

# Fremdsprachenbedarf in den Unternehmen im Raum Zlín

Jiří Matěj

---

Bachelorarbeit  
2011



**Tomas Bata University in Zlín**  
Faculty of Humanities

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta humanitních studií

Ústav jazyků

akademický rok: 2010/2011

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: Jiří MATĚJ  
Osobní číslo: H08032  
Studijní program: B 7310 Filologie  
Studijní obor: Německý jazyk pro manažerskou praxi

Téma práce: Využití cizích jazyků ve firmách na Zlínsku

Zásady pro vypracování:

### 1. Teoretická část

Jazyk v zaměstnání

Vzdělávání ve Firmě

Role německého jazyka

Organizace ve Firmě

### 2. Praktická část

Dotazník ( využití cizích jazyků ve firmách na Zlínsku )

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

**BAUMANN, Klaus-Dieter . Sprachen im Beruf, Tübingen : Gunter Narr Verlag Tübingen, 2000. S. 325, ISBN 3-8233-5340-3.**

**ÖTTLOVÁ , Christine ; HÄRTEROVÁ, Gitta. Dokonalá organizace v malé firmě. München : Management Press, 2003. 175 s. ISBN 80-7261-088-0.**

**TURECKIOVÁ, Michaela. Řízení a rozvoj lidí ve firmách. Berlin : Grada Publishing a.s. , 2004. 172 s. ISBN 80-247-0405-6.**

**STROBEL, Thomas ; HOBERG, Rudolf; VOGT, Eberhard. Die Rolle der deutschen Sprache in der mittelständischen Wirtschaft. Eine Trendumfrage. Der Sprachdienst. 2009, 6, s. 173-186. ISSN 0038-8459.**

**HOBERG, Rudolf; M. EICHHOFF-CYRUS, Karin; SCHULZ, Rüdiger** Wie denken die Deutschen über ihre Muttersprache und über Fremdsprachen : Eine repräsentative Umfrage der Gesellschaft für die deutsche Sprache. In **Wie denken die Deutschen über ihre Muttersprache und über Fremdsprachen. Wiesbaden : Gesellschaft für die deutsche Sprache, 2008. s. 48.**

Vedoucí bakalářské práce:

**Mgr. Helga Silke Gester, Ph.D.**

Ústav jazyků

Datum zadání bakalářské práce:

**19. ledna 2011**

Termín odevzdání bakalářské práce:

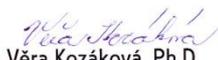
**6. května 2011**

Ve Zlíně dne 19. ledna 2011



prof. PhDr. Vlastimil Švec, CSc.  
*děkan*



  
Mgr. Věra Kozáková, Ph.D.  
*ředitelka ústavu*

## PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

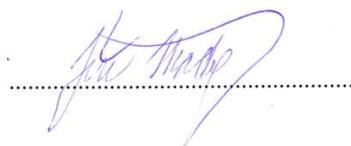
Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby <sup>1)</sup>;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 <sup>2)</sup>;
- podle § 60 <sup>3)</sup> odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 <sup>3)</sup> odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že

- elektronická a tištěná verze bakalářské práce jsou totožné;
- na bakalářské práci jsem pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně .....6.5.2011.....



*1) zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:*

*(1) Vysoká škola nevydávalečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.*

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst.

3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédá k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

## **ABSTRACT**

Heutzutage wird immer intensiver darüber gesprochen, dass Fremdsprachen besonders wichtig sind. Ich befasse mich in meiner Bachelorarbeit mit der Problematik des Fremdsprachenbedarfs in den Firmen. Diese Arbeit besteht aus zwei Teilen. Im ersten theoretischen Teil erfährt der Leser etwas über Firmenkommunikation, Sprachunterricht und die Rolle der Sprachen in der Wirtschaft und den Unternehmen. Der praktische Teil enthält eine ausführliche Analyse der gegenwärtigen Situation des Fremdsprachenbedarfs in den Firmen in der Stadt Zlín und Umgebung. Diese Analyse habe ich mit Hilfe einer Befragung erstellt. Das Ziel meiner Bachelorarbeit besteht vor allem darin, die Bedeutung des Fremdsprachenbedarfs im Raum Zlín aufzuzeigen und besonders den Einsatz der deutschen Sprache in den Firmen in Zlín und Umgebung darzulegen.

Schlüsselwörter: Fremdsprachenbedarf, Unternehmen, Kommunikation, Sprachunterricht, Ausbildung,

## **ABSTRACT**

Nowadays we have been discussing the importance of foreign languages quite intensively therefore in my thesis I have dealt with the problems of foreign languages utilization in companies. The thesis consists of two parts. In the first part, which is theoretical, the reader learns about company communication, teaching languages and the function of languages in the management and company. The practical part contains the detailed analysis of the contemporary situation of the foreign languages utilization in the companies in the town Zlín and its surroundings. I have used the results of survey to accomplish this analysis. The aim of the bachelor thesis is to determine the degree of foreign language usage in companies in the Zlin region and especially the position of the German language in these companies.

Keywords: foreign languages utilization, company, communication, teaching foreign languages, education,

## Danksagung

An dieser Stelle möchte ich Frau Mgr. Helga Silke Gester Ph.D. für Ihre wertvollen Ratschläge und Hinweise, mit denen sie mir bei der Ausarbeitung meiner Bachelorarbeit behilflich war, meinen herzlichen Dank aussprechen.

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>EINLEITUNG</b> .....	<b>8</b>
<b>I THEORETISCHER TEIL</b> .....	<b>9</b>
<b>1 KOMMUNIKATION</b> .....	<b>10</b>
1.1    PROZESS DER ERFOLGREICHEN KOMMUNIKATION.....	11
1.2    FIRMENKOMMUNIKATION .....	13
<b>2 SPRACHUNTERRICHT</b> .....	<b>16</b>
2.1    GRÜNDE FÜR DEN SPRACHUNTERRICHT .....	16
2.2    FACHSPRACHENUNTERRICHT .....	18
2.3    REGELN UND ZIELE BEIM SPRACHUNTERRICHT.....	19
2.4    MEINUNGEN DER DEUTSCHEN ÜBER SPRACHEN.....	20
2.5    QUALIFIKATIONEN IN FREMDSPRACHEN .....	21
<b>3 DIE ROLLE DER DEUTSCHEN SPRACHE UND ANDERER     SPRACHEN IN DER WIRTSCHAFT UND UNTERNEHMEN</b> .....	<b>24</b>
3.1    GESCHICHTE.....	24
3.2    MITTELSTÄNDISCHE UNTERNEHMEN .....	25
<b>II PRAKTISCHER TEIL</b> .....	<b>30</b>
<b>4 EINFÜHRUNG DES PRAKTISCHEN TEILS</b> .....	<b>31</b>
4.1    STRATEGIE UND ZIELE .....	31
4.2    GESTALTUNG DES FRAGEBOGENS .....	32
<b>5 ZUSAMMENFASSUNG</b> .....	<b>51</b>
<b>SCHLUSSBETRACHTUNG</b> .....	<b>52</b>
<b>LITERATURVERZEICHNIS</b> .....	<b>54</b>
<b>SYMBOL UND ABKÜZUNGSVERZEICHNIS</b> .....	<b>56</b>
<b>ABBILDUNGSVERZEICHNIS</b> .....	<b>57</b>
<b>DIAGRAMMVERZEICHNIS</b> .....	<b>58</b>
<b>TABELLENVERZEICHNIS</b> .....	<b>59</b>
<b>ANHANGSVERZEICHNIS</b> .....	<b>60</b>
<b>ANHANG 1 – FRAGEBOGEN</b> .....	<b>61</b>

## **EINLEITUNG**

Meine Bachelorarbeit orientiert sich am Fremdsprachenbedarf in den Firmen im Raum Zlín. Als Einleitung möchte ich die Wahl des Themas etwas genauer begründen. Heutzutage leben wir in einer hoch technisierten Welt, alles läuft sehr schnell und die Ansprüche an die Mitarbeiter sind in allen Firmen, egal ob in einem Großunternehmen, einer mittelständischen Firma oder beim Gewerbetreibenden sehr groß. Auf der Welt gibt es viele Kulturen, noch mehr Nationen und alle sprechen eine andere Sprache. Darüber hinaus gibt es in jedem Staat auch viele Dialekte, die für einen Fremden in Bezug auf die Kommunikation ein großes Hindernis darstellen. Dadurch stellt sich die Frage, wie man sich eigentlich miteinander verständigen soll. Natürlich über die Sprache, die benutzt man jeden Tag auf Schritt und Tritt. Allerdings müssen wir zwischen Sprache und Fachsprache unterscheiden. Die Fachsprache ist häufig schwieriger, als die Alltagssprache. Jeder Mensch, der schon Grundkenntnisse in einer Fremdsprache hat, schafft es, im Ausland nach dem Weg zu fragen, oder er ist imstande, sich etwas zu Essen zu kaufen. Dies stellt insofern kein Problem dar. Aber wenn man sich um eine Stelle beworben hat und im Lebenslauf erwähnt, dass man eine bestimmte Stufe einer Fremdsprache beherrscht, dann erwartet die Firmenleitung eine fehlerfreie Leistung. In einem Unternehmen hängt im Prinzip alles von einer fehlerfreien Kommunikation ab. Der Begriff Kommunikation spielt in meiner Bachelorarbeit auch eine wichtige Rolle, deswegen will ich ihn kurz definieren und den Prozess einer erfolgreichen Kommunikation beschreiben. Das ist der erste Ansatzpunkt meiner Bachelorarbeit. Wie bereits erwähnt, hängt mit der Kommunikation auch die Sprache zusammen. Damit jemand eine Fremdsprache richtig sprechen kann, muss er diese Kenntnisse zunächst erwerben. Natürlich lernt man durch den Besuch einer Schule diese Fähigkeiten. Deswegen gehe ich in meiner Arbeit auch auf die Gründe und Ziele eines Sprachunterrichts ein. Dazu beschreibe ich ebenfalls die aktuelle Situation des Fremdsprachenbedarfs, insbesondere dort, wo bestimmte Sprachen mehr oder weniger gefragt sind, das heißt, welche Sprachen man lernen sollte. Es ist allgemein bekannt, dass die englische Sprache in der Welt als die wichtigste überhaupt gilt. Aber ich will auch anhand dieser Arbeit darauf aufmerksam machen, dass es unter anderem sehr wichtig ist, auf die Vielfalt von Fremdsprachen zu achten. In meiner Arbeit vergleiche ich darüber hinaus die Nach- und Vorteile der sprachlichen Vielfalt.

## **I. THEORETISCHER TEIL**

## 1 KOMMUNIKATION

Alte Menschen, Kinder, Erwachsene und besonders die jüngere Generation haben ihre eigene Kommunikationsmethode. Die Jüngeren haben heutzutage das Internet als das Kommunikationsmittel Nummer eins. Im Übrigen gibt es auch eine besondere Wortwahl bei den Jugendlichen, was auch zum Beispiel von der Anzahl der Auslandsaufenthalte abhängt, die sie während ihres Studiums absolviert haben. Damit ist das Übernehmen bestimmter Wörter aus den Fremdsprachen gemeint. Die Wortwahl kann auch aus dem Internet gewonnen werden. Im Prinzip geht es um Alltägliches, womit wir in unserem Zusammenleben permanent konfrontiert werden. Wir sind jeden Tag dazu gezwungen, mit den Menschen zu kommunizieren. Wie sich die Kommunikation abspielt, hängt nicht zuletzt von den Voraussetzungen eines bestimmten Sprechers ab. Dies alles fängt schon bei der Erziehung eines Kindes an, was der eine Aspekt wäre. Ein anderer ist die Kultur, in der der Mensch aufgewachsen ist. Ein Araber wird sich anders verhalten als ein Europäer. Viele weitere Umstände der Entwicklung beim Erlernen der Sprache beeinflussen die Fähigkeit zu kommunizieren. Jeder von uns hat ein anderes Denksystem, wie er überlegt und handelt, deswegen ist es schwierig, sich den Kommunikationspartnern anzupassen. Missverständnisse lassen sich niemals völlig vermeiden. Sei es bei einem internationalen Anlass, wo in einer Lingua franca kommuniziert wird, was heutzutage das Englische ist, wobei die Gefahr eines Missverständnisses größer ist, als zwischen Personen, die beide die gleiche Muttersprache sprechen.

Hier zwei Zitate, die meiner Meinung nach, die Kommunikation und ihre Probleme kurz und treffend beschreiben.

*„Kommunikation ist der Prozess der Vermittlung von Bedeutung zwischen Sender und Empfänger. Kommunikation ist erst dann erfolgreich, wenn der Empfänger die Botschaft so versteht, wie sie der Sender gemeint hat.“* (Blom, Meier, 2002, S.74)

*„Kommunikation lässt sich allgemein als Prozess der Mitteilung bestimmter Informationen mit dem Ziel der Beseitigung oder Reduzierung der Unsicherheit auf den beiden kommunizierenden Seiten charakterisieren.“* (Holá, 2006, S.3)

## 1.1 Prozess der erfolgreichen Kommunikation

Damit eine Firma, die mit dem Ausland zusammenarbeitet, erfolgreich sein kann, muss sie kommunizieren können. Dabei ist es egal ob es in der Muttersprache oder einer Fremdsprache geschieht. Diese Fähigkeit zu kommunizieren ist nicht einfach und in jedem Unternehmen muss darauf geachtet werden, diese Kommunikationsstellen nach Möglichkeit mit den fähigsten Mitarbeitern zu besetzen. Auf solche Stellen kann nicht jeder beliebige Mitarbeiter gesetzt werden. Im Folgenden möchte ich diesen schwierigen Prozess näher beschreiben.

Der gesamte Prozess beginnt mit dem Sender, der Sender stößt die Kommunikation an und übergibt die Botschaft dem Empfänger. Die Person, die Sender ist, ist enorm wichtig für den ganzen Verständigungsprozess zwischen ihm und dem Empfänger. Es gibt mehrere Voraussetzungen, die die Kommunikationsleistung beeinflussen. Das kann z. B. die Fähigkeit des Sprechers zu kommunizieren sein. Einfacher gesagt, die Information muss möglichst verständlich sein. (Blom, Meier, 2002, S.75)

Eine ähnliche Erklärung gibt auch Michaela Tureckiová (2004) in ihrem Buch. Der Sprecher, auch Sender genannt, sendet die Information, die den Inhalt der Kommunikation enthält. Das ganze macht man in Form einer Kodierung, die für beide kommunizierende Seiten verständlich ist. Die Kodierung ist z. B. das Morsealphabet, die Sprache, die Fachsprache oder auch die Sprache bestimmter Altersgruppen.

Als zweiter Punkt dieses Prozesses folgt die Verschlüsselung der Mitteilung. Wie die Botschaft verschlüsselt wird, ist vom Kontext einer bestimmten Situation abhängig. Es kann entweder per verbaler oder non-verbaler Kommunikation vermittelt werden. Diesen Teil des Prozesses erachte ich als den wichtigsten, denn wenn das Verschlüsseln scheitert, geht die gesamte Information verloren. Als unverzichtbar gilt für diesen Prozess die Botschaft als physisches Produkt in der Form, in der die Verschlüsselung stattfindet. Die Form der Botschaft hängt von uns selbst ab. Es ist im Prinzip egal, ob wir es in Form eines Satzes in einem Brief, in mündlicher Form einer Gestik darstellen, die Hauptsache ist, dass es verständlich bleibt. Ein wichtiger Bestandteil des Kommunikationsprozesses ist der Kommunikationskanal. Er ist das Medium für die Botschaft. Wir unterscheiden zwischen mündlicher und schriftlicher Form der Mitteilung. Schriftlich kann es zum Beispiel per Brief, per E-Mail oder Memos gestaltet werden. Bei der zweiten Möglichkeit handelt es sich um telefonische oder persönliche Gespräche. Die mündliche Variante ist in allen Fällen für das

beanspruchte Feedback besser, weil wir imstande sind, die Mitteilung überzeugender zu gestalten. Der eigentliche Einsatz von Kommunikationskanälen ist von den Kulturen, Altersgruppen und Geschlechtern abhängig, weil jeder eine andere Wertschätzung hat. (Blom, Meier, 2002, S.75)

Jana Holá (2006) gibt in ihrem Werk an, die Effektivität des Kommunikationskanals hänge vor allem davon ab, ob die Information rechtzeitig zum Empfänger kommt, ob sie für ihn verständlich ist und von ihm auf die Information im Form der Rückkopplung reagiert wird.

Der Kommunikationsprozess geht weiter mit der Entschlüsselung. Es ist im Prinzip fast das gleiche, wie im Falle der Verschlüsselung. Das einzige, was anders ist, ist die Perspektive: Der Prozess vollzieht sich aus der Sicht des Empfängers. Zu den weiteren Bausteinen dieses Prozesses gehört die Reaktion des Empfängers. Diese ist von der Verständigung der Botschaft abhängig. Wie er die Information entschlüsselt hat, so reagiert er. Der Verständigungserfolg ist immer wieder von bestimmten Fähigkeiten des Empfängers abhängig. Die letzte und wichtigste Phase dieses Prozesses ist das sogenannte Feedback. Bei der Rückkopplung stellt man fest, ob die Botschaft verstanden wurde oder nicht. Das heißt, der Sender erkennt an der Reaktion des Empfängers, ob der ganze Kommunikationsprozess gelang oder scheiterte. Mit der Rückkoppelung wird der gesamte Prozess beendet. (Blom, Meier, 2002, S.77)

Michaela Tureckiová (2004) schreibt weiter, dass Rückkopplung ein Ausdruck des Teils von Kommunikationsprozess ist, in dem man das Verstehen der Information bestätigt oder widerruft. Sie führt auch weiter an, dass man hier die Rollen wechselt. Der Sender wird Empfänger und stellt fest, ob seine Information verstanden wurde, beziehungsweise werden ihm Fragen gestellt oder es wird um Erklärung gebeten, damit man zum Verstehen kommt.

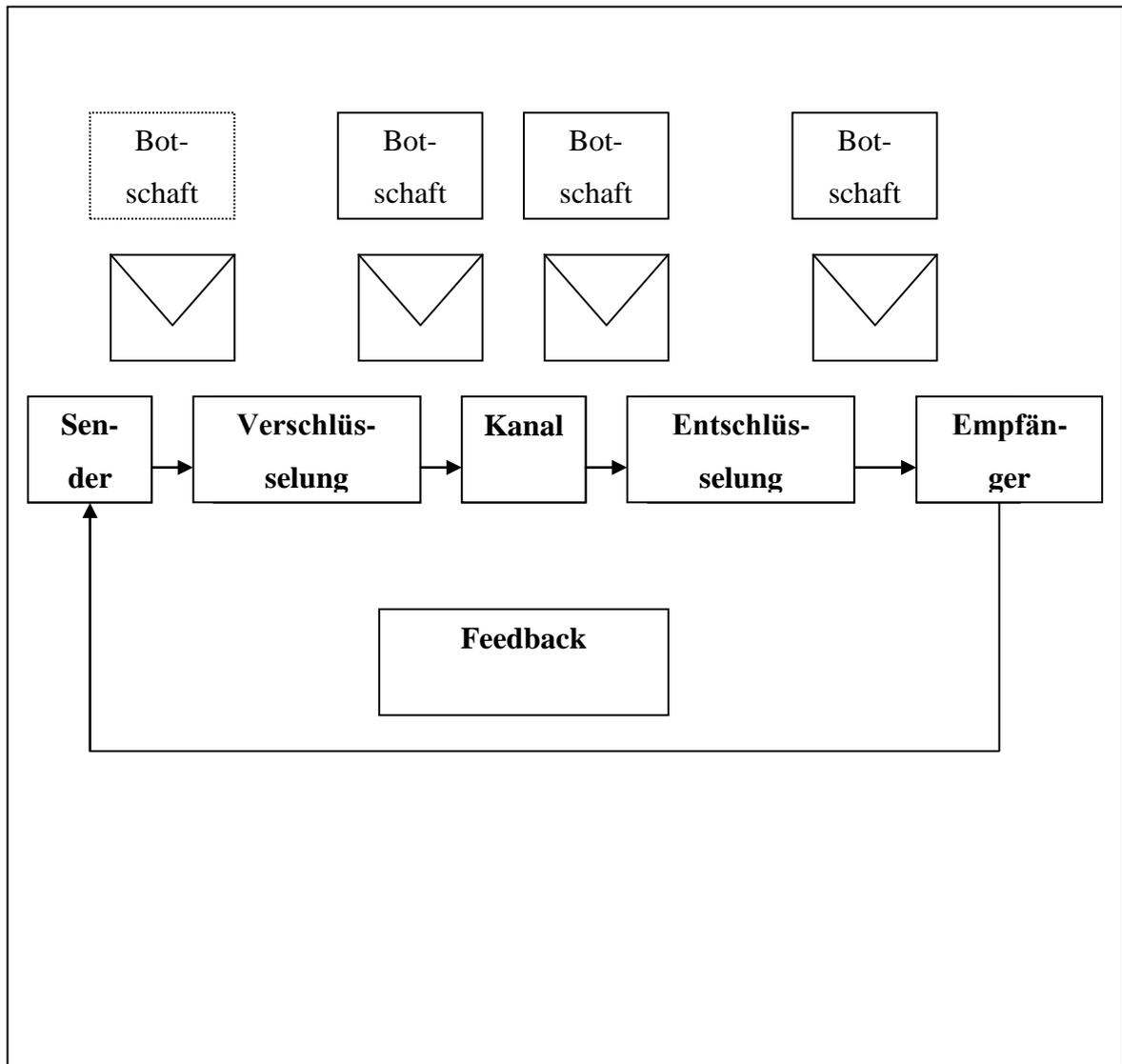


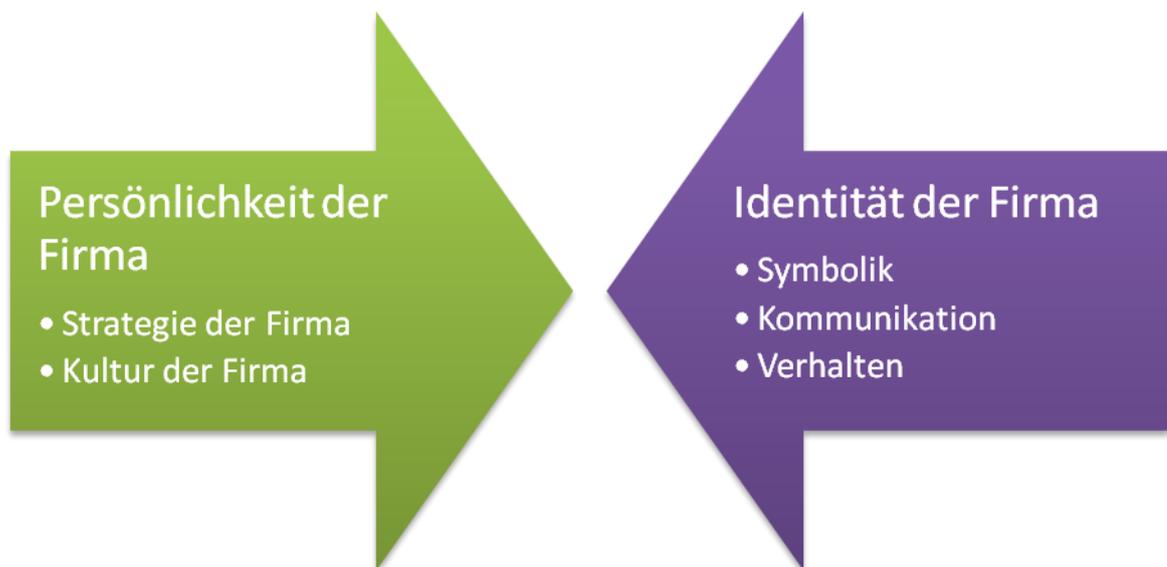
Abb. 1 Modell des Kommunikationsprozesses (Blom, Meier, 2004, S.73)

## 1.2 Firmenkommunikation

Bei der Firmenkommunikation ist es besonders wichtig, den Ausbau von Grundvoraussetzungen weiter zu entwickeln, damit man zur Änderung im Bereich Nachdenken, Verhalten und Handeln der Führungskräfte kommt. Durch den schnellen Erkenntnisgewinn in Wissenschaft und Technik sowie den daraus resultierenden gesellschaftlichen Veränderungen müssen Manager ständig weitergebildet werden. Sie müssen imstande sein, die Mitarbeiter möglichst über die Neuigkeiten im Bereich der Firmentätigkeit zu informieren, sie zu beraten oder sie zu überzeugen beziehungsweise zu beeinflussen. Ein Baustein für die erfolgreiche Kommunikation ist, sich auf ein Ziel festzulegen. Wenn ein Ziel bestimmt ist, dann entstehen auch keine chaotischen Situationen. (Barták, 2006, S.107)

Eine ähnliche Meinung führt Jana Holá (2006) in ihrem Werk an. Es ist wichtig, dass ein Unternehmen eine Strategie hat. Welche Strategie sie auswählt, ist vom konkreten Management abhängig. Aber es sollte niemals vorkommen, dass eine Führungskraft, eine Organisation oder ein Manager keine Strategie hat.

*„Nur durch den Vergleich des Soll-Zustandes mit dem Ist-Zustand können mögliche Probleme identifiziert und anschließend gelöst werden“.* (Holá, 2006, S.10)



*Abb. 2 Firmenstrategie, Kultur der Firma, Persönlichkeit, Identität der Firma und ihr Bestandteil* (Holá, 2006, S.10)

Wie in einer Firma kommuniziert wird, hängt von vielen Faktoren ab. Einer dieser Faktoren ist die Unternehmenskultur. Das bedeutet, wie sich die Firma verhält, wie zum Beispiel das Management gestaltet ist. Zu diesen Merkmalen gehören auch Kleinigkeiten, wie das Logo einer Firma und die Kleidung der Mitarbeiter. Letztendlich ist es auch die Firmenleitung. (Holá, 2006, S.11)

Die Spezialistin für Firmenkommunikation Michaela Tureckiová (2004) führt zwei Arten von Firmenkommunikation an. Die erste ist die interpersonelle Kommunikation, die darin besteht, dass man in Form zahlreicher Gespräche miteinander kommuniziert. Zum Beispiel die Führungskräfte untereinander. Es können z. B. auch Gespräche in der Herstellungsabteilung unter einer bestimmten Gruppe von Mitarbeitern sein, wobei das Prinzip des körperlichen Kontakts beibehalten werden soll. Kurz gesagt, alle möglichen Varianten. Die

zweite Art ist die so genannte öffentliche Kommunikation, wobei nur ein Mitglied der ganzen Organisation kommuniziert. Es sind meistens die Führungskräfte. Diese Kommunikation kann in Form einer Sitzung dargestellt werden, wo zum Beispiel die Produktion über Änderungen informiert wird. In diesem Beispiel würden wir über eine direkte Kommunikation sprechen. Möglich wäre auch die indirekte Form, bei der ein Manager seine Vorstellungen, Bemerkungen und Instruktionen mittels eines Briefs oder in einer Firmenzeitschrift äußert.

Die Kommunikationsfähigkeit gehört zu den Voraussetzungen, die ein Manager erfüllen muss, um in der Leitung einer Organisation bestehen zu können, oder mindestens eine Gruppe von Mitarbeitern führen zu können. Es kann jeden Tag passieren, dass z. B. eine Führungskraft mit dem Marketingchef ein Treffen hat, wobei es um die Marketingeinführung eines neuen Erzeugnisses geht. In diesem Falle muss mit dem Leiter des Humankapitals eine Strategie vereinbart werden, um z. B. die Herstellung zu organisieren. Wenn eine Firma ihren Sitz im Ausland hat, dann kann es möglicherweise auch in einer Fremdsprache vereinbart werden. (Armstrong, 2004, S.20)

Ohne Zweifel ist die Firmenkommunikation ein wichtiger Bestandteil dazu, eine Firma gut zu präsentieren, wobei auf Wortwahl und Stil der Kommunikation in jedem Unternehmen geachtet wird. Es gibt aber auch Situationen, in denen man nicht so sehr auf die Form achtet. Das kann z. B. eine gewöhnliche Korrespondenz sein. Das ist aber nicht immer gut. Worte haben eine eigene Wirkung, wenn sie gut formuliert sind, dann können sie zum Erfolg führen. Andererseits können sie eine Anfeindung hervorrufen. (Öttlová, Härterová, 2003, S.128)

## 2 SPRACHUNTERRICHT

### 2.1 Gründe für den Sprachunterricht

Es ist hinlänglich bekannt, dass die Fremdsprachen eine sehr wichtige Rolle in unserem Leben spielen vor allem im zusammenwachsenden Europa, wo die Anzahl der unterschiedlichen Sprachen sehr hoch ist und deswegen die Notwendigkeit besteht, mehrere Sprachen sprechen zu können. Heutzutage haben die Menschen bessere Möglichkeiten, ins Ausland zu fahren als früher. Innerhalb der europäischen Union brauchen sie für Reisen ins Ausland lediglich einen Personalausweis und eine Krankenversicherung, was das Reisen wesentlich erleichtert. Daneben gibt es eine ganze Reihe von Unternehmen, die mit ihren ausländischen Partnern zusammenarbeiten. Das bedeutet, dass bei diesen Unternehmen auch viele Menschen mit Fremdsprachkenntnissen gesucht werden. Daraus resultiert, dass wenn sich jemand um eine Stelle bewirbt und seinen Lebenslauf zur Personalabteilung einer bestimmten Firma schickt; man erwarten kann, dass er mindestens eine Fremdsprache beherrscht. Um diese Fähigkeit in seinen Lebenslauf eintragen zu können, muss man allerdings etwas dafür tun.

In der letzten Zeit ist das Interesse an der Fremdsprachenausbildung gestiegen. An den Universitäten erhöhte sich die Anzahl von Studenten, die sich um ein Praktikum oder einen Auslandsaufenthalt beworben haben. Sie fahren ins Ausland, verbringen dort ein oder zwei Semester, einige sogar ihre gesamte Studienzeit. Es ist enorm wichtig, dass man eigene Erfahrungen in einer fremden Umgebung sammelt. Empfehlenswert ist es, dort allein zu sein, ohne Freunde und Verwandte, denn nur in diesem Fall ist man gezwungen, sich ausschließlich in der Fremdsprache zu verständigen. Nur diejenigen, die sich für diesen Weg entscheiden, werden dann auch stärker am Arbeitsmarkt nachgefragt. Diese Menschen haben meist nicht nur mehr Berufserfahrungen, sondern sind auch imstande, mit den Ausländern besser zu kommunizieren, im Vergleich zu den Absolventen, die nur in ihrem Heimatland studiert haben. Einfacher gesagt: Die Mehrsprachigkeit eröffnet den Menschen bessere Berufschancen, wobei das auch eines der Ziele der europäischen Sprachpolitik ist. (Glaboniat, 2005, S.32)

Nicht nur Menschen mit einer guten Ausbildung, sondern auch Unternehmen mit guten Mitarbeitern, die imstande sind, ihre Arbeit hervorragend und in hoher Qualität durchzu-

führen, haben eine Chance, gegen die starke Konkurrenz zu gewinnen. Die Wirtschaft der Gegenwart erfordert auch ein möglichst hohes Arbeitstempo. Nach solchen Regeln funktioniert jede freie Wirtschaft spätestens seit dem Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien. Diese neuen Erfindungen haben einerseits auch zur Abschaffung von zahlreichen Barrieren in vielen Fächern beigetragen. Andererseits ist dadurch auch die Konkurrenz gestiegen. Mit dieser Entwicklung ändern sich die Qualifikationsanforderungen an die ganze Gesellschaft. Es wird ständig darüber nachgedacht, auf welcher Basis man sich ausbilden sollte. Aus den schon erwähnten Gründen gewinnen internationale Qualifikationen immer stärker an Bedeutung. Um den Unternehmen zu helfen und für die Wirtschaft einen Beitrag zu leisten, müssen die Mitarbeiter nicht nur flexibel, anpassungsfähig und bereit sein, neue Dinge zu lernen, sondern in der letzten Zeit sind es vor allem Fremdsprachenkenntnisse, die von den Arbeitgebern gefordert werden. (Archan, Dornmayr, 2006, S.14)

Eine ähnliche Erklärung bietet Hartwig Kalverkämper (2000) in seinem Werk an. Er schreibt, dass die erste Industrielle Revolution im 19. Jahrhundert einen großen Einfluss auf die weitere Entwicklung des Menschheitsbildes hatte. Der Mensch kam in Berührung mit der Maschine und neuen technischen Dingen, die er bisher nicht kannte.

Aber erst der Zweite Weltkrieg brachte in vielen Branchen einen großen Fortschritt. Die Automatisierung, Kernenergie und viele weitere Neuheiten in der Wirtschaft haben dazu beigetragen, dass die Menschen gezwungen waren, immer schwierigere technische Probleme zu lösen. Das lief auf der internationalen Ebene auch über die Fremdsprachen ab.

Auch die europäische Integration mit der Gründung der Europäischen Union brachte die Notwendigkeit der Fremdsprachen. In der ganzen EU gibt es 23 Amtssprachen. In vielen Mitgliedstaaten gibt es Niederlassungen von Unternehmen, die ihren Sitz im Ausland haben. Die ganze Vernetzung von Handelskooperationen nötigt die Firmen zur Unterstützung der Mitarbeiter in Form einer Ausbildung. Ich meine hier vor allem die Fremdsprachen. Entweder sie veranstalten für die Mitarbeiter Sprachkurse, oder sie müssen einen Dolmetscher, beziehungsweise Übersetzer bezahlen.

Die Personalauswahl ist für das Unternehmen eine immer wichtiger werdende Entscheidung. Nachdem die besten Bewerber ausgewählt wurden, werden diese zum Personalgespräch eingeladen. In Großbritannien und Spanien prüft man zukünftige Mitarbeiter meist

in Form eines persönlichen Gesprächs. Dem gegenüber wird in der Bundesrepublik Deutschland mehr auf Fremdsprachentests vertraut (Bolten, 2007, S.210)

## 2.2 Fachsprachenunterricht

Wenn sich eine Firma dafür entscheidet, dass sie ihre Mitarbeiter in Fremdsprachen ausbilden lässt, bestimmt in der Regel auch die Firmenleitung die Ziele und Inhalte dieses Unterrichts. Aber die eigentliche Durchführung und die Applikation liegen bei den Unterrichtenden. Von den externen Lehrern erwartet man, dass sie ihren Unterricht im Rahmen der von der Firmenleitung bestimmten Ziele durchführen. Der Unterricht sollte möglichst praxisorientiert sein, wobei die Kommunikationsfähigkeiten verbessert werden sollten. Am effektivsten ist der Unterricht mit einem Muttersprachler. Zu den Varianten des Lehrens, die nicht so beliebt sind, gehören vor allem Computerlehrprogramme, Standardlehrwerke und Kassetten. Aber trotz dieser Tatsache werden die in den Sprachschulen üblichen Lehrbücher und berufliche Unterlagen in der Praxis nicht selten von den Unternehmen eingesetzt. Allgemein gilt, dass die Unternehmen die Ausbildungsprozesse bevorzugen, die sich besonders mit Kommunikationsfähigkeiten befassen. Sie stehen auch für andere Lehrmethoden offen, aber es muss nachgewiesen werden, dass sie einen Erfolg verzeichnen. All diese Weiter-, und Ausbildungsmaßnahmen kosten einer Firma viel Geld. Deswegen fordert man auch von dem am Kurs teilnehmenden Mitarbeiter ein sogenanntes Feedback, damit man feststellen kann, ob sich die Investition gelohnt hat. Wenn keine Fortschritte erzielt worden sind, macht es keinen Sinn den Mitarbeiter weiter zu unterstützen. Diese Information stellt der Arbeitgeber vor allem bei der Lösung von Hindernissen in der Praxis fest. Als zweite Möglichkeit sind es die Lehrer, die um eine Rückmeldung gebeten werden, inwieweit die sprachlichen Kenntnisse verbessert wurden. All diese Fremdsprachenkurse werden in der Regel nach dem Abschluss mit einem Zeugnis bewertet. Wenn die Mitarbeiter dann erfolgreicher sind, können sie diese mit einer Prüfung abschließen, wofür sie dann ein Zertifikat erhalten. Ein solches Zertifikat beschreibt ein bestimmtes Niveau, welches der Teilnehmer erreicht hat. In vielen Unternehmen achtet man auf solche Zertifikate, die von großem Vorteil sind, etwa bei der Bewerbung um eine Stelle. Aber es muss auch gesagt werden, dass es eine Vielzahl von Zertifikaten gibt. Deswegen werden vor allem Zertifikate der Industrie- und Handelskammer bevorzugt. In manchen Betrieben funktioniert es völlig anders. Es wird bei der Einstellung von Mitarbeitern gar nicht erst auf Zertifikate geachtet. Der Grund dafür ist die Vielfalt an Zertifikaten sowie die großen

Unterschiede zwischen zahlreichen Zertifikaten, weshalb deren Aussagekraft häufig bezweifelt wird. Deswegen bevorzugen einige Firmen auch eigene Techniken, die meistens schon erprobt sind. Es kann zum Beispiel ein Vorstellungsgespräch sein, das in einer Fremdsprache abgehalten wird oder beispielsweise schätzt man Auslandsaufenthalte als ein Kriterium bei der Einstellung eines Mitarbeiters. (Baumann, Kalverkämper, 2000, S.268)

### 2.3 Regeln und Ziele beim Sprachunterricht

Beim Sprachunterricht muss man sich ein Ziel setzen, das man erreichen will. Als Lehrer sollte man von zwei Fragen ausgehen, und zwar **wie** und **was** lehren. Wenn man auf einer allgemeinbildenden Schule lehrt, hat man meistens drei Ziele. Einerseits die erzieherischen- und bildenden Ziele und andererseits das kommunikative Ziel, wobei man heutzutage die kommunikative Seite des Fremdsprachenunterrichts für das Wichtigste hält. (Vesely, 1992, S.10)

Die Kommunikative Seite des Fremdsprachenunterrichts ist auf jeden Fall ein Grundbaustein für die Praxis. Aber es muss auch erwähnt werden, dass es nicht alles ist, was wir in der Praxis als Voraussetzung für eine erfolgreiche Kommunikation mit einem Fremden haben sollten. Deswegen ist auch der Unterricht an den Universitäten darauf ausgerichtet, den Studenten möglichst die Praxis in Form von authentischen Texten aus dem technischen Bereich näherzubringen. Ein solcher Unterricht hat sowohl Befürworter als auch Gegner. Die Kritiker behaupten, dass spezifisches lexikalisches Wissen im Bereich der Fachtexte, die besonders schwierig sind, dem Spezialisten das Verstehen erleichtert, obwohl er über keine guten Sprachkenntnisse verfügt, aber für einen Nichtfachmann, also zum Beispiel die Studenten, muss nicht nur das Wissen von grammatischen Regeln und ein reicher Wortschatz aus üblichen Themenkreisen genügen. Ich bin ebenfalls der Meinung, dass diese Texte hilfreich sind. Sie bilden zumindest gute Voraussetzungen, die später als sehr wichtig geschätzt werden können. Auf jeden Fall sollte man damit schon in der Schule beginnen. Dies wird heute auch weitgehend getan. Es gibt darüber hinaus jedoch noch zahlreiche Regeln, die beachtet werden müssen. Weil es viele Fachgebiete gibt, sollten solche Texte im Unterricht möglichst allgemein sein. In jedem Bereich gibt es einen spezifischen Wortschatz, der geübt werden sollte. (Jirků, 2002, S.96)

Zu den häufigsten Texten gehören folgende:

- Instruktionen (Handbücher, Anweisungen)
- Beschreibung (Gestaltung und Funktion eines Gerätes, Stoffart)
- Informationen (Werkstoffverhalten in bestimmten Bedingungen, statistische Angaben und Quelle der Informationen, Neuheiten im Fach)
- Erwähnungen (zahlreiche Artikel in wissenschaftlichen Fachzeitschriften)

Hauptziel der Ausbildung in Firmen ist vor allem die Vertiefung, Verbreitung, Fortbildung und Änderung einer Struktur, die schon veraltet ist, oder nicht mehr dem aktuellen Trend, in dem Bereich in der die Firma tätig ist, entspricht.

Nach Michaela Tureckiová (2004) unterscheiden wir im Wesentlichen drei „Ausbildungsmöglichkeiten“ Es handelt sich um folgende:

### **Organisieren von einzelnen Ausbildungsveranstaltungen**

In der Praxis, egal ob in einem Unternehmen in der Schule oder in anderen Institutionen ist die Organisation von Zeit zu Zeit dazu gezwungen, etwas Neues für die Beschäftigten zu tun, um sie bestmöglich an den neuesten Ansprüche der Kunden anzupassen. Gerade zu diesem Zweck dienen diese Ausbildungsveranstaltungen. (Tureckiová, 2004, S.89)

### **Systematischer Zugang**

Schon dem Namen nach ist diese Strategie etwas langwieriger und kontinuierlicher. Es geht um die Verbindung von der Personal- und Firmenstrategie mit der Ausbildung in der Firma. In diesem Prozess geht es nicht nur um Vertiefung und Erneuerung von Kenntnissen, sondern auch ums Motivieren der Mitarbeiter, wobei dem Arbeitgeber die investierten finanziellen Mittel in Form besserer Leistungen und qualitativ hochwertiger Arbeit wieder zugutekommen (Tureckiová, 2004, S.89)

### **Konzeption der lernenden Organisation**

Mit dieser Methode meint man regelmäßiges Lernen das heißt, jeden Tag werden Erfahrungen gesammelt. Dieser Prozess ermöglicht, dass das Lernen schneller geht, als die Änderungen, die die Umstände erzwingen. (Tureckiová, 2004, S.89)

## **2.4 Meinungen der Deutschen über Sprachen**

In der Gegenwart passt man alle Ausbildungsprogramme momentaner Anfrage, Forderungen und vor allem der aktuellen Entwicklung in der Gesellschaft an. Wenn ein Kind im Alter von sieben Jahren ist, beginnt bei ihm der Ausbildungsweg. Alle Kinder sind unbe-

darft und haben keine genaue Vorstellungen davon, was die Welt für sie bereithält. Und so sind es die Eltern, die den Weg für ihre Kinder wählen und treffen die Entscheidungen für sie treffen. Aber es müssen nicht immer unbedingt kleine Kinder sein. Das gleiche gilt auch für uns Erwachsene, auch wir stehen während unseres Lebens zahlreichen Situationen gegenüber, in denen wir uns entscheiden müssen, in welche Richtung wir ausbildungstechnisch gehen. Meistens ist es hilfreich, sich auch der Meinung der Gesellschaft zu richten. Wenn ich hier über Fremdsprachen und Muttersprachen schreibe, erscheint es mir sinnvoll, die Meinungen von den Bürgern und Bürgerinnen in einem der größten europäischen Staaten zu erwähnen. Im Jahre 2008 wurde im Auftrag der Gesellschaft für die deutsche Sprache in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Sprachrat eine Umfrage durchgeführt. Es handelte sich um die Meinung der deutschen Öffentlichkeit über ihre Muttersprache und Fremdsprachen. Die meisten Befragten haben sich dahingehend geäußert, dass ihre Muttersprache durch die Verwendung von Fremdwörtern beeinflusst sei. Es handelt sich vor allem um solche Wörter, die aus dem Englischen übernommen werden. Eine große Anzahl der Befragten (52%) ist der Überzeugung, dass auch die Rechtsschreib- und Grammatikkenntnisse immer schwächer werden. Der Grund dafür sei, dass nicht mehr so viel gelesen werde und man lieber das Surfen im Internet bevorzugt, oder den Fernseher einschaltet. In Hinsicht auf die deutsche Sprache sind die meisten Befragten (65%) pessimistisch, sie vermuten, dass das Deutsche in der Zukunft nicht mehr so wichtig sein wird. Andererseits sind sie der Meinung, dass in den Schulen Englisch (98%), Französisch (48%), oder Spanisch (32%) gelernt werden soll. Eine größere Stimmenanzahl bekam noch Chinesisch mit 19 %. (Hoberg, Eichhoff-Cyrus, Schulz, 2008, S.4-36)

## 2.5 Qualifikationen in Fremdsprachen

Aufgrund der Internationalisierung in vielen Fächern hat auch die Notwendigkeit von bestimmten Ausbildungen an Bedeutung gewonnen. In Europa gibt es einen Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmen, was die Ausbildung in den Fremdsprachen anbelangt. Dieser enthält 6 Stufen. Es sind folgende:

### A1

Kann vertraute, alltägliche Ausdrücke und ganz einfache Sätze verstehen und verwenden, die auf die Befriedigung konkreter Bedürfnisse zielen. Kann sich und andere vorstellen und anderen Leuten Fragen zu ihrer Person stellen - z. B. wo sie wohnen, was für Leute sie kennen oder was für Dinge sie haben - und kann auf Fragen dieser Art Antwort geben.

Kann sich auf einfache Art verständigen, wenn die Gesprächspartnerinnen oder Gesprächspartner langsam und deutlich sprechen und bereit sind zu helfen.

## **A2**

Kann Sätze und häufig gebrauchte Ausdrücke verstehen, die mit Bereichen von ganz unmittelbarer Bedeutung zusammenhängen (z. B. Informationen zur Person und zur Familie, Einkaufen, Arbeit, nähere Umgebung). Kann sich in einfachen, routinemäßigen Situationen verständigen, in denen es um einen einfachen und direkten Austausch von Informationen über vertraute und geläufige Dinge geht. Kann mit einfachen Mitteln die eigene Herkunft und Ausbildung, die direkte Umgebung und Dinge im Zusammenhang mit unmittelbaren Bedürfnissen beschreiben

## **B1**

Kann die Hauptpunkte verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Kann die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Kann sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Kann über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben.

## **B2**

Kann die Hauptinhalte komplexer Texte zu konkreten und abstrakten Themen verstehen; versteht im eigenen Spezialgebiet auch Fachdiskussionen. Kann sich so spontan und fließend verständigen, dass ein normales Gespräch mit Muttersprachlern ohne grössere Anstrengung auf beiden Seiten gut möglich ist. Kann sich zu einem breiten Themenspektrum klar und detailliert ausdrücken, einen Standpunkt zu einer aktuellen Frage erläutern und die Vor- und Nachteile verschiedener Möglichkeiten angeben.

## **C1**

Kann ein breites Spektrum anspruchsvoller, längerer Texte verstehen und auch implizite Bedeutungen erfassen. Kann sich spontan und fließend ausdrücken, ohne öfter deutlich erkennbar nach Worten suchen zu müssen. Kann die Sprache im gesellschaftlichen und beruflichen Leben oder in Ausbildung und Studium wirksam und flexibel gebrauchen. Kann sich klar, strukturiert und ausführlich zu komplexen Sachverhalten äußern und dabei verschiedene Mittel zur Textverknüpfung angemessen verwenden.

**C2**

Kann praktisch alles, was er / sie liest oder hört, mühelos verstehen. Kann Informationen aus verschiedenen schriftlichen und mündlichen Quellen zusammenfassen und dabei Begründungen und Erklärungen in einer zusammenhängenden Darstellung wiedergeben. Kann sich spontan, sehr flüssig und genau ausdrücken und auch bei komplexeren Sachverhalten feinere Bedeutungsnuancen deutlich machen ([www.goethe.de](http://www.goethe.de))

Wenn es um die Ausbildung von Studenten oder Menschen geht, die schon in einem Unternehmen tätig sind, setzen die Lehrer den Unterricht gemäß den europäischen Regeln an, die vereinbart wurden. Sowohl bei den Mitarbeitern als auch bei den Studenten orientiert sich der Unterricht auf bestimmte Fachwörter, die beide Gruppen auf die fachorientierte Praxis vorbereiten. Die Bedeutung von Fremdsprachen sehe ich als enorm wichtig an, ebenso die Aus- und Weiterbildung in diesem Bereich. Wenn ein Unternehmen erfolgreich auf dem internationalen Markt sein will, genügt es nicht nur, Mitarbeiter zu haben, die lediglich ihre Muttersprache sprechen. Ohne Fremdsprachkenntnisse wäre es überhaupt nicht möglich das eigene Unternehmen im Ausland zu präsentieren oder überhaupt auf fremden Märkten Fuß zu fassen. (Archan, Dornmayr, 2006, S. 3)

### **3 DIE ROLLE DER DEUTSCHEN SPRACHE UND ANDERER SPRACHEN IN DER WIRTSCHAFT UND UNTERNEHMEN**

#### **3.1 Geschichte**

Am Anfang dieses Kapitels will ich ein paar Worte über die Geschichte anführen. Die Situation in Europa nach dem Zweiten Weltkrieg, also gegen Ende der 40er Jahre des 20. Jahrhunderts, war katastrophal. Viele Fabriken wurden im Krieg total zerstört. Die ganze ökonomische Situation, sei es auf der Seite der Siegermächte, als auch auf der Seite der Verlierer war hoffnungslos. Europa erlebte im 20. Jahrhundert zwei große militärische Konflikte und deswegen begann man nachzudenken, wie man den Frieden sichern sollte, damit man solche Konflikte in der Zukunft vermeidet. Mit diesem Gedanken spielte als erster der britische Premierminister Winston Churchill im September 1946. Er forderte die Schaffung eines vereinigten Europas. Erst Anfang der 50er Jahre entstand unter der Führung von Robert Schumann die Europäische Gemeinschaft für Kohle und Stahl (Montanunion). Dies war sehr wichtig, denn ohne diese beiden Rohstoffe hätte man es sich auf gar keinen Fall leisten können, einen Krieg zu führen. Zu diesem Verband gehörten Belgien, die Bundesrepublik Deutschland, Italien, Frankreich, Luxemburg und die Niederlande. Diese Staaten gründeten auch gemeinsame Organe, die sie alle zusammen genutzt haben. Es wurden ein Ministerrat, ein gemeinsamer Gerichtshof sowie eine Parlamentarische Versammlung gegründet. Im Laufe der weiteren Jahre vertiefte sich die Verbindung dieser Staaten noch mehr. Es wurden gemeinsame Verträge geschlossen, wie z.B. die Römischen Verträge zur Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft. Im Jahre 1973 schlossen sich Großbritannien, Irland und Dänemark der Gemeinschaft an in den 80er Jahren waren es besonders die südlichen Länder, und zwar im Jahre 1981 Griechenland und Mitte der 80er Jahre traten dann Spanien und Portugal dazu. In den 80er Jahren entstand auch die gemeinsame Europäische Hymne. Es wurde eine Flagge vorgestellt. Die weitere Entwicklung der Erweiterung spielte sich in der Mitte der 90er Jahre ab. Es kamen Österreich, Schweden und Finnland hinzu. Die letztendlich größte Erweiterung in der Geschichte dieser europäischen Gemeinschaft erfolgte am 1. Mai 2004, wobei die größte Anzahl der Länder aufgenommen wurde. Unter diesen Staaten war auch die Tschechische Republik. Heutzutage sind 27 Staaten Mitglied der Europäischen Union. Eines der wichtigsten Ereignisse war auf jeden Fall die Abschaffung der Binnengrenzen zwischen den Mitgliedstaaten. Dies ermöglichte,

den freien Transport von Waren und Personen. Im Übrigen konnten die Unternehmen im Ausland leichter einen Partner finden und auf fremde Märkte expandieren. Dies brachte auch eine größere Notwendigkeit des Fremdsprachenbedarfs. (Blom, Meier, 2002, S.12)

### 3.2 Mittelständische Unternehmen

Gerade der freie Warenverkehr trug zum Wachstum von kleineren und mittleren Betrieben bei. Egal ob in den Vereinigten Amerikanischen Staaten, in der Europäischen Union oder in China, weltweit spielen die kleinen- und mittelständischen Unternehmen eine sehr wichtige Rolle. Vor allem für die Ökonomie und Wirtschaft sind sie jene Bausteine, die den Staat und die ganze Gesellschaft auf den Beinen halten. In der Europäischen Union machen sie 99% des Unternehmensbestandes aus. Vor drei Jahren gab es in der Europäischen Union ca. 23 Millionen Kleinst-, Klein- und mittelständische Unternehmen, in denen rund 75 Millionen Menschen angestellt waren. (Strobel, Hoberg, Vogt, 2008, S.173)

Oftmals passiert es, dass deutsche Firmen dazu gezwungen sind, besondere Schwierigkeiten zu lösen. Im Prinzip bilden diese Hindernisse vor allem einen Wettbewerbsnachteil im Vergleich zu Unternehmen, die aus anglophonen Ländern stammen und in denen Englisch als Handelssprache verwendet wird. Dies betrifft vor allem die Ausschreibungen innerhalb der Europäischen Union. (Strobel, Hoberg, Vogt, 2008, S.173)

Eine interessante Ansicht bietet die politische Partei FDP in einem Artikel an, der über Deutsch als Arbeitssprache in der Europäischen Union berichtet:

*„Durch die bevorzugte Verwendung des Sprachenpaares Englisch-Französisch, z. B. bei der Erstellung von Wirtschaftsdatenbanken, bei Ausschreibungen und generell in den Internetauftritten der EU sind Verhandlungsführer und generell die deutsche Wirtschaft, insbesondere der Mittelstand, benachteiligt.“* (www.fdp-in-europa.de )

Die Notwendigkeit von Fremdsprachenkenntnissen in den Unternehmen bestätigt auch eine Umfrage, die im Jahre 2005 von der Generaldirektion Bildung und Kultur der Europäischen Kommission im Auftrag des britischen National Centre for Languages in Zusammenarbeit mit einem internationalen Forschungsteam durchgeführt wurde. Laut dieser Umfrage stellte man fest, dass etwa 11 % der befragten kleinen und mittelständischen Unternehmen, die ihre Waren ins Ausland liefern, wegen mangelnder Fremdsprachenkenntnisse ihre Aufträge verloren. Aufgrund dieser Ergebnisse liegt der Erfolg von Exportlieferungen an mehreren Faktoren. Es muss eine Strategie angewendet werden, die die Kommunikation

in mehreren Sprachen ermöglicht. Sehr wichtig sind dabei Muttersprachler, die von den Firmen angestellt werden müssen. Die gleiche Rolle spielen auch Mitarbeiter mit Fremdsprachkenntnissen. Zuletzt wären es dann auch noch professionelle Dolmetscher, die beauftragt werden müssen. Es ist auch allgemein bekannt, dass Englisch eine Führungsposition in der Welt hat, was die Kommunikation betrifft. Genau so verhält es sich mit der Bedeutung des Englischen auf den Exportmärkten. Aber die Umfrage zeigt auch, dass die Wirklichkeit des Fremdsprachenbedarfs viel abwechslungsreicher ist. Es gibt Gebiete, in denen auch andere Sprachen weit verbreitet sind. Zum Beispiel in Osteuropa, hier wurde aufgezeichnet, dass Russisch und die deutsche Sprache eine wichtige Rolle darstellen. Oder das Französische wird sehr oft als Unternehmenssprache in Teilen Afrikas verwendet. Auch der Anteil von Spanisch in Süd- und Mittelamerika ist zu erwähnen. Damit die Partnerschaft von Unternehmen, die auf der internationalen Ebene tätig sind, entstehen und ausgebaut werden kann, muss man auch die Kenntnisse über Sprache, Kultur und Mentalität von dem jeweiligen Land kennen und berücksichtigen.

([www.es.migration-online.de](http://www.es.migration-online.de))

Die gleiche Meinung, bezüglich der deutschen Sprache bietet Hans-Jürgen Krumm (2005) in seinem Werk an. Nach Meinung dieses Autors war das Deutsche über Jahrhunderte eine Sprache, die einen großen Einfluss in Europa hatte. Das Ansehen des Deutschen wurde vom Nationalsozialismus während des Zweiten Weltkriegs merkbar beschädigt. Aber trotzdem gilt die Deutsche Sprache neben Russisch heutzutage als wichtiges Verständigungsmittel in Gebieten von Mittel-, Ost- und Südeuropa.

Wenn wir von den Fakten ausgehen, so sprechen die deutsche Sprache ungefähr 100 Millionen Menschen in Europa. Demzufolge ist Deutsch auf dem alten Kontinent auf dem ersten Platz als meistgesprochene Muttersprache. Deutschland hat auch mit seiner Lage in der Mitte Europas eine wichtige Rolle für Transport von Waren, Menschen und nicht zuletzt auch von Ideen. Dieser Staat gilt seit vielen Jahren als wichtigster Handelspartner für Tschechien und die Slowakei. Auch durch diese ökonomischen Beziehungen entsteht eine Notwendigkeit an Deutsch- beziehungsweise Tschechischkenntnissen.

### **3.3 Sprachenvielfalt ist wichtig**

Der Bedarf an der englischen Sprache ist ohne Zweifel groß und es kann auf keinen Fall darauf verzichtet werden. In der Unternehmenspraxis sieht man sehr oft vor große technische Probleme gestellt. Das können beispielsweise Wartungsarbeiten an einer Maschine im

Bereich Maschinenbau sein. Muss nun der Kundschaft im Ausland gerufen werden, dann erfolgt eine solche Kommunikation häufig über eine dritte Sprache. In der Regel stellt diese dritte Sprache das Englische dar. Die zwei übrigen Sprachen sind die Muttersprachen der Geschäftspartner, die dieses Problem lösen sollten. Aber nun kann es passieren, dass beide Geschäftspartner, die dieses technische Hindernis überwinden müssen, die Drittsprache mit Fehlern gelernt haben. Deswegen entsteht eine Mischung aus den drei Sprachen, die meist auch mit Fehlern gesprochen wird. Demzufolge ist es oft schwierig, sich mit der anderen Seite zu verständigen. Es wäre auf jeden Fall besser, wenn man eine Muttersprache der beiden Geschäftspartner verwenden würde. Dabei verringert sich auch das Risiko von Fehler. Dieses Beispiel bestätigt wieder die Notwendigkeit von anderen Sprachen.

Eine interessante Ansicht, führt in seinem Werk Jürgen Bolten (2007) an. Heutzutage sind wir Zeugen von Migration, so gibt es zum Beispiel in der Bundesrepublik Deutschland eine große türkische Minderheit, in Frankreich wiederum eine beachtliche Gruppe von Muslimen und überall in der Welt ist es ähnlich, dass die Menschen übersiedeln und einen höheren Lebensstandard suchen. Genau, so verhält es sich auch mit den Sprachexporten. Als Folge der Migration entstehen zahlreiche Sprachmischungen. Allein in China gibt es sieben gesprochene Hauptsprachen, wobei es je nach Region auch viele Dialekte gibt. Aber im Unterschied dazu stellt sich das Englische noch variantenreicher dar. Im Falle dieser Sprache gibt es eine Kette von regional üblich benutzten Varianten, bei denen sich noch über fünfzig Sub-Varietäten unterscheiden lassen. Hier führe ich die übliche Vielfalt des Englischen auf.

British and Irish Standard English
American Standard English
Canadian Standard English
Caribbean Standard English
West African Standard(izing) English
East African Standard(izing) English
South(ern) African Standard(izing) English
South Asian Standard(izing) English
East Asian Standardizing English (Hongkong)
Australian Standard English
New Zealand Standard English
South Pacific Standard English

*Tab. 1 Englisch in der Welt*

(Bolten, 2007, S.37)

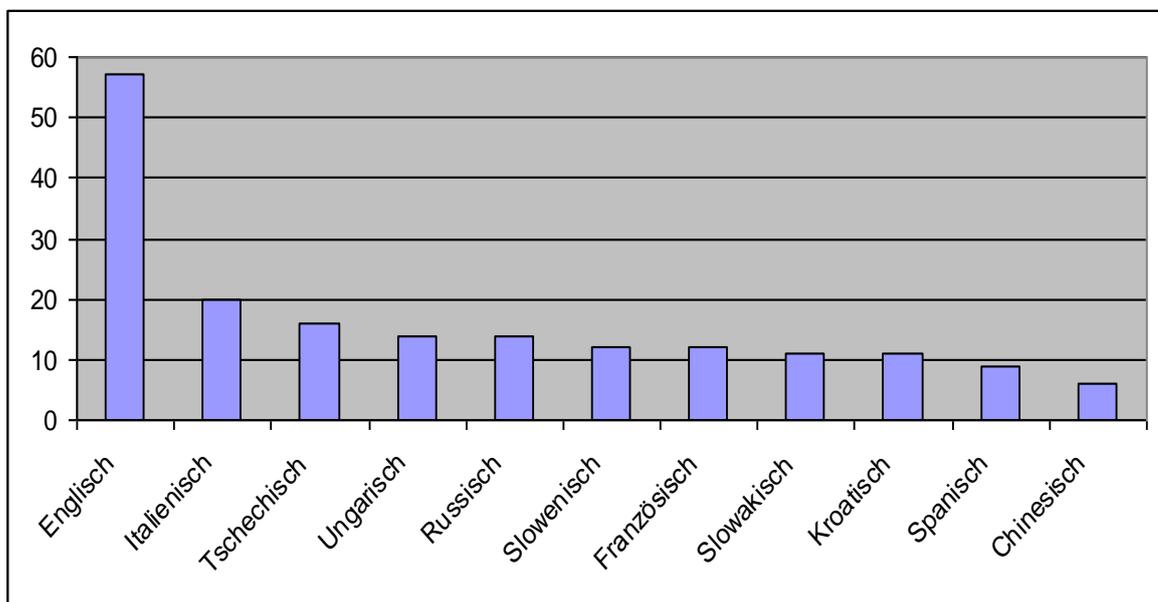
Schon aus dieser Tabelle und ausgehend von den vielen Sub-Varietäten des Englischen ist es irreführend, die englische Sprache als Weltsprache zu bezeichnen. Vielmals ist man bei der Nutzung von dieser Sprache mit vielen Hindernissen konfrontiert, die in Bezug auf die Aussprache entstehen können. Ein solches Beispiel kann folgendes sein:

*„Today“ wird beispielsweise in Australien wie „to die“ im britischen Standardenglisch ausgesprochen.*“ (Jürgen Bolten, 2007, S. 38)

Anhand dieses Beispiels sieht man, dass Fehler meistens schon vorprogrammiert sind. Wir müssen also zwischen Englisch und Englisch unterscheiden, weil es nicht das gleiche ist. Die Zahl der Menschen, die Englisch sprechen, bewegt sich um die 1,4 Milliarden. Aber davon sind nur 350 Millionen Muttersprachler. Demzufolge muss der Rest, etwa 700 Millionen Menschen, die Sprache nicht in allen Fällen korrekt verwenden. (Jürgen Bolten, 2007, S. 38)

Sabine Archan und Helmut Dornmayr geben in ihrer Studie (2006), die den Fremdsprachenbedarf österreichischer Unternehmen betrifft, an: Das Englische hat zwar in der Wirt-

schaft eine bedeutende Stellung, aber der Grad der Nutzung dieser Sprache ist von Sitz, Größe und Bereich, in dem das Unternehmen tätig ist, abhängig. Zum Beispiel in Wien, das als eine multikulturelle Metropole gilt, wurde festgestellt, dass Englisch nur von 60 % der Mitarbeiter verwendet wird. Diese Statistik ist ein bisschen überraschend, weil es gerade in Wien eine große Anzahl von Unternehmen gibt, in denen das Englische als Betriebs-sprache benutzt wird. Gleich hinter Wien stehen auf den weiteren Plätzen Salzburg mit 49 % und Vorarlberg mit 48 %. Auch in anderen Teilen Österreichs hat sich ein Bedarf am Englischen gezeigt. In Niederösterreich und der Steiermark liegt der Bedarf des Englischen unter den Mitarbeitern bei 34 %. Diese Statistiken bestätigen auch die Notwendigkeit von anderen Sprachen. In dieser Studie wird darüber hinaus eine Statistik angeführt, aus der hervorgeht, welche Sprachen in der Zukunft in österreichischen Unternehmen an Bedeutung gewinnen könnten. Daran sieht man, dass das Englische schon wieder führt, aber die Spalte von weiteren Sprachen ist auch sehr groß. Es handelt sich nicht nur um kleine Zahlen, zum Beispiel in dem Fall des Tschechischen (16 %).



*Graph 1 Vorhersage des Fremdsprachenbedarfs in österreichischen Unternehmen in der Zukunft*

(Sabine Arnchan, Helmut Dornmayr, 2006, S.56)

## **II. PRAKTISCHER TEIL**

## 4 EINFÜHRUNG DES PRAKTISCHEN TEILS

An den Anfang des praktischen Teils meiner Bachelorarbeit will ich ein paar Worte über die Gestaltung dieses Teils stellen. Mein praktischer Teil besteht aus drei Teilen.

Im ersten Teil beschreibe ich die Strategie, die ich für meine Forschung als am besten geeignet halte, kurz gesagt meine Gedanken und Pläne. Außer meiner Strategie habe ich in diesem Teil auch meine Ziele beschrieben, die ich für besonders wichtig halte, weil sie der ganzen Arbeit einen Sinn geben.

Der zweite Teil enthält Informationen über die Gestaltung meines Fragebogens. Ich musste überlegen, auf welche Art und Weise ich meine Fragen stelle, damit sie für meine Forschung auch förderlich sind. In diesem Teil erfährt der Leser, welche Arten der Fragen ich ausgewählt habe und was sie alles betrafen.

Wie auch der Titel meiner Arbeit sagt beschäftigt sich mein Thema mit dem Fremdsprachenbedarf in den Unternehmen im Raum Zlín. Deswegen habe ich in der Stadt Zlín und in der Umgebung von dieser Stadt eine Forschung durchgeführt. Diese Forschung habe ich in Form eines Fragebogens ausgeführt, wobei ich Unternehmen aller Arten besucht habe also Unternehmens unterschiedlicher Größen. Es waren Gewerbetreibende sowie kleinere, als auch mittelständische und Großunternehmen dabei. In diesem Teil findet der Leser die Auswertung der Ergebnisse, die ich dabei gewonnen habe.

### 4.1 Strategie und Ziele

Als ich den Fragebogen erstellt habe, musste ich eine Strategie ausdenken, in welcher Form ich die von mir erstellten Fragebögen an die Firmen verschicke. Gleich am Anfang habe ich ungefähr zehn Stück dieser Fragebögen meinen Bekannten zum Ausfüllen gegeben wobei ich wusste, dass ihre Eltern oder Geschwister in einer Firma angestellt sind, die in der Stadt Zlín oder Umgebung ihren Sitz hat. Das hatte für mich eine große Bedeutung. Das war die erste Variante, wie ich die benötigten Informationen gewonnen habe.

In der Stadt Zlín gibt es weiterhin einige Großunternehmen, die eine bedeutende Rolle für diese Region spielen. Das sind vor allem Barum Continental, spol. s. r. o., Baťa a.s, ZPS-GO a.s. und PSG-International a.s. Alle diese Unternehmen wollte ich besuchen, um den aktuellen Fremdsprachenbedarf in diesen Firmen festzustellen.

In der zweiten Phase habe ich im Internet mit den Angaben des Tschechischen Statistischen Amtes gearbeitet. Dabei habe ich die ganze Liste der im Landkreis Zlín registrierten Unternehmen herausgesucht. In diesem Register gibt es mindestens eine Adresse oder einen Kontakt zu diesen Firmen. Es sind meistens E-Mailadressen oder Telefonnummern. Am Anfang versuchte ich, eine E-Mail mit der Bitte, einen kurzen Fragebogen auszufüllen, an ungefähr dreißig Unternehmen zu verschicken. Aber sehr bald habe ich festgestellt, dass dies nicht der richtige Weg ist, um die gewünschten Informationen zu erhalten. Von den von mir verschickten dreißig E-Mails kam nur eine einzige zurück. Deswegen musste ich mich für andere, und zwar die aufwendigste Möglichkeit entscheiden. Ich besuchte selbst über achtzig Unternehmen in der Stadt Zlín und ihrer Umgebung. Dies nahm wirklich sehr viel Zeit in Anspruch, ich habe mich fast jede Woche im Wintersemester etwa zehn Stunden mit dieser Forschung befasst. Aber es muss auch gesagt werden, dass dies der beste Weg war, um an die gewünschten Informationen zu gelangen. Ich bin den Menschen persönlich begegnet und deswegen bekam ich auch oft zusätzliche Informationen, die ich normalerweise nicht erhalten hätte. Etwa Mitte Dezember hatte ich schon die gewünschten einhundert Fragebogen ausgefüllt zu Hause.

Was die Ziele meiner Bachelorarbeit anbelangt, gibt es mehrere. In der letzten Zeit spricht man immer häufiger darüber, dass die deutsche Sprache nicht mehr an den tschechischen Schulen unterrichtet werden sollte. Dies geschieht meist in Folge der Verbreitung des Englischen, das heutzutage als die Weltsprache Nummer eins (Lingua franca) gilt. Ich persönlich studiere die deutsche Sprache an der Thomas-Bata-Universität in Zlín. Auch aus diesem Grunde will ich anhand dieser Forschung die Bedeutung der deutschen Sprache klären und damit auch einen Ansatzpunkt zu der Diskussion über das Thema Deutsch an den tschechischen Schulen leisten. Andererseits bin ich auch einer der Studenten, die an der Humanwissenschaftlichen Fakultät studieren, wo wir meistens die Fremdsprachen erlernen. Deswegen ist es auch eines meiner Zielen feststellen, wie häufig die Fremdsprachen von den Unternehmen verwendet werden, weil es auch mein zukünftiger Beruf sein könnte.

## **4.2 Gestaltung des Fragebogens**

In Zusammenarbeit mit der Leiterin meiner Bachelorarbeit haben wir einen Fragebogen erstellt. Dieser Fragebogen besteht aus mehreren Fragen aller Art. Es gibt hier nicht nur

offene Fragen, sondern auch Fragen, bei denen die an meiner Forschung teilnehmenden Firmen die Möglichkeit hatten, sich die Antwort selbst auszuwählen.

Am Anfang dieses Fragebogens sollten die Unternehmen allgemeine Angaben anführen. Dies waren vor allem der Name, die Rechtsform, der Sitz, die Anzahl der Mitarbeiter und der Unternehmensgegenstand. Anhand dieser Informationen konnte ich dann bei der eigentlichen Auswertung die Unternehmen zum Beispiel nach Größe und Bereich der eigenen Tätigkeit einordnen. Dank dieser Informationen war es weiterhin möglich, zahlreiche Kombinationen von Diagrammen und Tabellen anzulegen. Dies bedeutete einen großen Beitrag für die statistische Auswertung und grafische Darstellung der gewünschten Ergebnisse.

Im nächsten Teil des Fragebogens hat mich besonders der Fremdsprachenbedarf im Rahmen der Firma interessiert. Es gab fünf Stufen, aus denen man auswählen konnte: vom niedrigen Bedarf bis hin zum hohen und regelmäßigen. Bei meinen Besuchen in den Firmen traf ich meist mit Mitarbeitern der Personalabteilung zusammen, die diesen Fragebogen ausgefüllt haben. Außer dieser Abstufung sollten sie auch eine bestimmte Sprache oder Sprachen ankreuzen, die als Kommunikationsmittel mit Geschäftspartnern im Ausland dienen.

Der nächste Bestandteil meiner Forschung war eine Frage, die die Art der Kommunikation betraf. Im meinem Fragebogen habe ich vier Möglichkeiten zur Verfügung gestellt wobei erlaubt wurde, auch zwei Arten der Kommunikation auswählen. Es waren folgende:

- überwiegend mündlich
- mündlich
- schriftlich
- überwiegend schriftlich

Dazu galt immer noch die Regel, eine bestimmte Sprache ankreuzen zu müssen, in der die Art der Kommunikation erfolgte. Mit dieser Frage hängt auch die nächste zusammen.

In jedem Unternehmen ist mit der Kommunikation mit den ausländischen Arbeitspartnern jemand anderes beauftragt. Meistens sind es Angestellte, die im Top- oder mittleren Management beschäftigt sind. Aber es kann auch passieren, dass Mitarbeiter, die in der Produktion arbeiten, in einer Fremdsprache kommunizieren müssen. Normalerweise begegnet man dieser Tatsache in einer Produktionsfirma nur selten. Aber schon anders ist es mit

diesem Fremdsprachenbedarf bei den Transportgesellschaften. Hier müssen selbst die Fahrer über Grundkenntnisse in einer Fremdsprache verfügen, damit sie zum Beispiel die transportierte Ware auch ohne Schwierigkeiten ausladen können. Um alle diese Stufen des Managements im Bezug auf den Fremdsprachenbedarf zu vergleichen, stellte ich auch die Frage, wer überhaupt in der Firma kommuniziert. Es wurden vier Möglichkeiten zur Verfügung gestellt, wobei auch Mehrfachnennungen möglich waren. Konkret handelt es sich um folgende:

- Top-Management
- Mittleres Management
- Mitarbeiter der Verwaltung
- Produktionsmitarbeiter

Wie bereits weiter oben angeführt, ist die Antwort von der jeweiligen Firma abhängig. Die Gestaltung des Managements ist in einem Großunternehmen anders als zum Beispiel bei einem Gewerbetreibenden. Deswegen gab es auch außer diesen vier Möglichkeiten eine fünfte. In dieser fünften Möglichkeit durften die befragten Unternehmen selbst erwähnen, ob jemand anderes kommuniziert.

Das alles waren Fragen, die den Inhalt des ersten Teiles meines Fragebogens dargestellt haben.

Es hat mich weiterhin interessiert, welcher Grad der Sprachbeherrschung erwartet wird, wenn ein Unternehmen einen neuen Mitarbeiter einstellen wollte. Im Falle dieser Frage gab es wieder fünf Möglichkeiten, wobei nur eine angekreuzt werden sollte. Es handelte sich um folgende:

- Ausgezeichnet in Wort und Schrift
- Sehr gut in Wort und Schrift
- Gut in Wort und Schrift
- Grundkenntnisse mündlich / schriftlich
- Sehr einfache spezifische Kenntnisse

Ebenfalls im Rahmen dieser Frage sollten die Firmen bewerten, ob diese Kenntnisse so vorhanden sind, wie erwartet beziehungsweise gefordert. Dazu gab es nur die Antwort ja

oder nein. Wenn sie eine positive Antwort erwähnt haben, dann sollten sie jeweils noch eine bestimmte Sprache auswählen. Es durften auch zwei oder mehrere sein. Dies war abhängig von dem Bedarf der bestimmten Firma.

Ich habe schon bei der vorigen Frage angedeutet, dass es sehr unterschiedlich ist, wer in einem Unternehmen kommuniziert. Im letzten Bestandteil dieser Frage wollte ich deshalb feststellen, auf welcher Ebene man in den bestimmten Stufen des Managements kommuniziert. Dazu galten bei jeder Stufe die gleichen fünf Möglichkeiten, die am Anfang dieser Frage erwähnt wurden, also von ausgezeichneten Fähigkeiten in Wort und Schrift bis hin zu sehr einfachen spezifischen Kenntnissen.

Mit dieser Frage ist auch die nächste verbunden. Hier sollten die Firmen angeben, was alles getan wird, um diese Anforderungen zu erfüllen. Die befragten Firmen konnten sich für mehrere Antworten entscheiden.

In der vorletzten Phase meines Fragebogens interessierte ich mich auch dafür, ob in den Unternehmen den Mitarbeitern auch Sprachkurse angeboten werden. Wenn sie positiv geantwortet haben, dann sollten sie auch eine bestimmte Sprache nennen, die unterrichtet wird. Außerdem bat ich sie, ihre Sprachkurse nach Möglichkeit zu bewerten. Die letzte Frage, die zu diesem Thema gestellt wurde, war, wie viel sie in den Sprachunterricht pro Jahr investieren.

Am Schluss meines Fragebogens die Firmen den künftigen Bedarf an Fremdsprachkenntnissen in den jeweiligen Sprachen prognostizieren.

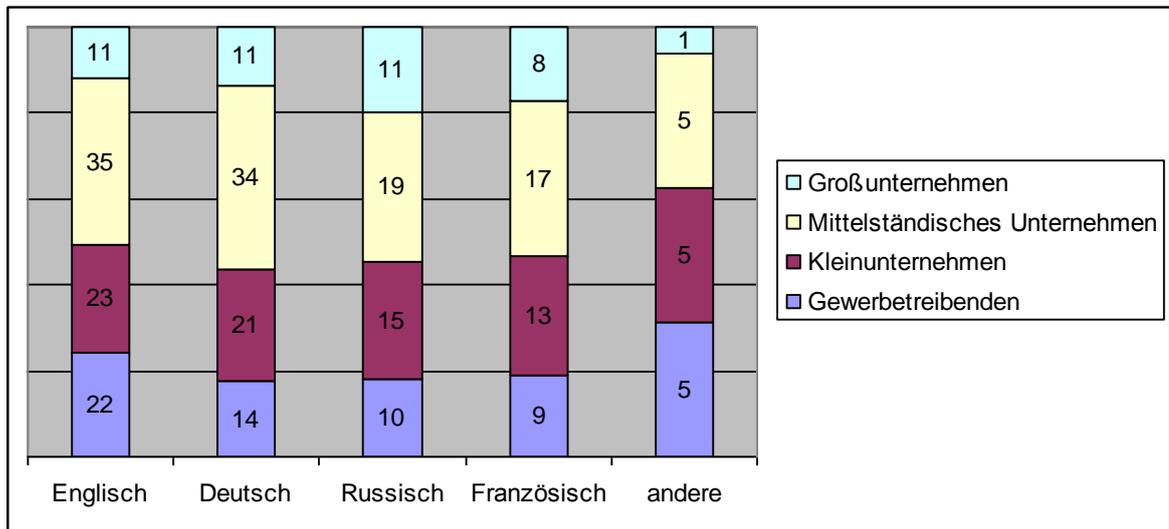
### 4.3 Auswertung von gesammelten Angaben

In diesem Teil beschäftige ich mich mit der Auswertung der zurückerhaltenen und gesammelten Fragebögen, die ich als einzige Quelle bei der von mir durchgeführten Untersuchung verwendet habe. Wie ich schon angedeutet habe, handelt es sich um 100 befragte Unternehmen im Raum Zlín.

Großunternehmen	11
Mittelständische Unternehmen	34
Kleinunternehmen	25
Gewerbetreibende	30

*Tab. 2 Betriebsgröße*

Ich habe im Rahmen meiner Forschung 100 Firmen im Raum Zlín kontaktiert. In der Tabelle Nr. 2 gibt es die gesamte Anzahl der Unternehmen nach Betriebsgröße, die an meiner Forschung teilgenommen haben.

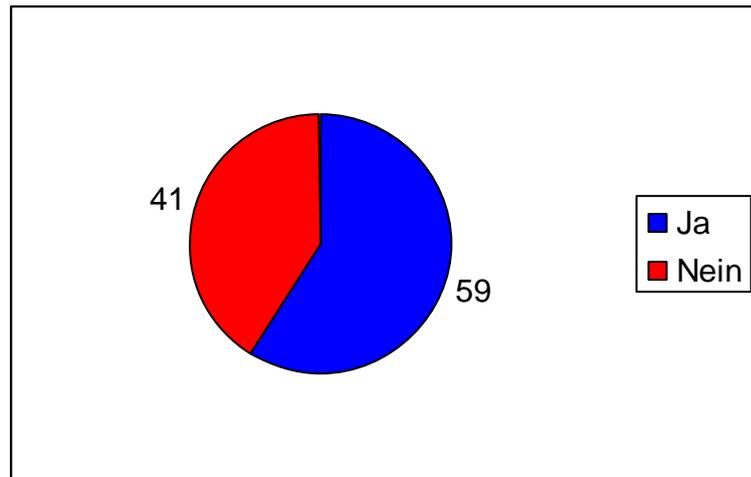


Graph 2 Verwendung einzelner Sprachen nach Betriebsgröße

Aus dem Graph Nr. 2 ist zu entnehmen, dass die Verwendung der einzelnen Fremdsprachen von der Betriebsgröße abhängt. In allen 11 an meiner Forschung teilgenommenen Großunternehmen wird Englisch, Deutsch und Russisch als Kommunikationsmittel mit den Geschäftspartnern verwendet, wobei am häufigsten in Englisch kommuniziert wird. Die deutsche Sprache rangiert auf dem zweiten Platz. Russisch wurde zwar auch 11 Mal erwähnt, aber die Verwendung ist nicht so regelmäßig. Das Französische ist nur selten als Kommunikationssprache verbreitet. Beim Vergleich der anderen Betriebsgrößen bewegt sich der Fremdsprachenbedarf in ähnlichen Relationen. Sowohl bei Gewerbetreibenden, als auch in kleinen und mittelständischen Unternehmen überwiegt Englisch als Kommunikationsmittel Nummer eins. Regelmäßig wird auch Deutsch verwendet. Anderen Sprachen begegnet man auch, aber nicht so oft wie dem Englischen und Deutschen.

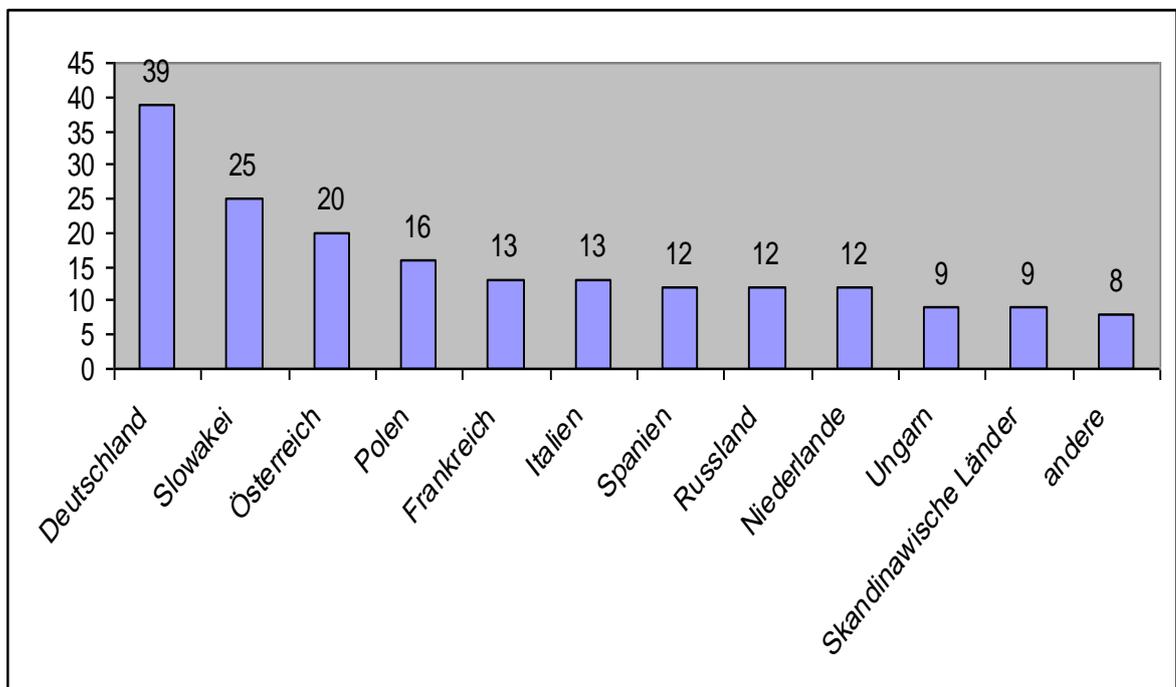
**Frage: *Exportieren Sie ihre Erzeugnisse auch ins Ausland oder nicht?***

In dieser Frage wollte ich vor allem feststellen, ob die Unternehmen im Raum Zlín und Umgebung auch ihre Ware ins Ausland liefern. Wenn man eigene Produkte ins Ausland liefert, dann ist auf jeden Fall auch der Fremdsprachenbedarf größer, im Vergleich zum Beispiel zu Firmen, die nur im Rahmen des Binnenmarktes agieren.



Graph 3 Anzahl der exportierenden und nichtexportierenden Unternehmen im Raum Zlín

Dem Schaubild Nummer 3 ist zu entnehmen, dass die Mehrheit der befragten Unternehmen sich vor allem auf den Export orientiert. Deswegen ist zu erwarten, dass fast 60 Unternehmen, die ich befragt habe, auch Fremdsprachkenntnisse von ihren Mitarbeitern fordern werden. Die Unternehmen sollten außerdem Zielländer nennen, wohin die Erzeugnisse ausgeliefert werden. Diese Statistik zeigt der nächste Graph Nr.4.



Graph 4 Die Zielländer der Erzeugnisse, die von den Unternehmen im Raum Zlín hergestellt werden.

Aus diesem Diagramm geht hervor, dass die meisten Waren nach Deutschland exportiert werden. Von allen 100 befragten Unternehmen hat Deutschland 40 Stimmen bekommen. Das macht aus der BRD den größten Abnehmer der Erzeugnisse, was nicht überrascht. Auf den nächsten drei Plätzen liegen alle anderen Nachbarländer der Tschechischen Republik, die Slowakei mit 25, Österreich mit 20 und Polen noch mit relativ großem Anteil 16 Nennungen. Darüber hinaus gab es fünf Länder, die fast die gleiche Menge der Stimmen bekommen haben. Alle diese Länder liegen in Europa. Zu diesen Ländern zählt auch Russland. Interessanterweise stellten im Rahmen meiner Umfrage auch Gebiete wie Thailand, mit einer Stimme und die Antarktis sogar mit drei Stimmen einen Teil der Ergebnisse dar.

Frage: *Wie sieht es mit dem Fremdsprachenbedarf in ihrem Unternehmen aus? Nennen Sie bitte konkrete Sprache(n), die benutzt wird(werden)?*

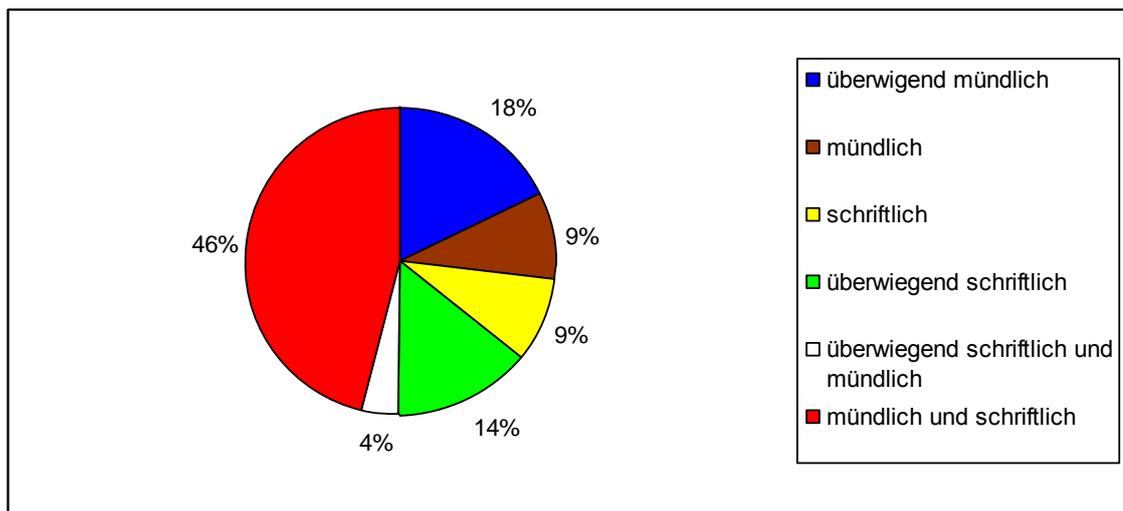
Konkrete Sprache	insgesamt
Englisch	91
Deutsch	83
Russisch	53
Französisch	50
Italienisch	19
Spanisch	16
Polnisch	8
Slowenisch	5
Slowakisch	1

Tab. 3 Fremdsprachenbedarf insgesamt

Die Tabelle Nr.3 zeigt, wie viele Sprachen man in den Unternehmen im Raum Zlín benutzt. Wenn wir das Slowakische aus der Sicht der Tschechen als Fremdsprache außer Acht lassen, so ergab sich, dass acht Fremdsprachen von den Unternehmen benutzt werden. Es ist nicht erstaunlich, dass die englische Sprache mit 91 Stimmen den ersten Platz belegte. Das bedeutet, dass man dem Englischen fast in jedem Unternehmen begegnet. Und diese Sprache gilt als wichtigstes Verständigungsmittel mit Ausländern. Nach den statistischen Ergebnissen stellt die deutsche Sprache auf dem zweiten Platz mit 83 Stimmen eine starke Konkurrenz zum Englischen dar. Die anderen Sprachen wurden wesentlich seltener genannt. Um 30% weniger im Vergleich zur deutschen Sprache hat Russisch mit

53 Stimmen den dritten Platz besetzt. Nur selten ist es notwendig, Kenntnisse im Italienischen oder Spanischen zu haben.

Frage: *Welcher Art der Kommunikation wird in ihrer Firma verwendet?*



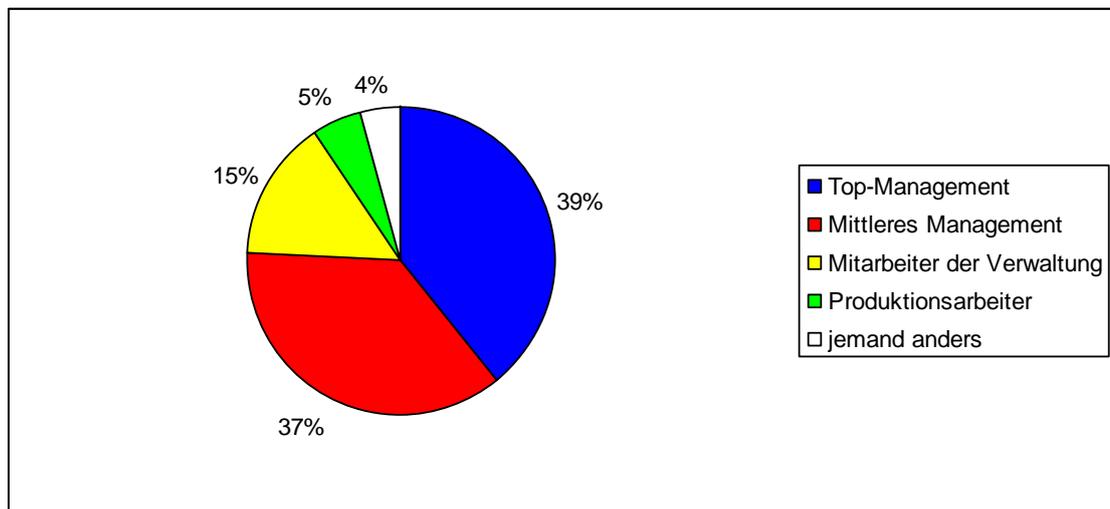
*Graph 5 Art der Kommunikation*

Fast in der Hälfte der befragten Unternehmen benutzt man als Art der Kommunikation die schriftliche oder mündliche Form in gleichem Verhältnis. Zur mündlichen Form gehören vor allem Telefongespräche oder der direkter Kontakt mit dem Geschäftspartner, das heißt, die sog. „Face to Face“ Kommunikation. Im Rahmen der schriftlichen Form schreibt man meistens E-Mails. Aber es wurde auch deutlich, dass es Unternehmen gibt, in denen man im Rahmen der Kommunikation mit Geschäftspartnern nur eine von diesen zwei Verständigungsformen verwendet. Die Anzahl dieser Unternehmen beläuft sich auf etwa 9 %, sowohl bei der schriftlichen, als auch bei der mündlichen Form. Es überrascht keineswegs, dass nur wenige Unternehmen auf diese Art und Weise kommunizieren. In der Praxis funktioniert es meistens so, dass es in manchen Fällen nicht nötig ist, mit den ausländischen Kollegen mündlich zu sprechen. Es genügt einfach, eine E-Mail zu senden und die anstehende Aufgabe in Ruhe zu erledigen.

Frage: *Wer kommuniziert?*

In jedem Unternehmen gibt es Mitarbeiter, die für ihre Abteilung verantwortlich sind. Mit welcher Tätigkeit oder Aufgabe ein bestimmter Mitarbeiter beauftragt ist, hängt auch von der Firmenleitung ab. In meiner Forschung habe ich mich besonders mit dem Fremdsprachenbedarf beschäftigt. Deswegen interessierte mich bei dieser Frage, wer mit den ausländischen

dischen Geschäftspartnern kommuniziert. Sind es die obersten Stufen des Managements oder fordert die Firma diese Tätigkeit auch von Mitarbeitern aus der Produktion.



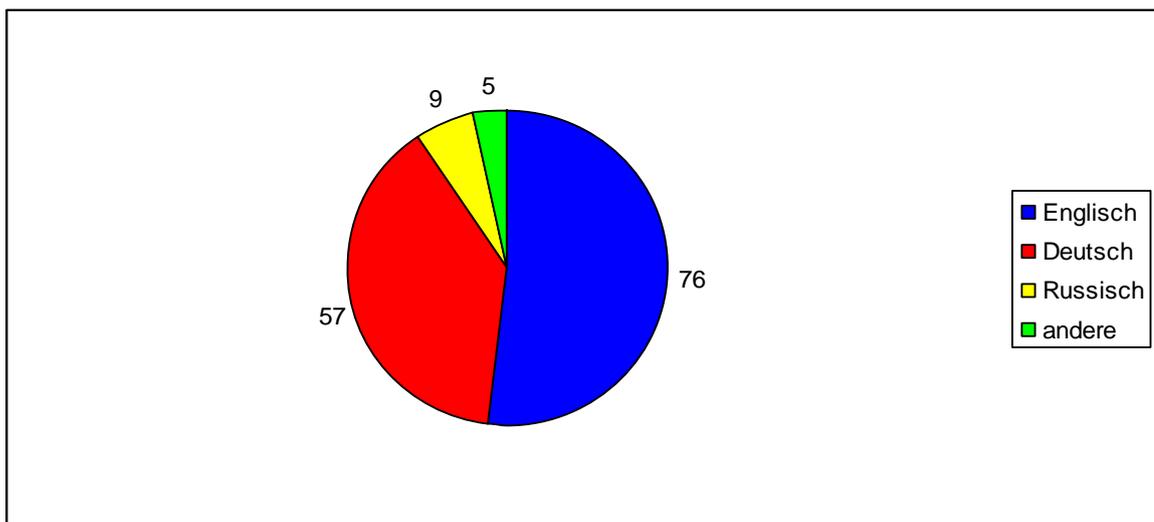
Graph 6 Wer kommuniziert im Unternehmen in einer Fremdsprache mit Geschäftspartnern

Aus der Grafik Nr. 6 ist zu entnehmen, dass in den meisten beteiligten Unternehmen die fremdsprachliche Kommunikation von den Mitarbeitern des Top-Managements geleistet wird. Es sind 39 % Leiter, Top-Manager und Generaldirektoren, die selbst für die Übermittlung von Informationen in einer Fremdsprache verantwortlich sind. Aber nur 2 % weniger Stimmen hat das mittlere Management bekommen. Das finde ich nicht überraschend, weil dieser Teil des Managements meistens zur Kommunikation nicht nur in Fremdsprachen, sondern auch mit Muttersprachlern und anderen Arten der Kommunikation geeignet ist. Demgegenüber achtet man in befragten Firmen nur wenig darauf, dass die Produktionsarbeiter über Kommunikationskenntnisse in einer Fremdsprache verfügen. Die in der Grafik Nummer 6 erwähnten vier Prozent bilden vor allem Kraftfahrer im Fernverkehr, wobei ich dank meiner Umfrage auch erfahren habe, dass bei ihnen minimale Sprachkenntnisse vollkommen ausreichend sind, zum Beispiel in Erfahrung zu bringen, wo die Ware ausgeladen werden soll usw.

Frage: **Welcher Grad der Sprachbeherrschung wird erwartet?**

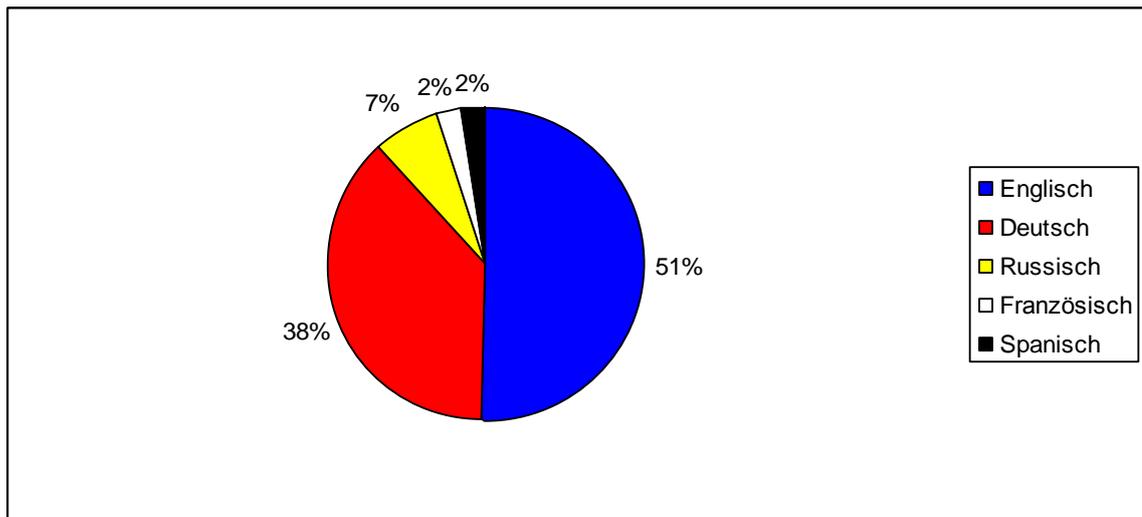
Diese Frage ist nicht einfach zu beantworten. Sowohl im Top-Management als auch bei den Produktionsarbeitern werden jeweils andere Kenntnisse gefordert. Deswegen habe ich meine Frage an alle diese Stufen gerichtet. Am Anfang habe ich mich mit der obersten Stufe beschäftigt, und zwar mit dem Top-Management. Gerade im Top-Management fordern die meisten Firmen möglichst ausgezeichnete Kenntnisse in Wort und Schrift. Dies

betrifft 45 % aller an meiner Forschung beteiligten Unternehmen. Ungefähr 20 % behaupten, dass es genügt, sehr gute sprachliche Fähigkeiten zu haben. Nur sehr einfache spezifische Kenntnisse wurden sehr selten erwähnt. In Bezug auf die Sprachen, die im Top-Management dominieren, ist es vor allem Englisch mit 76 Stimmen, das meistens benutzt wird. Auf dem zweiten Platz liegt Deutsch, wobei diese Sprache 57mal von einhundert befragten Unternehmen als Kommunikationssprache genannt wurde, siehe Diagramm Nr. 7.



*Graph 7 häufig geforderte Fremdsprachen im Top-Management*

Wie bereits dargelegt, habe ich mich nicht nur mit dem Top-Management, sondern auch mit anderen Teilen des ganzen Managements befasst. In mittlerem Management ist der Gebrauch an Fremdsprachen seltener. Diejenigen Mitarbeiter, die in diesem Sektor angestellt sind, müssen aber auch sehr gute Wort- und Schriftkenntnisse haben. Dazu haben sich 47 von 100 Gefragten geäußert. Demgegenüber nur gute mündliche und schriftliche Fähigkeiten wurden von 32 der insgesamt 100 Unternehmen genannt. Die meisten Sprachen, die als Verständigungsmittel in mittlerem Management verwendet werden, sind wiederum Englisch und Deutsch, siehe Diagramm Nr. 8.



*Graph 8 Fremdsprachenbedarf im mittleren Management*

Je niedriger die Stufe des Managements, desto niedriger der Fremdsprachenbedarf. Unter den Mitarbeitern der Verwaltung überwiegen nur Grundkenntnisse, sowohl in schriftlicher, als auch in mündlicher Form, die für den Arbeitgeber genügend sind. Eine solche Meinung hat die Mehrheit der befragten Firmen vertreten. Die meistbenutzten Fremdsprachen sind Englisch mit 41 Stimmen (51%) im Vergleich zur deutschen Sprache, die den zweiten Platz belegte. Russisch wurde beispielsweise nur 6 Mal erwähnt.

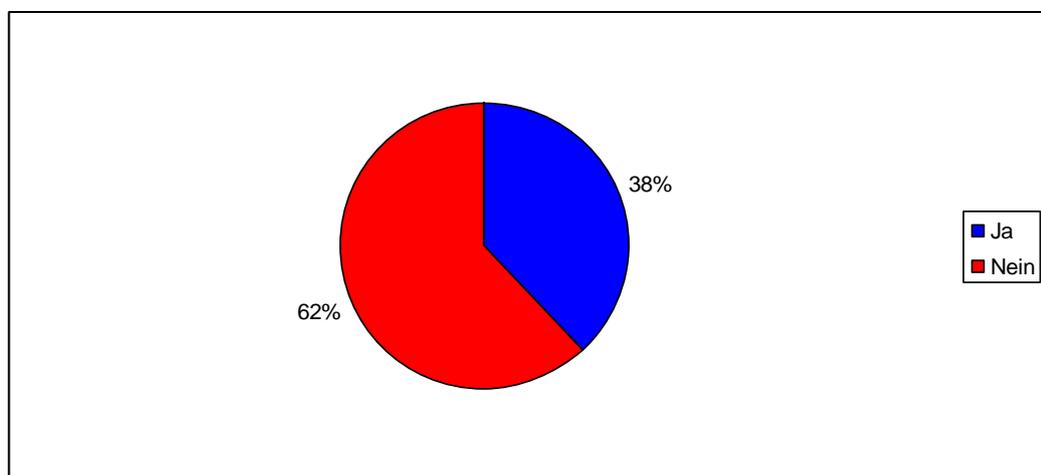
Im Vergleich zum Top-Management ist der Fremdsprachenbedarf bei den Produktionsarbeitern im Allgemeinen niedriger. Wie ich schon angedeutet habe, braucht man unter den Produktionsarbeitern keine ausgezeichneten mündlichen und schriftlichen Fremdsprachenkenntnisse. Die absolute Mehrheit der befragten Unternehmen sieht diese Voraussetzungen gerade bei dieser Gruppe von Mitarbeitern als zwecklos an. Wenn Kenntnisse gefordert werden, dann nur im Fall der schon erwähnten LKW-Fahrer, in den Produktionsfirmen nur sehr selten bis gar nicht. Interessanterweise habe ich im Rahmen meiner Umfrage auch solche Unternehmen gefunden, die diese Fähigkeiten fordern. Viermal wurde die Antwort in meinem Fragebogen angekreuzt, dass es notwendig ist, über ausgezeichnete Wort- und Schriftkenntnisse zu verfügen. Aber das sind absolute Ausnahmen. Wenn schon irgendeine Fremdsprache von den Produktionsmitarbeitern verwendet wird, dann ist es Englisch, wobei wirklich nur sehr einfache Wortverbindungen genügen.

Frage: ***Was wird getan, um diese Anforderungen zu erfüllen?***

Gerade bei dieser Frage hatten die Unternehmen auch eine bestimmte Auswahl von Antworten zur Verfügung, die angekreuzt werden sollten. Aber es war auch möglich, eine ei-

gene einzufügen, wenn keine Antwort zutraf. Laut meiner Untersuchung funktioniert es in den Unternehmen so, dass man bei den Neueinstellungen darauf achtet, dass ein künftiger Mitarbeiter bereits die entsprechenden Fremdsprachenkenntnisse mitbringt. Dazu haben sich 28 Unternehmen geäußert. Demgegenüber fordert man diese Fremdsprachenkenntnisse bei Neueinstellungen nur, wenn der künftige Mitarbeiter auf eine bestimmte Position eingestellt werden sollte, wobei er auf dieser Position entsprechende Fremdsprachenkenntnisse verwenden muss. In den übrigen Fällen ist es nicht nötig, diese Kenntnisse mitbringen. Dies behaupten 51 der befragten Unternehmen. Aus den statistischen Ergebnissen ging hervor, wenn schon ein Mitarbeiter angestellt war, dann werden ihm kostenlose allgemeine Sprachkurse während der Arbeitszeit angeboten, diese Möglichkeit wurde von 25 Unternehmen ausgewählt. Aber dazu habe ich auch festgestellt, dass die Lehrer um eine Rückmeldung gebeten werden, damit die Arbeitgeber wissen, dass ihr Geld gut investiert ist. Deswegen schreiben die Mitarbeiter, die sich an diesen Sprachkursen teilnehmen, auch eine Prüfung. Nur eine geringere Anzahl von Unternehmen erwähnte, dass sie ihren Mitarbeitern Sprachkurse nach der Arbeitszeit anbieten. Es handelte sich um 18 Firmen. Zweimal habe ich die Aussage erhalten, dass die Firmen auch von ihren Mitarbeitern verlangen, sich selbst die nötigen Kenntnisse anzueignen und die Firma beteiligt sich an den Kosten. Interessanterweise teilte nur eine Firma mit, dass sich mangelnde Sprachkenntnisse in den Gehältern widerspiegeln. Einmal wurde auch erwähnt, dass wenn man Schwierigkeiten hat, mit einem elektronischen Wörterbuch arbeitet. Das hat mich wirklich überrascht.

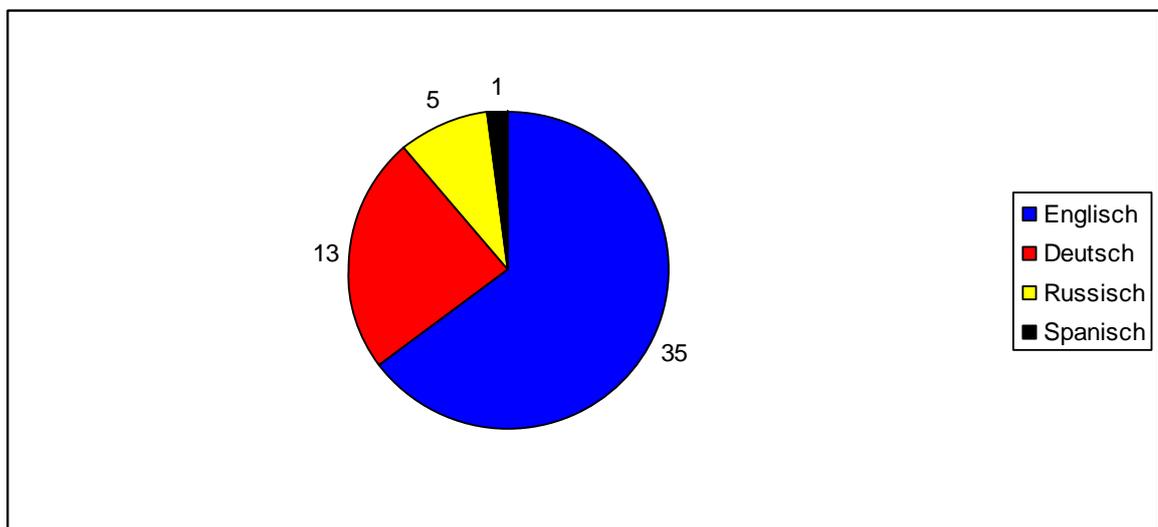
Frage: *Bieten Sie in ihren Firmen Sprachkurse an?*



Graph 9 Anzahl der Firmen, in denen es Sprachkurse gibt und in welchen nicht

Aus der Grafik Nummer neun geht hervor, dass 62 % Prozent aller befragten Firmen für ihre Mitarbeiter keinen Sprachunterricht anbieten. Aber diese Statistik kann mit mehreren Faktoren verbunden werden, zum Beispiel mit dem Export. Wenn die Firma keine Ware ins Ausland liefert oder sie keine ausländischen Geschäftspartner hat, dann ist es auf jeden Fall nicht notwendig, dass die Mitarbeiter Sprachkurse besuchen. Ein weiterer Grund kann auch die Größe des Unternehmens sein. Ein Gewerbetreibender mit drei Angestellten, der nur ab und zu mit Ausland etwas zu tun hat, bezahlt vielleicht lieber einen Dolmetscher und braucht nicht sein Geld langfristig in Sprachkurse zu investieren. Der Rest, also 38 % aller an meiner Forschung teilgenommenen Unternehmen, bietet seinen Mitarbeitern Sprachkurse an. Es sind meistens mittelständische und große Unternehmen. In Bezug auf die Zufriedenheit sind die meisten Firmen mit ihren Sprachkursen zufrieden. Sie behaupten, dass es gut investiertes Geld ist und es zeigt sich auch in der Qualität der Kommunikation in der Praxis.

Frage: *Welche Sprachen werden unterrichtet?*

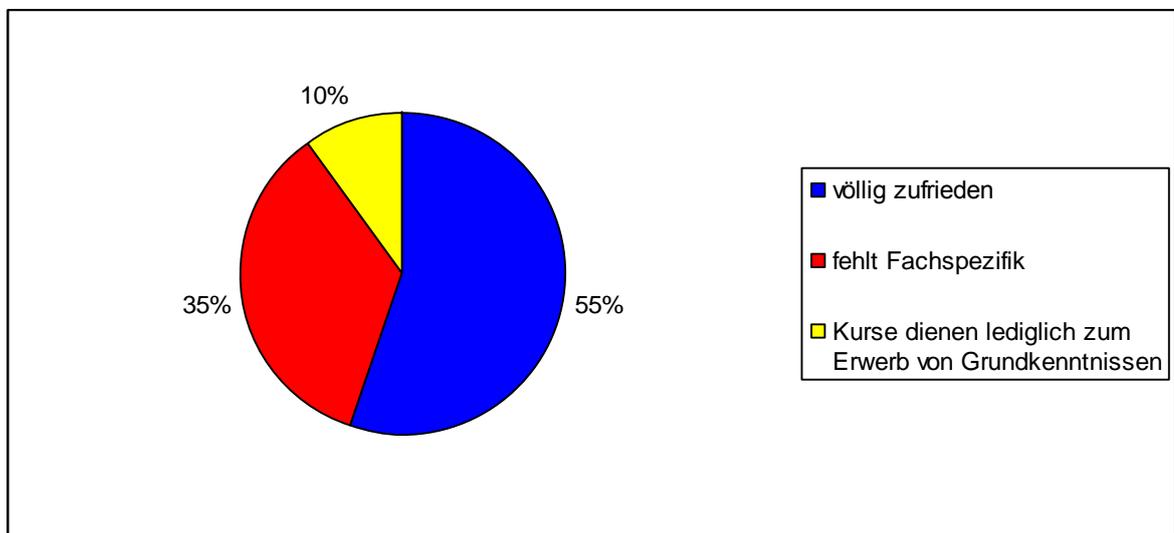


*Graph 10 Unterrichtete Sprachen in den Unternehmen im Raum Zlín*

Die Region Zlín ist klein, deswegen ist die Anzahl der unterrichteten Sprachen nicht sehr groß. Der Fremdsprachenbedarf und damit auch der Sprachunterricht sind von vielen Dingen abhängig. Ich habe schon z. B. ausländische Geschäftspartner genannt, aber aus der Sicht des Raumes Zlín ist es auch seine Lage. Der Bezirk Zlín befindet sich im südöstlichen Teil der Tschechischen Republik. Das bedeutet, dass er an die Slowakei grenzt. Mit den Slowaken ist es überhaupt kein Problem, sich sehr gut zu verständigen. Also aus tsche-

chischer Sicht betrachten wir Slowakisch nicht als Fremdsprache. Aber in der Nähe des Bezirkes Zlín liegt Österreich. Unternehmen aus diesem Staat haben viele Niederlassungen in der ganzen Tschechischen Republik. Anders verhält sich dies auch nicht im Falle der Stadt Zlín und ihrer Umgebung. Aber mit den Österreichern ist es schon schwieriger in Bezug auf die Kommunikation. Sie sprechen meist Englisch oder sie verwenden als Kommunikationsmittel ihre Muttersprache, und zwar das Deutsche. Alle diese Tatsachen spiegeln sich in der Statistik der unterrichteten Sprachen. Aus dem Schaubild Nummer zehn, das über den Sprachunterricht im Raum Zlín berichtet, sieht man, dass die englische Sprache dominiert. Wenn in einer Firma in der Stadt Zlín und Umgebung eine Sprache unterrichtet wird, ist es meist das Englische. Diese Sprache wird in 35 Unternehmen unterrichtet. Fast um zwei Drittel weniger hat die deutsche Sprache bekommen. Und damit rangiert Deutsch auf dem zweiten Platz. Was die anderen Sprachen angeht, ist noch Russisch erwähnenswert. Aber das Russische kommt nur selten vor - es wird in fünf Firmen als Unterrichtssprache angeboten.

Frage: *Könnten Sie bitte Ihre Kurse einschätzen?*

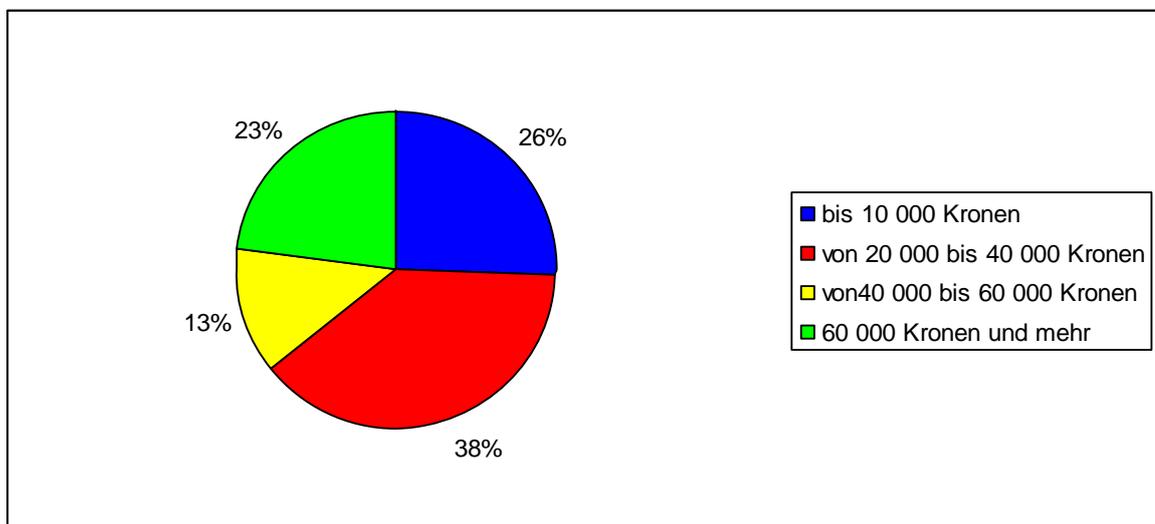


Graph 11 Einschätzung der Sprachkurse

In einer der letzten Fragen, die den Fremdsprachenunterricht betraf, sollten die Firmen die Qualität der Sprachkurse bewerten. Entsprechend den Ergebnissen ging hervor, dass über die Hälfte, also 55 %, der beteiligten Unternehmen, mit dem Unterricht völlig zufrieden ist. Sie geben an, dass ihre Kurse voll und ganz ihren Vorstellungen entsprechen. Demgegen-

über äußerte sich über ein Drittel der Befragten dazu, dass die Kurse einerseits im Großen und Ganzen ihre Vorstellungen erfüllen, aber es fehle die Fachspezifik. Nur 10 %, also ein Zehntel, der an meiner Forschung teilgenommenen Unternehmen sind der Meinung, dass sich die Fachspezifik jeder Mitarbeiter allein erarbeiten muss. Gleichzeitig wird von dieser Gruppe auch behauptet, dass die Kurse lediglich zum Erwerb von Grundkenntnissen führen. Im Vergleich zu allen diesen Behauptungen gab es keine Antwort, in der sich dahingehend geäußert wurde, dass die Kurse nicht den geforderten Vorstellungen entsprechen.

Frage: *Wie viel Geld investieren Sie in Sprachkurse und ähnliche Maßnahmen pro Jahr? Ist das Geld gut angelegt?*

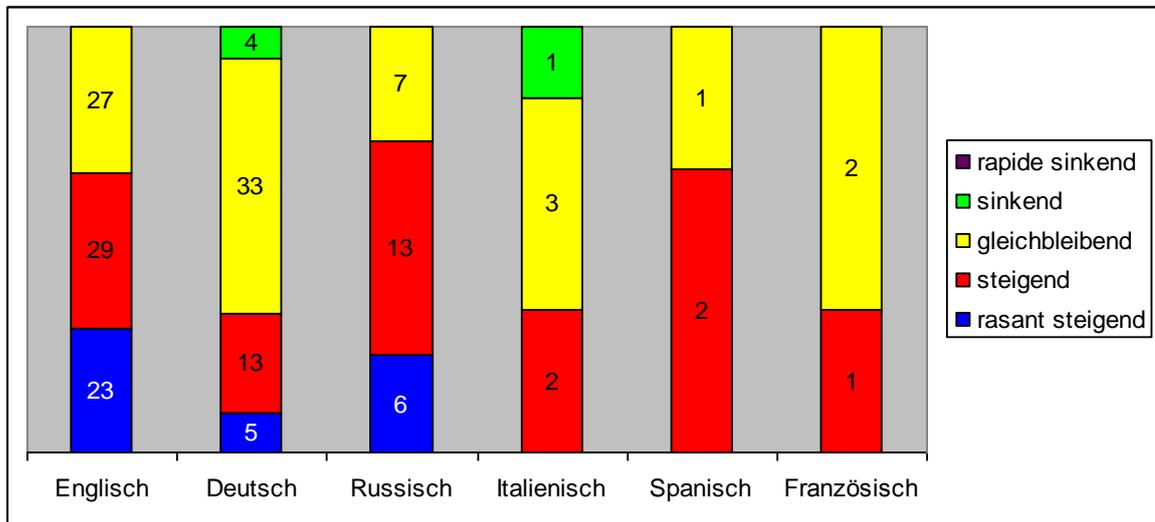


*Graph 12 Investiertes Geld pro Jahr in Sprachkurse*

Aus allen Unternehmen, die ihren Mitarbeitern Fremdsprachenkurse anbieten, investiert ungefähr 26 % der Firmen nur 10 000 Kronen pro Jahr und weniger in diese Tätigkeit. Die angeführten 26 % stellen vor allem kleinere Unternehmen dar. Fast die gleiche prozentuelle Anzahl, und zwar nur um 3 % weniger, steckt aus eigenem Kapital 60 000 Kronen und mehr in die Ausbildung. Die größte Investition betrug 1 200 000 Kronen pro Jahr. Diese Summe investierte das größte Unternehmen im Raum Zlín, und zwar Barum Continental, spol. s.r.o. Otrokovice. Relativ niedrig, und zwar 13 %, ist die Anzahl der Arbeitgeber, die etwa 50 000 Kronen pro Jahr in den Fremdsprachenunterricht investieren. Die am meisten investierte Summe bewegte sich zwischen 20 000 und 40 000 Kronen pro Jahr und wurde von 38 % der Unternehmen, die fremdsprachlichen Unterricht veranstalten, angegeben.

Frage: *Wie prognostizieren Sie den künftigen Bedarf an Fremdsprachenkenntnissen und in welchen Sprachen?*

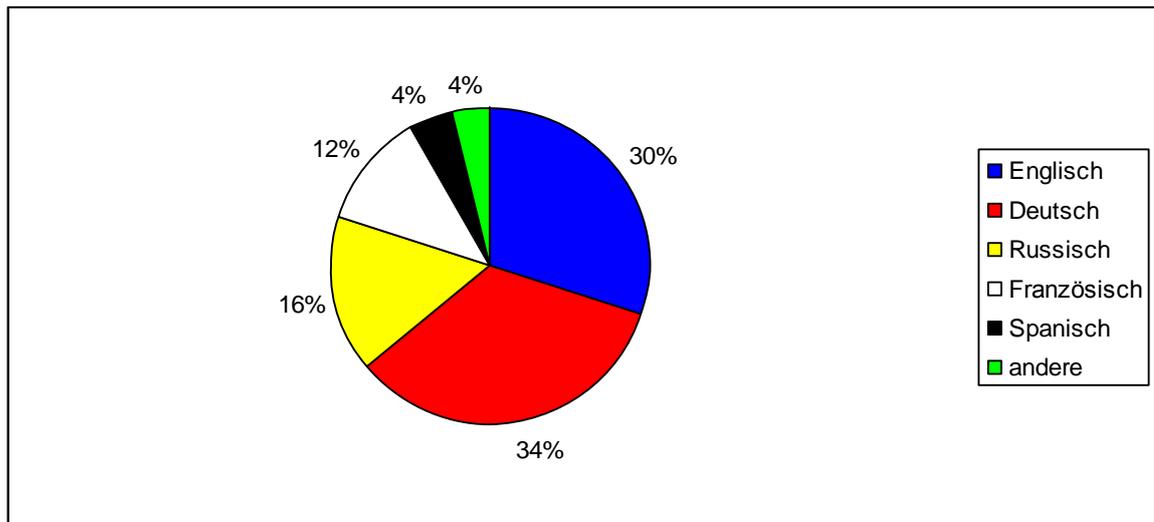
Aus dem präsentierten Datenmaterial des Graphs Nummer 13 lässt sich ersehen, wie es mit dem Fremdsprachenbedarf in den Unternehmen im Raum Zlín für die Zukunft aussieht.



*Graph 13 Prognose für die Nutzung der Fremdsprachen für die Zukunft*

Sehr gute Voraussagen für die Zukunft hat die englische Sprache erhalten. In 23 Unternehmen wurde sie als rasant steigende Sprache für die nächsten Jahre eingeschätzt. Laut dieser Grafik sieht man, dass das Englische sehr ausgewogene Statistiken hat. Außer 23 Stimmen, die diese Sprache unter rasant steigenden Sprachen auf den ersten Platz katapultierten, wurde Englisch auch 29mal als steigende Sprache bezeichnet. In 27 Fällen vermuten die Firmen, dass sie in der Zukunft nicht an Bedarf verliert. Ich habe schon in meinem theoretischen Teil über die Vielfalt der Sprachen geschrieben. Dies bestätigte sich auch in meiner Forschung. Es ist offensichtlich, dass das Englische dominiert, aber trotzdem sieht man auf den ersten Blick, dass sie nicht als einzige Sprache, die in der Zukunft an Bedeutung gewinnt, erwähnt wurde. Deutsch und Russisch wurden von den Unternehmen weniger für die Zukunft als förderlich gehalten. Aber trotzdem haben auch diese Sprachen viele positive Einschätzungen bekommen. Das Deutsche wurde zwar in vier Fällen mit sinkender Tendenz bewertet, aber diese Anzahl ist verschwindend gering. Wenn ich zum Beispiel die deutsche Sprache mit dem Russischen vergleiche, dann ist die Perspektive für die Zukunft vergleichbar. Also was den Fremdsprachenbedarf in den Unternehmen im Raum Zlín für die Zukunft angeht, werden auf jeden Fall gemäß meiner Forschung neben Englisch auch Deutsch- und Russischkenntnisse sehr gefragt werden.

In der letzten Phase des praktischen Teils meiner Bachelorarbeit wollte ich einen Vergleich der Nutzung der Fremdsprachen in einzelnen Bereichen beschreiben. Es handelt sich um Branchen, in denen man die Fremdsprachen am häufigsten benutzt. Am Anfang beginne ich mit dem Bereich Maschinenbau, weil dieser Bereich besonders interessante Ergebnisse für die deutsche Sprache brachte.

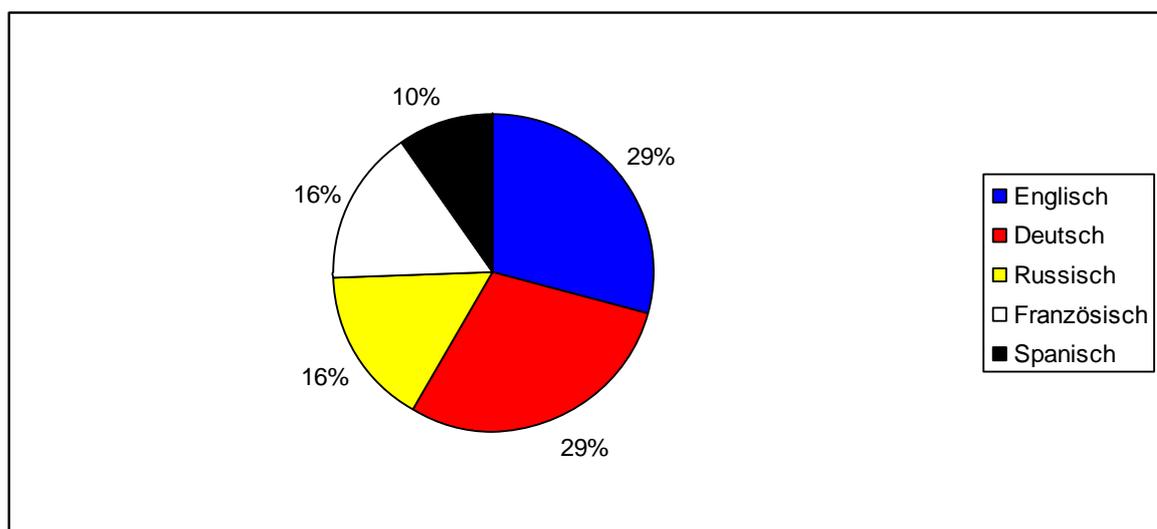


*Graph 14 Fremdsprachenbedarf im Maschinenbau*

Das Schaubild Nummer 14 zeigt deutlich, dass man zwei Hauptsprachen im Bereich Maschinenbau verwendet. Überraschenderweise ist die meistgesprochene Sprache in dieser Fachrichtung Deutsch. Diese Sprache verwendet man in 34 % der Firmen, die sich mit maschinenbaulichen Bestandteilen im Raum Zlín beschäftigen. Der Hauptgrund liegt vor allem darin, dass die meisten Abnehmer dieser Teile aus den deutschsprachigen Ländern stammen. Außer diesem Grund der Nutzung dieser Sprache habe ich auch festgestellt, dass wenn man ein technisches Problem zu lösen hat, man dies am häufigsten in der deutschen Sprache tut. Dies gilt vor allem für diejenigen Unternehmen, die die Kundschaft wirklich in Deutschland oder Österreich haben. Die Deutschen oder Österreicher sprechen zwar heutzutage auch sehr gut Englisch, aber trotzdem verwenden sie lieber ihre Muttersprache. Die Leiter der Unternehmen im Raum Zlín begründen es damit, dass es bei der Lösung eines technischen Problems besser ist, wenn eine Seite als Kommunikationsmittel ihre Muttersprache benutzt. Damit sinkt auch das Risiko der Entstehung von Fehlern. Wenn beide Geschäftspartner zum Beispiel in Englisch kommunizieren, ist das Risiko eines Fehlers meist schon vorprogrammiert, weil beide die dritte Sprache auch mit Fehlern gelernt

haben. Trotzdem verwendet man Englisch sehr oft. Laut meiner Forschung beträgt die Nutzung dieser Sprache 30 % aller Unternehmen im Bereich Maschinenbau im Raum Zlín. Aber diese Tatsache ist nichts Außergewöhnliches. Der Fremdsprachenbedarf in diesem Bereich ist äußerst vielfältig, weil nicht nur das schon erwähnte Sprachenpaar Englisch und Deutsch, sondern auch Russisch oft als Verständigungsmittel verwendet wird. Diese Sprache rangiert auf dem dritten Platz mit 16 %. Die übrigen in meiner Statistik erwähnten Sprachen kommen in der Praxis wirklich nur sehr selten vor.

Der nächste Bereich, in dem der Fremdsprachenbedarf relativ hoch ist, ist der Frachtverkehr. In dieser Branche ist es sehr maßgeblich vom Zielland abhängig, welche Sprache benutzt wird. Es sind meistens die LKW-Fahrer, die mit den Kunden sprechen. Diesen Menschen genügen nur Grundkenntnisse in einer Fremdsprache. Es geht meistens um die Kommunikation in Fragen, wo die Ware auf- bzw. ausgeladen wird. Aber bei diesen Transportgesellschaften ist es notwendig, mindestens eine Sprache sehr gut zu beherrschen, wobei die Mitarbeiter, die in einem Büro arbeiten, sich sehr oft mit den Kunden in einer Fremdsprache über Transporte verständigen können.

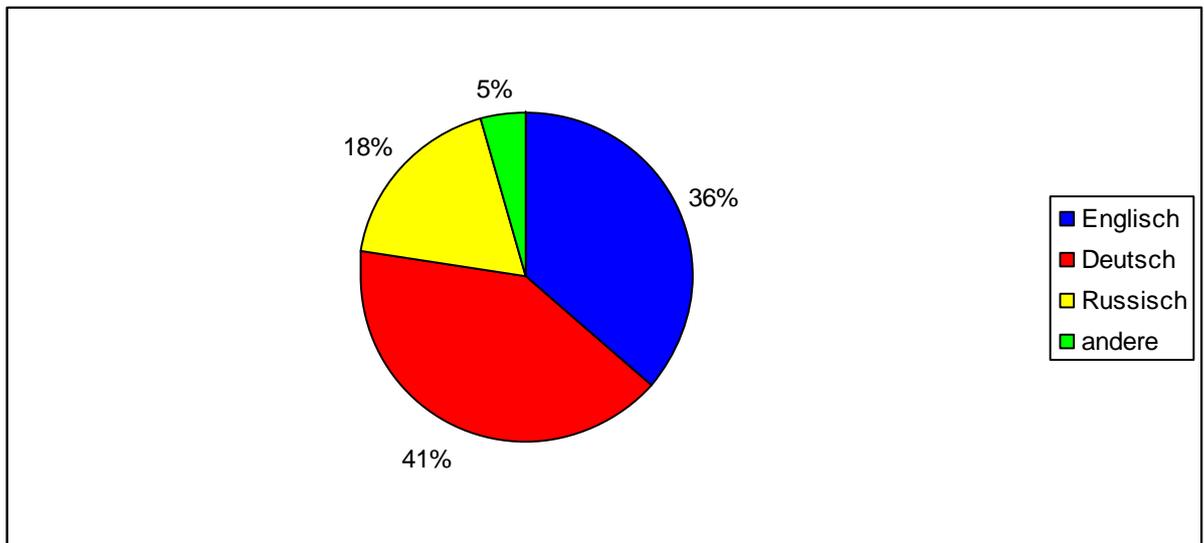


*Graph 15 Fremdsprachenbedarf im Frachtverkehr*

Dem Schaubild Nr. 15 ist zu entnehmen, dass hier das Zielland wirklich die entscheidende Rolle spielt. Es kann in dieser Branche nicht eindeutig gesagt werden, dass eine bestimmte Sprache vorherrscht. Am häufigsten wurden Englisch und Deutsch genannt.

In der Stadt Zlín gibt es viele Autoverkäufer. Diese Geschäfte befinden sich auf der Hauptstraße. Diese heißt Třída Tomáše Bati. Hier finden sich alle möglichen Automarken, von Škoda Auto über Mercedes bis hin zu Seat. Der eigentliche Verkauf der Wagen erfolgt

natürlich in der tschechischen Sprache. Aber diese Händler sind auch hier gezwungen, ab und zu bestimmte Ersatzteile zu besorgen. Diese Ersatzteile werden meistens aus dem Ausland geliefert. Deswegen muss man mindestens über Fachgrundkenntnisse in einer Fremdsprache verfügen.



*Graph 16 Fremdsprachenbedarf im Automobilbereich*

Im Rahmen meiner Forschung habe ich ungefähr 10 Händler besucht, um Informationen zu gewinnen. Die Hersteller dieser Automarken stammen größtenteils aus Deutschland, Frankreich, Japan und Korea. Der Fremdsprachenbedarf ist auch hier sehr ausgewogen. Wenn man mit den Deutschen kommuniziert, dann macht man das teilweise in ihrer Muttersprache und teilweise in Englisch. Die prozentuellen Ergebnisse zeigen zwar, dass eine geringe Mehrheit Deutsche angegeben hat, aber das gilt nur für die Kommunikation mit der Bundesrepublik Deutschland. Mit anderen Ländern, wie Japan, Korea oder Frankreich benutzt man ausschließlich Englisch. Nur sehr selten wird in diesem Bereich in Russisch und anderen Sprachen kommuniziert.

## 5 ZUSAMMENFASSUNG

Laut der Ergebnisse, die der Leser im praktischen Teil meiner Bachelorarbeit erfährt, sieht man, dass der Fremdsprachenbedarf in den Unternehmen im Raum Zlín relativ groß ist. Es ging auch hervor, dass die größte Menge der Waren, die in den Unternehmen im Raum Zlín hergestellt wird, nach Deutschland exportiert wird. Gleich auf dem dritten Rang steht nach meiner Untersuchung Österreich. Das bedeutet, dass sich die deutschsprachigen Länder zum großen Teil am Export beteiligen. Die Kommunikation mit den Ausländern macht man meistens sowohl in mündlicher als auch in schriftlicher Form, wobei meistens im Rahmen einer Firma, Top- und mittleres Management kommunizieren. Was die Sprachen angeht, überwiegen Englisch und Deutsch. Das Englische rangiert auf dem ersten Platz, aber trotzdem ist auch sehr oft die deutsche Sprache präsent. Im mittleren Management ist die Situation ähnlich. Englisch dominiert, aber der Unterschied in der Nutzung im Vergleich zum Top-Management ist noch geringer. In Bezug auf die Sprachkurse findet in über 60 % aller befragten Unternehmen kein Unterricht in einer Fremdsprache statt, wenn überhaupt, dann ist es meistens Englisch (35 Unternehmen), Deutsch (13 Unternehmen) und Russisch (5 Firmen). Der Unterricht ist auch mit Kosten verbunden. Die Summe, die meistens investiert wird, beträgt zwischen 20 000 und 40 000 Kronen pro Jahr. Der Fremdsprachenbedarf hat nach Meinung der meisten Unternehmen eine gute Perspektive für die Zukunft. Dies betrifft vor allem das Englische, das am meisten genannt wurde. Aber nicht nur Englisch, sondern auch weitere Fremdsprachen haben für die Zukunft eine große Bedeutung. Sehr gut wurden Deutsch und Russisch bewertet. Es ergab sich, dass es auch Bereiche gibt, wo z. B. Deutsch dominiert. Das war vor allem im Maschinenbau.

## SCHLUSSBETRACHTUNG

Diese Bachelorarbeit gliedert sich in zwei Teile. Der erste theoretische Teil berichtet über Themen wie Kommunikation und Prozess der erfolgreichen Kommunikation, d.h., wie man in einer Firma kommunizieren sollte, damit man sich mit Geschäftspartnern gut verständigen kann. Im Rahmen einer Firma ist auch die Kommunikation in Fremdsprachen sehr wichtig. Deswegen erfährt der Leser auch etwas über den Sprachunterricht und die Rolle der Fremdsprachen in der Wirtschaft und den Unternehmen.

Diese Bachelorarbeit hatte zwei Hauptziele. Einerseits sollte vor allem festgestellt werden, welche Bedeutung der Fremdsprachenbedarf überhaupt im Raum Zlín hat. Andererseits wurde die Verwendung der deutschen Sprache in den Firmen auf dem Gebiet der Stadt Zlín und ihrer Umgebung dargelegt. Dies alles wurde im Rahmen einer Fragebogenforschung durchgeführt. Die Auswertung der erworbenen Daten findet der Leser im zweiten Teil meiner Bachelorarbeit. In der letzten Zeit spricht man immer intensiver darüber, dass die deutsche Sprache in den tschechischen Schulen nicht mehr unterrichtet wird. Der Hauptgrund dafür ist, dass in der Praxis die Kommunikation mit Ausländern nicht nur im Rahmen von Produktionsfirmen, sondern auch in weiteren Sektoren, z. B. Dienstleistungen oder Gesundheitswesen, Englisch ständig an Bedeutung gewinnt. Deswegen wollte ich auch mithilfe dieser Forschung feststellen, ob es in der Praxis wirklich passieren wird, dass das Deutsche vollkommen verschwindet. Dank der erworbenen Ergebnisse ist es mir gelungen festzustellen, dass sich die Realität nicht ganz so dramatisch darstellt. In der Tat überwiegt in dieser Region in den Unternehmen die englische Sprache, aber das Deutsche beteiligt sich auch an der fremdsprachlichen Kommunikation. Sogar im Bereich des Maschinenbaus stellt Deutsch die meistgenutzte Fremdsprache in den Unternehmen im Raum Zlín dar. Das ist auch vor allem der Grund, dass die meisten Kunden aus den deutschsprachigen Ländern bzw. direkt aus der Bundesrepublik Deutschland stammen. Auch aus diesem Grund würde ich vorschlagen, diese Sprache für die Zukunft sowohl an den Grund-, und Mittelschulen, als auch an den Universitäten weiter zu unterrichten. Ich will keineswegs das Englische benachteiligen. Zweifellos hat diese Sprache eine sehr große Bedeutung für die Kommunikation mit Fremden. Aber ich wollte auch betonen, dass die Vielfalt der Sprachen sehr wichtig ist. Dies hat auch meine Forschung bestätigt. Die befragten Unternehmen sollten auch einschätzen, welche Fremdsprachen sie für die Zukunft perspektivisch finden und es ging daraus hervor, dass z. B. die russische Sprache für die Zukunft an Bedeutung gewinnen wird.

Ich hoffe, dass sich die Situation in Bezug auf den Unterricht der deutschen Sprache verbessern wird. Als sehr guter Ansatzpunkt für eine bessere Entwicklung des Deutschen könnte auch diese Arbeit dienen.

**LITERATURVERZEICHNIS**

- [1] ARMSTRONG, Michael . *Jak se stát lepším ještě lepším manažerem*. Praha : Ekopress, 2004. 308 S. ISBN 80-86929-00-0.
- [2] ARCHMAN, Sabine ; DORNMAYR, Helmut. *Fremdsprachenbedarf und Kompetenzen*. Wien : Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft, 2006. 117 S. ISBN 3-902358-29-7.
- [3] BARTÁK, Jan . *Skryté bohatství firmy*. Praha : Alfa Publishing, 2006. 183 S. ISBN 80-86851-17-6.
- [4] BAUMANN, Klaus-Dieter; KALVERKÄMPER, Hartwig. *Sprachen im Beruf*. Tübingen : Gunter Narr Verlag Tübingen, 2000. 325 S. ISBN 3-8233-5340-3.
- [5] BLOM, Herman ; MEIER, Harald . *Interkulturelles Management*. Berlin : Neue Wirtschafts-Briefe, 2002. 261 S. ISBN 3-482-53812-3.
- [6] BOLTEN, Jürgen . *Einführung in die Interkulturelle Wirtschaftskommunikation*. Göttingen : Vandenhoeck & Ruprecht, 2007. 261 S. ISBN 978-3-8252-2922-1.
- [7] GLABONIAT, Manuela . Sprachbegegnungen auf Schreibtischen von Entscheidungsträgern. *Ide sprachbegegnungen*. 2005, 2, S. 32-43. ISSN 0721-9954.
- [8] HOBERG, Rudolf; EICHHOFF-CYRUS, Karin; SCHULZ, Rüdiger. Wie denken die Deutschen über ihre Muttersprache und über Fremdsprachen : Eine repräsentative Umfrage der Gesellschaft für die deutsche Sprache. In *Wie denken die Deutschen über ihre Muttersprache und über Fremdsprachen*. Wiesbaden : Gesellschaft für die deutsche Sprache, 2008. S. 48.
- [9] HOLÁ, Jana. *Interní komunikace ve firmě*. Brno : Computer Press, 2006. 170 S. ISBN 80-251-1250-0.
- [10] JIRKŮ, Dana ;. Autentický text v jazykové výuce na VŠ technického směru. *Cizí jazyky*. 2002, 45, 3, S. 96-97. ISSN 1210-0811.
- [11] KRUMM, Hans-Jürgen . Bleibt Deutsch eine (europäische) Begegnungssprache. *Ide sprachbegegnungen*. 2005, 2, S. 9-19. ISSN 0721-9954.
- [12] ÖTTLOVÁ, Christine ; HÄRTEROVÁ, Gitte. *Dokonalá organizace v malé firmě*. Praha : Management Press, 2003. 169 S. ISBN 80-7261-088-0.

[13] STROBEL, Thomas ; HOBERG, Rudolf; VOGT, Eberhard . Die Rolle der deutschen Sprache in der mittelständischen Wirtschaft. Eine Trendumfrage. *Der Sprachdienst*. 2009, 6, S. 173-186. ISSN 0038-8459.

[14] TURECKIOVÁ, Michaela. *Řízení a rozvoj lidí ve firmách*. Praha : Grada Publishing , 2004. 168 S. ISBN 80-247-0405-6.

[15] VESELÝ, Josef. Vztah jazykových prostředků a řečových dovedností. *Cizí jazyky*. 1992, 1, S. 10-15. ISSN 1210-0811.

### **elektronische Quelle**

[16] Auswirkungen mangelnder Fremdsprachenkenntnisse in den Unternehmen auf die europäische Wirtschaft. *Migration* [online]. 2007, 3, [cit. 2011-04-06]. Dostupný z WWW: <[http://www.es.migration-online.de/beitrag.\\_aWQ9NTEwNg\\_.html](http://www.es.migration-online.de/beitrag._aWQ9NTEwNg_.html)>.

[17] Deutsch als Arbeitssprache in der EU. *FDP im europäischen Parlament* [online]. 2008, 6, [cit. 2011-04-06]. Dostupný z WWW: <<http://www.fdp-in-europa.de/2008/06/23/deutsch-als-arbeitssprache-in-der-eu/>>.

[18] *Goethe Institut Tschechische Republik* [online]. 2011 [cit. 2011-04-19]. Stufen A1–C2 der Sprachkurse und Prüfungen des Goethe-Instituts . Dostupné z WWW: <<http://www.goethe.de/ins/cz/pralrn/stf/deindex.htm>>.

## **SYMBOL UND ABKÜZUNGSVERZEICHNIS**

Abb.	Abbildung
bzw.	Beziehungsweise
ca.	zirka, ungefähr
d.h.	das heißt
EU	Europäische Union
FDP	Freie Demokratische Partei
Nr.	Nummer
S.	Seite
s.	Siehe
Sog.	Sogenannt
Tab.	Tabelle
usw.	und so weiter
z. B.	zum Beispiel

## ABBILDUNGSVERZEICHNIS

<i>Abb. 1 Modell des Kommunikationsprozesses (Blom, Meier, 2004, S.73).....</i>	13
<i>Abb. 2 Firmenstrategie, Kultur der Firma, Persönlichkeit, Identität der Firma und ihr Bestandteil (Holá, 2006, S.10).....</i>	14

**DIAGRAMMVERZEICHNIS**

<i>Graph 1 Vorhersage des Fremdsprachenbedarfs in österreichischen Unternehmen in der Zukunft .....</i>	<i>29</i>
<i>Graph 2 Verwendung einzelner Sprachen nach Betriebsgröße.....</i>	<i>36</i>
<i>Graph 3 Anzahl der exportierenden und nichtexportierenden Unternehmen im Raum Zlín.....</i>	<i>37</i>
<i>Graph 4 Die Zielländer der Erzeugnisse, die von den Unternehmen im Raum Zlín hergestellt werden. ....</i>	<i>37</i>
<i>Graph 5 Art der Kommunikation .....</i>	<i>39</i>
<i>Graph 6 Wer kommuniziert im Unternehmen in einer Fremdsprache mit Geschäftspartnern .....</i>	<i>40</i>
<i>Graph 8 Fremdsprachenbedarf im mittleren Management .....</i>	<i>42</i>
<i>Graph 9 Anzahl der Firmen, in denen es Sprachkurse gibt und in welchen nicht .....</i>	<i>43</i>
<i>Graph 10 Unterrichtete Sprachen in den Unternehmen im Raum Zlín .....</i>	<i>44</i>
<i>Graph 11 Einschätzung der Sprachkurse .....</i>	<i>45</i>
<i>Graph 12 Investiertes Geld pro Jahr in Sprachkurse .....</i>	<i>46</i>
<i>Graph 13 Prognose für die Nutzung der Fremdsprachen für die Zukunft .....</i>	<i>47</i>
<i>Graph 14 Fremdsprachenbedarf im Maschinenbau.....</i>	<i>48</i>
<i>Graph 15 Fremdsprachenbedarf im Frachtverkehr .....</i>	<i>49</i>
<i>Graph 16 Fremdsprachenbedarf im Automobilbereich.....</i>	<i>50</i>

**TABELLENVERZEICHNIS**

<i>Tab. 1 Englisch in der Welt .....</i>	<i>28</i>
<i>Tab. 2 Betriebsgröße.....</i>	<i>35</i>
<i>Tab. 3 Fremdsprachenbedarf insgesamt .....</i>	<i>38</i>

## ANHANGSVERZEICHNIS

ANHANG 1 – FRAGEBOGEN .....	61
-----------------------------	----

## ANHANG 1 – FRAGEBOGEN

**Všeobecné údaje**

Název Firmy : .....

Právní forma : ..... Sídlo: .....

Počet zaměstnanců: .....

Předmět podnikání : .....

.....

Vývoz : ..... konkrétní země : .....

.....

**Využití cizích jazyků:** (1-nízké až malé, 2-nízké spíše sporadické, 3-nízké ale pravidelné, 4-relativně vysoké, 5-vysoké a pravidelné )

Anglický jazyk	1	2	3	4	5
Německý jazyk	1	2	3	4	5
Ruský jazyk	1	2	3	4	5
Francouzský jazyk	1	2	3	4	5
Jiný ( jaký)	1	2	3	4	5

**Druh komunikace :**

Německý jazyk	převážně ústně	ústně	písemně	převážně písemně
Anglický jazyk	převážně ústně	ústně	písemně	převážně písemně
Jiný jazyk	převážně ústně	ústně	písemně	převážně písemně

**Kdo komunikuje? :**

Top-Management	<input type="checkbox"/>
Střední Management	<input type="checkbox"/>
Zaměstnanci správy	<input type="checkbox"/>
Výrobní dělníci	<input type="checkbox"/>
Někdo jiný ( kdo?)	<input type="checkbox"/> .....

**Jaká úroveň cizího jazyka je očekávána?** (1 = výborná psaná i mluvená, 2 = velmi dobrá psaná i mluvená, 3 = dobrá psaná i mluvená, 4 = základní znalost psaná / mluvená 5 = velmi jednoduché specifické znalosti)

**Jsou tyto znalosti takové jaké jsou očekávány / požadovány ?**

Top-Management :

Anglický jazyk	1	2	3	4	5	jsou	ano / ne
Německý jazyk	1	2	3	4	5	jsou	ano / ne
Jiný jazyk	1	2	3	4	5	jsou	ano / ne

Střední Management :

Anglický jazyk	1	2	3	4	5	jsou	ano / ne
Německý jazyk	1	2	3	4	5	jsou	ano / ne
Jiný jazyk	1	2	3	4	5	jsou	ano / ne

Pracovníci správy :

Anglický jazyk	1	2	3	4	5	jsou	ano / ne
Německý jazyk	1	2	3	4	5	jsou	ano / ne
Jiný jazyk	1	2	3	4	5	jsou	ano / ne

Výrobní dělníci :

Anglický jazyk	1	2	3	4	5	jsou	ano / ne
Německý jazyk	1	2	3	4	5	jsou	ano / ne
Jiný jazyk	1	2	3	4	5	jsou	ano / ne

Co je děláno pro to splnění těchto požadavků? ( je možné uvést i více možností )

- Při přijímání nových zaměstnanců dbáme na to, aby už budoucí zaměstnanci tyto odpovídající znalosti ovládali
- Při přijímání nových zaměstnanců dbáme méně a jen na určitých pozicích na to, aby budoucí zaměstnanci tyto odpovídající znalosti ovládali
- Při přijímání nových zaměstnanců nedbáme na to, aby budoucí zaměstnanci tyto odpovídající znalosti ovládali
- Nabízíme našim pracovníkům bezplatné jazykové kurzy během pracovní doby.

- Nabízíme našim pracovníkům bezplatné jazykové kurzy po pracovní době
- Nabízíme našim pracovníkům jazykové kurzy během nebo po pracovní době na jejichž financování se podílí
- Požadujeme po našich pracovnících, aby se sami vzdělávali a náklady si hradili sami
- Požadujeme po našich pracovnících, aby se sami vzdělávali a na nákladech se podílíme
- Požadujeme po našich pracovnících, aby se sami vzdělávali a náklady zcela uhradíme
- Veškeré cizojazyčné nedostatky se promítnou ve výplatě a na prémiech našich zaměstnanců
- jiné, jaké? .....

**Nabízíte ve Vaší firmě cizojazyčné kurzy??**  ano  ne

Které jazyky jsou vyučovány?

- Anglický jazyk
- Německý jazyk
- jiný jazyk .....

**Zhodnot'te prosím Vaše kurzy**

- Kurzy plně odpovídají našim požadavkům a představám
- Kurzy ve velkém odpovídají našim požadavkům a představám, ale chybí odborná specifikace
- Kurzy slouží pouze k získání základních znalostí, odborné věci si musí každý účastník vypracovat sám
- Kurzy nám sice nevyhovují, ale nejsou lepší možnosti ( nabídky )

**Kolik peněz investujete do jazykových kurzů a podobných opatření za rok? A jsou to dobře investované peníze?**

.....

.....

.....

**Jak předpokládáte do budoucna potřebu znalosti cizích jazyků? Prosím jmenujte konkrétní jazyk.**

razantně stoupající .....

stoupající .....

konstantní .....

klesající .....

razantně klesající .....