte Planungs-, Steuerungs- und Entscheidungsabläufe, für den Informationsfluss zwischen allen Ebenen des Unternehmens und für den Ablauf sämtlicher arbeitsteiliger Informations-, Beratungs-, Entscheidungs-, Befehls-, Dienstleistungs- und Produktionsprozesse (ebd., 36).

Becker-Mrotzek und Fiehler (2002) heben die Bedeutung innerbetrieblicher Unternehmenskommunikation für die Erreichung der Unternehmensziele hervor:

Aus wirtschaftswissenschaftlicher Perspektive ist die Kommunikation in einem Unternehmen ein funktionaler Bestandteil im Prozess der Leistungserstellung; sie dient unmittelbar der Realisierung der übergeordneten Unternehmensziele [--] Kommunikation erscheint als ein Instrument, dessen sich das Unternehmen für die Erreichung seine Ziele bedienen kann und muss. (ebd., 7.)

Kundenkommunikation und Kommunikation mit anderen Unternehmen sind nach Bungarten (1994, 37-39) notwendig, damit ein Unternehmen seine Produkte und Dienstleistungen verkaufen kann. Hierzu gehört auch die sogenannte Marketingkommunikation, wie Werbung, Direktmarketing, Präsentationen auf Messen, Geschäftsverhandlungen, Lob- und Beschwerdekommunikation des Kunden. Gesellschaftliche Kommunikation ist ihm zufolge ebenfalls ein Teil der Unternehmenskommunikation, weil ein Unternehmen nicht isoliert von der umgebenden Kultur funktioniert, sondern ein Teil davon ist. Von Seiten des Unternehmens initiierte

Kommunikationsformen seien beispielsweise Umweltschutzberichte und Unternehmensnachrichten sowie von Seiten der Gesellschaft Anklagen und Verbraucherboykotte. (Bungarten 1994, 37-39.)

Brüner (2000, 7) hebt generell die zentrale Bedeutung von kommunikativem Handeln für Unternehmen hervor:

Wirtschaftliche Institutionen wie Betriebe und Unternehmen sind als arbeitsteilige Handlungssysteme notwendig auf Kommunikation angewiesen. Kommunikatives Handeln bildet die Grundlage für alle Arbeitsabläufe und macht selbst einen hohen Anteil des wirtschaftlichen Handelns aus. Besonders viele Dienstleistungsarbeiten bestehen fast ganz aus Interaktion und Kommunikation zwischen Produzent und Konsument. (ebd.)

Viele Unternehmen handeln heutzutage auf einem weltweiten Markt, und dies führt dazu, dass der Gebrauch von Fremdsprachen eine zentrale Position in der Wirtschaftskommunikation erhält, also in der Kommunikation des Unternehmens mit Kunden, anderen Unternehmen usw. Gute Sprachenkenntnisse des Personals können einen positiven Einfluss auf den Erfolg eines Unternehmens haben, mangelnde Sprachenkenntnisse wiederum einen negativen. Im nächsten Kapitel wird genauer erörtert, welche Faktoren Einfluss auf den Bedarf an Sprachenkenntnissen haben können. Darüber hinaus wird die Bedeutung von Sprachenkenntnissen für ein Unternehmen genauer diskutiert.

### **3.1 Bedarf an Sprachenkenntnissen in Unternehmen**

Der Bedarf an Sprachenkenntnissen in Unternehmen hat in der letzten Zeit zugenommen, weil die Internationalisierung heutzutage einen Einfluss auf alle Branchen hat. Als Begriff ist **Fremdsprachenbedarf** schwierig zu definieren, weil dieselben Modelle nicht in allen Situationen, in denen ein Bedarf an Sprachenkenntnissen besteht, funktionieren (Sinkkonen 1998, 48). Ein Bedarf an Fremdsprachenkenntnissen entsteht, wenn eine Person in eine Situation gerät, in der sie mit der Fremdsprache konfrontiert wird (Kieliohjelmakomitean mietintö 1978, 81). Laut Piri (2001, 236) kann der Bedarf an Sprachenkenntnissen aus dem Blickwinkel betrachtet werden, wie wichtig Sprachenkenntnisse in einer Sprache für einen Menschen oder eine Gesellschaft sind. Auch im Bericht der

Sprachenprogrammkommission (Kieliohjelmakomitean mietintö 1978, 117) wird konstatiert, dass die politische Stellung, kulturelle Beziehungen und Handelsbeziehungen sowie individuelle Bedürfnisse Einfluss auf den Bedarf an Sprachenkenntnissen haben. Laut Richterich und Chancerel (1977, 4) haben sowohl Individuen als auch Institutionen Sprachenbedürfnisse, die die Gesellschaft befriedigen muss. Zur Verfügung stehende Zeit und zur Verfügung stehendes Geld sowie der Ort, an dem Sprachen gelernt werden können, beeinflussen den Sprachenbedarf des Individuums, der wiederum von den Bedürfnissen der Institutionen, wie Unternehmen, und von den Möglichkeiten, die die Gesellschaft für das Lernen von Sprachen bietet, abhängig ist (ebd., 17; 43). Buckingham (1981, 1-2) teilt seinerseits den Bedarf an Sprachenkenntnissen in Bedürfnisse der Bildung und in funktionale und soziokulturelle Bedürfnisse. Funktionale Bedürfnisse seien mit dem alltäglichen Umgang, der die Fähigkeit zum Verstehen und Produzieren einer Sprache erfordert, verbunden. Soziokulturelle Bedürfnisse dagegen seien mit den sozialen Bedürfnissen der Kommunikation innerhalb einer Gemeinschaft verbunden. Es reiche also nicht, dass man versteht, wie etwas gesagt wird, darüber hinaus müsse man auch verstehen, warum und wann es passend ist, etwas zu sagen. (ebd.)

Sprachenkenntnisse sind wichtig für Unternehmen, weil sie einen positiven Einfluss auf deren Erfolg haben können. Sie ermöglichen den Gebrauch solcher Informationen, die nur in einer Fremdsprache vorhanden sind. Zeitschriften einer bestimmten Branche oder Gebrauchsanweisungen sind Beispiele dafür. Sprachenkenntnisse beeinflussen auch das Profil eines Unternehmens. Eine fremdsprachige Werbekampagne im Ausland spiegelt beispielsweise Größe, Professionalität und Kundennähe wider. Gelungener Fremdsprachengebrauch verbessert das Image eines Unternehmens auf fremden Märkten. In der heutigen globalen Welt hat ein Unternehmen ohne Sprachenkenntnisse ziemlich begrenzte Möglichkeiten Geschäfte zu machen. Aus diesem Grund haben Sprachenkenntnisse auch Einfluss auf die Handlungsfähigkeit der Unternehmen. (Vandermeeren 1998, 35.)

Der Bedarf an Sprachenkenntnissen kann auch basierend auf den Niveaus der Sprachenkenntnisse der Angestellten definiert werden. Nach Sjöberg (2004, 137-138) hat eine Person z. B. **ausreichende** Sprachenkenntnisse, wenn sie gesetzte sprachliche Ziele

erreicht. Entsprechend sind die Sprachenkenntnisse als **unzureichend** zu bezeichnen, wenn die gesetzten Ziele nicht erreicht werden. Sjöberg spricht auch davon, dass Sprachenkenntnisse „zu gut“ sein können, wenn ein Sprecher z. B. aus dem Blickwinkel seines Gesprächspartners eine zu komplizierte Sprache benutzt. Dies kann u. a. den verwendeten Wortschatz, das Sprechtempo oder die verwendeten Phrasen betreffen. Ein Muttersprachler kann eine Sprache aus der Sicht seines Gesprächspartners beispielsweise „zu gut“ beherrschen, wenn dieser seine eigenen Sprachenkenntnisse als unzureichend betrachtet. (Sjöberg 2004, 137-138.)

Nach Sjöberg (2004, 138-142) sind mündliche Kommunikationssituationen die anspruchsvollsten Situationen, in denen Fremdsprachen verwendet werden, und diesbezügliche Sprachenfertigkeiten werden häufig als unzureichend betrachtet. Situationen, in denen man sprechen muss, kommt nach Sjöberg eine zentrale Position im Arbeitsleben zu. Mit anderen Worten ist der Bedarf an mündlichen Sprachenfertigkeiten groß. Andererseits ist die Scheu vor dem Sprechen einer Fremdsprache nach Sjöberg weit verbreitet, weil das Niveau der eigenen Sprachenkenntnisse meist als unzureichend eingeschätzt wird. Bei schriftlicher Kommunikation wird die Hemmschwelle als weniger groß eingeschätzt, weil hier mehr Zeit und unterschiedliche Hilfsmittel zur Verfügung stehen und der Leistungsdruck deshalb nicht so stark ist. (ebd.)

Mangelnde Sprachenkenntnisse in der Belegschaft eines Unternehmens können beispielsweise zu Verzögerungen, Missverständnissen, Frustration, Stress und Informationsunterbrechungen führen. So kann es zur Überlastung sprachkundiger Angestellter kommen oder dazu, dass Situationen, in denen Sprachenkenntnisse gebraucht werden, vermieden werden. Auch der Gebrauch professionellen Know-hows kann unvollständig sein, wenn die Sprachenkenntnisse mangelhaft sind. (Sjöberg 2004, 143.) Es ist zum Beispiel schwierig, ausländischen Märkten effektiv ein Produkt oder eine Dienstleistung ohne Sprachenkenntnisse zu verkaufen. Der Verkäufer versteht nicht unbedingt die Bedürfnisse eines fremdsprachigen Kunden. Mangelnde Sprachenkenntnisse verhindern auch die Entstehung einer guten Beziehung zwischen dem Verkäufer und dem Kunden, die sehr produktiv sein könnte. Schlimmstenfalls können mangelnde

Sprachenkenntnisse bei dem Kunden sogar negative oder feindselige Gefühle gegenüber dem Verkäufer erwecken. (Vandermeeren 1998, 41.)

Der Bedarf an Sprachenkenntnissen und der faktische Fremdsprachengebrauch hängen von dem fraglichen Unternehmen ab. Es ist gut möglich, dass die betriebsinterne Kommunikation in einem multinationalen Unternehmen in Finnland vorwiegend auf Englisch abläuft. Außerdem werden Fremdsprachen häufig in solchen Kommunikationssituationen, wie Telefongesprächen, Verhandlungen oder Kundenservicesituationen verwendet. Unternehmensangehörige schreiben und lesen auch E-Mails oder Faxe in einer Fremdsprache. Auch der Beruf beeinflusst den Fremdsprachengebrauch. Ingenieure brauchen beispielsweise Fremdsprachen in Verhandlungen und wenn sie technische Probleme lösen oder Gebrauchsanweisungen lesen. Installateure und Reparatoren dagegen lesen Handbücher in einer Fremdsprache und verwenden Fremdsprachen während Auslandsreisen. (Huhta 1999, 89; 92.) Früher stellten Unternehmen sprachkundige Sekretäre ein, die Texte korrigierten, übersetzten, Briefe ins Ausland schrieben und Telefonate aus dem Ausland aufnahmen. Heutzutage werden diese Aufgaben oft von den Angestellten selbst erledigt und lediglich anspruchsvollere Übersetzungen und Korrekturen der Texte werden „outgesourct“. (Sjöberg 2004, 144.) Die frühere Inanspruchnahme von sprachkundigen Sekretären sowie das heutige „Outsourcen“ von beispielsweise Übersetzungsdienstleistungen hängen von der Größe der Unternehmen ab. Die Ressourcen der Kleinunternehmen ermöglichen solche Praktiken eher selten.

Der Gebrauch von Übersetzern und Dolmetschern beschreibt auch den Bedarf an Sprachenkenntnissen. Festangestellte Übersetzer, je nach Bedarf eingestellte Übersetzer oder Freiberufler übersetzen für Unternehmen. Dolmetscher sind oft Freiberufler oder sie arbeiten für einen Dolmetschdienst. Wie oben schon erwähnt wurde, ist Übersetzen und Dolmetschen heutzutage häufig „outgesourct“, aber wegen Sparmaßnahmen übersetzen oder dolmetschen manchmal eigene sprachkundige Angestellte der Firmen, die eigentlich andere Aufgaben in der Firma haben. Großunternehmen lassen häufig ihre Texte, wie zum Beispiel Werbungen, in ausländischen Filialen übersetzen oder korrigieren, damit große und teure Fehler vermieden werden können. Texte, die übersetzt werden müssen, variieren

von Fachtexten für Ingenieure über Verträge, die unterschrieben werden sollen, bis zu Angeboten für Kunden. Wenn es um Einkaufs- und Verkaufsverhandlungen oder technische Beratungsgespräche geht, kommt nach Vandermeeren eher Dolmetschen zum Einsatz. (Vandermeeren 1998, 47-54.) Manchmal können Fehler trotz der Inanspruchnahme ausländischer Filialen nicht vermieden werden. Als Beispiel kann Nokias Werbung aus dem Jahre 1998 genannt werden. In dieser Werbung befand sich ein alter deutscher Spruch „Jedem das Seine“, der historisch belastet ist, weil der Spruch über dem Haupttor des Konzentrationslagers Buchenwald stand. Die für die Werbekampagne verantwortliche Werbeagentur kannte aber den historischen Hintergrund dieses Spruchs nicht. Die Werbung ärgerte die jüdischen Organisationen, weswegen das Sprichwort aus der Werbung entfernt wurde. (Nokia Press Release 1998; Online.)

In den nächsten drei Kapiteln werden frühere Untersuchungen zur Wirtschaftskommunikation vorgestellt. Die Resultate früherer Untersuchungen spielen eine große Rolle in der Analyse der Ergebnisse vorliegender Pro-Gradu-Arbeit, weil sie eine gute Vergleichsbasis anbieten. Ohne einen Vergleich der Ergebnisse vorliegender Studie mit den Ergebnissen früherer Untersuchungen wäre es beispielsweise nicht möglich zu sehen, wie die Rolle der Sprachen in Unternehmen sich im Laufe der Zeit entwickelt hat.

### **3.2 Finnische Untersuchungen zur Wirtschaftskommunikation aus den 70er, 80er und 90er Jahren**

In den 70er, 80er und 90er Jahren des 20. Jahrhunderts wurde in Finnland eine Menge von Sprachbedarfsanalysen durchgeführt. In vielen Studien wurde der Bedarf an Fremdsprachen analysiert und häufig zählten Englisch, Deutsch und Schwedisch zu den untersuchten Sprachen. Schwedisch ist zwar eine der beiden Landessprachen in Finnland, aber eine eindeutige Minderheit der finnischen Bevölkerung spricht Schwedisch als Muttersprache. Daher ist Schwedisch für die meisten Finnen mit einer Fremdsprache gleichzusetzen. In den Untersuchungen wurde der Sprachenbedarf verschiedener Zielgruppen wie Schüler, Studierenden oder Repräsentanten des Geschäftslebens analysiert. Im Folgenden werden

jeweils zwei Untersuchungen, die sich gerade auf das Geschäftsleben konzentrierten, aus diesen Jahrzehnten vorgestellt.

Aus den Untersuchungen der 70er Jahre ging hervor, dass Schwedisch, Englisch und Deutsch die bedeutendsten Sprachen im Geschäftsleben waren. Überdies deuteten die Ergebnisse der Untersuchungen darauf hin, dass die Bedeutung der Sprachenkenntnisse in Zukunft zunehmen würde. (Sinkkonen 1998, 55 ; 57.) Virta untersuchte 1969-1970 die Rolle des Schwedischen, Englischen und Deutschen im Geschäftsleben in Varsinais-Suomi. Ihre Studie konzentrierte sich u. a. auf den Bedarf an diesen drei Sprachen, auf Sprachenkenntnisse des Personals sowie auf den zukünftigen Bedarf an Sprachen. Insgesamt 211 Unternehmen aus den Bereichen von Industrie, Handel, Verkehr und Banken nahmen teil an der Studie, die an Personen des leitenden Managements gerichtet war. Nach den Resultaten war Schwedisch die wichtigste der drei Sprachen, gefolgt vom Englischen und Deutschen. Varsinais-Suomi ist ein zweisprachiges Gebiet, weshalb es nicht überraschend ist, dass Schwedisch in allen Branchen ebenso wichtig war. Der Bedarf am Englischen und Deutschen war gleich groß in Industrieunternehmen. In Handelsunternehmen sowie in Verkehrsunternehmen und in Banken war Englisch bedeutender als Deutsch. Aus den Ergebnissen ging auch hervor, dass der Bedarf an Sprachenkenntnissen größer in Großunternehmen als in Kleinunternehmen war. Das Personal der Unternehmen beherrschte am besten Schwedisch. Das Niveau der Sprachenkenntnisse im Englischen und im Deutschen war beinahe gleich gut. Die Befragten meinten, dass der Bedarf an den drei Sprachen bis 1980 zunehmen wird. Etwa die Hälfte der Befragten gab an, dass es einen Bedarf an Schwedischkenntnissen geben würde. Über die Hälfte waren dieser Meinung über Deutsch. Sogar 80 % der Antwortenden meinten, dass der Bedarf an Englischen zunehmen wird. (Virta 1971, 1-3; 5-7; 15-16; 22-23.)

Eine weitere Untersuchung aus den 70er Jahren ist die von Roininen (1972). In seiner Studie handelte es sich um den Bedarf am Schwedischen, Englischen, Deutschen, Russischen und Französischen in verschiedenen Berufen sowie um das Niveau der Sprachenkenntnisse in verschiedenen Berufen. Die Studie richtete sich an 1191 Industrie-, Handels- und Dienstleistungsunternehmen. Die Umfrage wurde 1971-1972 den Befragten

per Post geschickt. Aus den Resultaten ging hervor, dass das Niveau der Sprachenkenntnisse am höchsten im Schwedischen war. Wie die Untersuchung von Virta (s. oben), zeigte die Studie von Roininen auch, dass Schwedisch die wichtigste Sprache in den Unternehmen war, gefolgt vom Englischen und Deutschen. Russisch lag auf dem vierten Platz und Französisch auf dem fünften. Von verschiedenen Berufen brauchten Verkäufer, Sekretäre, Korrespondenten und Personen des leitenden Managements am häufigsten Sprachen. Von den Repräsentanten dieser Berufe wurden auch anspruchsvollste Sprachenkenntnisse gefordert. (Roininen 1972, 7-9; 11-12; 17-19; 22.)

Die Untersuchungen der 80er Jahre waren sehr ähnlich mit den Untersuchungen der 70er Jahre. Viele der Studien konzentrierten sich auf das Geschäftsleben, besonders Industrie sowie Handel waren beliebte Forschungsgebiete. (Sinkkonen 1998, 57.) Lehtonen analysierte 1981 den Bedarf an Sprachenkenntnissen unter den Verkaufsleitern finnischer Unternehmen, die im Ausland handelten. Insgesamt 43 Verkaufsleiter nahmen an der Studie teil. Aus den Resultaten ging hervor, dass schriftliche Sprachenkenntnisse am häufigsten a) zum Verstehen von Vertragstexten, b) zum Verstehen von Gesetzen, c) zum Verfassen von Verträgen, d) zum Verfassen von Pressemitteilungen und e) zum Verfassen von Werbungen gebraucht wurden. Mündliche Sprachenkenntnisse wurden wiederum am meisten während a) Handelsverhandlungen, b) Produktpräsentationen für einzelne Kunden, c) Telefongesprächen und d) Produktpräsentationen auf Messen gebraucht. Lehtonen hob auch hervor, dass man basierend auf dem Export Finnlands sagen konnte, dass Englisch, Schwedisch, Deutsch und Russisch die wichtigsten Sprachen in der Arbeit der Verkaufsleiter waren. (Lehtonen 1981, 1; 34-35; 47.)

Mehtäläinen untersuchte 1987 den Bedarf an Sprachenkenntnissen unter Beamten der Industriebranche. Seine Untersuchung wurde mithilfe einer Umfrage an 4828 Beamten durchgeführt. Die Zielgruppe war sehr heterogen, denn die Befragten variierten von Laufjungen zu Geschäftsführern. Die meisten Befragten repräsentierten Großunternehmen. Der Bedarf an Sprachenkenntnissen betraf hauptsächlich Englisch, Schwedisch und Deutsch, wobei Englisch eindeutig die meist gebrauchte Sprache war. Ein potentieller Bedarf bestand dagegen am Deutschen, Französischen und Russischen. Norwegisch, Dänisch, Spanisch und Portugiesisch wurden eher selten gebraucht. Der Sprachenbedarf

war am größten in den Aufgabenbereichen von Verkauf, Kauf und Forschung. Die Ergebnisse zeigten weiterhin, dass die Befragten mit einem höheren Bildungsabschluss mehr Sprachen verwendeten. Aus den Resultaten ging auch hervor, welche die üblichsten mündlichen Verwendungssituationen des Deutschen waren. Am häufigsten wurde Deutsch während eines Gesprächs über das Wetter oder die Familie gebraucht. Unternehmenspräsentationen sowie Vorträge über die eigene Arbeit kamen am zweithäufigsten vor. Verhandlungen und Messen wurden auch als mündliche Kommunikationssituationen erwähnt. (Mehtäläinen 1987, 3; 14; 20; 26; 31; 37; 42; 45; 48-49; 59; 62.)

In den 90er Jahren hatte besonders die zunehmende Internationalisierung Einfluss darauf, dass der Bedarf an Sprachkenntnissen viel analysiert wurde (Sinkkonen 1998, 59). 1994 untersuchten Müntzel und Tiittula die Stellung des Deutschen und den Bedarf an schriftlicher Kommunikation auf Deutsch im finnisch-deutschen Handel. Außerdem wollten sie analysieren, was für Texte die im finnisch-deutschen Handel tätigen Personen schrieben und lasen. Zu den untersuchten Textsorten gehörten Geschäftsbriefe, sonstige Briefe der Kontaktpflege, Verträge, Berichte, Protokolle, Broschüren, Anweisungstexte, Pressemitteilungen und Artikel in Fachzeitschriften. Ihre Studie wurde mithilfe einer Umfrage an 744 finnische und 322 deutsche Unternehmen verwirklicht. Zu ihrer Zielgruppe gehörten für den deutschen Handel zuständigen FinnInnen, die in finnischen Unternehmen entweder in Finnland oder in Deutschland tätig waren. Die Befragten repräsentierten zum größten Teil Kleinunternehmen. Eines der wichtigsten Ergebnisse von Müntzel und Tiittula war, dass Deutsch zu der Zeit in allen Kommunikationssituationen im finnisch-deutschen Handel die dominierende Sprache war. In mündlicher Kommunikation wurde etwas mehr Deutsch als in schriftlicher Kommunikation verwendet. Englisch rangierte auf dem zweiten Platz, aber es wurde eindeutig weniger gebraucht. Ein weiteres Ergebnis war, dass Geschäftsbriefe eine zentrale Rolle im Vergleich zu den übrigen Textsorten hatten. Auch sonstige Briefe, wie Einladungen und Danksagungen, sowie Verträge wurden häufig geschrieben. (Müntzel & Tiittula 1995, 246-248.)

Aus dem Jahre 1994 stammt auch die Untersuchung von Koskinen. In ihrer Studie lag der Schwerpunkt auf dem Fremdsprachenbedarf und –gebrauch sowie auf dem

Fremdsprachentraining der kleinen und mittleren Unternehmen. Die 40 untersuchten Unternehmen repräsentierten Lebensmittelindustrie (5 %), Baugewerbe (5 %), Informationstechnik (2 %), Handel (2 %), Metallindustrie (31 %), Elektronik (10 %), Chemie (7 %), Textil-, Bekleidungs-, Leder und Schuhindustrie (15 %) sowie andere Branchen (23 %). Zu den Antwortenden gehörten Sekretäre (32,5 %), Geschäftsführer (20 %), Verkaufsleiter (17,5 %), Exportleiter (12,5 %), Personalleiter (2,5 %) und Vertreter anderer Positionen (15 %). Die wichtigsten Exportregionen der Unternehmen waren die nordischen Länder, englischsprachige Länder, deutschsprachige Länder, Russland, Fernost und Spanien. Die Resultate der Studie zeigten, dass Englisch, Schwedisch und Deutsch die drei wichtigsten Sprachen waren. 90 % der Unternehmen brauchte Englisch täglich, 65 % dagegen Schwedisch und 43 % Deutsch. Russisch, Französisch und Italienisch waren deutlich weniger wichtig, aber auch diese Sprachen wurden benutzt. (Koskinen 1994, 2-12.)

### **3.3 Finnische Untersuchungen zur Wirtschaftskommunikation aus dem 21. Jahrhundert**

In diesem Kapitel werden vier finnische Untersuchungen zur Wirtschaftskommunikation aus dem 21. Jahrhundert vorgestellt. 2002 führte die Fachhochschule Nordkarelien eine Bedarfsanalyse unter 103 nordkarelischen Unternehmen über den Bedarf an Sprachenkenntnissen durch. Das Ziel war, den Bedarf an Sprachenkenntnissen in unterschiedlichen Unternehmen und Organisationen, also nicht nur in Exportunternehmen, zu untersuchen. Die wichtigsten Sprachen waren zu der Zeit in Nordkarelien Englisch, Schwedisch, Deutsch, Russisch und Französisch. Englisch wurde als die wichtigste Sprache erachtet und der Bedarf an Englischkenntnissen wird nach der Untersuchung in der Zukunft zunehmen. Auch der Bedarf an Deutsch- und Russischkenntnissen wurde als zunehmend eingeschätzt, während der Bedarf an Schwedischkenntnissen als unverändert betrachtet wurde. Der zukünftige Bedarf am Französischen wurde dagegen als unbedeutend empfunden. (Airola 2004, 19.)

Die Studie von Minkkinen aus dem Jahre 2006 ist die zweite der neueren finnischen Untersuchungen zur Wirtschaftskommunikation. Sie untersuchte Telefongespräche in der

finnisch-deutschen Unternehmenskommunikation im Gebiet Pirkanmaa. Das Ziel ihrer Studie war, sowohl den Bedarf und den Gebrauch des Deutschen zu untersuchen als auch die Struktur deutschsprachiger Telefongespräche zu beschreiben. Die Studie von Minkkinen bestand aus drei Teilen. 2001 wurde ein Fragebogen an 273 Unternehmen der Region Pirkanmaa, die Geschäftskontakte mit deutschsprachigen Ländern hatten, verschickt (Anzahl der Antworten betrug 104). Neben der Umfrage wurden in den Jahren 2000-2002 17 Forschungsinterviews durchgeführt. Schließlich wurden 39 authentische finnisch-deutsche Geschäftstelefonate aufgezeichnet. Aus den Ergebnissen der Umfrage ging hervor, dass Telefongespräche die häufigste mündliche Kommunikationssituation im Geschäftskontext waren: über die Hälfte der Befragten gaben an, wöchentlich oder täglich auf Deutsch zu telefonieren. Kulturunterschiede waren ein beliebtes Thema in den Interviews, obwohl sie den Resultaten der Umfrage entsprechend am seltensten als Ursache für Probleme mit der deutschen Sprache genannt wurden. Am häufigsten war die Ursache der Umfrage zufolge die Fachterminologie. Die gesprächsanalytische Untersuchung der Telefonate zeigte weiterhin, dass sich die Gesprächspartner bei der Durchführung der Telefonate an einer bestimmten Handlungsstruktur orientierten. (Minkkinen 2006, 42; 254-257.)

Die dritte finnische Bedarfsanalyse, die hier vorgestellt wird, ist die Studie des Hauptverbands der Finnischen Wirtschaft (Elinkeinoelämän keskusliitto). Diese Umfrage wurde 2009 an 2200 finnische Unternehmen geschickt und 2010 wurden noch 17 Interviews durchgeführt. Die Anzahl der gegebenen Antworten betraf etwa 700. An dieser Studie nahmen nur Unternehmen teil, in denen die Anzahl der Angestellten mehr als 30 betrug. Nach den Ergebnissen waren Englisch, Schwedisch und Russisch die wichtigsten Sprachen in den Unternehmen. Außerdem wurden Deutsch, Französisch, Estnisch, Spanisch, Chinesisch und Italienisch als nützliche Sprachen erwähnt. In dieser Studie wurde der Sprachenbedarf auch nach Branchen analysiert. In den Unternehmen des Industriebereichs und in den Dienstleistungsunternehmen waren die bedeutendsten Sprachen in Wichtigkeitsordnung Englisch, Schwedisch, Russisch, Deutsch und Französisch. Im Baugewerbe wurde dagegen Russisch für wichtiger als Schwedisch befunden. Und nach dem Schwedischen wurde Estnisch als nächstwichtigste Sprache erwähnt. Norwegisch und Polnisch zählten darüber hinaus zu den bedeutendsten Sprachen

in Baugewerbe. Nach dieser Studie wird der Aufstieg der sich entwickelnden Märkte Einfluss auf die zukünftigen Sprachbedürfnisse haben. Zu den Sprachen der Zukunft gehören laut der Studie Russisch, Portugiesisch, Chinesisch, Spanisch, Englisch, Französisch, Estnisch, Deutsch, Italienisch und Schwedisch (in Wichtigkeitsordnung). (Elinkeinoelämän keskusliitto 2010f, 5-6.)

Als letztes soll hier die Studie von Häikiö, Lummi und Severidt vorgestellt werden, die 2010 im Auftrag des Hochschulkonsortiums Lapplands<sup>2</sup> durchgeführt wurde. Diese Studie setzte sich mit dem Bedarf an „seltenen“ Sprachen in Dienstleistungs- und Exportunternehmen Lapplands auseinander. Unter „seltenen“ Sprachen wurden hier die in Finnland seltener gelernten Sprachen verstanden (s. auch Kapitel 2). Nicht berücksichtigt wurden dementsprechend Finnisch, Schwedisch und Englisch. Das Ziel der Studie war zu untersuchen, 1) welche Sprachfertigkeiten die Absolventen des Hochschulkonsortiums Lapplands für ihren Eintritt ins Arbeitsleben brauchen, 2) welche Sprachen die Dienstleistungsunternehmen Lapplands benötigen, um größeren internationalen Erfolg zu erzielen und 3) welchen Nutzen die Unternehmen daraus ziehen, wenn sie ihre Kunden- oder Kooperationsbeziehungen in der Muttersprache des Partners pflegen. (Häikiö 2010, unveröffentlichtes Protokoll.) Teil der Studie war eine Online-Umfrage, die im Herbst 2010 von Susanna Tauriainen durchgeführt wurde und an der sich insgesamt 120 Unternehmen beteiligten. Zusätzlich zu den o. g. Zielen sollten u. a. die wichtigsten ausländischen Kooperationsländer der Unternehmen und die zur Kooperation verwendeten Sprachen sowie die Sprachenkenntnisse der Befragten und die Situationen, in denen die Sprachenkenntnisse gebraucht werden untersucht werden. Eine eindeutige Mehrheit der sich beteiligenden Unternehmen waren KMU, und zwar 92,8 %. Die wichtigsten Kooperationspartner waren Deutschland, Russland, Frankreich, Großbritannien, Holland, Norwegen, Spanien und Schweden. Die wichtigsten Sprachen waren wiederum Deutsch, Russisch, Französisch und Norwegisch. Der größte Teil der Antwortenden gab an, dass ihre

---

<sup>2</sup> Der Hochschulkonzern Lapplands (Lapin korkeakoulukonserni/Lapland University Consortium LUC) wurde 2010 als strategische Allianz dreier Bildungseinrichtungen gegründet: der Universität Lapplands (Lapin yliopisto, LY), der Fachhochschule Rovaniemi (Rovaniemen ammattikorkeakoulu, RAMK) und der Kemi-Tornio-Fachhochschule (Kemi-Tornion ammattikorkeakoulu, KTAMK).

Fertigkeiten in den verschiedenen Sprachen (Deutsch, Französisch, Russisch, Spanisch, Norwegisch, Italienisch, Chinesisch) nur gering sind. Beinahe alle Befragten (92,8 %) teilten die Ansicht, dass Sprachfertigkeiten ein sehr wichtiges oder ziemlich wichtiges Kriterium für die Einstellung von Personal sind. In Bezug auf die Einschätzung des zukünftigen Bedarfs an verschiedenen Sprachen waren 76,4 % der Respondenten der Meinung, dass der Bedarf am Russischen am stärksten zunehmen wird. Der Bedarf an anderen Sprachen (Deutsch, Französisch, Spanisch, Norwegisch, Italienisch und Chinesisch) wurde dagegen eher unverändert eingeschätzt. (Tauriainen 2010, 3-4; 7-9; 13-15, Häikiö et al 2010, unveröffentlichter Vortrag.)

### **3.4 ELAN-Studie**

Wie im Kapitel 1 schon erwähnt wurde, ist ELAN eine von der Europäischen Kommission 2005 in Auftrag gegebene Studie, deren Ziel war, die Sprachkenntnisse kleiner und mittlerer Unternehmen und den Einfluss der Sprachkenntnisse auf die Leistungsfähigkeit der Unternehmen zu untersuchen. Die ELAN-Studie hatte fünf Bestandteile:

- Eine Zusammenfassung über frühere Forschung zum Zusammenhang zwischen Sprachkenntnissen, Kulturkenntnissen und Exporterfolg
- Eine Umfrage unter ca. 2000 KMU in 29 europäischen Ländern
- Interviews mit Experten aus den Ländern, die an der Studie teilnahmen
- Eine Umfrage unter 30 multinationalen Unternehmen in Frankreich um einen Vergleich zwischen KMU und Großunternehmen zu ermöglichen
- Makroökonomische Analyse der Ergebnisse der Umfrage an KMU (CILT & InterAct International 2006, 4.)

Die Umfrage unter den KMU bestand aus vier Teilen. In dem ersten Teil befanden sich Fragen zu Defiziten in Sprachkenntnissen. Aus den Ergebnissen ging hervor, dass ein bemerkenswerter Teil der Unternehmen Geschäfte verlor, weil die Sprachkenntnisse so schlecht waren. Von 2000 Unternehmen hatten 11 % aus diesem Grund Geschäfte verloren. Der Wert der Geschäfte wechselte zwischen 8-13,3 und 16,5-25,3 Millionen Euro. Hierbei

ist zu berücksichtigen, dass aus diesen Ergebnissen nur die bewussten Verluste hervorgehen. In Wirklichkeit kann es sein, dass die Zahlen viel größer sind. 46% der Befragten hatten vor, während der nächsten drei Jahre neue Märkte zu erschließen. (CILT & InterAct International 2006, 17; 20.)

Im zweiten Teil der Umfrage wurde das Thema der kulturellen Hindernisse behandelt. 18 % der Befragten gaben an, dass Kulturunterschiede als Ursache für Schwierigkeiten mit ausländischen Kunden empfunden wurden. Nur 4 % der Antwortenden gaben jedoch an, dass sie wegen mangelnder Kulturkenntnisse Exportverträge verloren hatten. (ebd., 22-23.)

Der dritte Teil der Umfrage setzte sich mit dem Gebrauch von Sprachen im Außenhandel auseinander. 48 % der Unternehmen hatten eine formelle Sprachen- bzw. Kommunikationsstrategie. Eine Sprachenstrategie kann bedeuten, dass ein Unternehmen beispielsweise darauf abzielt, dass in Verhandlungen immer die Sprache des Kunden verwendet wird. Oder ein Unternehmen kann verlangen, dass sein Personal mindestens eine Fremdsprache beherrschen muss. Zur Sprachenstrategie kann auch die Inanspruchnahme von Dolmetschern/Übersetzern gehören. In 13 % der Unternehmen hatten die Sprachenkenntnisse des Personals Einfluss darauf gehabt, in welches Land/welche Länder exportiert wird. 40 % der Unternehmen hatten Mitarbeiter eingestellt, weil sie solche Sprachen beherrschten, die für den Export des Unternehmens nützlich waren. Fast die Hälfte der Unternehmen (45 %) hatten externe Dolmetscher und Übersetzer zur Zwecke des Außenhandels beauftragt. Zur Sprachenstrategie eines Unternehmens kann auch die Anpassung der Internetseiten an den internationalen Markt gezählt werden. Nach der ELAN-Studie hatten sogar 62 % der Antwortenden ihre Internetseiten auf den internationalen Markt ausgerichtet. (ebd., 24-26; 31-32.)

Im letzten Teil der Umfrage unter den KMU wurde auf die Sprachenkenntnisse des Personals sowie auf Sprachentraining eingegangen. 57 % der Befragten gaben an, dass sie Buch über die Sprachenkenntnisse des Personals führten. Bei einzelnen Ländern variierte die Prozentanzahl aber sehr, weil diese Art Dokumentation in einigen Ländern, wie in Bulgarien, obligatorisch ist. Fast die Hälfte der Unternehmen (49 %) hatte Sprachentraining für ihr Personal angeboten. (ebd., 34.)

Das Ziel der ELAN-Studie war, wie erwähnt, die Sprachenkenntnisse der KMU und den Einfluss der Sprachenkenntnisse auf die Leistungsfähigkeit der Unternehmen zu untersuchen. Die Geschäfte, die wegen mangelnder Sprachkenntnisse verloren wurden, deuteten darauf hin, dass zwischen Sprachenkenntnissen und Exporterfolg ein Zusammenhang besteht. Nach der ELAN-Studie gibt es vier Elemente, die die Sprachenkenntnisse eines Unternehmens, und schließlich auch seine Leistungsfähigkeit verbessern können. Erstens sollte ein Unternehmen eine formelle Sprachenstrategie haben. Zweitens wäre es gut, Muttersprachler einer für das Unternehmen wichtigen Sprache zu beauftragen. Drittens sollten die Sprachenkenntnisse der Arbeitssuchenden bei der Rekrutierung berücksichtigt werden, damit möglichst gute Sprachfertigkeiten des Personals gesichert werden können. Und viertens sollten die Unternehmen sich bei Bedarf an Dolmetscher/Übersetzer wenden. (CILT & InterAct International 2006, 7.)

Im nächsten Kapitel werden typische Merkmale finnischer Unternehmen sowie die Bedeutung der Unternehmen für die finnische Volkswirtschaft kurz erläutert. Außerdem wird auf die verschiedenen Formen der Unternehmen, ihre Tätigkeitsbereiche und Standorte eingegangen, da diese Faktoren für die Analyse der Ergebnisse vorliegender Umfrage *Sprachen in der Wirtschaft* bedeutsam sind. Es wird auch ein Überblick über den Außenhandel Finnlands gegeben. Die drei wichtigsten Außenhandelspartner Finnlands sind Deutschland, Russland und Schweden. Es werden beispielsweise die wichtigsten Produkte des Handels mit diesen Ländern vorgestellt. Der finnische Außenhandel hat in dem Sinne eine zentrale Position in der vorliegenden Arbeit, dass die Handelsbeziehungen eines Landes Einfluss auf den Bedarf an Sprachenkenntnissen haben, wie auch im Kapitel 3.1 erwähnt wurde.

## **4 Charakterisierung finnischer Unternehmen und finnischen Außenhandels**

Unternehmen werden nach ihrer Größe in kleine, mittlere und große Unternehmen kategorisiert. Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sind Unternehmen, in denen weniger als 250 Mitarbeiter angestellt sind, deren Jahresumsatz höchstens 50 Millionen Euro beträgt und deren Jahresbilanzsumme höchstens 43 Millionen Euro beträgt. Große Unternehmen haben dagegen wenigstens 250 Mitarbeiter, einen Jahresumsatz von mindestens 50 Millionen Euro und eine Jahresbilanzsumme von mindestens 43 Millionen Euro. (Tilastokeskus 2009a; Online.) Das hauptsächliche Kriterium für die Definition der KMU ist die Zahl des Personals, aber die wirkliche Bedeutung der KMU geht nur aus den Kriterien hervor, die in einem Geldbetrag ausgedrückt sind. KMU werden weiter in Mikrounternehmen (weniger als zehn Mitarbeiter), kleine Unternehmen (10-49 Mitarbeiter) und in mittlere Unternehmen (50-249 Mitarbeiter) eingeteilt. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2010a; Online.)

2009 gab es in Finnland 320 682 Unternehmen, die 1,45 Millionen Personen beschäftigten. Die Zahl von Mikrounternehmen und von kleinen Unternehmen (weniger als 50 Mitarbeiter) betrug 317 715, was bedeutet, dass 99,1 % der finnischen Unternehmen klein waren. In diesen Unternehmen arbeiteten 47,5 % des Personals aller finnischen Unternehmen und der Umsatz dieser Unternehmen machte 34,6 % des Gesamtumsatzes aus. Die Anzahl mittlerer Unternehmen war 2 357 bzw. knapp ein Prozent aller Unternehmen. In mittleren Unternehmen arbeiteten 16,4 % des Personals aller finnischen Unternehmen und der Umsatz belief sich auf 16,4 %. Die Anzahl der großen Unternehmen war deutlich kleiner, nur 610, was bedeutet, dass nur 0,2 % der Unternehmen mehr als 250 Mitarbeiter hatten. 36 % der Arbeitskräfte arbeiteten in großen Unternehmen und deren Umsatz betrug 49 % des Gesamtumsatzes. (Tilastokeskus 2010, 4-6.)

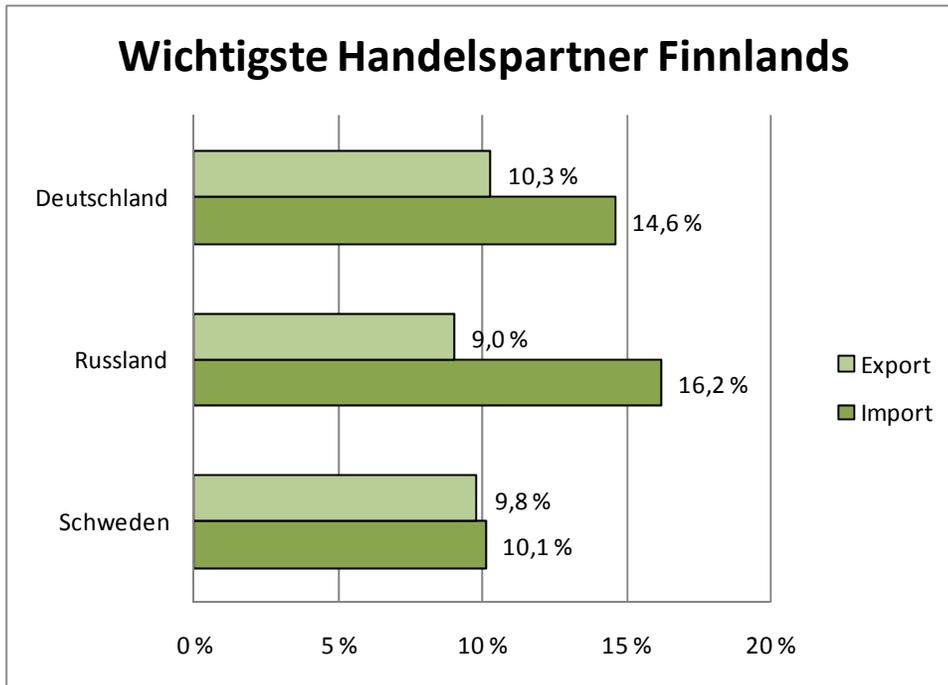
Nach dem Tätigkeitsbereich befanden sich 2009 die meisten Unternehmen in Land-, Forst- und Fischwirtschaft, im Handel und im Baugewerbe. Als nächstes kamen Industrie, berufliche/wissenschaftliche/technische Dienstleistungen sowie Transport und Lagerung.

Personal gab es am meisten in der Industrie, im Handel, im Baugewerbe sowie im Transport und in der Lagerung. (Tilastokeskus 2010, 4.) Die finnischen Unternehmen teilten sich also nach Tätigkeitsbereichen auf folgende Weise: Handel 18 %, Baugewerbe 15 %, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen 12 %, Transport und Lagerung 9 %, Industrie 9 %, sonstige Dienstleistungen 36 % und sonstige Tätigkeitsbereiche 1 %. (Suomen Yrittäjät ry 2010, 5.)

KMU spielen eine große Rolle in der finnischen Volkswirtschaft: seit 1994 sind etwa drei Viertel der Arbeitsplätze im KMU-Sektor zu finden (Suomen Yrittäjät et al. 2010, 8). Wie oben schon erwähnt, gibt es in finnischen Unternehmen insgesamt 1,45 Millionen Arbeitsplätze, von denen sich 47,5 %, in KMU befinden (Tilastokeskus 2010, 2). Der Einfluss von KMU auf die Beschäftigung ist also unbestreitbar. Nach der Anzahl befinden sich die meisten finnischen Unternehmen in Südfinnland, weil viele von ihnen in der Hauptstadtregion registriert sind, wenngleich die Produktion anderswo lokalisiert ist. In den Provinzen von Kainuu und Pohjois-Pohjanmaa liegen dagegen am wenigsten Unternehmen. (Tilastokeskus 2010, 7.)

Von den finnischen KMU betrieben im Herbst 2010 30 % Export und 24 % Import (Suomen Yrittäjät ry et al 2010, 17). Außenhandel spielt seit langem eine große Rolle in Finnland und während der letzten Jahre hat seine Bedeutung stetig zugenommen. 2009 war der Anteil des Exports 36,2 % des Bruttosozialprodukts und der Anteil des Imports 33,4 %. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2010b; Online.) Der finnische Außenhandel besteht aus dem Export und Import von Waren und Dienstleistungen. Für den Export von Dienstleistungen sind zum Beispiel Verwaltungsdienstleistungen oder Marketingstudien am wichtigsten. Für den Import von Dienstleistungen sind Transportdienstleistungen und Tourismus neben den Dienstleistungen des Geschäftslebens am bedeutendsten. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2010c; Online.) Finnischer Warenimport besteht aus Energieprodukten, Rohmaterialien, Produktions-, Konsum- und Investitionsgütern (Elinkeinoelämän keskusliitto 2010d; Online). Der finnische Warenexport setzt sich zum Teil aus den gleichen Waren wie der Import zusammen, außerdem gehören dazu elektrotechnische Produkte sowie Produkte der Holzverarbeitungsindustrie (Elinkeinoelämän keskusliitto 2010e; Online).

Deutschland, Russland und Schweden sind seit langem die wichtigsten Handelspartner Finnlands. Ihr Anteil am finnischen Export und Import geht aus Abbildung 1 hervor. 2009 betraf der Anteil Deutschlands am Export 10,3 % und am Import 14,6 %. Der Anteil Russlands betrug dagegen 9,0 % im Export und 16,2 % im Import. Für Schweden waren die entsprechenden Zahlen 9,8 % (Export) und 10,0 % (Import). (Tullihallitus 2009a, 11.)



**Abbildung 1:** Wichtigste Handelspartner Finnlands im Export und im Import 2009.

Der deutsche Markt bietet finnischen Unternehmen interessante Möglichkeiten. Erstens hat Deutschland eine zentrale Position in der Mitte Europas. Zweitens ist Deutschland die größte Volkswirtschaft Europas mit einer starken Exportindustrie. Drittens sind die Verkehrsverbindungen zu den Nachbarländern in Deutschland sehr gut. (Finpro 2010a, 7-12; 21.) Produkte der Holzindustrie, wie Papier und Pappe, machen einen großen Anteil des finnischen Exports nach Deutschland aus. Neben diesen Produkten besteht der finnische Export nach Deutschland zum Beispiel aus chemischen Produkten, Metall, Motoren und Maschinen. Der finnische Import besteht zum Teil aus den gleichen Warengruppen wie der Export, aber außerdem gehören Lebensmittel, Textilprodukte und Erze dazu. (Tullihallitus 2009b, 3-5.) Für die deutsche Industrie ist Finnland ein normaler Absatzmarkt, was heißt, dass die Struktur des deutschen Exports in Finnland ähnlich der des deutschen Exports im

Ganzen ist (Deutsch-Finnischer Handel 1/2008, 9). 2008 lag Finnland auf dem 19. Platz im deutschen Export und auf dem 23. Platz im Import (Tullihallitus 2009b, 6).

Außer Deutschland zählt Russland zu den wichtigsten Handelspartnern Finnlands. Russland ist ein großes Land mit mehr als 140 Millionen Konsumenten. Grundstücke, Gebäude und Mieten sind heutzutage günstiger als früher und freie Geschäftsgebäude sind auch an guten Marktplätzen vorhanden. (Finpro 2010f, 5.) Ein großer Teil des finnischen Exports nach Russland besteht aus Maschinen und Motoren der Industrie, aus elektrischen Maschinen und Apparaten sowie aus Transportmitteln. Dazu sind chemische Produkte und sowohl Papier als auch Pappe wichtige Exportgüter. Öl, Steinkohle, Gas und Elektrizität gehören dagegen zu den bedeutendsten Importgütern aus Russland. Ihr Anteil am Import betrug 2009 fast 80 % des Gesamtimports aus Russland. (Tullihallitus 2010a, 3-5.)

Obwohl sowohl der Export nach Schweden als auch der Import aus Schweden 2009 ein Drittel kleiner als 2008 waren, gehört Schweden immer noch zu den wichtigsten Außenhandelspartnern Finnlands. Wie im finnischen Export nach Russland, sind Maschinen und Motoren, elektrische Maschinen und Apparate sowie Transportmittel auch im Export nach Schweden von großer Bedeutung. Außerdem werden chemische Produkte, Ölprodukte sowie Metall, Eisen und Stahl nach Schweden exportiert. Der Import aus Schweden gleicht außer ein paar Ausnahmen dem Export nach Schweden. Mehr Lebensmittel werden aus Schweden importiert als dorthin exportiert und bei Ölprodukten ist die Situation umgekehrt. (Tullihallitus 2010b, 1; 3-5.)

Mit dem nächsten Kapitel soll zur eigentlichen Analyse der Umfrageergebnisse vorliegender Studie übergeleitet werden. Zuerst wird im Kapitel 5 das FinGer-Projekt genauer vorgestellt. Darüber hinaus werden Material und Methode vorliegender Umfrage vorgestellt.

## 5 Umfrage „Sprachen in der Wirtschaft“

In vorliegender Pro-Gradu-Arbeit soll die Rolle verschiedener Sprachen im finnischen Wirtschaftsleben untersucht werden. Besonderes Augenmerk richtet sich dabei auf die Rolle des Deutschen. Die Untersuchung ist Teil des FinGer-Projekts der Universität Jyväskylä. In diesem Projekt soll die Rolle des Deutschen als Verkehrssprache in Finnland untersucht werden. Der Schwerpunkt des FinGer-Projekts liegt auf der mündlichen Kommunikation in akademischen und wirtschaftlichen Kontexten.

Das FinGer-Projekt hat drei Hauptziele:

- 1) Die Einstellungen zu mehrsprachiger Bildung, Wissenschaft und Wirtschaft zu untersuchen,
- 2) Empirische Nachweise über die Rolle und Verbreitung des gesprochenen Deutschen als Verkehrssprache in akademischen und wirtschaftlichen Kontexten in Finnland zu sammeln und
- 3) Empirisch verifizierte Einblicke in die Vielfalt mündlicher Diskurspraktiken des Deutschen in verschiedenen Disziplinen und Branchen zu erhalten. (Ylönen 2010, unveröffentlichter Projektantrag.)

Die Ergebnisse des Projekts sollen u. a. helfen, politische Entscheidungen und pädagogische Strategien für ein effektives und motivierendes Sprachentraining zu entwickeln und so Mehrsprachigkeit zu fördern (Ylönen 2010, unveröffentlichter Projektantrag).

Bisher wurden zwei Umfragen zur Rolle verschiedener Sprachen und speziell des Deutschen im akademischen Bereich (2008 unter Studierenden und 2009 unter dem Personal an Universitäten in Finnland) durchgeführt. Vorliegende Studie konzentriert sich auf den Bereich der Wirtschaft und schließt den ersten Teil des FinGer-Projekts zur Untersuchung von Einstellungen zu mehrsprachiger Bildung, Wissenschaft und Wirtschaft ab. Basierend auf den Umfragen sollen Korpora gesprochener Sprache für akademische und wirtschaftliche Kommunikation erstellt werden, die gesprächsanalytisch untersucht und für Forschungs- und Sprachlehr-/lernzwecke frei online zur Verfügung gestellt werden sollen.

Wie oben erwähnt wurde, ist ein Teil des FinGer-Projekts schon verwirklicht: eine Umfrage über die Rolle von Mehrsprachigkeit und des Deutschen im Studium wurde 2008 unter rund 20 000 finnischen Studierenden (3516 Antworten) der Universitäten Jyväskylä und Tampere sowie der Technischen Universität Tampere und Ende 2009 eine Umfrage unter ca. 21 000 Angehörigen des Personals aller Universitäten und Hochschulen Finnlands (3598 Antworten aus 20 Universitäten) durchgeführt. Die Ergebnisse beider Studien zeigten, dass die Befragten positiv zu Mehrsprachigkeit eingestellt waren. Rund 80 % der Studierenden und rund 90 % des Personals meinten, dass verschiedene Sprachen wichtig im Studium bzw. in der Arbeit sind. In der Praxis werden aber hauptsächlich Finnisch und Englisch während des Studiums und der Arbeit verwendet. Laut dem Personal der Universitäten wird Englisch auch in der Zukunft seine Position behalten. Weitere Sprachen, an denen nach den Befragten einen Bedarf bestehen wird, waren Finnisch, Russisch, Schwedisch und Deutsch. (Vainio 2008, 100-102 ; Kivelä 2010, 112-113, s. auch Schneider & Ylönen 2008, Schneider & Ylönen 2010, Ylönen & Vainio 2009, Ylönen & Vainio 2010, Ylönen & Kivelä 2010 (eingereicht), Ylönen & Kivelä (im Druck)).

## **5.1 Material**

Die Zielgruppe der vorliegenden Studie bestand aus dem Personal finnischer Unternehmen unabhängig von ihrem Tätigkeitsbereich. Das Ziel war, den Gebrauch von Sprachen, und besonders des Deutschen, in unterschiedlichen Personalgruppen zu analysieren. Die Fragen wurden so formuliert, dass es für Personen in verschiedenen Positionen möglich war, sie zu beantworten. Außerdem sind die Ergebnisse einer Untersuchung zuverlässiger, wenn die Befragten selbst die Zielgruppe repräsentieren (Sinkkonen 1998, 52). Die Zielgruppe vorliegender Studie kann weiter in Personen ohne Deutschkenntnisse und Personen mit Deutschkenntnissen eingeteilt werden. Die zweite Gruppe, Personen mit Deutschkenntnissen, unterteilte sich weiter in zwei Gruppen: Sprecher des Deutschen als Muttersprache und Sprecher des Deutschen als Fremdsprache. Diese beiden Gruppen mit Deutschkenntnissen, wurden dann weiter eingeteilt in Personen, die Deutsch für die Arbeit benutzen und solche, die kein Deutsch in der Arbeit benutzen.

Die vorliegende Untersuchung wurde mit Hilfe eines Online Fragebogens durchgeführt. Vor der Durchführung wurde der Fragebogen mit Informanten aus dem Geschäftsleben und des Zentrums für angewandte Sprachforschung der Universität Jyväskylä besprochen und pilotiert. Der Online-Fragebogen wurde am 11. Mai 2010 via E-Mail an 4774 Empfänger geschickt und die Umfrage stand bis zum 16. Juni für die Beantwortung im Internet zur Verfügung (fünf Wochen). Ursprünglich war die Zeit zum Antworten kürzer geplant (nur bis Ende Mai, d. h. drei Wochen), aber wegen der geringen Anzahl von Antworten wurde sie um zwei Wochen verlängert. Die E-Mail-Adressen der Vertreter des Geschäftslebens wurden stichprobenartig per Hand aus der Liste des finnischen Handelsregisters (CD-KATKA 4/2009) ausgewählt. In der Regel sind alle finnischen Unternehmen im Handelsregister aufgelistet. Die Unternehmen können aber zum Teil selber entscheiden, welche Informationen in dem Register veröffentlicht werden. Von der CD-ROM wurden nur solche Unternehmen gewählt, die unter ihren Kontaktinformationen eine E-Mail-Adresse mitteilten. Um möglichst viele Antworten zu erhalten, wurde im Begleitbrief darum gebeten, die E-Mail an KollegInnen weiterzuleiten. Dies bedeutete also, dass mehrere Personen aus einem Unternehmen die Umfrage beantworten konnten. Zwischen dem 11. und dem 16. Juni wurden fünf Erinnerungen verschickt, was einige der Befragten verständlicherweise als störend empfanden. Alle Befragten hatten die Möglichkeit an der Verlosung von fünf Buchhandlungsgutscheinen (à 25 Euro) teilzunehmen.

Der Fragebogen wurde also an insgesamt 4774 Repräsentanten finnischer Unternehmen geschickt. Von diesen 4774 E-Mail-Adressen funktionierten ca. 1130 Adressen nicht, so dass unsere Umfrage maximal 3644 Adressaten erreichte<sup>3</sup>. Insgesamt erhielten wir 638 Antworten, aber unter den Antworten gab es 19 Fragebögen, die gelöscht werden mussten. Mit 619 Antworten betrug die Rücklaufquote 17 %. Sie kann allerdings nicht ganz exakt angegeben werden, weil darum gebeten wurde, dass die Empfänger die E-Mail weiterleiten. Ein Teil der Antwortenden gehörte also möglicherweise nicht zu den 3644 Personen, an die die Umfrage geschickt wurde. Für die Durchführung der Befragung wurde das Programm

---

<sup>3</sup> Dass nicht alle E-Mail-Adressen funktionierten, kann daran liegen, dass sie im Geschäftsleben schnell ungültig werden, wenn die Personen beispielsweise ihre Arbeitsplätze wechseln.

Webropol ([www.webropol.com](http://www.webropol.com)) benutzt. Ein Vorteil des Programms ist, dass man die Umfrage in mehreren Sprachen anbieten kann. Der betreffende Fragebogen wurde den Unternehmen in vier Sprachen angeboten: Finnisch, Schwedisch, Englisch und Deutsch. Eine deutliche Mehrheit der Informanten nutzte den finnischen Fragebogen (537). 51 der Befragten antworteten auf Schwedisch, 35 auf Englisch und 15 auf Deutsch.

## **5.2 Methoden**

Als Untersuchungsmethode wurde eine schriftliche Online-Befragung gewählt, weil sie sich gut für das Sammeln großer Datenmengen eignet. Für den Fall, dass die Informanten bereit wären, eventuelle Anschlussfragen zu beantworten, wurden sie jedoch um die Angabe ihrer Kontaktinformationen gebeten.

Der Gebrauch einer Umfrage hat sowohl Vorteile als auch Nachteile. Mithilfe eines Fragebogens kann eine große Zahl von Befragten in kurzer Zeit erreicht werden. Außerdem ist eine Befragung eine kostengünstige Weise, Informationen zu sammeln. (Albert & Koster 2002, 32.) Eine Umfrage ist als Untersuchungsmethode auch vielseitig; sie kann in verschiedenen Situationen, mit verschiedenen Zielgruppen verwendet werden (Dörnyei 2003, 10). In einer Interviewsituation können die möglichen Reaktionen des Interviewers Einfluss auf die Antworten des Befragten haben. Bei einer schriftlichen Befragung bekommen alle Adressaten die gleichen Fragen und werden nicht durch die Reaktionen des Gesprächspartners beeinflusst. Ein Forscher kann aber nicht wissen, ob jemand die Antworten des Befragten beeinflusst hat und ob der Befragte überhaupt selbst auf die Fragen geantwortet hat. Andererseits kann der Befragte Probleme haben, wenn er den Fragebogen allein ausfüllt: „Die befragte Person hat keine Möglichkeit Rückfragen zu stellen.“ (Albert & Koster 2002, 32.) Häufig sind einzelne Fragen in einer Umfrage sehr einfach, damit das letzterwähnte Problem vermieden werden kann (Dörnyei 2003, 10). Auch die Rücklaufquote der Befragungen ist problematisch: sie beträgt häufig nur 20 %. Hier spielt die Länge des Fragebogens eine große Rolle, er sollte möglichst kurz sein und wenige offene Fragen enthalten. (Albert & Koster 2002, 32.) Viele sind nicht gerade begeistert, wenn es um Umfragen geht und deswegen können die Adressaten unmotiviert

zur Beantwortung sein. Ab und zu antworten die Informanten entweder aus Versehen oder absichtlich nicht auf alle Fragen. Ein weiteres Problem mit Befragungen ist, dass die Respondenten manchmal keine wahrheitsgemäßen Angaben machen. Schließlich können sie aus Müdigkeit oder Langeweile ungenau antworten, besonders wenn die Umfrage zu lang oder monoton ist. (Dörnyei 2003, 10-14.)

Der vorliegende Fragebogen bestand aus vier Teilen: von Teil A bis Teil D. Der Aufbau des Fragebogens ist in Tabelle 2 dargestellt und die Antwortalternativen sind im Anhang 1 zu sehen. Im ersten Teil gab es Fragen zu den Hintergrundinformationen der Beteiligten. Teil B konzentrierte sich auf die Rolle der Sprachen in Unternehmen. Im Teil C wurde nach Deutschkenntnissen der Mitarbeiter gefragt und im Teil D nach dem Gebrauch des Deutschen während der Arbeit. Teile A und B betrafen alle Befragten, Teil C nur diejenigen, die Deutschkenntnisse hatten und Teil D diejenigen, die Deutsch in der Arbeit benutzten.

**Tabelle 2:** Aufbau des Fragebogens *Sprachen in der Wirtschaft*

<p>A. Hintergrundinformationen</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Geschlecht</li> <li>2. Geburtsjahr</li> <li>3. Höchster Bildungsabschluss</li> <li>4. Sind Sie Unternehmer?</li> <li>5. Position in Ihrem Unternehmen</li> <li>6. Sprachfertigkeiten</li> <li>7. Branche des Unternehmens</li> <li>8. Größe des Unternehmens</li> <li>9. Firmensitz(e) in Finnland</li> <li>10. Hat das Unternehmen Firmensitz(e) im Ausland?</li> <li>10a. Wenn Sie ja gewählt haben, wo?</li> <li>11. Unternehmenssprache/n</li> <li>12. Kooperiert Ihr Unternehmen auf internationaler Ebene?</li> <li>12a. Mit Unternehmen aus welchen Ländern/Regionen kooperiert ihr Unternehmen und welche Sprache/n werden hierbei benutzt?</li> </ol>
<p>B. Die Rolle der Sprachen im Arbeitsumfeld</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>13. Wie wichtig sind Ihrer Meinung nach verschiedene Sprachen für Ihre Arbeit?</li> <li>14. Wie stehen Sie zu den folgenden Aussagen zur Rolle von Sprachen im Geschäftsleben?</li> <li>15. Wie stehen Sie zu den folgenden Aussagen zur Sprachausbildung?</li> </ol>

	<p>16. Welche Arbeitssprachen verwenden Sie und wie häufig?</p> <p>17. Welche Sprachen verwenden Sie in den folgenden Kommunikationssituationen?</p> <p>18. Wird die Bedeutung folgender Sprachen Ihrer Meinung nach in Zukunft in Ihrem Arbeitsumfeld wachsen?</p> <p>19. Betreffen die folgenden Aussagen das Unternehmen, in dem Sie arbeiten?</p> <p>20. Können Sie zumindest ein wenig Deutsch?</p>
<p>C. Deutsche Sprachfertigkeiten</p>	<p>21. Wie haben Sie Deutsch gelernt?</p> <p>22. Ihre deutschen Sprachfertigkeiten</p> <p>23. Wie leicht oder schwer fällt Ihnen das VERSTEHEN deutscher Muttersprachler in Bezug auf folgende Aspekte?</p> <p>24. Wie leicht oder schwer fällt Ihnen das SPRECHEN des Deutschen im Bezug auf folgende Aspekte?</p> <p>25. Verwenden Sie Deutsch in Ihrer Arbeit?</p>
<p>D. Der Gebrauch des Deutschen während der Arbeit</p>	<p>26. Arbeiten Sie zusammen mit Menschen, deren Muttersprache Deutsch ist?</p> <p>27. Verwenden Sie Deutsch während der Zusammenarbeit mit Menschen, deren Muttersprache nicht Deutsch ist?</p> <p>28. Wie wichtig sind Ihrer Meinung nach mündliche und schriftliche Deutschkenntnisse in Ihrer Arbeit?</p> <p>29. In welchen Arbeitssituationen brauchen Sie schriftliche Deutschkenntnisse?</p> <p>30. In welchen Arbeitssituationen brauchen Sie mündliche Deutschkenntnisse?</p> <p>31. Warum verwenden Sie Deutsch in den oben genannten Situationen?</p> <p>32. In welchen Arbeitssituationen brauchen Sie die Hilfe eines Dolmetschers/Übersetzers?</p> <p>33. Verwenden Sie Deutsch in offiziellen Situationen, wie Verkaufsverhandlungen? Warum verwenden Sie Deutsch in offiziellen Situationen? Warum verwenden Sie Deutsch in offiziellen Situationen nicht?</p> <p>34. Verwenden Sie Deutsch in inoffiziellen Situationen, wie beim Abendessen? Warum verwenden Sie Deutsch in inoffiziellen Situationen? Warum verwenden Sie Deutsch in inoffiziellen Situationen nicht?</p>

	<p>35. Verbessern Deutschkenntnisse Ihrer Meinung nach die Berufsaussichten in Ihrem Bereich?</p> <p>36. Dürfen wir ggf. mit Ihnen in Verbindung treten, sofern sich später noch weitere Fragen zu unserer Untersuchung ergeben?</p> <p>37. Weitere Kommentare</p> <p>38. Wenn Sie an der Verlosung des Gutscheins einer Buchhandlung teilnehmen möchten, geben Sie bitte Ihre Postanschrift an.</p>
--	--

Der Fragebogen enthielt vorwiegend geschlossene Fragen, weil sie die Auswertung der Ergebnisse erleichtern. Der Gebrauch von geschlossenen Fragen ist auch in dem Sinne begründet, dass man in der Regel mehr Antworten auf geschlossene Fragen als auf offene Fragen erhält. (Albert & Koster 2002, 35.) In einigen Fragen gab es die Möglichkeit, eine Alternative „etwas anderes, was?“ zu wählen, wenn die Befragten trotz sorgfältigen Planens des Fragebogens keine betreffenden Antwortmöglichkeiten finden konnten. Bei geschlossenen Fragen entsteht gerade die Gefahr, dass der Forscher nicht an alle Antwortmöglichkeiten gedacht hat. Nach mehreren Fragen stand im Fragebogen ein Kommentarfeld, das die Angabe von zusätzlichen Informationen ermöglichte.

Die Länge des Fragebogens spielt eine Rolle, wenn es um die Rücklaufquote geht. Je länger der Fragebogen, desto wahrscheinlicher ist es, dass die Befragten nicht auf die Umfrage antworten. (Albert & Koster 2002, 32.) Insgesamt enthielt der Fragebogen 38 Fragen, was bedeutet, dass er ziemlich lang war. Mit dem Webropol-Programm können dynamische Fragebögen erstellt werden, d. h., dass die Folgefragen in Abhängigkeit von der Antwort des Befragten angezeigt werden. Alle Befragten konnten auf die Teile A und B (insgesamt 20 Fragen) antworten. Diejenigen, die Deutsch konnten, konnten dann im Teil C auf fünf Fragen antworten, die sich auf ihre Sprachfertigkeiten im Deutschen konzentrierten. Der Teil D (Fragen 26-37) betraf nur diejenigen, die Deutsch zu Arbeitszwecken verwendeten. Personen mit Deutsch als Muttersprache, brauchten nicht auf die Fragen in Teil C zu antworten. Wenn sie Deutsch während der Arbeit verwendeten, konnten sie direkt von Teil B zu Teil D übergehen.

Mithilfe des dynamischen Seitenwechsels konnten die Befragten je nach ihrer Antwort auf eine bestimmte Frage nicht nur zu verschiedenen Teilen des Fragebogens, sondern auch zu

spezifischen Folgefragen gelenkt werden. In dem Fragebogen gab es beispielsweise eine Frage (Frage 12) über internationale Kooperation. Wenn die befragte Person zustimmend auf diese Frage antwortete, betraf die nächste Frage (Frage 12a) die Länder/Regionen, mit denen die Kooperation stattfand, und die Sprachen, die während der Kooperation verwendet wurden. Wenn die Antwort dagegen negativ war, brauchte der Befragte gar nicht auf die Frage 12a zu antworten, sondern wurde direkt zur 13. Frage weitergeleitet. Die Umfrage wurde an eine relativ große Menge von Befragten geschickt und deswegen war es sinnvoll zu versuchen, möglichst viele Informationen auf einmal zu bekommen, wenngleich davon ausgegangen werden musste, dass die Länge des Fragebogens einige Befragten möglicherweise stören würde.

Nach Ablauf der Zeit zum Beantworten der Umfrage, wurde sie in Webropol geschlossen und die Ergebnisse in Form einer Excel-Datei bestellt. Hiernach begann die so genannte Reinigung der Daten (Data cleaning), es wurde mit anderen Worten kontrolliert, ob mit den Antworten alles in Ordnung war. Die originale Datei enthält häufig Fehler, die beispielsweise daraus resultieren, dass der Respondent beim Ausfüllen des Fragebogens Fehler gemacht hat (Dörnyei 2003, 104). Es wurde z. B. überprüft, ob die Datei Nullantworten enthielt. Mit anderen Worten wurde kontrolliert, ob jemand einen leeren Fragebogen zurückgeschickt hatte. Insgesamt 19 Antworten wurden von der Umfrage gelöscht, weil diese Befragten den Bogen sehr oberflächlich und offensichtlich fehlerhaft ausgefüllt hatten, was durch den Vergleich verschiedener Antworten festgestellt wurde.

Die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit wurden vorwiegend quantitativ ausgewertet und bei der Analyse wurden in der Regel valide Prozente verwendet. Die Anzahl gegebener Antworten auf die jeweilige Frage wird im Text oder in den Abbildungen angegeben. Für die Auswertung der numerischen Daten wurde SPSS benutzt. Die Antworten auf offene Fragen und freiwillige Kommentare wurden nicht systematisch analysiert, aber ein Teil der Antworten wurde gegebenenfalls ins Deutsche übersetzt und einzeln betrachtet, um die statistischen Ergebnisse zu illustrieren. Nach den Zitaten sind Geschlecht (M = Mann, F = Frau), Geburtsjahr, Position im Unternehmen, Größe des Unternehmens sowie Beteiligung an internationaler Kooperation angegeben.

Die Ergebnisse der Umfrage *Sprachen in der Wirtschaft* werden im nächsten Kapitel vorgestellt. Wegen der Länge des Fragebogens werden Teil C sowie Frage 17 (s. Tabelle 2) im Folgenden nicht berücksichtigt, da die Analyse aller Fragen den Rahmen einer Pro-Gradu-Arbeit sprengen würde. Zuerst werden die Hintergrundinformationen erläutert und danach die Fragen zur Rolle verschiedener Sprachen im Arbeitsumfeld behandelt. Als nächstes wird auf den Gebrauch des Deutschen während der Arbeit eingegangen. Schließlich werden die Ergebnisse mit den Resultaten früherer Untersuchungen verglichen.

## **6 Ergebnisse und Diskussion der Umfrage**

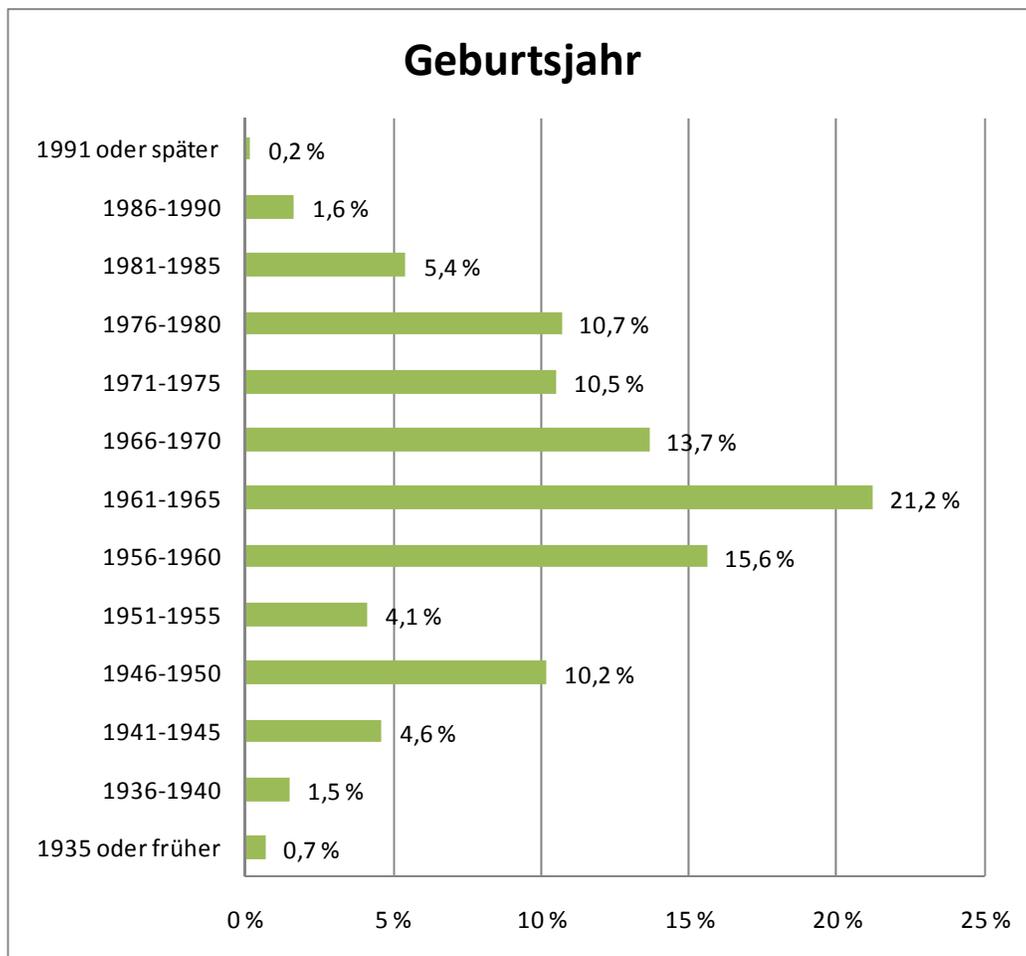
### **6.1 Hintergrundinformationen**

Die Hintergrundfragen betrafen entweder die Informanten selbst oder ihr Unternehmen. Es wurde 1. nach dem Geschlecht, 2. dem Geburtsjahr und 3. nach dem höchsten Bildungsabschluss gefragt. Viertens wurde danach gefragt, ob der Informant Unternehmer war. Die Fragen 5-12 betrafen die Position der Informanten im Unternehmen, ihre Sprachfertigkeiten, die Branche und Größe des Unternehmens, Firmensitze in Finnland und im Ausland, die Unternehmenssprache(n) und internationale Kooperationen.

#### **6.1.1 Geschlecht, Geburtsjahr und höchster Bildungsabschluss**

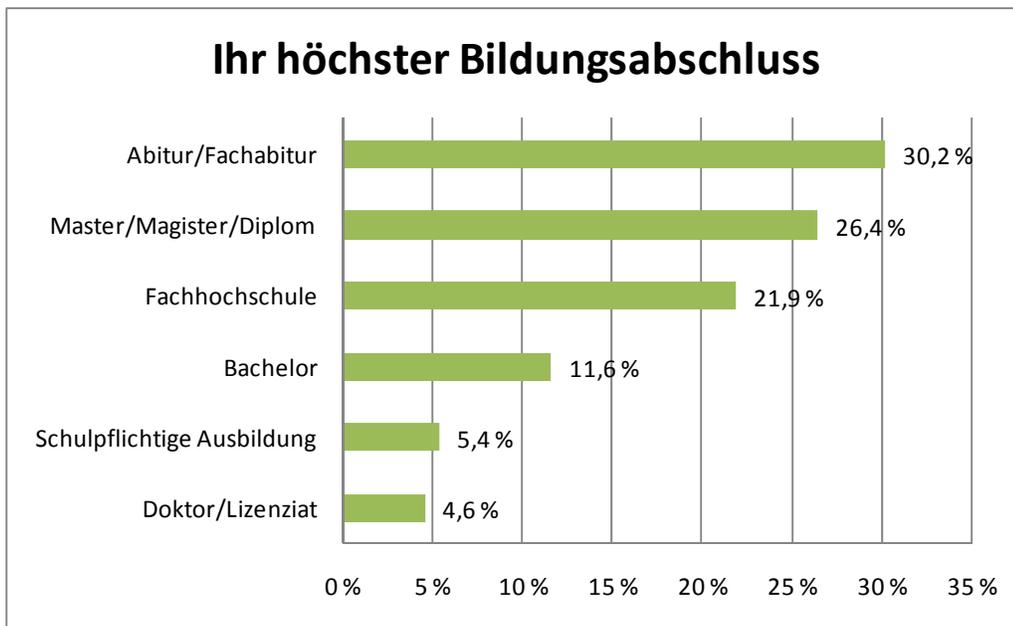
Eine kleine Mehrheit aller Informanten waren Männer, und zwar 55 % (333 Informanten). Frauen waren also 45 % (274 Informanten). Nicht alle Befragten antworteten auf diese Frage; die Zahl der gegebenen Antworten war 607. In der zweiten Frage wurde nach dem Geburtsjahr gefragt. Abbildung 2 zeigt, dass die Altersspanne der Antwortenden ziemlich groß war. Diejenigen, die zwischen 1956 und 1970 geboren waren, bildeten die drei größten Altersgruppen. Diese Befragten waren also zum Zeitpunkt der Umfrage 40-54 Jahre alt. Jeweils rund 10 % der Antwortenden waren zwischen 1946-1950, 1971-1975 und

1976-1980 geboren. Nur ein Respondent war 1991 oder später geboren (also jünger als 19 Jahre) und vier der Respondenten vor 1935 (also älter als 75 Jahre).



**Abbildung 2:** Geburtsjahr (Zahl gegebener Antworten 608)

In der dritten Frage wurde nach dem höchsten Bildungsabschluss der Respondenten gefragt. Als Antwortalternativen wurden schulpflichtige Ausbildung, Abitur/Fachabitur, Fachhochschule, Bachelor, Master/Magister/Diplom und Doktor/Lizenziat angeboten. Wie aus Abbildung 3 hervorgeht, hatten die meisten der Informanten (30,2 %) Abitur oder Fachabitur als höchsten Bildungsabschluss. Zur zweitgrößten Gruppe mit 26,4% gehörten diejenigen mit Magisterabschluss. 21,9 % hatten einen Fachhochschulabschluss und 11,6 % waren Bachelor. Deutlich weniger hatten entweder nur die schulpflichtige Ausbildung absolviert (5,4 %) oder einen Doktor-/Lizenziatentitel (4,6 %).

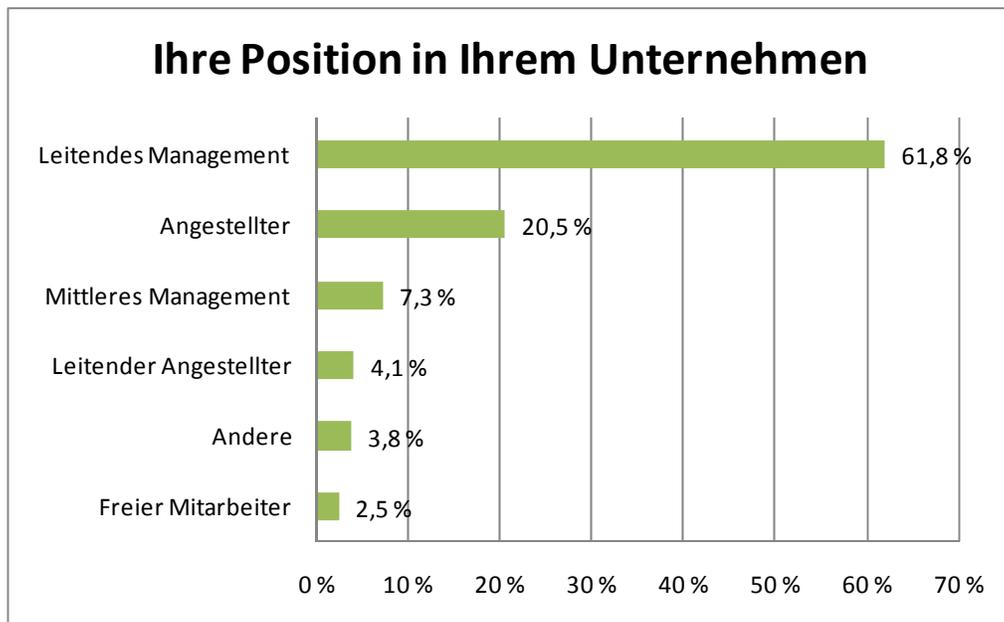


**Abbildung 3:** Höchster Bildungsabschluss (Zahl gegebener Antworten 613)

## 6.1.2 Position im Unternehmen, Branche und Größe der Unternehmen

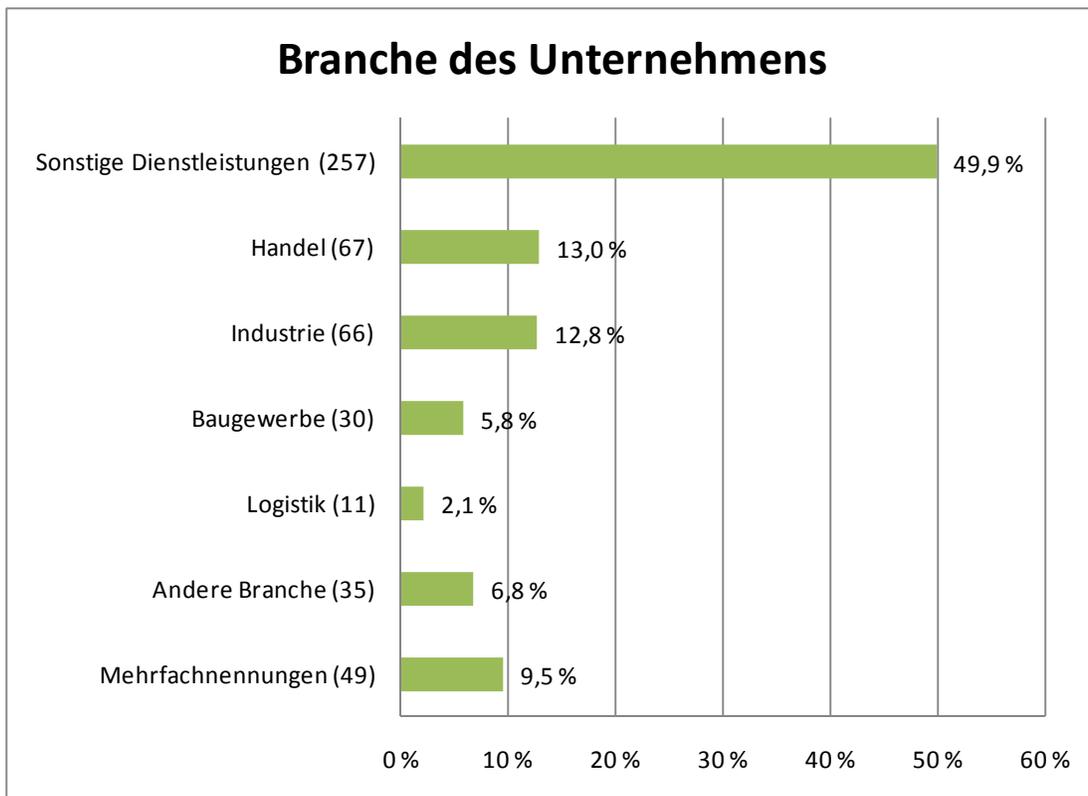
In der vierten Frage ging es darum, ob der Respondent Unternehmer war. 61,7 % antworteten zustimmend auf diese Frage, was wiederum die hohe Anzahl des leitenden Managements erklärt (s. Abbildung 4). Die Position der Befragten im Unternehmen sollte mithilfe der fünften Frage festgestellt werden. Die betreffende Skala wurde basierend auf der Skala des finnischen Amtes für Statistik aus dem Jahre 2001<sup>4</sup> formuliert. Die Antwortalternativen waren: leitendes Management, mittleres Management, leitender Angestellter, Angestellter, freier Mitarbeiter, Praktikant/Volontär und Andere, welche. Über die Hälfte der Informanten (61,8 %) gehörte zum leitenden Management. Die zweithäufigste Position war Angestellter mit 20,5 %. Auf dem dritten Platz rangierte mittleres Management mit einem Prozentanteil von 7,3 %. Insgesamt 20 Informanten hatten die Antwortalternative „Andere, welche?“ gewählt und sie gaben als ihre Position beispielsweise Experte an.

<sup>4</sup> S. <http://www.stat.fi/meta/luokitukset/ammatti/001-2001/index.html>



**Abbildung 4:** Position der Informanten im Unternehmen (Zahl gegebener Antworten 605)

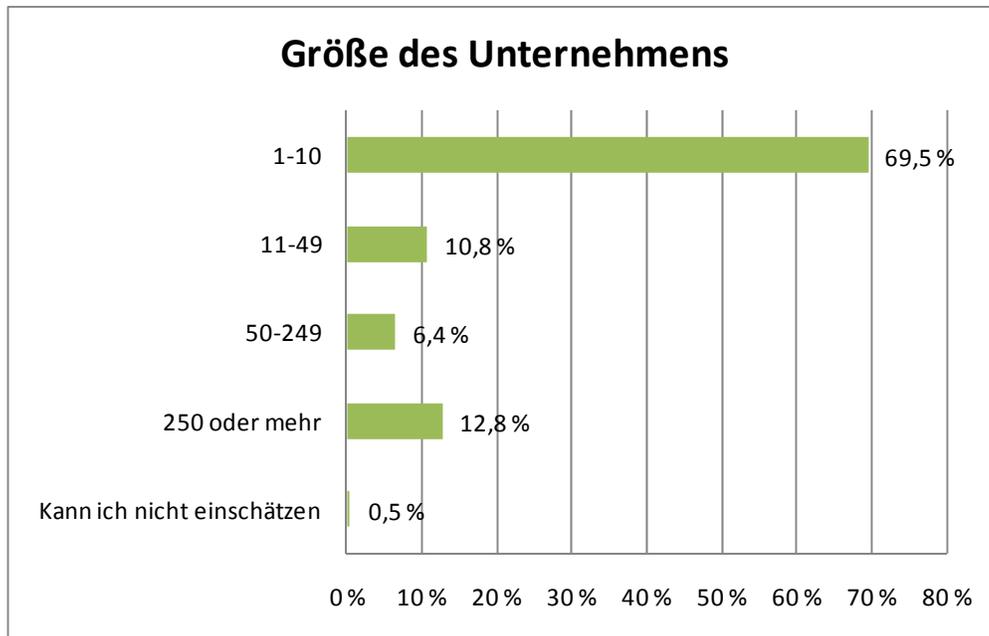
Weiterhin wurde in den Hintergrundfragen (Frage 7) nach der Branche der Unternehmen gefragt. Es wurden fünf Branchen als Alternativen vorgegeben: Industrie, Baugewerbe, Logistik, Handel und sonstige Dienstleistungen. Darüber hinaus konnten die Befragten die Alternative „andere Branche, welche“ wählen. Diese Brancheneinteilung wurde mithilfe von Repräsentanten des Geschäftslebens formuliert. Mehrfachnennungen waren möglich bei dieser Frage und die Respondenten wurden gebeten, dass sie maximal drei Branchen wählen sollten. Die größte Branche war mit ca. 50 % die der sonstigen Dienstleistungen (Abbildung 5). Handel und Industrie rangierten auf dem zweiten und dritten Platz mit einem Anteil von rund 13 %. Repräsentanten der Branchen Baugewerbe und Logistik gab es unter den Unternehmen am wenigsten, ihre Anteile waren 5,8 % und 2,1 %. Die IT-Branche, Forschung und Kommunikation wurden am häufigsten als „andere Branchen“ erwähnt. Weil die Befragten mehrere Alternativen wählen konnten, war ein Teil der Antworten Kombinationen von verschiedenen Branchen, von denen die häufigsten sonstige Dienstleistungen und andere Branche, Handel und andere Branche sowie Logistik und andere Branche waren.



**Abbildung 5:** Branchen (Die Zahl der Antworten ist nach jeder Alternative angegeben, Mehrfachnennungen möglich)

Im Kapitel 4 wurde die Kategorisierung der Unternehmen in kleine, mittlere und große Unternehmen dargestellt (Tilastokeskus 2009a; Online). Es wurde auch erwähnt, dass KMU weiter in Mikrounternehmen, kleine Unternehmen sowie mittlere Unternehmen eingeteilt werden können (Elinkeinoelämän keskusliitto 2010a; Online). Wie aus Abbildung 6 hervorgeht, repräsentierten über 85 % der Informanten KMU. Von den Unternehmen waren 69,5 % Mikrounternehmen und 10,8 % kleine Unternehmen. Der Anteil der Unternehmen, die weniger als 50 Angestellte hatten, betrug also 80,3 %. Diese Beteiligung der Mikro- und Kleinunternehmen an der Umfrage entspricht annähernd ihrer Repräsentanz in der finnischen Gesellschaft, da es 2009 in Finnland 320 682 Unternehmen dieser Größenklasse gab, also 99,1 % aller Unternehmen (s. Kapitel 4). Der Anteil der mittleren Unternehmen betrug dagegen 6,4 % in dieser Stichprobe und der Anteil der Großunternehmen 12,8 %. Tatsächlich gibt es in Finnland weniger Großunternehmen als mittlere Unternehmen, denn 2009 waren knapp ein Prozent aller Unternehmen mittlere Unternehmen und 0,2 % Großunternehmen (s. Kapitel 4). (Tilastokeskus 2010, 4-6.) Es ist anzunehmen, dass die Umfrage in mittleren und großen Unternehmen unserer Bitte

entsprechend an Kollegen weitergeleitet wurde, und dass in großen Unternehmen mehr Angestellte als in mittleren an ihr teilnahmen, wodurch diese Prozentzahlen zu erklären wären.



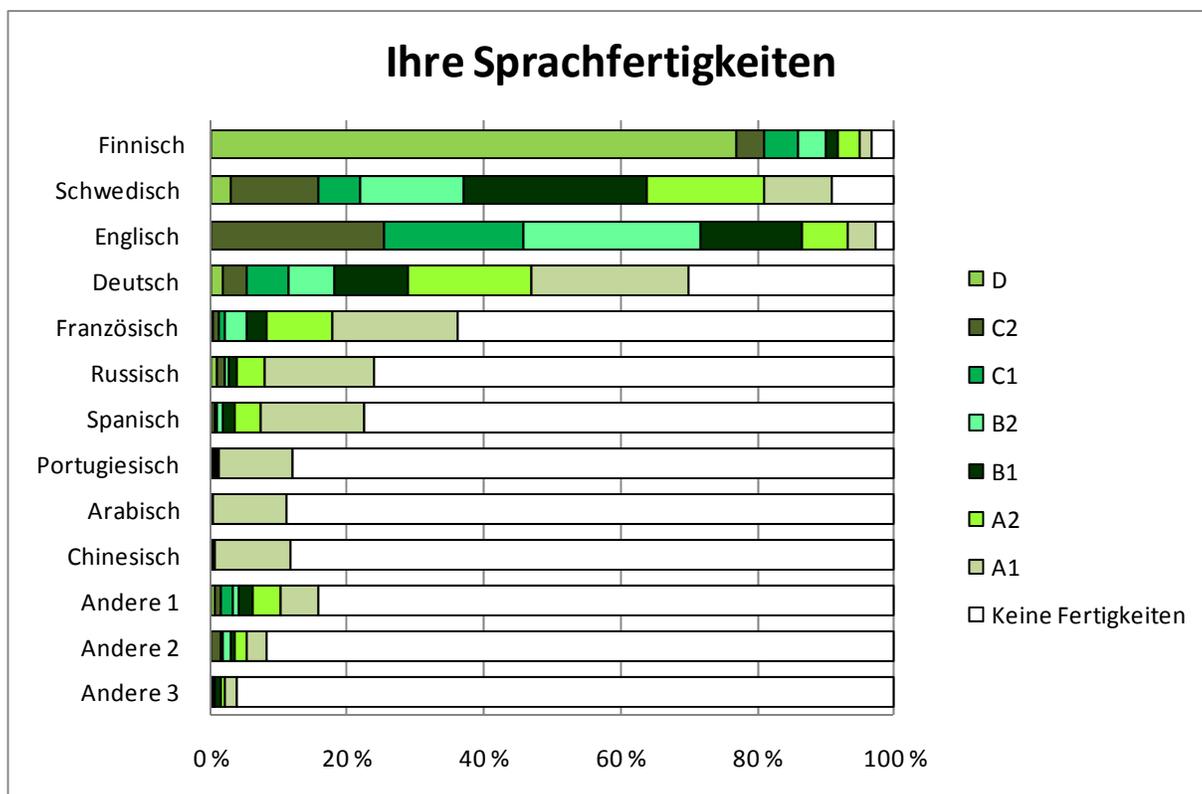
**Abbildung 6:** Größe der Unternehmen (Zahl gegebener Antworten 609)

### 6.1.3 Sprachfertigkeiten der Befragten, Unternehmenssprache

In der sechsten Hintergrundfrage wurde nach den Sprachfertigkeiten der Informanten gefragt. Zu den Sprachalternativen gehörten die Nationalsprachen Finnlands sowie die häufigsten Muttersprachen in Finnland (Tilastokeskus 2009b; Online). Die Befragten hatten auch die Möglichkeit, die Alternative „Andere 1/2/3“ zu wählen und nach der Frage konnten sie ihre Antwort präzisieren. Die Skala, mit der die Sprachfertigkeiten eingeschätzt wurden, war folgende: D = Muttersprache, C2 = flüssige Sprachfertigkeiten, C1 = sehr gute Sprachfertigkeiten, B2 = gute Sprachfertigkeiten, B1 = befriedigende Sprachfertigkeiten, A2 = wenig und A1 = sehr wenig. Diese Einteilung gründet sich auf den Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen für Sprachen (Goethe-Institut; Online). Die Respondenten wurden darum gebeten, nur die Sprachen einzuschätzen, die sie konnten. Aus diesem Grund wurde in der Analyse das Nichtwählen einzelner Antwortoptionen so interpretiert,

dass die Befragten keine Sprachfertigkeiten in der fraglichen Sprache hatten. Es muss jedoch berücksichtigt werden, dass einige Befragten möglicherweise gar nicht auf die sechste Frage geantwortet haben, was die Ergebnisse beeinflussen kann.

Abbildung 7 veranschaulicht die Sprachkenntnisse der Befragten. Finnisch war mit einem Anteil von ca. 77 % die häufigste Muttersprache unter den Antwortenden. Schwedisch war die Muttersprache von insgesamt 18 Befragten (2,9 %). Die meisten Befragten mit Schwedischkenntnissen (26,8 %) hatten befriedigende Sprachfertigkeiten im Schwedischen und jeweils 13-17 % hatten geringe, gute oder flüssige Sprachfertigkeiten. Über 90 % aller Informanten beherrschten Englisch und von ihnen meinten über 70 %, dass sie entweder flüssige, sehr gute oder gute Sprachfertigkeiten im Englischen hatten. Keine Befragte gab an, Englisch als Muttersprache zu haben. Deutsch war die Muttersprache von 11 Befragten und mit einem Anteil von ca. 70 % die zweithäufigste Fremdsprache. Informanten mit Deutschkenntnissen hielten ihre Sprachfertigkeiten im Deutschen aber für schwächer als im Englischen. Französisch war die Muttersprache von zwei Befragten und die Mehrheit der übrigen Befragten mit Französischkenntnissen schätzte sie als gering oder sehr gering ein. Jeweils etwa ein Viertel aller Informanten konnte Russisch und Spanisch als Fremdsprache (A1-C2) und Russisch war die Muttersprache von sechs Antwortenden und Spanisch von einem. Jeweils ca. 11-12 % der Informanten gaben an, dass sie Kenntnisse im Portugiesischen, Arabischen oder Chinesischen hatten. Der größte Teil dieser Befragten schätzte ihre Sprachfertigkeiten als sehr gering (A1) ein, aber unter den Informanten mit Portugiesisch- und Chinesischkenntnissen gab es jeweils einen Muttersprachler und unter den Informanten mit Arabischkenntnissen zwei Muttersprachler. Insgesamt 173 Antwortende hatten die Möglichkeit „Andere 1/2/3“ gewählt. Die drei häufigsten „anderen 1“ Sprachen waren Italienisch, Estnisch und Dänisch. Als „andere 2“ Sprachen wurden Norwegisch, Estnisch und Italienisch erwähnt. Norwegisch war auch die häufigste „andere 3“ Sprache.



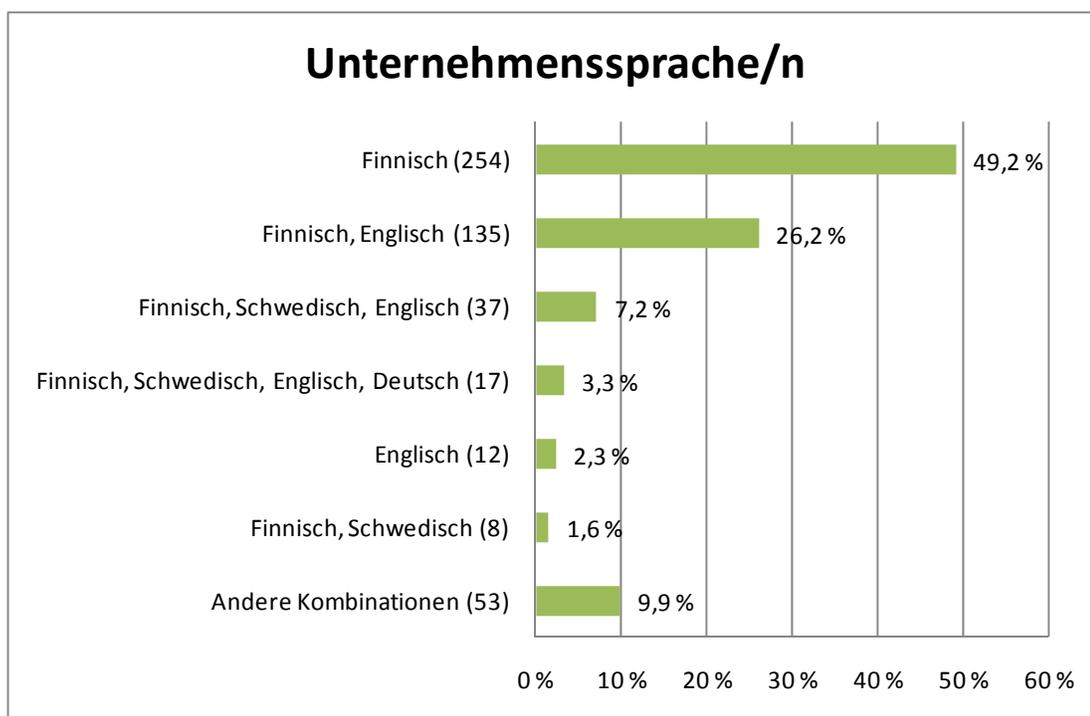
**Abbildung 7:** Sprachfertigkeiten (Zahl gegebener Antworten 619)

Nur 0,8 % der Befragten gaben an, dass sie nur eine Sprache beherrschen. Auch der Anteil derjenigen, die nur zwei Sprachen konnten, war mit insgesamt 4,5 % gering. 15,2 % der Antwortenden konnten drei Sprachen und 34,9 % vier. Der größte Teil der Informanten (44,1 %) gab an, fünf oder mehr Sprachen zu können. Finnisch und Englisch bildeten die häufigste Kombination von zwei Sprachen mit 53,6 % und Finnisch, Schwedisch und Englisch dagegen die üblichste Kombination von drei Sprachen mit 85,1 %. Von den Befragten, die Kenntnisse in vier Sprachen hatten, konnte der größte Teil (76,4 %) Finnisch, Schwedisch, Englisch und Deutsch. Die zweithäufigste Kombination bestand sonst aus denselben Sprachen, aber anstatt dem Deutschen gehörte Französisch zu ihr. Finnisch, Schwedisch, Englisch, Deutsch und Französisch bildeten die häufigste Kombination (19,4 %) unter den Informanten, die Kenntnisse in fünf oder mehr Sprachen hatten. In den zweit- und dritthäufigsten Kombinationen war die letzte Sprache anstatt dem Französischen Russisch oder Spanisch. Viele Informanten gaben also an, Kenntnisse in fünf oder mehr Sprachen zu haben. Sogar 7,1 % aller Befragten hatten alle vorgegebenen Antwortalternativen (Finnisch, Schwedisch, Englisch, Deutsch, Französisch, Russisch,

Spanisch, Portugiesisch, Arabisch, Chinesisch) außer den „anderen“ gewählt und 1,9 % aller Antwortenden hatten wiederum alle Alternativen, also auch „andere 1/2/3“, gewählt.

In der elften Frage wurde nach der/n Unternehmenssprache/n gefragt, d. h. nach den Sprache/n, die während der normalen täglichen Arbeit des Unternehmens verwendet wird/werden. Es war wichtig, die Unternehmenssprache herauszufinden, weil sie Einfluss auf den Sprachgebrauch in einem Unternehmen hat. Als Antwortalternativen waren Finnisch, Schwedisch, Englisch, Deutsch, Französisch, Russisch, Spanisch und andere, welche, vorgegeben. Diese Sprachalternativen waren dieselben wie in der sechsten Frage, aber einige Sprachen wurden ausgelassen, weil es nicht wahrscheinlich ist, dass beispielsweise Arabisch die Unternehmenssprache in einem finnischen Unternehmen ist. In dieser Frage waren Mehrfachnennungen möglich.

Aus den Antworten ging hervor, dass fast die Hälfte der Unternehmen (49,2 %) Finnisch als die einzige Unternehmenssprache hatte (Abbildung 8). 2,3 % der Unternehmen verwendeten dagegen nur Englisch während der täglichen Arbeit. Nur Finnisch und Englisch wurden also als einzige Unternehmenssprachen erwähnt. Kein Unternehmen hatte beispielsweise nur Schwedisch oder nur Deutsch als Unternehmenssprache. Ein Teil der Befragten gab an, zwei Unternehmenssprachen zu haben. Von diesen Kombinationen bildeten Finnisch und Englisch eindeutig die häufigste mit 26 %. Die zweithäufigste Kombination mit 1,6 % bestand aus dem Finnischen und dem Schwedischen. Der Anteil der Unternehmen mit drei Unternehmenssprachen betraf 9,7 %. Die Kombination Finnisch, Schwedisch und Englisch war die üblichste mit 7,2 %. Die nächstüblichsten Kombinationen waren Finnisch, Englisch und Deutsch mit 1,0 % sowie Finnisch, Englisch und Französisch und Finnisch, Englisch und Russisch mit jeweils 0,8 %. Der Anteil der Unternehmen mit vier Unternehmenssprachen betrug 4,2 %. Die Kombination Finnisch, Schwedisch, Englisch und Deutsch war die häufigste mit 3,3 % und die Kombination Finnisch, Schwedisch, Englisch und Russisch die zweithäufigste mit 1,0 %. In den Antworten gab es auch andere Sprachkombinationen, aber ihre Prozentanteile waren so klein, dass sie nicht als übliche Unternehmenssprachen finnischer Unternehmen betrachtet werden können. In über 97 % dieser anderen Kombinationen war Finnisch eine der Sprachen.



**Abbildung 5:** Unternehmenssprache/n (Zahl gegebener Antworten 516, Mehrfachnennungen möglich)

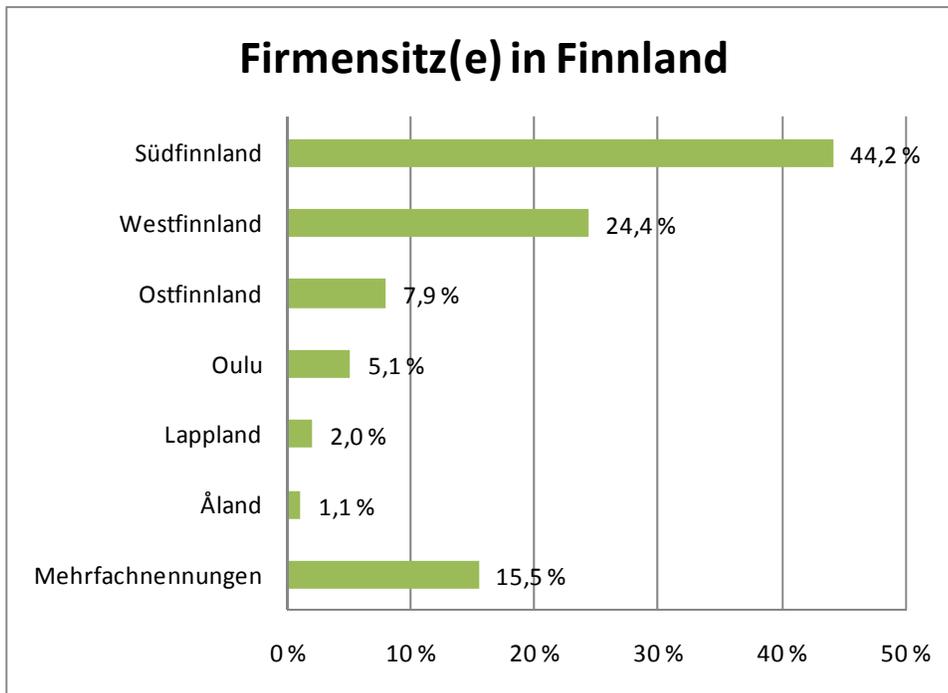
#### 6.1.4 Firmensitze in Finnland und im Ausland, internationale Kooperation

Abbildung 9 veranschaulicht, wie sich die Firmensitze der Unternehmen verteilen. Als Antwortalternativen waren die finnischen Provinzen angegeben (s. Fragebogen im Anhang), aber der Klarheit halber stellt Abbildung 9 die Einteilung der Firmensitze nach Regierungsbezirken<sup>5</sup> dar. Die Mehrheit der finnischen Unternehmen befinden sich in Südfinnland (Tilastokeskus 2010, 7) (s. Kapitel 4). Auch in dieser Untersuchung hatten die meisten Unternehmen (44 %) ihren Sitz in Südfinnland. Westfinnland lag auf dem zweiten Platz mit 24,4 %, gefolgt von Ostfinnland mit 7,9 %. 5 % der Unternehmen hatten Sitze im Regierungsbezirk von Oulu. Aus den Regierungsbezirken von Lappland und Åland kamen dagegen die wenigsten Unternehmen. Auch auf diese Frage waren Mehrfachnennungen möglich und ca. 16 % der Respondenten hatten mehrere Alternativen gewählt. Die

---

<sup>5</sup> Südfinnland = Südkarelien, Päijät-Häme, Kanta-Häme, Uusimaa, Ostuusimaa, Kymenlaakso; Westfinnland = Südösterbotten, Mittelösterbotten, Mittelfinnland, Pirkanmaa, Satakunta, Varsinais-Suomi; Ostfinnland = Nordkarelien, Nord-Savo, Süd-Savo; Oulu = Kainuu, Nordösterbotten; Lappland; Åland

üblichsten Kombinationen waren Varsinais-Suomi und Kymenlaakso sowie Varsinais-Suomi und Satakunta.



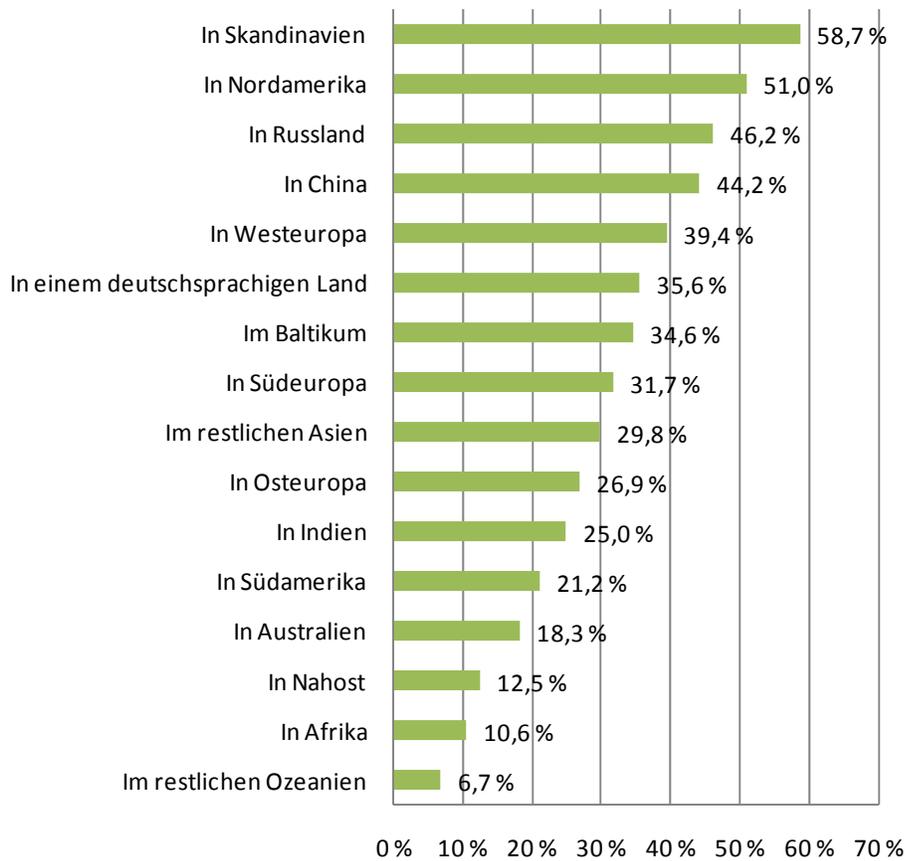
**Abbildung 6:** Firmensitze in Finnland nach Provinzen (Zahl gegebener Antworten 607, Mehrfachnennungen möglich)

Die Aufgabe der zehnten Frage war herauszufinden, ob die Unternehmen Firmensitze im Ausland hatten. Diese Hintergrundinformation ist wichtig, da ausländische Firmensitze einen zunehmenden Einfluss auf den Sprachengebrauch haben können. Der größte Teil der Antwortenden (83,1 %) gab an, dass ihr Unternehmen keine Firmensitze im Ausland hatte. Der Anteil der Informanten, die in einem Unternehmen arbeiteten, das Firmensitze im Ausland hat, betrug also nur ca. 17 %. Nach der zehnten Frage wurde darum gebeten, die Regionen der Firmensitze zu benennen. Als Antwortalternativen waren Skandinavien, Russland, Baltikum, deutschsprachige Länder (Deutschland, Österreich, die Schweiz, Liechtenstein), Süd-, Ost- und Westeuropa sowie Nahost, China, Indien, restliches Asien, Süd- und Nordamerika, Afrika, Australien und restliches Ozeanien vorgeben. Die Einteilung in Süd-, Ost- und Westeuropa sowie in Nahost wurde im Fragebogen genauer erläutert, also welche Länder beispielsweise zu Westeuropa gezählt werden sollten (s. Anhang 1). Nach den verschiedenen Alternativen hatten die Informanten die Möglichkeit,

ihre Antwort zu präzisieren; es wurde auch nach dem Land gefragt, in dem sich der Firmensitz befand.

Rund 60 % der Befragten hatten Firmensitze in Skandinavien (Abbildung 10). Die Mehrheit dieser Firmensitze befand sich in Schweden, gefolgt von Norwegen und Dänemark. Am zweitmeisten hatten die Antwortenden Firmensitze in Nordamerika (ca. 50 %). Es handelt sich um Sitze, die entweder in den USA oder in Kanada liegen. Jeweils rund 44-46 % der Respondenten gaben an, Firmensitze in Russland und in China zu haben. Die Alternative Westeuropa wurde von 40 % der Befragten gewählt. Von den westeuropäischen Ländern wurden Großbritannien, Frankreich und Belgien am meisten erwähnt. Jeweils ca. 30-36 % der Respondenten hatten Sitze in den deutschsprachigen sowie in den baltischen Ländern, in Südeuropa und im restlichen Asien. Von Südeuropa wurden Italien, Spanien und Portugal am häufigsten erwähnt. Osteuropa, Indien und Südamerika wurden dagegen von jeweils rund 21-27 % der Antwortenden als Standort der Firmensitze genannt. Von osteuropäischen und von südamerikanischen Ländern wurde am meisten Polen, Ungarn, Tschechien sowie Brasilien und Chile erwähnt. Nur wenige Unternehmen hatten Firmensitze in Australien, Nahost, Afrika oder im restlichen Ozeanien. Über 70 % der Befragten, die Firmensitze im Ausland hatten, hatten Sitze in mehreren Ländern/Erdteilen. Die Mehrfachnennungen unterschieden sich stark voneinander, aber Skandinavien, Nordamerika, Russland, China und Westeuropa gehörten zu den meisten Kombinationen verschiedener Antwortoptionen.

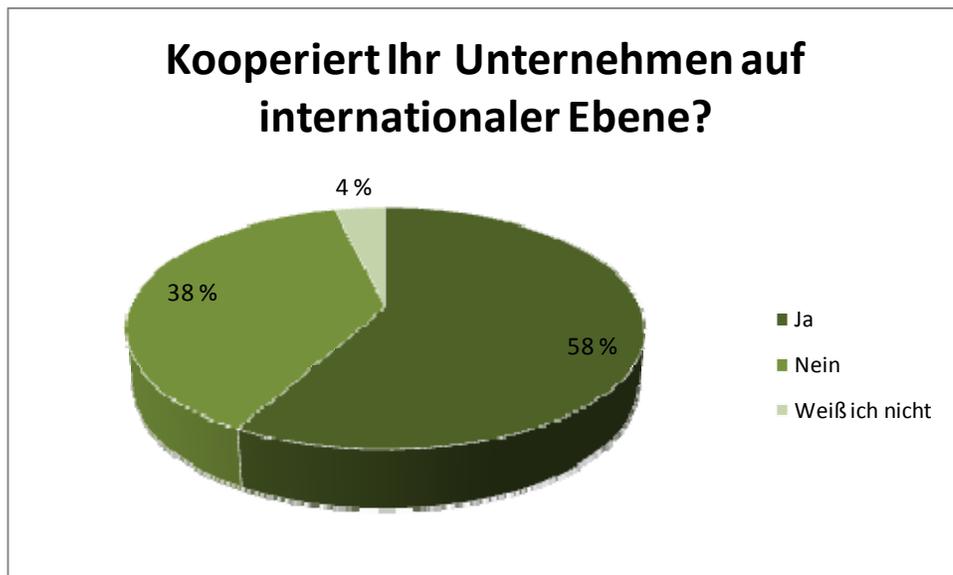
## Wenn Sie Firmensitze im Ausland haben, wo?



**Abbildung 7:** Firmensitze im Ausland (Zahl gegebener Antworten 104, Mehrfachnennungen möglich)

In den Hintergrundfragen wurde als letztes gefragt, ob das Unternehmen auf internationaler Ebene kooperiert. Zur internationalen Kooperation gehören beispielsweise Export und Import von Waren und Dienstleistungen. Abbildung 11 stellt den Anteil der Befragten, die in einem an internationaler Kooperation beteiligten Unternehmen arbeiteten, dar. 58 % der Befragten repräsentierten diese Art Unternehmen und von ihnen arbeiteten ca. 39 % in Unternehmen, die sonstige Dienstleistungen repräsentierten, ca. 18 % in Industrieunternehmen, ca. 17 % in Handelsunternehmen, ca. 9 % in einer anderen Branche, ca. 4 % in Baugewerbe und schließlich ca. 22 % in Logistik. 11 % der Befragten, die in einem an internationaler Kooperation beteiligten Unternehmen arbeiteten, gaben ihre Branche nicht an. Fast die Hälfte (49,6 %) der Respondenten, die Mikrounternehmen (1-10

Angestellte) vertraten, gaben an, auf internationaler Ebene zu kooperieren. Von den kleinen Unternehmen (11-49 Angestellte) kooperierten wiederum 68 % auf internationaler Ebene. Für mittlere Unternehmen (50-250 Angestellte) und für Großunternehmen (250 oder mehr Angestellte) waren die entsprechenden Zahlen 77 % und 90 %. Internationale Kooperation war also je häufiger desto größer das Unternehmen war, das der Befragte repräsentierte. Der Anteil der Antwortenden, die in einem Unternehmen arbeiteten, die nicht auf internationaler Ebene kooperierten, betraf 38 %. Insgesamt 23 der Informanten (4 %) wussten nicht, ob ihr Unternehmen auf internationaler Ebene kooperiert.



**Abbildung 8:** Kooperation auf internationaler Ebene (Zahl gegebener Antworten 618)

Nach der letzten Hintergrundfrage gab es noch eine Frage, die nur diejenigen betraf, die zustimmend auf die Frage nach internationaler Kooperation geantwortet hatten. Mithilfe dieser Frage sollte herausgefunden werden, welche Sprachen in Kooperation mit verschiedenen Regionen verwendet werden. Die Sprachalternativen waren hier ansonsten dieselben wie in der sechsten Frage, in der nach Sprachfertigkeiten gefragt wurde (Finnisch, Schwedisch, Englisch, Deutsch, Französisch, Russisch, Spanisch, Portugiesisch, Arabisch, Chinesisch), dazu gab es aber auch Japanisch und Hindi. Die Befragten hatten auch die Möglichkeit, die Alternativen „andere“, „kann ich nicht sagen“ und „anderswohin 1/2“ zu wählen und sie konnten ihre Antwort im Kommentarfeld näher erläutern. Aus Tabelle 3 geht deutlich hervor, dass die Rolle des Englischen unbestritten in der internationalen

Kooperation ist. Englisch wurde in jeder Region am häufigsten als Kooperationsprache erwähnt. Bei nordischen Ländern war auch Schwedisch wichtig und im Baltikum wurde Finnisch insgesamt 51 Mal als die Sprache der Kooperation genannt. Bei anderen Regionen wurde am zweithäufigsten die größte Sprache bzw. die Amtssprache der jeweiligen Region erwähnt, beispielsweise in einer deutschsprachigen Region Deutsch und in Russland Russisch.

**Tabelle 3:** Die wichtigsten Sprachen in der internationalen Kooperation (Zahl gegebener Antworten 291, Mehrfachnennungen möglich)

<i>Land / Region (Zahl der Antworten insgesamt für alle 14 genannten Sprachen)</i>	<i>Häufigste Sprache (Zahl gegebener Antworten)</i>	<i>Zweithäufigste Sprache (Zahl gegebener Antworten)</i>
<b>Nordische Länder</b> (450)	Englisch (198)	Schwedisch (158)
<b>Russland</b> (195)	Englisch (111)	Russisch (66)
<b>Baltikum</b> (201)	Englisch (112)	Finnisch (49)
<b>Englischsprachige Region</b> (207)	Englisch (191)	Finnisch (7)
<b>Deutschsprachige Region</b> (257)	Englisch (148)	Deutsch (101)
<b>Französischsprachige Region</b> (160)	Englisch (109)	Französisch (41)
<b>Spanischsprachige Region</b> (123)	Englisch (88)	Spanisch (28)
<b>Portugiesischsprachige Region</b> (89)	Englisch (67)	Portugiesisch (15)
<b>Arabischsprachige Region</b> (56)	Englisch (50)	Arabisch (2)
<b>Chinesischsprachige Region</b> (115)	Englisch (90)	Chinesisch (18)
<b>Japan</b> (76)	Englisch (59)	Japanisch (10)
<b>Indien</b> (60)	Englisch (53)	Hindi (2)

Insgesamt 77 Befragte hatten ihre Antwort im Kommentarfeld präzisiert. In den meisten Kommentaren wurde näher erläutert, mit welchen Ländern kooperiert wurde und welche „anderen“ Sprachen in verschiedenen Ländern/Regionen verwendet wurden. Auch die große Bedeutung des Englischen wurde in den Kommentaren unterstrichen:

- *Belgia, USA = englanti, Viro = eesti (M, 1941-1945, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Belgien, USA = Englisch, Estland = Estnisch

- *Englantia käytetään yleisesti, jos se ei toimi, kokeillaan muita vaihtoehtoja. Yleensä kaikki osaavat englantia siinä määrin, että kommunikaatio onnistuu. (F, 1951–1955, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Im Allgemeinen wird Englisch verwendet, wenn das nicht geht, werden andere Alternativen ausprobiert. Normalerweise können alle Englisch in dem Maß, dass die Kommunikation gelingt.

- *Meillä on yhteistyökumppaneita ympäri maailmaa ja mikäli mahdollista käytämme paikallista kieltä - muutoin englantia. (F, 1976-1980, Angestellte, Kleinunternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Wir haben Kooperationspartner in der ganzen Welt, und wenn es möglich ist, verwenden wir die örtliche Sprache – sonst Englisch.

## **6.2 Die Rolle der Sprachen im Arbeitsumfeld**

Der zweite Teil der Umfrage konzentrierte sich auf die Rolle der Sprachen im Arbeitsumfeld. Das Ziel des Teils B war u. a. herauszufinden, welche Einstellungen die Befragten gegenüber verschiedenen Behauptungen hatten, die das Geschäftsleben und die Sprachenausbildung betrafen. Es sollte auch herausgefunden werden, wie häufig und in welchen Situationen Sprachen verwendet werden. Ein weiteres Ziel war, den Gebrauch und die Bedeutung der Sprachen in Unternehmen zu untersuchen, wie zum Beispiel das Anbieten von Sprachenunterricht oder die Inanspruchnahme von Dolmetsch- und Übersetzerdiensten. Dieser Teil war an alle Befragten gerichtet, unabhängig von ihren Sprachfertigkeiten und von ihrem Sprachgebrauch.

### **6.2.1 Rolle verschiedener Sprachen für die Arbeit**

Das Ziel der 13. Frage war herauszufinden, für wie wichtig verschiedene Sprachen zu beruflichen Zwecken erachtet wurden. Es wurde darum gebeten, dass die Antwortenden ihre Meinung über die Wichtigkeit der Sprachen mithilfe einer Skala von fünf Optionen „sehr wichtig“, „ziemlich wichtig“, „nicht so wichtig“, „gar nicht wichtig“ und „kann ich nicht einschätzen“ bewerten. Nach der Frage konnten die Informanten ihre Antwort im Kommentarfeld präzisieren.

Fast die Hälfte der Befragten (45,1 %) war der Meinung, dass Sprachen sehr wichtig für ihre Arbeit sind. 30 % erachteten verschiedene Sprachen für ziemlich wichtig. Im Allgemeinen befand also die Mehrheit der Respondenten Sprachen als wichtig für ihre Arbeit. Die Anzahl derjenigen, die die Alternative „nicht so wichtig“ gewählt hatten, betraf 19 % und nur 5 % waren der Meinung, dass verschiedene Sprachen gar nicht wichtig seien. Insgesamt sechs Respondenten (1 %) konnten die Bedeutung verschiedener Sprachen nicht einschätzen.

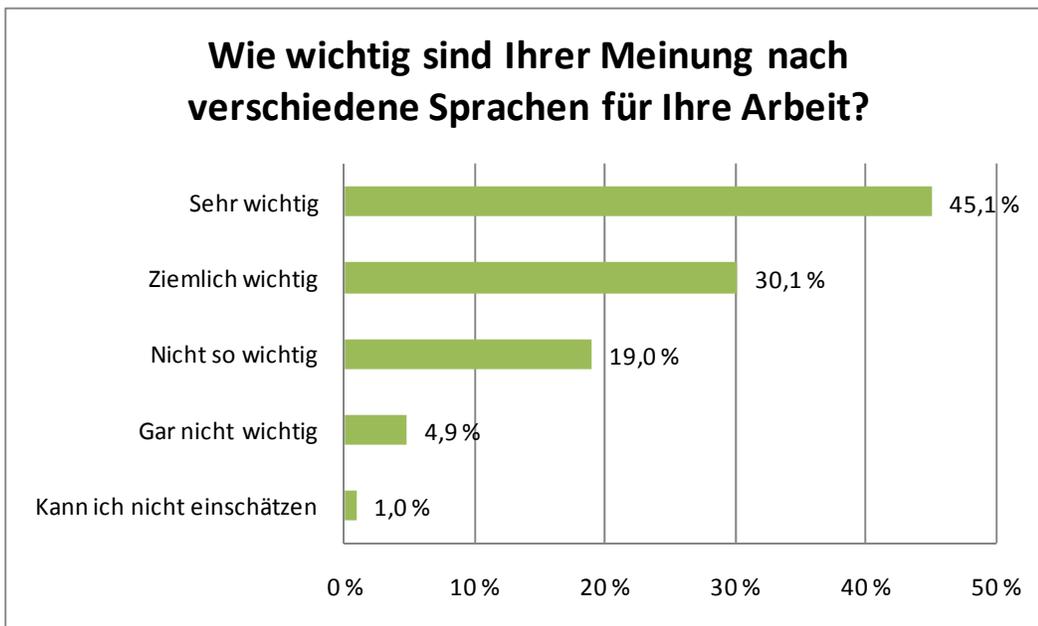
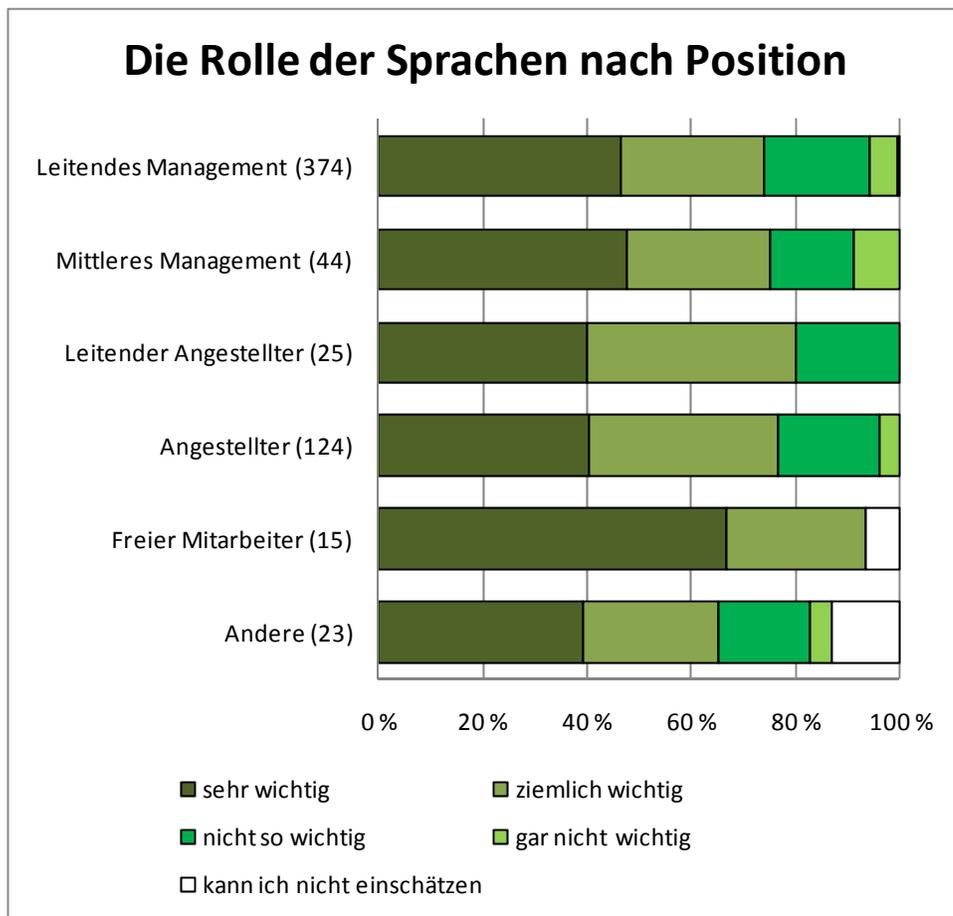


Abbildung 9: Rolle der Sprachen für die Arbeit (Zahl gegebener Antworten 617)

Es wurde auch untersucht, wie die Befragten in verschiedenen Positionen die Bedeutung der Sprachen für ihre Arbeit empfanden. Abbildung 10 gibt Auskunft darüber, wie sich die Meinungen der Repräsentanten verschiedener Positionen verteilten. Von den Repräsentanten aller Positionen war eine deutliche Mehrheit (jeweils über 70 %) der Meinung, dass verschiedene Sprachen sehr oder ziemlich wichtig für ihre Arbeit sind. Auch bei den Repräsentanten anderer Positionen waren über 60 % dieser Meinung. Jeweils ca. 20 % der Informanten gaben an, dass verschiedene Sprachen nicht so wichtig seien, außer den Repräsentanten des mittleren Managements, deren Anteil 15,9 % betrug. Von den leitenden Angestellten war keiner der Meinung, dass Sprachen gar nicht wichtig seien und

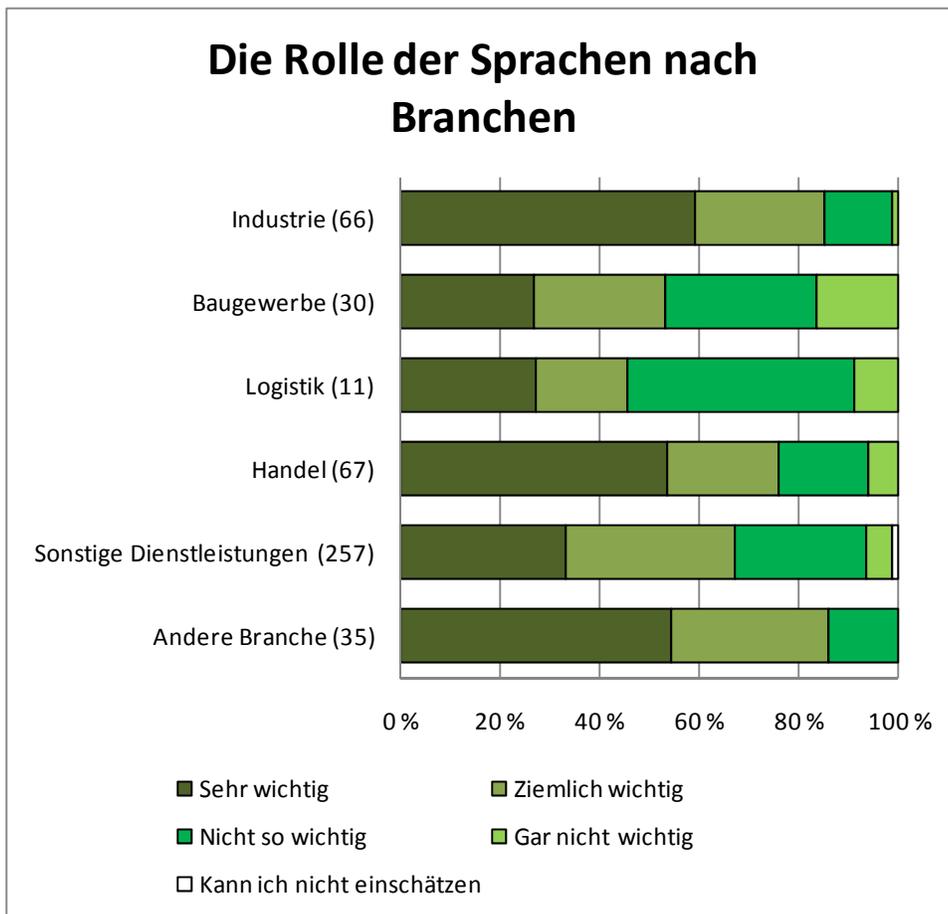
von den Repräsentanten in übrigen Positionen fanden jeweils nur 4-9 % Sprachen für unwichtig.



**Abbildung 10:** Die Rolle der Sprachen für die Arbeit (Die Zahl der Antworten ist nach der Position angegeben)

In dieser Pro-Gradu-Arbeit sollte auch herausgefunden werden, ob die Rolle der Sprachen in verschiedenen Branchen unterschiedlich eingeschätzt wurde. Aus Abbildung 11 geht hervor, dass die Mehrheit der Repräsentanten aus Industrie (59,1 %) und Handel (53,7 %) Sprachen für sehr wichtig und über drei Viertel für sehr oder ziemlich wichtig hielten. Rund zwei Drittel der Repräsentanten von sonstigen Dienstleistungen meinten, dass Sprachen sehr oder ziemlich wichtig sind. Knapp ein Drittel von ihnen gab dagegen an, dass Sprachen nicht so wichtig sind und 5,4 % hatten die Alternative „gar nicht wichtig“ gewählt. Die Bedeutung der Sprachen in anderen Branchen (z. B. IT-Branche, Forschung, Kommunikation) war unbestritten: über 85 % der Befragten meinten, dass

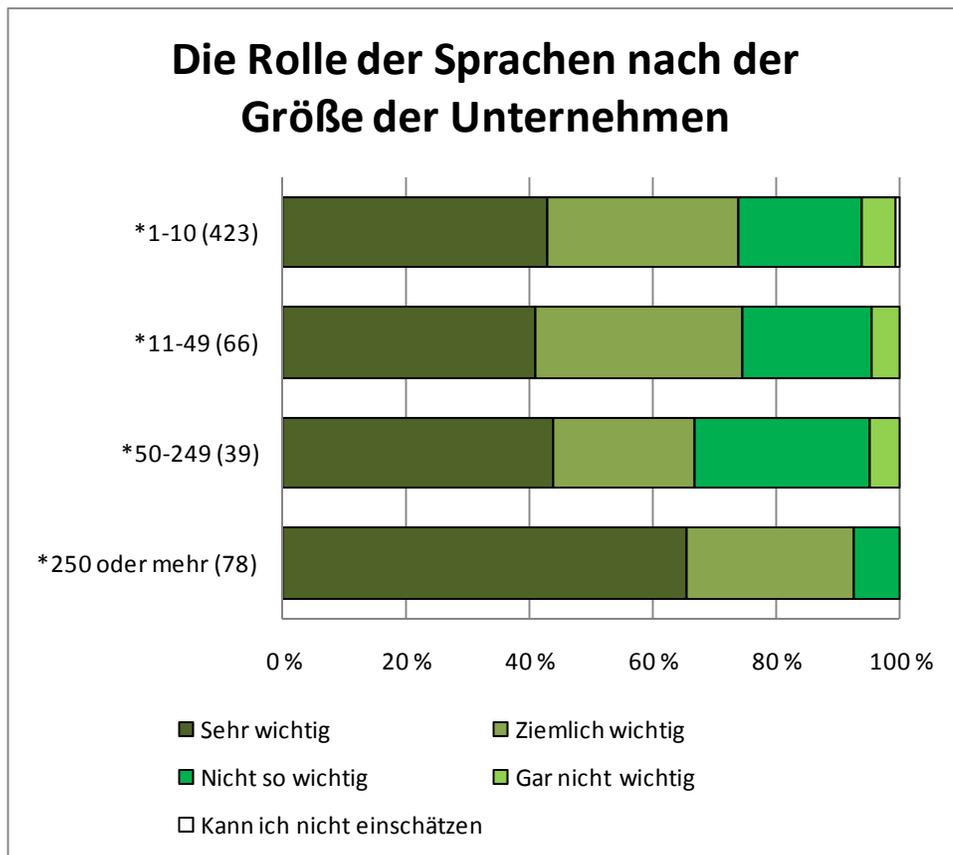
Sprachen sehr oder ziemlich wichtig sind und keiner hatte die Alternative „gar nicht wichtig“ gewählt. Auch im Baugewerbe waren über die Hälfte der Befragten der Meinung, dass verschiedene Sprachen sehr oder ziemlich wichtig sind. Jedoch gaben 30 % an, dass Sprachen nicht so wichtig sind und ca. 17 %, dass Sprachen gar nicht wichtig sind. Abweichend von den anderen Branchen empfanden über die Hälfte der Repräsentanten aus der Logistikbranche Sprachen als nicht so wichtig oder gar nicht wichtig. Allerdings bezieht sich dieses Ergebnis auf nur 11 Antworten.



**Abbildung 11:** Die Rolle der Sprachen für die Arbeit nach Branchen (Die Zahl der Antworten ist nach der Branche angegeben)

Weiterhin wurde die Rolle verschiedener Sprachen nach der Größe der Unternehmen untersucht (Abbildung 12). Die Meinungen der Repräsentanten von Mikro- und Kleinunternehmen (1-10 bzw. 11-49 Mitarbeiter) verteilten sich beinahe gleichmäßig auf die einzelnen Optionen. Jeweils über 70 % waren der Meinung, dass verschiedene Sprachen sehr oder ziemlich wichtig für ihre Arbeit seien. Rund ein Fünftel meinte, dass Sprachen

nicht so wichtig seien und jeweils circa 5 % gaben an, dass Sprachen keine Rolle spielen. Über 60 % der Repräsentanten mittlerer Unternehmen (50-249 Mitarbeiter) meinten, dass Sprachen sehr oder ziemlich wichtig sind. Wie bei Mikro- und Kleinunternehmen auch, gaben ca. 5 % der Informanten an, dass Sprachen gar nicht wichtig seien. Die Bedeutung verschiedener Sprachen wurde von Vertretern aus Großunternehmen eindeutig am größten eingeschätzt: über 90 % der Befragten hatten entweder die Alternative „sehr wichtig“ oder „ziemlich wichtig“ gewählt. Nur 8 % meinten, dass Sprachen nicht so wichtig und keiner, dass sie gar nicht wichtig seien.



**Abbildung 12:** Die Rolle der Sprachen für die Arbeit nach der Größe der Unternehmen (Die Zahl der Antworten ist nach der Größe der Unternehmen angegeben)

Viele der Respondenten (insgesamt 377) nutzten die Möglichkeit ihre Antwort nach der Frage näher zu erläutern. Sie begründeten die Wichtigkeit verschiedener Sprachen u. a. damit, dass das Arbeiten unmöglich ohne Sprachenkenntnisse wäre:

- *Ellen hallitsisi kielä, ei olisi mitään mahdollisuutta tehdä tätä työtä! (M, 1961-1965, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Wenn ich keine Sprachen beherrschen würde, könnte ich gar nicht in diesem Beruf tätig sein!

- *pitää olla yhteinen kieli, jotta työt sujuisivat (F, 1946-1950, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Man muss eine gemeinsame Sprache haben, um die Arbeit machen zu können.

Aus den Kommentaren ging auch hervor, dass es für wichtig gehalten wurde, die Sprache der Kunden zu beherrschen:

- *Haluan mahdollisuuksien mukaan palvella asiakkaita heidän ymmärtämällään kielellä. (F, 1976–1980, Angestellte, Mikrounternehmen, kooperiert nicht auf internationaler Ebene)*  
Ich möchte die Kunden nach Möglichkeit in einer Sprache bedienen, die sie verstehen.

- *Ulkomaiset toimeksiannot hoidettava laadukkaasti ja palveltava asiakasta mieluummin hänen kielellään. (M, 1946–1950, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Ausländische Aufträge müssen qualitätsgerecht erledigt und der Kunde muss am besten in seiner Sprache bedient werden.

- *Ju fler språk man har till förfogande i bolaget desto lättare är det att få en bra dialog med utländska företag om man kan kommunicera på ”deras” språk. (M, 1966–1970, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Je mehr Sprachen in einem Unternehmen zur Verfügung stehen, desto leichter ist das für einen guten Dialog mit ausländischen Unternehmen, wenn man in „ihrer“ Sprache kommunizieren kann.

- *Kaupan käynnin kannalta oleellista, että pystyy kommunikoimaan asiakkaiden kanssa. (F, 1966–1970, leitendes Management, Kleinunternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Für das Geschäft ist es wichtig, dass man mit den Kunden kommunizieren kann.

- *Asiakkaat pitävät siitä, että saavat palvelua omalla kielellään. Kaikki eivät osaa englantia. (F, 1966–1970, Angestellte, mittleres Unternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Die Kunden mögen es, wenn sie in ihrer eigenen Sprache bedient werden. Nicht alle können Englisch.

Rund 10 % der Befragten betonten, dass Sprachkenntnisse von Vorteil sind, weil sie bessere Möglichkeiten für Geschäfte eröffnen:

- *Sprachkenntnisse eröffnen grösseren Kundenkreis. (M, 1976-1980, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert nicht auf internationaler Ebene)*

- *kulloisenkin maan kielen käyttö keskusteluissa on kohteliasta ja avaa parhaiten “ovia” (M, 1941-1945, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Die Sprache des jeweiligen Landes in den Gesprächen zu verwenden ist höflich und öffnet am besten „Türen“.

- *On helpompi kommunikoida ja rakentaa luotettavaa yhteistyötä, kun voi käyttää eri kieliä eri maista olevien neuvottelukumppaneiden kanssa. (F, 1966–1970, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Es ist leichter zu kommunizieren und eine zuverlässige Zusammenarbeit aufzubauen, wenn man mit Verhandlungspartnern aus verschiedenen Ländern verschiedene Sprachen benutzen kann.

Die begrenzten Möglichkeiten, Finnisch zu verwenden, wurden auch erwähnt:

- *Kansainvälisissä tilanteissa ei omalla äidinkielellä pärjää; saati tule edes ymmärretyksi. (M, 1966–1970, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

In internationalen Situationen kommt man nicht in der eigenen Muttersprache zurecht; geschweige denn, dass man in ihr überhaupt verstanden wird.

- *Ulkomaiset asiakkaat / toimittajat eivät yleensä ymmärrä Suomea! (M, 1956–1960, mittleres Management, Großunternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Ausländische Kunden / Lieferanten verstehen normalerweise kein Finnisch!

- *Suomeksi ei voi tilata ulkomailta. (F, 1971–1975, Angestellte, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Auf Finnisch kann man keine Bestellungen im Ausland aufgeben.

Die Antwortenden, die der Meinung waren, dass Sprachen nicht wichtig sind, waren größtenteils nur in Finnland tätig:

- *asiakkaat lähes aina suomenkielisiä (M, 1956–1960, leitendes Management, Kleinunternehmen, kooperiert nicht auf internationaler Ebene)*

Kunden sind fast immer finnischsprachig.

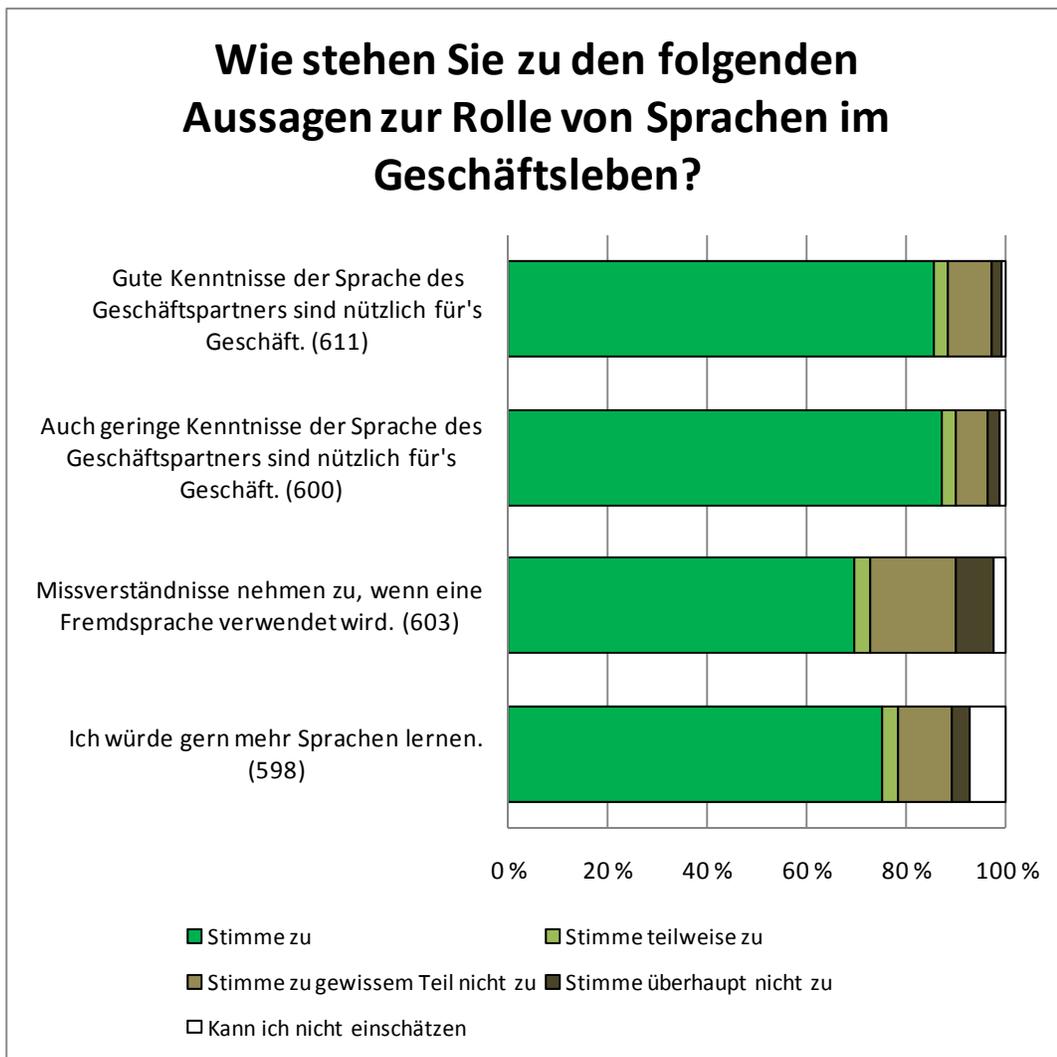
- *Ei ole kuin suomalaisia asiakkaita. (M, 1956–1960, Angestellter, Mikrounternehmen, kooperiert nicht auf internationaler Ebene)*

Es gibt nur finnische Kunden.

## **6.2.2 Rolle von Sprachen im Geschäftsleben und in der Sprachausbildung**

Fragen 14 und 15 dienten dazu, die Einstellungen der Befragten a) zur Rolle von Sprachen im Geschäftsleben und b) zu sprachensbildungspolitischen Fragen genauer zu untersuchen. In beiden Fragen waren Meinungsäußerungen vorgegeben, die auf einer Likert-Skala von 4 – 0 (4 = stimme zu, 3 = stimme teilweise zu, 2 = stimme zu gewissem Teil nicht zu, 1 = stimme überhaupt nicht zu und 0 = kann ich nicht einschätzen) bewertet werden sollten. Nach beiden Fragen gab es ein Kommentarfeld, in dem die Respondenten ihre Antwort näher erläutern konnten.

Wie aus Abbildung 13 hervorgeht, stimmten die Befragten den vorformulierten Aussagen über die Rolle von Sprachen im Geschäftsleben weitgehend zu. Über 80 % waren der Meinung, dass gute und auch geringe Kenntnisse der Sprache des Geschäftspartners nützlich für das Geschäft sind. Allerdings waren über 60 % auch der Meinung, dass Missverständnisse zunehmen, wenn eine Fremdsprache verwendet wird. Auch die letzte Aussage „Ich würde gern mehr Sprachen lernen“ wurde von über 70 % der Respondenten unterstützt.



**Abbildung 13:** Aussagen über die Rolle von Sprachen im Geschäftsleben (Die Zahl der Antworten ist nach jeder Aussage angegeben)

Einige der Respondenten hatten ihre Antwort im Kommentarfeld präzisiert. Zwei unterschiedliche Perspektiven ergaben sich aus den Kommentaren. Ein Teil der Befragten betonte, dass auch geringe Sprachkenntnisse nützlich seien:

- *On kohteliasta osata liikekumppanin äidinkieltä edes muutamia fraaseja. Mitä paremmin liikekumppanisi kielen hallitset sen tuloksekkaammin teet tämän liikekumppanin kanssa bisnestä. (F, 1956–1960, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert nicht auf internationaler Ebene)*

Es ist höflich zumindest ein paar Phrasen in der Muttersprache des Geschäftspartners zu beherrschen. Je besser du die Sprache deines Geschäftspartners kannst, desto erfolgreicher machst du Geschäfte mit ihm.

- *Se että puhuu edes pari sanaa on aina parempi kuin ettei puhu lainkaan. (F, 1961–1965, leitendes Management, Kleinunternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Wenigstens ein paar Wörter zu benutzen, ist besser als gar nicht zu sprechen.

- *Väärinymmärrykset lisääntyvät vain siinä tapauksessa, että kielitaito on puutteellinen. Vastapuolen oman kielen hallinta, heikompiakin, on aina hyväksi ja rikastaa kommunikointia. Se lähentää, ja jälleen finessien tulkinta helpottuu. (F, 1941–1945, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert nicht auf internationaler Ebene)*

Missverständnisse nehmen nur zu, wenn die Sprachfertigkeiten mangelhaft sind. Das Beherrschen der Sprache des Partners, auch ein geringeres, ist immer gut und bereichert die Kommunikation. Es bringt näher und das erleichtert wiederum die Interpretation von Feinheiten.

Aus der Mehrheit der Kommentare ging aber eindeutig hervor, dass die Verwendung einer gemeinsamen Sprache, einer lingua franca, empfehlenswert sei:

- *Es muss nicht immer die Muttersprache des Geschäftspartners sein, aber eine Sprache, die beide Seiten sehr gut beherrscht, trägt erheblich zur Vermeidung von Missverständnissen bei. – Nach meiner Beobachtung fühlt sich Geschäftspartner A oft unwohl, wenn Geschäftspartner B trotz relativ geringer Kenntnisse aus Höflichkeit die Muttersprache von A verwenden will. Eine gewisse Nervosität (verstehe ich jetzt, was der sagen will, und versteht er mich...) tritt ein. Das hilft dann nicht dem Geschäft. (F, 1971–1975, Angestellte, Großunternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

- *Usein on parempi, että molemmat osapuolet käyttävät esim. neuvottelutilanteissa itselleen vierasta kieltä. Tällöin asetelma on tasapuolisempi. (F, 1976–1980, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Häufig ist es besser, wenn beide Partner beispielsweise während Verhandlungen eine Fremdsprache verwenden. In diesem Fall ist die Situation gleichwertiger.

- *Kielen käyttö liiketoiminnassa on haaste jos toinen käyttää äidinkieltään jota toinen osaa vain kohtalaisesti. Yhteinen ”business” kieli pitää osapuolet ns. tasapuolisina. (M, 1966–1970, leitendes Management, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Der Sprachgebrauch während der Geschäftstätigkeit ist eine Herausforderung, wenn der eine seine Muttersprache verwendet, die der andere nur wenig kann. Eine gemeinsame „business“ Sprache garantiert sozusagen die Ebenbürtigkeit der Partner.

- *Kummallekin osapuolelle vierasta kieltä käytettäessä yleensä myös kieli on ”yksinkertaistettua” mikä osaltaan vähentää väärinymmärrysten vaaraa. (F, 1961–1965, mittleres Management, Großunternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Beim Gebrauch einer Sprache, die für beide Geschäftspartner fremd ist, ist die Sprache normalerweise auch vereinfacht, was wiederum die Gefahr von Missverständnissen verringert.

*- Tärkeissä liike- ja sopimusneuvotteluissa olisi tärkeää, että äidinkieltä käyttävät MOLEMMAT osapuolet, tai vaihtoehtoisesti molemmat käyttävät ei-äidinkieltä. Vaarallinen tilanne on esim. jos suomalainen neuvottelee ruotsalaisen kumppanin kanssa tärkeistä sopimusasioista ruotsiksi. Ehdottomasti tulisi tässä käyttää molemmille ”neutraalimpaa” kieltä eli esim. englantia, jolloin osapuolet ovat ”samalla viivalla”. (M, 1956–1960, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Während wichtiger Geschäfts- und Vertragsverhandlungen wäre es wichtig, dass entweder beide Partner ihre Muttersprache oder alternativ eine für beide Nicht-Muttersprache verwenden. Gefährlich wird die Situation z. B., wenn ein Finne mit einem schwedischen Partner über wichtige Verträge auf Schwedisch verhandelt. In so einer Situation sollte unbedingt eine „neutralere“ Sprache, also z. B. Englisch, verwendet werden, damit die Partner einen gleichwertigeren Ausgangspunkt haben.

Aus diesen letzterwähnten Kommentaren geht hervor, dass die Sprachenkenntnisse des Geschäftspartners auch als „zu gut“ empfunden werden können, wie schon im Kapitel 3.1 berichtet wurde.

Manche Befragten gingen auch auf kulturelle Aspekte der Wirtschaftskommunikation ein:

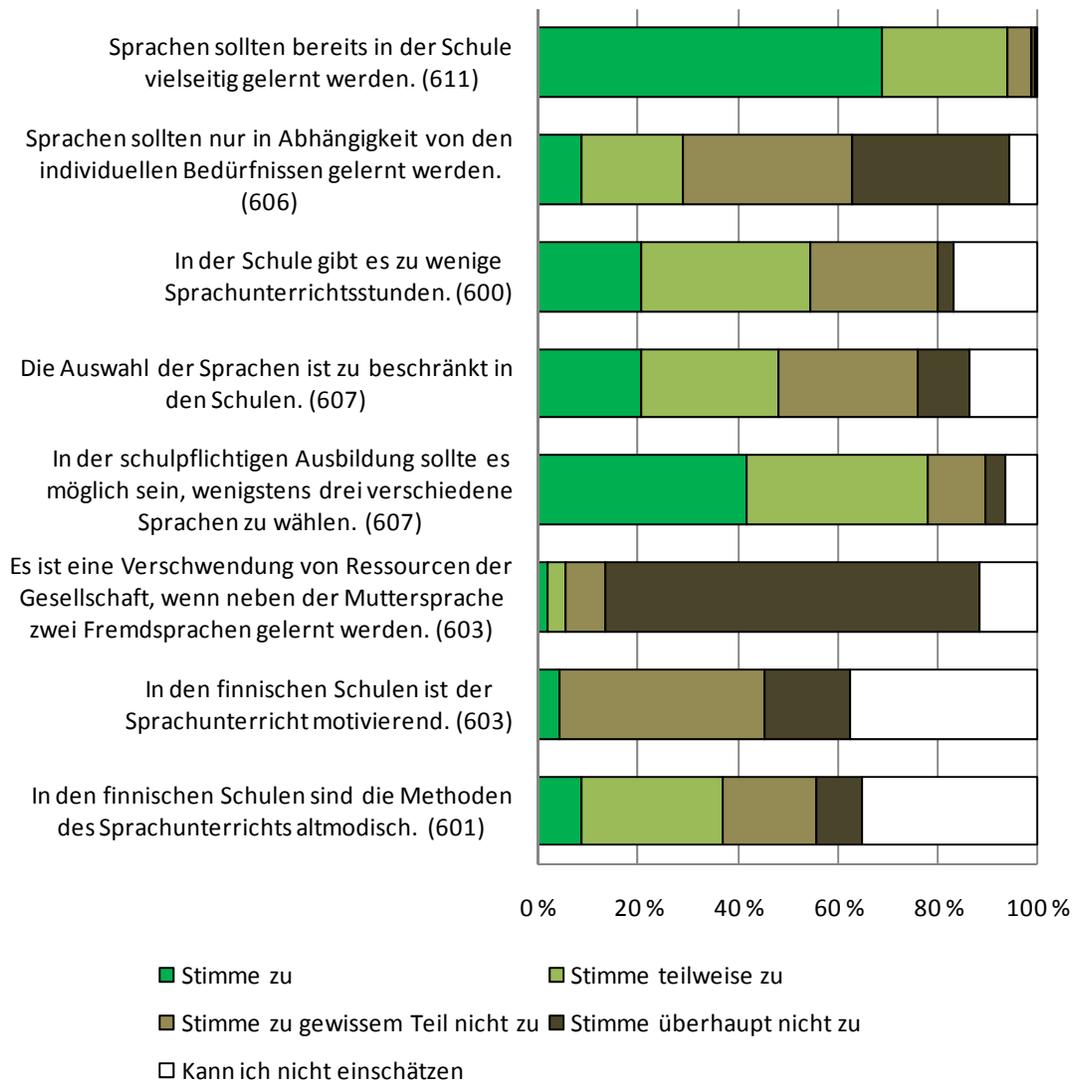
*- Väärinymmärrykset voivat kielitaidon puutteen lisäksi liittyä kulttuurieroihin. (silloin kun suomalaisten mielestä ”mennään täysin metsään” saksalaiset puhuvat pienistä kauneusvirheistä – suomalaiset ovat usein muille hätkähdyttävän suorita, ja suomalaisilta taas jäävät nyanssit helposti huomaamatta) Kieli on osa kulttuuria, ja äidinkieliselle aina enemmän kuin hyvinkin kieltä osaavalle vieraan kielen puhujalle. Kieli kun välittää aina muutakin kuin sanoja, ja sanat ovat värittyneet eri tavoin. (F, 1966–1970, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Missverständnisse können neben mangelhaften Sprachkenntnissen auf Kulturunterschieden basieren. (Wenn Finnen denken, dass alles schiefgegangen ist, sprechen Deutsche von kleinen Schönheitsfehlern – Finnen sind häufig erstaunlich direkt, und sie bemerken dagegen nicht immer kleine Nuancen.) Sprache ist Teil der Kultur, und für Muttersprachler immer mehr als für selbst gute Fremdsprachensprecher. Denn eine Sprache vermittelt immer mehr als nur Wörter und die Wörter sind unterschiedlich gefärbt.

In der 15. Frage ging es um die Sprachenausbildung in Finnland (s. Abbildung 14). Über 90 % der Informanten stimmten vollkommen oder teilweise zu, dass Sprachen bereits in der Schule vielseitig gelernt werden sollten und 70 % stimmten entsprechend zu gewissem Teil nicht oder überhaupt nicht zu, dass Sprachen nur in Abhängigkeit von den individuellen Bedürfnissen gelernt werden sollten. Diese zweite Aussage fand jedoch auch Anklang bei ca. 30 % der Befragten. Bei den zwei nächsten Aussagen der Abbildung 14 „In der Schule gibt es zu wenige Sprachunterrichtsstunden“ und „Die Auswahl der Sprachen ist zu beschränkt in den Schulen“ verteilten sich die Meinungen der Antwortenden beinahe

ähnlich. Etwa die Hälfte der Respondenten stimmte diesen Aussagen vollkommen oder teilweise zu. Von den Aussagen „In der schulpflichtigen Ausbildung sollte es möglich sein, wenigstens drei verschiedene Sprachen zu wählen“ und „ Es ist eine Verschwendung von Ressourcen der Gesellschaft, wenn neben der Muttersprache zwei Fremdsprachen gelernt werden“ geht eindeutig hervor, dass die Befragten das Lernen mehrerer Sprachen befürworteten. Nur eine kleine Gruppe von Antwortenden teilte diese Ansicht nicht. Die zwei letzten Aussagen beschrieben die Qualität des finnischen Sprachunterrichts. Mehrere waren der Meinung, dass der Sprachunterricht eher altmodisch als motivierend ist. Ziemlich viele, rund 30 % der Befragten, hatten bei den zwei letzten Aussagen auch die Alternative „kann ich nicht einschätzen“ gewählt.

## Wie stehen Sie zu den folgenden Aussagen zur Sprachausbildung?



**Abbildung 14:** Aussagen über Sprachausbildung (Die Zahl der Antworten ist nach jeder Aussage angegeben)

Viele der Respondenten konnten die Behauptungen über den Sprachenunterricht an finnischen Schulen nicht einschätzen und begründeten dies mit fehlender Erfahrung über das heutige Schulsystem:

*- siitä on sen verran kauan kun olen koulunpenkillä istunut, etten pysty nykytilanteeseen ottamaan kantaa (F, 1956-1960, leitendes Management, Großunternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Es ist schon so lange her, dass ich die Schulbank gedrückt habe, dass ich die heutige Situation nicht einschätzen kann.

- *En tunne koulujen kieltenopetuksen nykytilannetta lainkaan. (F, 1976–1980, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*  
Ich kenne den heutigen Stand des Sprachenunterrichts überhaupt nicht.

- *En tunne kovin hyvin koulujen nykyisiä opetussuunnitelmia ja –menetelmiä. (F, 1965–1960, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*  
Ich kenne die heutigen Lehrpläne und –methoden der Schulen nicht so gut.

In Finnland wird ständig über die Stellung der schwedischen Sprache in den Schulen diskutiert. Schwedisch ist ein obligatorisches Fach und die Meinung, dass es ein Wahlfach sein sollte, ist weit verbreitet. Aus den Kommentaren ging hervor, dass viele der Antwortenden diese Meinung teilten:

- *Pakkokeinojen sijaan suomessa tulisi tukea yksilöiden kiinnostusta eri kieliä kohtaan. Esim. Suomen itärajalla asuva voi valita ”pakolliseksi valinnaisekseen” venäjän jolloin tämän ei tarvitsisi opiskella ruotsia ainakaan yhtä laajasti kuin nykyään. (M, 1981–1985, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*  
Anstelle von Zwangsmitteln sollte das Interesse der Individuen an verschiedenen Sprachen in Finnland unterstützt werden. Jemand, der an der Ostgrenze wohnt, könnte sich z. B. für Russisch als „obligatorisches Wahlfach“ entscheiden und brauchte Schwedisch zumindest nicht in der heutigen Breite zu lernen.

- *Pakkoruotsin tilalle mahdollisuus valita joku tärkeä kieli toiseksi vieraaksi. (M, 1961–1965, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*  
Anstelle von „Zwangsschwedisch“ die Möglichkeit eine andere wichtige Sprache als zweite Fremdsprache zu wählen.

- *Kieltenopiskelun ongelma on pakollisuus. Kaksi pakollista vierasta kieltä (kyllä, ruotsi on useimmille vieras) tekee lisäkielten opiskelusta monille liian työlästä ja hankalaa. (M, 1971–1975, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*  
Das Problem des Sprachenlernens ist, dass es obligatorisch ist. Zwei obligatorische Fremdsprachen (ja, Schwedisch ist für viele fremd) erschweren vielen das Lernen zusätzlicher Sprachen.

Eine Meinung hob sich besonders deutlich ab, nämlich, dass die Rolle der Grammatik im Unterricht zu stark betont wird:

- *En tiedä onko muuttunut mun päivistä, mutta kieliopin tankkaus pitää jättää vähemmälle. Suomalaiset eivät uskalla avata suutaan ulkomaalaisten kanssa kun pelkäävät etteivät puhu täydellistä kieltä. Enemmän puhetta, rentoutta ja sosiaalisuutta. (M, 1971–1975, Angestellter, Großunternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*  
Ich weiß nicht, ob sich das seit meiner Zeit geändert hat, aber das Pauken von Grammatik sollte verringert werden. Finnen trauen sich nicht mit Ausländern zu sprechen, weil sie Angst haben, dass sie nicht perfekt sprechen. Mehr Sprechen, Lockerheit und Gemeinschaftssinn.

- *painotus pitäisi ehdottomasti olla puheviestinnässä ja kulttuurin tuntemisessa, small talkin hallitsemisessa, ei kieliopissa (F, 1966-1970, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert nicht auf internationaler Ebene)*

Der Schwerpunkt sollte unbedingt auf mündlicher Kommunikation und Kulturkenntnissen, auf dem Beherrschen von Small talk liegen, nicht auf Grammatik.

- *Kielen opetuksessa painotetaan liikaa kielioppia ja puhutun kielen oikeellisuutta. Käytännön työelämässä pääasia on ymmärretyksi tuleminen ja asioiden hoitaminen. (M, 1966–1970, leitendes Management, mittleres Unternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Grammatik und korrektes Sprechen werden im Sprachenunterricht zu stark betont. Im praktischen Arbeitsleben ist die Hauptsache, dass man verstanden wird und die Angelegenheiten erledigt werden.

- *Lisää kommunikointia. Kielioppi ja sanastot ovat erittäin tärkeitä, mutta mitäs teet erinomaisilla tiedoilla, jos keskustelurohkeus puuttuu. (M, 1961–1965, leitendes Management, Kleinunternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

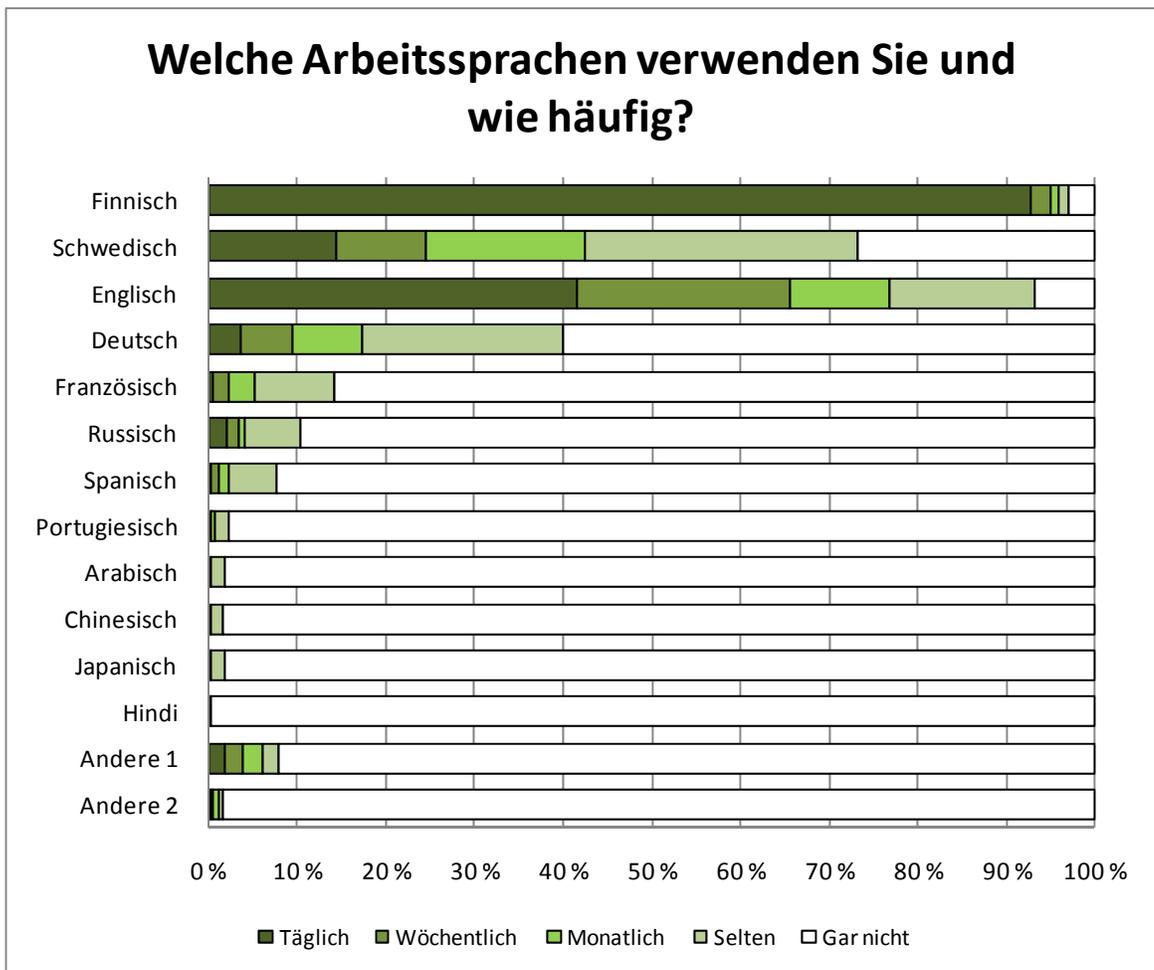
Mehr Kommunikation. Grammatik und Wortschatz sind sehr wichtig, aber was machst du mit ausgezeichneten Kenntnissen, wenn der Mut zur Unterhaltung fehlt.

### 6.2.3 Verwendete Arbeitssprachen

Ein Ziel der vorliegenden Arbeit war zu klären, welche Sprachen wie häufig zu Arbeitszwecken benutzt werden. In dieser Beziehung war die 16. Frage „Welche Arbeitssprachen verwenden Sie und wie häufig?“ eine der wesentlichsten Fragen. Die vorgegebenen Sprachoptionen waren dieselben wie in Frage 12a zur internationalen Kooperation. Die Befragten konnten ihren Sprachengebrauch mit einer Skala von vier Alternativen einschätzen: „täglich“, „wöchentlich“, „monatlich“ und „selten“. Es wurde darum gebeten, den Bogen nur in Bezug auf die Sprachen auszufüllen, die die Respondenten benutzten. Fehlende Antworten werden deshalb im Folgenden so interpretiert, dass die fragliche Sprache gar nicht während der Arbeit verwendet wurde.

Abbildung 16 zeigt, dass Finnisch, Englisch, Schwedisch und Deutsch die häufigsten Arbeitssprachen waren. Fast alle der Befragten, die Finnisch benutzten, gaben an, dass sie es täglich brauchten. Knapp 15 % der Antwortenden benutzten Schwedisch täglich, 10 % wöchentlich und fast 20 % monatlich. Ca. 42 % der Befragten, die die Alternative „Englisch“ gewählt hatten, verwendeten Englisch täglich, ca. 24 % wöchentlich, ca. 11 % monatlich und ca. 16 % selten. Bei den Alternativen „Deutsch“ und „Französisch“ brauchten jeweils ca. 23 % und 9 % der Respondenten diese Sprachen selten. Deutsch wurde täglich von rund 4 % der Befragten verwendet und Französisch von rund 1 %. Wöchentlich wurde Deutsch von ca. 6 % und Französisch von ca. 2 % der

Antwortenden benutzt. Von den Befragten, die Russisch als Arbeitssprache hatten, verwendeten ca. 2 % es täglich, ca. 1 % wöchentlich oder monatlich. Ca. 0,2 % der Befragten brauchten Spanisch täglich, ca. 1 % wöchentlich oder monatlich. Deutsch, Französisch, Russisch, Spanisch, Portugiesisch, Arabisch, Chinesisch, Japanisch und Hindi wurden hauptsächlich nur selten oder gar nicht als Arbeitssprachen verwendet. Die häufigsten „andere 1“ Sprachen waren Italienisch und Estnisch. Nur ein paar von denjenigen, die die Alternative „andere 2“ gewählt hatten, erläuterten ihre Antwort näher. Deswegen ist es unmöglich zu sagen, um welche Sprachen es sich handelte.



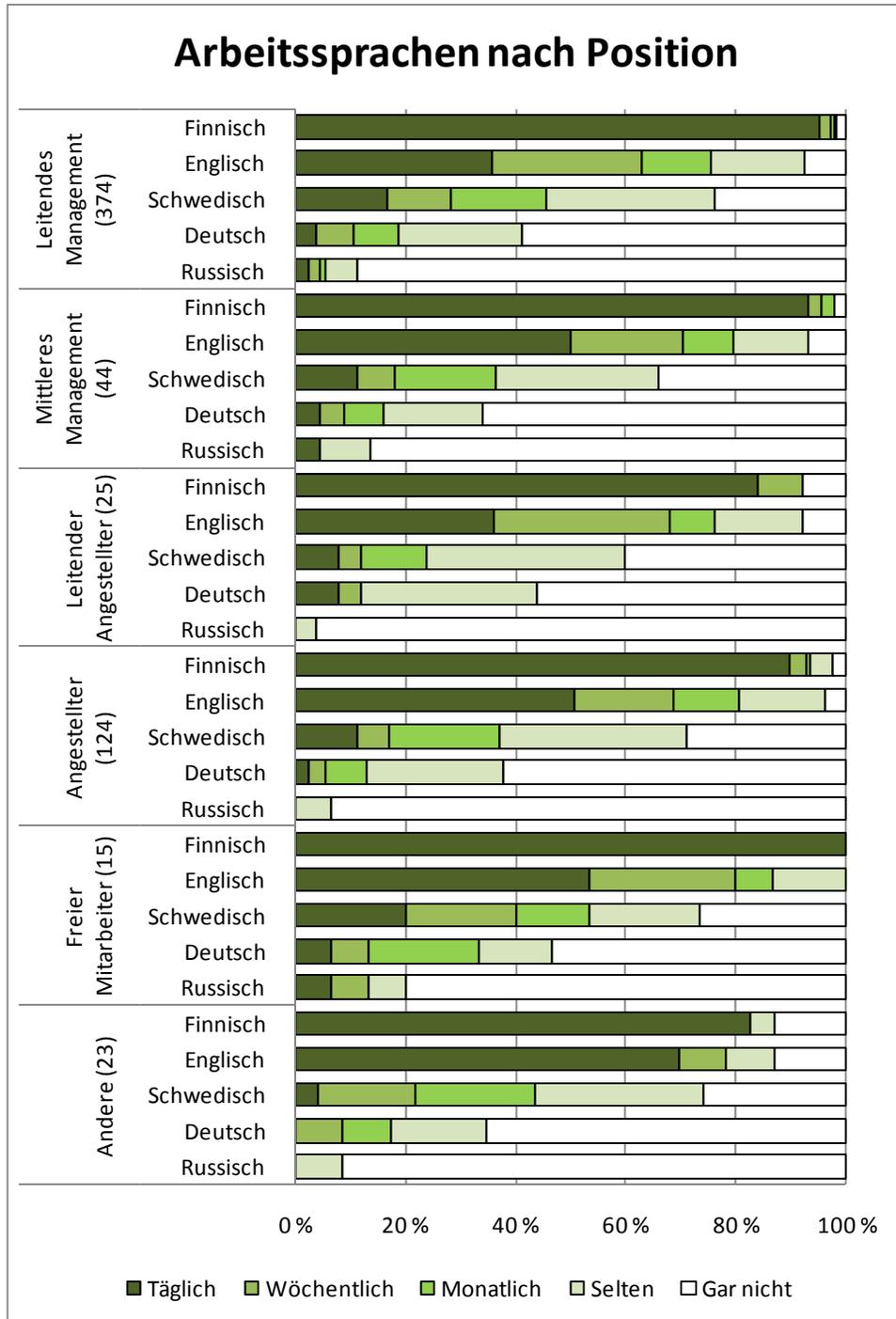
**Abbildung 16:** In der Arbeit verwendeten Sprachen (Zahl gegebener Antworten 619)

Nur 4,7 % der Informanten gaben an, nur eine Sprache während der Arbeit zu verwenden. 15,7 % der Befragten benutzten zwei Sprachen und 34,6 % drei Sprachen. Der Anteil der Antwortenden, die vier Sprachen verwendeten, betrug 26 %. Fünf oder mehr Sprachen

brauchten dagegen 18,1 % der Befragten. Bei den meisten der Informanten, die nur eine Sprache benutzten, war die verwendete Sprache zu 82,8 % Finnisch. Von den Kombinationen aus zwei Sprachen war Finnisch und Englisch mit 82,5 % die üblichste. 83,6 % derjenigen, die drei Sprachen brauchten, verwendeten Finnisch, Schwedisch und Englisch. Finnisch, Englisch und Deutsch gehörten mit 6,1 % zu der zweithäufigsten Kombination. Unter den Antwortenden, die vier Sprachen benutzten, waren Finnisch, Schwedisch, Englisch und Deutsch eindeutig die üblichsten mit 77,6 %. Finnisch, Schwedisch, Englisch und Deutsch gehörten auch häufig zu den Kombinationen von fünf oder mehr Sprachen, zu denen neben diesen Sprachen auch Französisch, Russisch oder eine „andere“ Sprache kamen.

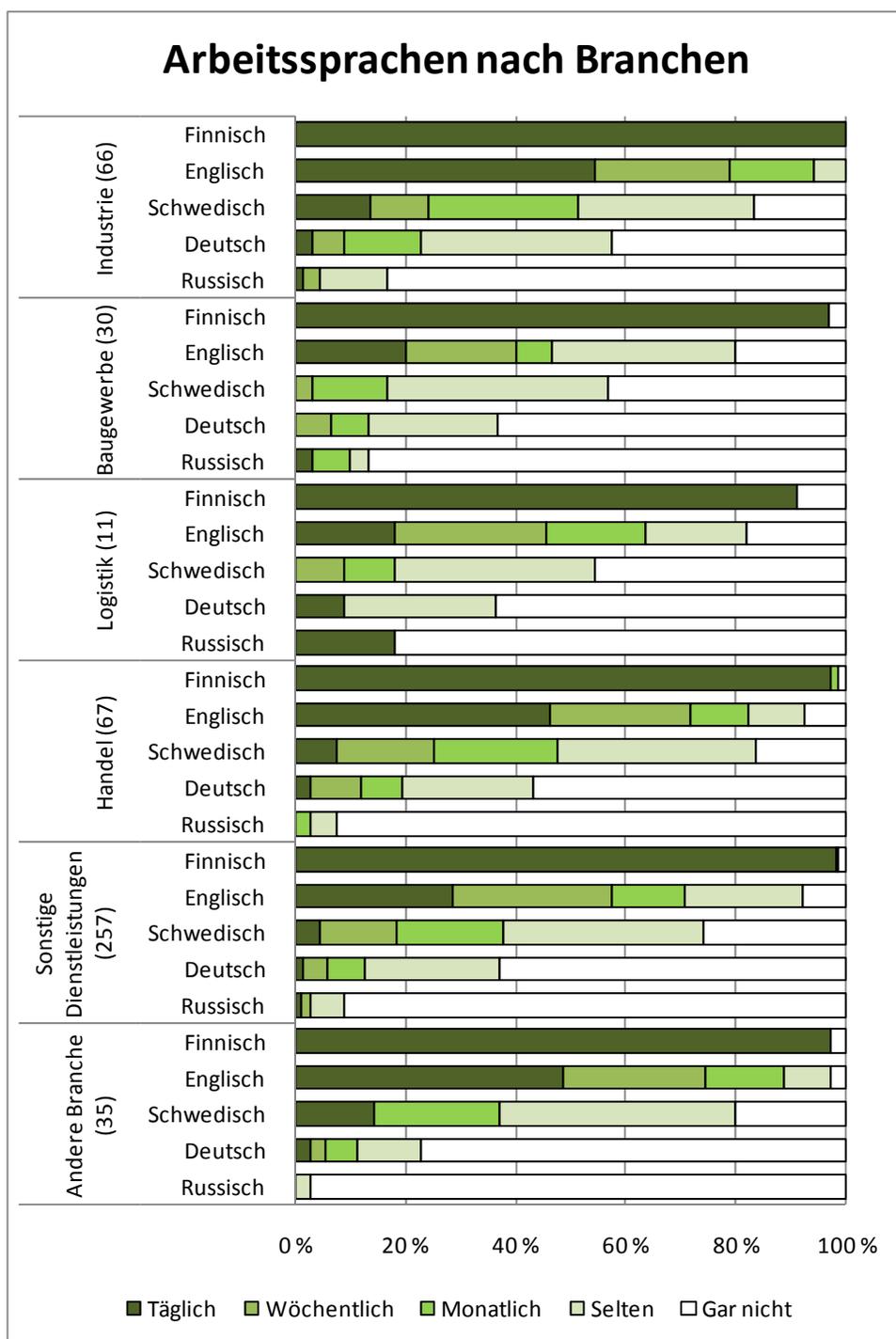
Im Folgenden wird die Verwendung des Finnischen, Schwedischen, Englischen, Deutschen sowie des Russischen als Arbeitssprachen detaillierter analysiert. Schaut man sich den Sprachengebrauch nach **Position im Unternehmen** an, so kann festgestellt werden, dass **Finnisch** von beinahe allen Repräsentanten verschiedener Positionen täglich gebraucht wurde (Abbildung 15). **Englisch** wurde von mindestens jeweils 50 % der Vertreter des mittleren Managements sowie der Angestellten, der freien Mitarbeiter und der Vertreter anderer Positionen täglich verwendet. Vom leitenden Management und von leitenden Angestellten benutzten jeweils über 30 % Englisch täglich. Unter den leitenden Angestellten wurde Englisch aber eher wöchentlich (37 %), als täglich verwendet. Der größte Teil der Befragten in verschiedenen Positionen benutzte **Schwedisch** selten oder gar nicht. Die aktivsten Anwender des Schwedischen waren die Vertreter des leitenden Managements und freie Mitarbeiter. Von leitendem Management brauchten 27 % Schwedisch täglich oder wöchentlich und von freien Mitarbeitern 38 %. Unter den Vertretern anderer Positionen wurde Schwedisch nur selten täglich verwendet, aber die wöchentliche oder monatliche Verwendung betrug 43 %. **Deutsch** wurde am meisten unter dem leitenden Management, den leitenden Angestellten, den freien Mitarbeitern und den Vertretern anderer Branchen verwendet. Jeweils über 40 % der Befragten in diesen Positionen verwendeten Deutsch mindestens ab und zu. Die aktivsten Anwender gehörten zu den leitenden Angestellten, denn knapp 20 % von ihnen benutzte Deutsch täglich oder wöchentlich. Auf dem zweiten Platz rangierten die freien Mitarbeiter mit 13 % und auf dem dritten das leitende Management mit 11 %. Die Mehrheit der Befragten in verschiedenen

Positionen verwendete kein **Russisch** während der Arbeit. Nur im leitenden und im mittleren Management wurde Russisch auch öfter als selten verwendet. Rund 6 % des leitenden Managements benutzten Russisch täglich, wöchentlich oder monatlich und rund 4 % des mittleren Managements täglich.



**Abbildung 15:** Der Gebrauch der Sprachen in der Arbeit nach Position (Die Zahl der Antworten ist nach jeder Position angegeben)

Weiterhin sollte herausgefunden werden, ob es Unterschiede im Sprachgebrauch nach **Branchen** gibt. **Finnisch** wurde in Industrie nur täglich verwendet (Abbildung 16). Auch in anderen Branchen wurde Finnisch in der Regel täglich benutzt. **Englisch** wurde außer im Baugewerbe und in der Logistik in allen Branchen am häufigsten entweder täglich oder wöchentlich verwendet wurde. Am aktivsten (täglich und wöchentlich) wurde Englisch in Industrie, in anderen Branchen und im Handel benutzt. **Schwedisch** wurde in allen Branchen hauptsächlich selten benutzt, aber in Handel und Industrie benutzten jeweils mehr als ein Fünftel es täglich oder wöchentlich. Am wenigsten aktiv wurde Schwedisch im Baugewerbe und in der Logistik benutzt, denn es wurde gar nicht täglich verwendet und die Anteile der wöchentlichen Verwendung betragen 3 % und 9 %. Die Befragten benutzten zum größten Teil kein **Deutsch** in ihrer Arbeit. Am häufigsten wurde Deutsch in der Industrie gebraucht. Etwa 9 % verwendeten Deutsch täglich oder wöchentlich, 14 % monatlich und 35 % selten. Am zweitmeisten wurde Deutsch im Handel gebraucht. Der Anteil der täglichen/wöchentlichen Verwendung betrug 12 %, der monatlichen 7 %. 24 % verwendeten Deutsch selten. **Russisch** wurde am meisten in Industrie, Baugewerbe und Logistik gebraucht. Die Vertreter der Logistik waren die aktivsten Anwender des Russischen. Der Anteil der Befragten, die Russisch täglich benutzten, betrug 18 %. Von den Vertretern der Industrie verwendeten 17 % es täglich, wöchentlich oder selten. Im Baugewerbe betragen die tägliche, monatliche und seltene Verwendung 13 %.



**Abbildung 16:** Der Gebrauch der Sprachen in der Arbeit nach Branchen (Die Zahl der Antworten ist nach jeder Branche angegeben)

In der vorliegenden Studie wurde auch untersucht, ob sich der Sprachengebrauch nach der Größe der Unternehmen unterscheidet. In der Mehrheit der **Mikrounternehmen** (1-10 Angestellte) wurde Finnisch täglich und Englisch täglich oder wöchentlich verwendet

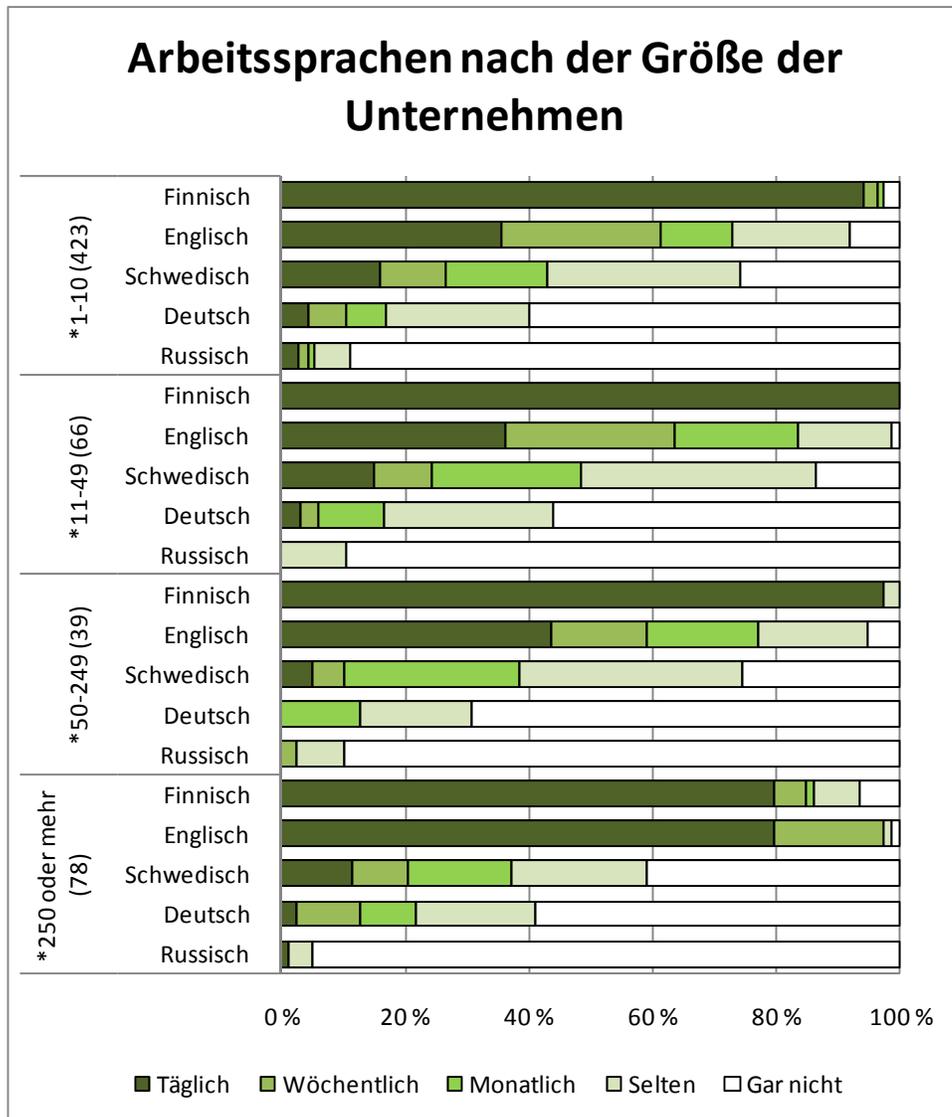
(Abbildung 17). Schwedisch wurde zum größten Teil selten (33 %) oder gar nicht (24,8 %) benutzt. Etwas mehr als ein Viertel der Vertreter der Mikrounternehmen verwendeten Schwedisch täglich oder wöchentlich. In den Unternehmen dieser Größenklasse wurden Deutsch und Russisch deutlich weniger als die anderen Sprachen verwendet. Der Gebrauch des Deutschen war aber eindeutig häufiger als der des Russischen. 17,3 % der Antwortenden gaben an, Deutsch täglich, wöchentlich und monatlich zu benutzen. Bei dem Russischen betrug die entsprechende Zahl nur 6 %.

Die Rolle der Sprachen in **Kleinunternehmen** (11-49 Angestellte) unterschied sich nur wenig von der Rolle der Sprachen in Mikrounternehmen. Alle Befragten verwendeten Finnisch nur täglich. Englisch wurde von über 60 % der Befragten täglich oder wöchentlich benutzt. Der Gebrauch des Schwedischen und Deutschen verteilten sich sehr ähnlich wie in den Mikrounternehmen. Bei dem Russischen verwendeten die Befragten es entweder nur selten oder gar nicht. Etwa 11 % gaben an, Russisch selten zu verwenden.

97,4 % der Repräsentanten **mittlerer Unternehmen** (50-249 Angestellte) verwendeten Finnisch täglich. Nur ein Befragter gab an, Finnisch selten zu verwenden. Der Gebrauch des Englischen ähnelte sehr der Situation in Mikro- und Kleinunternehmen. Die Mehrheit der Befragten (59 %) benutzte es täglich oder wöchentlich. Mehr als ein Drittel der Antwortenden verwendete Schwedisch selten, aber der monatliche Gebrauch betrug auch beinahe ein Drittel. Deutsch wurde in den mittleren Unternehmen entweder monatlich (13%), selten (18 %) oder gar nicht (70 %) benutzt. Russisch verwendeten die Befragten dagegen entweder wöchentlich (2,6 %), selten (7,7 %) oder gar nicht (89,7 %).

In **Großunternehmen** war der Gebrauch des Englischen aktiver als der des Finnischen. Jeweils ca. 80 % der Informanten benutzten Finnisch und Englisch täglich. Der wöchentliche Gebrauch des Englischen betrug aber 17,7 %, während der wöchentliche Gebrauch des Finnischen nur 5,1 % betrug. Cirka 6 % der Vertreter der Großunternehmen gaben auch an, kein Finnisch zu verwenden. Der Anteil der Befragten, die kein Englisch benutzten, betrug nur 1,3 %. In Großunternehmen war der Gebrauch des Englischen also sowohl aktiver als auch häufiger als der des Finnischen. Etwa ein Fünftel der Antwortenden verwendeten Schwedisch täglich oder wöchentlich und rund zwei Fünftel monatlich oder

selten. Fast 60 % der Respondenten benutzten kein Deutsch, aber beinahe 13 % verwendeten es täglich oder wöchentlich. Der Gebrauch des Russischen war auch in Großunternehmen sehr gering; nur 5,1 % benutzte es täglich oder selten.



**Abbildung 17:** Der Gebrauch der Sprachen in der Arbeit nach der Größe der Unternehmen (Die Zahl der Antworten ist nach der Größe der Unternehmen angegeben)

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die genauere Analyse der Verwendung des Finnischen, Schwedischen, Englischen, Deutschen sowie des Russischen als Arbeitssprachen nach Position im Unternehmen sowie nach Branchen und Größe der Unternehmen dasselbe zeigte, was die Ergebnisse der 16. Frage nach den Arbeitssprachen aller Informanten ebenfalls zeigten: Finnisch und Englisch waren die eindeutig wichtigsten

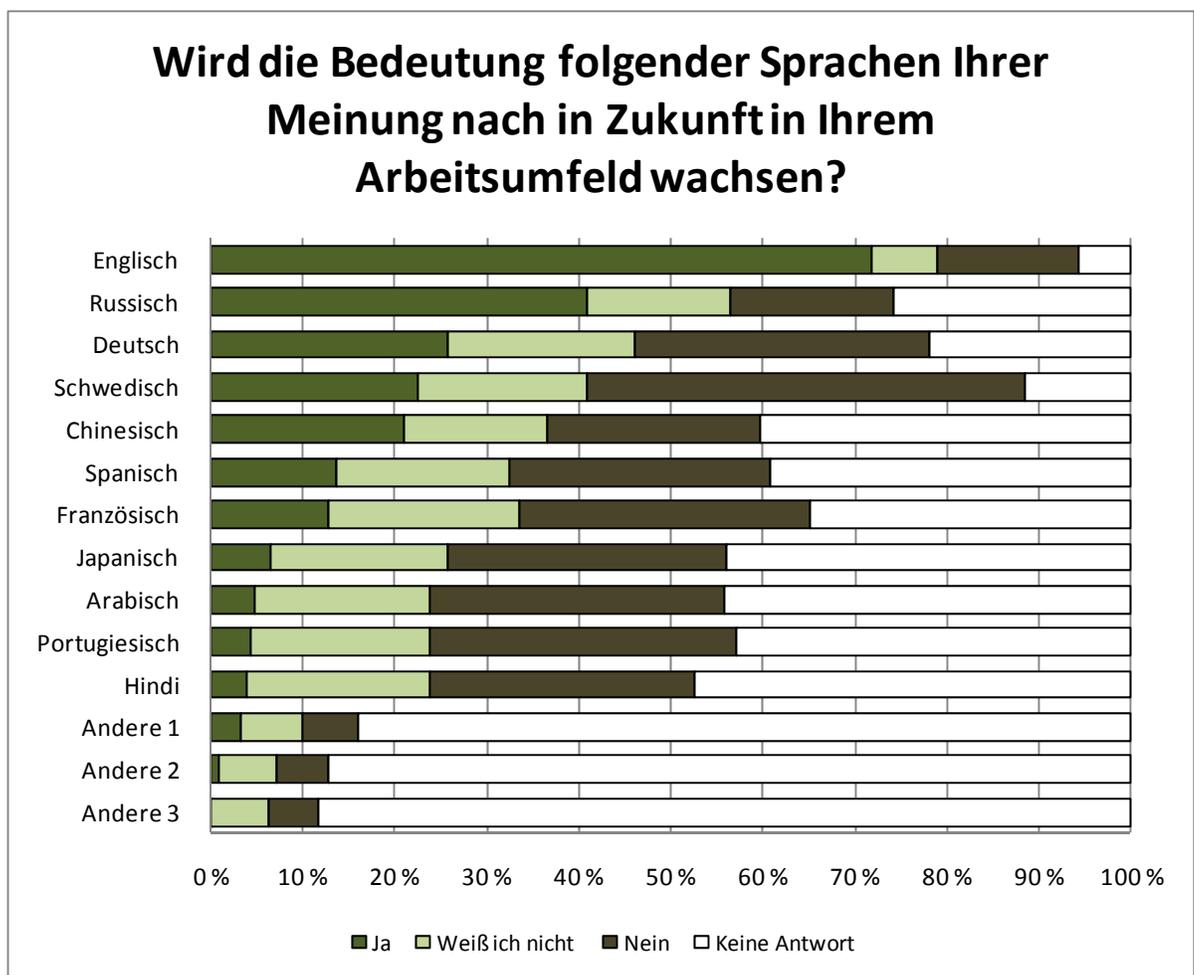
Arbeitssprachen in finnischen Unternehmen. Der Gebrauch dieser fünf Sprachen unterschied sich nicht viel voneinander unter Vertretern verschiedener **Positionen**. Finnisch und Englisch wurden deutlich häufiger verwendet als Schwedisch, Deutsch und Russisch, die hauptsächlich selten verwendet wurden. In verschiedenen **Branchen** waren Finnisch und Englisch ebenfalls die am häufigsten verwendeten Sprachen, allerdings wurde im Baugewerbe und in der Logistik weniger Englisch benutzt als in anderen Branchen. Auch die Verwendung des Schwedischen war weniger aktiv in diesen zwei Branchen. Der Gebrauch des Deutschen und Russischen war gering in allen Branchen. Auch **in verschieden großen Unternehmen** spielten Finnisch und Englisch eine große Rolle. Von den Vertretern der Großunternehmen gaben ca. 80 % an, sowohl Finnisch als auch Englisch täglich zu verwenden. Unter den Repräsentanten der Unternehmen anderer Größenklasse war der tägliche Gebrauch des Finnischen aber häufiger als der des Englischen. In Großunternehmen war die Verwendung des Englischen interessanterweise auch aktiver als die des Finnischen, denn der tägliche/wöchentliche Gebrauch des Englischen betrug 97,4 %, während der tägliche/wöchentliche Gebrauch des Finnischen 84,6 % betrug.

#### **6.2.4 Die Bedeutung der Sprachen in der Zukunft**

In der 18. Frage wurden die Befragten gebeten einzuschätzen, ob die Bedeutung verschiedener vorgegebener Sprachen Ihrer Meinung nach in der Zukunft in ihrem Arbeitsumfeld wachsen würde. Den Respondenten wurden drei Antwortoptionen geboten: „ja“, „nein“ und „weiß ich nicht“. Die Auswahl an Sprachen war sonst gleiche wie in den vorherigen Fragen, aber Finnisch wurde ausgelassen, weil die Rolle des Finnischen selbstverständlich ist. Wenn die Befragten die Alternative „andere 1/2/3“ wählten, konnten sie ihre Antwort später näher erläutern.

Nach der Meinung der Befragten wächst die Bedeutung des Englischen und Russischen in der Zukunft am stärksten (Abbildung 18). Über 70 % der Antwortenden meinten, dass der Bedarf am Englischen steigen wird. Beim Russischen waren über 40 % dieser Meinung und nur ca. 18 % der Antwortenden gaben an, dass Russisch in der Zukunft nicht wichtig sein wird. Beim Deutschen antworteten ca. 26 % der Respondenten und beim Chinesischen

21 % zustimmend auf diese Frage, aber die Anteile derjenigen, die meinten, dass es keinen Bedarf an Deutsch- und Chinesischkenntnissen geben wird, waren größer. Schwedisch wurde von über 20 % als bedeutende Sprache der Zukunft gesehen, Französisch und Spanisch wiederum von jeweils 13-14 %. Zum größten Teil waren die Befragten aber der Meinung, dass die Bedeutung dieser drei Sprachen in der Zukunft nicht wachsen wird. Die übrigen Sprachen (Portugiesisch, Arabisch, Japanisch, Hindi) werden nach den Antwortenden keine so große Rolle in Zukunft spielen. Als „andere 1/2/3“ Sprachen wurden hauptsächlich gleiche Sprachen erwähnt, von denen die häufigsten Estnisch, Norwegisch, Italienisch und Dänisch waren.

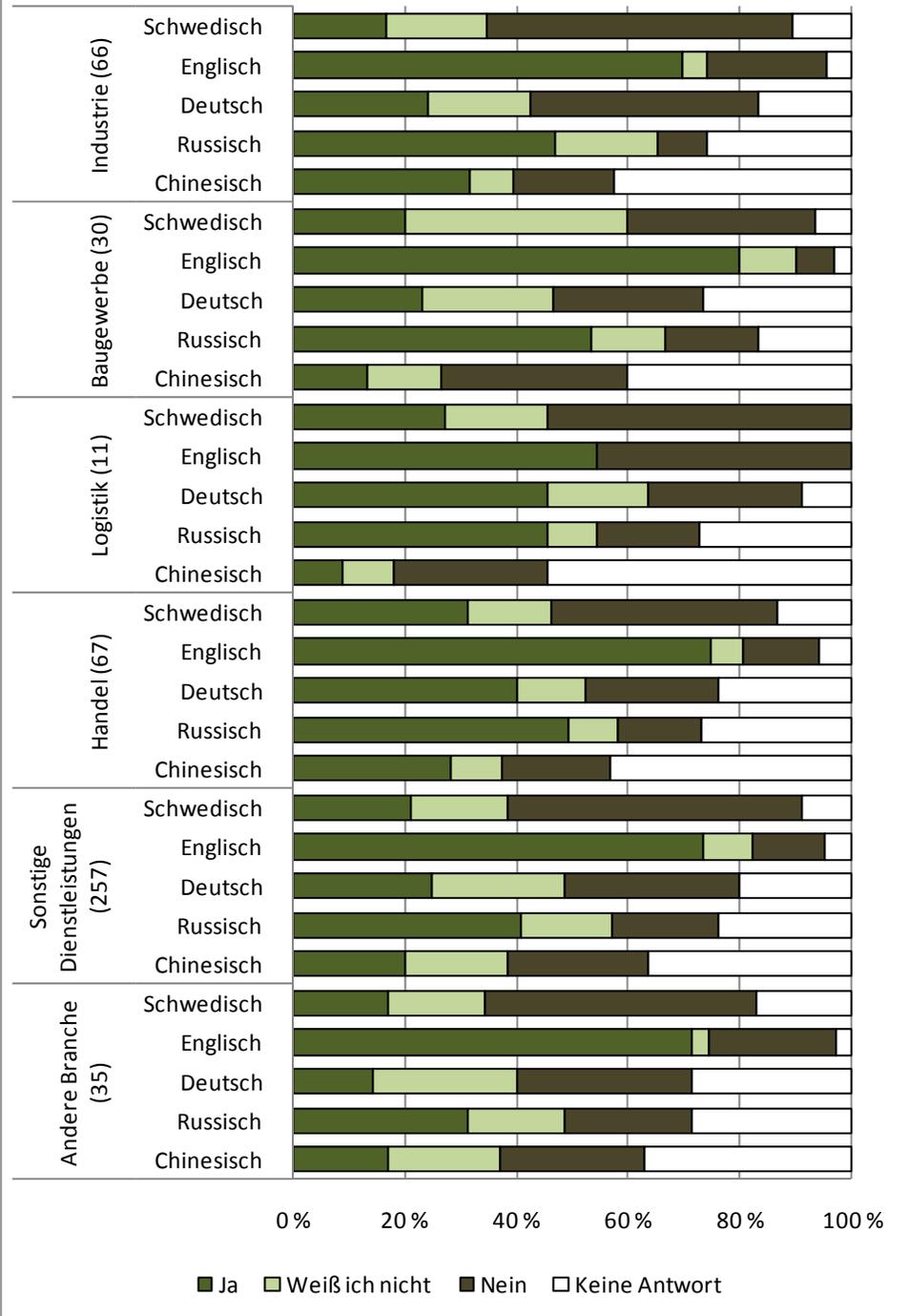


**Abbildung 18:** Wird die Bedeutung folgender Sprachen in Zukunft wachsen? (Zahl gegebener Antworten 619, inklusive fehlender Antworten)

Im Folgenden wird der zukünftige Bedarf am Schwedischen, Englischen, Deutschen, Russischen und Chinesischen detaillierter aus verschiedenen Perspektiven analysiert. Aus

Abbildung 19 geht hervor, dass sich der zukünftige Sprachenbedarf in verschiedenen **Branchen** ähnlich verteilte. Englisch wurde in allen Branchen als die wichtigste Sprache der Zukunft erachtet. Der Anteil der Befragten, die der Meinung waren, dass die Bedeutung des Englischen in der Zukunft wachsen wird, variierte von 54,5 % (Logistik) zu 80 % (Baugewerbe). In Industrie, Baugewerbe, Handel, in sonstigen Dienstleistungen und unter den Repräsentanten anderer Branchen (wie IT-Branche und Kommunikation) wurde Russisch als die zweitwichtigste Sprache gesehen. In der Industrie meinten 47 % der Antwortenden, dass die Bedeutung des Russischen wachsen wird. Im Baugewerbe waren 53 % dieser Meinung, im Handel 49,3 %, in den sonstigen Dienstleistungen 40,9 % und unter den Vertretern anderer Branchen 31,4 %. Die Repräsentanten der Logistik gaben dagegen an, dass Russisch und Deutsch gleichwichtig mit jeweils 45,5 % in der Zukunft sind. In Baugewerbe, Handel und sonstigen Dienstleistungen wurde Deutsch als die drittwichtigste Sprache der Zukunft betrachtet. Die Vertreter der Industrie meinten wiederum, dass Chinesisch die drittwichtigste Sprache der Zukunft sei. In der Logistik sowie bei anderen Branchen rangierte Schwedisch auf dem dritten Platz. Die zukünftige Bedeutung des Chinesischen wurde in Baugewerbe, Logistik, Handel und sonstigen Dienstleistungen im Vergleich zu den anderen Sprachen am geringsten eingeschätzt. Unter den Vertretern anderer Branchen rangierte dagegen Deutsch mit 14,3 % auf dem fünften Platz. In der Industrie lag Schwedisch mit einem Anteil von 16,7 % an der fünften Stelle.

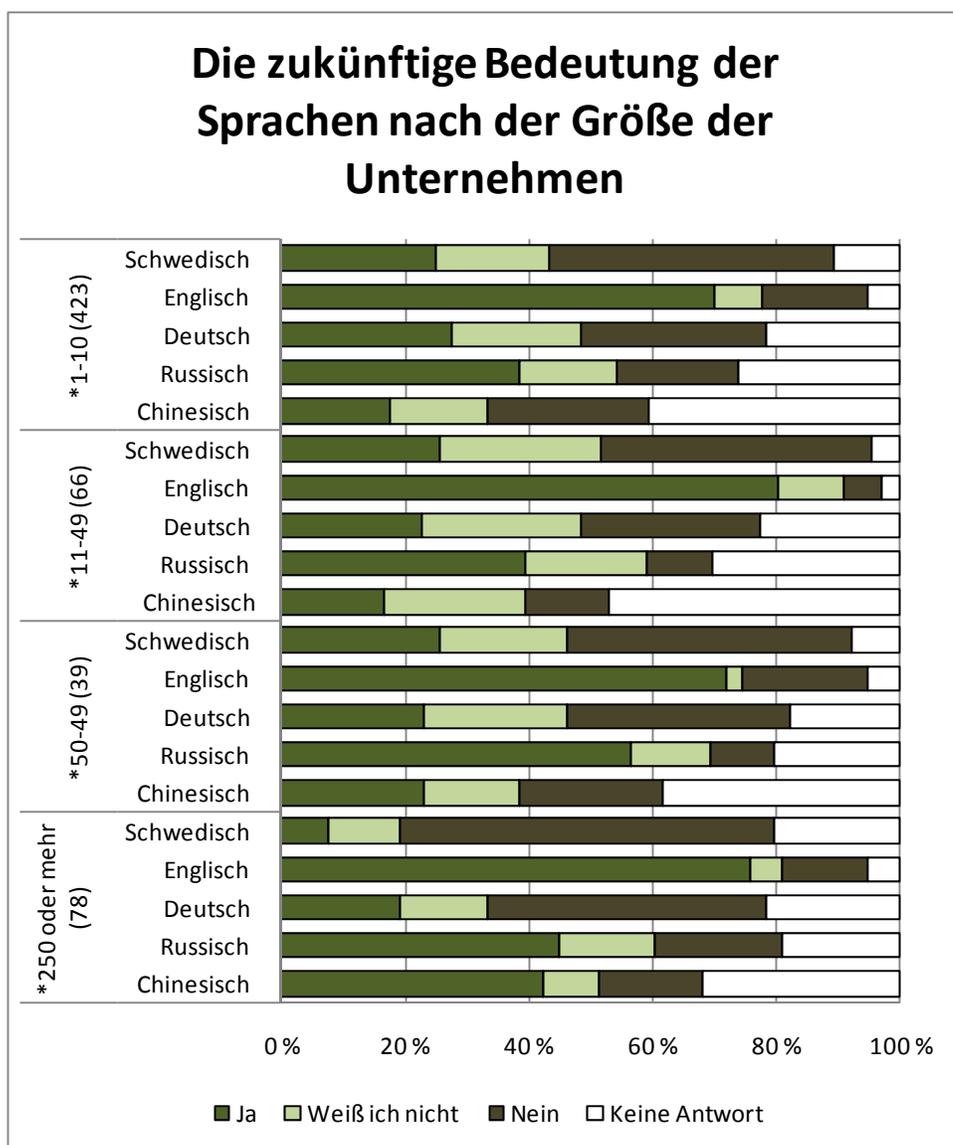
## Die zukünftige Bedeutung der Sprachen nach Branchen



**Abbildung 19:** Die zukünftige Bedeutung des Schwedischen, Englischen, Deutschen, Russischen und Chinesischen nach Branchen (Die Zahl der Antworten ist nach jeder Branche angegeben, inklusive fehlende Antworten)

Auch **in verschiedenen großen Unternehmen** wurden besonders Englisch und Russisch als die Sprachen der Zukunft betrachtet, aber die Reihenfolge anderer Sprachen variierte nach der Größe Unternehmen (Abbildung 20). Nach den Vertretern der Mikrounternehmen ist Englisch mit einem Anteil von 70 % die wichtigste Sprache. Der Anteil des Russischen betrug 38,5 %. Auf dem dritten Platz rangierte Deutsch mit 27,7 %, gefolgt vom Schwedischen mit 24,8 %. Auch der Anteil des Chinesischen betrug beinahe ein Fünftel. Englisch wurde von rund 80 % der Vertreter der Kleinunternehmen als die bedeutendste Sprache der Zukunft gesehen. Russisch rangierte auf dem zweiten Platz. Anders als bei den Mikrounternehmen wurde hier Schwedisch mit 25,8 % als drittwichtigste Sprache angesehen. Deutsch wurde mit 22,7 % als die viertwichtigste Sprache eingeschätzt, gefolgt von dem Chinesischen mit 16,7 %.

In mittleren Unternehmen war der Unterschied zwischen dem Englischen und dem Russischen nicht so groß wie in Unternehmen anderer Größenklasse. Englisch lag auf dem ersten Platz mit 71,8 %, Russisch auf dem zweiten mit 56,4 %. Wie bei den Kleinunternehmen auch, rangierte Schwedisch auf dem dritten Platz mit einem Anteil von 25,6 %. Jeweils 23,1 % der Befragten antworteten, dass die Bedeutung des Deutschen und Chinesischen in der Zukunft wachsen wird. Auch die Vertreter der Großunternehmen schätzten die Bedeutung des Englisch und Russischen am wichtigsten ein. Der Unterschied zwischen dem Russischen und dem auf dem dritten Platz rangierenden Chinesischen war nicht besonders groß; der Anteil des Russischen betrug 44,9 % und der des Chinesischen 42,3 %. Ein Fünftel der Respondenten hielten wiederum die zukünftige Rolle des Deutschen für wichtig. Nur 7,7 % waren der Meinung, dass Schwedisch in der Zukunft eine Rolle spielen wird.



**Abbildung 20:** Die zukünftige Bedeutung des Schwedischen, Englischen, Deutschen, Russischen und Chinesischen nach der Größe der Unternehmen (Die Zahl der Antworten ist nach der Größe der Unternehmen angegeben, inklusive fehlende Antworten)

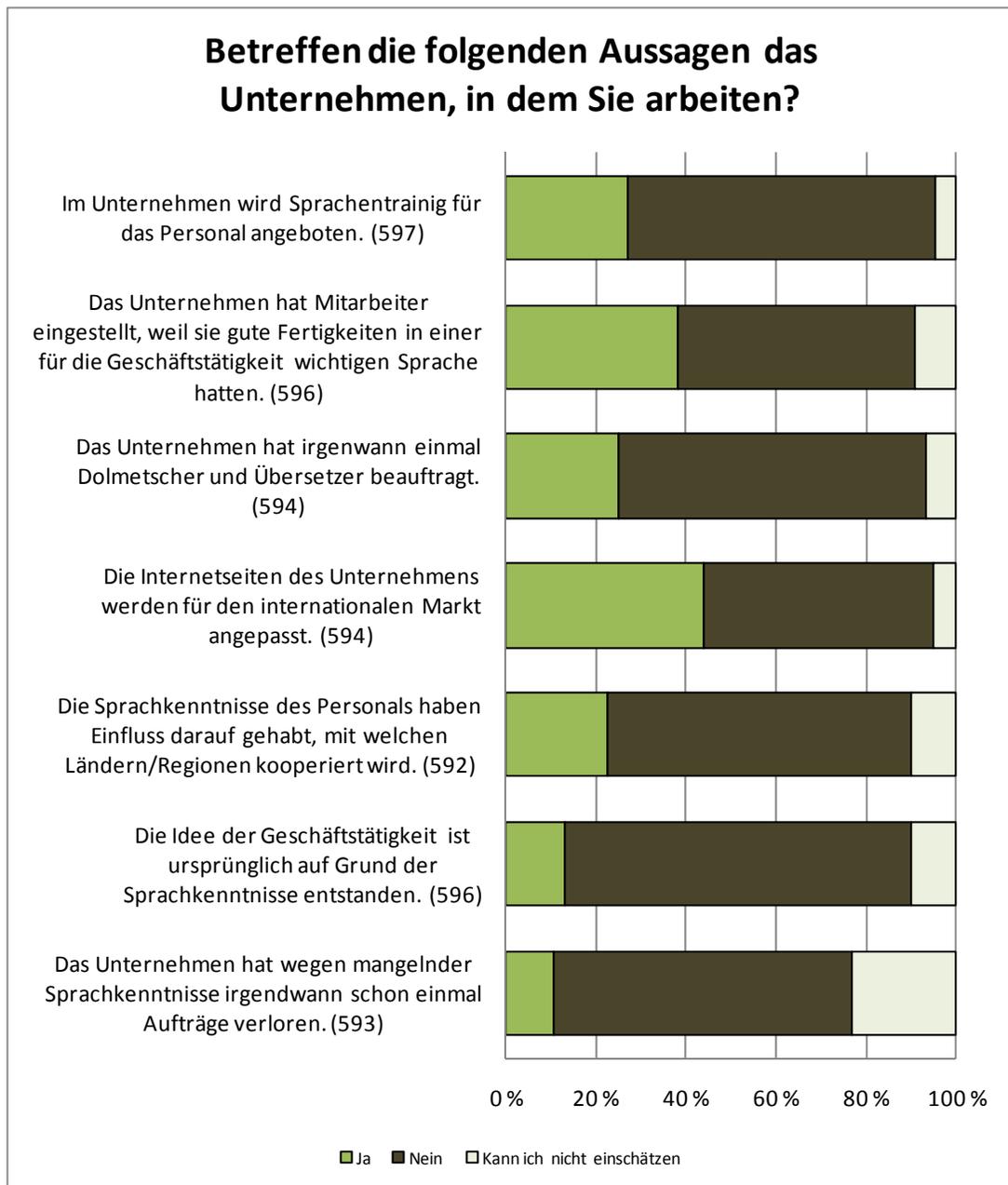
Zusammenfassend ging aus der Analyse der zukünftigen Bedeutung des Schwedischen, Englischen, Deutschen, Russischen und Chinesischen in verschiedenen **Branchen** hervor, dass Englisch als die bedeutendste Sprache der Zukunft in allen Branchen angesehen wurde. Russisch wurde als die zweitwichtigste Sprache erachtet und in der Logistik rangierte Deutsch neben dem Russischen auf dem zweiten Platz. Die Rolle des Deutschen wurde im Baugewerbe, im Handel und in den sonstigen Dienstleistungen auch als wichtig angesehen, während in der Industrie Chinesisch und in der Logistik sowie unter Vertretern anderer Branchen Schwedisch wichtiger als Deutsch angesehen wurde. Die Bedeutung des

Englischen und Russischen war auch **in verschieden großen Unternehmen** anderen Sprachen überlegen, aber die zukünftige Wichtigkeitsordnung dieser anderen Sprachen variierte stärker. Die Repräsentanten der Mikrounternehmen meinten, dass Deutsch die drittwichtigste Sprache sein wird, gefolgt vom Schwedischen und Chinesischen. Nach den Vertretern der kleinen und mittleren Unternehmen rangierte Schwedisch auf dem dritten, Deutsch auf dem vierten und schließlich Chinesisch auf dem fünften Platz. Die Vertreter der Großunternehmen waren dagegen der Meinung, dass Chinesisch in der Zukunft mit 42,3 % beinahe so wichtig wie Russisch (44,8 %) sein wird. Die Anteile des Deutschen und Schwedischen waren hier deutlich kleiner: 19,2 % und 7,7 %.

### **6.2.5 Gebrauch und Bedeutung der Sprachen in Unternehmen**

Die 19. Frage bestand aus sieben Behauptungen, mit deren Hilfe u. a. geklärt werden sollte, welche Rolle Sprachenkenntnisse für die Rekrutierung neuen Personals spielen und ob das Unternehmen Sprachenunterricht für seine Angestellten organisiert. Als Antwortalternativen standen „ja“, „nein“ und „kann ich nicht einschätzen“ zur Verfügung. Nach den Aussagen befand sich ein Kommentarfeld, in dem die Befragten ihre Antworten präzisieren konnten.

Aus Abbildung 21 wird deutlich, dass über 40 % der Unternehmen ihre Internetseiten dem internationalen Markt anpassen. Dies kann beispielsweise bedeuten, dass die Seiten in verschiedene Sprachen übersetzt werden. Sprachen spielten auch für die Rekrutierung eine große Rolle, denn beinahe 40 % der Unternehmen hatten Mitarbeiter eingestellt, weil sie gute Fertigkeiten in einer für die Geschäftstätigkeit wichtigen Sprache hatten. Obwohl jeweils 25-27 % der Unternehmen Sprachentraining für das Personal anboten und Übersetzer bzw. Dolmetscher beauftragten, gehörten diese größtenteils nicht zum Alltag der Unternehmen. 23 % der Informanten gaben an, dass die Sprachenkenntnisse des Personals die Entscheidungen über internationale Kooperation beeinflussen. In etwa 13 % der Unternehmen basierte die Idee der Geschäftstätigkeit ursprünglich auf Sprachenkenntnissen. Ebenfalls hatten nur wenige Unternehmen, insgesamt 11 %, Aufträge wegen mangelnder Sprachenkenntnisse verloren.



**Abbildung 21:** Sprachenpolitik der Unternehmen (Die Zahl der Antworten nach jeder Aussage angegeben)

Knapp 40 Befragte hatten ihre Antwort im Kommentarfeld näher erläutert. Aus den Kommentaren ging vor allem hervor, dass die Behauptungen dieser Frage nicht relevant für sie waren, weil sie zum größten Teil kleine Unternehmen repräsentierten:

- *Yritykseni on yhden miehen yritys, joten useimmat kohdat eivät päde tapauksessani. (M, 1976–1980, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Mein Unternehmen ist eine Einmanngesellschaft, so dass die meisten Aussagen nicht zutreffen.

*- Olemme uusi pienyritys, joten osa noista yllä olevista kysymyksistä ei ole aivan relevantteja. Kuitenkin esim. nettisivut ovat aluksi vain englanniksi, nimenomaan kansainvälisyyttä ajatellen, seuraavaksi saamme sinne varmaan suomenkielistä materiaalia. (F, 1961–1965, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Wir sind ein neues Kleinunternehmen, weswegen ein Teil der oben genannten Fragen nicht so relevant ist. Unsere Internetseiten sind jedoch am Anfang nur auf Englisch vorhanden, eben wegen der Internationalität, als nächstes werden wir sicher finnischsprachiges Material anbieten.

## **6.3 Der Gebrauch des Deutschen während der Arbeit**

Der letzte Teil der Umfrage betraf die Informanten, die Deutsch während der Arbeit verwendeten (n=115). In Teil D sollte der Gebrauch des Deutschen für berufliche Zwecke genauer erläutert werden. Erstens wurde nach dem Gebrauch des Deutschen mit Muttersprachlern und Nichtmuttersprachlern gefragt. Weiterhin sollte herausgefunden werden, wie das Verhältnis zwischen dem mündlichen und schriftlichen Gebrauch des Deutschen ist. Unterschiedliche Verwendungssituationen des Deutschen sowie der Einfluss der Situation auf den Sprachgebrauch waren weitere Forschungsziele. Als letztes wurde danach gefragt, wie die Respondenten die Rolle des Deutschen in der Zukunft einschätzen.

### **6.3.1 Zusammenarbeit mit deutschen Muttersprachlern und mit Personen, deren Muttersprache nicht Deutsch ist**

Im Teil D wurde als erstes gefragt, ob die Befragten mit deutschen Muttersprachlern zusammenarbeiten (Frage 26). Nach der Frage wurde gebeten, die Zusammenarbeit genauer zu beschreiben. Eine eindeutige Mehrheit der 115 Antwortenden (ca. 87 %) kooperierte mit Personen, deren Muttersprache Deutsch ist. Rund 87 % dieser Befragten repräsentierte ein Unternehmen, das auf internationaler Ebene kooperierte. Cirka 11 % der Antwortenden repräsentierten wiederum Unternehmen, die nur in Finnland tätig waren. Viele der Befragten hatten ihre Antwort im Kommentarfeld näher erläutert. In den Kommentaren

wurden u. a. Projekte, Konsultationen und Kundenbeziehungen sowie die Verwendung von E-Mail-Kommunikation erwähnt:

- *yhteisiä projekteja (M, 1946-1950, freelance professional, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*  
gemeinsame Projekte

- *konsultointia (M, 1946-1950, mittleres Management, Großunternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*  
Konsultation

- *kunderelationer (M, 1946-1950, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*  
Kundenbeziehungen

- *vastaan jonkin verran asiakkaiden kyselyihin sähköpostitse (F, 1961-1965, Angestellte, Kleinunternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*  
Ich antworte ab und zu auf die Anfragen der Kunden per E-Mail.

- *Wir haben viele Lieferanten in Deutschland und da bin ich täglich per E-Mail im Kontakt: Bestellungen, Lieferinformation, Anfragen etc. (F, 1971-1975, leitende Angestellte, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

Als nächstes sollte herausgefunden werden, ob die Befragten Deutsch zur Zusammenarbeit mit Nichtmuttersprachlern verwenden und wenn ja, welches deren Muttersprache ist (Frage 27). Die Liste der hierzu vorgegebenen Sprachen wurde basierend auf den Angaben des finnischen Amtes für Statistik zu den häufigsten Muttersprachen in Finnland formuliert (Tilastokeskus 2009b; Online).

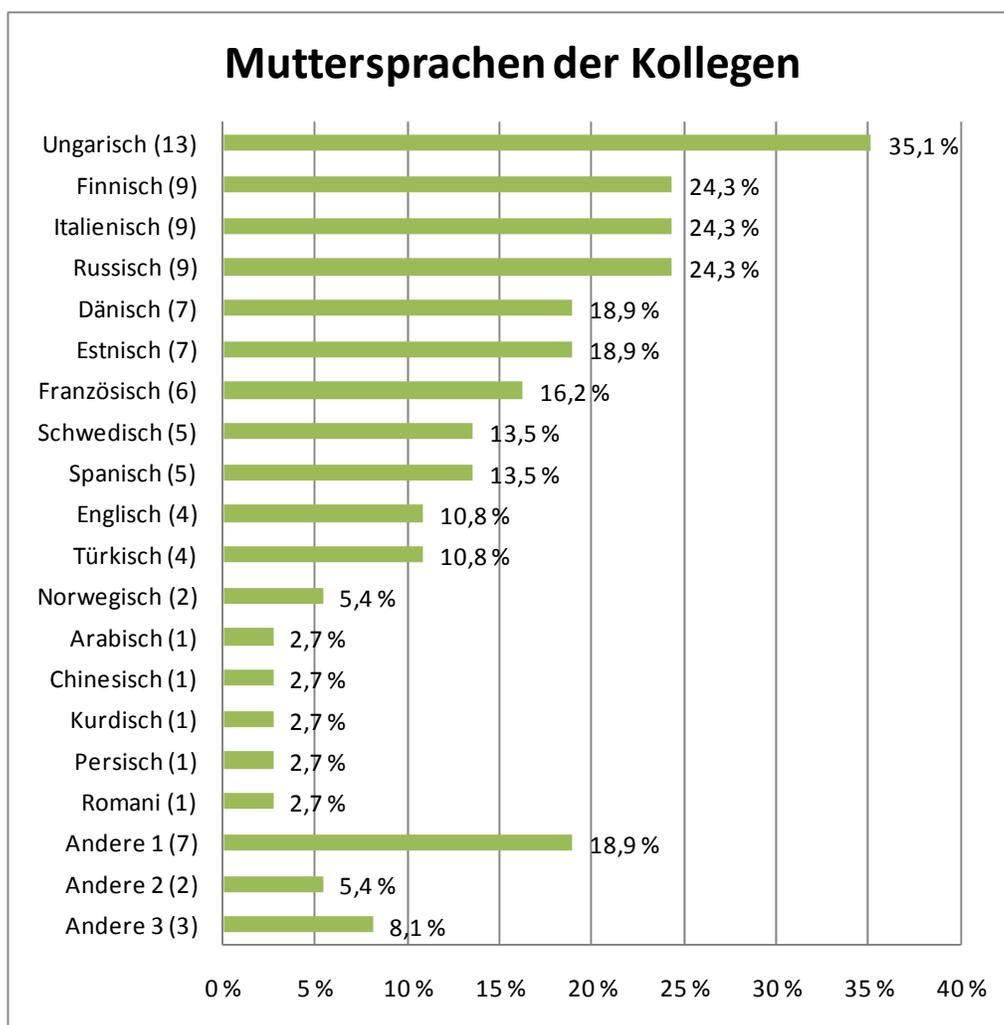
Etwa ein Drittel der Informanten gab an, dass sie Deutsch zur Zusammenarbeit mit Nichtmuttersprachlern verwenden. Die Mehrheit verwendete also kein Deutsch in solchen Kommunikationssituationen. Abbildung 22 zeigt, welche Muttersprachen die Kollegen hatten, mit denen Deutsch benutzt wurde. Fast 50 % der Befragten benutzten Deutsch mit mehreren Kollegen verschiedener Muttersprachen. Alle Mehrfachnennungen waren unterschiedlich, aber beispielsweise Dänisch, Ungarisch, Türkisch, Estnisch, Russisch und Italienisch gehörten zu vielen Mehrfachnennungen. Jeweils ca. 13 % der Kollegen hatten Finnisch und Italienisch als Muttersprachen. Russisch war die Muttersprache von ca. 8 % der Kollegen und Französisch von ca. 5 %. Arabisch, Dänisch, Schwedisch und Ungarisch wurden jeweils ein Mal als die Muttersprache der Kollegen erwähnt. Ca. 8 % der Befragten hatten die Alternative „Andere 1“ gewählt. Die häufigsten „andere 1“ Sprachen waren

Lettisch und Polnisch. Als „Andere 2 und 3“ Sprachen wurden Litauisch, Polnisch, Slowenisch und Flämisch genannt.



**Abbildung 22:** Zusammenarbeit mit Kollegen, die eine andere Muttersprache als Deutsch haben (Die Zahl der Antworten ist nach jeder Alternative angegeben, Mehrfachnennungen möglich)

Wenn die Mehrfachnennungen nach Sprachen aufgeschlüsselt betrachtet werden, wird deutlicher, welche Muttersprachen die Kollegen hatten, mit denen Deutsch verwendet wurde (Abbildung 23). Ungarisch rangierte auf dem ersten Platz, gefolgt vom Finnischen, Italienischen und Russischen, die den zweiten Platz teilen. Jeweils ca. 19 % der Befragten benutzten Deutsch mit Personen, deren Muttersprache Dänisch oder Estnisch war. Deutsch wurde auch mit Französisch- Schwedisch- und Spanischsprachigen verwendet (rund 16 und 14 %). Jeweils ca. 11 % der Befragten gaben an, Deutsch mit Englisch- und Türkischsprachigen zu benutzen. Jeweils ein Befragter (knapp 3 %) verwendete Deutsch mit arabisch-, chinesisch-, kurdisch-, persisch- und romanischsprachigen Kollegen.

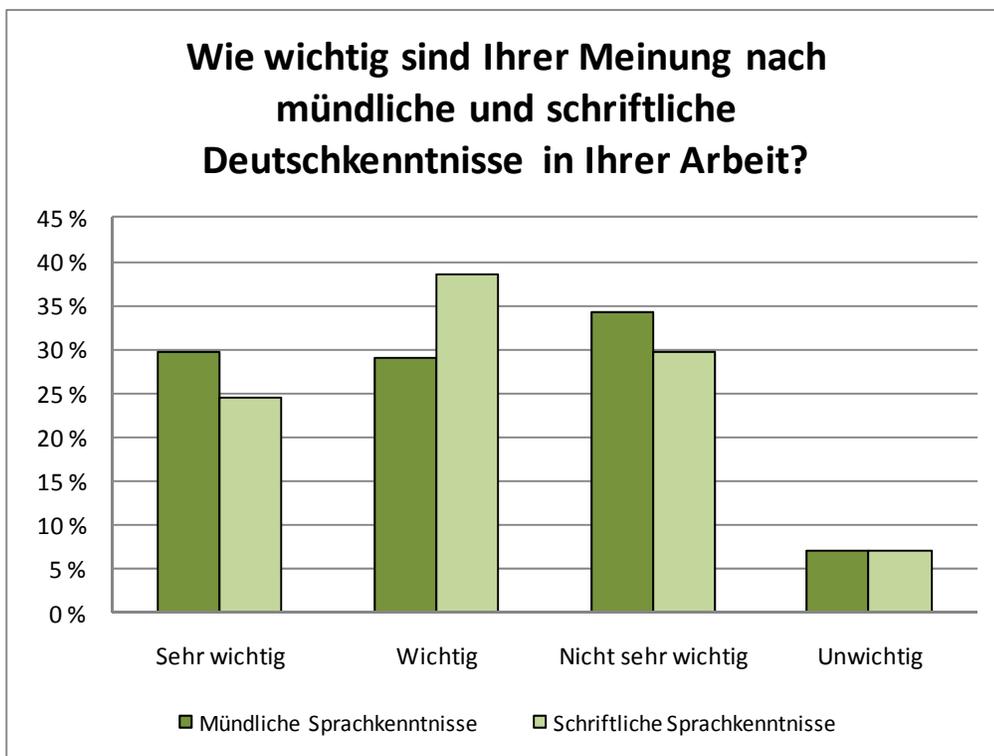


**Abbildung 23:** Muttersprachen der Kollegen (Zahl gegebener Antworten 37, Mehrfachnennungen möglich)

### 6.3.2 Die Bedeutung der schriftlichen und mündlichen Deutschkenntnisse in der Arbeit

Mithilfe der dritten Frage des Teils D (Frage 28) sollte herausgefunden werden, ob sich die Bedeutung der mündlichen und schriftlichen Deutschkenntnisse in der Arbeit voneinander unterscheiden. Die Befragten konnten ihre Meinung mit der folgenden Skala bewerten: 4 = sehr wichtig, 3 = wichtig, 2 = nicht sehr wichtig, 1 = unwichtig und 0 = kann ich nicht einschätzen. Nach der Frage hatten die Informanten die Möglichkeit, ihre Antwort im Kommentarfeld näher zu erläutern. Abbildung 24 zufolge kann behauptet werden, dass mündliche und schriftliche Deutschkenntnisse beinahe genauso wichtig für die Arbeit

waren. Mündliche Deutschkenntnisse wurden von ca. 59 % der Antwortenden und schriftliche von ca. 63 % als sehr wichtig oder wichtig eingeschätzt. Entsprechend hielten etwa 30 % mündliche und etwa 25 % schriftliche Deutschkenntnisse für nicht sehr wichtig. Eine deutliche Minderheit (jeweils 7 %) hatte die Alternative „unwichtig“ gewählt. Alle Befragten hatten ihre Meinung auf einer Skala von 4 bis 1 bewertet, niemand wählte also die Alternative „kann ich nicht einschätzen“. Aus Abbildung 24 geht hervor, dass von denjenigen, die Deutschkenntnisse für sehr wichtig hielten, die meisten der Meinung waren, dass mündliche Kenntnisse wichtiger als schriftliche sind. Bei denjenigen, die die Alternative „wichtig“ gewählt hatten, war die Situation umgekehrt – sie meinten, dass schriftliche Kenntnisse wichtiger seien. Von den Befragten, die der Meinung waren, dass Deutschkenntnisse nicht sehr wichtig sind, fanden wiederum die meisten mündliche Kenntnisse wichtiger.



**Abbildung 24:** Die Rolle der mündlichen und schriftlichen Deutschkenntnisse (Zahl gegebener Antworten 114)

Etwa ein Fünftel der Antwortenden präzierte ihre Antwort im Kommentarfeld. Die Kommentare unterschieden sich recht stark voneinander, aber einige Meinungen wurden häufiger geäußert. Hierzu gehörte z. B. die Bedeutung von Deutschkenntnissen in

Zusammenarbeit mit den deutschsprachigen Ländern, aber andererseits wurde auch deutlich, dass die Bedeutung der Deutschkenntnisse abgenommen hat:

- *Für die Zusammenarbeit mit Deutschland, Schweiz und Österreich sind die Deutschkenntnisse sehr wichtig. (M, 1986-1990, Angestellter, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*

- *Liikkuminen maailmalla helpottuu ja Saksan messuilta saa enemmän irti. (M, 1956–1960, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert nicht auf internationaler Ebene)*  
Es erleichtert die Beweglichkeit in der Welt und man zieht einen größeren Nutzen aus Messen in Deutschland.

- *Saksankielentaitoa tarvitaan harvoin, mutta kun sitä tarvitaan, niin sitä on osattava. (F, 1951–1955, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*  
Man braucht Deutschkenntnisse selten, aber wenn sie gebraucht werden, dann muss man es können.

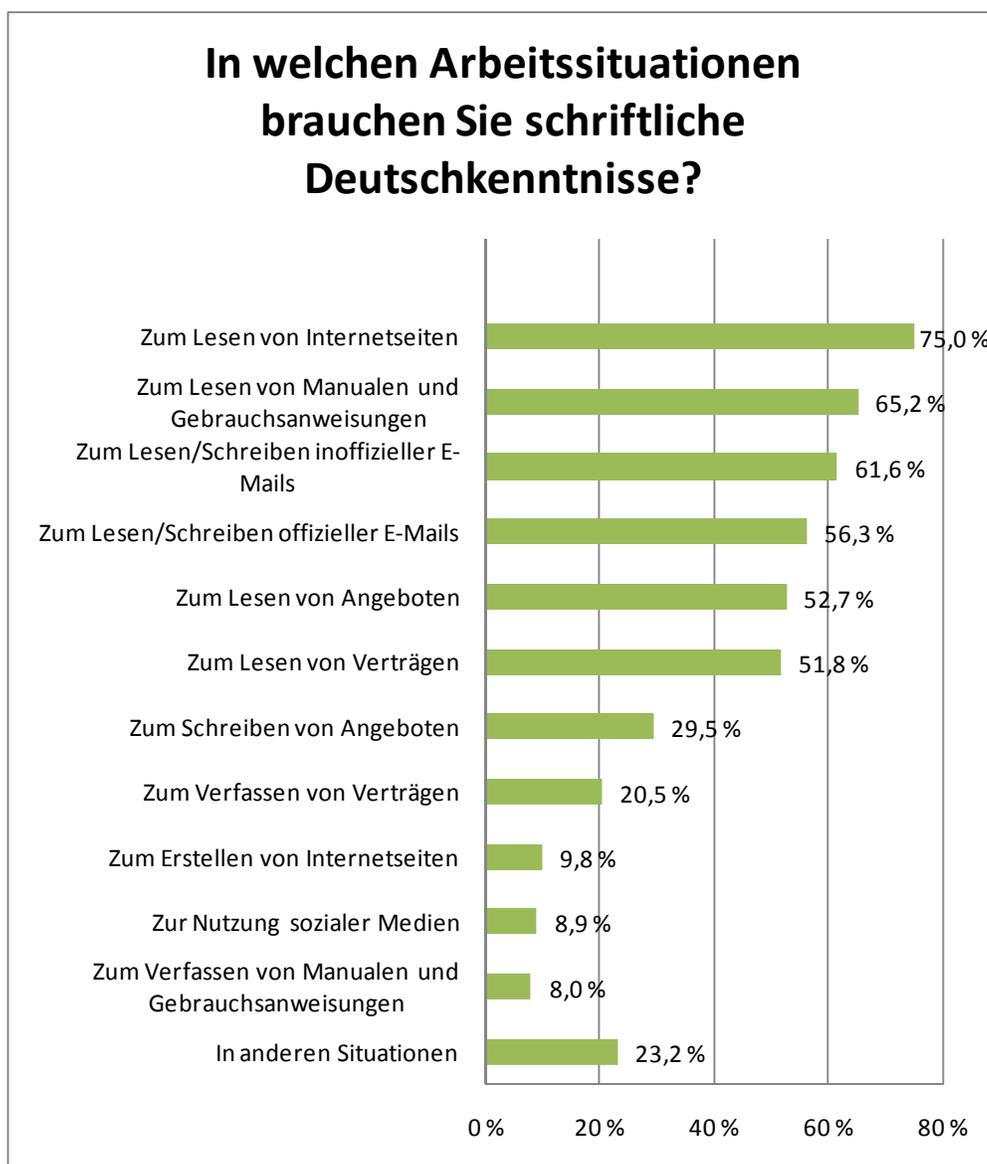
- *saksalaisten asiakkaiden merkitys ja määrä on vähentynyt (F, 1971-1975, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*  
Die Bedeutung und die Anzahl deutscher Kunden haben abgenommen.

- *Saksankielisiä yhteistyökumppaneita on varsin vähän – ja kaikki puhuvat sekä englantia että japania. (M, 1946–1950, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene)*  
Deutschsprachige Kollegen gibt es nicht viele – und alle sprechen sowohl Englisch als auch Japanisch.

### 6.3.3 Verwendung schriftlicher Deutschkenntnisse

Obwohl der Schwerpunkt der vorliegenden Arbeit auf der mündlichen Kommunikation lag, gab es auch eine Frage zur schriftlichen Kommunikation (Frage 29). Das Ziel dieser Frage war zu untersuchen, in welchen Arbeitssituationen schriftliche Deutschkenntnisse gebraucht werden. Als Antwortalternativen wurden möglichst viele unterschiedliche Situationen angeboten (s. Fragebogen im Anhang): Lesen und Schreiben von Angeboten, Lesen und Verfassen von Manualen und Gebrauchsanweisungen, Lesen/Schreiben offizieller und inoffizieller E-Mails, Lesen und Erstellen von Internetseiten, Nutzung sozialer Medien sowie Lesen und Verfassen von Verträgen. Außerdem gab es die Alternative „In anderen Situationen, welchen“. Die Informanten konnten mehrere Alternativen wählen und nach der Frage konnten sie ihre Antwort im Kommentarfeld präzisieren.

Die Befragten gaben an, deutlich häufiger deutschsprachige Texte zu lesen als zu schreiben (Abbildung 25). Das Lesen von Internetseiten wurde am häufigsten als Antwortalternative gewählt. Die zweithäufigste Situation war das Lesen von Manualen und Gebrauchsanweisungen mit ca. 65 %. Per E-Mail wurde häufiger in inoffiziellen (61,6 %) als in offiziellen (56,3 %) Situationen kommuniziert. Von den Arbeitssituationen, in denen man selbst schreiben muss, wurde das Schreiben von Angeboten am häufigsten (29,5 %) und das Verfassen von Manualen und Gebrauchsanweisungen dagegen am seltensten (8 %) genannt. Als „andere Situationen“ nannten die Befragten beispielsweise das Lesen von Fachliteratur, Berichten sowie Unternehmens- und Produktprospekten sowie Verbindungen mit der Muttergesellschaft. Die Mehrheit der Befragten (89,3 %) brauchten schriftliche Deutschkenntnisse in mehreren Arbeitssituationen. Die Mehrfachnennungen unterschieden sich stark voneinander. Keine einzelne Kombination war deutlich häufiger als die anderen, aber in vielen Mehrfachnennungen wiederholten sich die Alternativen „Zum Lesen von Angeboten“, „zum Lesen von Manualen und Gebrauchsanweisungen“, „zum Lesen/Schreiben offizieller und inoffizieller E-Mails“, „zum Lesen von Internetseiten“ sowie „zum Lesen von Verträgen“.



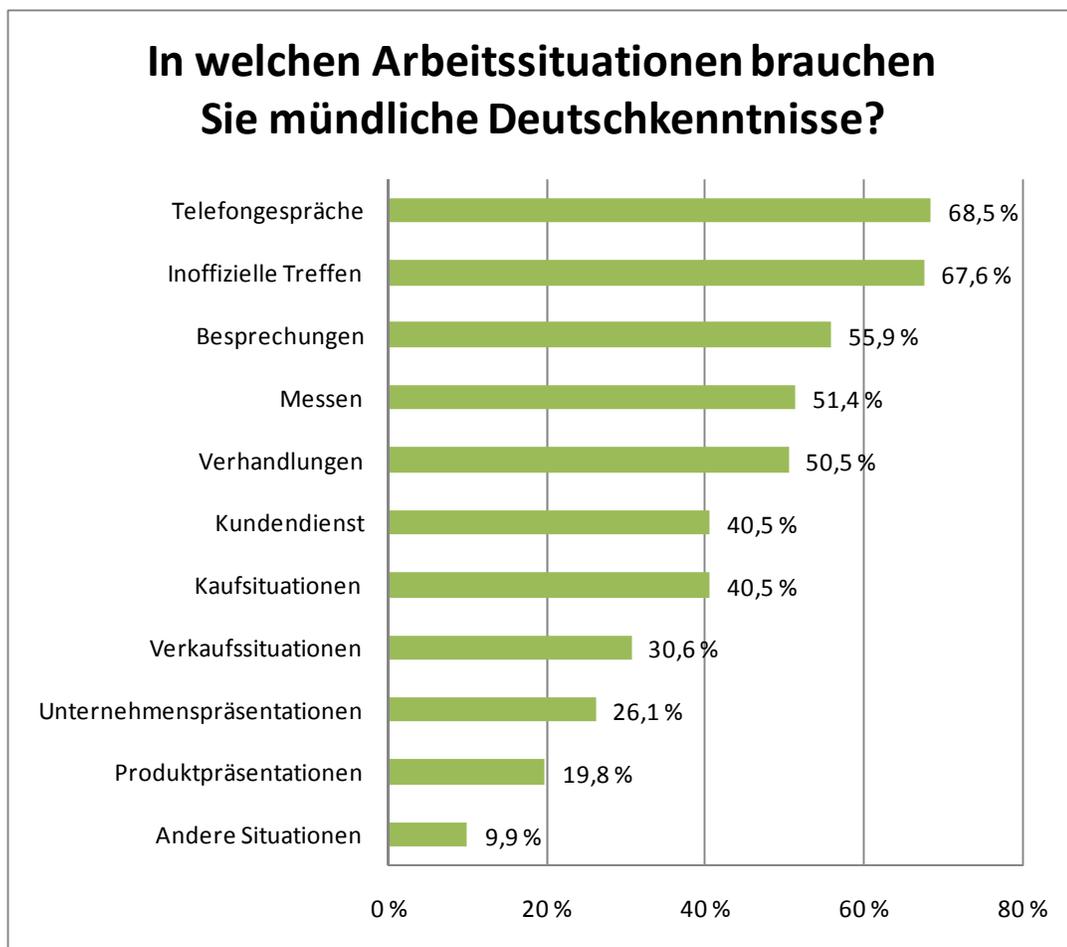
**Abbildung 25:** Arbeitssituationen, in denen schriftliche Deutschkenntnisse gebraucht werden (Zahl gegebener Antworten 112, Mehrfachnennungen möglich)

#### 6.3.4 Verwendung mündlicher Deutschkenntnisse

Die vierte Frage im Teil D (Frage 30) bezog sich auf Arbeitssituationen, in denen mündliche Deutschkenntnisse gebraucht werden. Sie ähnelte in vieler Hinsicht der vorherigen Frage zu den schriftlichen Deutschkenntnissen. Die Befragten konnten ihre Meinung mithilfe von folgenden Antwortalternativen äußern: Verhandlungen, Besprechungen, Kaufsituationen, Verkaufssituationen, Kundendienst, Messen,

Telefongespräche, Unternehmenspräsentationen, Produktpräsentationen und inoffizielle Treffen. Dazu gab es die Alternative „Andere Situationen, welche“. Mehrfachnennungen waren möglich und nach der Frage befand sich ein Kommentarfeld, in dem die Informanten ihre Antwort präzisieren konnten.

Telefongespräche waren die häufigste Situation, in der mündliche Deutschkenntnisse gebraucht werden (Abbildung 26). Rund 69 % der Befragten hatten diese Alternative gewählt. Auf dem zweiten Platz rangierten inoffizielle Treffen mit 67,6 %. Auch Besprechungen bildeten eine übliche mündliche Kommunikationssituation. Zu den seltensten Kommunikationssituationen gehörten wiederum Unternehmens- und Produktpräsentationen sowie andere Situationen, wie Reklamationen und Seminare. Wie in Frage 29 auch, hatten die meisten Respondenten wieder mehrere Antwortalternativen gewählt. Der Anteil der Mehrfachnennungen betrug fast 84 %. Auch in dieser Frage war keine einzelne Kombination der Antwortalternativen eindeutig üblicher als die Anderen, aber die Alternativen „Telefongespräche“, „inoffizielle Treffen“, „Besprechungen“, „Messen“, und „Verhandlungen“ gehörten zu vielen Mehrfachnennungen.



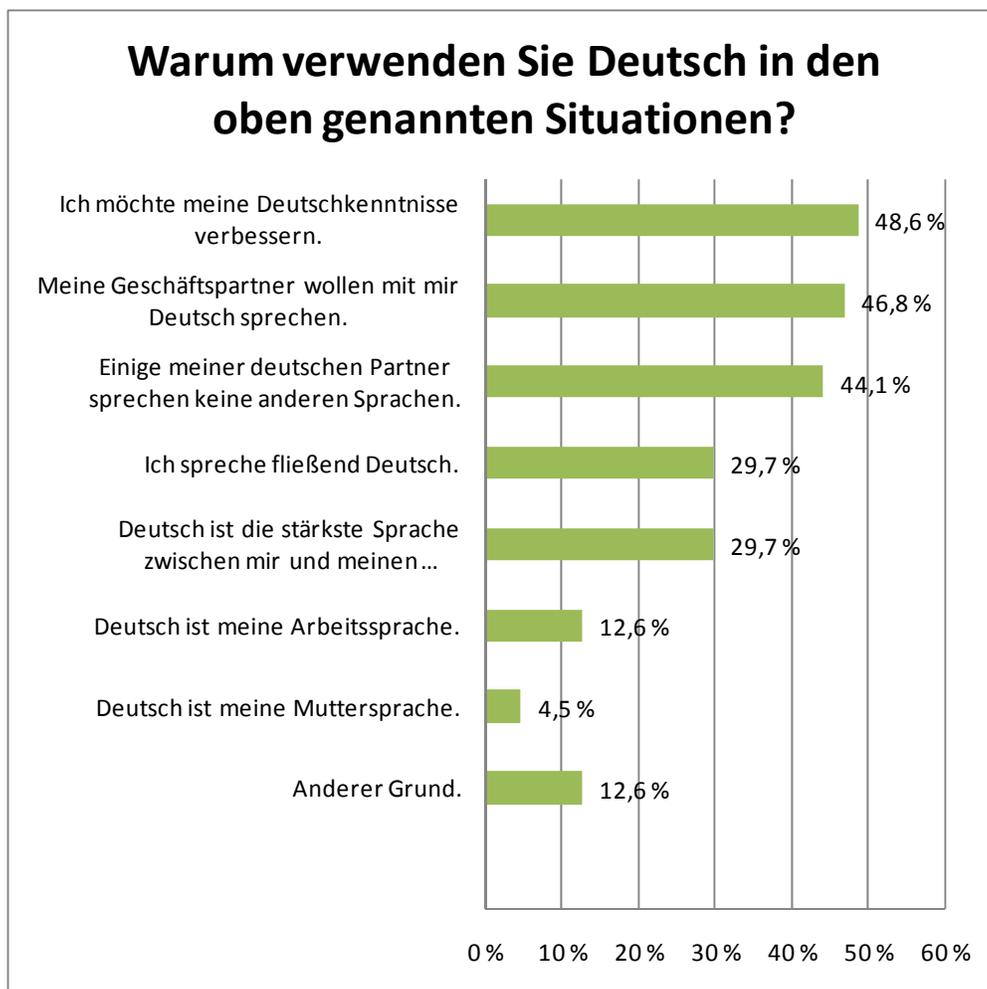
**Abbildung 26:** Arbeitssituationen, in denen mündliche Deutschkenntnisse gebraucht werden (Zahl gegebener Antworten 111, Mehrfachnennungen möglich)

Die nächste Frage des Teils D stand in enger Verbindung zur vorherigen, da es um die Gründe für die Verwendung des Deutschen in den genannten mündlichen Kommunikationssituationen ging (s. Fragebogen im Anhang). Den Befragten wurden verschiedene Antwortalternativen angeboten, von denen sie maximal drei der wichtigsten Gründe wählen sollten:

1. Deutsch ist meine Arbeitssprache.
2. Einige meiner deutschen Partner sprechen keine anderen Sprachen.
3. Deutsch ist die stärkste Sprache zwischen mir und meinen Geschäftspartnern.
4. Deutsch ist meine Muttersprache.
5. Ich spreche fließend Deutsch.
6. Meine Geschäftspartner wollen mit mir Deutsch sprechen.
7. Ich möchte meine Deutschkenntnisse verbessern.

## 8. Anderer Grund, welcher?

Der größte Teil der Befragten (48,6 %) gab an, Deutsch in mündlichen Arbeitssituationen zu verwenden, weil sie ihre Deutschkenntnisse verbessern wollten (Abbildung 27). 46,8 % der Antwortenden benutzten Deutsch, weil ihre Geschäftspartner mit ihnen Deutsch sprechen wollten. Ein anderer wichtiger Grund war, dass einige der deutschen Partner keine anderen Sprachen konnten. Nur wenige Befragte begründeten ihren Deutschgebrauch mit den Alternativen „Deutsch ist meine Arbeitssprache“ (12,6 %), „Deutsch ist meine Muttersprache“ (4,5 %) und „anderer Grund“ (12,6 %). Als andere Gründe wurden u. a. Höflichkeit gegenüber den Geschäftspartnern und guter Kundendienst erwähnt. Über 75 % der Befragten begründeten ihren Deutschgebrauch mit mehreren Alternativen. Drei Mehrfachnennungen waren mit jeweils 7 % üblicher als die anderen. Eine von ihnen bestand aus der zweiten und siebten Alternative; einige der Partner können keine anderen Sprachen und der Befragte möchte seine Deutschkenntnisse verbessern. Zu der zweiten Mehrfachnennung gehörte neben der siebten Alternative die sechste, „Meine Geschäftspartner wollen mit mir Deutsch sprechen“. Die dritte Kombination bestand wiederum aus der zweiten, sechsten und siebten Alternative.

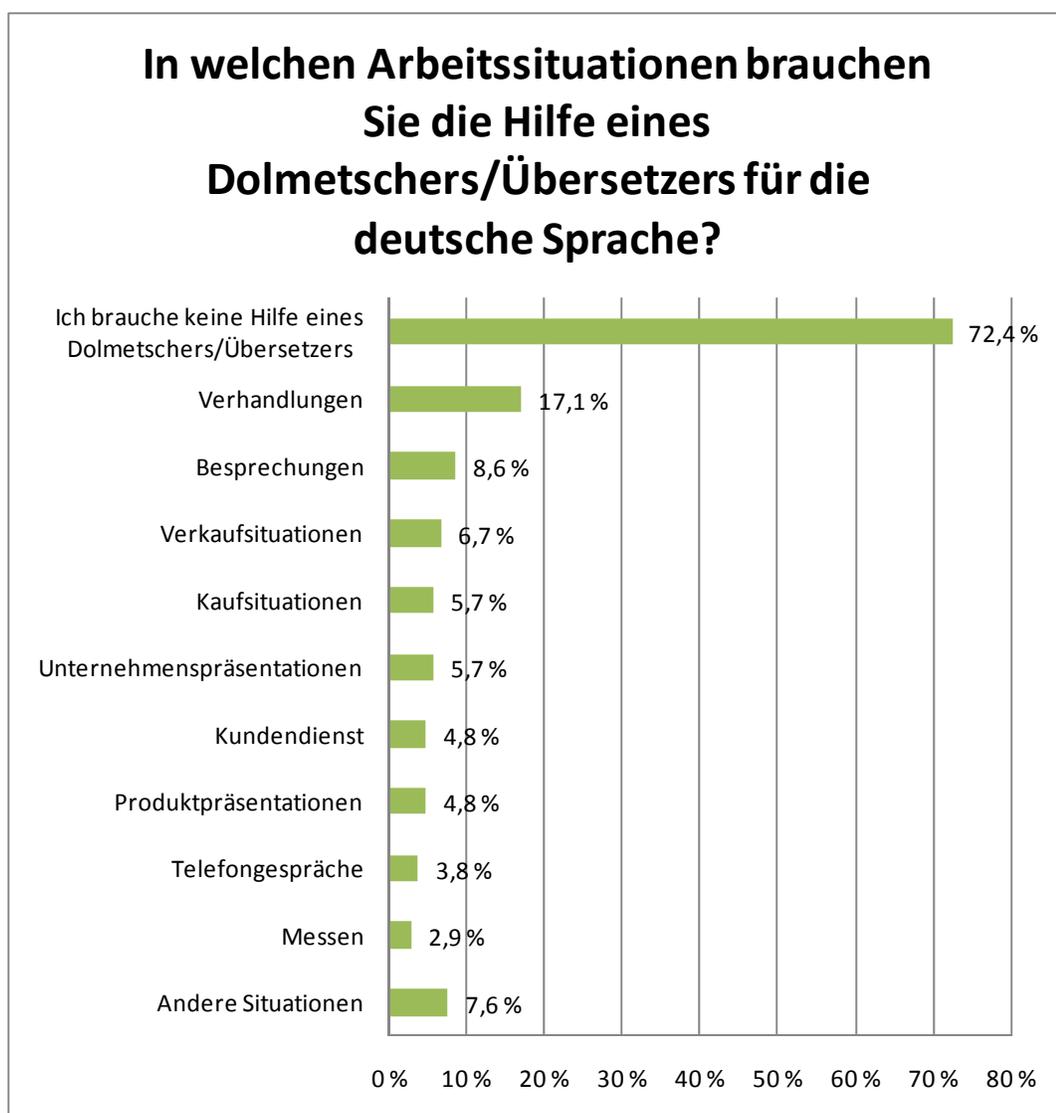


**Abbildung 27:** Gründe für den Gebrauch des Deutschen in verschiedenen Arbeitssituationen (Zahl gegebener Antworten 111, Mehrfachnennungen möglich)

### 6.3.5 Verwendung eines Dolmetschers/Übersetzers

Wie im Kapitel 3.1 erwähnt wurde, beschreibt auch der Gebrauch von Dolmetschern und Übersetzern den Bedarf an Sprachenkenntnissen. Aus diesem Grund wurde im Teil D der Umfrage nach dem Gebrauch von Dolmetschern bzw. Übersetzern gefragt (Frage 32). Die Antwortalternativen waren die gleichen, wie in der Frage 30 zu den mündlichen Kommunikationssituationen. Dazu wurde die Alternative „Ich brauche keine Hilfe eines Dolmetschers/Übersetzers“ angeboten. Die Befragten konnten wieder mehrere Antwortalternativen wählen sowie ihre Antwort nach der Frage im Kommentarfeld präzisieren.

Die eindeutige Mehrheit der Befragten (72,4 %), die auf die Fragen des Teils D antworteten, brauchte keine Hilfe eines Dolmetschers/Übersetzers für die deutsche Sprache (Abbildung 28). Die üblichste Situation, in der Dolmetscher/Übersetzer verwendet werden, war die Verhandlung mit 17,1 %. In den anderen Situationen wurden Dolmetscher/Übersetzer eher selten beauftragt, am seltensten während Messen und Telefongesprächen (jeweils 3-4 %). Unter der Option „Andere Situationen, welche“ wurde beispielsweise die Übersetzung von Manualen erwähnt. Rund 17 % der Respondenten, die die Frage 32 bejahten, hatten mehrere Antwortalternativen gewählt. Verhandlungen und Besprechungen gehörten zu den meist genannten Situationen.



**Abbildung 28:** Die Inanspruchnahme von Dolmetschern/Übersetzern nach Frequenzen (Zahl gegebener Antworten 105, Mehrfachnennungen möglich)

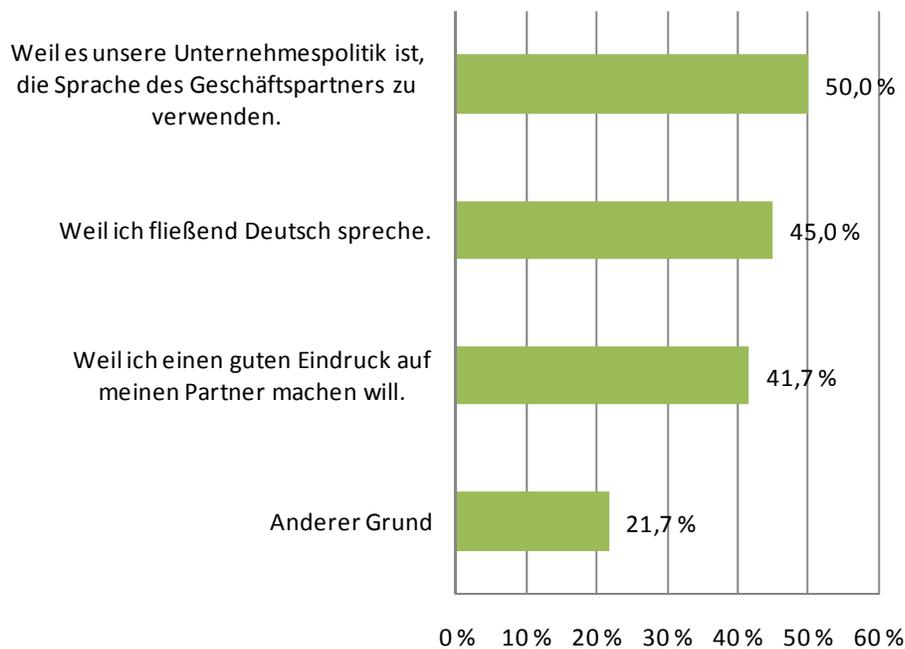
### 6.3.6 Deutschgebrauch in offiziellen und inoffiziellen Situationen

Der Einfluss der Situation auf den Sprachgebrauch war auch ein der Forschungsziele des Teils D. Mithilfe von zwei Fragen sollte herausgefunden werden, ob die Formalität der Situation Einfluss auf den Deutschgebrauch hat und warum Deutsch in unterschiedlichen Situationen verwendet oder nicht verwendet wird. Zuerst wurde gefragt, ob die Antwortenden Deutsch in offiziellen Situationen, wie Verkaufsverhandlungen, verwenden (Frage 33). 52 % der Befragten (n=115) bejahten diese Frage. Sie wurden im Anschluss daran nach den Gründen dafür gefragt. Als Antwortalternativen, von denen die Befragten mehrere wählen konnten, wurden die folgenden Aussagen angeboten:

1. Weil ich einen guten Eindruck auf meinen Partner machen will.
2. Weil es unsere Unternehmenspolitik ist, die Sprache des Geschäftspartners zu verwenden.
3. Weil ich fließend Deutsch spreche.
4. Anderer Grund, welcher?

Die zweite Antwortalternative war die häufigste Begründung; 50 % der Befragten gaben an, Deutsch aus unternehmenspolitischen Gründen zu verwenden (Abbildung 29). Auf der zweiten Stelle rangierte die dritte Antwortoption mit 45 %, gefolgt von der ersten Aussage. Die letzte Option, „Anderer Grund“, wurde wiederum am seltensten erwähnt. Als andere Gründe wurden zum Beispiel Höflichkeit und mangelnde Sprachkenntnisse des Geschäftspartners genannt. Circa 47 % der Respondenten (n=60) wählten mehrere Antwortoptionen. Zu den häufigsten Kombinationen gehörten die drei ersten Begründungen.

## Warum verwenden Sie Deutsch in offiziellen Situationen?



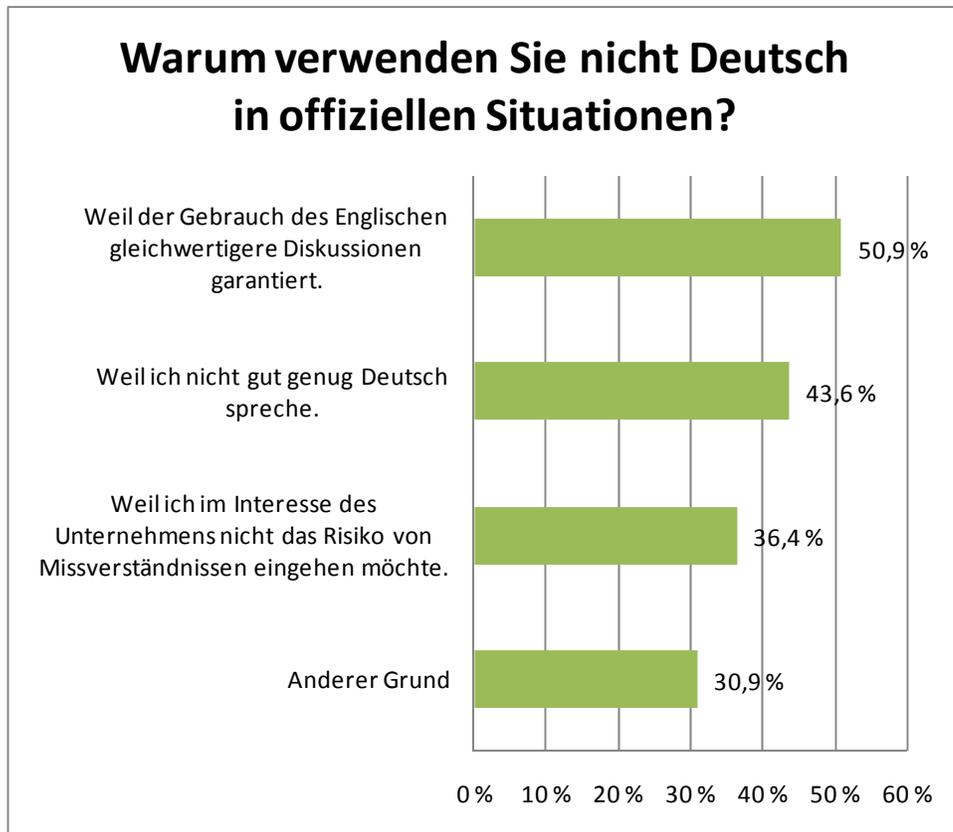
**Abbildung 29:** Gründe für die Verwendung des Deutschen in offiziellen Situationen (Zahl gegebener Antworten 60, Mehrfachnennungen möglich)

Knapp die Hälfte der Befragten (47,8 %, n=115) verwendete kein Deutsch in offiziellen Situationen. Auch sie wurden um Begründungen gebeten und als Antwortoptionen waren folgende vorgegeben:

1. Weil ich im Interesse des Unternehmens nicht das Risiko von Missverständnissen eingehen möchte.
2. Weil ich nicht gut genug Deutsch spreche.
3. Weil der Gebrauch des Englischen gleichwertigere Diskussionen garantiert.
4. Anderer Grund, welcher?

Von den Antwortalternativen war die dritte die häufigste mit 50,9 % und die zweite die zweithäufigste mit 43,6 % (Abbildung 30). 36,4 % der Antwortenden gaben an, dass sie nicht das Risiko von Missverständnissen eingehen möchten. Die letzte Option, „Anderer Grund“, war wieder die seltenste mit 30,9 %. Der eindeutig häufigste andere Grund war,

dass die Befragten an keinen offiziellen Situationen, wie Verkaufsverhandlungen, teilgenommen hatten. Auch in dieser Frage hatte die Mehrheit der Respondenten (ca. 52 %, n=55) mehrere Antwortalternativen gewählt.

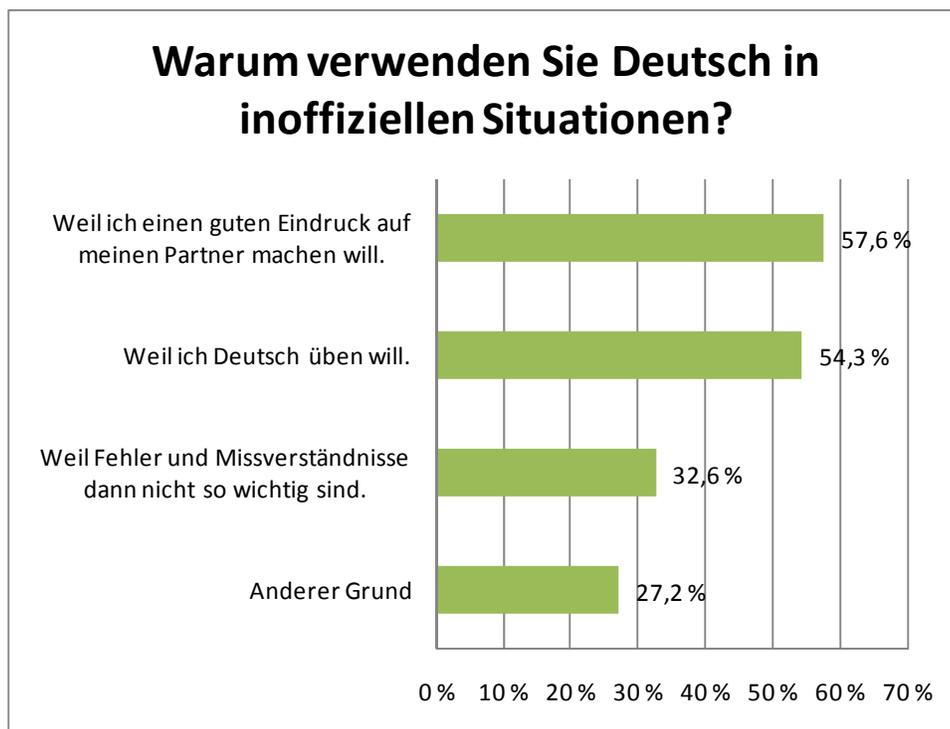


**Abbildung 30:** Gründe dafür, dass kein Deutsch in offiziellen Situationen verwendet wird (Zahl gegebener Antworten 55, Mehrfachnennungen möglich)

In Frage 34 wurde nach der Verwendung des Deutschen in inoffiziellen Situationen, wie beim Abendessen, gefragt. Der größte Teil, ca. 81 %, (n=114) antwortete zustimmend auf diese Frage. Nach der Frage sollten die Informanten mithilfe von folgenden Aussagen ihre Antwort begründen:

1. Weil Fehler oder Missverständnisse dann nicht so wichtig sind.
2. Weil ich Deutsch üben will.
3. Weil ich einen guten Eindruck auf meinen Partner machen will.
4. Anderer Grund, welcher?

Am häufigsten wurde Deutsch in inoffiziellen Situationen verwendet, weil die Befragten einen guten Eindruck auf ihren Partner machen wollten und weil sie Deutsch üben wollten (Abbildung 31). 32,6 % waren der Meinung, dass Fehler oder Missverständnisse in inoffiziellen Situationen nicht so wichtig sind. Rund 30 % hatten die letzte Antwortoption gewählt und sie nannten beispielsweise Höflichkeit und mangelnde Sprachkenntnisse des Geschäftspartners als andere Gründe. Etwa 60 % der Respondenten (n=92) begründeten ihren Deutschgebrauch in inoffiziellen Situationen mit mehreren Alternativen. Die drei ersten Aussagen gehörten zu den meisten Mehrfachnennungen.



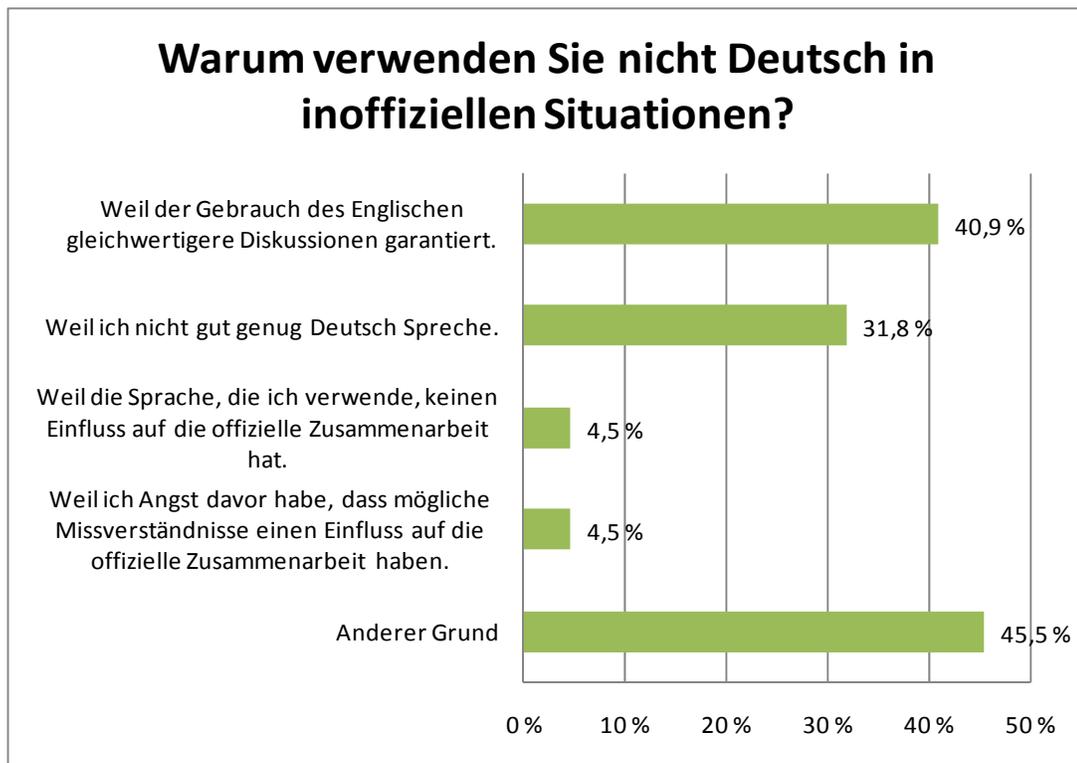
**Abbildung 31:** Gründe für die Verwendung des Deutschen in inoffiziellen Situationen (Zahl gegebener Antworten 92, Mehrfachnennungen möglich)

Die 20 % der Antwortenden, die kein Deutsch in inoffiziellen Situationen verwendeten, wurden ebenfalls nach ihren Gründen befragt und wieder waren verschiedene Antwortalternativen vorgegeben:

1. Weil die Sprache, die ich verwende, keinen Einfluss auf die offizielle Zusammenarbeit hat.
2. Weil ich nicht gut genug Deutsch spreche.

3. Weil ich Angst davor habe, dass mögliche Missverständnisse einen Einfluss auf die offizielle Zusammenarbeit haben.
4. Weil der Gebrauch des Englischen gleichwertigere Diskussionen garantiert.
5. Anderer Grund, welcher?

Hier hatte fast die Hälfte der Informanten (45,5 %) die Alternative „Anderer Grund“ gewählt. Fast alle, die diese Alternative gewählt hatten, gaben an, dass sie an keinen inoffiziellen Situationen teilnehmen. Die zweithäufigste Begründung war die Alternative „Weil der Gebrauch des Englischen gleichwertigere Diskussionen garantiert.“ Mangelnde Deutschkenntnisse wurden dann am dritthäufigsten als Begründung genannt. 4,5 % der Respondenten meinten, dass die in inoffiziellen Situationen verwendete Sprache keinen Einfluss auf die offizielle Zusammenarbeit hat. Nur 4,5 % der Befragten hatten Angst vor möglichen Missverständnissen. Insgesamt 6 Antwortende hatten mehrere Antwortoptionen gewählt und die Mehrfachnennungen bestanden aus den vier letzten Aussagen inklusive „anderer Grund“.



**Abbildung 32:** Gründe dafür, dass kein Deutsch in inoffiziellen Situationen verwendet wird (Zahl gegebener Antworten 22, Mehrfachnennungen möglich)

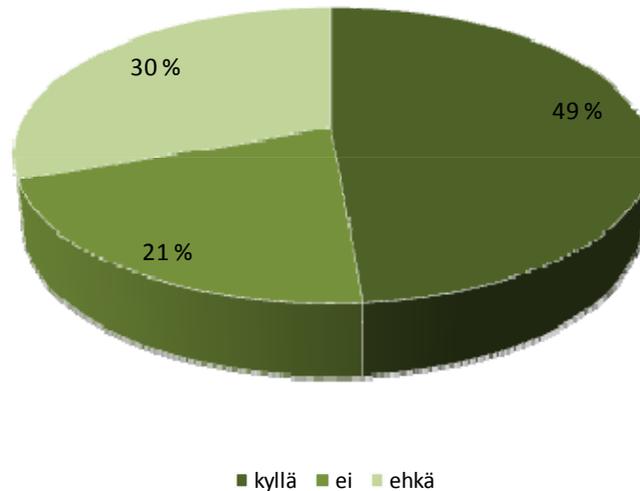
Zusammenfassend kann gesagt werden, dass 52 % der Respondenten, die auf die Fragen des Teils D antworteten, Deutsch in offiziellen Situationen verwendeten. Der Rest der Befragten (48 %) gab wiederum an, kein Deutsch in offiziellen Situationen zu verwenden. In inoffiziellen Situationen war der Gebrauch des Deutschen viel üblicher: etwa 80 % der Antwortenden benutzten Deutsch in inoffiziellen Situationen. Der größte Teil dieser Befragten begründete ihren Deutschgebrauch damit, dass sie einen guten Eindruck auf ihren Partner machen wollten. Die Mehrheit der Respondenten, die wiederum kein Deutsch in inoffiziellen Situationen verwendeten, benutzte es nicht, weil sie an keinen inoffiziellen Situationen teilnahmen.

### **6.3.7 Die Rolle der Deutschkenntnisse in der Zukunft**

In der letzten Frage der Umfrage (Frage 35) wurde gefragt, ob Deutschkenntnisse nach Meinung der Informanten die Berufsaussichten in ihrem Bereich verbessern. Die Antwortalternativen waren: „ja“, „nein“ und „vielleicht“. Nach der Frage befand sich ein Kommentarfeld, in dem die Befragten ihre Antwort näher erläutern sollten.

Beinahe die Hälfte der Informanten war der Meinung, dass Deutschkenntnisse die Berufsaussichten in ihrem Bereich verbessern (Abbildung 33). 30 % meinten, dass sie vielleicht einen positiven Einfluss auf die Berufsaussichten haben und ein Fünftel meinte, dass sie die Berufsaussichten nicht verbessern.

## Verbessern Deutschkenntnisse Ihrer Meinung nach die Berufsaussichten in Ihrem Bereich?



**Abbildung 33:** Die Bedeutung der Deutschkenntnisse für die Berufsaussichten (Zahl gegebener Antworten 115)

Leider hatte nur ca. ein Viertel der Befragten ihre Antwort im Kommentarfeld präzisiert.

Zum größten Teil befürworteten die hier gegebenen Kommentare Deutschkenntnisse:

- *Kaikki kielitaito on plussaa. (F, 1956-1960, mittleres Management, kooperiert auf internationaler Ebene, Deutschkenntnisse verbessern vielleicht die Berufsaussichten)*

Jedwede Sprachenkenntnisse sind immer gut.

- *Ei siitä ainakaan haittaa pitäisi olla. (M, 1961-1965, Experte, Großunternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene, Deutschkenntnisse verbessern vielleicht die Berufsaussichten)*

Deutschkenntnisse dürften jedenfalls niemandem schaden.

- *Alallani on merkittävää toimintaa Saksassa ja Sveitsissä. (M, 1956-1960, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert nicht auf internationaler Ebene, Deutschkenntnisse verbessern die Berufsaussichten)*

In meinem Bereich gibt es bedeutende Aktivitäten in Deutschland und der Schweiz.

Daneben gab es aber auch Kommentare, aus denen hervorging, dass die Befragten andere Sprachen für wichtiger als Deutsch empfunden:

- *Valtaosa asiakkaistani tulee Suomesta ja Amerikasta. (F, 1951-1955, leitendes Management, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene, Deutschkenntnisse verbessern nicht die Berufsaussichten)*

Die Mehrheit meiner Kunden kommt aus Finnland und Amerika.

*- Für die meisten Kundenfirmen ist Englisch die einzige wichtige Sprache, aber bei einigen Kundenfirmen könnte es Chancen auf ein Projekt geben, wo Deutschkenntnisse gebraucht werden. (F, 1971-1975, Angestellte, Großunternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene, Deutschkenntnisse verbessern vielleicht die Berufsaussichten)*

*- Englanti on kaiken A&O; saksan merkitys on marginaalinen työmarkkinoilla. Kiina, Hindi ja Venäjä olisi arvokkaampia. (M, 1946–1950, freelance professional, Mikrounternehmen, kooperiert auf internationaler Ebene, Deutschkenntnisse verbessern vielleicht die Berufsaussichten)*

Englisch ist die wichtigste Sprache; die Bedeutung des Deutschen ist marginal auf den Arbeitsmärkten. Chinesisch, Hindi und Russisch wären wertvoller.

## **6.4 Die Ergebnisse im Vergleich zu früherer Forschung**

Im Folgenden werden die Ergebnisse vorliegender Studie erstens mit den Resultaten der Untersuchungen zur Rolle verschiedener Sprachen im Geschäftsleben und zweitens mit den Resultaten der Untersuchungen zur Rolle des Deutschen verglichen. Außerdem folgt ein Vergleich mit Untersuchungen zu betriebsinternem Sprachenunterricht, Anpassung von Internetseiten an den globalen Markt und zum Verlust von Geschäften durch mangelnde Sprachenfertigkeiten. Schließlich werden die Ergebnisse mit den Resultaten der FinGer-Umfragen verglichen.

Obwohl sich verschiedene oben genannte Untersuchungen in Bezug auf die Zielgruppen und Forschungsinteressen unterschieden (s. den im Kapitel 3.2 gegebenen Überblick über die finnischen Untersuchungen aus den 70er, 80er und 90er Jahren zum Gebrauch von Sprachen im Geschäftsleben), können eindeutige Tendenzen über die sich ändernde Rolle verschiedener Sprachen im Laufe der Zeit festgestellt werden. Obwohl die meisten früheren Studien sich auf den Fremdsprachenbedarf konzentrierten und Schwedisch als zweite Landessprache streng genommen keine Fremdsprache in Finnland ist, gehörte es häufig zu den untersuchten Sprachen. Schwedisch ist zwar, wie gesagt, eine der beiden Landessprachen in Finnland, aber wird nur von ca. 5 % der Bevölkerung als Muttersprache gesprochen. Außerdem sind schwedisch- und zweisprachige Kommunen vor allem an der West- und Südküste Finnlands lokalisiert. Aus diesem Grund ist Schwedisch für die meisten Finnen mit einer Fremdsprache gleichzusetzen. Wenn der Einfluss der Globalisierung und Internationalisierung auf die Rolle von Sprachen im finnischen

Wirtschaftsleben untersucht wird, ist deshalb interessant, auch den Stellenwert der Minderheitssprache Schwedisch zu betrachten. In den 70er Jahren war Schwedisch nach dem Finnischen die wichtigste Sprache im Geschäftsleben. Die nächstwichtigsten Sprachen waren Englisch und Deutsch, gefolgt vom Russischen und Französischen. Die Sprachenkenntnisse waren auch am besten im Schwedischen. Kenntnisse im Englischen und Deutschen waren wiederum beinahe gleich gut. (Virta 1971, 5-6; Roininen 1972, 22.) In den 80er Jahren war Schwedisch nicht mehr die wichtigste Sprache, sondern es rangierte auf dem zweiten Platz nach dem Englischen. Diese zwei Sprachen, Englisch und Schwedisch, wurden deutlich häufiger als andere Sprachen verwendet. Deutsch und Russisch waren die nächstwichtigsten Sprachen. (Lehtonen 1981, 47; Mehtäläinen 1987, 62.) In den 90er Jahren gehörten Englisch, Schwedisch und Deutsch immer noch zu den wichtigsten Sprachen. Auch Russisch, Französisch und Italienisch wurden verwendet, aber eindeutig seltener. (Koskinen 1994, 2-12.) Die Resultate vorliegender Arbeit zeigen, dass sich die Tendenzen der letzten Jahrzehnte fortsetzen. Schwedisch liegt heute auf dem zweiten Platz hinter Englisch, gefolgt vom Deutschen. Englisch ist aber anderen Sprachen gegenüber eindeutig überlegen: rund 40 % der Befragten vorliegender Untersuchung verwendeten Englisch täglich, während die entsprechenden Zahlen für Schwedisch 15 % und für Deutsch 3,7 % betragen.

Ein Vergleich der Ergebnisse vorliegender Arbeit mit den Resultaten der im Kapitel 3.3 vorgestellten Studien (Fachhochschule Nordkarelien 2002, Elinkeinoelämän keskusliitto 2010 und Tauriainen 2010) ergibt, dass die Ergebnisse sich in Bezug auf die Bedeutung verschiedener Sprachen im heutigen finnischen Wirtschaftsleben weitgehend ähneln. Der Hauptverband der Finnischen Wirtschaft (Elinkeinoelämän keskusliitto) kam zu dem Schluss, dass Englisch, Schwedisch und Russisch wichtige Sprachen im Geschäftsleben sind. Neben diesen Sprachen wurden beispielsweise auch Deutsch, Französisch, Spanisch und Chinesisch benutzt. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2010f, 5-6.) Ähnliche Resultate ergab bereits die Studie der Fachhochschule Nordkarelien aus dem Jahre 2002 (Airola 2004, 19). Nach den Ergebnissen von Tauriainen (2010, unveröffentlicht) sind dagegen Deutsch, Russisch, Französisch und Norwegisch die wichtigsten Sprachen in Lappland (in dieser Reihenfolge), aber ihre Studie berücksichtigte nicht Englisch und Schwedisch. Hinsichtlich des zukünftigen Sprachenbedarfs ähneln die Resultate der Fachhochschule Nordkareliens

den Ergebnissen vorliegender Studie, aber der Hauptverband kam zu einer anderen Schlussfolgerung. Nach dem Hauptverband besteht in Zukunft ein Bedarf an Russisch-, Portugiesisch-, Chinesisch-, Spanisch und Englischkenntnissen (die Sprachen stehen in Wichtigkeitsordnung), während die Ergebnisse vorliegender Arbeit und der Fachhochschule Nordkarelien zeigen, dass es Bedarf an Englisch-, Russisch- und Deutschkenntnissen geben wird. (Elinkeinoelämän keskusliitto 2010f, 5-6 ; Airola 2004, 19.) Neben diesen drei Sprachen wurden auch Schwedisch, Chinesisch und Spanisch unter den Befragten der vorliegenden Studie als wichtige Sprachen der Zukunft betrachtet. Dass sich die Ergebnisse des Hauptverbands so sehr von den Resultaten anderer Studien unterscheiden, kann aus der andersartigen Fragestellung resultieren. In der Untersuchung des Hauptverbands wurde der zukünftige Sprachenbedarf basierend darauf analysiert, welche Sprachen als Rekrutierungskriterium in den Unternehmen betont werden, während in der vorliegenden Arbeit gefragt wurde, ob die Bedeutung vorgegebener Sprachen nach der Meinung der Befragten in der Zukunft in ihrem Arbeitsumfeld wachsen wird. Wenn nach der Bedeutung von Sprachfertigkeiten im Zusammenhang mit der Einstellung neuen Personals gefragt wird, kann das Ergebnis anders ausfallen als auf die allgemeine Frage nach der Bedeutung von Sprachen in der Zukunft, weil u. U. die Sprachfertigkeiten der bereits Beschäftigten eine Rolle für die Antworten spielen können.

Von den Untersuchungen zur Rolle des Deutschen im finnisch-deutschen Handel soll hier auf die Studien von Müntzel und Tiittula (1995) sowie von Minkkinen (2006) für den Vergleich mit den Ergebnissen vorliegender Studie herangezogen werden. Während der Schwerpunkt der Studie von Müntzel und Tiittula auf schriftlicher Kommunikation lag, konzentrierte sich die Studie von Minkkinen speziell auf die mündliche Kommunikation. Eines der bedeutendsten Resultate von Müntzel und Tiittula war, dass Deutsch zu der Zeit in allen Kommunikationssituationen im finnisch-deutschen Handel die wichtigste Sprache war (Müntzel & Tiittula 1995, 246-248). Wie bei Müntzel und Tiittula war auch in vorliegender Studie zu beobachten, dass Deutsch häufiger in inoffiziellen als in offiziellen Situationen benutzt wird. 2006 war Deutsch nach der Studie von Minkkinen immer noch die bedeutendste Sprache im finnisch-deutschen Handel, aber der Gebrauch des Englischen hatte im Vergleich zum Jahr 1995 eindeutig zugenommen (Minkkinen 2006, 34-35). Es scheint, dass die englische Sprache ihre Machtstellung auch in diesem Bereich befestigt hat,

denn die Unternehmen, die an vorliegender Studie teilnahmen, verwendeten häufiger Englisch als Deutsch in Kooperationen mit Unternehmen aus der deutschsprachigen Region. Deutsch rangiert heute also erst auf dem zweiten Platz nach dem Englischen. Es muss aber berücksichtigt werden, dass die Unternehmen, die an der Untersuchung von Tiittula und Müntzel teilnahmen, Mitglieder der Deutsch-Finnischen Handelskammer waren. Ihre Geschäftstätigkeit mit den deutschen Unternehmen war also schon etabliert. Ebenso waren die von Minkkinen untersuchten Unternehmen schon seit langem in Kooperationen mit deutschsprachigen Ländern involviert. Dies hat sicher einen Einfluss auf die Ergebnisse zur Rolle der deutschen Sprache in diesen Unternehmen gehabt.

In dieser Pro-Gradu-Arbeit wurde weiter untersucht, welche die üblichsten mündlichen und schriftlichen Verwendungssituationen der deutschen Sprache im Geschäftsleben sind. Wie erwähnt, analysierten Müntzel und Tiittula 1995 die schriftliche Kommunikation, besonders den Gebrauch verschiedener Textsorten im deutsch-finnischen Handel. Zu den untersuchten Textsorten zählten Geschäftsbriefe, sonstige Briefe der Kontaktpflege, Verträge, Berichte, Protokolle, Broschüren, Anweisungstexte, Pressemitteilungen und Artikel in Fachzeitschriften. Laut Müntzel und Tiittula waren Geschäftsbriefe die wichtigste der untersuchten Textsorten, gefolgt von sonstigen Briefen, Produkt- und Betriebsbroschüren und Verträgen. (Müntzel & Tiittula 1995, 246-248.) Die Ergebnisse vorliegender Studie unterschieden sich etwas von denen der Untersuchung von Müntzel und Tiittula. Die Befragten schrieben am häufigsten inoffizielle und offizielle E-Mails, Angebote und Verträge. In beiden Untersuchungen rangierten Verträge also auf dem vierten Platz. Dass die vorgegebenen Antwortoptionen in den Fragebögen sich unterschieden, hat einen Einfluss darauf gehabt, dass die Resultate dieser Studien unterschiedlich sind. Darüber hinaus beeinflusst sicher die Rolle der neuen Medien die Resultate. Beispielsweise Geschäftsbriefe und sonstige Briefe der Kontaktpflege werden heutzutage anscheinend durch den Gebrauch der E-Mails ersetzt.

Nach Minkkinen (2006, 40), die speziell die mündliche finnisch-deutsche Unternehmenskommunikation untersuchte, waren Telefongespräche die üblichste mündliche Kommunikationssituation im Geschäftskontext, gefolgt von Verhandlungen, informellen Zusammenkünften und Produktpräsentationen. Auf dem fünften Platz

rangierten Besprechungen und Unternehmenspräsentationen. (Minkkinen 2006, 40.) Auch den Resultaten vorliegender Arbeit zufolge wurden mündliche Deutschkenntnisse am häufigsten in Telefongesprächen gebraucht. Auf dem zweiten Platz rangierten inoffizielle Treffen, gefolgt von Besprechungen, Verhandlungen sowie von Produkt- und Unternehmenspräsentationen. Die Ergebnisse dieser beiden Studien unterschieden sich insgesamt nur wenig voneinander. Die Unterschiede können daran liegen, dass die Befragten in der Untersuchung von Minkkinen Personen waren, die für den Handel mit den deutschsprachigen Ländern zuständig waren. Wahrscheinlich verhandeln solche Personen häufiger auf Deutsch als Personen, die ab und zu Deutsch während der Arbeit verwenden. Der Grad der Etablierung von Geschäftstätigkeiten mit deutschen Unternehmen kann natürlich auch einen Einfluss auf den Gebrauch des Deutschen in mündlichen Kommunikationssituationen haben.

In der vorliegenden Untersuchung wurden u. a. das Anbieten von Sprachenunterricht für das Personal, die Anpassung der Internetseiten an den internationalen Markt und das Verlieren von Aufträgen wegen mangelnder Sprachkenntnisse analysiert. Die ELAN-Studie (2006) konzentrierte sich auf ähnliche Punkte. Die Resultate beider Studien ähneln sich nur teilweise. Zum Beispiel lag das Angebot an Sprachenunterricht in der ELAN-Studie (an der 2000 Unternehmen aus 29 Ländern teilnahmen) bei 49 %, während es in vorliegender Studie nur 27 % betrug. Hier hat die Größe der Unternehmen sicher Einfluss auf das Angebot an Sprachenunterricht: in der vorliegenden Arbeit repräsentieren 70 % der Respondenten Mikrounternehmen, während die entsprechende Zahl in der ELAN-Studie nur 20 % betrug. Mikrounternehmen haben anscheinend begrenztere Möglichkeiten als größere Unternehmen, ihren Angestellten solche Dienste wie Sprachenunterricht anzubieten (wenn es sich nicht sogar um „Ein-Mann-Unternehmen“ handelt). In der ELAN-Studie wurde weiter gefragt, ob die Unternehmen Mitarbeiter wegen Exportbedürfnissen eingestellt hatten. Etwa 40 % der Befragten antworteten zustimmend auf diese Frage. In vorliegender Arbeit beschränkte sich diese Frage nicht auf die Exportbedürfnisse: Hat das Unternehmen Mitarbeiter eingestellt, weil sie gute Fertigkeiten in einer für die Geschäftstätigkeit wichtigen Sprache hatten? Das Ergebnis war jedoch beinahe identisch, denn der Prozentanteil betrug 38 %. Nach der ELAN-Studie hatten 45 % der Unternehmen Dolmetscher und Übersetzer beauftragt, dies war der Fall bei 25 % der finnischen

Unternehmen vorliegender Studie. Wahrscheinlich spielt hier die Größe der Unternehmen wieder eine Rolle. Viele Unternehmen haben heutzutage eigene Internetseiten. Von den Unternehmen, die an der ELAN-Studie teilnahmen, hatten 62 % die Internetseiten des Unternehmens an den internationalen Markt angepasst. Bei finnischen Unternehmen betrug diese Zahl 44 %. Sowohl in der ELAN-Studie als auch in der vorliegenden Arbeit wurde weiter gefragt, ob die Sprachenkenntnisse des Personals Einfluss darauf gehabt haben, mit welchen Ländern/Regionen kooperiert wird. In der ELAN-Studie antworteten 13 % und in der Umfrage vorliegender Arbeit 23 % zustimmend auf diese Frage. Wieder kann der Unterschied daraus resultieren, dass die Befragten vorliegender Arbeit zum größten Teil Mikrounternehmen vertraten. Anscheinend müssen kleinere Unternehmen genauer die im Unternehmen existierenden Sprachenkenntnisse ausnutzen, weil ihre Ressourcen nicht immer dafür reichen, neue Mitarbeiter wegen neuer ausländischer Märkte einzustellen. Die bedeutendste Frage in der ELAN-Studie betraf das Verlieren von Aufträgen wegen mangelnder Sprachkenntnisse. In den beiden Untersuchungen, sowohl in der ELAN-Studie als auch in der vorliegenden Untersuchung, hatten sogar 11 % der Unternehmen Aufträge aus diesem Grund verloren. (CILT & InterAct International 2006, 17-34.)

Die Resultate der früheren FinGer-Umfragen (Vainio 2008, Kivelä 2010) ähnelten den Ergebnissen vorliegender Arbeit. Sowohl Studierende und Personal der Universitäten in Finnland als auch die Vertreter der Unternehmen waren sehr positiv gegenüber Mehrsprachigkeit eingestellt. In den drei Studien war die Mehrheit der Befragten der Meinung, dass verschiedene Sprachen wichtig in der Arbeit bzw. im Studium sind. In der Praxis wurden aber hauptsächlich nur Finnisch und Englisch während der Arbeit/des Studiums verwendet. Rund 35 % der Studierenden benutzten Deutsch in ihrem Fachstudium in Finnland. Von dem Personal verwendeten wiederum ca. 47 % Deutsch während der Arbeit und von den Vertretern der Unternehmen ca. 40 %. Deutsch wurde am aktivsten unter den Repräsentanten der Unternehmen benutzt. Unter ihnen betrug der tägliche Gebrauch des Deutschen 4 %, wöchentliche 6 %, monatliche 8 %. 23 % verwendeten Deutsch selten in der Arbeit. Unter dem Personal betrugen die entsprechenden Zahlen 3 %, 5 %, 9 % und 29,5 %. Die Antwortoptionen in der Umfrage unter den Studierenden unterschieden sich von den Optionen der zwei anderen FinGer-Umfragen, trotzdem wurde Deutsch unter den Studierenden weniger verwendet als unter dem Personal

der Universitäten bzw. den Vertretern der Unternehmen. 4 % der Studierenden benutzte Deutsch meistens, 3 % oft, 8 % manchmal und 20 % selten. Nach diesen Ergebnissen wird Deutsch insgesamt (täglich - monatlich bzw. meistens – selten) zwar häufiger vom Personal der Universitäten als von den Studierenden und den Vertretern der Unternehmen verwendet. Die aktivsten Benutzer des Deutschen (täglich – wöchentlich/meistens – oft) sind aber die Vertreter der Unternehmen. In der Praxis sind die Unterschiede zwischen diesen drei Gruppen aber ziemlich klein und Deutsch wird hauptsächlich nur selten oder gar nicht verwendet.

In Bezug auf den zukünftigen Sprachenbedarf waren die Resultate der Umfrage unter dem Personal finnischer Universitäten ähnlich mit den Ergebnissen vorliegender Studie. Die wichtigsten Sprachen der Zukunft waren nach dem Personal Englisch, Finnisch, Russisch, Schwedisch und Deutsch (geordnet nach abnehmender Bedeutung) und nach den Vertretern der Unternehmen Englisch, Russisch, Deutsch, Schwedisch und Chinesisch. Hier muss berücksichtigt werden, dass in vorliegender Umfrage die Option „Finnisch“ nicht vorgegeben war und deshalb auch nicht in der Reihung vorkommt.

## **7 Zusammenfassung und Schlussbetrachtungen**

Die vorliegende Pro-Gradu-Arbeit setzte sich mit der Rolle verschiedener Sprachen in finnischen Unternehmen auseinander. Ein besonderer Schwerpunkt lag auf der deutschen Sprache. Ziel dieser Arbeit war zu untersuchen, für wie wichtig Unternehmer und Angestellte verschiedene Sprachen in ihrer Arbeit erachteten. Weiter sollte analysiert werden, welche Sprachen die Repräsentanten finnischer Unternehmen beherrschen und verwenden und was für Einstellungen sie gegenüber dem (Fremd)Sprachgebrauch im Geschäftsleben haben. Darüber hinaus wurde untersucht, in welchen Situationen Deutsch benutzt wird und welche Sprachen zu den Sprachen der Zukunft im Geschäftsleben gehören.

Um dem Leser Hintergrundinformationen über die Entwicklung der Sprachumständen anzubieten, wurde in Kapitel 2 ein Blick auf die Stellung der Sprachen in der EU und in Finnland geworfen. An dieser Stelle wurde auch das Lernen verschiedener Sprachen

betrachtet, denn in der Schule wird der Grundstein für die Sprachenkenntnisse gelegt, die in der Zukunft im Arbeitsleben verwendet werden. Ein Ziel der Arbeit war auch, mögliche Entwicklungen der Rolle verschiedener Sprachen für die finnische Wirtschaft im Laufe der letzten Jahrzehnte zu untersuchen. Zu diesem Zweck wurden in Kapitel 3 Umfragen der 70er, 80er und 90er Jahre sowie neuere finnische Untersuchungen zur Wirtschaftskommunikation analysiert und die Untersuchungsergebnisse dieser Umfragen in Kapitel 6.4 mit denen der vorliegenden Studie verglichen. Charakteristika finnischer Unternehmen sowie des finnischen Außenhandels wurden auch erläutert, weil sie für die Analyse der Ergebnisse vorliegender Umfrage *Sprachen in der Wirtschaft* bedeutsam waren (Kapitel 4). Die vorliegende Arbeit ist ein Teil des FinGer-Projekts, in dem die Rolle des Deutschen als Verkehrssprache in Finnland untersucht werden soll. In Kapitel 5 wurde dieses Projekt genauer vorgestellt. Außerdem wurde im fünften Kapitel auf den Rücklauf vorliegender Umfrage sowie auf die Online-Befragung als Methode eingegangen. Das 6. Kapitel konzentrierte sich dagegen auf die statistische Analyse der Umfrageergebnisse.

Insgesamt 619 Repräsentanten finnischer Unternehmen antworteten im Mai-Juni 2010 auf die Online-Umfrage *Sprachen in der Wirtschaft*. Im Allgemeinen waren die Befragten zum größten Teil der Meinung, dass Sprachen wichtig für ihre Arbeit sind. Die Analyse der einzelnen Fragen verriet jedoch, dass die Stellung der englischen Sprache sich von den Stellungen anderer Sprachen unterschied. Englisch wurde eindeutig am meisten im Geschäftsleben verwendet und die Befragten glaubten, dass es seine Position auch in Zukunft bewahren wird.

Über 60 % der Befragten waren Unternehmer, woraus folgt, dass auch über die Hälfte der Informanten das leitende Management der Unternehmen repräsentierte. Die zweitgrößte Gruppe bildeten die Angestellten mit ca. 21 %. Die Befragten konnten viele Sprachen: ca. 44 % gaben an, dass sie fünf oder mehr Sprachen konnten, ca. 35 % konnten vier Sprachen und ca. 15 % drei. Die meisten Informanten hatten Finnisch als Muttersprache. Englisch und Schwedisch waren nach dem Finnischen die bekanntesten Sprachen, denn über 97 % konnten Englisch und ca. 91 % Schwedisch. Deutsch beherrschten ca. 71 % der Befragten, von denen ca. 17 % flüssige, sehr gute oder gute Sprachfertigkeiten im Deutschen hatten. Rund 37 % der Informanten konnten dagegen Französisch, 24 % Russisch und 22 %

Spanisch. Auch einige in Finnland traditionell seltenere Sprachen, wie Portugiesisch, Arabisch und Chinesisch waren einem Teil der Informanten bekannt; jeweils 11-12 % der Befragten gaben an, zumindest geringe Kenntnisse dieser Sprachen (A1-D) zu haben.

Die Hälfte der Befragten repräsentierten sonstige Dienstleistungen und jeweils etwa 13 % waren in Handel und in Industrie tätig. Repräsentanten von Baugewerbe und Logistik gab es deutlich weniger. 86,7 % der Unternehmen waren KMU. Eine eindeutige Mehrheit, 70 %, waren Mikrounternehmen (1-10 Angestellte). 11 % waren dagegen kleine Unternehmen (11-49 Angestellte) und 6 % mittlere (50-249 Angestellte). Der Anteil von Großunternehmen (mehr als 250 Angestellte) betrug 13 %.

Die Ergebnisse der Umfrage zeigten, dass Sprachen eine große Rolle in finnischen Unternehmen spielen. Über 75 % der Befragten waren der Meinung, dass verschiedene Sprachen entweder sehr oder ziemlich wichtig für ihre Arbeit sind. Die Bedeutung des Englischen war jedoch anderen Fremdsprachen eindeutig überlegen. Über 90 % der Antwortenden verwendeten Englisch während der Arbeit. Von diesen Antwortenden benutzten ca. 42 % Englisch täglich, ca. 24 % wöchentlich, ca. 11 % monatlich und ca. 16 % selten. Die zweite Amtssprache Finnlands, Schwedisch, wurde von rund 73 % der Befragten während der Arbeit verwendet. Die meisten dieser Befragten benutzten es aber nur wöchentlich, monatlich oder selten. Etwa zwei Fünftel der Informanten benutzten Deutsch in der Arbeit, aber über die Hälfte von ihnen brauchten Deutsch eher selten. Beim Französischen ähnelte die Situation der des Deutschen: ca. 15 % verwendeten Französisch, aber die meisten von ihnen nur selten. Russisch wurde von ca. 11 % der Antwortenden während der Arbeit verwendet. Obwohl fast die Hälfte der Informanten Kenntnisse in fünf oder mehr Sprachen hatten, nutzten nur 20 % der Antwortenden ihre Kenntnisse in der Arbeit aus. 35 % beherrschten wiederum vier Sprachen, aber nur 26 % verwendeten die vier Sprachen. Die meisten Befragten (34 %) benutzten drei Sprachen während der Arbeit.

Nach den Befragten wird Englisch auch in Zukunft seine führende Position bewahren, denn über 70 % von ihnen waren der Meinung, dass seine Bedeutung wachsen wird. Etwa 41 % der Antwortenden waren dieser Meinung über Russisch. Neben dem Englischen und Russischen gehörten auch Deutsch, Schwedisch und Chinesisch laut den Informanten zu

den Sprachen der Zukunft. Rund ein Viertel meinte, dass sie Deutschkenntnisse in Zukunft brauchen. Jeweils 21-23 % gaben an, dass Schwedisch und Chinesisch wichtige Sprachen sein werden.

Teilweise waren die Einstellungen der Respondenten gegenüber dem Sprachengebrauch im Geschäftsleben widersprüchlich. Beinahe 90 % der Antwortenden meinten, dass sowohl gute als auch geringe Kenntnisse der Sprache des Geschäftspartners nützlich für das Geschäft sind. Knapp 70 % meinten allerdings, dass Missverständnisse zunehmen, wenn eine Fremdsprache benutzt wird. Die Einstellungen gegenüber der Sprachenausbildung waren insgesamt sehr homogen: fast 70 % der Informanten befürworteten einen vielseitigen Sprachenunterricht. Rund die Hälfte stimmte völlig oder teilweise zu, dass es in der Schule zu wenige Sprachunterrichtsstunden gibt und dass die Auswahl an Sprachen zu beschränkt ist. Über 70 % der Befragten stimmten auch völlig oder teilweise zu, dass es in der schulpflichtigen Ausbildung möglich sein sollte, wenigstens drei Sprachen zu wählen.

Insgesamt 115 Befragte antworteten auf die Fragen über den Gebrauch des Deutschen während der Arbeit. Sie erachteten schriftliche Deutschkenntnisse in ihrer Arbeit für etwas wichtiger als mündliche. 63 % von ihnen meinten, dass schriftliche Deutschkenntnisse sehr wichtig oder wichtig sind. 59 % waren dieser Meinung über mündliche Deutschkenntnisse. Von den mündlichen Verwendungssituationen des Deutschen waren Telefongespräche die häufigsten, gefolgt von inoffiziellen Treffen und Besprechungen. Darüber hinaus gehörten Messen und Verhandlungen zu den üblichsten Situationen. Die Formalität der Situationen beeinflusste den Deutschgebrauch der Antwortenden: Deutsch wurde häufiger in inoffiziellen Situationen, wie beim Abendessen, verwendet als in offiziellen Situationen, wie während Verkaufsverhandlungen. In Teil D war die Anzahl gegebener Antworten bei einigen Fragen sehr gering. Aus diesem Grund können die Ergebnisse zum Teil nur als richtungsweisend angesehen werden.

Ein Ziel der Studie war herauszufinden, ob die Rolle der Sprachen in KMU unterschiedlich als in Großunternehmen ist, ob verschiedene Sprachen wichtig für ihre Tätigkeit sind. Die Ergebnisse vorliegender Studie zeigten, dass Sprachen auch in KMU eine große Rolle spielen. Von den Vertretern der Mikro- und Kleinunternehmen (1-10 bzw. 11-49

Mitarbeiter) betrachteten jeweils über 70 % verschiedene Sprachen als sehr oder ziemlich wichtig für ihre Arbeit. Rund 67 % der Vertreter der mittleren Unternehmen (50-249 Mitarbeiter) teilten diese Ansicht. Die am häufigsten verwendeten Sprachen unter den Vertretern der KMU waren Finnisch, Englisch und Schwedisch. Die Repräsentanten der Großunternehmen verwendeten dieselben Sprachen, aber Englisch wurde häufiger als Finnisch verwendet. Jeweils 40-44 % der Vertreter der Mikro- und Kleinunternehmen verwendeten Deutsch während der Arbeit. Unter den Repräsentanten von mittleren Unternehmen betrug die entsprechende Zahl 31 %. Von den Vertretern der Großunternehmen benutzten wiederum 41 % Deutsch. Auch in Bezug auf die Sprachen, deren Bedeutung in der Zukunft wachsen wird, sahen die Ergebnisse hinsichtlich der KMU und der Großunternehmen ähnlich aus. Die Vertreter der Mikrounternehmen meinten, dass Englisch, Russisch und Deutsch die wichtigsten Sprachen der Zukunft sind. Die Repräsentanten der kleinen und mittleren Unternehmen waren dagegen der Meinung, dass Englisch, Russisch und Schwedisch zu den wichtigsten Sprachen der Zukunft gehören. Die Vertreter der kleinen Unternehmen meinten, dass Deutsch die viertwichtigste Sprache sein wird. Nach den Repräsentanten der mittleren Unternehmen rangierten sowohl Deutsch als auch Chinesisch auf dem vierten Platz. Englisch und Russisch wurden auch unter den Vertretern der Großunternehmen als die zwei wichtigste Sprachen gesehen, aber auf dem dritten Platz rangierte Chinesisch. Deutsch wurde dagegen als die viertwichtigste Sprache angesehen.

Die Resultate früherer Forschungen unterstützen die Ergebnisse vorliegender Pro-Gradu-Arbeit zum Teil. Aus den Studien der Fachhochschule Nordkarelien (2002) und des Hauptverbands der Finnischen Wirtschaft (2010) ging auch hervor, dass Englisch, Schwedisch und Russisch bedeutende Sprachen im Geschäftsleben sind. Außerdem gehören Deutsch, Französisch, Spanisch und Chinesisch zu den wichtigen Sprachen. Überdies ähnelten die Resultate der Fachhochschule Nordkarelien den Ergebnissen vorliegender Studie hinsichtlich des zukünftigen Sprachbedarfs. Auch die Resultate von Minkkinen (2006) über den Gebrauch des Deutschen in mündlichen Kommunikationssituationen unterstützen die Ergebnisse vorliegender Arbeit. Die Ergebnisse beider Studien zeigten, dass Telefongespräche die häufigste mündliche Kommunikationssituation waren. Weiterhin kamen auch Müntzel und Tiittula (1995) zu

dem Schluss, dass Deutsch häufiger in inoffiziellen als in offiziellen Situationen benutzt wird.

Der Gebrauch der Online-Umfrage als Methode eignete sich gut für eine große Erhebung von Daten auf einmal. Der Fragebogen hätte aber kürzer sein können; die Rücklaufquote wäre in dem Fall vielleicht besser gewesen. Wegen der Länge des Fragebogens musste der Teil C des Fragebogens in der vorliegenden Arbeit unberücksichtigt bleiben. Die Antworten auf den Fragen des Teils C ermöglichen Folgeuntersuchungen zur Rolle des Deutschen in finnischen Unternehmen. In der Umfrage wurde um die Kontaktinformationen der Befragten gebeten, die bereit wären, Auskunft zu möglichen Anschlussfragen zu erteilen. Diese Kontaktinformationen bieten eine weitere Möglichkeit für Folgeuntersuchungen, beispielsweise in Form von Interviews.

In Finnland wird in der Schule vor allem Englisch und Schwedisch gelernt. Immer weniger Schüler lernen Deutsch und Französisch und der Anteil der Schüler, die Russisch lernen, ist sehr gering. Im Arbeitsleben sind Kenntnisse im Englischen eine Notwendigkeit, aber es gibt auch Bedarf an anderen Sprachen. Schwedisch, Deutsch und Russisch zählen neben dem Englischen zu den bedeutendsten Sprachen und in der Zukunft wird nach den Befragten vorliegender Arbeit besonders der Bedarf am Russischen zunehmen. Auf kommunaler Ebene werden die Sprachenbedürfnisse des Arbeitslebens zwar erkannt, sie werden aber in der Planung des Unterrichts nicht berücksichtigt. Hier spielt die finanzielle Situation der Kommunen eine große Rolle, aber andererseits herrscht unter den Entscheidungsträgern der Kommunen die Meinung, dass es nicht die Aufgabe der Schule ist, den Sprachenbedarf des Arbeitslebens zu decken. (Kyllönen & Saarinen 2010, 25-26.) Sind die Unternehmen dann selber verantwortlich für das Sprachentraining des Personals? Aus den Ergebnissen vorliegender Arbeit ging hervor, dass knapp ein Drittel der Unternehmen den Angestellten Sprachenunterricht anbietet; Sprachenunterricht ist also nicht sehr üblich in den Unternehmen. Da die vorliegende Pro-Gradu-Arbeit sowohl eine Kartierung des Sprachengebrauchs in finnischen Unternehmen als auch Information über die Entwicklung des Sprachenlernens bietet, kann sie von Nutzen sein, wenn geklärt wird, wer verantwortlich für einen vielseitigen Sprachenunterricht und für das Absichern des Sprachenbedarfs der Unternehmen ist. Weiterhin können die Ergebnisse vorliegender

Arbeit während der nächsten Phase des FinGer-Projekts genutzt werden. Wenn das Projekt externe Finanzierung erhält, soll ein Korpus für gesprochenes Deutsch erstellt werden. Mithilfe des Korpus sollen Gesprächsanalysen durchgeführt werden, deren Resultate mit den Ergebnissen der FinGer-Umfragen verglichen werden.

## Literaturverzeichnis

Airola, Anneli 2004. Yritysten kielitaitotarpeet Pohjois-Karjalassa. In: Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulun tiedotuslehti 1/2004. S. 18–19. Online: [http://www.ncp.fi/info/ncplehti/NCP\\_FI\\_1\\_04.pdf](http://www.ncp.fi/info/ncplehti/NCP_FI_1_04.pdf) (13.12.2010)

Albert, Ruth & Koster, Cor J. 2002. Empirie in Linguistik und Sprachlehrforschung. Ein methodologisches Arbeitsbuch. Tübingen: Gunter Narr Verlag.

Ammon, Ulrich 1991. Die internationale Stellung der deutschen Sprache. Berlin: Walter de Gruyter & Co.

Ammon, Ulrich 2008. Fremdsprachengebrauch und –bedarf unter den Bedingungen der Globalisierung. In: Zeitschrift für Angewandte Linguistik 48/2000. S. 3-27.

Ammon, Ulrich 2010. Die Verbreitung des Deutschen in der Welt. In: Krumm, Hans-Jürgen & Fandrych, Christian & Hufeisen, Britta & Riemer, Claudia (Hg.) Deutsch als Fremd- und Zweitsprache. Ein internationales Handbuch. Band 1. Berlin: De Gruyter. S. 89-107.

Brecker-Mrotzek, Michael & Fiehler, Reinhard 2002. Unternehmenskommunikation und Gesprächsforschung. Zur Einführung. In: Brecker-Mrotzek, Michael & Fiehler, Reinhard (Hg.) Unternehmenskommunikation. Tübingen: Gunter Narr Verlag. S. 7-12.

Brünner, Gisela 2000. Wirtschaftskommunikation. Linguistische Analyse ihrer mündlichen Formen. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.

Buckingham, Thomas 1981. Needs assessment in ESL. Washington DC: Center for Applied Linguistics.

Bungarten, Theo 1994. Die Sprache in der Unternehmenskommunikation. In: Bungarten, Theo (Hg.) Unternehmenskommunikation. Tostedt: Attikon Verlag. S. 29-42.

CILT & InterAct International 2006. ELAN: Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise. Online: [http://ec.europa.eu/education/policies/lang/doc/elan\\_final\\_report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/education/policies/lang/doc/elan_final_report_en.pdf) (25.1.2011)

Deutsch-Finnischer Handel 1, 2008. Deutsch-Finnische Handelskammer.

Dörnyei, Zoltán 2003. Questionnaires in Second Language Research. Constructing, Administration, and Processing. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Elinkeinoelämän keskusliitto 2010a: PK-yrityksen määritelmä. Online: [http://www.ek.fi/www/fi/yritytajyys\\_ja\\_pk/pk\\_yritykset/index.php](http://www.ek.fi/www/fi/yritytajyys_ja_pk/pk_yritykset/index.php) (25.1.2011)

Elinkeinoelämän keskusliitto 2010b: Ulkomaankauppa. Online: [http://www.ek.fi/www/fi/talous/tietoa\\_Suomen\\_taloudesta/ulkomaankauppa.php](http://www.ek.fi/www/fi/talous/tietoa_Suomen_taloudesta/ulkomaankauppa.php) (25.1.2011)

Elinkeinoelämän keskusliitto 2010c: Palveluvienti- ja tuonti. Online: [http://www.ek.fi/www/fi/talous/tietoa\\_Suomen\\_taloudesta/palveluvienti\\_ja\\_tuonti.php](http://www.ek.fi/www/fi/talous/tietoa_Suomen_taloudesta/palveluvienti_ja_tuonti.php) (25.1.2011)

Elinkeinoelämän keskusliitto 2010d: Tavaratuonnin rakenne. Online: [http://www.ek.fi/www/fi/talous/tietoa\\_Suomen\\_taloudesta/tavaratuonninrakenne.php](http://www.ek.fi/www/fi/talous/tietoa_Suomen_taloudesta/tavaratuonninrakenne.php) (25.1.2011)

Elinkeinoelämän keskusliitto 2010e: Tavaraviennin rakenne. Online: [http://www.ek.fi/www/fi/talous/tietoa\\_Suomen\\_taloudesta/tavaravienninrakenne.php](http://www.ek.fi/www/fi/talous/tietoa_Suomen_taloudesta/tavaravienninrakenne.php) (25.1.2011)

Elinkeinoelämän keskusliitto 2010f: Työelämässä tarvitaan yhä useampia kieliä. EK:n henkilöstö- ja koulutustiedustelu 2009. Online: [http://www.ek.fi/www/fi/tutkimukset\\_julkaisut/2010/6\\_ksa/Tyoelamassa\\_tarvitaan\\_yha\\_uuseampia\\_kielia.pdf](http://www.ek.fi/www/fi/tutkimukset_julkaisut/2010/6_ksa/Tyoelamassa_tarvitaan_yha_uuseampia_kielia.pdf) (25.1.2011)

Euroopan komissio 2008. Kielet Euroopan puolesta. Kielet Euroopan unionissa. Luxemburg: Euroopan yhteisöjen virallisten julkaisujen toimisto.

European Commission 2006. Eurobarometer. Europeans and their Languages. Online: [http://ec.europa.eu/education/languages/pdf/doc631\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/education/languages/pdf/doc631_en.pdf) (25.1.2011)

European Commission 2007. Key facts and figures about Europe and the Europeans. Online: [http://ec.europa.eu/publications/booklets/eu\\_glance/66/en.pdf](http://ec.europa.eu/publications/booklets/eu_glance/66/en.pdf) (25.1.2011)

Finpro 2010a: Maaraportti: Saksa. Online: [http://www.finpro.fi/NR/ronlyres/77A69634-F8A0-43A7-B47E-0BD9AE1E18BB/13143/FinproGermanyCountryreport\\_100324.pdf](http://www.finpro.fi/NR/ronlyres/77A69634-F8A0-43A7-B47E-0BD9AE1E18BB/13143/FinproGermanyCountryreport_100324.pdf) (25.1.2011)

Finpro 2010b: Maaraportti: Italia. Online: <http://www.finpro.fi/NR/ronlyres/0E041A0C-D1FB-4D1D-AEE1-80215B4AD9EB/13285/FinproItalycountryreport062011.pdf> (25.1.2011)

Finpro 2010c: Maaraportti: Ranska. Online: <http://www.finpro.fi/NR/ronlyres/8C50F21F-C9EA-47D8-BF0D-7AD3673B39D0/13555/FinproFrancecountryreportNovember20103.pdf> (25.1.2011)

Finpro 2010d: Maaraportti: Iso-Britannia. Online: <http://www.finpro.fi/NR/ronlyres/4999AEF1-9D63-49CB-A420-528823249842/13606/IsoBritanniamaaraportti15122011.pdf> (25.1.2011)

Finpro 2010e: Maaraportti: Espanja. Online:  
<http://www.finpro.fi/NR/rdonlyres/1B59F0A4-950D-4B13-98B0-AF70CACACB0B/13614/Espanjamaaraportti0712.pdf> (25.1.2011)

Finpro 2010f: Maaraportti: Venäjä. Online:  
<http://www.finpro.fi/NR/rdonlyres/BFA9AB54-3A27-43C4-BB72-C9C82D55FB89/13350/Russia0820192.pdf> (25.1.2011)

Goethe-Institut 2010. Gemeinsamer Europäischer Referenzrahmen für Sprachen. Online:  
<http://www.goethe.de/lhr/prj/prd/upd/deindex.htm> (25.1.2011)

Hall, Chris 2007. German as a foreign language. Recent developments in Finnish language policy. A survey with particular reference to German. In: Gfi-journal 3/2007, S. 5-16. Online: <http://www.gfi-journal.de/3-2007/hall.pdf> (25.1.2011)

Hiedanniemi, Britta 1980. Kulttuuriin verhottua politiikkaa. Kansallissosialistisen Saksan kulttuuripropaganda Suomessa 1933–1940. Helsinki: Otava.

Huhta, Marjatta 1999. Language/communication skills in industry and business. Report for Prolang/Finland. Helsinki: Opetushallitus. Online:  
[http://www.oph.fi/download/47735\\_skills42.pdf](http://www.oph.fi/download/47735_skills42.pdf) (25.1.2011)

Häikiö, Sisko 2010. Vähemmän opiskeltujen kielten työryhmän päätöspalaveri. Unveröffentlichtes Protokoll.

Häikiö, Sisko & Lummi, Raija & Severidt, Jörn 2010. Vähemmän opiskeltujen kielten työryhmä. Unveröffentlichter Vortrag.

Härmälä, Marita 2008. Riittääkö Ett ögonblick näytöksi merkonomilta edellytetystä kielitaidosta? Kielitaidon arviointi aikuisten näyttötutkinnoissa. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. Online: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-951-39-3340-1> (16.2.2011)

Kieliohjelmakomitean mietintö 1978. *Komiteanmietintö 60*. Helsinki: Valtioneuvosto.

Kivelä, Mari 2010. Zur Rolle von Sprachen an finnischen Hochschulen. Eine Umfrage unter dem Hochschulpersonal: Pro-Gradu-Arbeit. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. Online:  
[https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/25680/URN\\_NBN\\_fi\\_jyu-201012143164.pdf?sequence=5](https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/25680/URN_NBN_fi_jyu-201012143164.pdf?sequence=5) (25.1.2011)

Koskinen, Marja-Leena 1994. Pienten ja keskisuurten yritysten kielitaito 1994. Helsinki: FINTRA.

Kumpulainen, Timo (Hg.) 2009. Koulutuksen määrälliset indikaattorit. Helsinki: Opetushallitus.

Kyllönen, Teija & Saarinen, Taina 2010. In: Garant, Mikel & Kinnunen, Mirja (Hg.) Ammatillinen viestintä, koulutus ja kulttuuri. AFinLAN vuosikirja 2010/n:o 68. Jyväskylä: Suomen soveltavan kielitieteen yhdistys AFinLA. S. 9-28.

Lehtonen, Riitta 1981. Behovet av språkkunskaper inom vår exportmarknadsföring. Publications of the Turku School of Economics A-3. Turku: Turun kauppakorkeakoulu.

Mehtäläinen, Jouko 1987. Teollisuuden toimihenkilöiden kielitaidon tarvetutkimus. Helsinki: Teollisuuden koulutusvaliokunta.

Minkkinen, Eila 2006. Telefongespräche in der finnisch-deutschen Unternehmenskommunikation. Bestandsaufnahmen und Gesprächsanalysen. Tampere: Tampereen yliopisto. Online: <http://acta.uta.fi/pdf/951-44-6780-9.pdf> (25.1.2011)

Müntzel, Uta & Tiittula, Liisa 1995. Deutsch im finnisch-deutschen Handel. Eine Bedarfsanalyse. Helsinki: Helsingin kauppakorkeakoulu.

Nokia 1998. Press Releases. Online: [http://press.nokia.com/PR/199806/778087\\_5.html](http://press.nokia.com/PR/199806/778087_5.html) (20.1.2011)

Opetusministeriö 2004. Kieli ja sen kieliopit. Opetuksen suuntaviivoja. Helsinki: Edita.

Piri, Riitta 2001. Suomen kieliohjelmapolitiikka. Kansallinen ja kansainvälinen toimintaympäristö. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, Soveltavan kielentutkimuksen keskus.

Richterich, René & Jean-Louis Chancerel 1977. Identifying the Needs of Adults Learning a Foreign Language. Frankfurt: Pergamon press.

Roininen, Väinö 1972. Teollisuuden, kaupan ja eräiden palveluelinkeinojen ammateissa tarvittava vieraiden kielten taito. Turun yliopiston sosiologian laitos. Monisteita 46. Turku: Turun yliopisto.

Sajavaara, Anu & Salo, Mailis 2007. Työelämän kielitaitotarpeet ja kielikoulutus. In: Pöyhönen, Sari & Luukka, Minna-Riitta (Hg.) Kohti tulevaisuuden kielikoulutusta. Kielikoulutuspoliittisen projektin loppuraportti. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, Soveltavan kielentutkimuksen keskus. S. 233–249.

Schneider, Britta & Ylönen, Sabine 2008. Plädoyer für ein Korpus zur gesprochenen deutschen Wissenschaftssprache. In: Deutsch als Fremdsprache 3/2008. S. 139-150.

Schneider, Britta & Ylönen, Sabine 2010. The Need for Corpora of spoken German in Academic and Business Settings. In: Deiters, Franz-Josef & Fliethmann, Axel & Weller, Christiane (Hg.) Passagen. 50 Jahre Germanistik an der Monash Universität/Passages. 50 Years of German Studies at Monash University. St. Ingbert: Röhrig Universitätsverlag.

Siegfried, Doreen 2005. Kultur in deutsch-schwedischen Wirtschaftsgesprächen. Eine gesprächslinguistische Analyse. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag.

Sinkkonen, Marjukka 1998. Kielitaidon tarvetutkimukset työelämässä. In: Takala, Sauli & Sajavaara, Kari (Hg.) Kielikoulutus Suomessa. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, Soveltavan kielentutkimuksen keskus. S. 47–72.

Sjöberg, Anne 2004. Toimiva kielitaito työelämässä. In: Sajavaara, Kari & Takala, Sauli (Hg.) Kielikoulutus tienhaarassa. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, Soveltavan kielentutkimuksen keskus.

Suomen Yrittäjät ry 2010. Yritystilasto 2010. Online: <http://www.yrittajat.fi/File/1d4c6cab-cfa3-4152-acb8-9e57c097a252/ytilastot2011.pdf> (20.1.2011)

Suomen Yrittäjät ry, Finnvera Oyj & Työ- ja elinkeinoministeriö 2010. Pk-yritysbarometri – syksy 2010. Online: [http://www.yrittajat.fi/File/997ab319-e4e2-42ae-b67b-c23af82be67c/SY\\_pk\\_yritysbarometri\\_syksy2010.pdf](http://www.yrittajat.fi/File/997ab319-e4e2-42ae-b67b-c23af82be67c/SY_pk_yritysbarometri_syksy2010.pdf) (20.1.2011)

Tauriainen, Susanna 2010. Selvitys harvinaisempien kielten osaamisesta Lapin läänin yrityksissä. Unveröffentlicht.

Tiittula, Liisa 1993. Kulttuurit kohtaavat. Suomalais-saksalaiset kulttuurierot talouselämän näkökulmasta. Helsinki: Helsingin kauppakorkeakoulu.

Tilastokeskus 2009a: Pk-yritys. Online: [http://www.stat.fi/meta/kas/pk\\_yritys.html](http://www.stat.fi/meta/kas/pk_yritys.html) (19.11.2009)

Tilastokeskus 2009b: Suurimmat vieraskieliset ryhmät 1999 ja 2009. Online: [http://www.stat.fi/til/vaerak/2009/vaerak\\_2009\\_2010-03-19\\_kuv\\_004\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/vaerak/2009/vaerak_2009_2010-03-19_kuv_004_fi.html) (25.1.2011)

Tilastokeskus 2010: Yritysrekisterin vuositilasto 2009. Online: [http://www.stat.fi/til/syr/2009/syr\\_2009\\_2010-11-26\\_fi.pdf](http://www.stat.fi/til/syr/2009/syr_2009_2010-11-26_fi.pdf) (20.1.2011)

Tullihallitus 2009a. Ulkomaankauppa 2009. Taskutilasto. Online: [http://www.tulli.fi/fi/tiedotteet/ulkomaankauppatilastot/muut\\_katsaukset/kuluvavuosi/taskutilasto2009/liitteet/tasku2009.pdf](http://www.tulli.fi/fi/tiedotteet/ulkomaankauppatilastot/muut_katsaukset/kuluvavuosi/taskutilasto2009/liitteet/tasku2009.pdf) (25.1.2011)

Tullihallitus 2009b. Suomen ja Saksan välinen kauppa. Online: [http://www.tulli.fi/fi/suomen\\_tulli/ulkomaankauppatilastot/tilastokatsaukset/maat/vuodet/liitteet/Maat\\_2009.pdf](http://www.tulli.fi/fi/suomen_tulli/ulkomaankauppatilastot/tilastokatsaukset/maat/vuodet/liitteet/Maat_2009.pdf) (25.1.2011)

Tullihallitus 2010a. Suomen ja Venäjän välinen kauppa. Online: [http://www.tulli.fi/fi/tiedotteet/ulkomaankauppatilastot/maaja\\_toimialakatsaukset/kuluvavuosi/venaja/liitteet/2010\\_M13.pdf](http://www.tulli.fi/fi/tiedotteet/ulkomaankauppatilastot/maaja_toimialakatsaukset/kuluvavuosi/venaja/liitteet/2010_M13.pdf) (25.1.2011)

Tullihallitus 2010b. Suomen ja Ruotsin välinen kauppa. Online: [http://www.tulli.fi/fi/tiedotteet/ulkomaankauppatilastot/maaja\\_toimialakatsaukset/kuluvavuosi/ruotsi/liitteet/2010\\_M05.pdf](http://www.tulli.fi/fi/tiedotteet/ulkomaankauppatilastot/maaja_toimialakatsaukset/kuluvavuosi/ruotsi/liitteet/2010_M05.pdf) (25.1.2011)

Vainio, Virpi 2008. Zur Rolle des Deutschen aus der Sicht von Studierenden in Finnland. Eine Umfrage unter den Studierenden der Universitäten Jyväskylä und Tampere: Pro-Gradu-Arbeit. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Online: [https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/19431/URN\\_NBN\\_fi\\_jyu-200901081005.pdf?sequence=1](https://jyx.jyu.fi/dspace/bitstream/handle/123456789/19431/URN_NBN_fi_jyu-200901081005.pdf?sequence=1) (20. 1.2011)

Vandermeeren, Sonja 1998. Fremdsprachen in europäischen Unternehmen. Untersuchungen zu Bestand und Bedarf im Geschäftsalltag mit Empfehlungen für Sprachenpolitik und Sprachunterricht. Waldsteinberg: Heidrun Popp Verlag.

Virta, Leena 1971. Vieraiden kielten asema elinkeinoelämässä. Tutkimus Varsinais-Suomen talousalueen yritysten ruotsin, englannin ja saksan kielen tarpeesta, henkilökunnan tämänhetkisestä taidosta ja vaadittavasta kielitaidon tasosta. Turun yliopiston sosiologian laitoksen monisteita 35. Turku: Turun yliopisto.

Ylönen, Sabine 2010. Unveröffentlichter Projektantrag.

Ylönen, Sabine & Kivelä, Mari 2010 (eingereicht). The Role of Languages at Finnish Universities.

Ylönen, Sabine & Kivelä, Mari (im Druck). Mehrsprachigkeit und Rolle des Deutschen an Universitäten und Hochschulen in Finnland. In Korhonen, Jarmo & Prinz, Michael (Hg.) Geschichte des Deutschen als Wissenschaftssprache im Ostseeraum. Publikationen des gleichnamigen Humboldt-Kollegs 2010. Reihe „Finnische Beiträge zur Germanistik“. Berlin: Peter Lang.

Ylönen, Sabine & Vainio, Virpi 2009. Akateemisen saksan kielen rooli suomalaisopiskelijoiden näkökulmasta. In: Kalliokoski, J. T & Nikko, S. & Pyhäniemi & Shore (Hg.) Puheen ja kirjoituksen moninaisuus – Variationsrikedom i tal och skrift – The diversity of speech and writing. AFinLA vuosikirja. Jyväskylä: Suomen soveltavan kielitieteen yhdistyksen julkaisuja. S. 209-227.

Ylönen, Sabine & Vainio, Virpi 2010. Mehrsprachigkeit und Rolle des Deutschen im Studium aus der Sicht finnischer Studierender. In: Apples – Journal of Applied Language Studies 4/1. S.29-49

# Zur Rolle der Sprachen in finnischen Unternehmen

## A. Hintergrundinformationen

### 1. Geschlecht

- Weiblich  Männlich

### 2. Geburtsjahr

Bitte auswählen ▼

### 3. Ihr höchster Bildungsabschluss

- Schulpflichtige Ausbildung  
 Abitur/Fachabitur  
 Fachhochschule  
 Bachelor  
 Master/Magister/Diplom  
 Doktor/Lizenziat

### 4. Sind Sie Unternehmer?

- Ja  Nein

### 5. Ihre Position in ihrem Unternehmen

- Leitendes Management  
 Mittleres Management  
 Leitender Angestellter  
 Angestellter  
 Freier Mitarbeiter  
 Praktikant/Volontär  
 Andere, welche?

### 6. Ihre Sprachfertigkeiten. Schätzen Sie bitte nur die Sprachen ein, die Sie können.

A1 = Sehr wenig  
A2 = Wenig  
B1 = Befriedigende Sprachfertigkeiten  
B2 = Gute Sprachfertigkeiten  
C1 = Sehr gute Sprachfertigkeiten  
C2 = Flüssige Sprachfertigkeiten  
D = Muttersprache

	A1	A2	B1	B2	C1	C2	D
Finnisch	<input type="radio"/>						
Schwedisch	<input type="radio"/>						
Englisch	<input type="radio"/>						
Deutsch	<input type="radio"/>						
Französisch	<input type="radio"/>						
Russisch	<input type="radio"/>						
Spanisch	<input type="radio"/>						
Portugiesisch	<input type="radio"/>						
Arabisch	<input type="radio"/>						
Chinesisch	<input type="radio"/>						
Andere 1	<input type="radio"/>						
Andere 2	<input type="radio"/>						
Andere 3	<input type="radio"/>						

Wenn Sie „andere“ gewählt haben, welche? (z. B. Andere 1 = Polnisch, Andere 2 = Japanisch)

#### Andere 1

**Andere 2****Andere 3****7. Branche des Unternehmens. Wählen Sie maximal drei Branchen.**

- A. Industrie
- B. Baugewerbe
- C. Logistik
- D. Handel
- E. Sonstige Dienstleistungen
- F. Andere Branche, welche?

**8. Größe des Unternehmens (Anzahl der Angestellten)**

- 1-10
- 11-49
- 50-249
- 250 oder mehr
- Kann ich nicht einschätzen

**9. Firmensitz(e) in Finnland. Mehrfachnennungen möglich.**

- Ahvenanmaa // Åland
- Etelä-Karjala // Südkarelien
- Etelä-Pohjanmaa // Südösterbotten
- Etelä-Savo // Süd-Savo
- Itä-Uusimaa // Ostuusimaa
- Kainuu
- Kanta-Häme
- Keski-Pohjanmaa // Mittelösterbotten
- Keski-Suomi // Mittelfinnland
- Kymenlaakso
- Lappi // Lappland
- Pirkanmaa
- Pohjois-Karjala // Nordkarelien
- Pohjois-Pohjanmaa // Nordösterbotten
- Pohjois-Savo // Nord-Savo
- Päijät-Häme
- Satakunta
- Uusimaa
- Varsinais-Suomi

**10. Hat das Unternehmen Firmensitz(e) im Ausland?**

- Ja  Nein

**10a. Wenn Sie ja gewählt haben, wo? Mehrfachnennungen möglich.**

**Südeuropa** = Andorra, Griechenland, Italien, Malta, Monaco, Portugal, San Marino, Spanien, Türkei, Vatikanstadt, Zypern

**Osteuropa** = Albanien, Armenien, Aserbaidshan, Bosnien und Herzegovina, Bulgarien, Georgien, Kasachstan, Kroatien, Mazedonien, Moldawien, Montenegro, Polen, Rumänien, Serbien, Slowakei, Slowenien, Tschechien, Ukraine, Ungarn, Weißrussland

**Westeuropa** = Belgien, Frankreich, Irland, Luxemburg, Niederlande, Vereinigtes Königreich Großbritannien und Nordirland

**Nahost** = Ägypten, Bahrain, Iran, Irak, Israel, Jemen, Jordanien, Katar, Kuwait, Libanon, Oman, Palästina, Saudi-Arabien, Syrien, Vereinigte Arabische Emirate

- In Skandinavien, in welchem Land/welchen Ländern?
- In Russland
- Im Baltikum, in welchem Land/welchen Ländern?
- In einem deutschsprachigen Land (D, A, CH, L), in welchem Land/welchen Ländern?
- In Südeuropa, in welchem Land/welchen Ländern?
- In Osteuropa, in welchem Land/welchen Ländern?
- In Westeuropa, in welchem Land/welchen Ländern?
- In Nahost, in welchem Land/welchen Ländern?
- In China
- In Indien
- Im restlichen Asien, in welchem Land/welchen Ländern?
- In Südamerika, in welchem Land/welchen Ländern?
- In Nordamerika, in welchem Land/welchen Ländern?
- In Afrika, in welchem Land/welchen Ländern?
- In Australien
- Im restlichen Ozeanien, in welchem Land/welchen Ländern?

**11. Unternehmenssprache/n**

- Finnisch
- Schwedisch
- Englisch
- Deutsch
- Französisch
- Russisch
- Spanisch
- Andere, welche?

**12. Kooperiert Ihr Unternehmen auf internationaler Ebene? \***

- Ja  Nein  Weiß ich nicht

Vorwärts >>



# Zur Rolle der Sprachen in finnischen Unternehmen

12a. Mit Unternehmen aus welchen Ländern/Regionen kooperiert ihr Unternehmen und welche Sprache/n werden hierbei benutzt? Wählen Sie bitte höchstens drei der meistgebrauchten Sprachen.

	Finnisch	Schwedisch	Englisch	Deutsch	Französisch	Russisch	Spanisch	Portugiesisch	Arabisch	Chinesisch	Japanisch	Hindi	Andere	Kann ich nicht sagen
Nordische Länder	<input type="checkbox"/>													
Russland	<input type="checkbox"/>													
Baltikum	<input type="checkbox"/>													
Englischsprachige Region	<input type="checkbox"/>													
Deutschsprachige Region	<input type="checkbox"/>													
Französischsprachige Region	<input type="checkbox"/>													
Spanischsprachige Region	<input type="checkbox"/>													
Portugiesischsprachige Region	<input type="checkbox"/>													
Arabischsprachige Region	<input type="checkbox"/>													
Chinesischsprachige Region	<input type="checkbox"/>													
Japan	<input type="checkbox"/>													
Indien	<input type="checkbox"/>													
Anderswohin 1	<input type="checkbox"/>													
Anderswohin 2	<input type="checkbox"/>													

Wenn Sie „Anderswohin 1/2“ gewählt haben, um welche Region/welches Land handelt es sich?

**Anderswohin 1**

**Anderswohin 2**

Sie können Ihre Antwort im Kommentarfeld näher erläutern (z. B. mit Unternehmen aus welchen Ländern kooperiert wird und welche "anderen" Sprachen in verschiedenen Ländern/Regionen verwendet werden).

<< Zurück

Vorwärts >>



# Zur Rolle der Sprachen in finnischen Unternehmen

## B. Die Rolle der Sprachen im Arbeitsumfeld

### 13. Wie wichtig sind Ihrer Meinung nach verschiedene Sprachen für Ihre Arbeit?

- Sehr wichtig  
 Ziemlich wichtig  
 Nicht so wichtig  
 Gar nicht wichtig  
 Kann ich nicht einschätzen

Bitte erläutern Sie Ihre Antwort näher:

### 14. Wie stehen Sie zu den folgenden Aussagen zur Rolle von Sprachen im Geschäftsleben? Sie können Ihre Antwort im Kommentarfeld näher erläutern.

- 4 = stimme zu  
 3 = stimme teilweise zu  
 2 = stimme zu gewissem Teil nicht zu  
 1 = stimme überhaupt nicht zu  
 0 = kann ich nicht einschätzen

	4	3	2	1	0
Gute Kenntnisse der Sprache des Geschäftspartners sind nützlich für's Geschäft.	<input type="radio"/>				
Auch geringe Kenntnisse der Sprache des Geschäftspartners sind nützlich für's Geschäft.	<input type="radio"/>				
Missverständnisse nehmen zu, wenn eine Fremdsprache verwendet wird.	<input type="radio"/>				
Ich würde gern mehr Sprachen lernen.	<input type="radio"/>				

Kommentare:

### 15. Wie stehen Sie zu den folgenden Aussagen zur Sprachausbildung? Sie können Ihre Antwort im Kommentarfeld näher erläutern.

- 4 = stimme zu  
 3 = stimme teilweise zu  
 2 = stimme zu gewissem Teil nicht zu  
 1 = stimme überhaupt nicht zu  
 0 = kann ich nicht einschätzen

	4	3	2	1	0
Sprachen sollten bereits in der Schule vielseitig gelernt werden.	<input type="radio"/>				
Sprachen sollten nur in Abhängigkeit von den individuellen Bedürfnissen gelernt werden.	<input type="radio"/>				
In der Schule gibt es zu wenige Sprachunterrichtsstunden.	<input type="radio"/>				
Die Auswahl der Sprachen ist zu beschränkt in den Schulen.	<input type="radio"/>				
In der schulpflichtigen Ausbildung sollte es möglich sein, wenigstens drei verschiedene Sprachen zu wählen.	<input type="radio"/>				
Es ist eine Verschwendung von Ressourcen der Gesellschaft, wenn neben der Muttersprache zwei Fremdsprachen gelernt werden.	<input type="radio"/>				
In den finnischen Schulen ist der Sprachunterricht motivierend.	<input type="radio"/>				
In den finnischen Schulen sind die Methoden des Sprachunterrichts altmodisch.	<input type="radio"/>				

Kommentare:

**16. Welche Arbeitssprachen verwenden Sie und wie häufig? Füllen Sie den Bogen nur in Bezug auf die Sprachen aus, die Sie benutzen.**

	Täglich	Wöchentlich	Monatlich	Selten
Finnisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Schwedisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Englisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deutsch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Französisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Russisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Spanisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Portugiesisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arabisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chinesisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Japanisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hindi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andere 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andere 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Wenn Sie „andere“ gewählt haben, welche? (z. B. Andere 1 = Polnisch, Andere 2 = Japanisch)

**Andere 1**

**Andere 2**

**17. Welche Sprachen verwenden Sie in den folgenden Kommunikationssituationen?**

B2B-PR = Business to business commerce transactions and public relations, Kommunikation mit Unternehmenskunden und für sie ausgerichtete Öffentlichkeitsarbeit  
 B2C-PR = Business to customer and public relations, Kommunikation mit Privatkunden und für sie ausgerichtete Öffentlichkeitsarbeit

	Finnisch	Schwedisch	Englisch	Deutsch	Französisch	Russisch	Spanisch	Portugiesisch	Arabisch	Chinesisch	Japanisch	Hindi	Andere
Mündliche Kommunikation innerhalb des Unternehmens	<input type="checkbox"/>												
Schriftliche Kommunikation innerhalb des Unternehmens	<input type="checkbox"/>												
Mündliche Kommunikation zwischen Unternehmen (B2B)	<input type="checkbox"/>												
Schriftliche Kommunikation zwischen Unternehmen (B2B-PR)	<input type="checkbox"/>												
Mündliche Kundenkommunikation (B2C-PR)	<input type="checkbox"/>												
Schriftliche Kundenkommunikation (B2C-PR)	<input type="checkbox"/>												

**17a. Wenn Sie "andere" gewählt haben, um welche Sprache/n handelt es sich?**

- Mündliche Kommunikation innerhalb des Unternehmens
- Schriftliche Kommunikation innerhalb des Unternehmens
- Mündliche Kommunikation zwischen Unternehmen (B2B)
- Schriftliche Kommunikation zwischen Unternehmen (B2B-PR)
- Mündliche Kundenkommunikation (B2C-PR)
- Schriftliche Kundenkommunikation (B2C-PR)

**18. Wird die Bedeutung folgender Sprachen Ihrer Meinung nach in Zukunft in Ihrem Arbeitsumfeld wachsen?**

	Ja	Nein	Weiß ich nicht
Schwedisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Englisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Deutsch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Französisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Russisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Spanisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Portugiesisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arabisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chinesisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Japanisch	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hindi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andere 1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andere 2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andere 3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Wenn Sie „andere“ gewählt haben, welche? (z. B. Andere 1 = Polnisch, Andere 2 = Japanisch)

**Andere 1**

**Andere 2**

**Andere 3**

**19. Betreffen die folgenden Aussagen das Unternehmen, in dem Sie arbeiten? Sie können Ihre Antwort im Kommentarfeld näher erläutern.**

	Ja	Nein	Kann ich nicht einschätzen
Im Unternehmen wird Sprachentraining für das Personal angeboten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Unternehmen hat Mitarbeiter eingestellt, weil sie gute Fertigkeiten in einer für die Geschäftstätigkeit wichtigen Sprache hatten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Unternehmen hat irgendwann einmal Dolmetscher und Übersetzer beauftragt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Internetseiten des Unternehmens werden für den internationalen Markt angepasst (die Seiten werden z. B. in verschiedene Sprachen übersetzt).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Sprachkenntnisse des Personals haben Einfluss darauf gehabt, mit welchen Ländern/Regionen kooperiert wird.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Idee der Geschäftstätigkeit ist ursprünglich auf Grund der Sprachkenntnisse entstanden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Das Unternehmen hat wegen mangelnder Sprachkenntnisse irgendwann schon einmal Aufträge verloren.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kommentare:

**20. Können Sie zumindest ein wenig Deutsch? \***

- Ja, als Fremdsprache
- Ja, als Muttersprache
- Nein (ACHTUNG: Wenn Sie „Nein“ wählen, endet die Umfrage hier.)

<< Zurück

Vorwärts >>



# Zur Rolle der Sprachen in finnischen Unternehmen

## C. Deutsche Sprachfertigkeiten

### 21. Wie haben Sie Deutsch gelernt? Mehrfachnennungen möglich.

- In der Schule (3. Fremdsprache) für ca. 3 Jahre
- In der Schule (2. Fremdsprache) für ca. 5 Jahre
- In der Schule (1. Fremdsprache) für ca. 8 Jahre
- Während der Berufsausbildung
- An der Universität/Fachhochschule
- Während des Auslandsstudiums/Auslandssemesters/ Auslandschuljahres
- Während berufsbedingter Auslandsaufenthalte
- In der Abendschule/Volkshochschule
- Durch private Kontakte
- Durch Selbststudium
- Auf eine andere Art und Weise, welche?

### 22. Ihre deutschen Sprachfertigkeiten

A1 = Sehr wenig  
 A2 = Wenig  
 B1 = Befriedigende Sprachfertigkeiten  
 B2 = Gute Sprachfertigkeiten  
 C1 = Sehr gute Sprachfertigkeiten  
 C2 = Flüssige Sprachfertigkeiten

	A1	A2	B1	B2	C1	C2
Lesen	<input type="radio"/>					
Schreiben	<input type="radio"/>					
Hören	<input type="radio"/>					
Sprechen	<input type="radio"/>					

### 23. Wie leicht oder schwer fällt Ihnen das VERSTEHEN deutscher Muttersprachler in Bezug auf folgende Aspekte?

4 = sehr leicht  
 3 = leicht  
 2 = teilweise schwer  
 1 = sehr schwer  
 0 = kann ich nicht einschätzen

	4	3	2	1	0
Wortschatz	<input type="radio"/>				
Idiomatische Ausdrücke (z.B. Redewendungen)	<input type="radio"/>				
Komplexe Sätze	<input type="radio"/>				
Aussprache	<input type="radio"/>				
Schnelles Sprechen	<input type="radio"/>				
Dialekte	<input type="radio"/>				
Verhaltensweisen (körperliche Distanz, Verhaltensregeln)	<input type="radio"/>				
Etwas anderes	<input type="radio"/>				

Bitte erläutern Sie etwas anderes:

**24. Wie leicht oder schwer fällt Ihnen das SPRECHEN des Deutschen im Bezug auf folgende Aspekte?**

- 4 = sehr leicht
- 3 = leicht
- 2 = teilweise schwer
- 1 = sehr schwer
- 0 = kann ich nicht einschätzen

	4	3	2	1	0
Ausreichender Wortschatz	<input type="radio"/>				
Finden passender Wörter	<input type="radio"/>				
Beherrschen der deutschen Grammatik	<input type="radio"/>				
Beherrschen der deutschen Aussprache und Satzmelodie	<input type="radio"/>				
Selbstsicherheit beim Sprechen auf Deutsch	<input type="radio"/>				
Verhandeln auf Deutsch	<input type="radio"/>				
Meinungen äußern	<input type="radio"/>				
Deutsche Höflichkeitsregeln	<input type="radio"/>				
Telefonieren auf Deutsch	<input type="radio"/>				
Small Talk auf Deutsch	<input type="radio"/>				
Etwas anderes	<input type="radio"/>				

Bitte erläutern Sie etwas anderes:

<< Zurück      Vorwärts >>



# Zur Rolle der Sprachen in finnischen Unternehmen

**25. Verwenden Sie Deutsch in Ihrer Arbeit? \***

- Ja
- Nein (ACHTUNG: Wenn Sie „Nein“ wählen, endet die Umfrage hier.)

<< Zurück

Vorwärts >>



# Zur Rolle der Sprachen in finnischen Unternehmen

## D. Der Gebrauch des Deutschen während der Arbeit

**26. Arbeiten Sie zusammen mit Menschen, deren Muttersprache Deutsch ist?**

- Ja  
 Nein

Wenn Sie „Ja“ gewählt haben, beschreiben Sie diese Zusammenarbeit bitte genauer:

**27. Verwenden Sie Deutsch während der Zusammenarbeit mit Menschen, deren Muttersprache nicht Deutsch ist?**

- Ja  
 Nein

**Wenn Sie „Ja“ gewählt haben, welche Muttersprachen haben diese Kollegen?**

- Albanisch  
 Arabisch  
 Englisch  
 Spanisch  
 Italienisch  
 Chinesisch  
 Kurdisch  
 Norwegisch  
 Persisch  
 Französisch  
 Romani  
 Schwedisch  
 Samisch  
 Deutsch  
 Somali  
 Finnisch  
 Dänisch  
 Thai  
 Türkisch  
 Ungarisch  
 Russisch  
 Vietnamesisch  
 Estnisch  
 Gebärdensprache  
 Andere 1   
 Andere 2   
 Andere 3

**28. Wie wichtig sind Ihrer Meinung nach schriftliche und mündliche Deutschkenntnisse in Ihrer Arbeit? Sie können Ihre Antwort im Kommentarfeld näher erläutern.**

- 4 = Sehr wichtig  
3 = Wichtig  
2 = Nicht sehr wichtig  
1 = Unwichtig  
0 = Kann ich nicht einschätzen

	4	3	2	1	0
Schriftliche Sprachkenntnisse	<input type="radio"/>				
Mündliche Sprachkenntnisse	<input type="radio"/>				

Kommentare:

**29. In welchen Arbeitssituationen brauchen Sie schriftliche Deutschkenntnisse? Mehrfachnennungen möglich.**

- Zum Lesen von Angeboten  
 Zum Schreiben von Angeboten  
 Zum Lesen von Manualen und Gebrauchsanweisungen  
 Zum Verfassen von Manualen und Gebrauchsanweisungen  
 Zum Lesen/Schreiben offizieller E-Mails  
 Zum Lesen/Schreiben inoffizieller E-Mails  
 Zum Lesen von Internetseiten  
 Zum Erstellen von Internetseiten  
 Zum Nutzung von sozialer Medien (z. B. LinkedIn, Facebook)  
 Zum Lesen von Verträgen  
 Zum Verfassen von Verträgen  
 In anderen Situationen, welchen?

Kommentare:

**30. In welchen Arbeitssituationen brauchen Sie mündliche Deutschkenntnisse? Mehrfachnennungen möglich.**

- Verhandlungen  
 Besprechungen  
 Kaufsituationen  
 Verkaufsituationen  
 Im Kundendienst  
 Messen  
 Telefongespräche  
 Unternehmenspräsentationen  
 Produktpräsentationen  
 Inoffizielle Treffen (z. B. Abendessen)  
 Andere Situationen, welche?

Kommentare:

**31. Warum verwenden Sie Deutsch in den oben genannten Situationen? Wählen Sie maximal drei der wichtigsten Gründe.**

- Deutsch ist meine Arbeitssprache.  
 Einige von meinen deutschen Partnern sprechen keine anderen Sprachen.  
 Deutsch ist die stärkste Sprache zwischen mir und meinen Geschäftspartnern.  
 Deutsch ist meine Muttersprache.  
 Ich spreche fließend Deutsch.  
 Meine Geschäftspartner wollen mit mir Deutsch sprechen.  
 Ich möchte meine Deutschkenntnisse verbessern.  
 Anderer Grund, welcher?

Kommentare:

**32. In welchen Arbeitssituationen brauchen Sie die Hilfe eines Dolmetschers/Übersetzers für die deutsche Sprache? Mehrfachnennungen möglich.**

- Ich brauche keine Hilfe eines Dolmetschers/Übersetzers
- Verhandlungen
- Besprechungen
- Kaufsituationen
- Verkaufssituationen
- Im Kundendienst
- Messen
- Telefongespräche
- Unternehmenspräsentationen
- Produktpräsentationen
- Inoffizielle Treffen (z. B. Abendessen)
- Andere Situationen, welchen?

Kommentare:

<< Zurück

Vorwärts >>



# Zur Rolle der Sprachen in finnischen Unternehmen

33. Verwenden Sie Deutsch in offiziellen Situationen, wie Verkaufsverhandlungen?

Ja  Nein

<< Zurück

Vorwärts >>



# Zur Rolle der Sprachen in finnischen Unternehmen

**Warum verwenden Sie Deutsch in offiziellen Situationen, wie Verkaufsverhandlungen? Mehrfachnennungen möglich.**

- Weil ich einen guten Eindruck auf meinen Partner machen will.
- Weil es unsere Unternehmenspolitik ist, die Sprache des Geschäftspartners zu verwenden.
- Weil ich fließend Deutsch spreche.
- Anderer Grund, welcher?

<< Zurück

Vorwärts >>



# Zur Rolle der Sprachen in finnischen Unternehmen

**Warum verwenden Sie nicht Deutsch in offiziellen Situationen, wie Verkaufsverhandlungen?  
Mehrfachnennungen möglich.**

- Weil ich im Interesse des Unternehmens nicht das Risiko von Missverständnissen eingehen möchte.
- Weil ich nicht gut genug Deutsch spreche.
- Weil der Gebrauch des Englischen gleichwertigere Diskussionen garantiert.
- Anderer Grund, welcher?

<< Zurück

Vorwärts >>



# Zur Rolle der Sprachen in finnischen Unternehmen

34. Verwenden Sie Deutsch in inoffiziellen Situationen, wie beim Abendessen?

Ja  Nein

<< Zurück

Vorwärts >>



# Zur Rolle der Sprachen in finnischen Unternehmen

**Warum verwenden Sie Deutsch in inoffiziellen Situationen, wie beim Abendessen? Mehrfachnennungen möglich.**

- Weil Fehler oder Missverständnisse dann nicht so wichtig sind.
- Weil ich Deutsch üben will.
- Weil ich einen guten Eindruck auf meinen Partner machen will.
- Anderer Grund, welcher?

<< Zurück

Vorwärts >>



# Zur Rolle der Sprachen in finnischen Unternehmen

**Warum verwenden Sie nicht Deutsch in inoffiziellen Situationen, wie beim Abendessen?  
Mehrfachnennungen möglich.**

- Weil die Sprache, die ich verwende, keinen Einfluss auf die offizielle Zusammenarbeit hat.
- Weil ich nicht gut genug Deutsch spreche.
- Weil ich Angst davor habe, dass mögliche Missverständnisse einen Einfluss auf die offizielle Zusammenarbeit haben.
- Weil der Gebrauch des Englischen gleichwertigere Diskussionen garantiert.
- Anderer Grund, welcher?

<< Zurück

Vorwärts >>



# Zur Rolle der Sprachen in finnischen Unternehmen

## 35. Verbessern Deutschkenntnisse Ihrer Meinung nach die Berufsaussichten in Ihrem Bereich?

- Ja  
 Nein  
 Vielleicht

Bitte erläutern Sie Ihre Antwort näher:

## 36. Dürfen wir ggf. mit Ihnen in Verbindung treten, sofern sich später noch weitere Fragen zu unserer Untersuchung ergeben?

- Ja  
 Nein

Wenn Sie „ja“ gewählt haben, geben Sie bitte Ihre Kontaktinformationen an. Ihre Kontaktangaben werden vertraulich behandelt und nur zur eventuellen Kontaktaufnahme benutzt.

Vorname:

Nachname:

E-Mail-Adresse:

Telefonnummer:

## 37. Weitere Kommentare:

<< Zurück

Vorwärts >>



# Zur Rolle der Sprachen in finnischen Unternehmen

**38. Wenn Sie an der Verlosung des Gutscheins einer Buchhandlung teilnehmen möchten, geben Sie bitte Ihre Postanschrift an. Ihre persönlichen Angaben werden vertraulich behandelt und nur zur Sendung der Preise an die Gewinner verwendet.**

Vorname:

Nachname:

Adresse:

Postleitzahl:

Ort:

**Vielen Dank für Ihre Hilfe!**

<< Zurück

Abschicken



## Anhang 2: Begleitbrief

Alla oleva teksti suomeksi, ruotsiksi, englanniksi ja saksaksi  
Nedanstående text på finska, svenska, engelska och tyska  
The following text is given in Finnish, Swedish, English and German  
Der folgende Text ist in Finnisch, Schwedisch, Englisch und Deutsch angegeben:

### Kysely kielten roolista suomalaisissa yrityksissä

Hyvä vastaanottaja,  
Soveltavan kielentutkimuksen keskus (Solki) suorittaa kyselyn kielten roolista suomalaisissa yrityksissä. Tutkimus on osa FinGer-projektia (<https://www.jyu.fi/hum/laitokset/solki/tutkimus/kaynnissa/FinGer>) ja tukee valtakunnallisen kielikoulutuspolitiikan tutkimus- ja kehittämisverkoston työtä ([https://www.jyu.fi/hum/laitokset/solki/index\\_html/tutkimus/projektit/kieliverkosto/index\\_html](https://www.jyu.fi/hum/laitokset/solki/index_html/tutkimus/projektit/kieliverkosto/index_html)), jota Solki on koordinoanut vuoden 2009 alusta. Verkoston tavoitteena on tukea ja kehittää kielikoulutusta ja tässä toiminnassa on tärkeää ymmärtää monikielisyttä suomalaisessa yhteiskunnassa.

Kysely on tarkoitettu yrittäjille ja työntekijöille riippumatta toimenkuvasta, ammattiryhmästä tai vieraiden kielten taidoista tai käytöstä. Kyselyyn voi vastata useampi henkilö samasta yrityksestä, ja tästä syystä pyydämme Teitä välittämään tätä sähköpostia eteenpäin. Vastaukset käsitellään täysin anonymisti, eikä saatuja yhteystietoja anneta eteenpäin tai käytetä väärin.

Kyselylomake löytyy neljällä kielellä osoitteesta:

Suomeksi: <http://www.webropol.com/P.aspx?id=438349&cid=48149637>

På svenska: <http://www.webropol.com/P.aspx?id=438351&cid=48129642>

In English: <http://www.webropol.com/P.aspx?id=438350&cid=48141639>

Auf Deutsch: <http://www.webropol.com/P.aspx?id=438352&cid=48121644>

Kyselyn vastausaika on 11.5 – 31.5.2010

Vastaamiseen kuluu aikaa n. 15–20 minuuttia. Kaikkien vastanneiden kesken arvotaan viisi kappaletta kirjakaupan lahjakortteja (à 25 euroa).

Yhteistyöterveisin,

Sabine Ylönen  
Erikoistutkija, FinGer-projektin koordinaattori  
sabine.ylonen(at)jyu.fi  
p. 014-2603534

Hanna Kantanen  
Projektityöntekijä, Graduopiskelija  
hanna.kantanen(at)jyu.fi  
p. 014-2603556

Soveltavan kielentutkimuksen keskus  
PL 35  
40014 Jyväskylän yliopisto

### **Enkät om språkens roll i finländska företag**

Bäste mottagare,

Centret för tillämpad språkforskning (Solki) gör en enkät om språkens roll i finländska företag. Enkäten utgör en del av FinGer-projektet (<https://www.jyu.fi/hum/laitokset/solki/tutkimus/kaynnissa/FinGer>) och stödjer det nationella språkutbildningspolitiska forsknings- och utvecklingsnätverkets arbete (<https://www.jyu.fi/hum/laitokset/solki/tutkimus/projektit/kieliverkosto/se>), som Solki har koordinerat från början av 2009. Nätverkets mål är att främja och utveckla språkutbildningen och i detta arbete är det viktigt att förstå flerspråkighet i det finska samhället.

Enkäten riktar sig till företagare och anställda, oberoende av arbetsbeskrivning, yrkesgrupp eller användning av och kunskaper i främmande språk. Flera människor från ett företag kan besvara enkäten och därför ber vi Er att skicka det här e-postmeddelandet vidare. Alla svar kommer att behandlas anonymt, och personuppgifterna kommer inte att lämnas vidare eller användas för något annat ändamål.

Frågeformulären finns på fyra språk i:

Suomeksi: <http://www.webropol.com/P.aspx?id=438349&cid=48149637>

På svenska: <http://www.webropol.com/P.aspx?id=438351&cid=48129642>

In English: <http://www.webropol.com/P.aspx?id=438350&cid=48141639>

Auf Deutsch: <http://www.webropol.com/P.aspx?id=438352&cid=48121644>

Svarstid är 11.5. – 31.5.2010.

Det tar cirka 15-20 minuter att fylla i frågeformuläret. Bland alla svarande utlottas fem presentkort (à 25 euro) till bokhandel.

Med vänliga hälsningar,

Sabine Ylönen  
Specialforskare, koordinatör för FinGer-projektet  
sabine.ylonen(at)jyu.fi  
tel. 014-2603534

Hanna Kantanen  
Projektassistent, magisterstudent  
hanna.kantanen(at)jyu.fi  
tel. 014-2603556

Centret för tillämpad språkforskning  
PB 35  
40014 Jyväskylä universitet

## Survey on the role of languages in Finnish enterprises

Dear recipient,

The Centre for Applied Language Studies (CALS) is conducting a survey on the role of languages in Finnish enterprises. This study is part of the FinGer project (<https://www.jyu.fi/hum/laitokset/solki/tutkimus/kaynnissa/FinGer>) and contributes to the work of the network for research and development of national language education policy (<https://www.jyu.fi/hum/laitokset/solki/tutkimus/projektit/kieliverkosto/en>), coordinated by the CALS since 2009. The aim of the network is to promote and develop language education, and this work also entails understanding multilingualism in the Finnish society.

The questionnaire is aimed at entrepreneurs and employees, regardless of job description, occupational group or level of foreign language use or skills. Several persons from one company can answer the questionnaire, and consequently we ask you to forward this email to appropriate persons. All information will be considered confidential and is to be released only to authorized personnel.

You will find the questionnaire in four languages at:

Suomeksi: <http://www.webropol.com/P.aspx?id=438349&cid=48149637>

På svenska: <http://www.webropol.com/P.aspx?id=438351&cid=48129642>

In English: <http://www.webropol.com/P.aspx?id=438350&cid=48141639>

Auf Deutsch: <http://www.webropol.com/P.aspx?id=438352&cid=48121644>

Please answer the questionnaire between 11.5. and 31.5.2010.

It will take about 15-20 minutes to fill in the form. All respondents will also have a chance to win a gift voucher (à 25 Euros) to a bookstore.

Best regards,

Sabine Ylönen  
Senior researcher, Coordinator of the FinGer-project  
sabine.ylonen(at)jyu.fi  
tel. 014-2603534

Hanna Kantanen  
Project assistant, undergraduate student  
hanna.kantanen(at)jyu.fi  
tel. 014-2603556

The Centre for Applied Language Studies  
PL 35  
40014 Jyväskylän yliopisto

## Umfrage zur Rolle von Sprachen an finnischen Unternehmen

Sehr geehrte Damen und Herren,  
das Zentrum für angewandte Sprachforschung (Solki) führt eine Umfrage zur Rolle von Sprachen in finnischen Unternehmen durch. Die Umfrage ist Teil des FinGer-Projekts (<https://www.jyu.fi/hum/laitokset/solki/tutkimus/kaynnissa/FinGer>) und unterstützt die Arbeit des nationalen Netzwerks zur finnischen Sprachenpolitik (<https://www.jyu.fi/hum/laitokset/solki/tutkimus/projektit/kieliverkosto/en>), das seit Anfang des Jahres 2009 von Solki koordiniert wird. Das Ziel dieses Netzwerks ist es, den Sprachenunterricht in Finnland zu fördern und zu entwickeln und in diesem Zusammenhang ist die Erforschung von Mehrsprachigkeit in Finnland eine zentrale Aufgabe.

Die Umfrage richtet sich an Unternehmer und Mitarbeiter in finnischen Unternehmen, unabhängig vom Arbeitsbereich, der Berufsgruppe oder den Sprachkenntnissen. Sie kann von mehreren Personen des Unternehmens beantwortet werden, weshalb wir Sie bitten, diese E-Mail an Ihre Kolleginnen und Kollegen weiterzuleiten. Alle Antworten werden selbstverständlich anonym ausgewertet und vertraulich behandelt.

Der Fragebogen steht in vier Sprachen zur Verfügung:

Suomeksi: <http://www.webropol.com/P.aspx?id=438349&cid=48149637>

På svenska: <http://www.webropol.com/P.aspx?id=438351&cid=48129642>

In English: <http://www.webropol.com/P.aspx?id=438350&cid=48141639>

Auf Deutsch: <http://www.webropol.com/P.aspx?id=438352&cid=48121644>

Die Umfrage findet in der Zeit vom 11.5 – 31.5.2010 statt.

Die Beantwortung der Fragen dauert ca. 15-20 Minuten. Unter den Einsendern werden fünf Gutscheine (à 25 Euro) für eine Buchhandlung verlost.

Mit freundlichen Grüßen,

Sabine Ylönen  
Wiss. Mitarb., Koordinatorin des FinGer-Projekts  
sabine.ylonen(at)jyu.fi  
Tel. 014-2603534

Hanna Kantanen  
Projektassistentin, Diplomandin  
hanna.kantanen(at)jyu.fi  
Tel. 014-2603556

Zentrum für angewandte Sprachforschung  
Psf. 35  
40014 Universität Jyväskylä

## Danksagung

Die Idee für vorliegende Arbeit entstand während meines Praktikums am Zentrum für angewandte Sprachforschung. Nach meinem Praktikum eröffnete sich die Möglichkeit zur Mitarbeit im FinGer-Projekt, dessen Teil meine Pro-Gradu-Arbeit ist. Während dieser Zeit konnte ich wertvolle Arbeitserfahrungen sammeln und viel Neues, u. a. über die Durchführung großer Umfragen, lernen. Für diese Möglichkeit zur Mitarbeit im FinGer-Projekt möchte ich dem Zentrum für angewandte Sprachforschung danken. Die KollegInnen am Zentrum waren mir u. a. eine große Hilfe bei der Pilotierung des Fragebogens. Der größte Dank gilt Sabine Ylönen, die als Initiatorin des FinGer-Projekts meine Arbeit besonders in der Anfangs- und Endphase intensiv betreut hat. Carolin Schreiber danke ich für Formulierungshilfen zum deutschen Fragebogen, Helena Mackay und Anders Olsson für ihre wertvolle Hilfe bei der Formulierung der englisch- und schwedischsprachigen Fragebögen und Begleitbriefe. Darüber hinaus möchte ich mich bei Reeta Neittaanmäki und Tuija Hirvelä für ihre fachkundige Unterstützung bei der statistischen Analyse der Ergebnisse bedanken. Besonders herzlich danke ich schließlich meinem Vater, meinem Bruder und meiner Mutter, die mich die ganze Zeit über unterstützt haben und mir (als Unternehmer und damit Vertreter der Zielgruppe der Untersuchung) besonders bei der Formulierung des Fragebogens fachkundig geholfen haben.

Jyväskylä, am 17.3.2011

Hanna-Maria Kantanen