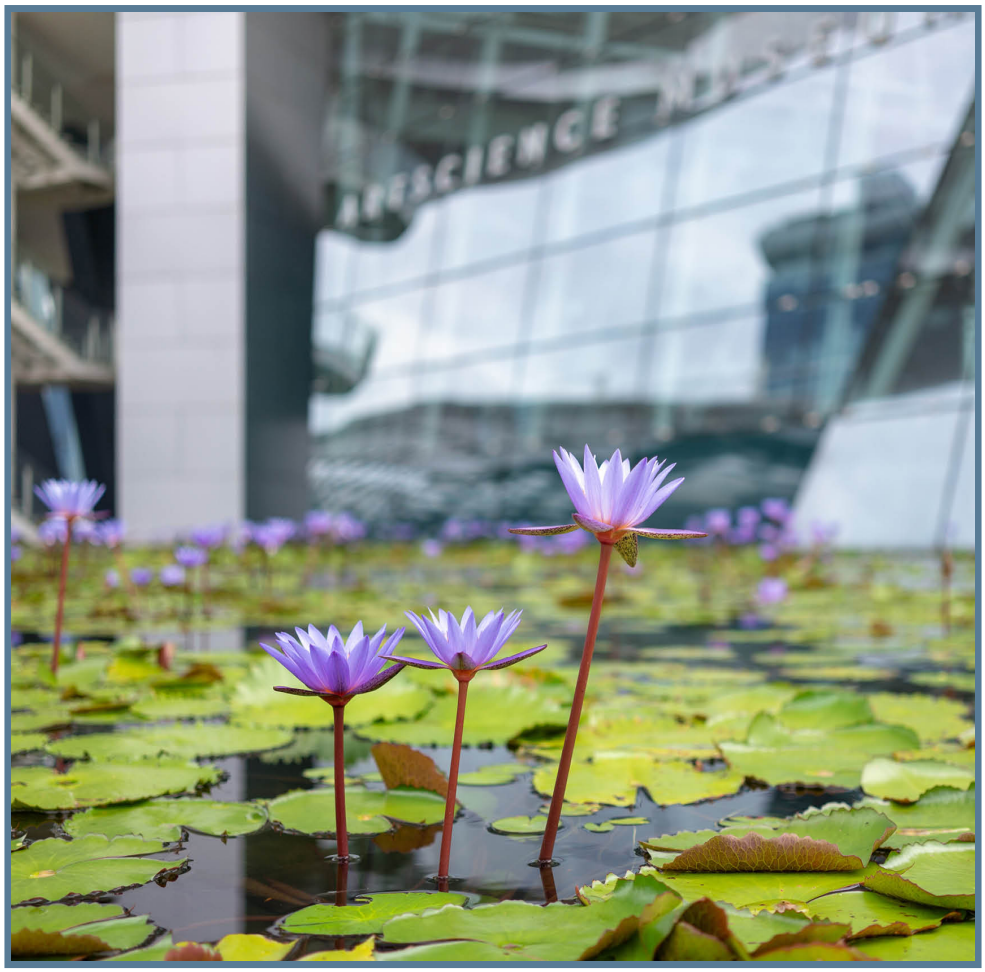
Fremmedsprog i og til et arbejdsliv



En afdækning af, hvilke behov for hvilket tysk og/eller fransk private virksomheder og offentlige institutioner har

September 2020
Lotte Weilgaard Christensen, Lene Dreisig Sørensen & Irene Simonsen

Institut for Design og Kommunikation, SDU

Fremmedsprog i og til et arbejdsliv
– En afdækning af, hvilke behov for hvilket tysk og/eller fransk private virksomheder og offentlige institutioner har

1. udgave 2026
Copyright © 2020 Forfatterne & NCFF

Forfattere: Lotte Weilgaard Christensen, Lene Dreisig Sørensen & Irene Simonsen

Tak

Vi vil gerne indledningsvis rette en tak til de virksomheder og institutioner, som tog sig tid til et interview. En undersøgelse som den foreliggende står og falder med de input, som det er muligt at indsamle fra praksis. Det har været positivt og berigende at opleve den beredvillighed der har været til at øse af nøgtern information, korte og lange erfaringer, umiddelbare, fængende ideer og gennemreflekterede tanker om brugen af fremmedsprog og behovet for fremmedsprog i arbejdslivet. Vi håber, rapporten giver et retvisende billede af de svar, vi har indhentet.



Indholdsfortegnelse

Betegnelser anvendt i rapporten 9

1: Indledning 10

2: Baggrund 12

3: Metode 17

3.1 Udvælgelse af respondenter 17

3.2 Interview 18

3.2.1 Interviewets form 18

3.2.2 Struktur og organisering af interviewguiden 19

3.2.3 Gennemførelse 19

3.2.4 Transskription 20

3.3 Analyse 20

4: Respondentprofiler 22

5: Maskin- og metalvirksomheder 26

5.1 Maskin- og metalvirksomheder: Kort profil 26

5.2 Maskin- og metalvirksomheder: Behov 27

5.2.1 Maskin- og metalvirksomheder: Objektivt behov 27

5.2.2 Maskin- og metalvirksomheder: Subjektivt behov 28

5.2.3 Maskin- og metalvirksomheder: Ubevidst behov 33

5.2.4 Maskin- og metalvirksomheder: Objektivt merbehov 34

5.2.5 Maskin- og metalvirksomheder: Subjektivt merbehov 35

5.3 Maskin- og metalvirksomheder: Rekruttering 36

5.4 Maskin- og metalvirksomheder: Efter-/videreuddannelse 38

5.5 Maskin- og metalvirksomheder: Udfordringer og katalysatorer 41

5.5.1 Maskin- og metalvirksomheder: Udfordringer 41

5.5.2 Maskin- og metalvirksomheder: Katalysator 42
5.6 Maskin- og metalvirksomheder: Opsamling 43
5.6.1 Maskin- og metalvirksomheder: Objektivt behov, opsummeret 43
5.6.2 Maskin- og metalvirksomheder: Subjektivt behov, opsummeret 43
5.6.3 Maskin- og metalvirksomheder: Ubevidst behov, opsummeret 44
5.6.4 Maskin- og metalvirksomheder: Objektivt merbehov, opsummeret 44
5.6.5 Maskin- og metalvirksomheder: Subjektivt merbehov, opsummeret 44
5.6.6 Maskin- og metalvirksomheder: Rekruttering, opsummeret 45
5.6.7 Maskin- og metalvirksomheder: Efter-/videreuddannelse, opsummeret 45
5.6.8 Maskin- og metalvirksomheder: Udfordringer, katalysatorer, anbefalinger 45

6: Sundhedsvirksomheder 49
6.1 Sundhedsvirksomheder: Kort profil 49
6.2 Sundhedsvirksomheder: Behov 50
6.2.1 Sundhedsvirksomheder: Objektivt behov 50
6.2.2 Sundhedsvirksomheder: Subjektivt behov 51
6.2.3 Sundhedsvirksomheder: Ubevidst behov 59
6.2.4 Sundhedsvirksomheder: Objektivt merbehov 60
6.2.5 Sundhedsvirksomheder: Subjektivt merbehov 62
6.3 Sundhedsvirksomheder: Rekruttering 63
6.4 Sundhedsvirksomheder: Efter-/videreuddannelse 66
6.5 Sundhedsvirksomheder: Katalysatorer, anbefalinger 68
6.5.1 Katalysatorer 68
6.5.2 Uddannelsespolitiske anbefalinger 70
6.6 Sundhedsvirksomheder: Opsamling 70
6.6.1 Sundhedsvirksomheder: Objektivt behov, opsummeret 70
6.6.2 Sundhedsvirksomheder: Subjektivt behov, opsummeret 71
6.6.3 Sundhedsvirksomheder: Ubevidst behov, opsummeret 72
6.6.4 Sundhedsvirksomheder: Objektivt merbehov, opsummeret 73
6.6.5 Sundhedsvirksomheder: Subjektivt merbehov, opsummeret 73
6.6.6 Sundhedsvirksomheder: Rekruttering, opsummeret 73
6.6.7 Sundhedsvirksomheder: Efter-/videreuddannelse, opsummeret 74
6.6.8 Sundhedsvirksomheder: Udfordringer, katalysatorer, anbefalinger 74

7: Fødevarevirksomheder 76
7.1 Fødevarevirksomheder: Kort profil 76
7.2 Fødevarevirksomheder: Behov 77
7.2.1 Fødevarevirksomheder: Objektivt behov 77

7.2.2 Fødevarevirksomheder: Subjektivt behov 77
7.2.3 Fødevarevirksomheder: Ubevidst behov 89
7.2.4 Fødevarevirksomheder: Objektivt merbehov 90
7.2.5 Fødevarevirksomheder: Subjektivt merbehov 91
7.3 Fødevarevirksomheder: Rekruttering 91
7.4 Fødevarevirksomheder: Efter-videreuddannelse 93
7.5 Fødevarevirksomheder: Udfordringer og katalysatorer 97
7.5.1 Fødevarevirksomheder: Udfordring 97
7.5.2 Fødevarevirksomheder: Katalysatorer 97
7.6 Fødevarevirksomheder: Opsamling 98
7.6.1 Fødevarevirksomheder: Objektivt behov, opsummeret 98
7.6.2 Fødevarevirksomheder: Subjektivt behov, opsummeret 98
7.6.3 Fødevarevirksomheder: Ubevidst behov, opsummeret 100
7.6.4 Fødevarevirksomheder: Objektivt merbehov, opsummeret 100
7.6.5 Fødevarevirksomheder: Subjektivt merbehov, opsummeret 100
7.6.6 Fødevarevirksomheder: Rekruttering, opsummeret 100
7.6.7 Fødevarevirksomheder: Efter-/videreuddannelse, opsummeret 100
7.6.8 Fødevarevirksomheder: Udfordringer, katalysatorer, anbefalinger 101

8: Turismevirksomheder (museer) 104

8.1 Turismevirksomheder (museer): Kort profil 104
8.2 Turismevirksomheder (museer): Behov 105
8.2.2 Turisme: Subjektivt behov 106
8.2.3 Turismevirksomheder (museer): Ubevidst behov 112
8.2.4 Turismevirksomheder (museer): Objektivt merbehov 114
8.2.5 Turismevirksomheder (museer): Subjektivt merbehov 114
8.3 Turismevirksomheder (museer): Rekruttering 117
8.4 Turismevirksomheder (museer): Efter-/videreuddannelse 119
8.4 Turismevirksomheder (museer) Efter-/videreuddannelse 122
8.5 Turismevirksomheder (museer): Udfordringer og katalysatorer 125
8.6 Turismevirksomheder (museer): Opsamling 127
8.6.1 Turismevirksomheder (museer): Objektivt behov, opsummeret 127
8.6.2 Turismevirksomheder (museer): Subjektivt behov, opsummeret 127
8.6.3 Turismevirksomheder (museer): Ubevidst behov, opsummeret 129
8.6.4 Turismevirksomheder (museer): Objektivt merbehov, opsummeret 129
8.6.5 Turismevirksomheder (museer): Subjektivt merbehov, opsummeret 129
8.6.6 Turismevirksomheder (museer): Rekruttering, opsummeret 129
8.6.7 Turismevirksomheder (museer): Efter-/videreuddannelse, opsummeret 130

8.6.8 Turismevirksomheder (museer): Udfordringer, katalysatorer, anbefalinger, opsummeret 130

9: Jobcentre 133

9.1 Kort profil 133
9.2 Jobcentre: Behov 134
9.2.1 Jobcentre: Objektivt behov 134
9.2.2 Jobcentre: Subjektivt behov 135
9.2.3 Jobcentre: Ubevidst behov 139
9.2.4 Jobcentre: Objektivt merbehov 140
9.2.5 Jobcentre: Subjektivt merbehov 141
9.3 Jobcentre: Rekruttering 142
9.3.1 Rekruttering af medarbejdere til jobcentrene 142
9.3.2 Rekruttering af jobcentrenes brugere 143
9.4 Jobcentre: Efter-/videreuddannelse 145
9.4.1 Efter-/videreuddannelse for jobcentrenes medarbejdere 145
9.4.2 Efter-/videreuddannelse for jobcentrenes brugere 147
9.5 Jobcentre: Udfordringer og katalysatorer 148
9.6 Jobcentre: Opsamling 150
9.6.1 Jobcentre: Objektivt behov, opsummeret 150
9.6.2 Jobcentre: Subjektivt behov, opsummeret 151
9.6.3 Jobcentre: Ubevidst behov, opsummeret 151
9.6.4 Jobcentre: Objektivt merbehov, opsummeret 152
9.6.5 Jobcentre: Subjektivt merbehov, opsummeret 152
9.6.6 Jobcentre: Rekruttering, opsummeret 152
9.6.7 Jobcentre: Efter-/videreuddannelse for jobcentrenes medarbejdere, opsummeret 152
9.6.8 Jobcentre: Efter-/videreuddannelse for jobcentrenes brugere, opsummeret 153
9.6.9 Jobcentre: Udfordringer, katalysatorer, anbefalinger, opsummeret 153

10: Tysksproget perspektiv på danske virksomheders/institutioners fremmedsprogsbehov 155

10.1 Tysksproget perspektiv: Kort profil 155
10.2 Tysksproget perspektiv: Behov 156
10.2.1 Objektivt behov 156
10.2.2 Det subjektive behov 156
10.2.3 Ubevidst behov 163
10.2.4 Objektivt merbehov 164
10.2.5 Subjektivt merbehov 166
10.3 Katalysatorer 167
10.4 Tysksproget perspektiv: Opsamling 168

10.4.1 Objektivt behov, opsummeret 168
10.4.2 Subjektivt behov, opsummeret 168
10.4.3 Ubevidst behov, opsummeret 170
10.4.4 Objektivt merbehov, opsummeret 170
10.4.5 Subjektivt merbehov, opsummeret 170
10.4.6 Katalysatorer, opsummeret 170

11: Fransksproget perspektiv på danske virksomheders/institutioners fremmedsprogsbehov 172

11.1 Fransksproget perspektiv: Kort profil 172
11.2 Fransksproget perspektiv: Behov 173
11.2.1 Objektivt behov 173
11.2.2 Subjektivt behov 173
11.2.3 Ubevidst behov 184
11.2.4 Objektivt merbehov 185
11.2.5 Subjektivt merbehov 186
11.3. Udfordring og anbefalinger 187
11.3.1 Udfordring 187
11.3.2 Uddannelsespolitiske anbefalinger 188
Udvekslingsophold. 188
11.3.3 Øvrige anbefalinger 189
11.4 Fransksproget perspektiv: Opsamling 190
11.4.3 Ubevidst behov, opsummeret 191
11.4.4 Objektivt merbehov, opsummeret 191
11.4.5 Subjektivt merbehov, opsummeret 191
11.4.6 Udfordring, opsummeret 192
11.4.7 Anbefalinger, opsummeret 192

12: Opsamling 193

12. Opsamling 193
12.1 Behov 193
12.1.2 Subjektivt behov 195
12.1.3 Ubevidst behov 205
12.1.4 Objektivt merbehov 205
12.1.5 Subjektivt merbehov 207
12.2 Rekruttering, dansk perspektiv 208
12.3 Efter-/videreuddannelse, dansk perspektiv 209
12.4 Udfordringer, katalysatorer, anbefalinger 210

13: Sammenfatning 213
13. Sammenfatning 213
Litteratur 216

Betegnelser anvendt i rapporten

Rent praktisk er virksomheder og institutioner i rapporten annoteret, så stort bogstav angiver branche, stort 'Y' og stort 'Æ' markerer region, og efterstillet tal markerer dansk respondent. Lille 'f' og 't' markerer hhv. respondent, der repræsenterer fransk- og tysksproget perspektiv:

M: maskin- og metal.
S: sundhed.
F: fødevarer.
T: turisme (museer).
J: jobcentre).
Y: Region Syddanmark.
Æ: Region Sjælland (dvs. TÆ29 er respondent nr. 29 og et museum i Region Sjælland).
t: tysk.
f: fransk (dvs. 37fT er respondent nr. 37 og et museum, der repræsenterer fransk-sproget
perspektiv).

1

Indledning

Formålet med dette projekt er at afdække danske virksomheders og institutioners behov for tysk og/eller fransk, for at kunne udvikle sprogkurser i relevant, funktionsdefineret fremmedsprog til efter- og videreuddannelse af institutions- og virksomhedsansatte.

Projektet har modtaget støtte fra den NCFF-definerede pulje, som er rettet mod afdækning af behov for fremmedsprog. Emnet er behovsafdækning med generelt fokus på efteruddannelse af virksomheds-/institutionsansatte og specifikt fokus på behov for udvikling af funktionsdefinerede sprogkurser i de involverede fremmedsprog tysk og fransk.

Primær målgruppe er private virksomheder og offentlige institutioner og deres ansatte i Region Syddanmark og i Region Sjælland, der enten handler med eller indgår i regelmæssig kontakt med tyske eller franske modersmålsbrugere eller ønsker at ekspandere økonomisk/samarbejdsmæssigt ift. tysk- eller fransktalende områder.

Projektet afdækker i kvalitative interview med dels danske private virksomheder og offentlige institutioner i Region Syddanmark og Region Sjælland, dels private virksomheder og offentlige institutioner i enten tysk- og fransktalende områder eller med et tysk- eller fransksproget perspektiv, hvilke behov for hvilke(t) fremmedsprog der er.

Begrebet behov forstås og operationaliseres i tråd med Vandermeerens (2016) undersøgelse af behovet for dansk og tysk i hhv. virksomheder i Nordtyskland og Danmark. Mens Vandermeerens undersøgelse bygger på spørgeskemaer, er kvalitative interview dog valgt som metode i denne rapport for også at vinde indblik i både de årsagsforklaringer, der kan ligge bag respondenternes vurdering af behov, og de faktorer, der af respondenterne opleves som fremmende eller hindrende for brug af tysk og fransk. Ved at inddrage virksomheder og institutioner i tysk- og fransktalende områder og respondenter med et tysk- hhv. fransksproget syn vil projektet desuden undersøge disse respondenters opfattelse af behovet for fremmedsprogskompetencer i samarbejdet med danske virksomheder og institutioner.

I det følgende kapitel 2 redegøres kort for baggrunden for projektet, i kapitel 3 beskrives undersøgelsesdesign. Projektets resultater præsenteres i kapitlerne 4-11. Mens kapitel 4 indeholder en samlet oversigt over de respondenter, der har deltaget i undersøgelsen, behandler hvert af de følgende kapitler en gruppe af **danske** respondenter, dvs. maskin- og metalvirksomheder (kapitel 5), sundhedsvirksomheder (kapitel 6), fødevarevirksomheder (kapitel 7), turismevirksomheder (kapitel 8), jobcentre (kapiel 9). I kapitlerne 10 og 11 præsenteres hhv. det **tysk**- og det **fransk**sprogede perspektiv på behovet for fremmedsprog i kontakten med danskere. En opsamling på resultaterne følger i kapitel 12, og en sammenfatning i kapitel 13.

2

Baggrund

Internationaliseringen i uddannelse og arbejdsliv har på den ene side ført til en dominans af engelsk og en svækkelse af andre fremmedsprog i uddannelsesverden, men samtidig tydeliggør den mobilitet, som denne internationalisering har medført, behovet for individuel flersprogethed, eller mere præcist formuleret, så efterspørges der i højere og højere grad en funktionel kompetence i flere sprog hos den enkelte[1]. Som formuleret i europæisk sprogpolitik, fx Europarådets anbefalinger[2] er det ikke nok at dyrke engelsk som lingua franca; i mange sammenhænge er der brug for at kunne læse, skrive eller indgå i samtale på andre sprog eller have kendskab til et fremmedsprog inden for bestemte domæner. Sprog er vores indgang til både fagområder og kulturer og dermed markeder og handelspartnere. I akademisk sammenhæng spiller de forskellige videnskabskulturer i Europa og de dertil hørende sprog en vigtig rolle. De er del af den europæiske identitet, og i mange fag og professionelle sammenhænge er det vigtigt at kunne tilegne sig viden, som kun er tilgængelig på engelsk, og viden, som kun er tilgængelige på andre sprog end engelsk.

Generelt er projektet således begrundet i ønsket om, at den indholds- og kvalitetsmæssige udvikling af efter- og videreuddannelse skaber en sammenhæng mellem de kompetencer, uddannelsessystemet burde give kursister, og arbejdsmarkedets behov: Relevant efter-/videreuddannelse kræver opmærksomhed over for, hvordan sprog bruges i forskellige funktioner.

I sit kapitel fire "Behovsbegrebet i den uddannelsespolitiske debat" gennemgår rapporten *Hvad gør vi med sprog?* fra 2013 (Verstraete-Hansen&Andersen 2013) en række af 00'ernes sprograpporter, og det skal ikke gentages her, men alligevel vil rapporten gerne i meget kort form fremhæve nogle nedslag, som har motiveret denne rapports undersøgelse af behovet for tysk og fransk.

1. Jf. den foregående regerings sprogstrategi
https://ufm.dk/publikationer/2017/strategi-for-styrkelse-af-fremmedsprog-i-uddannelsessystemet.
2. Jf. https://www.coe.int/t/dg4/linguistic/Conventions_EN.asp.

For at problematisere det aktuelle projekts tilgang fra en start konkluderes Verstraete-Hansens rapport *Hvad skal vi med sprog?* (2008) fx bl.a. med, at "virksomhedernes holdning til sprog ikke bør danne grundlag for en uddannelsespolitik på fremmedsprogsområdet" (Verstraete-Hansen 2008: 63). Det er en konklusion, som tydeliggør vigtigheden af at definere *behov*.

I rapporten *Tysk nu* (Andersen et al. 2010) opsummeres kapitlet *Tysk i erhvervslivet: sprogbehov og interkulturel kompetence i virksomheder* med bl.a. de to konklusioner, at "Der er pæn efterspørgsel efter både almene og mere specifikke tyskkundskaber i erhvervslivet. […] Tysk er erhvervssprog nr. 2 i Europa." (Andersen et al. 2010: 85). Fire anbefalinger i denne rapport er:

- "Der skal være et klarere bud på de faglige kompetencer – jf. ingeniører.
- Kendskabet til det tyske sprogs hovedvarieteter skal øges i uddannelsen for at sikre den faktiske kommunikative forståelse (fx Schwäbisch, berlinsk, schweizertysk).[…]
- Måske skal der fremover satses mere på en kombination af uddannelse i tysk og noget andet.
- Men samtidig skal den dybe fagindsigt bevares som en mulighed." (Andersen et al. 2010: 84)

Disse anbefalinger, der bl.a. tematiserer diskussionen om sprog som stærk enekompetence vs. sprog som tillægskompetence giver yderligere motivation for at undersøge sproget i praktisk funktion nu et lille tiår senere.

Balsløv og Lippert efterlyser i en rapport om *Ingeniørers behov for sprog* i 2016 helt specifikke delkompetencer i tysk, men samtidig også opkvalificering i andre sprog, herunder fransk, og i kulturforståelse:

> "Vi anbefaler, at flere små og mellemstore virksomheder giver mulighed for opkvalificering, end de gør på nuværende tidspunkt. Da virksomhederne har størst kontakt til de nære markeder, bl.a. det tyske, kunne det være hensigtsmæssigt at opkvalificere kompetencerne for især skriftlig sprogfærdighed og fagteknisk sprogfærdighed, da det er der, problemerne er størst. Det anbefales dog også at overveje opkvalificering af andre sprog, som f.eks. fransk, spansk og portugisisk […]Derudover anbefaler vi efteruddannelse i kulturforståelse […]" (Balsløv&Lippert 2016: 47-48)

I en DI-analyse fra samme år, hvor tysk og fransk fremhæves som et "fremtidigt behov" (Leclercq 2016: 2), lyder det samstemmende:

> ”Virksomhederne har helt overvejende brug for medarbejdere med såkaldte dobbeltkompetencer – altså ingeniøren, der kan tysk, eller erhvervsøkonomen, der kan fransk” (Leclercq, 2016: 3).

Desuden tilkendegives det i denne analyse, at

> ”[…] det er vigtigt, at studerende, som ikke læser en sproguddannelse, har mulighed for at vedligeholde og videreudvikle deres opnåede sprogkompetencer fra folkeskolen og gymnasiet, så sprogkompetencerne kan blive sat i spil i deres arbejdsliv og komme virksomhederne til gode” (Leclercq 2016: 4).

Specifikt fokus sættes der i 2016 på Tyskland med den daværende regerings *Tysklandsstrategi*.

At tysk indtager en særstatus næst efter engelsk og dansk i danske internationale virksomheder, fremgår af Lund og Daryai-Hansen (2018), der afslutter deres artikel Sproglig hierarkisering i en international dansk virksomhedskontekst med følgende karakteristik af tysk:

> ”Når det gælder tysk, står det stærkt i de af data uddragne sproghierarkier. Tysk er til stede i virksomheder i Danmark, både som sproglig ressource, der aktivt anvendes hos medarbejderne med andre sprog end tysk som førstesprog, og som foretrukket kommunikationssprog hos tysksprogede medarbejdere. Tysk skal ikke kun ses som ét blandt flere sprog, men som en selvstændig faktor, der ganske vist på ingen måde længere er på niveau med engelsk, men som bør anerkendes som en allerede anvendt ressource i en international virksomhedskontekst.” (Lund&Daryai-Hansen 2018: 102-103).

Økonomisk er der omkring 10% forskel på Tysklands (14,6%) og Frankrigs (3,1%) aftag af dansk eksport[3], men det betyder ikke, at der ikke er gode økonomiske argumenter for et fokus på fransk. I DI-analysen Frankrig: Et stort marked med potentiale for mere (2019) fremhæves Frankrigs position som andenstørste økonomi efter Tyskland i EU efter brexit – og Frankrigs position som et af Danmarks store eksportmarkeder. Samtidig redegøres for et fald i den danske andel på det franske marked fra 0,8 % i 2006 til 0,5 % i 2016. Et fald, som bl.a. forklares med sproglige og kulturelle udfordringer:

> ”Især sproget og kulturelle forskelle giver virksomhederne udfordringer på det franske marked. Derfor klarer danske eksportvirksomheder sig ikke lige så godt i

3. Tallene stammer fra Germany Trade & Invest Wirtschaftsdaten kompakt: Dänemark, nov.2019; https://www.gtai.de/; besøgt februar 2020.

> Frankrig som landets størrelse, velstand og nærhed burde give anledning til. Nye DI-beregninger viser, at vi har et uforløst eksportpotentiale på op mod 13 mia. kr. på det franske marked. Det gør Frankrig til det marked, hvor danske virksomheder underpræsterer mest." (Sørensen 2019: 3)

De få nedslag kan som nævnt ses som motivation for at undersøge behovet for tysk og fransk, og for – på baggrund af diskussionen om sprog som stærk enekompetence vs. sprog som tillægskompetence – at undersøge behovet for sprog i praktisk funktion. Endelig motiverer de også projektets fokus på efter-/videreuddannelse.

Mest af alt tydeliggør nedslagene dog vigtigheden af til en start at definere behov. Rapporten overtager både definition og operationalisering af begrebet fra Vandermeeren (2016). Derfor først et par ord om dele af Vandermeerens udgangspunkt: Vandermeeren differentierer mellem adaptation,standardisering eller ikke-adaptation, når en virksomhed kommunikerer med ekstern kommunikationspartner, dvs, en virksomhed kan tilpasse sig sin kommunikationspartner ved at anvende dennes førstesprog, anvende engelsk som lingua franca eller vælge at anvende eget førstesprog ift. kommunikationspartneren (Vandermeeren 2016: 2.1). Der er i formuleringerne fokus på sprogbrug og sprogbehov, men det forudsættes, at adaptation indebærer en basal viden om den fremmedsprogede kultur.

Vandermeeren peger på, at det (salgs-)psykologisk er mest optimalt at kunne anvende modpartens sprog, hvilket bl.a. psykolingvistisk forklares med, at mange mentale processer, især de, der hænger sammen med motivation, finder sted på førstesproget (Vandermeeren 2016: 2.2). Største fordel, som den sprogbruger, der vælger at kommunikere med modparten på dennes førstesprog, har, kan udtrykkes så banalt, som at modparten forstår det kommunikerede. Der opstår ikke sprogligt eller kulturelt betingede misforståelser (Vandermeeren 2016: 2.2). Og den ikke-modersmålstalende sikrer sig kontrollen over, hvor meget modparten forstår (ibid.).

Mht. behov skelner Vandermeeren mellem fremmedsprogsbehov og faktisk brug af fremmedsprog. Fremmedsprogsbehov defineres som det behov, virksomheden har for medarbejdere, der til sammen taler et tilstrækkeligt stort antal fremmedsprog på tilstrækkeligt højt niveau til at kunne etablere og opretholde kontakt med fremmedsprogede på deres førstesprog eller på lingua franca (Vandermeeren 2016: 2.2). En vigtig pointe, som Vandermeeren peger på ift. at udspørge om brug af fremmedsprog, er, at svarene altid vil afspejle den subjektive indstilling, som den aktuelle respondent har til fremmedsprog.

For at få objektive kriterier med skelner Vandermeeren (2016: 2.2) derfor mellem fem typer behov:

1. Objektivt behov for fremmedsprog = meddelt kontaktfrekvens, dvs. kontaktfrekvens som objektiv indikator.
2. Subjektivt behov for fremmedsprog = meddelt enten dækket eller udækket behov, dvs. respondentens mening som subjektiv indikator.
3. Ubevidst behov for fremmedsprog = a) meddelt regelmæssig eller hyppig kontakt + b) meddelt dækket behov, dvs. respondentens opfattelse er, at der ikke er behov for at anvende fremmedsprog
4. Objektivt merbehov = a) meddelt regelmæssig eller hyppig kontakt + b) meddelt, at man sjældent eller aldrig kommunikerer med kommunikationspartner på dennes sprog, dvs. faktisk situation er, at kommunikationspartnerens sprog ikke anvendes
5. Subjektivt merbehov = a) meddelt regelmæssig eller hyppig kontakt + b) meddelt udækket behov

Definitionerne danner grundlag for undersøgelsen af behov i denne rapport. Desuden suppleres behovsspørgsmålene med spørgsmål om rekruttering og efter-/videreuddannelse, så følgende fire punkter undersøges i interviewene:

1. Behov: Virksomhedernes og institutionernes behov for ansatte med funktionelt specifikt definerede fremmedsprogskundskaber i tysk og fransk (dvs. både i hvilke ansættelsesfunktioner og til hvilke arbejdsopgaver der er behov for sprogene)
2. Rekruttering: Virksomhedernes og institutionernes forventninger til det fremmedsproglige niveau i tysk og fransk, når der ansættes nye medarbejdere
3. Efter-/videreuddannelse: Virksomhedernes og institutionernes behov for opkvalificering af funktionelt specifikt definerede fremmedsprogskompetencer i tysk og fransk hos nuværende medarbejdere
4. Evt. holdningsbarrierer eller strukturelle og/eller økonomiske forhold, der begrænser eller fremmer anvendelsen af tysk og fransk for de interviewede virksomheder og institutioner.

I det følgende kapitel redegøres nærmere for undersøgelsens design.

3

Metode

3.1 Udvælgelse af respondenter

Antallet af respondenter fastlagdes ved projektets start til ca. 40 (30 danske og i alt 10 tyske/franske) ud fra den tidslige ramme, og hvad der på den baggrund ansås for realiserbart. Af hensyn til repræsentativiteten blev der desuden planlagt med en gruppestørrelse på minimum seks virksomheder/institutioner pr. branche, jf. nedenfor. Herudfra tilstræbtes interview med fem danske brancher, så de resterende ca. 10 interview kunne reserveres til respondenter, der repræsenterede hhv. det tysk- og fransktalende perspektiv. Mht. geografien tilstræbtes ligelig fordeling på Region Syddanmark og Region Sjælland, og ift. størrelse var et fokus SMV'er. SMV'er, der af Dansk Statistik er defineret ved at have færre end 250 ansatte, ses som "en vigtig kilde til økonomisk vækst og jobskabelse i Danmark" (Jensen&Nielsen 2016: 1). Samtidig var det dog et opmærksomhedspunkt i undersøgelsen, at SMV'er, "som indgår i en koncern inklusiv de udenlandsk ejede, har en markant større direkte eksport end de uafhængige SMV'er, idet de står for 88% af den samlede eksport af varer fra SMV'er inden for industrien" (Jensen&Nielsen 2016: 7). Det betød, at der i undersøgelsen skelnes mellem uafhængige SMV'er og koncerntilknyttede, men ikke, at de førstnævnte fravalgtes.

En begrundelse for valg af brancher ligger der i, at SMVdanmark i efteråret 2019 indledte bl.a. et samarbejde med Trade Council på Generalkonsulatet i Hamborg ud fra den indsigt, at SMV'er i den danske metal- og maskinindustri ikke udnytter deres eksportpotentiale tilstrækkeligt (jf. artiklen *Eksport til Tyskland: Danske underleverandører kan blive guld værd i udlandet*, 12.11.2019[4]). Dette initiativ til at øge eksportaktiviteterne betød, at SMV-maskin- og metalvirksomheder indgår i projektet. En anden gruppe virksomheder, der valgtes ud fra eksportperspektivet, er sundhedsvirksomheder, som bl.a. nævnes i DI-analysen om Frankrig (Sørensen 2019): "Længere levetid og aldring af befolkning giver

4. https://smvdanmark.dk/nyt-presse/nyheder/internationalisering/danske-underleverandører-kan-blive-guld-værd-i-udlandet?Action=1&M=NewsV2&PID=17286

nemlig typisk øget efterspørgsel efter sundhedsrelaterede produkter – et område som er en dansk styrkeposition." (Sørensen 2019: 8). Som tredje gruppe af private virksomheder valgtes fødevarevirksomheder, ift. danske virksomheder igen med et fokus på SMV'er og eksport. Jobcentre, som indgår i undersøgelsen valgtes ud fra ønsket om at få indblik i især samarbejdet over den dansk-tyske grænse og sprogpraksis her. Af den grund valgtes også bl.a. to tyske jobcentre til at repræsentere det tysksprogede perspektiv. Endelig indgår museer som selvejende institutioner som en tredje virksomhedstype, der repræsenterer turismebranchen. I udvælgelsen af respondenter, der kunne repræsentere hhv. et tysk- og fransksproget perspektiv rettede udvælgelsen sig dels efter de danske brancher, dels efter tilgængelighed.

Alle respondenter[5] blev i første omgang kontaktet per mail med information om undersøgelsens formål og fokusområde. Mailene var så vidt muligt stilet til en konkret modtager på ledelsesniveau, og generelle virksomhedspostkasser og kontaktformularer blev som udgangspunkt undgået. Ved manglende tilbagemelding fra respondenter blev der fulgt op på mailen med et telefonopkald med henvisning til den fremsendte mail.

3.2 Interview

Projektets metode tager udgangspunkt i Kvales (2007) og Kvale og Brinkmanns (2015) fremstilling af hele processen omkring udførelse af kvalitative interview.

3.2.1 Interviewets form

Der blev valgt en åben, semistruktureret interviewform, hvor der blev angivet en række temaer, som skulle behandles. Til hvert tema var der knyttet en række uddybende spørgsmål, som intervieweren kunne støtte sig til og vælge at gå ind i. Det var dog i høj grad interviewers opgave at følge deltagernes udtalelser frem for slavisk at gennemgå alle spørgsmål. Denne beslutning var truffet ud fra en betragtning om, at det kan være med til at øge deltagernes åbenhed og føre til nye perspektiver, som ellers ikke ville blive opdaget (Kvale 2007: 57).

Den åbne, semistrukturerede interviewform er god til at give indblik i nye perspektiver på et tema, men kan dog besværliggøre det efterfølgende analysearbejde, fordi det ikke er let at sammenligne interviewene. Derfor blev der valgt en blandet metode (mixed method), som kombinerede de kvalitative interview med et spørgeskema, som gav et generelt sammenligningsgrundlag Kvale 2007: 46-49).

5. Med undtagelse af respondenter fra fire ud af seks jobcentre (JY27, JÆ28, JÆ29, JÆ30), som er kontaktet telefonisk via kommunernes omstilling. 41f er ligeledes kontaktet telefonisk, men med efterfølgende fremsendelse af informationsmail.

3.2.2 Struktur og organisering af interviewguiden

Temaerne, som dannede grundlaget for interviewene, var udvalgt med henblik på at kunne opfylde projektets målsætning om at identificere institutioners og virksomheders behov for fremmedsprogskompetencer i tysk og fransk og derved at kunne vurdere behovet for efter- og videreuddannelse. De udvalgte temaer for interviewene er: Virksomhedsfakta, Funktioner og opgaver, Sprogligt niveau, Rekruttering og Efter-/videreuddannelse.

Inden for hvert tema er der udformet et introduktionsspørgsmål af typen Fortæl om…. og dertil kommer en række direkte spørgsmål (Kvale 2007: 60-62; Kvale&Brinkmann 2015: 185-196), som f.eks. Hvor ofte har din virksomhed kontakt med tysk- eller franskta-lende medarbejdere? eller Hvordan vurderer du medarbejdernes sproglige niveau? Disse spørgsmål (herunder også spørgsmålene i spørgeskemaet) er udformet, så de muliggør en vurdering af det ubevidste behov (jf. Vandermeeren 2016:2.2).

Ud over de på forhånd formulerede spørgsmål gjorde interviewer også brug af andre opfølgende spørgsmål inspireret af Kvale. Disse spørgsmål medregnes ikke som en del af den konkrete spørgeramme, men blev brugt som hjælpespørgsmål af interviewer for at få deltagerne til at uddybe eller fortælle mere om et specifikt tema. Eksempler på denne type spørgsmål er spørgsmål af opfølgende karakter, (minimalresponser (mh, ja, nåh, okay), gentagelse af nøgleord/informationer), spørgsmål af uddybende karakter, som *Du nævnte… kan du sige noget mere om det? eller Har du flere eksempler på…?*, spørgsmål af specificerende karakter, som *Hvad gjorde du så i den situation? Er det noget du selv har oplevet?* Og endelig spørgsmål af analyserende karakter, som *Du nævnte… betyder det at…? Det vil sige at…. Er det korrekt forstået?*[6]

3.2.3 Gennemførelse

For at skabe en god relation, hvor deltageren åbner op og fortæller om personlige oplevelser og erfaringer, er det vigtigt at komme godt fra start. Interviewet startede derfor med, at interviewer fortalte om tema, formål og brug af optageudstyr. Interviewer gav desuden deltager mulighed for at stille afklarende spørgsmål inden interviewet gik i gang (Kvale 2007: 55). Efterfølgende takkedes for deltagernes tid, og deltagerne blev bedt om at udfylde spørgeskemaet.

6. Jf. de fuldstændige spørgerammer i appendiks.

3.2.4 Transskription

Interviewene er transskriberet i grov form mhp. udelukkende at gengive udsagnene så ordret som muligt, uden markering af pauser, smålyde etc. Citaterne, der gengives i resultaterne, udelader desuden gentagelser, kraftudtryk og gambitter.

Den indsamlede empiri består dels af ansigt-til-ansigt-interview og telefoninterview. Oprindeligt skulle de 30 interview med danske virksomheder alle være gennemført som ansigt-til-ansigt-interview, imens telefoninterview udelukkende var tænkt som en løsning i forhold til det tysk- og franskprogede perspektiv, hvor geografisk afstand umuliggjorde fysisk fremmøde.

Grundet COVID-19 restriktioner i foråret 2020 blev kun 13[7] af de 30 danske interview gennemført ansigt til ansigt, mens den resterende del blev afviklet som telefoninterview. Dette har i nogen grad haft indflydelse på kvaliteten af lydoptagelserne, fordi pålideligheden af telefonforbindelsen har varieret, samtidig med at telefonformatet har muliggjort, at respondenterne kunne gennemføre interviewet på farten. Baggrundsstøj og lydudfald er således hyppigere ved telefoninterview end ved interview gennemført ansigt til ansigt. Dette fremgår også af transskriptionerne, hvor usikre gengivelser eller udfald er markeret med spørgsmålstegn.

3.3 Analyse

Analysen følger de i afsnit to skitserede undersøgelser af behov:

Det objektive behov er simpelt svar på spørgsmålet: *Hvor hyppigt er der kontakt med fremmedsprogede?* Svarene fordeles på kategorierne *ofte, regelmæssigt, sjældent* og *aldrig*. "Ofte" defineres som mere end to gange ugentligt, "regelmæssigt" som en-to gange pr. uge, "sjældent" som alt mellem "regelmæssigt" og "aldrig". Som adjektivisk attribut anvendes "hyppigt" som synonym til "ofte" i rapporten.

Det subjektive behov er i udgangspunktet simpelt svar på spørgsmålet: *Er I af den opfattelse, at virksomheden/institutionen har behov for fremmedsprog?* Dvs. det subjektive behov forstås som respondentens opfattelse af, om behovet for fremmedsprogskompetencer i virksomheden er "dækket" eller "udækket", hvilket måles og illustreres på en bipolar skala, så der også indgår en både-og-kategori. I analysen uddybes mht. a) hvilke funktioner og situationer, der af respondenten anses for at være særligt vigtige ift. fremmedsprogskompetencer, herunder b) om det drejer sig om skriftlige eller mundtlige fremmedsprogskompetencer. Ligeledes analyseres, om særlige faktorer synes at have betydning for, hvordan respondenterne bedømmer behovet.

7. MY1, MY2, MY3, MY4, MÆ5, MÆ6, TY7, TY8, TÆ9, TÆ10, TÆ11, FY19, FÆ23

Det ubevidste behov for fremmedsprog filtreres frem ud fra respondenternes svar på de to første spørgsmål. Hvis respondenten fx både har meddelt, at der er regelmæssig eller hyppig kontakt med L1-fransktalende og samtidig tilkendegiver den opfattelse, at der ikke er behov for at anvende fransk i virksomheden/institutionen, tolkes dette som et ubevidst behov.

Også **det objektive merbehov** tolkes ud fra en kobling af svarene på to spørgsmål, nemlig dels spørgsmålet om kontaktfrekvens, dels et spørgsmål om, hvilke sprog der anvendes i kommunikationen med fremmedsprogede. Hvis respondenten fx både har meddelt, at der er regelmæssig eller hyppig kontakt med L1-tysktalende og samtidig meddeler, at der sjældent eller aldrig kommunikeres på tysk med disse kontakter, men fx hovedsagelig på engelsk, tolkes det som et objektivt merbehov.

Et subjektivt merbehov eksisterer der, hvor det meddeles, at der er regelmæssig eller hyppig kontakt med fremmedsprogede, og det samtidig meddeles, at virksomhedens/institutionens behov for kompetencer i det pågældende fremmedsprog er udækket.

Kapitlerne om de fem grupper af danske virksomheder og institutioner, 5. Maskin- og metalvirksomheder, 6. Sundhedsvirksomheder, 7. Fødevarevirksomheder, 8. Turismevirksomheder (museer) og 9. Jobcentre, er alle ens opbygget: Kapitlerne introducerer indledningsvis gruppen af virksomheder og institutioner i en kort profil og behandler derpå de fire emner, behov, rekruttering, efter-/videreuddannelse samt udfordringer og katalysatorer for fremmedsprogsbrug.

4

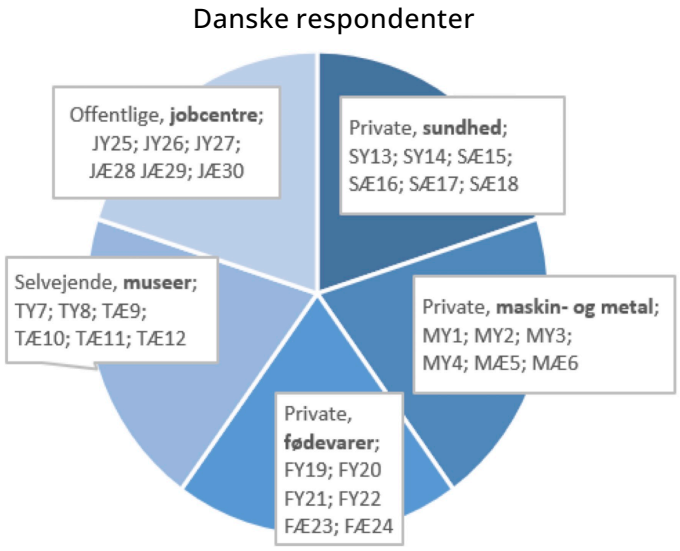
Respondentprofiler

I det følgende skitseres respondentprofiler i oversigt ud fra geografi, størrelse, branche og gruppering i undersøgelsen. Mere detaljerede profiler forefindes i indledningen til hvert analysekapitel.[8]

Der indgår 41 respondenter i undersøgelsen: 30 danske virksomheder og institutioner, seks, der repræsenterer et tysksproget perspektiv, og fem, der repræsenterer et fransksproget perspektiv. De 30 danske virksomheder/institutioner fordeler sig på fem brancher, nemlig 1) maskin- og metal-, 2) sundheds- samt 3) fødevarevirksomheder og herudover 4) museer og 5) jobcentre. Geografisk fordeler respondenterne sig med 15 i Region Syddanmark og 15 i Region Sjælland.

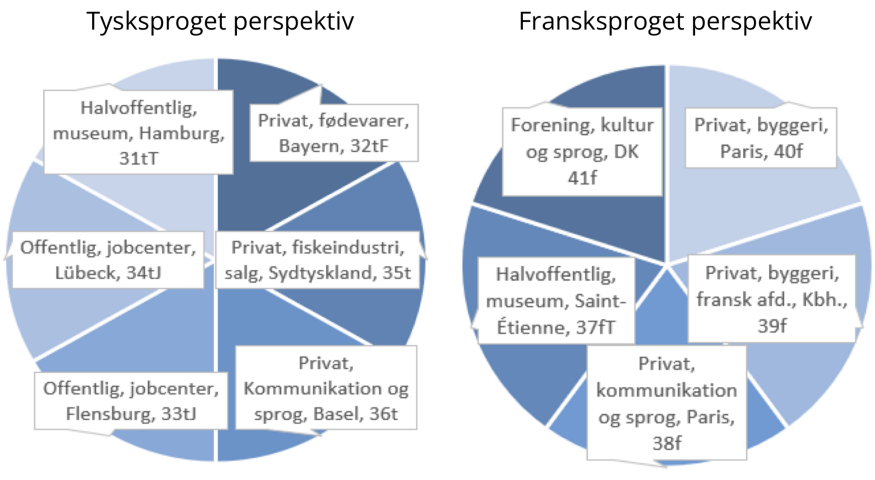
Rent praktisk er virksomhederne annoteret, så stort bogstav angiver branche (M: maskin- og metal; S: sundhed; F: fødevarer; T: turisme; J: jobcentre), 'Y' angiver Region Syddanmark, 'Æ' region Sjælland. Sprog angives ikke ift. de danske, men foranstillet tal og 'f' markerer fransksproget perspektiv, tysksproget markeres med 't'.

8. Samlet oversigt indgår også i appendiks.



*Figur 4.1. Danske respondenter: brancheforde*ling.

De 10 interview, som bidrager med et tysk- eller fransksproget perspektiv, fordeler sig på følgende måde: Ift. det tysksprogede perspektiv indgår en fødevarekoncern i Bayern, et museum i Hamburg, to jobcentre i Flensburg og Lübeck og en respondent, der arbejder som salgschef for en danskejet koncern i Sydtyskland. Endelig er der medtaget mailudveksling med et oversættelsesbureau i Basel. Ift. det fransksprogede perspektiv indgår en enkeltmandsvirksomhed og en multinational virksomhed i Paris, den danske afdeling af sidstnævnte virksomhed i København, et museum i Saint Etienne og en lokal dansk forening under en fransk organisation.



Figur 4.2 Tysk- og fransksproget perspektiv: virksomheder i overblik.

Der har mht. virksomheder i Danmark været specifikt fokus på SMV'er, som udgør 24 af de interviewede, mens to er mikrovirksomheder, en er en egl. koncern, og tre er koncerntilknyttede SMV'er. Dansk Statistiks[9] definition anvendes, så mikrovirksomheder har 0-9 ansatte, små 10-49, mellemstore 50-249 og store virksomheder 250+ ansatte. Sidstnævnte grupperes sammen med de tre SMV'er, der har koncerntilknytning:

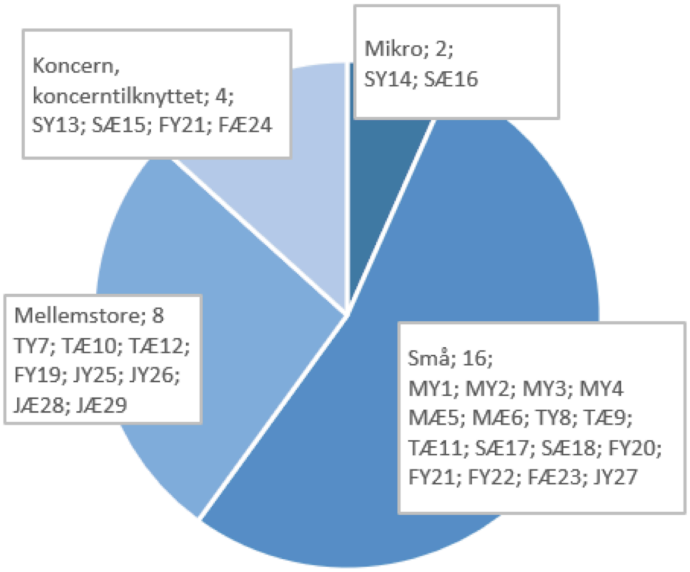


Fig. 4.3 Danske virksomheder: Størrelse.

9. Jf. https://www.dst.dk/Site/Dst/Udgivelser/nyt/GetAnalyse.aspx?cid=27867

”Altså indimellem kan man næsten høre et lettelsens suk i telefonen, når vi godt kan tale tysk med hinanden.” (MY1)

”Det er lige så vigtigt, at vores montør kan tysk, som det er os, der er hjemme.[...]Når han kommer ud og sætter vores maskiner op, hvis der skal repareres, så er det også vigtigt, at han er god til tysk, fordi der er så mange tekniske ting i en maskine.” (MY2)

”Vi er vant til, at kunderne kommer og skal auditere os som leverandør, og når vi har leverandør-kontakten og bliver efterprøvet i de situationer, så må vi bare acceptere, at det foregår på tysk.”(MY3)

”Jeg vil sige, at hvis du står nede i Tyskland, så er det altså vigtigt at du kan tysk. Hvis du kun kan engelsk, så tror jeg, der er mange, der bliver væk.” (MY4)

”Det skaber tryghed at man taler sproget. At man kan møde folk på deres modersmål.” (MÆ5)

”Hele vores håndværkområde -der er det simpelthen mangelfuldt, at de ikke har lært tysk, altså at de ikke kan tysk, for næsten alle de maskiner, vi for eksempel har her, det er tyske maskiner. Så når vi skal snakke med specialister, så skal vi ringe til Tyskland.” (MÆ6)

5

Maskin- og metalvirksomheder

5.1 Maskin- og metalvirksomheder: Kort profil

Denne gruppe virksomheder består af seks SMV'er fra maskin- og metalindustrien. MY1, MY2, MY3 og MY4 har hjemsted i Region Syddanmark, MÆ5 og MÆ6 i Region Sjælland. Til deres produkter tæller maskinkomponenter og plastprodukter, haner og ventiler, vaske- og renseteknologi, maskiner og kemiløsninger til bl.a. affedtning og overfladebehandling, fræsning og drejning samt elektronikreparation. Fælles for disse virksomheder er, at de har sammenligneligt antal ansatte (10-35) og alle er etablerede, vækstende eller vordende eksportvirksomheder. Ingen af virksomhederne tilkendegiver at råde over franskkompetencer, en enkelt virksomhed råder heller ikke over tyskkompetencer, men de øvrige fem har alle 1-5 medarbejdere, der behersker tysk på højt niveau eller modersmålsniveau (↑)[10], og 1-10 medarbejdere, der behersker det på middel niveau.

10. Til betegnelse af sprogniveauer anvendes i interviewene og rapporten "basalt" og "lavt" svarende til CEFR A1-A2, "middel" svarende til B1, "godt" svarende til B2, og "højt" svarende til C-niveauerne. En ↑ i profilerne dækker B2, C1, C2.

	MY1	MY2	MY3	MY4	MÆ5	MÆ6
Antal ansatte	30	12	35	10	32	10-20
Salg	Primært salg i DK, eksport til D og F.	Sælger meget til D. Datterselskab i D.	Aktuel ekspansion til D. I vækst det sidste 1½ år.	Koncentration om D og S. Eksport i vækst siden 2018.	Aktuel ekspansion til D. Enkelte kunder i F. I vækst.	Hovedsage-lig eksport (90%), både D og F. Niche.
Indkøb	Udenlandske leverandører.		Udenlandske leverandører.		Bl.a. tyske leverandører.	
Tysk- (D) og fransk- (F) kompetencer	D: 10-15, heraf 5↑ F: ÷	D: Alle middel, 1↑ F: ÷	D: 4 middel, 4↑ F: ÷	D: 3 middel, 3↑ F: ÷	D: ÷ F: ÷	D: 1 middel, 1↑ F:÷

Tab. M.1. Maskin- og metalindustrien: kort profil.

5.2 Maskin- og metalvirksomheder: Behov

5.2.1 Maskin- og metalvirksomheder: Objektivt behov

Hvor ofte har virksomheden kontakt med tysk- eller fransktalende samarbejdspartnere?

	MY1	MY2	MY3	MY4	MÆ5	MÆ6
Tysk	ofte (dagligt)	ofte (dagligt)	aldrig (men planlagt)	ofte (dagligt)	regelmæssigt ("ugentligt, og næsten dagligt")	ofte (dagligt)
Salg	sjældent ("lidt")	aldrig	aldrig	aldrig	Sjældent	regelmæssigt

Tab. M.2. Maskin- og metalindustri: Kontaktfrekvens.

Fem ud af de seks SMV-virksomheder i metal- og maskinindustrien har hyppig eller regelmæssig kontakt med L1-tysktalende. Den sjette virksomhed, MY3, har vækstet det sidste halvandet år, og har planer om en udvidelse til det tyske marked. Virksomheden beskriver en messe i Hamborg januar 2020 som "allerførste, men planlagte tiltag" (MY3) til at skabe kontakt.

Kun MÆ6 har regelmæssig kontakt til franske samarbejdspartnere, MY1 og MÆ5 har sjælden kontakt, og MY2, MY3 og MY4 ingen kontakt; MY3 tilkendegiver ingen planer at have om kontakt.

Trods det lille datagrundlag kan bemærkes, at det er en østdansk virksomhed, der har størst kontakt til det franske marked, og selv MÆ5, der har – om end sjælden – kontakt, tilkendegiver med henvisning til den geografiske distance en vis skepsis over for franske kunder:

CITAT M.1”Vi er jo gode til, kan man sige, SEO-optimalt, at blive fundet på nettet. Men jeg bliver som regel lidt skeptisk, hvis de rejser så langt for at finde os. Der handler det om at være i nærområdet.”

5.2.2 Maskin- og metalvirksomheder: Subjektivt behov

Kun MY1 svarer klart ja på det generelle spørgsmål om fremmedsprogsbehovsdækning i virksomheden. MY3 og MÆ5 tilkendegiver omvendt behov, mens MY2, MY4 og MÆ6 alle afhængigt af situation, funktion og udvikling beskriver forskellige behov. De sprog, der kommer på tale ud over engelsk, tysk og fransk, er L2-dansk og svensk.

Er virksomhedens behov for fremmedsprog dækket?

JA

CITAT M.2 ”Det vil jeg mene, ja.” (MY1)

BÅDE-OG

CITAT M.3 ”I hvert fald 80-90 procent er godt nok, som det er. Så klarer vi os igennem.” (MY4)

CITAT M.4 ”Altså det er lidt svært, fordi dem, som egentlig… De er også medindehavere, nogle af dem, der ikke er så gode til tysk. Dem kan vi jo ikke bare lige… – dem skal vi jo helst beholde.” (MY2)

CITAT M.5 ”Jaah, vi er nogenlunde dækket, men vi har et merbehov. Internt i virksomheden burde vi have et højere niveau – for eksempel på vores produktionsdel. Med nogen der kunne noget mere sprog. Måske hænger det også sammen med, at der har vi ikke en masse ingeniører siddende ude, som har lange studier med, hvor de så har måttet læse fagbøger osv. på tysk og engelsk, eller hvad det nu kan være. Generelt set er mit indtryk sådan, at sprogniveauet i virksomhederne bliver ikke mindre. Vi bliver mere og mere internationale. Internettet gør, at vi er bredere og bredere ude. Så hvis vi ikke kan noget sprog andet end dansk, så kan vi ingenting. Og det engelske er helt klart det vigtigste, men da Tyskland er så stort et marked som det er…(MÆ6)

NEJ

> CITAT M.6 ”Vi har nogen, som vi kan starte op med, og så kan vi købe os til lidt, men vi skal have nogen flere, der kan det [tysk].” (MY3)

> CITAT M.7 ”Rent statistisk ud fra den situation, vi står i, så er der et stort behov. […] og det har der også altid været på Sjælland i forhold til – årh kunne vi bare få én, der kunne flydende svensk. Så der ER et stort behov. Det ER en hæmmer for os, at vi ikke har en, der virkelig kan sprog. Men udfordringen vil altid være, at jeg kan sagtens ansætte en, der kan svensk eller tysk. Men hvis vedkommende ikke kan det andet, så er det lige meget.” (MÆ5)

I oversigt kan besvarelserne ift. tysk og fransk indordnes sådan:

Tysk

dækket		udækket
MY1	MY4 MY2 MÆ6	MY3, MÆ5

Fransk

dækket		udækket
MY1, MY2, MY3, MY4	MÆ6	MÆ5

Tab. M.3. Maskin- og metalvirksomheder: subjektivt behov.

Fem af de seks virksomheder tilkendegiver alle en form for udækket behov for tysk. Særligt to, evt. sammenfaldende, situationer synes at øge opmærksomheden på sprogbehov, nemlig **indtræden på nyt marked og første kontakt til ny samarbejdspartner**. I begge situationer ses sproget som essentielt for det førstehåndsindtryk, man efterlader:

> CITAT M.8 ”Når først man ligesom HAR fået sparket døren ind i Sverige og Tyskland, så er det lidt nemmere at ansætte nogle, som har været på konversationstysk eller lignende. Dem, der skal virkelig ind og sparke døren ind og sige: Vi kan det her. Da er det vigtigt, at de kan mere end skoletysk Vi har et ry og rygte: Når vi HAR været ude ved kunden, og de kan se hvad vi kan, så kan man godt sende en mindre ideel medarbejder næste gang. Det gør vi også tit med nye kunder. Det tror jeg, mange gør. Man sender den bedste mand første gang, så de tænker: Hold da op, de er gode. Så

næste gang sender man en af dem, der også er gode, men som vi har mange flere af. […] Så der skal ligesom være en der kan sparke døren ind." (MÆ5)

CITAT M.9 "Jeg har i mit tidligere arbejde haft rigtig meget med Tyskland at gøre og forhandlet maskiner i Danmark som var tysk producerede, så jeg kender selv en del til Tyskland. Det var så mere maskinproducenter fra det sydtyske område, jeg repræsenterede i Danmark, men jeg ved det er et kæmpe marked. Der er store muligheder, men jeg tror ikke på, det går uden at man har nogle sproglige færdigheder på tysk." (MY3)

Vigtigheden af at kunne modpartens sprog understreges af, at det ikke blot skaber større lethed i kommunikationen, men også beskrives som betingelse for at skabe tillid og virke troværdig.

CITAT M.10 "Altså indimellem kan man næsten høre et lettelsens suk i telefonen, når vi godt kan tale tysk med hinanden." (MY1)

CITAT M.11 "Hvis ikke vi kan sproget rigtig, rigtig godt, så er det svært at sælge troværdighed.[…] Det skaber tryghed at man taler sproget. At man kan møde folk på deres modersmål." (MÆ5)

Ift. funktioner er det især **salgs- og markedsføringsfunktionen**, der fremhæves som vigtig (MY2, MY3, MY4, MÆ5), men også for funktionerne **administration, indkøb, produktion og kundeservice** (MY2, MY3, MÆ5) kan tyskkundskaber være relevante. MY1 markerer, at behovet for fremmedsprog er dækket i virksomheden, men peger samtidig på nødvendigheden af at kunne sprog i hele organisationen:

CITAT M.12 "MY1: Bortset fra lager og montage, så skal salgsfunktionen bruge det. Indkøbsfunktionen skal bruge det. Vores tekniske afdeling skal bruge det. Vores økonomiafdeling skal også bruge det, så det er sådan set hele organisationen.
I[11]*: Er der nogen funktioner, hvor du vil sige, at det er vigtigere end andre? Altså hvor det er decideret afgørende?*
MY1: Det er det stort set i alle de funktioner, jeg lige har nævnt, fordi stort set alle vores leverandører er udenlandske, så det er simpelthen et must, men det er selvfølgelig ekstremt vigtigt i salgsfunktionerne."

Montage, som MY1 ser som mindre vigtig, fremhæves af MY2 som vigtig ift. tysk:

11. 'I'=interviewer.

CITAT M.13 ”Det er lige så vigtigt, at vores montør kan tysk, som det er os, der er hjemme.[…]Når han kommer ud og sætter vores maskiner op, hvis der skal repareres, så er det også vigtigt, at han er god til tysk, fordi der er så mange tekniske ting i en maskine.” (MY2)

Selvom manglen på tyskkundskaber i virksomhederne generelt afhjælpes med engelsk, beskrives det, hvordan denne mangel kan føre til ekstra arbejdsgange eller behov for at inddrage yderligere medarbejdere for at klare en interaktion:

CITAT M.14 ”Vores interne salg. Det kunne godt være bedre. Vi har en intern, som sidder og tager telefonen, og det kunne være en fordel, hvis hun kunne snakke tysk.[…] Hun skal snakke med kunderne, når de ringer ind. Og der ville en tysker skulle snakke engelsk i vores tilfælde, eller også så stiller hun om [til en], der snakker tysk. Og så ville hun heller ikke kunne lave et tysk tilbud. Men så kan hun lave det på engelsk. Så kan vi selv få nogen, hvis vi ikke har det i forvejen, så får vi en af vores tyske kolleger til at hjælpe med det.” (MY4)

Med undtagelse af MY4, der kun ser det mundtlige tysk som væsentligt, gælder det generelt, at både de **mundtlige og de skriftlige kompetencer** ses som vigtige ift. tysk.

CITAT M.15 ”Så derfor er det vigtigt, at det både er i skrift og tale. Derfor tester vi også de her medarbejdere. Bureauet troede først, de kun skulle teste dem i det mundtlige. Men nej, jeg vil være sikker på, at det, de skriver ud, det har et ordentligt niveau, fordi så meget foregår på mailkorrespondance i dag.” (MÆ6)

Skriftlige opgaver som nævnes ift. alment virksomhedstysk, er generelt at ”forfatte tekster” og oversætte (MY2), vedligeholde da/ty/eng hjemmeside (MY2, MÆ6), udarbejde brochurer (MY3), aftale kundebesøg eller forhandle om køb/salg skriftligt pr. mail (MÆ5). Teknisk sprog fylder i disse virksomheder generelt meget. Det kan være mailkorrespondance om produkter (MÆ6), tekniske reparationer (MÆ5) eller teknisk dokumentation (MY1, MY3, MÆ5, MÆ6).

CITAT M.16 ”Altså de sælgere vi har, som skal sidde og sælge vores produkter, de har en vis teknisk forståelse som minimum. De behøver ikke nødvendigvis være teknikere eller ingeniører, men de har en vis teknisk forståelse. Vi skal kunne sælge nogle tekniske løsninger.” (MÆ6)
CITAT M.17 ”Sammen med de emner, vi producerer til kunderne, så skal vi ofte levere teknisk dokumentation, opmålingsrapporter, og vi skal lave forskellige certifikater på emnerne, og når det skal sendes til Tyskland, er det nødt til at være lavet, så det er rimeligt rigtigt. […] Vi er vant til, at kunderne kommer og skal auditere os som

leverandør, og når vi har leverandørkontakten og bliver efterprøvet i de situationer, så må vi bare acceptere, at det foregår på tysk."(MY3)

Læseforståelse ift. teknisk dokumentation, manualer etc. fremhæves af især MÆ5 og MÆ6 som vigtig, men i nogle situationer også tilstrækkelig kompetence:

CITAT M.18 "Jeg er jo stærkstrømsingeniør, så jeg har også læst meget engelsk, men også tysk faktisk. Sådan noget teknisk tysk. Når det drejer sig om teknisk materiale, så er det på engelsk eller tysk. […] Jeg kan ret let læse tysk. Læse og forstå en tysk tekst. Alle teknikere, som ikke har berøring med udlandet til dagligt, de kan nøjes med det." (MÆ5)

CITAT M.19 "Hele vores håndværkområde, der er det simpelthen mangelfuldt, at de ikke har lært tysk, altså at de ikke kan tysk, for næsten alle de maskiner, vi for eksempel har her, det er tyske maskiner. Så når vi skal snakke med specialister, så skal vi ringe til Tyskland. Hvis vi skal læse manualer eller sådan noget, så fås nogle af dem også på engelsk. Men det meste af det – det mest dybdegående af det, hvis det er det meget tekniske – det ligger på tysk." (MÆ6)

MÆ6, som på spørgsmålet om fremmedsprogsbehov i virksomheden, karakteriserer dette som "nogenlunde dækket" peger altså her på tysk og engelsk teknisk sprog. Også ift. fransk modificeres den indledende karakteristik, idet MÆ6 fremhæver et behov i "salgsstyrken". Samtidig udtrykkes bevidsthed om, at manglen på fransk i virksomheden har negative konsekvenser ift. kunder:

CITAT M.20 "De der franske firmaer, vi handler med, det er handelsselskaber og grossister. […] De er ikke stærke i det engelske. Men når du kommer ind i det jeg kalder det professionelle miljø, altså industrimiljøet, så kan de godt engelsk. Det er klart, vi måske kunne gøre det bedre på det franske marked, hvis vi også var bedre til fransk. Det er der nok ikke nogen tvivl om. Jeg vil nok ikke sige, [at vi] taber ordrer, men det kunne være, at vi havde været bedre til at finde flere kunder, altså distributører er det faktisk for vores vedkommende, i Frankrig, hvis vi havde været bedre til sprog. Det kan jeg ikke afvise i hvert fald. Der er måske nogle, som vi kunne være kommet i kontakt med, hvis vi nu havde haft en fransk hjemmeside også." (MÆ6)

Som første facit kan konkluderes, at faktorer, som er fælles for respondenterne i deres afvejning af, om det er nødvendigt at anvende samarbejdspartnerens modersmål, især er:

- Eget **formål med interaktionen**. Hvis der er tale om salg og markedsføring ses det som essentielt at anvende samarbejdspartnerens førstesprog, mens det er mindre vigtigt ift. andre funktioner som indkøb.
- **Modpartens engelskkundskaber**. Jo ældre samarbejdspartneren er, jo lavere uddannelse denne har, og jo mindre dennes virksomhed er, jo større bedømmes behovet for at kommunikere på dennes førstesprog at være.
- Både **symmetri og asymmetri ift. engelskkundskaber** kan omvendt føre til fravalg af modpartens førstesprog hos den danske virksomhed. Symmetri ift. engelskkundskaber beskrives fx af MÆ5 sådan: "Det gode ved at tale engelsk med tyskere, det er jo også, at så er vi på samme niveau". Også asymmetri i den danske virksomheds favør kan imidlertid føre til, at engelsk vælges som kommunikationssprog, fordi man jo så "nogle gange måske endda som dansker har lidt overtaget. Hvorimod hvis man stammer afsted på sit skoletysk, så kører tyskerne bare løs, eventuelt endda med lidt østrigsk accent. Så står man hurtigt af alligevel." (MÆ5).
- **Relationens alder**. Isbrydereffekt. Jo nyere relationen til samarbejdspartneren er, jo vigtigere er det at anvende dennes førstesprog så professionelt og fejlfrit som muligt.
- **Modersmålets affektive effekt**. Anvendelsen af samarbejdspartnerens førstesprog skaber tryghed, vækker tillid og understreger ens troværdighed.
- **Effektivitet**. I interaktion der indebærer detaljediskussioner, fx om håndtering af produkt eller forhandling af forretningsbetingelser, kan manglende sprogkundskaber i den danske virksomhed give langsommere, fejlfyldte eller flere arbejdsgange (inddragelse af flere medarbejdere).
- **Konkurrence**. Anvendelsen af tysk og fransk kan være afgørende differentieringsparameter ift. øvrige skandinaviske lande og Storbritannien (jf. citat M.43).

5.2.3 Maskin- og metalvirksomheder: Ubevidst behov

Et egentligt ubevidst behov forstået som en meddelt regelmæssig eller hyppig kontakt med L1-tysktalende i kombination med en opfattelse af, at det ikke er nødvendigt at anvende tysk, kan ikke konstateres klart hos nogen af virksomhederne. Godt nok tilkendegives det af flere af virksomhederne, at de har en præference for at tale engelsk, men samtidig er der blik for, at tysk er uomgængeligt i nogle situationer:

> CITAT M.21 "I: Vil det sige, at I foretrækker at bruge tysk, når I taler med det tysktalende marked?

MY1: Hvis VI skulle bestemme, så ville vi foretrække at bruge engelsk, men det er bare ikke altid, at det er en mulighed." (MY1)

Omvendt er enkelte tilkendegivelser ikke entydige. Selv om man fx hos MY4 og MY2 peger på funktioner og situationer, hvor tysk anses for vigtigt, tilkendegiver fx følgende udsagn om virksomhedernes ageren i praksis, at der kan være tale om ubevidste behov:

CITAT M.22 "Vi skriver tilbuddet til dem på engelsk. Det tager alt for lang tid at lave det på tysk. Med mindre vi har lavet det før, så vi kan copypaste. Men så får de det på engelsk og så må de selv oversætte. Så beder vi om at få det, så vi har det." (MY4)

CITAT M.23 "MY2: Tyskerne… når du bliver ringet op af en tysker, så kan de jo godt høre, om du ikke er så god til tysk, og så spørger de jo gerne, om vi skal snakke engelsk sammen.
I: Okay. Så tilbyder de det selv.
MY2: ja det tilbyder de selv. Selvfølgelig hvis de kan det. […]
MY2: Altså som jeg siger, de fleste kan jo sprog i dag, og vi kan jo altid klare os på engelsk, hvis vi ikke kan klare os på anden måde.
I: så det er sådan set tilstrækkeligt.
MY2: ja det synes jeg, det er." (MY2)

For de to virksomheder, MY1 og MÆ5, der har kontakt med L1-fransktalende og angiver, at deres sprogbehov er dækket eller delvis dækket ift. fransk, gælder det, at kontakten er sjælden. Alligevel kan der her være tale om et ubevidst behov, hvilket fx følgende ordveksling viser:

CITAT M.24 "I: Har I nogensinde kontakt til det franske marked?
MÆ5: ja det har vi.
I: hvad gør I så, når I taler med dem? Så er det engelsk?
MÆ5: så er det engelsk, for ellers tror jeg ikke, vi har nogen, der KAN tale med dem.
I: hvordan går det så?
MÆ5: Det går okay. Nogle gange kan der dumpe en forespørgsel ind på fransk, og så kan man svare, om de vil være venlige at sende den på engelsk, og enten så kommer den på engelsk, eller også hører man aldrig noget mere. Men det er ikke så voldsomt meget kontakt vi har med franskmænd." (MÆ5)

5.2.4 Maskin- og metalvirksomheder: Objektivt merbehov

Alle virksomheder tilkendegiver at anvende engelsk til en vis grad i kontakten med L1-tysktalende samarbejdspartnere.

Tysk med L1-tysktalende	⟷	Engelsk med L1-tysktalende
(MY3) MY4	MY2 MY1 MÆ6	MÆ5

Tab. M.4. Maskin- og metalvirksomheder: Faktisk sprogbrug, tysk.

MY3 planlægger med at tale tysk med tyskere, og hos MY4 kommunikerer alle med undtagelse af enkelte medarbejdere altid på tysk med tyskere. I MY2 er det afhængigt af sted: I Tyskland, på fx messer, tales der tysk, i den daglige kontakt både tysk og engelsk, MY1 tilkendegiver overvejende, i over halvdelen af alle interaktioner, at tale engelsk med tyskere, og MÆ6 anvender tysk og engelsk mundtligt, men altid engelsk på skrift. Udelukkende engelsk anvender MÆ5.

Fransk med L1-fransktalende	⟷	Engelsk med L1-tysktalende
	MÆ6	MY1, MÆ5

Tab. M.5. Maskin- og metalvirksomheder: Faktisk sprogbrug, fransk.

MY1 og MÆ5, der kun har sjælden kontakt med L1-fransktalende kontakter, kommunikerer med disse på engelsk, og det er også normalen hos MÆ6, der dog anvender skabeloner med fx forretningsbetingelser på fransk.

Halvdelen af virksomhederne synes altså at have et objektivt merbehov for tysk, idet de har en regelmæssig og hyppig kontakt med L1-tysktalende, men sjældent eller aldrig anvender tysk i kommunikationen. Hvad fransk angår, ses et objektivt merbehov hos MÆ6.

5.2.5 Maskin- og metalvirksomheder: Subjektivt merbehov

Et subjektivt merbehov meddeles af MY3 og MÆ5 ift. tysk. De to virksomheder har til fælles, at det er virksomheder i vækst, som ønsker at ekspandere på det tyske marked, og i den forbindelse planlægger med eller allerede har opslået stillinger, der kræver tyske sprogkundskaber.

MY3, der har en målsætning om, at Tyskland kommer til at udgøre 20-30% af virksomhedens samlede aktivitet, beskriver bl.a. behovet sådan:

> CITAT M.25 ”Vores kundekreds i Tyskland er jo ikke store firmaer. Det bliver jo firmaer med måske 30 eller 50 medarbejdere, og der tror jeg, når man kommer ud, hvad enten man kommer til Neumünster eller Hannover, så er det bare kolossalt vigtigt, at man kan gøre det på tysk. Det er selvfølgelig ikke i alle situationer, det er nødvendigt, men jeg tror det er for stor en barriere, hvis man ikke har det på plads.

Og der bliver vi nødt til at sikre os, at vi ansætter en – altså at vedkommende der skal være i Tyskland og arbejde der, SKAL kunne tysk på et niveau, som er okay fra starten af." (MY3)

MÆ5 tilkendegiver samme holdning (jf. citat M.7 ovenfor).

De sprog, som virksomhederne ud over tysk eksplicit meddeler at have for få eller mangelfulde sprogkompetencer i, er **engelsk** (MÆ5) og **svensk** (MY4, MÆ5), og et virksomhedsinternt behov for **L2-dansk** formuleres bl.a. af MY2 og MY3.

CITAT M.26 "MY2: Men der kan godt være lidt sprog og kommunikation, som måske kan misse lidt i dagligdagen, når man har både engelsk og tysktalende personer i ens virksomhed.[...] Vi har en polak ansat, som fx kun kan tysk, og så har vi en anden, som kun kan engelsk – eller han kan også noget tysk, ved jeg. Men der kan nogle gange være sådan lidt... at man godt kan misforstå hinanden lidt, når den ene skal have det på engelsk, og den anden skal have det på tysk.
I: Hvad gør I så i de situationer, når I oplever det?
MY2: Jamen, der kan fejlen nå at være sket. Det kan være noget med forsendelse, det kan være noget med en maskine, og så må man jo prøve på at udrede det. Vi har det da nogle gange sådan, at vi siger til hinanden, min mand og jeg, at det kunne da have været rart, at vi alle sammen kunne dansk også." (MY2)
CITAT M.27 "Men sproglig kompetence er ikke kun, at vi lærer de sprog, som er vigtige, når man skal til udlandet. Vi er også en nation, der har brug for at få mere arbejdskraft, og de skal også lære det danske. Så den vej synes jeg også, der er nogle store behov." (MY3)

5.3 Maskin- og metalvirksomheder: Rekruttering

Hvilke forventninger og krav har virksomheden til sproglige kompetencer, når der rekrutteres nye medarbejdere?

Ingen krav om tysk	Bonuskompetence	Implicit forventning	Explicit krav om tysk til salg, kundeservice
	⟷		
	MY1, MY4	MY2	MY3, MÆ5, MÆ6

Tab. M.6. Maskin- og metalvirksomheder: Rekruttering, tysk.

Ingen krav om fransk		Bonuskompetence fransk til salg

MY1, MY2, MY3, MY4, MÆ5	← →	MÆ6

Tab. M.7. Maskin- og metalvirksomheder: Rekruttering, fransk.

I de mindre maskin- og metalvirksomheder gælder generelt, at tyske sprogkundskaber som rekrutteringskrav forekommer, hvor funktioner med salg (MY3, MÆ5, MÆ6) eller kundeservice (MÆ5, MÆ6) skal udfyldes.

MY1 og MY4, der fortæller, at der ikke stilles krav om tysk, angiver dog samtidig, at tysk kan optræde i jobbeskrivelsen i stillingsopslag i formuleringer som

> CITAT M.28 "Engelsk i tale og skrift + gerne tysk" (MY1)
>
> CITAT M.29 "– Og hvis du kan tysk, så er det godt, for så kan vi også sende dig ned i Nordtyskland." (MY4)

Også MY2, der angiver ingen krav om sprogkundskaber at stille i stillingsopslag, meddeler samtidig at der generelt "kigges på sprog", og at jobsamtalen også er en test af sprog ift. bestemte funktioner:

> CITAT M.30 "Selvfølgelig kigger vi da meget på sprog, når vi ansætter. […] Vi tager folk ind til en samtale, og så hører vi hvor gode deres sprogkompetencer er, men det er afhængigt af, hvad det er vi skal have ansat folk til." (MY2)

MÆ6, der har regelmæssig kontakt med Frankrig, angiver at have haft stillingsopslag med ønske om **fransk** til salg/markedsføring:

> CITAT M.31 "Vi har ikke fået mange ansøgere. Vi har sagt, at det var en fordel, hvis de kan fransk. Vi har ikke krævet, de skal kunne fransk, men der er ikke mange ansøgere, der skriver, de kan fransk." (MÆ6)

L2-dansk og/eller engelsk ift. udlændinge og engelsk ift. danskere anses generelt for en forudsætning af virksomhederne, og sprogkundskaber generelt giver en fordel i rekrutteringssituationen:

> CITAT M.32 "Vi taler ordentlig og høvisk pænt dansk – det er også et sprog. Det ER faktisk sprogpolitik, at vi taler dansk. Og det ekskluderer nogen. Vi har haft en russer ansat. Han har været i Danmark i 19 år og en vietnameser, der har været i Danmark i 15 år. Efter nogle måneder fandt vi ud af, at de tænker altså på deres modersmål. Og når det, vi laver, er så uhyre svært, og man dagligt skal undervise og forklare det for

en mand[...], så hæmmer det hans indlæring. [...] Der går rigtig meget tabt i den der oversættelse." (MÆ5)

CITAT M.33 "Vi stiller ikke krav om, at folk kan tysk, men engelsk er simpelthen en nødvendighed, ellers kan hverdagen ikke fungere. Stort set hele organisationen – måske lige med undtagelse af lager og montage er tvunget til som minimum at kunne både tale og skrive engelsk. Ellers kan de simpelthen ikke fungere i hverdagen." (MY1)

CITAT M.34 "Men hvis du så står med to eller tre, så er det klart man vælger den, som også kan sprog." (MY4)

Kort opsamlet: Tysk og altså i et enkelt tilfælde fransk er eksplicit ønsket til funktioner som salg, markedsføring og kundeservice. I øvrige funktioner er tysk ikke et primært krav, men dog en væsentlig tillægskompetence til den tekniske faglighed, som er hovedkrav i maskin- og metalvirksomhederne. Engelsk og L2-dansk forventes af hhv. danskere og udlændinge.

5.4 Maskin- og metalvirksomheder: Efter-/videreuddannelse

Hvis I skulle videreuddanne nogen af jeres medarbejdere, hvilke kompetencer ville I så gå efter?

Virksomhedstysk (alle afd. men især salg, markedsføring) forhandling (mundtligt, skriftligt), konversation	Teknisk tysk	Administra-tivt engelsk til teknikere Teknisk engelsk (læseforståelse)	"Sprogkompetencer" (uspecificeret)	Kulturforståelse (tysk, fransk)
MY3, MY4, MÆ5, MÆ6	MÆ5, MÆ6	MÆ6	M1	MÆ6

Tab. M.8. Maskin- og metalvirksomheder: Efter-/videreuddannelse.

Fem af de seks virksomheder er positive over for tanken om efter-/videreuddannelse af medarbejdere i en form for virksomhedstysk. I deres ønsker til kursus spiller placering og varighed en mindre rolle end indhold: Kurserne skal være **behovsorienterede**, dvs. **målrettede** virksomhedens specifikke faglige område.

Virksomhedstysk. Generelt nævnes salg, forhandling og markedsføring som vigtige emner. En enkelt peger på "alle afdelinger", dvs. ud over salg, teknisk afdeling, økonomiafdeling, indkøb, lager og montage (MY1). Mens det mundtlige sprog prioriteres af MY4 frem for det skriftlige, ville MÆ6 vægte skriftlige kompetencer på linje med det mundtlige:

CITAT M.35 "Vores telefondame, som sidder og laver internt salg – det ville jo være oplagt, at hun skulle på sprogskole. Ja [et rent sprogkursus med fokus på det

mundtlige], så vi kan snakke tysk, når de ringer til hovednummeret.[...]. Det skriftlige vil jeg sige, det er sekundært, for det kan vi altid få nogen til at hjælpe med." (MY4)

CITAT M.36 "Nej, [vi ville ikke prioritere det mundtlige], det vil jeg faktisk ikke sige. Ikke når vi snakker det tyske, for de taler også, men meget af det foregår stadigvæk på mail, så meget er stadig korrespondance. Og hvis vi snakker produktion og sådan nogle ting, så er det mere det, de læser. Det at kunne læse de tyske manualer og alle de her ting faktisk. Selvfølgelig vil der også komme det ud af det, at hvis du kan læse, så kan du også tale et eller andet på et vist niveau." (MÆ6)

Teknisk tysk. Herunder især læseforståelse af teknisk tysk nævnes som interessant af MÆ5 og MÆ6. Det er ikke formuleret som en anbefaling, men MÆ5 fortæller om ældre ingeniører, at de har en anden evne til at sætte sig ind i teknisk tysk, fordi det har været en del af deres uddannelse.

CITAT M.37 "Et adgangskursus på halvandet år. Bum. Og så i stedet for tysk, så har du teknisk tysk. Og der læser man tekniske tidsskrifter og tekniske beskrivelser, og får nogle helt andre ord ind, og det giver altså en styrke i forhold til, at man er hurtigt hjemmevant i den der sammensætning af tyske ord for eksempel." (MÆ5)

Engelsk. MY3 efterspørger administrativt engelsk til teknikere, som varetager administrative funktioner. MÆ6 peger på teknisk engelsk.

Kulturforståelse. MÆ6 ser kulturforståelse som vigtig ift. tysk og evt. også fransk kultur:

CITAT M.38 "Det er en anden del af sproget, det er at kende lidt til kulturen også. Ja, det er en meget vigtig del. I Tyskland er det i hvert fald en vigtig del. Jeg ved ikke hvordan det er i Frankrig, men jeg kunne forestille mig det også – jeg fornemmer, de har hierarki dernede næsten som i Tyskland i hvert fald. Så derfor er det også lidt vigtigt du ligesom ved, hvem det er, du taler med. Og hvad niveau, og ligesom lade dem op til – er vi dus for eksempel." (MÆ6)

Trods blik for fx forskellen på Nord- og Sydtyskland afvises tanken om kurser til forståelse af tysk kultur eller mentalitet af MY1, MY2, MY3 med henvisning til oplevet kulturel nærhed mellem Danmark og Tyskland.

CITAT M.39 "Jeg ved godt, at når du f.eks. handler med Tyskland, så er der forskel på, om det er en nordtysker eller en sydtysker, du handler med. Jo længere syd på du kommer, jo mere formelt bliver det. Det skal man selvfølgelig lige have sig for øje." (MY1)

CITAT M.40 ”I: Hvad med sådan noget som kultur og mentalitet? Altså viden om andre kulturer og mentaliteter, er det noget I lægger vægt på?
MY4: Nej, fordi Tyskland og Sverige det er altså så tæt på os. Så nej det vil jeg sige nej til.” (MY4)

Hvad angår **rammerne for kurser**, har fx MY3, der selv har modtaget individuel tyskundervisning af herboende tysker, klare forestillinger:

CITAT M.41 ”Det, jeg tror vi vil gøre, er, at vi jo er i den heldige situation, at jeg kender en lærer, der tilbyder kurser, og hvis man kan købe et kursus til 500-600 kr. i timen, og han kan komme ud at gøre det i virksomheden hos os for to eller tre, der skal have to-tre timer en gang i ugen, så tror jeg, det bliver måden, vi gør det på. Det er meget effektivt, og så kan vi lave det i virksomheden, og vi kan tage udgangspunkt i den type problemstillinger og den type opgaver, vi egentlig er i, og ud fra det kan han strikke et tyskkursus sammen til os. Der er selvfølgelig mange andre måder, men jeg tror bare, det er den måde, der er bedst for os.” (MY3)

MY2 afviser med henvisning til sin **størrelse**, at virksomheden ville vægte nogen form for sprog- eller kulturkursus.

CITAT M.42 ”Inden for sprog kommer vi ikke til at sende nogen på kursus.[…] Når man er en lille virksomhed, så har man egentlig travlt med det, man laver og med at komme ud at få noget solgt.[…]Det er mere større virksomheder, der egentlig gør sådan noget. Det er faktisk sjældent, vi har nogen på kursus. Så er det sådan noget som svejsekursus – noget der har noget med det, de laver derhjemme, at gøre.” (MY2)

Endelig kommer MÆ6 med den **generelle anbefaling ift. uddannelsessystemets sproguddannelser**, at der burde være større fokus på det tyske på linje med det engelske og frem for ”eksotiske sprog”, som kinesisk. De økonomiske begrundelser, der gives, er at tysk giver adgang til et befolkningsrigt nærmarked, og at tysk som kompetence kunne give danskerne en konkurrencefordel ift. det øvrige Skandinavien og Storbritannien.

CITAT M.43 ”Min anbefaling vil helt klart være, at hvis man skulle opgradere indenfor uddannelsessystemet, så skulle man… – Man har så travlt med det engelske, og mange vil gerne til Kina. Men jeg tror, man får SÅ svært ved at blive så dygtig i et sådant sprog, at du kan klare dig 100% forretningsmæssigt på det sprog derude.[…] Derfor synes jeg faktisk, det er lidt spild af ressourcer at bruge tid på det. Altså på højere universitetsniveau og også korrespondentniveau. […] Hvorimod du har Tyskland, der ligger lige for foden af dig, et kæmpeland. Alene i Hamburg bor der [næsten] flere end i Danmark, og de VIL rigtig gerne, hvis du kan tysk. […] Det

er måske også et sted hvor man kunne få lidt fortrin frem for fx andre skandinaviske lande eller englændere, for englændere, der skal handle med Tyskland, de er dårligt stillede, fordi de kun kan engelsk." (MÆ6)

5.5 Maskin- og metalvirksomheder: Udfordringer og katalysatorer

Flere af de udfordringer, der er for anvendelsen og udviklingen af fremmedsprog i SMV'erne hænger sammen med virksomhedsstørrelsen, men i interviewene peges der også på enkelte skole- eller uddannelsespolitiske udfordringer. Katalysator for sprogene er omvendt geografisk nærhed og økonomier, der følges ad.

5.5.1 Maskin- og metalvirksomheder: Udfordringer

Virksomhedsstørrelsen gør, at sprog ses som (sekundær) tillægskompetence. MÆ6 afviser således – med henvisning til virksomhedens størrelse – tanken om at ansætte udelukkende på baggrund af franskkompetencer. Decideret sproguddannede medarbejdere prioriteres ikke.

> CITAT M.44 "Ikke KUN på grund af det. Det skal være nogen, der kan dække det hele. Vi er så lille en virksomhed" (MÆ6).
>
> CITAT M.45 "Vi er ikke store nok til at have vores egen tysktalende markedsførings-person." (MÆ5)
>
> CITAT M.46 "Hvis det er til eksport og salg, så er vi alt for små og alt for unge til at vi kan ansætte andre, som skal ud at rejse. " (MY4)

Travlhed. Det synes vanskeligt for SMV'er at frigøre medarbejdere til deltagelse i kurser, fordi de relevante nøglemedarbejderes arbejdsdag er udfyldt og travl (bl.a. MÆ5).

Geografi. Der tilkendegives skepsis i virksomhederne over for det (lidt for) fjerne (Frankrig, jf. citat M.1), bl.a. fordi det giver ekstra rejsetid, og tid synes en knap ressource for SMV'erne.

Skepsis over for efter-/videreuddannelse. MÆ5 tilkendegiver en skepsis over for "kurser", "skole" og "konsulenter". Det er ikke en generel iagttagelse, men omvendt er den tro på det selvlærte og de personlige egenskaber, som MÆ5 samtidig giver udtryk for, måske karakteristisk for den vordende eksport-SMV?

MY3 peger på **manglende krav om sprogkundskaber i ingeniøruddannelserne**, status for **tysk i folkeskole og gymnasium** og krav om **brugerbetaling for L2-**

danskkurser til udenlandske studerende som udfordringer af skole- og uddannelsespolitisk art:

> CITAT M.47 "Jeg er meget aktiv også i metalbranchen som organisation, og derfra ved jeg, at det er en kæmpe problemstilling også i firmaer, som er langt større, og som har administrativt uddannet personale eller teknisk og teoretisk uddannede ingeniører, at man kan blive ingeniør og være en rigtig dygtig ingeniør, og så næsten ikke have haft tysk på noget tidspunkt. På industriens vegne synes jeg, det er en stor udfordring. Og så er jeg også byrådspolitiker, og der møder jeg også problemet. Jeg synes det er lidt uheldigt, at man har skabt en situation, hvor man ikke har nok, der tager tysk. […] Det ville jeg gerne have, at man prioriterede i folkeskolen. Mit indtryk er også at der er flere og flere gymnasier, der ikke udbyder det mere.[…] De bliver for få, og jeg tror, det er en udfordring, som rammer os som industri, og som man ikke er opmærksom på, hvor stor betydning har. Det er fint nok, at de lærer engelsk og spansk. Der er ikke noget galt i det, men det skulle helst ikke være på bekostning af tysk." (MY3)

> CITAT M.48 "Jeg er formand for uddannelsesudvalget på [ingeniøruddannelser], og […] en af de udfordringer, vi har der, er, at man som skole kan have stor interesse i at tiltrække studerende fra udlandet, fordi man får en god betaling. – Det er et spørgsmål om taxameterpenge. Hvis vi skal finansiere det som samfund, vil vi også godt kunne fastholde dem i Danmark bagefter, så de kommer til gavn for industrien. […] Der er det nødvendigt, at man strikker et uddannelsesforløb sammen for de studerende, hvor de også lærer dansk, hvis de skal ud i en dansk virksomhed bagefter, for det daglige sprog i virksomheder, det er stadigvæk dansk, og de bliver aldrig helt integreret i dagligdagen i mange virksomheder, hvis de ikke kan dansk. Det er en af årsagerne til, at det er så svært at fastholde dem i Danmark bagefter, […]Men der møder vi så også den udfordring, at sprogkurserne er blevet frygteligt dyre." (MY3)

5.5.2 Maskin- og metalvirksomheder: Katalysator

Ligesom geografisk distance oven for karakteriseres som udfordring, ses geografisk nærhed omvendt som afgørende faktor for SMV'ernes interesse for det tyske marked og dermed som katalysator for anvendelsen af tysk. Udover geografi betones også parallelløbet mellem dansk og tysk økonomi som vigtig faktor.

> CITAT M.49 "Vi satser mere på at bygge et marked op i Tyskland fordi det er så tæt på geografisk. Sverige og Norge er også interessante, men rejsetiden er lang, og så har kursudviklingen på valutaen mellem Danmark og Tyskland været stabil nu i tyve år.

Altså den norske og svenske krone har tabt meget værdi i forhold til den danske krone, så [...] hvis man er for løntung, så har man svært ved at konkurrere i Sverige." (MY3)

5.6 Maskin- og metalvirksomheder: Opsamling

5.6.1 Maskin- og metalvirksomheder: Objektivt behov, opsummeret

Maskin- og metalvirksomhedernes kontakt til franske samarbejdspartnere er ikke-eksisterende eller sjælden. Det betyder, at rapportens angivelser i denne opsamling fortrinsvis refererer til tysk. Kontakten til tyske samarbejdspartnere er regelmæssig eller hyppig; en undtagelse er MY3, der på interviewtidspunktet ikke havde tyske kontakter.

Kontakt	Tysk	Fransk
Aldrig	MY3 (planlagt)	MY2, MY3, MY4
Sjældent		MY1, MÆ5
Regelmæssigt	MÆ5	MÆ6
Ofte	MY1, MY2; MY4, MÆ6	

Tab. M.9. Maskin- og metalvirksomheder: kontaktfrekvens, opsummeret.

5.6.2 Maskin- og metalvirksomheder: Subjektivt behov, opsummeret

Det er fortrinsvis ift. tysk, at behovet for fremmedsprogskompetencer anses for (delvis) udækket, mens det omvendt ift. fransk af flertallet af virksomhederne anses for dækket.

Meddelt behov	Tysk	Fransk
Dækket	MY1	MY1, MY2, MY3, MY4
Både-og	MY2, MY4, MÆ6	MÆ6
Udækket	MY3, MÆ5	MÆ5

Tab. M.10. Maskin- og metalvirksomheder: subjektivt behov, opsummeret.

5.6.2.1 Opgaver, der kræver fremmedsprogskompetencer

- Opstart
- Første kontakt med ny samarbejdspartner
- Salg, markedsføring
- Administration, indkøb, produktion, kundeservice

- Montage
- Oversættelse, tekstarbejde, hjemmeside, brochurer, mail
- Produktion af teknisk sprog: mail, dokumentation
- Læseforståelse af teknisk sprog.

5.6.2.2 Faktorer, der er af betydning for vurdering af behovet for tysk eller fransk:

- Formål med interaktionen
- Modpartens engelskkundskaber
- Symmetri og asymmetri ift. engelskkundskaber
- Relationens alder
- Modersmålets affektive effekt
- Effektivitet
- Konkurrence. Tysk eller fransk som differentieringsparameter.

5.6.3 Maskin- og metalvirksomheder: Ubevidst behov, opsummeret

Et ubevidst behov kan ikke konstateres. Virksomhederne tilkendegiver, at de har en præference for at tale engelsk, men samtidig er der blik for, at tysk er uomgængeligt i nogle situationer.

5.6.4 Maskin- og metalvirksomheder: Objektivt merbehov, opsummeret

Kun en virksomhed anvender konsekvent tysk i kommunikationen med L1-tysktalende. Tre virksomheder (MY1, MÆ5, MÆ6) har et objektivt merbehov for tysk, idet de har en regelmæssig og hyppig kontakt med L1-tysktalende, men sjældent eller aldrig anvender tysk i kommunikationen. Der kommunikeres på engelsk med franske kontakter. Et objektivt merbehov ses hos MÆ6.

5.6.5 Maskin- og metalvirksomheder: Subjektivt merbehov, opsummeret

- Tysk virksomhedssprog. MY3 og MÆ5 har et subjektivt merbehov for tysk. Det er virksomheder i vækst, som ønsker at ekspandere på det tyske marked
- Alment engelsk (MÆ5)
- Alment svensk (MY4, MÆ5)

- L2-dansk (MY2, MY3)

5.6.6 Maskin- og metalvirksomheder: Rekruttering, opsummeret

Tysk og i enkelt tilfælde fransk er eksplicit ønsket til funktioner som salg, markedsføring og kundeservice. I øvrige funktioner er tysk ikke et primært krav, men dog en væsentlig tillægskompetence til den tekniske faglighed, som er hovedkrav i maskin- og metalvirksomhederne. Engelsk og L2-dansk forventes af hhv. danskere og udlændinge.

	Tysk	Fransk
Ingen krav		MY1, MY2, MY3, MY4, MÆ5
Bonuskompetence	MY1, MY4	MÆ6
Implicit forventning	MY2	
Eksplicit krav	MY3, MÆ5, MÆ6	

Tab. M.11. Maskin- og metalvirksomheder: rekruttering, opsummeret

5.6.7 Maskin- og metalvirksomheder: Efter-/videreuddannelse, opsummeret

- Virksomhedstysk. Salg, forhandling og markedsføring (4).
- Teknisk tysk (2).
- Engelsk. Administrativt + teknisk engelsk (1).
- Kulturforståelse (1).

5.6.8 Maskin- og metalvirksomheder: Udfordringer, katalysatorer, anbefalinger

1. Udfordringer, generelt
    - Virksomhedsstørrelse
    - Kapacitet (travlhed)
    - Geografi ift. Frankrig
    - Skepsis over for efter-/videreuddannelse.
2. Uddannelsespolitiske udfordringer
    - Manglende krav om sprogkundskaber i ingeniøruddannelserne
    - Status for tysk i folkeskole og gymnasium

- Brugerbetaling for L2-danskkurser til udenlandske studerende.

2. Katalysator
    - Geografisk nærhed, økonomiske ligheder ift. Tyskland.
3. Uddannelsespolitisk anbefaling
    - Behov for et større fokus på tysk frem for "eksotiske sprog", som kinesisk.

”Dem, der blev sendt derned, det var jo it-folk. Og de fleste af dem, de har jo ikke kendskab til fransk kultur og var jo ret chokerede over indstillingen fra franskmændene, at det gad de i hvert fald ikke, og hvis man ikke kunne snakke fransk, så –.” (SY13)

”Der er enkelte lande, f.eks. Niger, hvor jeg lige har været her i efteråret. Jeg var den eneste, der kunne tage af sted, fordi jeg er den eneste, der kan tale fransk. Det ville ikke have givet mening, heller ikke en gang for vores tekniske chef, at tage af sted, selvom det var lidt et teknisk møde, med fabriksbesøg osv., for sproget gik forud i forhold til det tekniske her. Relationsopbygningen kom før det andet. Derfor tog jeg afsted.” (SY14)

”Sproglig baggrund vil alt andet lige være vigtigt, når vi kigger på medarbejdere fremadrettet, i hvert fald på engelsk og tysk. Og jeg tror, at når vi når lidt længere ud i fremtiden, så vil det også være noget fransk.” (SÆ15)

”Det tyske marked er så stort, de er 15 gange større end os. De har den samme kultur, den samme måde at lave business på. De har også penge. Det er et kæmpe marked. Det er så nært ved, at du bare skal tage din bil og køre derned, eller flyve en time, og så er du dernede, hvor de bor. Så for en mindre dansk virksomhed, […] så er tysk bare vigtigt. Simpelthen. Hvis man vil tjene nogle penge.” (SÆ16)

”Selvfølgelig skal du kunne tale sproget, men du skal også vide, hvordan du skal kunne bruge sproget. Du skal også vide, hvordan du skal opføre dig. Så en ting er, at man kan være bragende god til at tale engelsk, men hvis du ikke ved, hvordan kulturen fungerer, og du ikke kan se det, så er du lige lost.[…].” (SÆ17)

”Det relationsbygning, der er i det, er jo også kanongodt. Og trygheden i, at de faktisk kan udtrykke sig på deres modersmål over for os, og vi forstår og kan svare.[…] Det udrydder misforståelser og fremmer forståelsen.” (SÆ18)

6

Sundhedsvirksomheder

6.1 Sundhedsvirksomheder: Kort profil

Denne gruppe består af seks virksomheder af meget variabel størrelse, idet der både indgår en stor koncern med ca. 1800 medarbejdere (SY13), tre SMV'er med 18-40 medarbejdere (SÆ15, SÆ17, SÆ18) og to mikrovirksomheder med 5-8 medarbejdere (SY14, SÆ16). SÆ15 har derudover fransk moderselskab. Produktpaletten rækker fra tre hovedprodukter hos den mindste virksomhed (SY14) til over 25.000 hos den største (SY13). Produkterne dækker bleer, inkontinensprodukter, hygiejnebind, myggenet, medicinsk udstyr som plejesenge og kørestole, alarmsystemer til epilepsi og demens, masker til søvnapnø og KOL samt forsøgsdyr til testning af medicin. SY13 og SY14 er beliggende i Region Syddanmark, de øvrige fire i Region Sjælland. Det er et fællestræk for virksomhederne i denne gruppe, uanset størrelse, at eksporten er central. SÆ16 har Europa som sit eksportmarked, de øvrige fem eksporterer globalt. Tre af virksomhederne (SY13, SÆ15 og SÆ18) har engelsk som koncern- eller firmasprog, og en fjerde (SÆ17) angiver, at engelsk anvendes i 75% af arbejdstiden.

Alle virksomheder tilkendegiver at have 1-2 medarbejdere med tysk på højt niveau/modersmålsniveau. For fire af virksomhederne gælder dette også for fransk, mens SÆ16 og SÆ17 hhv. har enkelte med gymnasiefransk eller angiver ikke at være vidende om franskkundskaber hos nogen medarbejdere.

Øvrige sprog indgår i virksomhederne som kompetence hos ansatte (SÆ18), som del af søsterselskabskontakt (SÆ15) eller på den måde, at skriftlig produktdokumentation akkomoderes til lokale markeder (SY14, SÆ16, SÆ18).

	SY13	SY14	SÆ15	SÆ16	SÆ17	SÆ18
Antal ansatte	Stor A/S 327 (ca. 1800)	Mikro ApS 5-6	SMV ApS 30	Mikro ApS 8	SMV A/S 18	SMV A/S 40
Eksport	Internationalt > 80 lande	Eksport, knap 30 lande 1/3 fransk 1/3 spansk 1/3 eng-talende	Eksport, ca. 30 lande (Europa, Asien, USA, Australien, New Zealand)	Europa, især Sverige, Norge, Tyskland, Storbritannien, Holland	Norden, Europa, USA, Australien	Europa, Asien, USA
Tysk- (D) og fransk- (F) kompetencer	D: Mange, 1↑ F: 2↑	D: 2↑ F: 1 mundtligt↑	D: 2↑ F: 2 mundtligt↑	D: 1↑ F: enkelte (gymnasiefransk)	D: 2↑ F: ÷	D: 2↑ F:1↑
Øvrige sprog	Engelsk: (stiltiende) koncernsprog	Engelsk: alle spansk, portugisisk, hindi, arabisk, bengali Særkende: produktion i Indien	Engelsk: firmasprog; 60% "gode" Særkende: Fransk moderselskab Søsterselskaber i Polen, Storbritannien, Spanien, Tunesien	Engelsk: alle, 1↑ Svensk, norsk, nederlandsk	Engelsk: alle, 75% af arbejdstiden	Engelsk: koncernsprog en del↑ kinesisk hindi italiensk ungarsk

Tab. S.1. Sundhedsvirksomheder: kort profil.

6.2 Sundhedsvirksomheder: Behov

6.2.1 Sundhedsvirksomheder: Objektivt behov

Med undtagelse af SY14, der kun angiver at have sjælden kontakt med L1-tysktalende, har alle virksomhederne i denne gruppe enten regelmæssig (ugentlig, evt. 1-2x ugentlig), eller hyppig kontakt med både L1-tysk og L1-fransktalende.

Hvor ofte har virksomheden kontakt med L1-tysk- eller -fransktalende?

	SY13	SY14	SÆ15	SÆ16	SÆ17	SÆ18
Tysk	Ofte (næsten dagligt)	Sjældent	Regelmæssigt (ugentligt)	Ofte (dagligt)	Regelmæssigt (ugentligt)	Ofte (dagligt)
Fransk	regelmæssigt	Regelmæssigt	Ofte (dagligt)	Ofte (dagligt)	Ofte (dagligt)	Regelmæssigt (ugentligt)

Tab. S.2. Sundhedsvirksomheder: Kontaktfrekvens.

6.2.2 Sundhedsvirksomheder: Subjektivt behov

Fire af virksomhederne (SÆ16, SY13, SÆ18, SÆ17) besvarer spørgsmålet om dækket eller udækket behov for fremmedsprogskundskaber i virksomhederne med, at de anser behovet for dækket. SY14 og SÆ15 svarer med blik for det fremtidige perspektiv, at der dels er opgaver, som ville kunne dækkes af franskkyndige, dels at virksomheden i fremtidig rekruttering vil efterspørge fransk hos ansøgere. Det er kendetegnende for de virksomheder, der tilkendegiver en form for udækket behov, at det fortrinsvis er fransk der nævnes, jf. også SÆ17's udsagn om fransk i citat S.4.

Er virksomhedens behov for fremmedsprog dækket?

dækket	⟷	udækket
SÆ16, SY13, SÆ18, SÆ17	SY14	SÆ15

Tab. S.3. Subjektivt behov: Sundhedsvirksomheder.

CITAT S.1
"**Jaja**, absolut." (SÆ16)

CITAT S.2 "Jeg vil sige, at det er dækket til, at vi fungerer på en tilfredsstillende måde." (SY13)

CITAT S.3 "Jeg synes faktisk, at vores behov er dækket på nuværende tidspunkt. Vi er godt dækket ind, fordi de forskellige medarbejdere, vi har, enten har en uddannelsesmæssig baggrund [cand.ling.merc.], har boet eller har modersmål i nogle af de sprog, vi har brug for. " (SÆ18)

CITAT S.4 "Ja, det ville jeg egentlig sige, for der bliver ikke sat nogen forventninger om, at vi skal kunne andet end engelsk. Så længe vi taler det på det niveau, som vi gør

nu. Så synes jeg egentlig, at behovet bliver dækket. Det kunne altid være fedt, at der var nogen der kunne fransk. Men det er absolut ikke en nødvendighed." (SÆ17)

CITAT S.5 "Ja, det er kun, hvis vi blev større, at der ville være et merbehov. Altså, i øjeblikket får vi rent faktisk en pige, som i en jobtilskudsperiode i tre måneder, som har franskkundskaber. Og det har vi selvfølgelig tænkt os at udnytte, ikke. Vi vil sagtens kunne finde opgaver." (SY14)



CITAT S.6
"**Nej**, jeg tror da på, at på sigt, efterhånden som vi skifter ud med medarbejdere, så vil vi også kigge på nogen, der kan noget fransk. Fordi vi har et moderselskab der er fransk." (SÆ15)

Som det kan iagttages i enkelte af de andre kapitler, er der også i sundhedsvirksomhederne forskel på det behov, der beskrives ift. dels ledelsesplan overfor menigt medarbejderplan, dels markedsførings-/salgs-/ordreafdeling overfor alle øvrige funktioner. I oversigt er det følgende funktioner, der især vurderes at indebære opgaver, som profiterer af andre fremmedsprogskompetencer end engelsk i virksomhederne:

	Generelt	**Markedsføring**	**Salg Ordreafd.**	**Ledelse administration**	**Indkøb "Global supply"**	**Produktudvikling forskning, design**	**It**	**Øvrigt lager, produktion, distribution (chauffører)**
Skriftligt	Mailkorrespondance	Markedsanalyser Deskresearch markedstilpasning af materialer	Forhandling Kundeservice Udveksling om produktdetaljer, leverings-, salgsbetingelser	Relationsarbejde Intranet	Forhandling Kommunikation med indkøbere i datterselskaber, leverandører	Udveksling om udvikling, vidensdeling Udarbejdelse af produktdokumentation, brugervejledning	Vidensdeling	
Mundtligt	Telefonkontakt Møder			Forhandling Handelsbesøg		Sparring med samarbejdspartnere, konferenceoplæg	Instruktion	
		SY13, SY14, SÆ15, SÆ16, SÆ17, SÆ18	SY13, SY14, SÆ15, SÆ16, SÆ17, SÆ18	SY13, SY14, SÆ15, SÆ16, SÆ17, SÆ18	SY13	SÆ15, SÆ18	SY13, SÆ17	SY13, SÆ17, SÆ18

Tab. S.4. Sundhedsvirksomheder: Opgaver, der kræver fremmedsprog.

I kort form er den generelle tilkendegivelse, at andre sprog end engelsk er afgørende for sekretærfunktioner, meget vigtige for forhandling, salg og kundeservice, også vigtige for forskning og udvikling, herunder konferencedeltagelse, men mindre vigtige i indkøb og produktion.

Der fremføres overordnet set økonomiske argumenter for at kunne begå sig på tysk over for tyskere:

> CITAT S.7 "Det tyske marked er så stort, de er 15 gange større end os. De har den samme kultur, den samme måde at lave business på. De har også penge. Det er et kæmpe marked. Det er så nært ved, at du bare skal tage din bil og køre derned, eller flyve en time, og så er du dernede, hvor de bor. Så for en mindre dansk virksomhed, [...] så er tysk bare vigtigt. Simpelthen. Hvis man vil tjene nogle penge." (SÆ16)

Gentagent betones herudover den affektive effekt, det kan have at anvende samarbejdspartnerens førstesprog i **salgsfunktionen**, fordi det er ensbetydende med at se denne som menneske og tilkendegive forståelse for dennes kulturelle baggrund:

> CITAT S.8 "Det er ikke firmaer, der handler med firmaer, det er vi nødt til at sige. Og det vil sige, at når vores salgsmedarbejder han har snakket med Michel tre gange, så ved han jo godt – så Michael og Peter, de har pludselig noget sammen, så næste gang han ringer, så spørger han nok efter Peter, fordi han havde en god relation til ham, han fik god rådgivning. Så det relationsbygning, der er i det, er jo også kanongodt. Og trygheden i, at de faktisk kan udtrykke sig på deres modersmål over for os, og vi forstår og kan svare.[...] Det udrydder misforståelser og fremmer forståelsen." (SÆ18)

> CITAT S.9 "Når man er en eksportvirksomhed, som den jeg arbejder i, og har relationer til hele verden, så bygger det salgsarbejde, jeg er med til at lave, jo på menneskelige relationer. Det er både mundtligt og skriftligt. Og hvis man kan putte den dimension ekstra på, at man kan modtagers sprog. Så kommer man allerede lidt hurtigere ind i varmen på en eller anden måde. Altså så har man fået kryds i den positive bog. Det betyder rigtigt meget. Og sammen med sproget hører også kulturforståelse." (SY14)

En kommunikation, der normalt foregår på koncernsproget engelsk, kan desuden, hvis der skal kommunikeres om detaljer, fx kræve, at der gribes tilbage på kundens førstesprog, hvis det er muligt:

> CITAT S.10 "I vores ordre-team, hvor langt størstedelen af ordrerne jo bare går igennem uden problemer, kan det være, der er et nummer, der er forkert, et eller

andet, hvor vores ordre-team er nødt til at spørge tilbage: er det den og den du mener? Og: den er udsolgt, men vi kan tilbyde den og den i stedet for. Så der er det selvfølgelig vigtigt, at de kan kommunikere på kundens sprog [...] Og så er det også vigtigt ift. marketing." (SY13), jf. også SÆ15: "Det er det der med tydeligheden i en kommunikation".

Hos SY13 er der forskel på kommunikationen i salgs- og marketingafdelingen, som normalt foregår på engelsk, og kommunikationen på ledelsesplan, hvor der kommunikeres på modpartens førstesprog, tysk:

CITAT S.11 "Hvis tyskerne ringer op til mig – det er så deres direktør og så videre der ringer til mig, hvis min chef ikke er til at få fat i, så snakker de jo naturligt tysk til mig, og jeg snakker selvfølgelig også tysk til dem." (SY13)

Den samme skelnen imellem et ledelsesplan og et menigt medarbejderplan beretter SÆ15 om ift. fransk samarbejde, men forskellen er, at kommunikationen her på begge plan søges gennemført på engelsk, hvilket kan give udfordringer:

CITAT S.12 "Vi har jo en organisation i Frankrig, hvor en stor pulje af medarbejdere ikke kan engelsk. Alle dem der er på vores hovedkontor, kan engelsk. [...] Men når vi kommer ud i produktionen, det nærmere vi kommer ud i produktionen, så er det faktisk kun et fåtal, der kan engelsk. Nogle få personer bliver belastet af vores sprogførelse på engelsk. Også fordi der ligesom kun er de få, og så skal de ligesom videresige det hele. Og så kan du jo godt høre, at allerede der har du en risiko for miskommunikation, fejlfortolkning osv." (SÆ15)

Hvor relationen i et **førstemøde** med en kunde bedømmes til at være vigtig i mikrovirksomheden, prioriteres sprogkundskaber over teknisk viden:

CITAT S.13 "Der er enkelte lande, f.eks. Niger, hvor jeg lige har været her i efteråret. Jeg var den eneste, der kunne tage af sted, fordi jeg er den eneste, der kan tale fransk. Det ville ikke have givet mening, heller ikke en gang for vores tekniske chef, at tage af sted, selvom det var lidt et teknisk møde, med fabriksbesøg osv., for sproget gik forud i forhold til det tekniske her. Relationsopbygningen kom før det andet. Derfor tog jeg afsted. Det er et meget godt bevis på, hvor vigtigt det er. Hvis vi havde stillet med en, der ikke kunne fransk men var fagligt bedre, eller teknisk bedre, så var tingene ligesom faldet til jorden allerede i starten, fordi vi ikke havde kunnet kommunikere ordentligt. Jeg kunne bedre følge op på nogle af de tekniske ting derhjemme og referere videre." (SY14)

Den situation, der beskrives her, har mange fællestræk med, hvad SÆ18 beretter om **messesituationen**. Hvad SÆ18 også betoner er, at **produktets specialiseringsgrad** har indflydelse på sprogbehovet:

> CITAT S.14 " – Det kan sagtens give nye kunder, for vi deltager også rundt omkring på messer. [...] Det er typisk store messer i Europa og faktisk også i USA, men der kommer der måske nogen, som er kunder fra Italien eller Frankrig, eller hvor de nu kommer fra. Når de så får at vide, at vi faktisk har en siddende i ordreafdelingen, der taler fransk: 'Hvis I er i tvivl om noget, kan I altid ringe til hende – ring og spørg efter Mette'. Det giver tryghed. De bliver meget lettede, fordi de ikke lige er så vant til at tale eller skrive engelsk, som vi andre er. Det må man sige. Det er de typisk ikke. Og det er fordi vi har med folk at gøre, der sidder i nogle specialiserede funktioner. Det er ikke bare almindeligt salg og marketing. Det er ikke dimser og dingenoter vi sælger. Det er et meget specialiseret, levende produkt." (SÆ18)

I **mikrovirksomheden** skal den sprogkompetente medarbejder kunne opfylde flere funktioner, have blæksprutteegenskaber:

> CITAT S.15 "Jeg er ikke selv sælger. Jeg er korrespondent, og så er jeg jo så bare blevet sælger. Job udvikler sig jo. Jeg er sådan meget blæksprutte. Man kan starte som salgsbackup for en sælger, så udvikle det på sine egne kunder, blive key account manager, og du ved, gå den vej. Det kan jo være mange funktioner.[...] Man kan komme afsted med nogle marketingopgaver, som regel hvis man har sprogkundskaber, så er man også dygtig til sit modersmål og interesserer sig for sproget. Så jeg sidder da også og formulerer nogle ting på dansk og så videre. Altså, det der med, at man godt kan lide det, kan blive til en del. Det er sådan en blandet landhandel, i hvert fald det arbejde, jeg sidder med. Men det afhænger nok meget af virksomhedens størrelse." (SY14)

På samme måde kan **kundens størrelse** være afgørende for fornemmelsen af sprogbehov. Både ift. tyske og franske samarbejdspartnere, der er under "multinationalt firma"-niveau, opleves det af flere af virksomhederne som påtrængende at kunne kommunikere på hhv. tysk eller fransk:

> CITAT S.16 "I starten [...] havde vi en leverance til et meget stort tysk firma. De taler flydende engelsk alle sammen, de taler bedre engelsk, end jeg gør. Men når du er under det niveau, og det vil langt de fleste danske virksomheder være, især de her som er mindre. Så er du nede på nogen som taler tysk, og udenrigshandel for dem, hvis du fx er i Hamburg, det er salg til Bayern. Der skal du kunne noget tysk, for det skoleengelsk, de lærte i sin tid, det har de glemt igen. De får aldrig brugt det. Det tror

jeg, at for mange danskere, mange unge, måske lige overser i farten. Hvor værdifuldt det er at kunne noget tysk. Det er også min erfaring, at tyskerne er overmåde glade og meget tilgivende over for sprogfejl, hvis bare man vil prøve at tale noget tysk." (SÆ16)

Den mundtlige, den skriftlige og den konvergente kommunikation kræver forskellige kompetencer. Mundtligt og i den korte skriftlige mailinteraktion drejer det sig om at forstå og blive forstået i sikker og hurtig udveksling, der trækker på hhv. kropssprog og gestik, kodeskift, evt. semikommunikation[12] samt google translate. Her accepteres sprog, der ikke hindrer forståelse.

CITAT S.17 "Vi taler både telefonisk og skypecall og skriftligt. Ikke nødvendigvis oversætter og ikke nødvendigvis så man kan skrive lange romaner vel. Men man kan udveksle kortere mails, og gøre sig forståelig, og forstå." (SY14)

Skriftlige materialer, der har en længere levetid og evt. en juridisk funktion, som hjemmeside, markedsføringsmateriale, produktdokumentation, brugs- og sikkerhedsvejledninger og kontrakter, skal derimod være korrekte. Netop korrekthedshensynet betyder, at der til udarbejdelsen af skriftlige materialer af sidstnævnte art, som akkomoderes til lokale markeder, oftest inddrages lokale partnere i udlandet (SY13, SÆ15, SÆ17, SÆ18), eksterne oversættelsesbureauer (SY14, SÆ15), sprogmedarbejdere i virksomheden (SÆ18) eller modersmålstalende ad hoc-ansatte (SÆ16).

CITAT S.18 "SÆ15: Så kommer det skriftlige så oveni ikke, for ét er, at du behersker et sprog i tale. Du behersker det nødvendigvis ikke lige så godt i skrift.[...]
I: [...]På skrift der skal man måske være lidt skarpere?
SÆ15: Ja, det skal du." (SÆ15)

CITAT S.19 "Når det kommer til sådan nogle skriftlige ting, som hjemmesider og brugsanvisninger, og den slags ting. Altså salgsmaterialer bredt forstået. Det skal selvfølgelig være på korrekt tysk. Men jeg mener ikke, det [korrekthed] betyder så meget i den mundtlige og den daglige kommunikation. Men jeg tror, man er nok nødt til at have nogle professionelle ind, når det gælder de der skriftlige ting." (SÆ16)

CITAT S.20 "Når vi laver brugervejledninger osv., skal vi jo lave det til de forskellige markeder på deres sprog. Og der benytter vi os i dag af oversættelsesbureauer et langt stykke hen ad vejen, og så sender vi det til vores dealere i de enkelte lande, hvor de så

12. Semikommunikation forstås som receptiv flersprogethed og anvendes om den kommunikation, hvor de talende taler på hvert deres forskellige førstesprog. De forstår hinandens sprog, men kan ikke producere den andens sprog aktivt. Hos Hockett beskrives det som "receptiv bilingvalisme", dvs. "Receptiv bilingvalisme kombineret med produktiv monolingvalisme" (Hockett 1958: 327).

får lov til at læse det igennem, for det har lidt med nogle fagtermer at gøre. Der er de nogle gange lidt bedre til at få præciseret på deres eget sprog." (SÆ15)

Undtagelsessituation og kulturforståelse. Udækkede sproglige behov opleves i den engelsksprogede koncern SY13 især i undtagelsessituationer. Specifikt beskrives en implementering af it i Frankrig:

CITAT S.21 "De, der har kommunikationen med Danmark, kan engelsk. Hvis man så af en eller anden grund er nødt til at snakke med en anden dernede, så er det et problem, eller det kan være et problem mange gange. Vi er ved at implementere SAP i firmaet sådan generelt og tager så et land ad gangen, og det er så knap to år siden, at vi implementerede SAP i Frankrig. Og det kostede meget omsætning og alt muligt, fordi mange af dem, der i det daglige skulle bruge SAP, forstod det ikke. Dels er selve programmet på engelsk, og der var en hel delegation herfra dernede, som skulle sætte folk ind i det, og mange af dem snakkede ikke fransk – eller der var ikke nogen af dem, der snakkede fransk, og dem de så skulle sætte ind i det, de snakkede ikke engelsk. Så det gik så galt som det kunne. Der var nogle udfordringer der. Hele den franske kultur med, at hvis der ikke bliver snakket fransk, så gider vi ikke høre, hvad de siger. Det var en hård kamp. Og det kostede rigtig meget på omsætningen dernede, fordi de kunne ikke levere, og så fandt kunderne et andet sted at handle og så videre. Så der var det virkelig tydeligt, at sproget er en udfordring. Men i det daglige går det uden problemer." (SY13)

Det er kendetegnende for den situation, der her gengives, at ikke kun manglende sprogkundskaber, men også manglende kulturforståelse var en stor del af problemet:

CITAT S.22 "Dem, der blev sendt derned, det var jo it-folk. Og de fleste af dem, de har jo ikke kendskab til fransk kultur og var jo ret chokerede over indstillingen fra franskmændene, at det gad de i hvert fald ikke, og hvis man ikke kunne snakke fransk, så –. Så dér havde det været en hjælp, hvis de på forhånd havde været orienteret om, at situationen kunne opstå. […] Man kan også sige, at hvor vi andre nogen steder har kørt i excelark, der kom de simpelthen dernedefra med gule papirlapper over på SAP. Så det var ikke kun det sproglige, det var alt.[…] Det var sprog, og det var kultur og alt muligt på én gang." (SY13)

Det er karakteristisk for flere af sundhedsvirksomhederne, at forståelsen af eksportlandets kulturelle og økonomiske forskelligheder, fx "finansieringssystemer" (SÆ16) ift. det danske system er vigtig. Mens virksomhederne kan have hovedsagelig offentlige aftagere i velfærdsstaten Danmark, kræver det sikringsbaserede system i et nærmarked som Tyskland en hensyntagen i marketing til både privat forsikringsselskab og privat

slutbruger. Sidstnævnte spiller en endnu højere rolle på det franske marked, hvor den i endnu højere grad katolskbaserede familiekultur kræver en anden tilpasning:

> CITAT S.23 "Kulturen er også anderledes ikke. Jeg er lidt præget af den branche, jeg er i, fordi hjælpemidler til handicappede, det er der et ret stort marked for, hvis familien ikke selv passer den handicappede, syge eller den gamle. Altså i vores kultur, det vil sige den nordeuropæiske, der er alle kvinder på arbejdsmarkedet, og hvis der er en, der er syg i familien, så kommer vedkommende over i et ældrecenter eller lignende. Det gør du ikke i de katolske lande. Det har du ikke i Frankrig eller længere syd på. De har en høj standard på hospitalerne, men vi henvender os til de mennesker, som lægerne ikke kan gøre mere ved. De skal aflastes i deres hverdagsliv. Det gør familien. Hvis du har en ugift tante eller lignende, jamen så kan du både få dine børn serviceret[...], og du kan få din gamle mor betjent lidt, når det begynder at mase med indkøbene[...]. Det kulturmønster findes jo stadigvæk i Mellem- og Sydeuropa. Det er altså en meget stor forskel."(SÆ16)

Opsamlende kan nævnes følgende faktorer, der har indflydelse på, hvordan behovet for fremmedsprogskompetencer opfattes i sundhedsvirksomhederne. Flere af faktorerne er allerede nævnt ift. især maskin- og metalvirksomhederne, men gentages her i kort form:

- **Formål med interaktionen**. Det er vigtigere at anvende samarbejdspartnerens førstesprog, hvis formålet er salg og marketing, end hvis det er indkøb.
- **Organisatorisk niveau**. På ledelsesplan ses det som vigtigere at der tales tysk med tyske samarbejdspartnere, end fransk med franske.
- **Lingua franca-hensynet**. Det anses ikke for hensigtsmæssigt at anvende samarbejdspartnerens førstesprog, hvis det betyder, at kommunikationen ikke kan forstås internt. Fx forhandles der ikke på tysk med tysk samarbejdspartner om tysk kontrakt, hvis ens danske chef kun behersker engelsk (SÆ18).
- **Førstesprogets affektive/tillidsskabende effekt**.
- **Egen størrelse**. Mikrovirksomheden kræver en faglig alsidighed af medarbejderne, der kan betyde udlicitering af sprogopgaver.
- **Samarbejdsvirksomhedens størrelse**. Jo mindre fransk eller tysk samarbejdspartner, jo større behov for fransk eller tysk.
- **Samarbejdspartnerens personlige alder**. Jo ældre tysk eller fransk partner, jo større behov for fransk eller tysk.
- **Symmetri og asymmetri ift. engelskkundskaber**.
- **Relationens alder.** Jo nyere relationen til samarbejdspartneren er, jo vigtigere er det at anvende dennes førstesprog så professionelt og fejlfrit som muligt.

- **Produktets specialiseringsgrad.** Jo mere man som videnstung virksomhed henvender sig til specialiserede fagfolk, jo større behov er der for kundeservice på kundens førstesprog.
- (Samhængende hermed) **kommunikationens detaljeringsgrad**. Behovet for at kunne gøre sig forståelig/at anvende samarbejdspartnerens førstesprog er om så større, jo mere detaljeret kommunikationen er.
- **Kulturel og økonomisk distance**. Jo tættere samarbejdspartnernes kultur og økonomi er på hinanden, jo mindre akkomodation kræves der. Tysk kultur og økonomi opleves som lettere at tilgå end fransk.

6.2.3 Sundhedsvirksomheder: Ubevidst behov

Et ubevidst behov forstået som en meddelt regelmæssig eller hyppig kontakt med L1-fransktalende i kombination med en opfattelse af, at det ikke er nødvendigt at anvende fransk, kan til dels konstateres hos SÆ16 og SÆ17. En oplevelse af "total miskommunikation" mht. L1-fransktalende gengives som nævnt af SY13, og det er generelt, at det franske marked beskrives i termer, der fremhæver forskel og andethed mht. både kultur og sprog, mens det tyske omvendt karakteriseres ved kulturel nærhed og et sprog, der forstås, men hos både SÆ16 og SÆ17 går sådanne oplevelser kun til dels hånd-i-hånd med en opfattelse af, at det er nødvendigt at kunne kommunikere på fransk. Som SÆ17 udtrykker det:

> CITAT S.24 "Det kunne altid være fedt, at der var nogen der kunne fransk. Men det er absolut ikke en nødvendighed." (SÆ17)

Samtidig fremhæver SÆ17, dels at der kan opstå misforståelser, som fører til ekstra arbejdsgange, dels at det kan være en udfordring at skrive mails på engelsk til de franske samarbejdspartnere:

> CITAT S.25 "SÆ17: Der er ikke nogen, der ikke taler engelsk dernede. Men der er rigtig mange der taler med en fransk accent. [...]Man kan ofte godt blive misforstået, fordi det ikke er alle, der taler det på lige godt niveau eller læser det på lige godt niveau.
> I: Okay, så det er ikke noget der - selvom man bliver misforstået, så går jeg ud fra, at man løser det ved, at reformulere, eller hvad gør man så?
> SÆ17: Ja, det er en ekstra mail, der bliver sendt afsted, hvor man forklarer det på en anden måde. Så bliver det typisk løst på den måde. Men det er de situationer, der kan være, hvor det lige går på tværs af, at deres kompetencer ikke lige er så gode på engelsk. De kan bedre lide at tale fransk." (SÆ17)

CITAT S.26 ”Især når man bruger mail rigtig meget, skal man tænke sig meget om, hvordan det er, man formulerer sig. I Danmark går man oftest meget direkte til værks, når man skal skrive en mail – og især hvis der er noget man er utilfreds med. I Frankrig er de måske lidt mere bløde i det. Sådan meget mere lige med at starte ud med, hvordan går det, og hvordan har man det. De er meget forsigtige i deres sprog. Så der er lidt, man skal være opmærksom på i forhold til, hvordan man får formuleret sig. Og så også, når det er et fremmedsprog, man får formuleret sig på. Hvilke ord man bruger, og om de betyder det rigtige.” (SÆ17)

SÆ16, der meddeler selv at have modtaget undervisning i fransk, beretter om lignende skriftlige interaktioner, der giver forståelsesvanskeligheder. Til gengæld (eller derfor?) er SÆ16 mere tvetydig ift. sin interesse for det franske marked:

CITAT S.27 ”Altså jeg har fået et par henvendelser på det sidste på fransk. Der har jeg faktisk brugt google translate. Det fungerer rimelig okay. Altså man kan få en mening ud af det. Det kunne man ikke for et par år siden. […] Da der i Frankrig ikke er en ordentlig finansiering, indenfor det område vi arbejder på. Så er der heller ikke noget stort marked for det, og så er det kun noget jeg bruger tid på, hvis nogen finder os. Vi gør ikke noget aktivt dernede i Frankrig. Det kan godt være at vi skal det en dag, men så skal der en der kender lidt mere til området. Jeg er ikke helt sikker på, at vi i omsætningen kan dække lønnen til en person.” (SÆ16)

6.2.4 Sundhedsvirksomheder: Objektivt merbehov

Det mønster, der aftegner sig ift. den faktiske sprogbrug, er tydeligt betinget af, hvilke sprogkundskaber de danske virksomheder råder over. Mens der ikke er nogen virksomheder, selv ikke de, der har engelsk som koncernsprog (SY13, SÆ15, SÆ18), der tilkendegiver, at de udelukkende anvender engelsk over for L1-tysktalende, er der omvendt tre virksomheder, der meddeler, at de konsekvent anvender engelsk over for L1-fransktalende (SÆ15, SÆ16, SÆ17). Disse sidstnævnte virksomheder kan altså siges at have et objektivt behov for fransk.

Tysk med L1-tysktalende	⟷	Engelsk med L1-tysktalende
SÆ16	SY13 SÆ18 SY14 SÆ15 SÆ17	

Tab. S.5. Sundhedsvirksomheder: Faktisk sprogbrug, tysk.

Fransk med	⟷	Engelsk med

L1-fransktalende		L1-fransktalende
SÆ16	SY14 SÆ18 SY13	SÆ15, SÆ16, SÆ17

Tab. S.6. Sundhedsvirksomheder: Faktisk sprogbrug, fransk.

I beskrivelsen af den faktiske sprogbrug er det kendetegnende – udover at sprogvalget er afhængigt af afsenderens kompetencer (SÆ15) – at man snarere tenderer til at anvende modpartens førstesprog ved individuelle henvendelser end ved gruppehenvendelser (SY13), dog også her snarere tysk end fransk:

Det personbårne:

> CITAT S.28 "Det er en kombination. Vores daværende sales manager, der har ansvaret for Tyskland. Han er god til tysk og kommunikerer fint på tysk. Men hvis jeg får en henvendelse, som produktchef, fra de tyske kunder. Så foregår det på engelsk." (SÆ15)

Individuel vs. gruppehenvendelse:

> CITAT S.29 "Vi har den regel, at alt der sendes ud, det sendes ud på engelsk, her hos os. Vi har en stor afdeling i Tyskland, og dem skriver jeg altid til på tysk, dels fordi jeg gerne vil, og dels fordi der er mange af dem – tyskerne er ikke særligt gode til engelsk, de er usikre ved at bruge det og sådan nogle ting. Så det er bare en almindelig service kan man sige, at jeg skriver på tysk, men altså generelt noget der bliver sendt ud til alle vores datterselskaber på én gang. Det er selvfølgelig på engelsk. [...] Jeg kan godt lide at skrive fransk, men vi skriver altid på engelsk, har vi besluttet, fordi hvis nu der er andre, der har brug for at følge med i den kommunikation og så videre. Men derfor kan jeg godt finde på at skrive en enkelt ting eller to på fransk, bare sådan for at.... Ja så bliver de så glade." (SY13)

Hvad de virksomheder, der tilkendegiver en både-og-sprogbrug, altså både tysk og engelsk over for tysktalende samt fransk og engelsk over for fransktalende, desuden peger på, er, at modpartens førstesprog kan anvendes i den kommunikative ramme, som indledende fatisk kommunikation udgør, mens engelsk bibeholdes ift. indholdsdelen. SY14 forklarer fx her sprogbrug over for tysk kunde:

> CITAT S.30 "Det var absolut vigtigt at kunne sige 'Goddag' og 'Farvel' og få sagt nogle sætninger af respekt for kunden. På deres sprog. Helt klart. Og så vurderer man jo, når man sidder i samtalen, i forhold til om man kan slå over i engelsk. Nu er der også det i vores verden og med de materialer vi har primært på engelsk, der giver det bedre

mening også at tale på engelsk. Det kan være svært at have de her fagbegreber mikset sammen, når man sidder med fx en tysk kunde." (SY14)

Et anderledes miks repræsenterer semikommunikation, som er en praksis, der beskrives af flere af virksomhederne:

CITAT S.31 "Jeg har også nogle gange talt med tyskere – jeg forstår ganske udmærket tysk, men jeg er ikke ret god til at tale det, fordi jeg bruger de engelske termer så meget. Men hvor jeg så har sagt: 'Ved du hvad, du må godt tale tysk til mig, hvis jeg må tale engelsk til dig, og du forstår det'. For så kan vi godt kommunikere. Det har jeg egentligt haft succes med nogle gange." (SÆ15)

CITAT S.32 "De skriver til mig på fransk, men jeg svarer på engelsk, og de får materiale på engelsk. Så ved de, at jeg forstår dem. De kan hurtigt lige få skrevet noget til mig, og omvendt kan jeg også hurtigere svare. […] Det giver dem en tryghed. Det kunne jo være at de undlod at svare, fordi det var bøvlet for dem at skulle til at formulere sig på engelsk overfor mig." (SY14)

Evt. kombineres denne form for kommunikation med google translate:

CITAT S.33 "Jeg har lidt erfaringer for, at når det er et sprog, der ligger udenfor vores normale område, så kan man godt svare på engelsk, og så modtage et svar tilbage på lokalt sprog og så google det. Det kan man starte med, det koster ingenting. Det er hurtigt gjort ikke." (SÆ16)

6.2.5 Sundhedsvirksomheder: Subjektivt merbehov

Den eneste virksomhed, der klart tilkendegiver et udækket behov i kombination med en hyppig kontakt, er SÆ15, der fremfører det franske moderselskab som argument for, at der "på sigt" kan blive behov for ansættelse af franskkyndige medarbejdere. Virksomhedens organisationsform betyder, at ledelsesniveauet har behov for både at kunne kommunikere med danske og franske menige medarbejdere.

CITAT S.34 "Vores nuværende direktør, han er startet for to år siden, og han taler med vores franske hovedkontor. Han kan lidt fransk, men han kan ikke - altså som han siger, 'jeg kan teaterfransk'. Men da han blev ansat, skrev han under på, at han er indforstået med, at han skal opgradere sit franske på sigt, hvis man ønsker det. Og det er sådan noget der vil komme, tror jeg. Og specielt på ledelsesniveau.[…] Vi arbejder jo i en matrixorganisation. Der er jo meget, hvad skal man sige, dobbelte chefroller indimellem i forhold til nogle medarbejdere." (SÆ15)

Endelig peger SÆ18 specifikt på kinesisk som et subjektivt merbehov – men også i fremtidigt perspektiv:

> CITAT S.35 ”Jeg kan forestille mig, hvis vi får hul på det her kinesiske marked, så skal vi nok have fat i nogle flere, der kan tale kinesisk. Der kunne godt blive brug for nogle stykker, fordi det er jo bare så monsterstort, det marked, så det kunne godt lige pludselig lægge os ned, og så kan det da godt være, vi skal have fat i nogle flere.” (SÆ18)

SÆ18 kommer også ift. Japan med interessant udtalelse, som dog ikke er udtryk for egl. behov:

> CITAT S.36”Japanerne er bare meget anderledes […] de er virkelig svære. Og der er noget kulturelt med, at man ønsker faktisk ikke at tale engelsk. Det er ikke fint at slå over i engelsk for Japan. Der skal det altså helst foregå på deres eget sprog, og deres eget modersmål.

6.3 Sundhedsvirksomheder: Rekruttering

Selvom virksomhederne i denne gruppe kun tilkendegiver at kræve engelsk eksplicit, når der rekrutteres nye medarbejdere, er det karakteristisk og generelt, at sprog værdsættes i deres egen ret:

> CITAT S.37 ”Sproglig baggrund vil alt andet lige være vigtigt, når vi kigger på medarbejdere fremadrettet, i hvert fald på engelsk og tysk. Og jeg tror at når vi når lidt længere ud i fremtiden, så vil det også være noget fransk. Og så skal man jo selvfølgelig have noget forståelse indenfor det felt man nu skal ansættes indenfor. Skal man ansættes i forskningen, jamen så skal man jo have noget forståelse for og kunne sætte sig ind i nogle kulturer osv. Skal du ansættes i marketing, jamen så skal du have noget forståelse for marketing og analyse osv.” (SÆ15)

Hvilke forventninger og krav har virksomheden til sproglige kompetencer, når der rekrutteres nye medarbejdere?

Ingen krav om tysk	⟷	Bonuskompetence	Eksplicit forventning
SY14, SÆ17		SÆ18	SY13, SÆ15

Tab. S.8. Sundhedsvirksomheder: Rekruttering, tysk.

Ingen krav om fransk	⟷	Bonuskompetence	Eksplicit forventning
SY13, SÆ17		SY14, SÆ18	SÆ15

Tab. S.8. Sundhedsvirksomheder: Rekruttering, fransk.

Mens "Nice to know"-kategorien markerer de implicitte forventninger, som ikke formuleres på skrift i stillingsannoncen, markerer den "eksplicitte forventning" "gerne"-formuleringer i stillingsannoncer, som fx hos SY13:

> CITAT S.38 "Man skal have engelsk på forhandlingsniveau. Og 'gerne tysk' står der så – næsten altid." (SY13)

SÆ15 meddeler, at en nuværende direktør ved sin ansættelse forpligtede sig til at opgradere sit franskniveau, og det er generelt, at det er ledelsesplan eller salgs-/ordreafdelinger tilkendegivelserne tager udgangspunkt i.

Det hierarki, der aftegner sig generelt i sundhedsvirksomhedernes udsagn om rekruttering på baggrund af den meddelte sprogbrug i virksomhederne kunne illustreres som i figur S.1. De sprog, der markeres med fed, meddeles at ville blive vægtet ved rekruttering:

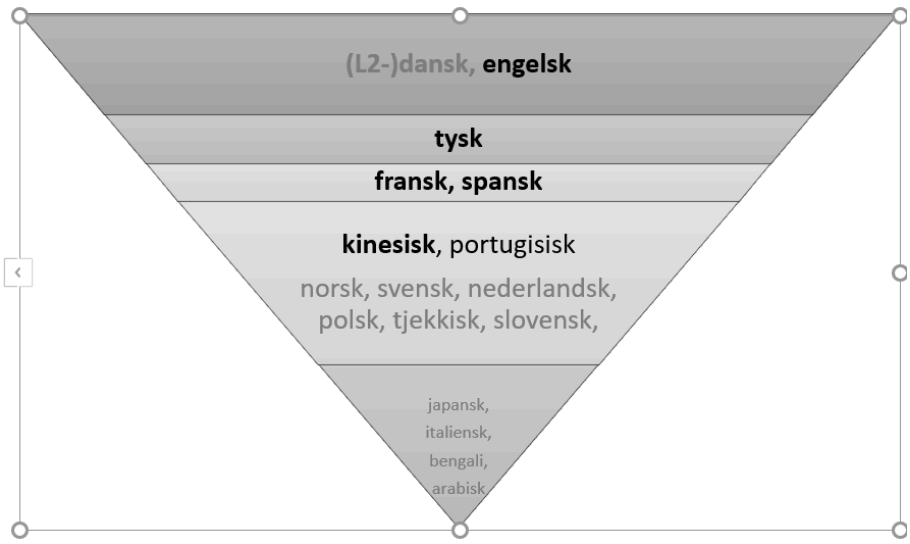


Fig. S.1 Sundhedsvirksomheder: Rekrutteringspyramide.

Endelig er det vigtigt at fremhæve kulturforståelse som rekrutteringskrav. SÆ15, der både angiver engelsk-, tysk-, spansk- og franskkompetencer som vigtige, påpeger:

> CITAT S.39 "Jeg vil sige at kulturforståelsen er faktisk vigtigere, end at vi kan 27 forskellige fremmedsprog." (SÆ15)

SÆ16 indtager lidt en særstatus ift. rekruttering, idet SÆ16 har gode erfaringer med at løse ad hoc-sprogopgaver vha. deltidsansættelse af studerende, der har det krævede sprog som førstesprog:

> CITAT S.40 "SÆ16: Der er så mange unge mennesker, der får gratis uddannelser på danske universiteter og også får su, og I finder også en bolig til dem. Er det 20.000 vi snakker om? [...] Så find dog en franskmand, der læser her i Danmark, eller tilsvarende ikke.
> I: Så modersmålstalende, det ville I gå efter at rekruttere måske?
> SÆ16: Ja, det synes jeg er et frisk pust. Men det var egentlig også en billig og lidt mere effektiv måde at få sproget ind i firmaet på." (SÆ16)

At (L2-)dansk medtages i pyramiden, skyldes dets implicitte status. Interessant er fx det forhold, som SY13 og SÆ18 skitserer mellem engelsk og dansk. Mens SY13 fremhæver den danske afdelings særlige sprogstatus i den globale virksomhed, fordi afdelingen angiveligt helst kommunikerer på dansk, peger SÆ18 på en særlig medarbejdergruppe i den ligeledes engelsksprogede virksomhed, som kommunikerer på dansk. Det kan besværliggøre ansættelse af medarbejdere, der behersker L2engelsk, men ikke (L2-)dansk.

> CITAT S.41 *"Fordi vi har så stor en del af medarbejderne i den danske afdeling, så er det ikke blevet defineret, at det er engelsk, der er koncernsproget, og det er jo heller ikke sådan, at vi skal stå og snakke engelsk, når vi møder nogen på gangene. Det er ikke på den måde, men kommunikationen – fordi jeg sidder også som redaktør på vores intranet, og det er jo så engelsk og dansk, når jeg lægger på, men den danske afdeling har deres egen side, hvor der kun ligger dansk. Så det, jeg har lagt på den globale side – som vi kalder den – både på dansk og engelsk, og hvis det kun ligger på engelsk, for det kan også godt være, at jeg gør det, hvis jeg f.eks. kun får det på engelsk fra datterselskaberne, så tager de den aldrig og lægger den på den danske side, fordi de siger, der er mange, der ikke kan forstå det." (SY13)*

> CITAT S.42 *"De her x-medarbejdere – der har jeg lidt den udfordring – jeg sidder som sagt også med HR og med rekruttering, og jeg begynder at få et stigende antal henvendelser fra udenlandske x-medarbejdere, som gerne vil arbejde hos os, fordi vi har et rigtig godt renomme. Det har jeg svært ved at trænge igennem med internt, fordi x-medarbejderne, de vil helst tale dansk, og de vil helst have nogle kolleger, der kan tale dansk. De kan ikke helt forestille sig, at de skal kunne tale engelsk med en kollega. De er simpelthen ikke sprogligt stærke nok til det. Og det er nok fordi de sproglige kompetencer hos disse medarbejdere – nu taler jeg jo ikke ned til dem overhovedet, for de har en fin uddannelse, det er slet ikke det, men det er bare ikke en del af deres liv, det er ikke en del af deres ballast, af deres baggrundsviden, så der er*

rigtig mange af dem, der er dårlige til at formulere sig på andet end dansk. Og det må man så sige, det er også en lærlingeuddannelse – en elevuddannelse. Det er ikke en uddannelse, hvor det overhovedet vægtes, at man skal have sans for eller talent for noget, der hedder fremmedsprog. Men der kan jeg godt mærke, at på sigt kunne vi godt ryge ind i en barriere i forhold til at kunne rekruttere, fordi det er et meget specialiseret område, vi rekrutterer til, hvis ikke vi kan finde nogen, der faktisk kan dansk. Så bliver vi nødt til at kigge bredere, og den der barriere kan jeg ikke lige se, hvordan jeg kan komme over." (SÆ18)

Hvad disse virksomheder italesætter, synes på den ene side at være bedre engelskkompetencer – eller vilje til at tale engelsk – hos danske medarbejdere, men også L2-dansk hos de udlændinge, der ville kunne komme på tale til ansættelse pga. deres faglighed.

6.4 Sundhedsvirksomheder: Efter-/videreuddannelse

Karakteristisk for denne gruppe, er, at der kun er få fælles berøringspunkter ift. ønsker til efter/videreuddannelse. Til gengæld udtrykkes der blik for relevansen af evu-kurser i både L2-dansk, alment mundtligt tysk, mundtligt og skriftligt virksomhedstysk, mundtligt og skriftligt alment engelsk og virksomhedsengelsk, et integreret kursus i alment fransk og virksomhedsfransk inkl. kulturforståelse samt kinesisk sprog og kultur.

Hvis I skulle videreuddanne nogen af jeres medarbejdere, hvilke kompetencer ville I så gå efter?

L2-dansk	Tysk		Fransk	Engelsk		Kinesisk
Alment sprog	Alment sprog konversation	Virksomheds-tysk: handel, fagsprog (produktviden). Mundtligt, skriftligt	Alment sprog i kombinataion med virksom-hedsfransk + kulturforståelse. Med fokus på det mundtlige sprog	Alment sprog. Konversation + skriftligt.	Virksomhedsen-gelsk Målrettet aktuelt niveau- og emnebehov Mundtligt og skriftligt	Sprog + "specialiseret kinesisk viden"
SY13 (SÆ18)	SY13	SÆ16	SÆ17	SY13, SÆ15	SÆ15	SÆ18

Tab. S.9. Sundhedsvirksomheder: Efter-/videreuddannelse.

SY13 har erfaring med sprogkurser i **L2-dansk** til udenlandske medarbejdere. Det har været individuelle kurser på forskellige niveauer. Vigtigt er pris, tidslig og stedlig fleksibilitet og indholdsmæssig målrettethed. SY13 peger på **tysk konversationskursus** som relevant for virksomhedens medarbejdere.

SÆ16 giver udtryk for – en generel – skepsis over for tanken om sprogkurser i arbejdstiden, har imidlertid selv erfaring med at samle en mindre gruppe medarbejdere til intensivt tysk

"et par timer en eftermiddag", og kan se perspektiver i en "omkostningsorienteret" undervisning i tysk i virksomheden. Vigtigt er frem for alt den indholdsmæssige målrettethed:

> CITAT S.43 *Der skal "tage[s] udgangspunkt i nogle situationer der er relevante, fx noget* ***handelsmæssigt****, eller der kan tages udgangspunkt i en brugsanvisning eller lignende ting. Du skal kunne din produktviden. Vi falder alle sammen igennem, når vi sidder om aftenen og har spist til middag og får en øl oppe i baren. Al den der hverdagssnak, dialekterne og så videre. Der falder vi igennem. Det gør ikke noget, så længe du kan det* ***faglige sprog.*** *Det andet det er selvfølgelig nice to have, men jeg tror, at folk forstår, at de der vendinger og udtryk ethvert sprog har, dem kan en udlænding ikke forventes at kunne. Så må vi gå glip af en god vittighed eller sådan noget. Det er der ikke noget at gøre ved." (SÆ16)* SÆ15 peger på **mundtligt og skriftligt alment engelsk og forretningsengelsk**, som er niveau- og indholdstilpasset. Det er vigtigt, at kurset kan målrettes aktuelle behov, SÆ15 giver som eksempel miljørapportering på engelsk.

Et integreret kursus, der kombinerer **alment fransk, virksomhedsfransk og kulturforståelse** ift. fransk beskrives af SÆ17:

> CITAT S.44 *"Jeg tror, at det skulle være et godt mix. For uden tvivl, så handler halvdelen af det om, hvordan kommunikerer man i en virksomhed, hvordan kommunikerer virksomheden, hvordan kommunikerer man med en fransk virksomhed. Og så er der selvfølgelig også rent generelt høfligheden, altså at snakke sproget, konversere almindeligt. Så det skulle nok være en god blanding. Så man ligesom kom sådan hele vejen rundt, på sådan en almindelig måde. […] Mit indtryk er egentlig, at Frankrig alligevel er lidt forskellig i forhold til det danske kulturmiljø. Især når det kommer til virksomheder, og hvordan man agerer som medarbejder osv. Det er måske ikke alle der har den forståelser eller den indsigt i, at opdage det selv og tilpasse sig. Det er der hvor man nemt kan komme til at træde ved siden af." (SÆ17)*

Et evu-kursus i **forståelse af fransk kultur og mentalitet** kan også udbydes uafhængigt af sprogkurus. SÆ17 påpeger, at det – selvom virksomhedens engelske kommunikation med franske kontakter fungerer – kan have omkostninger ikke at kende de kulturelle koder og ikke at opnå den nærhed, som kulturkendskab kan give:

> CITAT S.45 *"Selvfølgelig skal du kunne tale sproget, men du skal også vide, hvordan du skal kunne bruge sproget. Du skal også vide, hvordan du skal opføre dig. Så en ting er, at man kan være bragende god til at tale engelsk, men hvis du ikke ved, hvordan kulturen fungerer, og du ikke kan se det, så er du lige lost.[…] Det vil jo*

altid besværliggøre tingene, hvis du skal arbejde rigtig meget sammen med nogle mennesker, som du ikke forstår dig på, og som ikke forstår dig. For når man så ikke sidder sammen ved siden af hinanden. Jamen, så er det let at glemme en på en mail, og let at glemme at ringe. Man kan måske lidt på den måde gå glip af nogle ting. Fordi man ender med at komme skævt ind på hinanden, og man ved godt - det kender man fra sig selv. Hvis man kommer skævt ind på en person, jamen, så bruger man ikke energien der." (SÆ17)

Ønsket hos SÆ18 går på kinesisk, ikke blot sprog, men indgående kendskab til kinesisk mentalitet og kultur.

SY14 tilkendegiver blik for relevansen ved sprogkurser, men påpeger samtidig, at virksomhedens ressourcer ikke er til evu, og har desuden en tro på, at praksis fungerer som bedste brush-up for dem der i forvejen har en sprogbasis:

CITAT S.46 *"Det kunne sagtens være relevant, men det er ikke noget en virksomhed lige umiddelbart ville synes, at de ville bruge ressourcer på. […] Jeg lover dig, når først man får fingrene i bolledejen og så bare hopper ud i det. Så bliver man god til det igen. Altså det skal jo bare støves af." (SY14)*

Der, hvor der er åbenhed for og økonomi til kurser, er det afgørende medarbejdernes vilje og ønsker. "De investerer i tid, og vi investerer nogle kroner og ører – eller omvendt" (SÆ15), som det udtrykkes. Indholdsmæssig målrettethed i kurset er vigtigere end de praktiske detaljer, men til disse hører tid (helst korte, SÆ17; evt. uden for arbejdstid, SY13), sted (helst virksomheden, lokalt) og pris ("omkostningsorienteret", SÆ16).

6.5 Sundhedsvirksomheder: Katalysatorer, anbefalinger

6.5.1 Katalysatorer

EUX. SÆ18 fremhæver EUX som uddannelsesmæssigt plus og udtrykker forventning om, at denne ungdomsuddannelse giver eleverne større sproglig viden end en traditionel erhvervsuddannelse med lærepladsuddannelse.

CITAT S.49 *"Vi har en del elever hele tiden, og det er selvfølgelig for at påtage os et samfundsansvar og uddanne – med den skjulte bagtanke, at vi sikrer, at der er et rekrutteringsgrundlag. Og der har vi sagt, at vi vil tage det, der hedder EUX-elever nu. EUX-elever […] tager en studentereksamen samtidig med, at de tager en praktisk uddannelse. Og det ser jeg faktisk som en stor fordel fremadrettet, for det betyder jo, at de, hvis de vil, når de er færdige med deres [erhvervs-]uddannelser og*

deres eksamen, faktisk kan vælge at læse videre til [erhverv]. Det kan man jo ikke, når man er gået ind på en lærepladsuddannelse direkte fra niende klasse – så er man ikke kvalificeret til det. Men jeg tænker faktisk også, at i kraft af, at de får deres eksamen, så får de også noget mere sproglig viden og noget mere kompetence der, end de øvrige elever og færdiguddannede x-medarbejdere, vi har." (SÆ18)

Udenlandske studerende i Danmark er en vigtig ressource, som virksomheder kan trække på – også i sproglig henseende, jf. citat S.40 af SÆ16. Et underliggende perspektiv i dette udsagn kunne også være en fastholdelse af de færdiguddannede studerende.

EU kan virke som en selvfølgelig ramme, der tilnærmer befolkningerne til hinanden (jf. bl.a. SÆ18), men for blot at fastholde denne vigtige betingelse for udvekslinger i Europa, følger der enkelte citater her. Sundhedsvirksomhedernes produkter er alle underkastet EU-lovgivning, og SÆ16 peger på fjernelsen af tekniske handelshindringer, som sammen med udviklingen i transport ses som vigtig katalysator for eksporten og for brugen af fremmedsprog:

CITAT S.50 *"På vores område er vi jo omfattet af EU. […] Jeg kan sælge til de andre EU-lande, uden at de kan komme med nogle mærkelige tekniske handelshindringer, som man jo gjorde for nogle år siden. Det falder sammen med den nemmere måde at kommunikere på. Også rejser er jo faldet i pris. Det er jo latterligt billigt at rejse […] Latterligt billigt lige at tage til Amsterdam og tage toget ud til vores partner i den mindre by, han bor i. Der kan jeg være om aftenen, så kan vi starte om morgenen. Hen over eftermiddagen er vi færdige, så kan han fragte mig ud til lufthavnen, eller jeg kan tage toget, og så er jeg hjemme lidt efter et døgn. Det er da nemt."(SÆ16)*

Også SÆ17 fremhæver den europæiske "synkronisering" som corona-nedlukningen har givet et skærpet blik for:

CITAT S.51 *"Jeg tror helt sikkert at det kun bliver mere. Man kan bare se den krise, vi har været igennem de sidste par måneder. Hvor påvirket Danmark bliver af, at grænserne har været lukkede. Jeg synes, at det indikerer rigtig godt, hvor markedet er på vej hen erhvervsmæssigt. Vi bliver mere og mere synkroniseret på tværs af grænserne. Så uden tvivl, så ligger der et meget større behov for, at man får fremmedsprog ind i skolen igen i langt højere grad end, hvad man tidligere har haft." (SÆ17)*

6.5.2 Uddannelsespolitiske anbefalinger

Optimering af marketinguddannelse. En egl. udfordring kan det ikke kaldes, men SÆ17, der er ansat som marketing koordinator, anbefaler med blik for manglerne i sin egen bacheloruddannelse i marketing, at både engelsk virksomhedssprog og kulturforståelse i højere grad burde være en del af studiet:

> CITAT S.47 *"Altså, nu blev jeg selv bacheloruddannet i 2018, så jeg er selv stadigvæk rimelig ny på markedet, kan man sige. Jeg savner helt klart i mit uddannelsesforløb, at der var mere fokus på, hvordan man opfører sig sådan helt generelt, når man er i en international virksomhed. Hvad er normerne på det her kulturmæssige – og så nogle flere fagudtryk. Altså, at der er et større fokus på det engelske sprog, hvordan man kommunikerer, og hvordan man siger tingene. Dvs. at man får nogle flere fagudtryk ind, så man ikke bare står der og siger 'what do I do?' Der er brug for noget mere fylde i det. Det har jeg i særdeleshed manglet i mit uddannelsesforløb." (SÆ17)*

Styrkelse af interesse for fremmedsprog i skole og uddannelse. SY14 ser det som vigtigt at formidle til børn og unge, at sprog er en vigtig faglighed: CITAT S.48 *"Jeg synes det er megagodt at få fokus på det her. Især hvis det kan blive formidlet ud til gymnasier og unge, når de træffer valg i forhold til uddannelse, hvad der er af muligheder. Hvis det kan gøres mere motiverende at søge ind på sproguddannelser for eksempel. Så man har en ide om, at man kan blive andet end gymnasielærer, hvis man læser et sprog. Også det her med, at faglighed faktisk er vigtigt. Sprog er mere, end noget man bare tillærer sig. Det er vigtigt at have den faglighed med sig. Den betyder noget." (SY14)*

6.6 Sundhedsvirksomheder: Opsamling

6.6.1 Sundhedsvirksomheder: Objektivt behov, opsummeret

Kontakt	Tysk	Fransk
Aldrig		
Sjældent	SY14	
Regelmæssigt	SY15; SÆ17	SY13, SY14, SÆ18
Ofte	SY13, SÆ16, SÆ18	SÆ15, SÆ16, SÆ17

Tab. S.10. Sundhed: kontaktfrekvens opsummeret.

6.6.2 Sundhedsvirksomheder: Subjektivt behov, opsummeret

Det er kendetegnende for de virksomheder, der tilkendegiver en form for udækket behov, at det er fransk der nævnes.

Meddelt behov	Tysk	Fransk
Dækket	SY13, SY14, SÆ15, SÆ16, SÆ17, SÆ18	SÆ16, SY13, SÆ18
Både-og	SY14, SÆ17	
Udækket	SÆ15	

Tab. S.11. Sundhed: subjektivt behov, opsummeret.

6.6.2.1 Opgaver, der kræver fremmedsprogskompetencer

	Generelt	Markedsføring	Salg Ordreafd.	Ledelse administration	Indkøb "Global supply"	Produktudvikling forskning, design	It	Øvrigt lager, produktion, distribution (chauffører)
Skriftligt	Mailkorrespondance	Markedsanalyser Deskresearch markedstilpasning af materialer	Forhandling Kundeservice Udveksling om produktdetaljer, leverings-, salgsbetingelser	Relationsarbejde Intranet	Forhandling Kommunikation med indkøbere i datterselskaber, leverandører	Udveksling om udvikling, vidensdeling Udarbejdelse af produktdokumentation, brugervejledning	Vidensdeling	
Mundtligt	Telefonkontakt Møder			Forhandling Handelsbesøg		Sparring med samarbejdspartnere, konferenceoplæg	Instruktion	
		SY13, SY14, SÆ15, SÆ16, SÆ17, SÆ18	SY13, SY14, SÆ15, SÆ16, SÆ17, SÆ18	SY13, SY14, SÆ15, SÆ16, SÆ17, SÆ18	SY13	SÆ15, SÆ18	SY13, SÆ17	SY13, SÆ17, SÆ18

Tab. S.12. Sundhed: Opgaver, der kræver fremmedsprog, opsummeret.

6.6.2.2 Faktorer, der er af betydning for vurdering af behovet for tysk eller fransk:

- Formål med interaktionen.
- Organisatorisk niveau, som der samarbejdes på.

- Lingua franca-hensynet. Det anses ikke for hensigtsmæssigt at anvende samarbejdspartnerens førstesprog, hvis det betyder, at kommunikationen ikke kan forstås internt.
- Førstesprogets affektive/tillidsskabende effekt.
- Egen størrelse. Mikrovirksomheden kræver en faglig alsidighed af medarbejderne, der kan betyde udlicitering af sprogopgaver.
- Samarbejdsvirksomhedens størrelse. Jo mindre fransk eller tysk samarbejdspartner, jo større behov for fransk eller tysk.
- Samarbejdspartnerens personlige alder. Jo ældre tysk eller fransk partner, jo større behov for fransk eller tysk.
- Symmetri og asymmetri ift. engelskkundskaber. • Relationens alder. Jo nyere relationen til samarbejdspartneren er, jo vigtigere er det at anvende dennes førstesprog så professionelt og fejlfrit som muligt.
- Produktets specialiseringsgrad. Jo mere man som videnstung virksomhed henvender sig til specialiserede fagfolk, jo større behov er der for kundeservice på kundens førstesprog.
- (Samhængende hermed) kommunikationens detaljeringsgrad. Behovet for at kunne gøre sig forståelig/at anvende samarbejdspartnerens førstesprog er om så større, jo mere detaljeret kommunikationen er.
- Kulturel og økonomisk distance. Jo tættere samarbejdspartnernes kultur og økonomi er på hinanden, jo mindre akkomodation kræves der. Tysk kultur og økonomi opleves som lettere at tilgå end fransk.

6.6.2.3 Kulturelle opmærksomhedspunkter

- Undtagelsessituationen. Eksempel: Implementering af it i fransk afdeling af virksomhed.
- Højkontekst- vs. lavkontekstkultur i fx mailkommunikation, direkthed vs. høflighed.
- Nationalstatsligt forskellige social-/sygesikringssystemer, familiekultur, religion.

6.6.3 Sundhedsvirksomheder: Ubevidst behov, opsummeret

Et ubevidst behov kan til dels konstateres hos især SÆ16, SÆ17. Opmærksomhedspunkter:

- ”Miskommunikation” (SY13).
- Ekstra arbejdsgange pga. manglende franskkompetencer (SÆ17).
- Træg/stagneret ekspansion pga. manglende franskkompetencer (SÆ16).

6.6.4 Sundhedsvirksomheder: Objektivt merbehov, opsummeret

Tysk anvendes af alle virksomheder i kommunikation med L1-tysktalende, af SÆ16 konsekvent; af de øvrige, selv de, der har engelsk som koncernsprog (SY13, SÆ15, SÆ18), sammen med engelsk.

Fransk alene anvendes ikke af nogen af virksomhederne, SY13, SY14, SÆ18 anvender det sammen med engelsk. SÆ15, SÆ16, SÆ17 anvender kun engelsk.

6.6.5 Sundhedsvirksomheder: Subjektivt merbehov, opsummeret

- Fransk virksomhedssprog. SÆ15.
- Kinesisk, japansk. SÆ18.

6.6.6 Sundhedsvirksomheder: Rekruttering, opsummeret

To virksomheder stiller eksplicitte krav om tysk, en om fransk. En giver pluspoint for tysk, to giver for fransk. To virksomheder stiller ingen krav om tysk; to ingen krav om fransk. Kulturforståelse kan ud over sprog være et rekrutteringskrav.

Tysk Fransk Ingen krav SY14, SY13, SÆ17 SÆ17 Bonuskompetence SÆ18 SY14, SÆ18 Eksplicit krav SY13, SÆ15 SÆ15 Tab. S.13. Sundhed: Rekruttering, opsummeret.

	Tysk	Fransk
Ingen krav	SY14, SÆ17	SY13, SÆ17
Bonuskompe-tence	SÆ18	SY14, SÆ18
Eksplicit krav	SY13, SÆ15	SÆ15

Tab. S.13. Sundhed: Rekruttering, opsummeret.

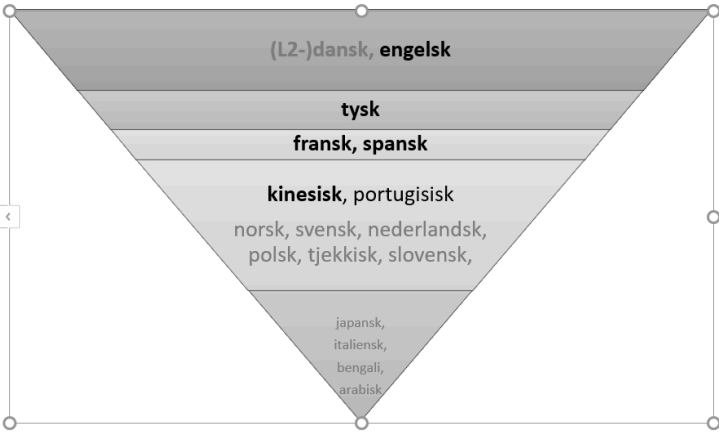


Fig. S.2. Sundhed: Rekrutteringspyramide.

6.6.7 Sundhedsvirksomheder: Efter-/videreuddannelse, opsummeret

- Alment tysk. Konversation (1).
- Virksomhedstysk. Handel, fagsprog (produktterminologi). Mundtligt, skriftligt (1).
- Alment fransk i kombination med virksomhedsfransk + kulturforståelse. Mundtligt (1).
- Alment engelsk. Mundtligt, skriftligt (2).
- Virksomhedsengelsk. Mundtligt, skriftligt (1).
- Kinesisk. Sprog og kultur (1).
- L2-dansk (2).

6.6.8 Sundhedsvirksomheder: Udfordringer, katalysatorer, anbefalinger

A. Katalysatorer

- EUX.
- Udenlandske studerende.
- EU

B. Uddannelsespolitiske anbefalinger

- Optimering af marketinguddannelse.
- Styrkelse af interesse for fremmedsprog i skole og uddannelse.

”Det er fint nok på engelsk, men hvis du virkelig vil have en god relation, så er det godt at kunne sproget. Og sådan er det også i Frankrig.[...] Lige præcis Tyskland og Frankrig, der er det altså vigtigt. Hvis du virkelig vil noget der, så skal du også kunne deres sprog.” (FY19)

”Hvis jeg søger en, der skal kunne noget internationalt, så skal de selvfølgelig kunne tale engelsk som minimum. Og hvis der er to, der er lige dygtige, men den ene kan også fransk, og det kan den anden ikke, så er det klart, så vælger man den der kan fransk.” (FY20)

"Så lang tid det er os, der køber, så er det jo ikke noget problem, for så er de jo meget fleksible. Så skal de nok forstå, hvad det er vi siger. Det er noget andet, hvis nu vi skal ud at sælge. Så skal det være perfekt sprog. Det er min vurdering.” (FÆ23)

"Det er vigtigt, at folk bliver uddannet ordentligt i sproget, også selvom de måske ikke tror, de skal bruge det, fordi vi er ingeniører, vi har administrationsfolk og sådan noget, som jo ikke er særligt veluddannede og måske ikke har brugt det i en del år, men faktisk har brug for det nu om dage, så efteruddannelse er også vigtig inden for det sproglige.” FÆ24

7

Fødevarevirksomheder

7.1 Fødevarevirksomheder: Kort profil

Denne gruppe består af seks SMV'er, hvoraf en har 10-20 ansatte (FY22), tre mellem 20-50 (FY20, FY21, FÆ23) og to mellem 40-180 (FY19, FÆ24). To af virksomhederne, FY21 og FÆ24 er knyttet til koncerner. FY19, FY20, FY21 og FY22 er beliggende i Region Syddanmark, og de sidste to, FÆ23 og FÆ24, i Region Sjælland. De fire virksomheder har produktion af læskedrikke, øl og whisky, frugtbaserede råmaterialer til drikke, mejeriprodukter og bagerier, krydderier samt sukker. FY20 og FY22 er handelsvirksomheder. FY20 importerer og distribuerer kød fra over 150 udenlandske leverandører til det danske og finske marked, mens FY22 har import og eksport samt salg af fortrinsvis fisk.

Alle virksomheder tilkendegiver at råde over tyskkompetencer; de fem af virksomhederne har medarbejdere der enten er L1-tysktalende eller behersker sproget på højt niveau; FÆ23 meddeler kun at have to medarbejdere med et middel niveau. Kun to af de seks virksomheder har medarbejdere med franskkompetencer; til gengæld drejer det sig om højt niveau hos 1-2 af medarbejderne. Engelsk er koncernsprog i FÆ24 og beskrives som generel kompetence i alle virksomheder, i FÆ23 tilkendegives dog, at det drejer sig om "lavt niveau".

	FY19	FY20	FY21	FY22	FÆ23	FÆ24
Antal ansatte	A/S 40-80	A/S Ca. 30	A/S 20-50	ApS 10-20	A/S 20-50	A/S Ca. 180
Im-/eksport	25% eksport >25 lande, især Tyskland, Holland, Sverige	Import: ">150 udenlandske leverandører" Eksport: Finland	Produktion/tilstedeværelse i Egypten, Kenya, Dubai, India, Canada, Sri Lanka, Vietnam, Malaysia	"hele verden" Balkan, Polen, øvrige Europa, Tyrkiet, Japan	80% dansk salg Import: Tyskland, Indien Eksport: Polen, Norden	Især nordiske og baltiske lande
Tysk- (D) og fransk- (F) kompetencer	D: 5, 3↑ F: 5, 1↑	D: 6↑ F: 2↑	D: "de fleste lidt", 2↑ F: ÷	D: 1↑ F: ÷	D: 2 middel F: ÷	D: ca. 60, <30 "flydende", få↑ F:÷
Øvrige sprog	Engelsk: "de fleste"	Engelsk: alle	Engelsk: alle	Engelsk: alle, ledelse↑	Engelsk: alle, basisengelsk	Engelsk: koncernsprog

Tab. F.1. Fødevarevirksomheder: kort profil.

7.2 Fødevarevirksomheder: Behov

7.2.1 Fødevarevirksomheder: Objektivt behov

Hvor ofte har institutionen kontakt med L1-tysk- eller -fransktalende?

	FY19	FY20	FY21	FY22	FÆ23	FÆ24
Tysk	Regelmæssigt	Ofte (dagligt)	Ofte (3-4x/uge)	Ofte (dagligt)	Ofte (dagligt)	Regelmæssigt
Fransk	Sjældent	Regelmæssigt	Sjældent	Regelmæssigt (ugentligt)	Aldrig	Sjældent ("meget lidt")

Tab. F.2. Fødevarevirksomheder: Kontaktfrekvens.

Fire af virksomhederne har kontakt med L1-tysktalende kontakter dagligt (FY20, FY22, FÆ23) eller ca. hver anden dag (FY21), mens de to øvrige, FY19 og FÆ24 har mere sjælden, men stadig regelmæssig, kontakt flere gange om måneden. Hos FÆ24 er det afhængigt af virksomhedens kampagner og behovet for opgraderinger, reparationer etc., idet det er tyske fagkræfter, der vedligeholder virksomhedens maskinpark. Mens FY20 og FY22 angiver at have regelmæssig kontakt med fransktalende samarbejdspartnere, har FY19, FY21 og FÆ24 sjældent kontakt og FÆ23 aldrig.

7.2.2 Fødevarevirksomheder: Subjektivt behov

Adspurgt om behovet for fremmedsprog i virksomheden svarer FY21 og FY22, at det er dækket; FY19, at det er udækket; FY20, FÆ23 og FÆ24 kommer med tilkendegivelser, der kan tolkes som både-og'er.

dækket					udækket
FY21, FY22	FÆ23	FÆ24		FY20	FY19

Tab. F.3. Fødevarevirksomheder: subjektivt behov.

Vil du sige, at virksomhedens behov for sprog er dækket på nuværende tidspunkt?

CITAT F.1 *"**Ja**, det er det fuldstændigt." (FY21)*

CITAT F.2 *"Ja det vil jeg mene i hvert fald. Lige nu er det dækket." (FY22)*

Ja, men..

CITAT F.3 *"Ja. Vi kigger lidt på, hvis vi skal træde ind på det svenske marked, om hjemmesiden skal oversættes til svensk. Indtil videre kigger vi på, at det skal dækkes af vores svenske sælgere, at de skal selv varetage oversættelse, som det er lige nu, men [...] hvis det bliver omfangsrigt, så ansætter jeg en." (FÆ23)*

CITAT F.4 *"Ja, altså det bliver jo dækket på nu en eller anden vis. Jeg vil sige alle kan forbedre sig og alle kan nok godt få brug for sådan en lille brush up. Men det går jo. Jeg kan godt høre på mine nærmeste kollegaer i vores organisation, at det er mig der skal tage de tyske, hvis der kommer nogen der absolut ikke kan andet end tysk. Ja, der er nok nogen der godt kunne trænge til det, hvis de havde lyst til det. Men det er jo igen det der med, at folk de slår over i engelsk og så prøver de sig frem. Men jeg vil da synes, at det ville hjælpe lidt, hvis nogen kunne lidt mere. Men så skal man også holde det ved lige jo. Det er igen det med, det går til, hvis ikke vi holder tingene ved lige." (FÆ24)*

CITAT F.5 *"arh, jeg synes altid, man kan blive bedre." (FY20)*

CITAT F.6 **"Nej** *jeg tror, vi har lidt nogle udfordringer i kundeservice. Vi har kun én her. Vi er ved at få en deltids, men hun er ikke så glad for at håndtere eksportkunder, fordi hun er lidt usikker på engelsk. Så man burde måske have nogen i salg og kundeservice, der var lidt skrappere på sprog, hvis vi vil noget mere på eksporten. I dag er det 25% af vores omsætning, der er eksport." (FY19)*

I følgende oversigt er anført de funktioner og opgaver, hvor virksomhederne ser et behov for fremmedsprog, inkl. engelsk, som de selv italesætter.

Funktioner	generelt	Ledelse administration	Salg, markedsføring	Kunde-service	Indkøb	Kvalitets-styring	Logistik	Stam-data scm	Bog-holderi (kreditor-/vare-)	Produktion	Lager	Restauration
Skriftligt	*Mailkorrespondance*	Opstart Forhandling Kommunikation på tværs af landeafdelinger	Opstart Forhandling Hjemmeside Messebrochurer Pressemateriale		Opstart Forhandling	Forhandling	Forhandling			Indien (FY21) produktlabels		
Mundtligt	*Kontakt via telefon, skype, video*	Fysiske møder Messedeltagelse	Fysiske møder Messedeltagelse		Fysiske møder Messedeltagelse	Fysiske møder				Tyske håndværkere, montører	Mundtlig kontakt med chauffører (polsk, tjekkisk, russisk, bulgarsk etc.),	Tjenere, barpersonale (engelsk med turister)
Sprog	Eng, ty, fr	FY19, FY20	FY19, FY20	FY19	FY19							
	Eng, ty	FY22, FÆ24	FY21, FY22, FÆ23	FÆ23						FÆ23, FÆ24	FÆ24	
	Eng	FY21, FÆ23			FY22, FÆ23	FY20, FY21, FY22, FÆ23	FY20, FY21 FY22	FY20	FY20	FY21	FY19, FY20	FY19

Tab. F.4 Fødevarevirksomheder: Arbejdsopgaver der kræver fremmedsprog.

Både i **ledelse** og på menigt medarbejderniveau kan der ses et behov for tysk og i enkelte virksomheder fransk ved siden af engelsk. Mht. funktioner er det i **salg, markedsføring og indkøb** frem for i øvrige funktioner, at der kan være behov for disse to sprog.

Ledelsesplan. Ift. fransk betoner især FY20 den forskel det kan gøre at tilkendegive, at man behersker sproget, også selvom det kun er på lavt niveau. En faktor, som fremføres er, at det beslutningstagende lag i en fransk virksomhed kan tilhøre en ældre generation, som ikke behersker engelsk:

> CITAT F.7 *"Det kan godt være, du kan handle med en forretningspartner, og det kan godt være, han er god til engelsk – altså en fransk. Og det kan også godt være at du er god til engelsk, og I kan snakke sammen. Men en eller anden dag så møder du nogen, hvis du er på messe eller på besøg nede i en virksomhed eller et eller andet, og der møder du måske nogle, som ikke er så gode til engelsk. Hvis du der kan sige lidt på fransk, og du kan gebærde dig lidt rundt, så husker de også en bagefter, så har man altså en større stjerne. […] Man får et plus i karakterbogen, det er helt sikkert. Man tænker jo ikke altid på, at det er lidt en anden kultur, hvis man kommer til et land som f.eks. Frankrig. Det kan være ham der den gamle patron på 68, det kan være, det er ham, der bestemmer, om du får handlen eller ej, for det er ham, der styrer det hele. Og kan du sige bonjour og 'ça va' til ham og tale lidt på fransk og så videre, så er du lige pludselig en god én, og så kommer det fra en anden side også, at man gerne vil lave forretninger sammen. Så det har jeg set mange gange, at det godt kan være forskellen, der gør det, at man kan lidt." (FY20)*

FY22 anfører omvendt, at det netop på ledelsesniveau ikke ses som så påtrængende at anvende tysk eller fransk, som fx på **menigt medarbejderniveau** i produktion og administration, fordi kommunikationen på ledelsesplan godt kan foregå på engelsk:

CITAT F.8 *"Vi har rigtig mange produktioner, som vi køber forskellige typer produkter fra, og vi kan se, når vi går i gang med at indgå forskellige aftaler på overordnet niveau, så går det fint, for så sidder jeg sammen med direktører eller salgsdirektører, eller hvad det nu kan være, hvorimod når min kollega skal implementere noget og eksekvere aftaler, så snakker de måske med kunder, som sidder i produktion, og som sidder med administrationsdelen, og der er deres engelske kundskaber ikke ret gode." (FY22)*

Funktioner. Hvordan medarbejdersammensætningen i en fødevare-SMV kan se ud, får man et indtryk af hos FY20, der har 31 medarbejdere, "hvoraf de 10-11 stykker udgør lagerfunktion, så det vil sige, der er 20 på kontoret, og deraf er der så nogle der sidder i økonomi og controller" (FY20). FY20 tilkendegiver at anvende fremmedsprog ("primært engelsk, tysk og fransk") i alle virksomhedens funktioner undtagen økonomifunktionen. De væsentligste konkrete situationer med fremmedsproglig interaktion er "**forhandling, opstart, købs-/salgssituationer og [udveksling om] kvalitetsspørgsmål**"(FY20). Også **lagerfunktionen** kan i FY20 i kommunikationen med ofte østeuropæiske chauffører kræve fremmedsprogskundskaber.

Salgs-, men også indkøbsfunktionen fremhæves generelt som funktioner, hvor behovet for tysk- og i enkelte af virksomhederne franskkompetencer optræder. Som bemærket ift. andre virksomhedsgrupper, fremhæves også i fødevaregruppen både den positive affektive effekt det kan have at anvende samarbejdspartnerens førstesprog, og samtidig den risiko, der kan ligge i, at magtsymmetrien i en forhandlingssituation tipper i den modersmålstalendes favør.

CITAT F.9 *"Tyskere er gode til maskiner, så hvis du skal købe produktionsudstyr, så er det i Tyskland. Det er også tyskere, der har lavet de fleste af vores destilleri-apparater her. Og så er det jo bare en stor nabo. Der bor 80 millioner lige syd for os, så på salg er det også vigtigt. Det er Danmarks vigtigste eksportland.[…] Jeg kan også mærke – nu er jeg halvt tysker, så jeg taler rigtig godt tysk – når jeg så mødes med tyskerne, så er jeg ligesom en af dem. De slapper af. De prøver på engelsk, men når de så hører, man kan tysk, så ah… man kan bare mærke, hele deres kropssprog det er bare (laver et lettelsens suk), og så kører den bare. […] Ulempen nogle gange, når man skal mødes til forhandling, det er jo, hvis man taler på deres sprog, at så har de en fordel i forhandlingen, hvis man tænker sådan, at de kan formulere sig lidt mere præcist, og man kan komme til at sige noget og misforstå hinanden nemmere. Men det kan man selvfølgelig også, hvis man begge to snakker engelsk, som er et fremmedsprog." (FY19)*

FY19 anfører ikke blot vigtigheden af at kunne tysk ift. **salg**, men inddrager uden tøven også fransk:

CITAT F.10 *"I: Har du indtryk af, at sproget er så vigtigt, når du kommunikerer med tyskere og franskmænd, at man decideret kan gå glip af ordrer?*

CITAT F.11 *FY19: ja helt sikkert. Nu mødes jeg tit i de her økologi-kredse eller eksportkredse, hvor der findes forskellige organisationer, der hjælper mindre danske virksomheder med at eksportere til Tyskland. Og de siger også bare, at man skal kunne tysk. Det er fint nok på engelsk, men hvis du virkelig vil have en god relation, så er det godt at kunne sproget. Og sådan er det også i Frankrig.[…] Lige præcis Tyskland og Frankrig, der er det altså vigtigt. Hvis du virkelig vil noget der, så skal du også kunne deres sprog." (FY19)*

FÆ23 fremhæver fremmedsprogsbehov i **salgsfunktionen** frem for indkøbsfunktionen:

CITAT F.12 *"Min salgschef er faktisk rigtig god til tysk, ikke sprudlende men det går nu nok. Så lang tid det er os, der køber, så er det jo ikke noget problem, for så er de jo meget fleksible. Så skal de nok forstå, hvad det er vi siger. Det er noget andet, hvis nu vi skal ud at sælge. Så skulle det have været perfekt sprog. Det er min vurdering." (FÆ23)*

Gentagent betones i virksomhedsgruppen den åbnende, tillidsskabende effekt, det kan have at anvende enten tysk eller fransk, især i **opstartssituationen**, hvor førstehåndsindtrykket tæller. Selv om man som FY20 ikke nødvendigvis ser tysk- og franskkompetencer som "nødvendige", er der derfor blik for, at sprogene kan udgøre en differentierende fordel ift. konkurrenter og optimere en handel:

CITAT F.13 *"FY20: Nu taler jeg selv – synes jeg – rimeligt godt tysk, og jeg har jo nogle konkurrenter rundt omkring i Danmark, som ikke taler tysk, og jeg kan godt se, at tyskerne de vil helst lave forretning med dem der også kan tale tysk, og som forstår, hvad de siger. Altså en tysker på engelsk det er ligesom at blive sendt ud på glatis, hvorimod på tysk der står de fast. […] Det kan godt være, man får en ordre alligevel, men det kan være man fik flere eller større muligheder, hvis det var man kunne sproget. […] Det åbner jo døren, det åbner en person, hvis man kan tale det sprog. I: ja, er det det samme for det fransktalende marked? FY20: ja. Ja. Der er det endnu mere. Der er det nok endnu mere. Hvis man taler fransk der, så er man foretrukket.[…] I Frankrig er det bedre, hvis man også kan tale fransk. Absolut." (FY20)*

Selv om sproget er et andet, er det næsten med samme ord FY22 beskriver modersmålets affektive effekt:

CITAT F.14 *"Jeg er også tosproget, altså mit modersprog det er bosnisk, og jeg kan bare fornemme, når vi har samarbejde i balkanområdet, så giver det mig bare nogle ekstra fordele i forhold til mine kollegaer. Det gør tingene nemmere, når du kan et sprog, som din modpart kan, altså som er deres modersprog. Det fjerner bare nogle barrierer. Man kommer bare nemmere i gennem med tingene. Det giver en åbning, når du kan bare de der små ting. Det er ligesom den der barriere eller den der modstand mod én bliver fjernet, når man kommer, og – jeg har lige sat mig lidt ind i jeres sprog og forskellige ting på jeres sprog. Det betyder bare rigtig meget. (FY22)*

Kommunikation på samarbejdspartnerens førstesprog gør, at forretningsgangen er hurtigere og uden misforståelser. Selvom sproget ikke er "altafgørende", har det betydning for, hvor gnidningsfrit en opgave løses:

CITAT F.15 *"Når hun [medarbejder der kan tysk] taler med dem på tysk, så går det lidt nemmere. Så er der mindre misforståelser. Det skyldes primært, at deres engelskkundskaber ikke er ret gode. Det gælder faktisk begge grupper [både tyske og franske kontakter]. […] det tager lidt længere tid at få løst tingene end normalt. Altså når vi tager tingene på engelsk end når vi tager det på tysk." (FY22)*

CITAT F.16 *"Sproget gør tingene nemmere, når du kan lokalsprog for dem, du handler med, men det er ikke altafgørende for at indgå handel, fordi de fleste efterhånden taler fornuftigt engelsk. Det er mere, når du kommer i en dagligdag, hvor du skal overdrage tingene til folk, der skal sidde med det til dagligt, altså den praktiske del. Der er det på et niveau, hvor folk ikke er ret gode til fremmedsprog." (FY22)*

FY19 har sat den fatiske kommunikation i system:

CITAT F.17 *"Jeg havde en database over alle lande og sprog: Hvordan siger man "skål", "godmorgen", "goddag", "tak", sådan lige de fem vigtigste ting. […]Det viser bare lidt respekt for landet. […] Det viser lidt ydmyghed, når man kommer fra hovedkvarteret, at man lige har sat sig lidt ind i landet." (FY19)*

FÆ24's tyske moderselskab betyder, at tysk for denne virksomhed er relevant i især **administration** og **produktion**: Begge funktioner har kontakt med håndværkere eller montører, der bl.a. skal instrueres i sikkerhed, og chauffører, der skal informeres om og instrueres i indretning og forretningsgang:

CITAT F.18 *"Vi har en del tyske håndværkere, der kommer op, fordi det nu er tyske firmaer, som vi henvender os til, og fordi vi ikke har ekspertisen til de produktionsmaskiner, der skal repareres. Vi har bl.a. sådan en introduktionsfilm,*

som de skal se, det er en sikkerhedsfilm, og den har vi på engelsk, tysk og dansk. (FÆ24)

CITAT F.19 *"Ude i produktionen eller på fabrikken er det jo mere det maskinelle,[…] og så er der nogle pauser og nogle praktiske ting, de lige skal have forklaret. Det kan jo godt være lidt vanskeligt, […] og førstegangspræsentationen er altid sværest, fordi det er jo det der med, at man ikke rigtig kender modtageren, og de kender heller ikke noget til forholdene i fabrikken." (FÆ24)*

Det sprog, der er behov for i disse situationer, er både fagsprog og alment mundtligt tysk, evt. især den fatiske kommunikation:

CITAT F.20 *"Det er måske sådan nogle brokker, de skal bruge, og måske også meget fagudtryk inden for de materialer, vi skal bruge. Om produktionsredskaber og sådan noget, der tror jeg, der kan de nok det, de skal kunne. Men at føre en længere samtale over kaffen eller over en frokost, det kan godt være besværligt for folk. Det tror jeg. Og den smalltalk er jo også vigtig. Det er jo det der med at skabe en god atmosfære og få en fortrolighed med de mennesker, man arbejder med i nogle uger eller nogle måneder. Og så er det tryghed ved at tale sammen, og det at skabe en nysgerrighed om, hvad det er for nogle personer, man er sammen med her. Og det er jo altid godt – altså lige meget hvor man kommer hen i verden er det jo en god måde at starte på, at man lige har lidt smalltalk om vejret eller maden eller noget andet." (FÆ24)*

FÆ24 peger på en faktor, som på tværs af branche, også er blevet fremhævet i museumsgruppen og jobcentrene i samme geografiske område som væsentlig ift. vurderingen af behov, nemlig at mange medarbejdere har passive tyskkompentencer, men samtidig en egenopfattelsen af disse, som står i vejen for den aktive brug af sproget:

CITAT F.21 *"Folk bruger det ikke. Vi har tendens til at 'nej, det tør vi ikke', og så er det for svært og alt sådan noget, og så bliver det engelsk, når vi lige skal sige noget på et andet sprog. […] De er bange for den der grammatik, og tør ikke sige noget, fordi det nok er forkert." (FÆ24)*

Er det så både mundtlig og skriftlig kommunikation, der er vigtig?

CITAT F.22 *"Ja, det er det, fordi rigtig meget er telefoniske afstemninger, og så er der rigtig meget på e-mails, hvor man er inde og skal aftale forskellige ting. Så både og." (FY22)*

Specifikke skriftlige opgaver er hjemmeside (ty, eng, FY19), messebrochurer (FY19), "pressemateriale" (FÆ23) eller fx produktlabels (FÆ23).

Det gælder generelt, at eksterne oversættelsesbureauer inddrages i udarbejdelse af hjemmeside:

> CITAT F.23 *"Jeg har fået et bureau til det. Vi laver det først på dansk, og så sender man det til dem, og så oversætter de det. Og inde i systemet, der er det lavet så man kan sprogversionere. Så man tager simpelthen hver enkelt lille sætning, der står et eller andet sted. Så har du et felt ved siden af, hvor du så angiver: hvordan hedder det på tysk, hvordan hedder det på engelsk, man kan egentlig have vilkårligt mange sprog. Men nogle ting sidder jeg selv og skriver." (FY19)*

Mediet bestemmer til dels sprogvalg: Selvom koncernsproget er engelsk, anvendes tysk til noget af det mundtlige og de korte skriftlige ting, hvorimod engelsk anvendes til det længere skriftlige, som rapporter:

> CITAT F.24 *"Vores moderselskab er tysk, og alt, der udspringer derfra er tysk, fordi ejerne er tyske landmænd, og de kan kun tysk. Men vores koncernsprog er faktisk engelsk. Så i det daglige bruger vi allermest engelsk. Både på skrift og i tale. Jeg vil sige, det er ikke så meget i skrift, men meget i tale – telefonsamtaler og folk, der kommer ind ad døren, og der er lidt oversættelse. Ift. ingeniørerne kan der godt være behov for fremmedsprog. Det kan være, når de skal tale med nogen, de skal have fat i, for at komme herop, eller de skal lave et projekt eller en ny installation. Så foregår det meget telefonisk eller på skrift. Jeg har ikke set, at folk skriver på tysk sådan i længere tekster. Måske et par linjer men ikke sådan en rapport. Der er det engelsk, vi bruger." (FÆ24)*
> CITAT F.25 *"Det [mundtligt og skriftligt sprog] er lige vigtigt. Typisk så skriver man måske på engelsk og taler tysk, dem der kan det tyske. Det er jo meget skriftligt man har, fordi man kan jo ikke mødes hver gang, der skal bestilles." (FY19)*

For produktionsvirksomheden er de sproglige misforståelser, der kan betyde forsinkede arbejdsgange og omkostningsstigninger, afgørende for vurderingen af behovet for fremmedsprogskompetencer:

> CITAT F.26 *"Hvis der bliver misforståelser ude i produktionen, hvor de er ved at reparere en maskine eller skal have sat noget nyt op, og kommunikationen ikke glider, så er det jo ikke godt. Så er det jo fatalt, hvis det bliver sat forkert op, eller hvis tiden bliver forlænget, og vi får lov at betale noget mere, fordi der er noget der er misforstået. Der vil jeg sige, det er da vigtigt." (FÆ24)*

En sprogpolitik har ingen af virksomhederne, men FÆ24 fortæller, at virksomheden har database over anvendte termer: CITAT F.27 *"Vi har nogle opslagsværker, hvor vi har ordene på alle sprog. Vi er jo både finsk, litauisk og slovakisk. Så der er ordene på tysk, dansk, engelsk, svensk. Så hvis man bliver i tvivl, kan man heldigvis gå ind og slå op." (FÆ24)* Andre sprog end tysk og fransk, som nævnes ift. behov, er engelsk, svensk og – medtages, selvom det ikke er et fremmedsprog – L1-dansk.

Engelsk vurderes af alle virksomheder som værende uundværligt. Specifikke opgaver, som fremhæves, er forhandling, interaktion ifm. reklamation og videntilegnelse:

> CITAT F.28 *"Alle de lande [nævner Holland og Sverige], hvor man er vant til engelsk og gode til fremmedsprog/engelsk, der betyder det ikke så meget [om modersmålet anvendes]." (FY19)*
>
> CITAT F.29 *"Det kan være en reklamation, hvor underleverandøren skal ind over, og man skal finde ud af, hvad problemstillingen er. Så duer det ikke, hvis du ikke kan forstå, hvad det er. Men igen der er det engelsk sprog, der er det jo fint." (FÆ23)*
>
> CITAT F.30 *"Jeg læser artikler og deslige på engelsk. Og det er jeg tvunget til, for det er ikke al viden, der forefindes i Danmark med hensyn til forskellige ting. Nu alt det veganske og sådan nogle ting, der er jeg nødt til at finde ud af, hvad der sker i udlandet i forhold til Danmark. Så der sidder jeg og læser op på de ting." (FÆ23)*

Specifikt behov for svensk udtrykkes hos FÆ23, både af hensyn til seo og for at undgå misforståelser ift. præcise produktdetaljer

> CITAT F.31 *"Svenskerne skal have det på deres sprog. […]Du skal også tænke på at Google skal finde hjemmesider o.l., så derfor er det vigtigt, at du har de svenske ord. Og når de søger på svensk deroppe, så kommer vores side jo ikke op. Grunden til, at vi også sørger så vidt muligt for selv at oversætte via de svenskere vi har, det er fordi, når det er ingredienser, så kan ordene meget nemt misforstås, og så kommer man til at skrive noget forkert, og det ville være katastrofalt for os." (FÆ23)*
>
> CITAT F.32 *"Jeg tror faktisk, at jeg sprogmæssigt har størst problem med vores svenske kollegaer. Det er faktisk dem, jeg sender gennem google translate. […] Der, hvor der sker kommunikationsfejl – det er svenskerne. […] De tror, at det ligger lige op ad dansk, men det gør det altså ikke. Der er lige pludselig et eller andet ord, som de lægger vægt på på én måde kontra noget andet. Altså vi snakker mere med tyskerne end med svenskerne, men fejlene opstår med svenskerne." (FÆ23)*

L1-dansk får også et par linjer, fordi en af respondenterne understreger dets betydning på linje med fremmedsprog. Det er evnen til at tilpasse kommunikation bestemte brand-

profiler stilistisk, der peges på i denne forholdsvis detaljerede redegørelse for sproglige overvejelser ifm. virksomhedens kommunikation på digitale medier:

> CITAT F.33 *"Der er også forskellige måder at skrive dansk på. […] Vi har i princippet fire brands* [viser det på computeren, de fire profiler uddybes] *Det her er de profiler, vi har snakket os frem til, og det er jo det, som også skal afspejle sig, når vi skriver, når vi svarer [på indlæg på sociale medier]. Og jeg har faktisk snakket med "den digitalansvarlige" om, at hun måske ikke skulle skrive: med venlig hilsen "hendes eget navn", men at det skulle være mere neutralt. At hun bare siger med venlig hilsen "virksomheden" eller sådan noget, […]så kan hun nemlig også ændre tonen. […] Så afspejler de [profilerne] sig på hver deres måde i det sprog vi bruger. […] når vi så skriver noget, så skal det måske være lidt mere stilfuldt, når vi skriver på del 1 og lidt mere legende, hippieagtigt på "virksomheden" og lidt mere fynsk og solidt funderet i det folkelige på del 2. Og [fjerde brand] har vi ikke arbejdet så meget med, det er et nyt brand vi har fået ind, men det skal måske være lidt mere natklubagtigt uden at være bacardi breezer, men sådan lidt mere ovre i det segment. Mere festligt.[…] sprog har meget stor betydning for, hvad for nogle billeder man skaber oppe i hovedet på folk, når de skal købe. Det er marketing. Det er psykologi. […] Det er mere det danske sprog, vi skal være gode til at bruge i vores pressemeddelelser og på vores hjemmeside osv. end fremmedsprogene, fordi vi er en meget dansk virksomhed." (FY19)*

Hvilken rolle spiller kulturforståelse, når vi taler om virksomhedens behov for fremmedsprog?

FY19, FY20 og FY22 giver på hver deres vis alle udtryk for, at det er vigtigt med viden og bevidsthed om højkontekstkulturers høflighed, indirekte kommunikation og omsvøb vs. den danske eller de skandinaviske lavkontekstkulturers mere direkte måde at kommunikere på:

> CITAT F.34 *"Jeg vil sige, det [viden om mentalitet og kultur] er nærmest vigtigere [end sprog], for du kan jo bare snakke engelsk, men man skal vide – altså når jeg skriver til tyskere og svenskere, så bruger jeg flere høflighedsfraser, end jeg gør på dansk. Fordi jeg ved, at vi er meget direkte. Danskere siger bare tingene uden omsvøb og uden alle mulige fyldord. […] Mens i andre lande, er det meget mere sådan, at de opfatter det aggressivt, hvis vi bare taler til dem, som vi gør til danskere. Så det skal man vide." (FY19)*

> CITAT F.35 *"Kulturforståelse er der jo nogen, der underviser i, og jeg synes, det er meget vigtigt at tage med i sproget også. Man behøver ikke at vide, hvordan kulturen er i et land som Zimbabwe, men man skal vide, hvordan den er i Spanien,*

i Frankrig, i Tyskland, i England og i USA og i Sydamerika, for de er alle sammen forskellige fra hinanden." (FY20)

CITAT F.36 *"Når man kommer til et nyt land og et nyt sprog, så synes jeg, det er vigtigt at forstå, hvad det er, du går ind til, og forstå måske den politiske situation mere end sprog. Så kan man nemmere indgå i nogle andre samtaler end kun business. Man skal også kunne smalltalke lidt med folk, og forstå hvilken situation, de befinder sig i lige nu.[...] Vi fra Skandinavien, vi er meget mere sådan, at når vi snakker forretning, så vil vi gerne komme til sagen med det samme, hvorimod i andre kulturer, der er du nødt til at spørge, hvordan ens familie og børn har det. Man er bare nødt til at sætte sig ind i forskellige kulturer [...] Det gør tingene nemmere, når du prøver at tilpasse din adfærd til de andre med smalltalk." (FY22)*
CITAT F.37 *"I forhold til franskmændene er vi anderledes. Der er mere bla bla bla med dem, hvorimod tyskerne meget ligner danskerne, men de er ikke så – [...] Jeg vil sige, at danskerne er meget lige på, men vi har også tid til at give sjælen en del i det, hvorimod tyskerne, det der med at få sjælen med, det er lidt sværere vil jeg sige." (FY22)*

FY19, FY20 og FÆ24 peger på, at det er vigtigt med en bevidsthed om anderledes **magtdistance** og **forståelse af hierarkier**:

CITAT F.38 *"Danskere er hierarkiske på beslutninger og uhierarkiske på adfærd. I Sverige er det omvendt. De er uhierarkiske på beslutninger, for der skal alle høres, men de er meget mere hierarkiske på adfærd. CEO'en blander sig ikke med medarbejderne, og i Tyskland, der er de hierarkiske på beslutninger og adfærd. Det er derfor vi kalder svenskerne for Nordens tyskere, fordi de er lidt tyske i deres hierarki, men alligevel ikke, fordi de ikke kan træffe beslutninger. I Tyskland er det bare chefen, der bestemmer, og han mænger sig ikke med undersåtterne." (FY19)*
CITAT F.39 *"Der er meget hierarki i Tyskland også. Det er ikke noget med at gå udenom. Her i Danmark har vi jo meget flade, hvad skal man sige, altså til chefen går man jo bare ind. Der banker man jo på og siger 'De', og spørger og undskylder. Det er noget andet, det er det helt sikkert. Nu har jeg jo siddet meget på kontorer, hvor vi har haft meget med tyskere at gøre. [...] Det er lidt anderledes med produktionsfolk. De er sådan lidt på en anden måde. De har alle hjelme og sikkerhedssko på, Så de er lidt mere ens. Men der [på ledelsesniveau] skal man lige være lidt opmærksom." (FÆ24)*
CITAT F.40 *"Jeg har et eksempel: En af mine medarbejdere var uenig i en beslutning, som en af vores samhandelspartnere havde taget. Ham, der havde taget den, han var chef. Det viste sig også, at det var en dum beslutning. Min medarbejder mailede til ham på en måde, så samhandelspartneren ikke kunne andet end føle sig*

flov over sin beslutning, over det der var sket. Og fordi det var en løbende korrespondance, så var der tre eller fire af hans medarbejdere på cc. – Det, der kan få en situation til at gå fuldstændigt i stå, det er, hvis ham der er den øverste i nogle kulturer, taber ansigt. […] I Frankrig og Spanien er der bare lukket for det varme vand så, for man gider ikke nogen, som kan fortælle, at man har gjort noget forkert." (FY20)

FY20 advarer meget specifikt mod det kulturelle clash, det kan give, at overføre **engelsk syntaks** til fransk:

CITAT F.41*"Og en stor del er også: hvordan er sætningerne opbygget. Fordi det er hvad vi skal kunne som mennesker. Vi skal kunne lidt mere end google translate, for google translate det er jo bare at oversætte 1 til 1, men man skal tænke på en gang imellem, hvordan franskmænd de bygger en sætning op, når de vil sige det ene, og hvordan når de vil sige det andet, for det er anderledes end på dansk og engelsk. Jeg har oplevet så mange gange, at ting bliver misforstået, fordi man formulerer sig på engelsk til en franskmand ligesom man ville gøre på dansk. Og det forstår de så ikke. Når de så tager det fra engelsk og over til fransk, så giver det nogle gange en helt anden mening. […] Jeg tror virkelig, det var noget, man skulle prøve at kigge ned i, for det er det, der mange gange sætter en stopper for tingene." (FY20)*

Endelig er **humor** et emne under kulturel forståelse, som FY20 advarer imod:

CITAT F.42 *"Bare sådan noget med at lade være med – sarkasme, det forstår man ikke i Tyskland. Og spydigheder, det er ligesom et spyd i Frankrig. Det, som vi gør her hjemme i Danmark, at vi lige joker lidt rundt, det gør man ikke på samme måde på andre sprog. Når man er på arbejde i Tyskland, så er man 100% alvorlig, så er man der ikke for at grine og have det sjovt. Så er man der for at lave noget og udføre noget, der er topprofessionelt. Og der har vi det lidt mere afslappet i Danmark." (FY20)*

Japan. Fremhæves som så anderledes, at det kræver forberedelse at agere på det japanske marked:

CITAT F.43 *"Vi har nogle kunder i Japan, og det var planen at jeg skulle over at besøge dem her i maj måned, og der var jeg inde i forhold til noget kontrol, fordi jeg har aldrig haft sådan noget forretningsetik omkring Japan, hvordan man opfører sig. Men der er det noget andet end i Europa, og der var jeg inde at læse om det, så jeg var forberedt på det, for de har en anden adfærd i forhold til forretning, og hele mødestrukturen er lidt anderledes end her i Europa." (FY22)*

7.2.3 Fødevarevirksomheder: Ubevidst behov

Hovedsagelig hos FY21 kan konstateres et ubevidst behov for fremmedsprogskompetencer. Det gælder også for FY22, FÆ23 og FÆ24, men her i mindre udtalt grad, idet disse virksomheder på den ene side meddeler et dækket behov, på den anden side har en opfattelse af, at det ikke i alle situationer er helt optimalt at anvende engelsk.

FY21 tilkendegiver meget tydeligt, at behovet for fremmedsprog i virksomheden anses for dækket, og at det ikke anses for nødvendigt at kommunikere på andet end engelsk med L1-tysktalende:

> CITAT F.44 *"Jeg har ikke mødt den første kunde, der ikke kunne snakke engelsk. Man siger jo som regel, at der er mange tyskere, der ikke snakker engelsk, men jeg har bare ikke mødt dem." (FY21)*

FY21 skiller sig også ud som den virksomhed, der vægter kulturforståelse mindst:

> CITAT F.45 *"FY21: Vi ved selvfølgelig alle sammen en lille smule om det [kultur], men det vi gør, når vi handler med en kunde, så spørger vi jo ind til det, og hvis der er nogle ting, vi skal vide, så spørger vi ind til det. Men Tyskland er jo ikke meget anderledes end i Danmark. Det er lige ud af landevejen. […] De forespørger om nogle ting, og vi leverer nogle ting, og så får man enderne til at nå sammen, og så kører det. I: Er det det samme, når I har kontakt til det fransktalende marked? FY21: Ja, fuldstændig. Det er det samme i hele vores organisation." (FY21)*

FY22 er tvetydig i sin formulering:

> CITAT F.46 *"det [kultur] er vigtigt, men jeg vil mene, at det meste af det, det udligner sig. På europæisk niveau der har man ligesom nogle fælles spilleregler" (FY22)*

Også FÆ23, der ellers som nævnt ovenfor, har bevidsthed om sprogs betydning i en række sammenhænge, fremfører en lignende vurdering:

> CITAT F.47 *"Alt foregår på engelsk. Og det kan folk nu til dags, og det gælder også tyskere og franskmænd. Ikke fordi vi handler med franskmænd, men tyskerne de kan jo godt engelsk, hvis det er. Jeg er stødt på ét eksempel, hvor der var en samarbejdspartner, der ikke kunne engelsk." (FÆ23)*

Samtidig giver FÆ23 et eksempel på en kommunikationssituation, som virksomhedens fremmedsprogsbehov vurderes ud fra:

CITAT F.48 *"Vi har også været nede at købe maskiner i Prag. Der er produktionschefen også med, og så må vi sidde på vores gebrokne engelsk og finde ud af det, og det lykkes til sidst. Så det er ikke noget problem. Og de fleste af os kan engelsk, og det er ikke perfekt engelsk, det er det altså ikke, og igen det er også den verden, vi lever i – der behøver det ikke være perfekt. Det er varen og ideen. Det er det, der er i højsædet." (FÆ23)*

Et punkt, der står til diskussion, er, om bevidsthed om behov hænger sammen med, hvilke sprogkundskaber der rådes over. – Hvis man råder over gode kompetencer i et fremmedsprog, kan man se behovet for at tale netop dette fremmedsprog, men hvis man ikke råder over så gode kompetencer i et andet fremmedsprog, ser man evt. ikke noget problem i at tale engelsk med L1brugere af dette andet fremmedsprog.

7.2.4 Fødevarevirksomheder: Objektivt merbehov

Tysk med L1-tysktalende	⟷			Engelsk med L1-tysktalende
FY19, FY20	FY22	FY21	FÆ24	FÆ23

Tab. F.5. Fødevarevirksomheder: Faktisk sprogbrug, tysk.

Fransk med L1-fransktalende	⟷	Engelsk med L1-tysktalende
FY20	FY19	FY21, FY22, FÆ24

Tab. F.6. Fødevarevirksomheder: Faktisk sprogbrug, fransk.

Mens FY19 og FY20 tilkendegiver hovedsagelig at kommunikere på tysk med L1-tysktalende, anvender FÆ23 kun tysk "meget sjældent". Hos de øvrige tre virksomheder, FY22, FY21 og FÆ24 anvendes både engelsk og tysk. FY21 er anderledes end de øvrige i den forstand, at salgsdirektøren anvender engelsk, mens salgssupporterne anvender tysk:

CITAT F.49 *"Jeg sidder som salgsdirektør for Europa hos "virksomheden", og jeg snakker ikke tysk, så for mit vedkommende er det kun engelsk. Men jeg har nogle salgssupportere, og de snakker jo flydende tysk." (FY21)*

Fransk anvender kun FY20 over for L1-fransktalende. FY19 anvender det begrænset og meget sjældent, og FY21, FY22 og FÆ24 anvender engelsk.

7.2.5 Fødevarevirksomheder: Subjektivt merbehov

FY19 er den eneste virksomhed i gruppen, der meddeler, at virksomhedens behov for fremmedsprog er udækket. Konkret drejer det sig om salg og kundeservice på engelsk og tysk:

> CITAT F.50 *"Man burde måske have nogen i salg og kundeservice, der var lidt skrappere på sprog, hvis vi vil noget mere på eksporten. (FY19)*

FÆ24 der har tysk moderselskab afvejer merbehovet for tysk ud fra flere faktorer: På den ene side internationalisering og en yngre tysk ledelse, som kommunikerer på engelsk; på den anden side en oplevet tysk konservatisme, og et skel mellem et måske mere engelskkommunikerende Nordtyskland vs. et tyskkommunikerende Sydtyskland.

Generationsproblematikken spiller en rolle ift., hvad der vurderes at være merbehov for:

> CITAT F.51*"Med den internationalisering bliver det engelsk, der vil blive brugt. Men jeg er ikke sikker, fordi tyskere er meget konservative, så jeg tror, at de holder fast i det, så længe de kan. Der er en yngre generation, der kommer ind i ledelsen, og som måske vil holde mere fast i, at alt er på engelsk. […] Der vil nok altid være behov for tysk, det tror jeg da. Engelsk vil der jo altid være behov for, men tysk er jeg lidt i tvivl om. […] I Sydtyskland vil de hellere tale tysk. Der er de jo endnu mere konservative. Jeg tror ikke, at vi slipper det overhovedet. […] Vi bliver jo ved med at være tysk ejede. Så vi bliver jo ved med at være under tysk [ledelse]." (FÆ24)*

FY22, tilkendegiver egl. dækket behov, men peger på **italiensk** som muligt fremtidigt behov:

> CITAT F.52 *"Vi har nogle italienske kunder, og vi kunne sagtens, hvis vi kom så langt, prøve at kigge på det på lidt længere sigt, men ikke lige nu nej, fordi der bliver vores behov fint dækket med de engelske kundskaber, vi har i firmaet. […] Italiensk ville være relevant for os, fordi vi har flere og flere kunder, og så kunne det godt være, vi skulle ind og kigge på den del. (FY22)*

FÆ23 tilkendegiver endelig behov for ekstra **svensk**kompetencer (jf. citat F.3).

7.3 Fødevarevirksomheder: Rekruttering

Hvilke forventninger og krav har virksomheden til sproglige kompetencer, når der rekrutteres nye medarbejdere?

Ingen krav om sprogkompetencer	⟷	Bonuskompe-tence fransk	Bonuskompe-tence tysk	Eksplicit krav om tysk	Implicit forventning m engelsk	Eksplicit krav om engelsk
		FY19 FY20	FY20, FY22, FÆ24	FY19	FÆ23	FY19, FY20, FY21, FÆ24, FY22 (ledelsesplan)

Tab. F.7 Fødevarevirksomheder: Rekruttering.

Det generelle billede i disse fødevare-smv'er er, at engelsk er et krav, når der rekrutteres, mens fortrinsvis tysk, men også fransk er sprog, der enten optræder i "gerne"-/"praktisk at kunne"formuleringer eller slet ikke i stillingsannoncerne, men ses som *bonuskompetencer* hos de ansøgende.

> CITAT F.53 *"Jeg mener, at vi skriver, at engelsk er koncernsprog, og det er praktisk også at kunne tysk. […] Jeg har ikke set den sidste, vi har lige haft et par annoncer ude, men dem har jeg ikke fået set, så det ved jeg faktisk ikke, men det formoder jeg, fordi vi er jo en international virksomhed, så det burde vi i hvert fald. (FÆ24)*
>
> CITAT F.54 *"Hvis jeg søger en, der skal kunne noget internationalt, så skal de selvfølgelig kunne tale engelsk som minimum. Og hvis der er to, der er lige dygtige, men den ene kan også fransk, og det kan den anden ikke, så er det klart, så vælger man den der kan fransk." (FY20)*

Som FÆ24 fortæller, har virksomheden opslået to stillinger i august 2020. Den ene som projektingeniør og den anden som arbejdsleder. Sprogkravene til projektingeniøren formuleres i virksomhedens stillingsopslag sådan: "Det forventes at du behersker dansk og engelsk på højt niveau i både skrift og tale"[13]. Dvs. tysk indgår her faktisk ikke eksplicit. Til arbejdslederen er der ingen eksplicitte sprogkrav[14]. Heller ikke, selvom (eller fordi?) den uddannelsesbaggrund, stillingen kræver, indebærer en professionsbachelor-uddannelse, hvor der typisk, som fx i bygningskonstruktøruddannelsen, indgår studieelementer som "skriftlig og mundtlig udtryksfærdighed på engelsk."[15]

---

13. https://jobs.xxx.com/job/Nykøbing-F-Arbejdsleder-4800/610565101/

14. "Din profil:
• Du har en teknisk baggrund som bygningsingeniør, maskinmester, konstruktør eller tilsvarende
• Minimum 5 års erfaring med bygningsvedligehold foretrækkes
• Erfaring med arbejdsledelse
• Gode planlægningsevner og struktur og formår at prioritere opgaver i forhold til afdelingens mål og ressourcer
• Habil bruger af Office-pakken og gerne kendskab til SAP samt disciplineret omkring brugen af økonomi-, indkøbs- og andre administrative systemer og procedurer").
(https://jobs.xxxJ.com/go/Stellenangebote/3621701/15

15. https://www.ug.dk/uddannelser/professionsbacheloruddannelser/tekniskeogteknologiskeudd/oevrigetekniskeuddannelser/bygningskonstruktoer

Kun FY19 angiver, at tysk ville være et krav ift. en eksportfunktion:

> CITAT F.55 *"Vi har ikke nogen eksportfunktion i dag. Men hvis vi skulle have, så skulle det selvfølgelig være en, der kunne noget sprog. Og det, jeg nok ville sætte som krav, det er engelsk og tysk. At man kunne lidt tysk. I hvert fald forstå tysk." (FY19)*

Hvordan prioriteres sprog ift. andre fagligheder?

Mens FY20 på dette spørgsmål påpeger, at en administrativ kompetence uden sprog er lige så uinteressant for virksomheden som en fremmedsprogskompetence uden administrativ faglighed, beskriver FY19 og FÆ24 fremmedsprog som generel tillægskompetence.

> CITAT F.56 *"Der er ikke nogen kompetencer, der står over andre, men de er sideløbende. Der er ikke en, der kan erstatte en anden. Altså hvis man er god til regneark, men ikke kan noget sprog, så kan jeg ikke bruge dem, og omvendt. Hvis man kun kan sprog og ikke ved, hvordan Windows er, så kan man ikke bruge det til noget heller." (FY20)*
> CITAT F.57 "Hvis det er salgsfolk, så skal det være nogen, der kan sælge, og i kundeservice er det nogen, der skal kunne administration. Det er jo ordrehåndtering og varebestilling, så man skal kunne noget på en computer og lidt Excel måske – udover sprog. Men det er noget man kan lære typisk. Sproget er mere en færdighed, der skal følge med. Den primære færdighed er administration eller salg eller indkøb. Og sproget det er så en tillægskompetence." (FY19)
>
> CITAT F.58 "Jeg tror, at hvis man vægter det, så vægter man nok højere kompetencen inden for det område man skal arbejde inden for, i forhold til sproget. Det er jeg lidt bange for. Det formoder jeg." (FÆ24)

Rekruttering af en modersmålstalende anføres af FÆ23 som en måde at få fremmedsprogskompetencer i virksomheden på. Konkret ville det hos FÆ23 dreje sig om L1-talende svensker.

7.4 Fødevarevirksomheder: Efter-videreuddannelse

Det er karakteristisk for enkelte virksomheder i denne gruppe, at der ikke er en fornemmelse af et behov for opgradering af medarbejdere i fremmedsprog, og at det er andre kompetencer, der vægtes, fx it, når der satses på efteruddannelse. Næsten enstemmigt lyder det således fra FY22 og FÆ23:

> CITAT F.59 "Hvis medarbejderne gerne vil have noget ekstra uddannelse, så er det i orden, men vi synes ikke, de har haft et behov for det. Vi vil hellere fokusere på nogle

andre IT-kundskaber eller noget lignende i stedet for sprogkundskaber. Det har ikke været nødvendigt for os." (FY22)

CITAT F.60 "Det er svært at skaffe nye medarbejdere nu til dags med den ret lave arbejdsløshed der er, så derfor er det vigtigt, at dem du har, dem skal du passe på, og det er derfor, vi kaster penge efter uddannelse. Men det er i det basale med hensyn til it og alle de steder, hvor vi kan se, der er en skavank. Også i forhold til virksomhedens udvikling. Men det er ikke sprog." (FÆ23)

Karakteristisk er det desuden, at de respondenter, der selv arbejder med opgradering af deres fremmedsprogskompetencer, griber til fleksible og gratis online løsninger som *Duolingo* (duolingo.com) eller *Learn French In Your Car* (FY19). Respondenternes interesser kan dog skemasættes sådan:

Hvis I skulle videreuddanne nogen af jeres medarbejdere, hvilke kompetencer ville I så gå efter?

Integreret kursus i **alment tysk og virksomhedstysk** (alle afd. men især salg/markedsføring, forhandling (mundtligt/skriftligt), konversation)	**Alment engelsk** Brush up Konversation	**Virksomhedsengelsk** Skriftligt Den gode mail	Ikke definerede **"fremmedsprogs-kompetencer"**	**Kulturforståelse** (tysk)
FÆ24	FÆ23	FY22	FY19, FY20, FY21	FÆ24

Tab. F.8 Fødevarevirksomheder: Efter-/videreuddannelse.

Alment virksomhedstysk. Eller mere præcist en del virksomhedstysk integreret med en del alment tysk efterspørges hos FÆ24:

CITAT F.60 "Det skulle nok være noget forretningssprog og så lidt small talk. Det der med, at man lige kan snakke lidt om nogle andre ting. Der bliver folk lidt bange, fordi de ved hvad de skal sige til den dimsedut og det der produktionsanlæg og sådan noget. Men når det kommer til noget med familien eller en frokost eller noget andet, så bliver folk usikre." (FÆ24)

Alment engelsk. FÆ23, der beskriver det generelle engelskniveau som "lavt" i virksomheden, peger på, at mange medarbejdere har et (skole)grundlag i engelsk, der gør, at de forstår meget, men at de er usikre over for at anvende sproget. For disse medarbejdere drejer det sig altså om **træningen af de produktive mundtlige kompetencer** – evt. i kombination med assertiv kommunikativ/assertionstræning som et aspekt:

CITAT F.61"I: Hvis du skulle sende en medarbejder på kursus, hvad ville så være vigtigt ved sådan et sprogkursus? FÆ23: Det er jo at skabe den der selvtillid, så du sikrer, at du godt kan kommunikere. Altså uanset hvad, kan du sagtens kommunikere. For igen de skal nok forstå det, men det er for at bygge selvtilliden op." (FÆ23)

Virksomhedsengelsk. FY22, der ellers ser fremmedsprogskurser som irrelevante, udtrykker interesse for skriftligt engelsk, der har fokus på "businessdelen", fx udformningen af genuine mails.

Kulturforståelse, tysk. FÆ24 påpeger vigtigheden af kulturforståelse og skitserer ift. "tysk kulturforståelse" helt basale regler for påklædning og omgangsformer som værdifuld viden for de medarbejdere, der varetager kontakten med det tyske moderselskab:

CITAT F.62 "Der er bare lidt mere, hvad skal man sige, Ordnung muss sein i Tyskland.[...] De er mere formelle og høflige og også lidt med tøjet. Nu er det ikke sådan når det er en produktionsvirksomhed, så er folk jo i arbejdstøj som de skal være og sikkerhedstøj og alt sådan noget. Men hvis man kommer derned, så er der visse regler. Man har ikke åbne sko for eksempel, man viser aldrig sine tæer. Man har ikke meget korte kjoler eller nederdele på. Jamen, der er sådan lidt forskellige små regler som, hvis ikke man har været der før, så ved man det ikke. Også det med tiltaleformen, nu er vi jo meget dus her i Danmark. Men det er man jo ikke dernede, hvis ikke man bliver tilbudt det." (FÆ24)

Det praktiske: Tidsligt foretrækkes enten kortere koncentrerede kurser over 2-4 dage, selvstudie eller aftenkurser (FY19, FY22), som kan betales af virksomhederne, hvis det er "jobrelevante" kurser (FY19). Medarbejderne skal have motivationen, så er virksomhederne villige til at betale (FY19, FY21, FY22). Mest relevant anses sprog dog for "nøgleroller" (FÆ23) i virksomheden. Ledelsesniveauets undervisning skal være individuel og ligge uden for arbejdstid, funktionærers undervisning kan foregå i hold i arbejdstiden (FÆ23, FY22).

CITAT F.63 "Hvis vi mener, det er relevant, så kunne det sagtens være i arbejdstiden, men det må ikke tage for lang tid, fordi vi er et lille firma, så vi kan ikke bare undvære nogle folk, og så i tre måneder sige, nu bliver du sendt på kursus. Det har vi simpelthen ikke råd til, at de kan gøre i så lang tid, men vi kan sagtens finde på 3-4-dages kurser, hvor man går ind og kigger på forskellige termer, så man kan blive bedre, for man kan sige, alle vores medarbejdere har den der basisviden, så det er bare et spørgsmål om, at man får det tilpasset lidt og får bygget lidt på den del." (FY22)

FÆ24 fortæller om erfaring med en model, hvor virksomhed og medarbejder hver investerer en time:

> CITAT F.64 ”Det har gerne været 50/50, hvor man starter kl.15 i arbejdstiden og så kørte man til 17. Så gav virksomheden en time og man gav selv en time. Det har vi haft noget med en gang om ugen i hold med en 4-5 stykker. Vi har også haft eneundervisning, hvor folk virkelig skulle brushes up, altså virkelig gå til den, fordi de virkelig manglede det. Men også så der var fokus på den person, der virkelig skulle hjælpes. Så det er lidt forskelligt. Nogen har gået i flere år, og andre har gået i halvt år, hvor de simpelthen lige skulle hjælpes i gang eller have det støvet af. Jeg har haft en tysk chef, som flyttede til Danmark i 7-8 år. Hun skulle lære dansk. Det var meget interessant, det var jo den omvendte verden. Men det gik rigtigt godt. Jeg sagde også til hende, at hun var min bedste elev, for jeg fik at vide af læreren, at jeg bare skulle tale dansk til hende. Og hun har virkelig været meget ihærdig og fungerer fuldstændig på dansk nu.” (FÆ24)

Helt generelt betoner FÆ24, at efter-/videreuddannelse skal tage højde for den udvikling, der er sket både i uddannelsessystemet og i virksomhederne, idet respondenten meget rammende skitserer de sidste 30 års(?) forskydning af behovet for sprogkompetencer fra den gamle traditionelle korrespondentmodel med en 100%-sprogmedarbejder, der varetager så godt som alle fremmedsproglige opgaver eller er ind over så godt som alle fremmedsproglige opgaver i en virksomhed, til nutidig situation, hvor fremmedsprog er blevet påkrævet **allemandskompetence**. Specifikt peger FÆ24 på **”ingeniører” og ”administrationsfolk”,** som hhv. en faggruppe og en funktion, der kunne profitere af efter-/videreuddannelse i fremmedsprog, (her specifikt tysk):

> CITAT F.65 *”Jeg er selv korrespondent i engelsk og tysk. Så jeg får lov at behandle noget af det [sproglige opgaver] ind i mellem. Men folk i dag oversætter jo selv eller sidder selv og skriver. Nogle gange er man jo lidt ked af, at man ikke når at få set det, men det er der ikke noget at gøre ved, sådan er tiden jo i dag. Det går jo stærkt. Derfor er det vigtigt, at folk bliver uddannet ordentligt i sproget, også selvom de måske ikke tror, de skal bruge det, fordi vi er ingeniører, vi har administrationsfolk og sådan noget, som jo ikke er særligt veluddannede og måske ikke har brugt det i en del år, men faktisk har brug for det nu om dage, så efteruddannelse er også vigtig inden for det sproglige.” FÆ24*

7.5 Fødevarevirksomheder: Udfordringer og katalysatorer

7.5.1 Fødevarevirksomheder: Udfordring

Store markeders selvtilstrækkelighed. Beskrives i følgende citat fra FY19 som årsag til disses manglende engelskkundskaber. Og begge dele kan fra et dansk virksomhedsperspektiv opleves som centrale udfordringer.

> CITAT F.66 "Altså tyskere er dårligere end danskere, og franskmænd er dårligere end tyskere, men jeg tror, spaniere er dårligere end franskmænd til sprog. Og italienere også. Det er sjældent, jeg sådan set møder nogen spaniere og italienere, der kan noget andet end deres eget sprog. Og det er især i de store lande, man ser det. Måske også med lidt dårligere uddannelsessystem, men også store lande, hvor de har nok i sig selv. Franskmændene de rejser, de holder ferie, de holder ikke ferie i særligt mange andre lande, for de har jo et fantastisk land, og man kan være en fransk virksomhed og få en milliardomsætning uden at sælge et eneste produkt uden for Frankrig, for det er så mange mennesker." (FY19)

7.5.2 Fødevarevirksomheder: Katalysatorer

Ikke-synkroniserede medier og globale engelsksprogede computerspil. Ligesom synkroniseringen af medier anføres som væsentlig årsag til, at især tyskere, men også franskmænd vurderes at have dårligere engelskkompetencer end danskere[16],fremhæves omvendt ikke-synkroniseringen som en fordel i dansk henseende:

> CITAT F.67 "Så har de [franskmænd] synkroniseret fjernsyn alle sammen, så de hører aldrig engelsk. Det tror jeg også giver danskerne meget i, hvordan det skal lyde. Mine børn kunne engelsk allerede inden de kom i skole. Jeg tror, det her med, at verden er blevet så international for de unge også, at de spiller World of Warcraft med unge fra Sydamerika og Australien, og der skal man altså kommunikere på engelsk. Det tror jeg faktisk får løftet niveauet, og så i andre lande. I Danmark gør det bare, at de lærer engelsk lidt hurtigere. Men det kan være, man kan få de der lande, der ikke er så gode til at lære engelsk til at komme med på vognen." (FY19)

16. Det er en generel betragtning, men det skal nævnes, at der er respondenter i undersøgelsen, der karakteriserer tyskernes engelskniveau som højere end deres eget.

Europæisk harmonisering beskrives som en katalysator for udbredelsen af engelsk som lingua franca:

> CITAT F.68 ”I forhold til fremmedsprog, der kan man sige, at det hele bevæger sig – når man tænker på de europæiske lande – det hele synes jeg, bevæger sig mod en fælles harmonisering, og de fleste folk kan engelsk efterhånden. Og det er den vej, man bevæger sig, og den der vigtighed af at kunne andre sprog, den bliver mindre og mindre, vil jeg sige. Selvfølgelig gør det tingene nemmere, men hvis du ikke kan engelsk, så er det lidt svært at have noget med eksport at gøre, altså med andre lande.” (FY22)

7.6 Fødevarevirksomheder: Opsamling

7.6.1 Fødevarevirksomheder: Objektivt behov, opsummeret

Kontakt	Tysk	Fransk
Aldrig		FÆ23
Sjældent		FY19, FY21, FÆ24
Regelmæssigt	FY19, FÆ24	FY20,FY22
Ofte	FY20, FY21, FY22, FÆ23	

Tab. F.9. Fødevarevirksomheder: kontaktfrekvens, opsummeret.

7.6.2 Fødevarevirksomheder: Subjektivt behov, opsummeret

Det er fortrinsvis ift. tysk, at behovet for fremmedsprogskompetencer anses for (delvis) udækket, mens det omvendt ift. fransk af flertallet af virksomhederne anses for dækket.

Meddelt behov	Tysk	Fransk
Dækket	FY21, FY22, FÆ23	FY21, FY22, FÆ23, FÆ24
Både-og	FY19, FÆ24	FY19
Udækket	FY20	FY20

Tab. F.10. Fødevarevirksomheder: subjektivt behov, opsummeret.

7.6.2.1 Opgaver, der kræver fremmedsprogskompetencer

Funktioner	generelt	Ledelse administration	Salg, markedsføring	Kunde-service	Indkøb	Kvalitets-styring	Logistik	Stam-data scm	Bog-holderi (kreditor-/vare-)	Produktion	Lager	Restauration
Skriftligt	*Mailkorrespondance*	Opstart Forhandling Kommunikation på tværs af landeafdelinger	Opstart Forhandling Hjemmeside Messebrochurer Pressemateriale		Opstart Forhandling	Forhandling	Forhandling			Indien (FY21) produktlabels		
Mundtligt	*Kontakt via telefon, skype, video*	Fysiske møder Messedeltagelse	Fysiske møder Messedeltagelse		Fysiske møder Messedeltagelse	Fysiske møder				Tyske håndværkere, montører	Mundtlig kontakt med chauffører (polsk, tjekkisk, russisk, bulgarsk etc.),	Tjenere, barpersonale (engelsk med turister)
Sprog	Eng, ty, fr	FY19, FY20	FY19, FY20	FY19	FY19							
	Eng, ty	FY22, FÆ24	FY21, FY22, FÆ23	FÆ23						FÆ23, FÆ24	FÆ24	
	Eng	FY21, FÆ23			FY22, FÆ23	FY20, FY21, FY22, FÆ23	FY20, FY21 FY22	FY20	FY20	FY21	FY19, FY20	FY19

Tab. F.11. Fødevarevirksomheder: Opgaver, der kræver fremmedsprogskompetencer, opsummeret.

7.6.2.2 Faktorer, der er af betydning for vurdering af behovet for tysk eller fransk:

- Formål med interaktionen
- Førstesprogets affektive/tillidsskabende effekt
- Evt. ufordelagtigt asymmetrisk magtforhold ved anvendelse af modpartens førstesprog
- Samarbejdsvirksomhedens størrelse og placering (Nord- vs. Sydtyskland)
- Samarbejdspartnerens alder (generationsspørgsmålet ift. tysk partners alder)
- Samarbejdspartnerens engelskkompetencer
- Relationens alder (opstart, førstehåndsindtryk, fatisk kommunikation vs. indholds-)
- Professionalitet
- Effektivitet (hurtigere afvikling af opgaver, færre arbejdsgange)
- Sikkerhed (produktion).

7.6.2.3 Kulturelle opmærksomhedspunkter

- Højkontekstkulturers høflighed, indirekte kommunikation og omsvøb
- Magtdistance og forståelse af hierarkier

- Specifikt sprogligt: Transfer af engelsk syntaks til fransk
- Humor
- Japan

7.6.3 Fødevarevirksomheder: Ubevidst behov, opsummeret

FY21, FY22, FÆ23, FÆ24 meddeler alle et stort set dækket behov (jf. pkt. 7.6.2), men også at anvende engelsk i funktioner og kommunikationssituationer, der er kendetegnet ved at illustrere sprogbehov (misforståelser, gentagelser, ekstra arbejdsgange).

7.6.4 Fødevarevirksomheder: Objektivt merbehov, opsummeret

To virksomheder anvender hovedsagelig tysk i kommunikationen med L1-tysktalende. En anvender engelsk, og de øvrige tre både tysk og engelsk.

En virksomhed anvender fransk i kommunikationen med L1-fransktalende. Tre anvender engelsk, og en både fransk og engelsk.

7.6.5 Fødevarevirksomheder: Subjektivt merbehov, opsummeret

- Engelsk og tysk til salg og kundeservice (FY19).
- Italiensk (FY22)
- Svensk (FÆ23).

7.6.6 Fødevarevirksomheder: Rekruttering, opsummeret

	Tysk	Fransk
Ingen krav	FY21, FÆ23	FY21, FY22, FÆ23, FÆ24
Bonuskompetence	FY20, FY22, FÆ24	FY19, FY20
Eksplicit krav	FY19	

Tab. F.12. Fødevarevirksomheder: Rekruttering, opsummeret.

7.6.7 Fødevarevirksomheder: Efter-/videreuddannelse, opsummeret

- Integreret alment tysk og virksomhedstysk. Salg, markedsføring. Skriftligt, mundtligt (1).

- Alment engelsk. Samtale (1).
- Virksomhedsengelsk. Skriftligt (den gode mail) (1).
- Kulturforståelse, tysk (1).
- Udefinerede fremmedsprogskompetencer (3).

7.6.8 Fødevarevirksomheder: Udfordringer, katalysatorer, anbefalinger

a. Udfordring

- store markeders selvtilstrækkelighed.

b. Katalysatorer

- Ikke-synkroniserede medier, pc-spil.
- Europæisk harmonisering.

”Det koster jo nogle penge at få det oversat. Det koster også penge, når man skal trykke på flere sprog. Så det er jo en merudgift. Men som vi så har vurderet gennem årene, er det en vigtig ting at tilkendegive[…] de er glade for, at de får noget på deres eget sprog – altså man bliver lidt: wauw, har I den på så mange forskellige sprog.”(TY7)

”De [omvisere på museum] får jo en dansk oplæring, så de får det ind på dansk, kan man sige, så det er nok sin sag at slå over, når vi taler fagsprog, og det er det jo, når vi taler kunst og design osv., at skulle føre det over til en tysk kontekst.” (TY8)

”Jeg tror ikke det [behovet for fremmedsprogskompetencer] bliver mindre. Det tror jeg ikke, det gør. Og på den meget lange bane, der burde vi alle sammen sætte os ned og lære kinesisk. […] De buldrer jo frem over det hele. (TÆ9)

”Vores faste personale skal være velbevandret i tre sprog som minimum. […] Vi er interesseret i nogle, der kan snakke flere sprog end engelsk.” (TÆ10)

"Og hvis man ligefrem kan blive taget imod på sit modersmål, så føler man sig altid lige nummeret mere velkommen.” (TÆ11)

”I det der samarbejdsprojekt med de tyske museer var der også frivillige fra Tyskland, der kom op og skulle arbejde sammen med frivillige fra Danmark, og der var det ikke alle, der var lige – […] selvom de havde prøvet at finde dem, der var mest sprogkyndige fra tysk side at sende op, så var der altså nogle af dem, der faktisk ikke kunne andet end tysk. Der havde vi forventet en større gensidig inspiration og samarbejde. Der var sproget en klar barriere,[…]” (TÆ12)

8

Turismevirksomheder (museer)

8.1 Turismevirksomheder (museer): Kort profil

Denne gruppe består af enkeltmuseer eller museumskonglomorater (fonde og andre selvejende institutioner), beliggende i hhv. Region Syddanmark (TY7, TY8) og i Region Sjælland (TÆ9, TÆ10, TÆ11, TÆ12). Museerne dækker arkæologi, kulturhistorie, kunsthistorie, kunst, personmuseum, frilandsmuseum med oplevelses- og forsøgscenter samt skibe, søfart og bådebygningskultur.

TY7, TÆ12 og TÆ10, hvoraf de to førstnævnte er enheder med hhv. otte og 11 udstillingssteder, er forholdsvis store institutioner med 71-200 ansatte, hvortil kommer en stor gruppe frivillige. De øvrige tre museer har 20-50 ansatte. Alle museer har medarbejdere med tysk og/eller franskkompetencer. Det generelle billede er, at tysk anses for basal kompetence hos hovedparten af de ansatte; TY8 og TÆ11 karakteriserer det som "skole-" eller "turisttysk". Samtidig råder fem ud af de seks museer over 1-4 medarbejdere med tyskkompetencer på enten højt niveau eller modersmålsniveau. Fransk er ikke repræsenteret på samme måde. Hos TÆ9 er det ikke en kompetence hos de fastansatte, men af og til hos frivillige; hos TÆ11 er der "enkelte med gymnasiefransk"; hos de fire øvrige museer er billedet, at 1-2 skønnes at kunne fransk, til gengæld dog så på højt niveau. Engelsk er en generel kompetence. Hos tre (TÆ9, TÆ10, TÆ11) skønnes det dog kun at være enkelte medarbejdere, der kan det på højt niveau. TÆ9 peger på "voluntører og reenactors" som en gruppe med (mange) andre sprogkompetencer end de nævnte. TY7 og TÆ10s brug af sprog i skriftligt materiale giver indikation af, at udenlandske besøgende disse steder udgør større procentdel end de øvrige steder.

TY7	TY8	TÆ9	TÆ10	TÆ11	TÆ12	
Enhed med 8 udstillings-steder	Kunstmuseum	Frilandsmuseum, oplevelses-/forsøgscenter	Museum for skibe, søfart og bådebyg-ningskultur	Kunstmuseum	Enhed med 11 udstillings-steder	

Antal medarbej-dere	140-200 (>100 frivillige)	20-50	20-50	71	20	108
Besøgstal[17]	338.495	98.631	ca. 44.968[18]	170.547	29.313	69.666
Tysk- (D) og fransk- (F) kompe-tencer	D: Flere F: 2	D: Flere skoletysk, 1↑ F: 1↑	D: 3-4, 1↑ F: evt. frivillige	D: 4↑ F: enkelte, 2↑	D: alle, mest skole-/turisttysk, enkelte↑ F: enkelte, gymnasiefransk	D: flere, 3↑ F:1↑
Øvrige sprog blandt med-arbejdere	Engelsk: alle Kinesisk: 1	Engelsk: alle, flere↑	Engelsk: alle, 1↑ Bl.a. nederlandsk, portugisisk, svensk, finsk, italiensk, polsk, tjekkisk (voluntører og reenactors)	Engelsk: alle, 1↑	Engelsk: alle, 1↑	Engelsk: alle, enkelte↑
Skriftligt materiale (til dels)	9 sprog: dansk, engelsk, tysk, fransk, spansk, italiensk, nederlandsk, japansk, kinesisk	Dansk, engelsk, tysk	Dansk, engelsk, tysk	9 sprog: dansk, engelsk, tysk, fransk, spansk, italiensk, nederlandsk, russisk, kinesisk	Dansk, engelsk, tysk	Dansk, engelsk, + tysk (1 sted)

Tab. T.1. Turisme: kort profil.

8.2 Turismevirksomheder (museer): Behov

8.2.1 Turismevirksomheder (museer): Objektivt behov

Hvor ofte har institutionen kontakt med L1-tysk- eller -fransktalende

	TY7	TY8	TÆ9	TÆ10	TÆ11	TÆ12
Tysk	Ofte (dagligt)	Ofte	Ofte	Ofte	Ofte	Regelmæssigt
Fransk	Ofte (dagligt)	Regelmæssigt	Sjældent	Ofte	Sjældent	(yderst) sjældent

Tabel T.2. Turismevirksomheder (museer): Kontaktfrekvens.

Kontakten er for alle institutioner sæsonbestemt og til dels afhængig af udstillingsemne. Angivelserne retter sig efter, hvad der meddeles ift. højsæson eller "peaks" (TY8). TÆ10 angiver meget præcist, at tysktalende besøgende udgør 12%, fransktalende 8%. Alle institutioner har hyppig eller regelmæssig kontakt med tysktalende. Fransktalende har kun TY7 og TÆ10 hyppigt kontakt med, TY8 har regelmæssigt, og den sidste halvdel (TÆ9, TÆ11) kun sjældent til yderst sjældent (TÆ12) kontakt.

17. Tal fra 2019, https://www.dst.dk/da/Statistik/emner/kultur-og-kirke/museer-og-kulturarv/museer
18. Tal fra 2016, Visit Denmarks Attraktionsliste 2017.
http://docplayer.dk/68090761-Visitdenmarks-attraktionsliste-top-300.html

8.2.2 Turisme: Subjektivt behov

Generelt tilkendegives, at behovet for sprogkompetencer er dækket hos TY7 og TY8, hvorimod TÆ10, TÆ11 og TÆ12 omvendt giver udtryk for, at behovet ikke er dækket. TÆ9 peger på specifikke situationer som kan være udfordrende (jf. afsnittet om subjektivt merbehov), men ser alligevel det generelle behov som nogenlunde dækket.

Generelt

dækket	⟷	udækket
TY7, TY8	TÆ9	TÆ10, TÆ11, TÆ12

Tab. T.3. Turismevirksomheder (museer): Subjektivt behov, generelt.

Er museets behov for fremmedsprog dækket?

Ja.

CITAT T.1"Vi vurderer, at det er dækket." (TY7)

CITAT T.2"Det er dækket ja. Fordi behovet ikke er større, end at vi kan klare os med ekstern hjælp, ja." (TY8)

Både-og.

CITAT T.3 "Jeg synes på institutionens vegne, der… det fungerer. Ting kan altid blive bedre." (TÆ9)

Nej.

CITAT T.4 "Jeg synes ikke helt, det er dækket. Jeg tror ikke, det er dækket." (TÆ11)

Hvis der differentieres ift. sprog, viser det sig, at de udækkede behov, der ses, forekommer ift. tysk (eller engelsk) frem for fransk. Behovet for fransk anses generelt for dækket.

Tysk

dækket		udækket
TY7, TY8	TÆ9	TÆ10, TÆ11, TÆ12

Tab. T.4. Museer: Subjektivt behov, tysk.

Fransk

dækket		udækket
TY7, TY8, TÆ9, TÆ12	TÆ11 TÆ10	

Tab. T.5. Museer: Subjektivt behov, fransk.

På alle museer afhænger det meddelte behov af medarbejderfunktion, aktuel arbejdsopgave og målgruppe. I oversigt kan de funktioner, der kommer på tale ift. brug af fremmedsprog illustreres som i nedenstående model:

	Generel ekstern kommunikation Fx presse, turismeorganisationer, rejsebureauer		**Kontakt med udstillere, andre museer**	**Publikumskontakt**		**Øvrigt**	
Funktion	Markedsføring Administrativt personale		Ledelse museumsinspektør udstillingschef	Frontpersonale i foyer, billetsalg, butik, café etc.	Guider, omvisere, reenactors	Ledelse	Forskning
Skriftligt	Hjemmesider Brochurer Annoncering Materiale til turismeorganisationer	Mails (svare på bestillinger, henvendelser om kunstnere etc.)	Mails (forhandle, planlægge) Artikler Velkomstinformation (skilte v. indgang, program, guidehæfte) Tekster til udstillinger (skilte, handouts, undertekster til videoer) Børnemateriale, -lege Menukort Ad hoc-info (covid-19) Film, audioguides				Artikler
Mundtligt		Telefon ekspedition	Telefon/skype Møder, forhandling Planlægning + forretnings-, forhandlingstysk + fagsprog	Kundebetjening Velkomst Informations-/instruktions-speak (indretning, hjælpemidler)	Rundvisning Shows, reenactments	Planlægning og instruktion af håndværkere, aktører, frivillige	Præsentationer Foredrag

Tab. T.6. Turismevirksomheder (museer): Opgaver der kræver fremmedsprog.

Tre forskellige personalegrupper nævnes generelt i beskrivelsen af behov, nemlig **frontpersonale**, **administrativt personale og ledelse**. Deres funktioner kan overlappe, men kort fortalt hører grundlæggende mundtlig service og betjening af museumsbesøgende til første gruppes fremmedsproglige opgaver, kontakt pr. mail og telefon v. bestillinger og henvendelser om fx udstillere til anden gruppes, og både skriftlig og mundtlig planlægning og forhandling med udenlandske institutioner til ledelsesplanets opgaver. Herudover er der ansvarsmæssigt forskelligt fordelte opgaver som instruktion af udenlandske voluntører og udarbejdelse af informationsmateriale, fra den helt korte ad hoc-information om covid-19 over markedsføringsmateriale til egentlig faglig formidling, som forskningsartiklen.

Den mundtlige interaktion mellem besøgende og **frontpersonale**, dvs. medarbejdere i reception, billetsalg, butik og foyer – og til dels café-/restaurant – fremhæves af alle respondenter som central, herunder især "velkomsten", som formidler et førstehåndsindtryk.

> CITAT T.5 TÆ12: jamen de står i billetsalg og butik. Nogle gange er det de eneste museumsmedarbejdere, vores besøgende møder, og det er jo også de tyske gæster, der møder dem. Der ved vi jo alle sammen, at hvis man kan lidt på ens sprog, så er det jo dejligt.
> I: ja så føler man sig lidt velkommen.
> TÆ12: ja. Lige præcis. (TÆ12)

> CITAT T.6 "Alle kommer jo til skranken for at købe en billet, og fordi vi bor dér hvor vi bor – altså langt væk fra mange ting på landet. Så betyder det at have en café rigtig meget. Det er jo ikke sådan en kerneydelse som museum, men det er en servicefunktion, vi bliver nødt til at have, fordi der er langt imellem tingene her. […] Det kan risikere at blive et fravalgskriterium, hvis ikke vi har det. Så det er klart at vores foyer-personale, som samlet består af butik og billetsalg, som ligger samme sted og så vores café, det er dem der har den største kontakt. […] Og hvis man ligefrem kan blive taget imod på sit modersmål, så føler man sig altid lige nummeret mere velkommen." (TÆ11)

Mens TÆ12 her uden overlæg peger på den affektive appelværdi i at anvende modpartens førstesprog, påpeger TÆ11 den økonomiske værdi sådan:

> CITAT T.7 "Kan man skabe nogle genbesøg, så er det de lavest hængende frugter, man har." (TÆ11)

Guidefunktionen forbindes med lignende mulighed for både at højne formidlingsudbytte og appellere emotivt:

> CITAT T.8 "Når vi står med gæster fra det pågældende land, så kan man i langt de fleste tilfælde sagtens klare sig på engelsk, fordi de fleste mennesker kan jo engelsk til husbehov. Men det er en meget god service over for folk, og det giver lidt afslapning og god stemning, når man kan komme folk lidt i møde […] Så er der meget bedre kontrakt, hvis man i virkeligheden bare prøver på det. Vi havde en gang […] hvor vi speakede [udstillingsgenstand] dernede samme dag på dansk, engelsk, tysk hollandsk og italiensk. Det var de pænt imponerede af publikum –" (TÆ9)

TÆ9 har gjort sig overvejelser om **stillag** og fremhæver, at det i publikumsmødet er vigtigt at tale med folk og ikke til dem, både når det gælder danskere og udlændinge. Det kan være bedre at møde folk med turistengelsk end fagsprog:

> CITAT T.9 ”Jeg stod med en gruppe, der kom fra et eller andet sted, hvor de ikke taler engelsk, men det var engelsk der var berøringsfladen. Jeg ved ikke om det var Ungarn eller hvor de kom fra, men de kunne noget engelsk. Og jeg startede min uddannelse med at læse engelsk i 2½ år, så jeg er forholdsvis skarp på engelsk, og jeg kunne mærke, det gik ikke rigtigt det der. Og så kommer en af vores ansatte forbi, som også er ganske udmærket til engelsk men ikke på det akademiske niveau. Det gik meget bedre for ham. Og det er simpelthen fordi deres engelsk er jo turist-engelsk. Og så dur det ikke, at jeg står og hælder løs af alle mulige fagtermer og blærer mig med, at dem kendte jeg, jeg ved sørme godt, hvad det hedder. Så et eller andet sted, så er det vigtigere, at du har to parter i samtalen, der er lige gode eller lige dårlige til engelsk.” (TÆ9)

Der er forskel på professionaliseringen af guidefunktionen. Et egentligt system til booking af eksterne guider med museets nævnte sprogvarianter ses hos den større aktør, TY7. Hos de andre gøres der også, men mere vilkårligt brug af eksterne guider (TÆ10, TÆ11). Som beskrevet af TÆ9 kan det være afhængigt af voluntørkompetencer, hvad der tilbydes. TY8 fortæller om ”oplæring” i de enkelte udstillinger, men sprogligt er det en ustyret proces:

> CITAT T.10 ”De får jo en dansk oplæring, så de får det ind på dansk kan man sige, så det er nok sin sag at slå over, når vi taler fagsprog, og det er det jo, når vi taler kunst og design og så videre, at skulle føre det over til en tysk kontekst. Så jeg forestiller mig at det, når de kan, handler om at hilse velkommen osv. på tysk.” (TY8)

For museumsledelsen (inspektøren) kan guidefunktionen indgå i opgaveporteføljen, fx ift. udenlandske fagfæller, journalister eller lignende (TY7). Primært de tyske partneres størrelse fremhæves som afgørende ift. sprog:

> CITAT T.11 ”Der kan være nogle gange nogle små tyske museer, hvor det ikke rækker med det engelske. Og så kan de kommunikere en lille smule på tysk. Men ellers så foregår det på engelsk ift. de fleste museer og kunstnere.” (TY8)

Som det ses af modellen, indgår der i beskrivelserne af opgaver både mundtlig og skriftlig kommunikation, men det er karakteristisk for behovsytringerne, at der især er fokus på det mundtlige formidlingsaspekt. Ikke desto mindre er der opmærksomhed på værdien af det skriftlige:

CITAT T.12 ”Det koster jo nogle penge at få det oversat. Det koster også penge, når man skal trykke på flere sprog. Så det er jo en merudgift. Men som vi så har vurderet gennem årene, er det en vigtig ting at tilkendegive[…] de er glade for, at de får noget på deres eget sprog – altså man bliver lidt: wauw, har I den på så mange forskellige sprog.”(TY7)
CITAT T.13 ”De franske rejsebøger, fx Petit Futé, […] de kommer her, fordi de gerne vil have os med i rejsebøgerne, fordi vi har franske tekster. Så det er sådan: Vi vil gerne besøge jer, fordi I har franske tekster.” (TÆ10)

Bestemmende for beskrivelsen af behov er hos alle museer endelig målgruppen. TÆ10 gør således opmærksom på, at sprogbehovet er betinget af en række forskellige nationaliteters forskellige måder at gå på museum på og karakteriserer i den sammenhæng segmentet i den tyske målgruppe som børnefamilier, der er videnssøgende og meget velforberedte på museumsbesøget:

CITAT T.14 ”Især tyskerne ved vi, de søger rigtig meget information. De er meget interesserede i at få meget viden, og det vil sige, at man skal stille den viden til rådighed, og forældrene er rigtig interesserede i at kunne få den viden på en måde, så de nemt kan formidle den videre til deres børn.[…]For eksempel oplever vi, at de kommer med udprintede sider fra hjemmesiden, som måske er noget baggrundsmateriale, og det kommer tit kun på engelsk. […] Så kommer de med den, og så går de og læser af den og oversætter den for deres børn. Så de har forberedt sig hjemmefra. […] Så den gruppe tyskere, der besøger os, har et meget højt intellektuelt niveau og et ønske om at viderebringe det. Og de er meget historisk interesserede. […]Det er jo simpelt hen de dér højintellektuelle og dem med de høje stillinger, hvor deres forventning er, at deres børn skal blive højintellektuelle. Det er de to grupperinger, og så er det de gamle ræverøde på altanen i Berlin. Det er de tre grupper, der havde lyst til at besøge os. Altså det er jo ikke den der mecklenburgischer Mink, der går rundt hernede hos os. Altså det er simpelt hen – altså ikke gule regnfrakker og pølsemadder og sådan noget vel? Det er det bare ikke.” (TÆ10)

En specifik målgruppe, som udfordrer museerne (TY7, TY8, TÆ9, TÆ10, TÆ12), fordi de ikke kan imødekommes med engelsk, er børnene.

CITAT T.15 ”Så har vi også en stor del hollændere, og alle siger om hollænderne, at det jo ikke er noget problem, fordi de kan tysk og engelsk. Det kan de i realiteten også, men det kan deres børn faktisk ikke. Så hvis man vil være et museum, som appellerer til sådan en hel familie, så den skal kunne få en oplevelse sammen, så bliver man også nødt til at overveje, at det er vigtigt, at børnene kan få det på deres eget sprog.” (TÆ10)

TÆ10 har gjort en dyd af nødvendigheden og fremhæver værdien i den non-verbale formidling, hvor verbalt sprog erstattes af transparente udstillinger (helt bogstaveligt, fx et glaslåg på en tønde korn, TÆ10), af billeder, illustrationer, berøringsgenstande, lyde, dufte og fysiske aktiviteter (TÆ10). Argumenterne:

> CITAT T.16 "'ikke-sprog er jo alles sprog. […]Det er også en måde at være sproglig på – at forsøge at fjerne sproget." (TÆ10)

Opsamlende kan følgende faktorer fremhæves som væsentlige for vurderingen af fremmedsprogsbehov:

- **Ressourcer**. Afvejet ift. fx besøgstal.
- **Formål med interaktionen**. Servicering (salg) har iboende krav om adaptation i højere grad end fx vidensudveksling.
- **Modersmålets affektive effekt**. Strategisk kan det være et valg at anvende sproget som gestus.
- **Egne engelskkompetencer**. Hvis niveauet er højt, kan man evt. til dels undvære tysk- og franskkompetencer.
- **Modpartens engelskkundskaber**. Hvis niveauet ikke er højt, kan fx semikommunikation være en løsning (TÆ9). Niveauet hos mindre L1-tysktalende institutioner opleves som lavere end hos større. Niveauet hos østrigere som lavere end hos tyskere (!TÆ10).
- **Forventninger hos modpart**. Hvis museet gennemgående anvender mange fremmedsprog og giver indtryk af, at kunne kommunikere med modparten på dennes førstesprog, giver det højere forventninger (TY7).
- **Forventninger hos brancheorganisationer**. Visit Denmark fremhæves som organisation, der fremmer brugen af tysk i markedsføringsmaterialer til tysktalende markeder (TY7).
- **Lingua franca-potentialet**. Engelsk henvender sig bredere end tysk og fransk. Det non-verbale bredere end det verbale.
- ***Æstetik/teknik***. Et helt konkret og generelt behov opleves mht. skiltningen på museerne, idet det opleves som æstetisk problem at have tekstning på for mange sprog. TY7 beretter i den sammenhæng om audioguides, der er designet, så de ikke dækker ørerne – og dermed tilgodeser den fælles museumsoplevelse. Disse er dog også kun planlagt på dansk, engelsk og kinesisk. Teknik spiller derudover en rolle ift. tekstning af introduktionsfilm (TÆ10), og ift. shows i det fri (TÆ9).
- **Politik**. Fravær af behov for russisk efter Krimannekteringen.

8.2.3 Turismevirksomheder (museer): Ubevidst behov

TY7 og TY8 meddeler, at de har hyppig kontakt med L1-tysktalende og tilkendegiver samtidig, at deres behov for tyskkompetencer er dækket, hvilket altså giver anledning til at undersøge, om der her er tale om evt. ubevidste behov. Det kan der siges at være i den forstand, at det begge steder ikke anses for ubetinget nødvendigt at kommunikere på tysk. Mere ubevidst, end at der ligger tydelig prioritering bag, er valget dog ikke. Argumentet for at vælge engelsk frem for tysk begrundes således af TY7 med, at engelsk som lingua franca kan anvendes ift. flere nationaliteter. Også nærheden mellem tysk og dansk fremhæves som argument:

> CITAT T.17 "Hvis det er det mundtlige for eksempel, så vil der være flere tyskere, der kan engelsk. Så [...] hvis vi havde en, der kunne tysk stående, så ville de være lost alle dem, som ikke kan tysk, fordi de der kommer fra engelsksprogede lande, kan forstå engelsk. I andre lande er det også udbredt, at det ikke er tysk, man kommunikerer på, men engelsk. Så vi har vurderet, at det er vigtigere, at vores personale kan engelsk end tysk. At de også kan tysk, det er jo fantastisk, men man låser – altså vi maler os lidt op i et hjørne, hvis vi kun siger, at man skal kunne tysk. Det skulle så være, hvis vi udelukkende havde tyske gæster eller fra tysktalende lande, altså Østrig eller Schweiz." (TY7)
> CITAT T.18 "Altså der er kinesere, som ikke taler engelsk. Det er der jo også tyskere der ikke gør. Men der er dansk måske så tæt på sprogstammen på det tyske, så man kan genkende nogle ord, så man ikke føler sig.... Det er fuldstændig umuligt på kinesisk." (TY7)

Hos TY8 begrundes valget især med to argumenter, nemlig et højt (eget) engelskniveau, der gør tysk mindre nødvendigt, og så det ressourcebestemte strategiske valg, der ligger i, at reducere sproget til gestus, altså reducere anvendelsen af tysk til primære berøringsflader eller need-to-know-information til L1-tysktalende. I praksis vil det sige, at dele af museets hjemmeside er på tysk, og at kun essentiel udstillingsinformation præsenteres på tysk.

> CITAT T.19 "Det har jo en vis betydning, at vi har en udstillingschef og museums- der er så gode til engelsk. Det betyder virkelig meget, at det ikke bare er, 'jeg kunne lige klare mig', men at det rent faktisk er professionelt engelsk." (TY8)
>
> CITAT T.20 "Vi har en A4-side med sådan nogle bullets på tysk og på engelsk for ligesom at sige til dem: I er med ovre at se det, jeg er ked af, at jeg ikke kan gøre det på dit sprog, men du kan lige få den her, og hvis man så er en af de guider, der kan noget sprog, så gør de det, at først så siger de til dem, at jeg kan lige snakke

lidt med dig bagefter. Så de kører det igennem på dansk, og så henvender de sig så til vedkommende bagefter." (TY8)

CITAT T.21 "Det er selvfølgelig også lidt et dilemma, vi indimellem diskuterer, at man viser på en hjemmeside, at der er noget tysk for at tilgodese dem, men når de så kommer på museet, så er vores tekster i udstillingerne kun på engelsk og dansk. Og det er et spørgsmål om ressourcer og et spørgsmål om plads. For jeg spørger tit fra min stol, hvor jeg sidder med markedsføring og kommunikation, hvad med de tyske gæster vi har?" (TY8)

Som det ses, er fravalget af tysk eller reduktionen af sproget til en ramme ikke en strategi, der er dilemmafri, men ressourcebestemt – og til dels også betinget af et æstetisk hensyn (se nedenfor). TÆ10 beskriver samme strategi ift. hjemmeside, men til gengæld tilstræber dette museum, at sproget ikke anvendes som gestus alene:

CITAT T.22 "Hundred procent af hjemmesiden er dansk. 80 procent af hjemmesiden er – nej 95 procent af hjemmesiden er engelsk. Hvis det ikke er 100. [...]den er helt spejlet på engelsk. Og så kan man sige så kører vi ned til at det er 40 procent af hjemmesiden, der er tysk, fransk, og så er der 20 procent der er russisk og kinesisk" (TÆ10)

CITAT T.23 "Det er også en overvejelse, vi har, når vi bruger sprog. Vi vil for eksempel ikke lave en annonce på et sprog, hvor vi ikke kan tilbyde dem noget, når de kommer. Det var en af grundene til, at vi faktisk lavede en kinesisk udgave af vores introduktionsfilm. Det var simpelthen for ligesom at sige: Jamen hvis vi skal annoncere i Kina [...], så skal der også være noget når de kommer her." (TÆ10)

Netop TY7 og TY8 meddeler også, at de har hyppig eller regelmæssig kontakt med L1-fransktalende, men at de i en vis forstand ikke anser det for nødvendigt at anvende fransk mundtligt, dvs. her kan også synes at kunne påvises ubevidste behov. Imidlertid er det igen ikke entydigt, for begge museer markerer, at der er tale om ressourcebetingede valg og en prioritering baseret på de to sproggruppers besøgstal:

CITAT T.24 "Man kunne jo gøre meget mere, men som jeg også sagde før, vi har ud fra de medarbejdere vi har, og dem vi skal bruge, og det vi vil, tilpasset organisationen, så det passer. For man kunne bestemt have både en, der taler fransk på arbejde hver dag, og en, der taler tysk hver dag, og specielt i ferierne, men sådan gør vi ikke. For personale, det er jo det, der er dyrest, så har vi i hvert fald noget brochure-materiale, man kan give til dem, med noget sprog, der ikke lige bliver talt." (TY7)

CITAT T.25 "Det er meget få franske gæster, vi har i forhold til tyske, så det ville altid være tysk, vi prioriterede, hvis vi skulle vælge mellem de to. Men det ville da være fedt

hvis vores guide om ikke andet kunne byde velkommen, og så slå over i engelsk. Det ville være en meget fin service, men det er ikke noget, der har været på tale." (TY8)

8.2.4 Turismevirksomheder (museer): Objektivt merbehov

Hvordan er den faktiske sprogbrug? Kun TÆ9 angiver som hovedregel at tale tysk med L1-tysktalende. TÆ10 og TÆ11 gør det regelmæssigt, men medarbejderafhængigt anvendes engelsk. TY7, TY8 og TÆ12 anvender sjældent tysk og oftest engelsk.

Tysk med L1-tysktalende	⟷	Engelsk med L1-tysktalende
TÆ9	TÆ10, TÆ11 TY7, TY8, TÆ12	

Tab. T.7. Museer: Faktisk sprogbrug, tysk.

Fransk med L1-fransktalende	⟷	Engelsk med L1-tysktalende
	TY7, TÆ9, TÆ10	TY8, TÆ11, TÆ12

Tab. T.8. Museer: Faktisk sprogbrug, fransk.

Ingen af museerne angiver at tale fransk med L1-fransktalende som en regel. TY7, TÆ9 og TÆ10 anvender sjældent fransk og TY8, TÆ11 og TÆ12 kommunikerer på engelsk med L1-fransktalende.
Et objektivt merbehov for både tysk og fransk synes altså at være til stede hos TY7 og TY8. TÆ12 meddeler regelmæssig kontakt med L1-tysktalende på et enkelt udstillingssted, hvor der også fortrinsvis anvendes engelsk, dvs. også her består et objektivt merbehov for tysk. Et objektivt merbehov for fransk kan også konstateres hos TÆ10, hvor engelsk ofte vælges som lingua franca over for L1-fransktalende besøgende.

8.2.5 Turismevirksomheder (museer): Subjektivt merbehov

TÆ10, TÆ11 og TÆ12 tilkendegiver et subjektivt merbehov for tysk, idet de alle har hyppig eller regelmæssig kontakt med L1-tysktalende og samtidig har eller forudser at have for få tyskkompetencer.

Der er hos TÆ10 især behov for unge med tyskkompetencer, fordi museets fag, arkæologi og historie, har udviklet sig så meget, at de ældres historiesyn måske ikke harmonerer med det historiesyn, museet gerne vil formidle.

CITAT T.26 ”Det er lidt tydeligt, at de ældre damer, vi har i billetsalget, de har noget mere sprog med sig, mens de unge faktisk ikke har andet end engelsk med sig. […] Nu ansætter vi en ung mand i år, som for eksempel kan snakke italiensk, fordi han har haft lyst til at lære det. […] Men det der engelsk, det har domineret så meget, så der er en hel generation, som ikke kan andet. Og vores formidlere – vi har svært ved at få rundvisere, der kan vise rundt på tysk, fordi vi har faktisk næsten ikke nogen der kan snakke tysk. Så det er gamle mennesker, som vi bruger som guider når det skal være på tysk. Det er bare igen problematisk, fordi de unge er arkæologistuderende eller historiestuderende og har sådan en ny tilgang til viden og måske en moderne tilgang […], mens dem vi henter ind, som kan tysk, det er gamle skolelærere. Sådan er det bare. Og de har måske en anderledes, lidt mere gammeldags tilgang til fortællingen, hvor vi helst ville holde os til den mere moderne tilgang til, hvorfor skal vi overhovedet interessere os for historie. […] Vi skal jo lære historie, fordi vi skal vide noget om vores egen plads i verden. Og det kan man sige, det er nemmere at få videreformidlet til gæsterne, når vi har med dem at gøre, som er lidt tættere på en moderne uddannelse indenfor historie og arkæologi. Men altså de gør det godt vores gamle mennesker, og vi er glade for dem. Ellers kunne vi ikke gøre det på tysk.” (TÆ10)

Fastlagte tyske rundvisninger er hos TÆ10 blevet opgivet pga. manglende tyskkompetencer:

CITAT T.27 ”Det har simpelthen været ganske umuligt at få studerende, der kan snakke tysk. Vi har igennem flere år spurgt, når der skal vælges skoletjenestemedarbejdere og formidlingsstuderende, om de ikke lige kunne se efter, om der er nogen der kan tysk og så prioritere dem. De kommer bare tilbage og siger, der ikke er nogen der kan tysk.” (TÆ10)

TÆ11 har som TÆ10 umiddelbare behov ift. omvisning, men kan også se evt. fremtidige behov ifm. Femern Bælt-forbindelsen:

CITAT T.28 ”Altså, vi er jo på vej ind i en Femern Bælt-tid. […] Jeg tror, de yngre tyskeres engelskorientering ender med at blive en hjælp for os. Men der er ingen tvivl om, at skal vi kunne noget mere […] – så er der altså nogle generationsting, og vi er i servicesektoren, så vi vil bare gerne kunne noget mere. Vi har på et tidspunkt haft tilbudt omvisninger på tysk. Ikke noget vi havde fast. […]Jeg ville rigtig gerne, at vi havde én som i hvert fald kunne fortælle om museet på tysk.[…] Vi forventer jo faktisk, at der måske kommer flere tyskere på grund af den faste Femern-forbindelse. Og så synes jeg bare, at det simpelthen er for ringe ikke at kunne i et grænseområde.” (TÆ11)

Den generationsforskel, som italesættes af både TÆ10 og TÆ11, og som giver et øget behov for tyskkompetencer, kommer også til udtryk hos TÆ12:

> CITAT T.29 ”I det der samarbejdsprojekt med de tyske museer var der også frivillige fra Tyskland, der kom op og skulle arbejde sammen med frivillige fra Danmark, og der var det ikke alle, der var lige… – der var heldigvis også nogle af vores frivillige, der kunne noget tysk. For selvom de havde prøvet at finde dem, der var mest sprogkyndige fra tysk side at sende op, så var der altså nogle af dem, der faktisk ikke kunne andet end tysk. Der havde vi forventet en større gensidig inspiration og samarbejde der. Der var sproget en klar barriere, selvom der faktisk er en del af vores frivillige – jeg tror faktisk at modsat engelsk, så tror jeg, at hvis man går længere tilbage i generationerne hos os i Danmark, så tror jeg, de ældre generationer måske nogle gange er bedre til tysk end til engelsk. Så der var faktisk frivillige, der var udmærkede til tysk, men det krævede så, at de var der hele tiden, og de yngre frivillige kunne jo faktisk så engelsk men ikke tysk, og det var så et problem.” (TÆ12)

Udover de nævnte behov peger også TÆ9 på frilandsmuseets publikumsdialog og reenactments som to udfordrende situationer. Sprogmangel kan opleves i den nære udveksling med publikum, hvis samtalen bevæger sig ind på emner, man ikke har sprogkompetencer til at dække, mens det mht. show-situationen mere er et teknisk problem, der italesættes:

> CITAT T.30 ”Men der er jo også den anden gren, som er sådan det løbende arbejde, hvor håndværkerne går ud i husene og passer deres sysler, og publikum bare kommer hen og snakker. For det er jo lige så meget en del af vores funktion. Netop at få den dér dialog med folk. Og der er det klart, at jo mere man kan komme folk i møde, jo mere givtigt bliver det. Men det er også dér, hvor den bliver svær, fordi én ting er at skulle speake [udstillingsgenstande] på tysk. Det kan jeg også godt gøre, fordi jeg har siddet og slået de tekniske ord op. Men en samtale kan jo bevæge sig i alle mulige sære retninger. Der kan man ikke sætte sig ned på forhånd og lave sin egen lille ordliste. Jeg havde […] nogen fra Korea, tror jeg det var. Og der var simpelthen ingen fælles berøringsflader. Vi kunne ikke finde NOGEN sprog, der bare lignede hinanden, og så kan man ikke gøre ret meget andet end at nikke og smile og trække på skuldrene og så vise ting. Men det hører til sjældenhederne. Som regel så lykkes det at få en eller anden dialog sparket i gang.” (TÆ9)

> CITAT T.31”Vi kan sagtens lave en ridderturnering, hvor vi speaker på engelsk, men hvis du skal gøre det både på dansk og på engelsk…[…] Det kan ikke lade sig gøre, hvis man skal hoppe frem og tilbage mellem flere sprog. Så bliver det noget underligt halvamputeret noget. Så der er løsningen simpelt hen at sige, at hvis du er dansk, og det er trods alt flertallet af vores gæster, så får du den fulde smøre. Og hvis ikke, så kan

vi godt prøve at lægge lidt ind, hvor vi lige skitserer: Det vi går i gang med nu, det er.... og sådan. Men resten foregår så på dansk, så må de nyde showet. Det er jo ikke fordi, man ikke kan se, hvad der foregår, men man får ikke finesserne og detaljerne og den historiske baggrund og sådan noget." (TÆ9)

Et subjektivt merbehov ift. fransk gives der kun udtryk for i mindre grad – og særligt i fremtidigt perspektiv – hos TÆ10:

CITAT T.32"Franskmændene [...] er lidt indignerede over, at der ikke er mere på fransk. Altså ikke hos os, men i Danmark som sådan, altså helt generelt. Og det er måske også lidt... vi har set at antallet af franskmænd er i vækst, og det vil sige at med otte procent, så skal man måske også begynde at overveje, om det er nok at have film og tekster i museumsbygningen på fransk." (TÆ10)

TÆ12 bemærker:

CITAT T.33 "Når vi kigger på vores brugerprofil, tror jeg ikke engang, vi kan se franskmænd i statistikken, men det er sådan lidt hønen og ægget. Det kan godt være, de ikke kommer, fordi de ikke kan læse vores tekster, det skal jeg ikke kunne sige." (TÆ12)

Slutteligt skal medtages det subjektive merbehov, som ytres af TÆ9 i forhold til kinesisk:

CITAT T.34 "Jeg tror ikke det [behovet for fremmedsprogskompetencer] bliver mindre. Det tror jeg ikke det gør. Og på den meget lange bane, der burde vi alle sammen sætte os ned og lære kinesiske. [...] De buldrer jo frem over det hele. (TÆ9)

8.3 Turismevirksomheder (museer): Rekruttering

Hvilke forventninger og krav har museet til sproglige kompetencer, når der rekrutteres nye

Ingen krav om sprog	Forventninger om min. 1 fremmedsprog ⟷	Eksplicit krav om sprog
	TY7, TY8, TÆ9, TÆ12	TÆ10, TÆ11

Tab. T.9. Museer: Rekruttering.

TY7, TY8, TÆ9 og TÆ12 tilkendegiver, at sprog ikke er et eksplicit rekrutteringskrav, men der er alligevel en stiltiende forventning om, at nye medarbejdere kan minimum engelsk. Fx angiver TY7, at museet "ikke går efter sprog" i ansættelsen af nye medarbejdere. Alligevel beskrives kravene som

> CITAT T.35 "Vi går efter, at de skal være venlige, imødekommende, servicemindede og skal kunne et fremmedsprog." "Vi rekrutterer efter, at man skal kunne sprog. Men ikke, at nu SKAL vi have nogen, der taler fransk eller tysk." (TY7).

Samme forventning tilkendegives hos TÆ12:

> CITAT T.36 "Derfor kan vi jo godt skele til det, når vi ser cv'et, hvis det er en formidler, men det er ikke noget, vi har skrevet, så det har ikke været et formelt krav. […] Vores frontpersonale skal nok sikres, at de som minimum kan kommunikere med gæsterne på engelsk.[…] – den yngre generation kan jo engelsk næsten alle sammen." (TÆ12)

TY8, der råder over medarbejdere, som er bilingvale dansk/engelsk eller har studeret i Storbritannien og USA, beskriver det som "implicit i faget":

> CITAT T.37 "Det er ikke noget, der står sådan eksplicit. Jeg tror, det på en eller anden måde er implicit i faget, altså, kunstfagligt fag." (TY8)

Hos TÆ11 indgår sprogkompetencer i stillingsopslag:

> CITAT T.38 "Når vi søger personale til frontpersonalet, skriver vi jo simpelt hen at engelsk og tysk er en fordel." (TÆ11)

Og helt klar i sine krav er TÆ10, som bl.a. fortæller om forgæves forsøg på at rekruttere unge medarbejdere med tysk:

> CITAT T.39 "Vores faste personale skal være velbevandret i tre sprog som minimum. […] Vi er interesseret i nogle, der kan snakke flere sprog end engelsk." (TÆ10)

Netop TÆ10 synes også at være det eneste museum, der prioriterer fransk på linje med tysk, mens de øvrige museer, der har fransk kontakt (TY7, TY8) tilkendegiver, at tysk prioriteres frem for fransk. Prioriteringen hos de øvrige er generelt engelsk, dernæst tysk.

8.4 Turismevirksomheder (museer): Efter-/videreuddannelse

Hvilke sprog/kulturemner kunne det være relevant for museet at efter-/videreuddanne sine medarbejdere i?

Screening af medarbejdere ift. tysk	Alment tysk, mundtligt til frontpersonale	Skriftligt og mundtligt administrativt tysk, forretningstysk til administration og ledelse	Mundtligt turistengelsk til frontpersonale	Skriftligt engelsk markedsføring, kundebetjening	Basalt kinesisk	Kulturforståelse
	Behovsbaseret ("skræddersyet") Konversation Håndgribeligt. "standardformuleringer" "Konkrete cases fra virksomheder" "Turisttysk" "Café- og restaurationstysk" Præsentationer "den uforudsete situation"*	Fx indgå aftale pr. telefon, mail Forhandling pressemeddelelser	Mundtlig dialog/ konversation Vejledning Servicering (Evt. onlinekurser)	Behovsbaseret		Forståelse for 1) tysk, 2) engelsk, 3) "vores borgere med anden etnisk herkomst" (sprogligt evt. på engelsk)
TÆ11	TY7, TY8, TÆ9, TÆ10, TÆ11	TÆ11	TÆ12	TY7	TY7	TÆ10, TÆ11, TÆ12

Tab. T.10. Turismevirksomheder (museer): Efter-/videreuddannelse.

Mht. kurser ses generelt et udviklingspotentiale hos de allerede nævnte tre lag på museerne, nemlig frontpersonale, administrativt personale og ledelse.

Størst interesse ytres for **alment mundtligt tysk (TY7, TY8, TÆ9, TÆ10, TÆ11), til dels også engelsk (TY7) til museernes frontpersonale**. Det gælder alle fem museer/museumssammen-slutninger, som har hyppig kontakt med tyske (eller engelsktalende) besøgende. Der anvendes forskellige emnebeskrivelser som "konversationstysk", "turisttysk", "café- og restaurationstysk", men generel er interessen for kurser, der er skræddersyede de behov, som medarbejdere bag skranken, i foyeren, i museumscaféen eller -restauranten har. Der peges på konkrete cases fra museernes dagligdag som ønsket grundlag, på det håndgribelige og relevante sprog, som man anvender ved velkomst, præsentation, ekspedition, omvisning, vejvisning og betjening af café-/restaurantgæster (sprog om mad). Også sprog til "den uforudsete situation", som at tage sig af en, der er stukket af en bi; hjælpe en, der har fået smadret en rude i sin bil, mens den holdt parkeret; at ringe efter ambulancen (TÆ11) etc. nævnes.

TÆ12 fortæller, at museumsmedarbejderne har været på kursus i værtsrollen. Det er ikke et ønske der generelt fremsættes ift. kursus, men generelt er det, at alle museer peger på, hvad den ene meget rammende betegner som "konduite-kompetencer" (TÆ11), eller mere jordnært: "Der er ingen sprog, som når så langt som et smil og velvilje mellem folk" (TÆ11). "Venlige, imødekommende og servicemindede" (TY7) skal medarbejderne være, dvs. ift. især frontpersonalets fremmedsprogskursus (tysk, engelsk) vil derudover det standardsprog, som anvendes til at aligne være væsentligt, jf. også:

CITAT T.40 ”Vi har en medarbejder, som er superdygtig og enormt sød, men som har den der danske tilgang til, hvad man kan tillade sig at sige, og som ikke nødvendigvis altid har så meget føling med, at hvad der er et ganske almindeligt dagligdags la-la-udtryk på dansk, det kan være et meget kraftigt udtryk på engelsk for eksempel. Ham skal vi lige holde lidt i ørerne, en gang imellem så bliver han lige frisk nok at høre på. Men min oplevelse er, at det egentlig ikke betyder så meget, hvis man går ind til samtalen med et åbent sind og viljen til at få det til at køre, jamen så lykkes det også.” (TÆ9)

TÆ11 henleder opmærksomheden på, at det ift. frontpersonalet evt. også kan være et spørgsmål om at bevidstgøre om den passive viden eller kompetencer, som medarbejderne allerede besidder, men ikke vil være ved:

CITAT T.41 ”De fleste er jo vant til at kommunikere på en eller anden facon eller har et passivt ordforråd, om ikke andet så i hvert fald på engelsk. Og så er der bare en del flere, som kan mere tysk, end du tror. Hvis de blev bedt om at holde en tale, ville de sige nej. Hvis de blev bedt om at føre en samtale, ville de sige, at det kunne de ikke. Men hvis der er nogen, der spørger, om de kan række en kop kaffe over disken eller fortælle, hvor mange euro et eller andet blev, så kan de godt det.

Der er jo på rigtig mange områder meget skjult viden hos mange medarbejdere om rigtig mange ting, og det er faktisk lidt en kunst en gang imellem at få lokket ud, fordi, selv om man spørger relativt specifikt, så er det ikke sikkert at du får det svar, som faktisk dækker den virkelighed, du selv synes, der er.

Fordi de opfatter noget andet. At nu er det direktøren, der spørger, og nu skal jeg være sikker på, at jeg kan det 120 procent, inden jeg lover noget. Og nej, jeg har altid været dårlig til at bøje uregelmæssige verber, så nej, jeg taler ikke tysk, vel? Eller der er noget med ordstilling, og det kan jeg ikke. Men man kan jo komme rigtig langt med relativt lidt, fordi tysk jo i min optik i virkeligheden på mange måder er nemmere end engelsk, fordi det er så udtalemæssigt meget nemmere at have med at gøre.” (TÆ11)

TÆ11 har på denne baggrund et eksplicit ønske om screening af sine medarbejdere. En kobling med eller inddragelse af *empowerment* eller assertionstræning i sprogkurser kunne også være et svar på det beskrevne behov.

Basalt kinesisk nævnes endelig hos TY7 som interessant for frontpersonalet.

Til administration og ledelse er det **mundtligt og skriftligt administrations- og forhandlingstysk og -engelsk, der** formuleres som ønske hos hhv. TÆ11 og TY7.

Forhandlingstysk har TÆ11 følt behov for i forbindelse med deltagelse i et tårigt Interreg-samarbejde, hvorfor også især EU-teminologi/-sprog tematiseres som ønske:

CITAT T.42 ”Der savnede jeg at kunne en eller anden form for forhandlingstysk – altså jeg kan en lille smule fagligt tysk, fordi det er jo sådan noget fagterminologi, man lærer mere. Men dels synes jeg pludselig, at der var grammatik, og i det hele taget bare et ordforråd, der var rustet lidt, og så var der jo noget EU-samtale på tysk. […]Jeg synes i forvejen at EU-sk er lidt svært at forstå også på dansk, fordi det på en eller anden måde er sådan en terminologi i sig selv, og den bliver ikke nemmere af at blive kommunikeret mellem parterne på tysk.” (TÆ11)

Kulturforståelse ses som interessant emne af TÆ10, TÆ11 og TÆ12, fortrinsvis ift. tysk kultur, men til dels fra lidt forskellige perspektiver. TÆ10 har interesse for forskningsbaseret kursus for fx udstillingsledere, der skal vide noget om fx associationer ved bestemt farvebrug i en udstilling, mens TÆ11 og TÆ12, der begge har deltaget i intereg-samarbejde (Nordmus) har fået interesse for større indsigt i ikke blot konkret sprogbrug ved møder, men også fx mødeetikette og de forskelligheder, som den mere tydeligt hierarkiske tyske struktur, kan give ved indgåelse af aftaler og praktisk afvikling af fælles arrangementer.

CITAT T.43 ”Vi er en relativt lille organisation, og vi er vant til at have lokalt selveje i Danmark. Altså der er en stor decentralisering omkring beslutningsprocesser, fordi det er en meget lille biks, men det er mig, der bestemmer. Det er mig, der er direktør, og derfor har jeg et beslutningsmandat med mig. Men jeg møder rigtig mange kolleger i Tyskland, som er filialiseret under et eller andet, som hører under nogle andre, som ligger under et universitet langt væk eller sådan noget. Og inden man når frem til en eller anden beslutningsproces, så skal det nogle andre steder hen. Og lige pludselig så skal man have fat i en direktør for en meget stor organisation, som tænker: Hvad er det lige, vi skal her? Der ville vi måske, forestiller jeg mig, kunne kompensere for vores størrelse, hvis vi kunne noget andet. Hvis vi kunne komme nogen i møde sprogligt set, så kunne vi måske skabe et forhandlingsrum, som var lettere at forholde sig til og dermed måske også sværere at sige nej til.” (TÆ11)

CITAT T.44 ”Når vi når op på sådan eksekutiv-niveau med en eller anden form for beslutningsmandat, så tror jeg ikke, man skal undervurdere betydningen af det [kultur]. Og det er jo ikke fordi, vi ikke allesammen kan finde ud af at være høflige. Men der er nogle situationer, fx hvis ikke man vidste bedre, så ville man hilse på den, der står forrest, eller den, der står nærmest, eller fra venstre mod højre eller noget andet, men det kan jo godt vise sig at være helt forkert, hvis den vigtigste netop står i midten. Og så er det dem, der har mest anciennitet, der skal hilses på først etc. Og det tror jeg ikke, der var nogen i Danmark, der ville tage ilde op. Men det tror jeg virkelig, man kan slå sig på i Tyskland og løbe sig nogle dumme staver i livet, som man ikke kan redde sprogligt, selvom man altså var nok så virtuos. Så der tror jeg måske nok, at der skal mere på end det sproglige alene.” (TÆ11)

CITAT T.45 ”Det skulle vi jo også lige lære i projektet, at det var altså vigtigt at huske efternavnet, og det kunne danskerne ikke finde ud af. […] så altså, der kunne godt være noget i forhold til, at man bare ved lidt om det, når man modtager sine gæster. […]– Og det kan man jo egentlig godt bruge, selvom man ikke er særlig god til tysk, så kan det jo godt være, man kan være høflig på en anden måde på engelsk over for tyske gæster, hvis man ved, at det og det er vigtigt for dem.” (TÆ12)

TÆ12, der repræsenterer en række mindre museer, hvoraf flere har fortrinsvis danskere som målgruppe, peger på, at kulturforståelse også kunne være et emne for medarbejdere ift. ”vores borgere af anden etnisk herkomst”.

Mht. **praktisk afvikling** af kurser går følgende stikord igen: Målrettethed, geografisk nærhed, evt. online, evt. tidsligt koncentreret (ugekursus, TÆ11), evt. certificering som motivation.

8.4 Turismevirksomheder (museer) Efter-/videreuddannelse

Hvilke sprog/kulturemner kunne det være relevant for museet at efter-/videreuddanne sine medarbejdere i

Screening af medarbejdere ift. tysk	Alment tysk, mundtligt til frontpersonale	Skriftligt og mundtligt administrativt tysk, forretningstysk til administration og ledelse	Mundtligt turistengelsk til frontpersonale	Skriftligt engelsk markedsføring, kundebetjening	Basalt kinesisk	Kulturforståelse
	Behovsbaseret (”skræddersyet”) Konversation Håndgribeligt. ”standardformuleringer” ”Konkrete cases fra virksomheder” ”Turisttysk” ”Café- og restaurationstysk” Præsentationer ”den uforudsete situation”*	Fx indgå aftale pr. telefon, mail Forhandling pressemeddelelser	Mundtlig dialog/ konversation Vejledning Servicering (Evt. onlinekurser)	Behovsbaseret		Forståelse for 1) tysk, 2) engelsk, 3) ”vores borgere med anden etnisk herkomst” (sprogligt evt. på engelsk)
TÆ11	TY7, TY8, TÆ9, TÆ10, TÆ11	TÆ11	TÆ12	TY7	TY7	TÆ10, TÆ11, TÆ12

Tab. T.10. Turismevirksomheder (museer): Efter-/videreuddannelse.

Mht. kurser ses generelt et udviklingspotentiale hos de allerede nævnte tre lag på museerne, nemlig frontpersonale, administrativt personale og ledelse.

Størst interesse ytres for **alment mundtligt tysk (TY7, TY8, TÆ9, TÆ10, TÆ11), til dels også engelsk (TY7) til museernes frontpersonale**. Det gælder alle fem museer/museumssammenslutninger, som har hyppig kontakt med tyske (eller engelsktalende) besøgende. Der anvendes forskellige emnebeskrivelser som ”konversationstysk”, ”turisttysk”, ”café- og restaurationstysk”, men generel er interessen for kurser, der er skræddersyede de behov, som medarbejdere bag skranken, i foyeren, i museumscaféen eller -restauranten har. Der peges på konkrete cases fra museernes dagligdag som ønsket grundlag, på det håndgribelige og relevante sprog, som man anvender ved velkomst,

præsentation, ekspedition, omvisning, vejvisning og betjening af café-/restaurantgæster (sprog om mad). Også sprog til "den uforudsete situation", som at tage sig af en, der er stukket af en bi; hjælpe en, der har fået smadret en rude i sin bil, mens den holdt parkeret; at ringe efter ambulancen (TÆ11) etc. nævnes.

TÆ12 fortæller, at museumsmedarbejderne har været på kursus i værtsrollen. Det er ikke et ønske der generelt fremsættes ift. kursus, men generelt er det, at alle museer peger på, hvad den ene meget rammende betegner som "konduite-kompetencer" (TÆ11), eller mere jordnært: "Der er ingen sprog, som når så langt som et smil og velvilje mellem folk" (TÆ11). "Venlige, imødekommende og servicemindede" (TY7) skal medarbejderne være, dvs. ift. især frontpersonalets fremmedsprogskursus (tysk, engelsk) vil derudover det standardsprog, som anvendes til at *aligne* være væsentligt, jf. også:

> CITAT T.40 *"Vi har en medarbejder, som er superdygtig og enormt sød, men som har den der danske tilgang til, hvad man kan tillade sig at sige, og som ikke nødvendigvis altid har så meget føling med, at hvad der er et ganske almindeligt dagligdags la-la-udtryk på dansk, det kan være et meget kraftigt udtryk på engelsk for eksempel. Ham skal vi lige holde lidt i ørerne, en gang imellem så bliver han lige frisk nok at høre på. Men min oplevelse er, at det egentlig ikke betyder så meget, hvis man går ind til samtalen med et åbent sind og viljen til at få det til at køre, jamen så lykkes det også." (TÆ9)*

TÆ11 henleder opmærksomheden på, at det ift. frontpersonalet evt. også kan være et spørgsmål om at bevidstgøre om den passive viden eller kompetencer, som medarbejderne allerede besidder, men ikke vil være ved:

> CITAT T.41 *"De fleste er jo vant til at kommunikere på en eller anden facon eller har et passivt ordforråd, om ikke andet så i hvert fald på engelsk. Og så er der bare en del flere, som kan mere tysk, end du tror. Hvis de blev bedt om at holde en tale, ville de sige nej. Hvis de blev bedt om at føre en samtale, ville de sige, at det kunne de ikke. Men hvis der er nogen, der spørger, om de kan række en kop kaffe over disken eller fortælle, hvor mange euro et eller andet blev, så kan de godt det.*
>
> *Der er jo på rigtig mange områder meget skjult viden hos mange medarbejdere om rigtig mange ting, og det er faktisk lidt en kunst en gang imellem at få lokket ud, fordi, selv om man spørger relativt specifikt, så er det ikke sikkert at du får det svar, som faktisk dækker den virkelighed, du selv synes, der er.*
>
> *Fordi de opfatter noget andet. At nu er det direktøren, der spørger, og nu skal jeg være sikker på, at jeg kan det 120 procent, inden jeg lover noget. Og nej, jeg har altid været dårlig til at bøje uregelmæssige verber, så nej, jeg taler ikke tysk, vel?*

Eller der er noget med ordstilling, og det kan jeg ikke. Men man kan jo komme rigtig langt med relativt lidt, fordi tysk jo i min optik i virkeligheden på mange måder er nemmere end engelsk, fordi det er så udtalemæssigt meget nemmere at have med at gøre." (TÆ11)

TÆ11 har på denne baggrund et eksplicit ønske om screening af sine medarbejdere. En kobling med eller inddragelse af *empowerment* eller assertionstræning i sprogkurser kunne også være et svar på det beskrevne behov.

Basalt kinesisk nævnes endelig hos TY7 som interessant for frontpersonalet. Til administration og ledelse er det **mundtligt og skriftligt administrations- og forhandlingstysk og -engelsk, der** formuleres som ønske hos hhv. TÆ11 og TY7.

Forhandlingstysk har TÆ11 følt behov for i forbindelse med deltagelse i et tårigt Interreg-samarbejde, hvorfor også især EU-teminologi/-sprog tematiseres som ønske:

CITAT T.42 *"Der savnede jeg at kunne en eller anden form for forhandlingstysk – altså jeg kan en lille smule fagligt tysk, fordi det er jo sådan noget fagterminologi, man lærer mere. Men dels synes jeg pludselig, at der var grammatik, og i det hele taget bare et ordforråd, der var rustet lidt, og så var der jo noget EU-samtale på tysk. […]Jeg synes i forvejen at EU-sk er lidt svært at forstå også på dansk, fordi det på en eller anden måde er sådan en terminologi i sig selv, og den bliver ikke nemmere af at blive kommunikeret mellem parterne på tysk." (TÆ11)*

Kulturforståelse ses som interessant emne af TÆ10, TÆ11 og TÆ12, fortrinsvis ift. tysk kultur, men til dels fra lidt forskellige perspektiver. TÆ10 har interesse for forskningsbaseret kursus for fx udstillingsledere, der skal vide noget om fx associationer ved bestemt farvebrug i en udstilling, mens TÆ11 og TÆ12, der begge har deltaget i intereg-samarbejde (Nordmus) har fået interesse for større indsigt i ikke blot konkret sprogbrug ved møder, men også fx mødeetikette og de forskelligheder, som den mere tydeligt hierarkiske tyske struktur, kan give ved indgåelse af aftaler og praktisk afvikling af fælles arrangementer.

CITAT T.43 *"Vi er en relativt lille organisation, og vi er vant til at have lokalt selveje i Danmark. Altså der er en stor decentralisering omkring beslutningsprocesser, fordi det er en meget lille biks, men det er mig, der bestemmer. Det er mig, der er direktør, og derfor har jeg et beslutningsmandat med mig. Men jeg møder rigtig mange kolleger i Tyskland, som er filialiseret under et eller andet, som hører under nogle andre, som ligger under et universitet langt væk eller sådan noget. Og inden man når frem til en eller anden beslutningsproces, så skal det nogle andre steder hen. Og lige pludselig så skal man have fat i en direktør for en meget stor organisation, som tænker: Hvad er det lige, vi skal her? Der ville vi måske, forestiller jeg mig, kunne*

kompensere for vores størrelse, hvis vi kunne noget andet. Hvis vi kunne komme nogen i møde sprogligt set, så kunne vi måske skabe et forhandlingsrum, som var lettere at forholde sig til og dermed måske også sværere at sige nej til." (TÆ11)

CITAT T.44 *"Når vi når op på sådan eksekutiv-niveau med en eller anden form for beslutningsmandat, så tror jeg ikke, man skal undervurdere betydningen af det [kultur]. Og det er jo ikke fordi, vi ikke allesammen kan finde ud af at være høflige. Men der er nogle situationer, fx hvis ikke man vidste bedre, så ville man hilse på den, der står forrest, eller den, der står nærmest, eller fra venstre mod højre eller noget andet, men det kan jo godt vise sig at være helt forkert, hvis den vigtigste netop står i midten. Og så er det dem, der har mest anciennitet, der skal hilses på først etc. Og det tror jeg ikke, der var nogen i Danmark, der ville tage ilde op. Men det tror jeg virkelig, man kan slå sig på i Tyskland og løbe sig nogle dumme staver i livet, som man ikke kan redde sprogligt, selvom man altså var nok så virtuos. Så der tror jeg måske nok, at der skal mere på end det sproglige alene." (TÆ11)*

CITAT T.45 *"Det skulle vi jo også lige lære i projektet, at det var altså vigtigt at huske efternavnet, og det kunne danskerne ikke finde ud af. […] så altså, der kunne godt være noget i forhold til, at man bare ved lidt om det, når man modtager sine gæster. […]– Og det kan man jo egentlig godt bruge, selvom man ikke er særlig god til tysk, så kan det jo godt være, man kan være høflig på en anden måde på engelsk over for tyske gæster, hvis man ved, at det og det er vigtigt for dem." (TÆ12)*

TÆ12, der repræsenterer en række mindre museer, hvoraf flere har fortrinsvis danskere som målgruppe, peger på, at kulturforståelse også kunne være et emne for medarbejdere ift. "vores borgere af anden etnisk herkomst".

Mht. **praktisk afvikling** af kurser går følgende stikord igen: Målrettethed, geografisk nærhed, evt. online, evt. tidsligt koncentreret (ugekursus, TÆ11), evt. certificering som motivation.

8.5 Turismevirksomheder (museer): Udfordringer og katalysatorer

Ressourcer er som for alle andre aktører både en udfordring og mulig katalysator for museernes brug af fremmedsprog. Specifik museumsproblematik italesættes dog af TÆ12, der repræsenterer en række mindre museer, der fortrinsvis har danske besøgende, idet museets "tilskudsydere" angives at prioritere danske besøgende frem for turister:

CITAT T.46 "Der ligger heller ikke fra vores tilskudsydere et stort og udtrykt ønske om, at vi skal lave meget mere for turisterne, de vil hellere have, vi laver noget mere for børnene." (TÆ12)

Brancheorganisationer. Som katalysatorer ift. det tyske opleves turismeorganisationer, der angives udtrykkeligt at anbefale anvendelsen af genuint tysk i trykte materialer:

> CITAT T.47 ”Når vi taler med turistorganisationer og VisitDenmark og alle de her. Så har de enormt stort fokus på, at vi stadigvæk kommunikerer på tysk til tyskere. Så de siger direkte til os: I må ikke oversætte det engelske, I skal skrive tysk, eller ikke ”skal”, vi bestemmer jo selv, men vi råder jer til at have tysk i jeres infobrochure for eksempel. Fordi tyskerne stadigvæk er meget – altså fysisk materiale meget mere end det digitale i forhold til os danskere, så de rent faktisk henter sådan nogle turistinformationer ved turistbureauer. Og det er hundrede procent deres opfattelse, at der skal du have tysk med.” (TY8)

Femern Bælt-forbindelsen ses som mulig katalysator af især TÆ11, der adspurgt ift. fremtidige behov, svarer sådan:

> CITAT T.48 ”Jeg tænker måske, at det afhænger meget af hvordan tingene udvikler sig de kommende år og hvor tæt integreret Femern-regionen bliver. Hvis ikke alle tyskere om tre splitsekunder taler engelsk, eller hvis ikke alle folk på Femern og altså de første 50 kilometer ned i Tyskland lærer at tale dansk – muligheden foreligger – så er det selvfølgelig noget, man finder ud af, ligesom man gør det i Sønderjylland. Men vi har bare ikke haft den før.” (TÆ11)

Anbefalinger af skole-/uddannelsespolitisk art fremsætter TÆ10, der peger på, at det fremmedsprog, som frontpersonalet på museer skal kende til, kunne indgå i voksenefteruddannelse:

> CITAT T.49 ”Men altså jeg tror, at overveje det her med at gøre sprog mere integreret i voksen-efteruddannelses-systemet, det ville være meget givende, fordi det er tit frontpersonalet, der skal bruge sprog, og de er ikke særligt akademisk funderede ret mange af dem. Så hvis man kunne arbejde på det –. ” (TÆ10)

TÆ10 efterspørger desuden også forskning i markedsførings- og formidlingskommunikation til de forskellige nationaliteters segmenter:

> CITAT T.50 ”Museerne er meget individuelle i forhold til, hvad det er for nogle gæster, der kommer. Jeg tror ikke, det er den samme type amerikaner, der kommer på nogle andre museer. Jeg tror, det er vigtigt at lære en sammenhæng mellem typen, altså måden, man rejser på, og de mennesker, der kommer. For det er jo helt fjollet at lave børneformidling til amerikanerne for eksempel og englænderne, for de har ingen børn med. Altså det er helt fjollet at lave mange lange tekster på italiensk, når vi ved,

at de faktisk ikke går og læser dem. Jeg tror, at det mere ville være at sige, hvis man kunne lave nogle **forskningsfunderede projekter, der handlede om hvad det er for noget – hvad det er for en type af information, man skal levere til de forskellige**…." (TÆ10)

8.6 Turismevirksomheder (museer): Opsamling

8.6.1 Turismevirksomheder (museer): Objektivt behov, opsummeret

Kontakt	Tysk	Fransk
Sjældent	TÆ9, TÆ11, TÆ12	
Regel-mæssigt	TÆ12	TY8
Ofte	TY7, TY8, TÆ9, TÆ10, TÆ11	TY7, TÆ10

Tab. T.11. Turismevirksomheder (museer): kontaktfrekvens opsummeret.

8.6.2 Turismevirksomheder (museer): Subjektivt behov, opsummeret

Ift. tysk anses behovet for fremmedsprogskompetencer af halvdelen for udækket, mens det omvendt ift. fransk af flertallet anses for dækket.

Meddelt behov	Tysk	Fransk
Dækket	TY7, TY8	TY7, TY8, TÆ9, TÆ12
Både-og	TÆ9	TÆ10, TÆ11
Udækket	TÆ10, TÆ11, TÆ12	

Tab. T.12. Turismevirksomheder (museer): subjektivt behov, opsummeret.

8.6.2.1 Opgaver, der kræver fremmedsprogskompetencer

	Generel ekstern kommunikation Fx presse, turismeorganisationer, rejsebureauer		**Kontakt med udstillere, andre museer**	**Publikumskontakt**		**Øvrigt**	
Funktion	Markedsføring Administrativt personale		Ledelse museumsinspektør udstillingschef	Frontpersonale i foyer, billetsalg, butik, café etc.	Guider, omvisere, reenactors	Ledelse	Forskning
Skriftligt	Hjemmesider Brochurer Annoncering Materiale til turismeorganisationer	Mails (svare på bestillinger, henvendelser om kunstnere etc.)	Mails (forhandle, planlægge) Artikler Velkomstinformation (skilte v. indgang, program, guidehæfte) Tekster til udstillinger (skilte, handouts, undertekster til videoer) Børnemateriale, -lege Menukort Ad hoc-info (covid-19) Film, audioguides				Artikler
Mundtligt		Telefon ekspedition	Telefon/skype Møder, forhandling Planlægning + forretnings-, forhandlingstysk + fagsprog	Kundebetjening Velkomst Informations-/instruktions-speak (indretning, hjælpemidler)	Rundvisning Shows, reenactments	Planlægning og instruktion af håndværkere, aktører, frivillige	Præsentationer Foredrag

Tab. T.13. Turismevirksomheder (museer): Opgaver, der kræver fremmedsprogskompetencer, opsummeret.

8.6.2.2 Faktorer, der er af betydning for vurdering af behovet for tysk eller fransk:

- Ressourcer. Afvejet ift. fx besøgstal.
- Formål med interaktionen
- Modersmålets affektive effekt
- Egne engelskkompetencer
- Samarbejdspartnerens engelskkundskaber (størrelse, geografisk placering (D-A))
- Forventninger hos besøgende
- Forventninger hos brancheorganisationer
- Lingua franca-potentialet (engelsk, det non-verbale ift. det nationalsproglige)
- Æstetik/teknik
- Politik.

8.6.2.3 Kulturelle opmærksomhedspunkter

- Tysk organisationshierarki, fordeling af beslutningskompetence
- Høflighedskoder, tysk
- Mødekultur, tysk

8.6.3 Turismevirksomheder (museer): Ubevidst behov, opsummeret

Et ubevidst behov kan til dels konstateres hos TY7 og TY8 ift. tysk, hos TY7 ift. fransk, men hos begge museer fremføres samtidig argumenter for den faktiske sprogbrug, dvs. engelsk som lingua franca, der viser, at museerne prioriterer efter besøgstal og sprogets rækkevidde.

8.6.4 Turismevirksomheder (museer): Objektivt merbehov, opsummeret

Kun et museum anvender konsekvent tysk i kommunikationen med L1-tysktalende. De øvrige fem anvender engelsk og tysk.

Ingen museer anvender konsekvent fransk i kommunikation med L1-fransktalende. Tre anvender fransk og engelsk, tre engelsk.

8.6.5 Turismevirksomheder (museer): Subjektivt merbehov, opsummeret

- Tysk. TÆ10, TÆ11 og TÆ12 tilkendegiver et subjektivt merbehov for tysk, idet de alle har hyppig eller regelmæssig kontakt med L1-tysktalende og samtidig har eller forudser at have for få tyskkompetencer.
- Fransk. TÆ10, TÆ12.
- Kinesisk. TÆ9.

8.6.6 Turismevirksomheder (museer): Rekruttering, opsummeret

	Tysk	Fransk
Ingen krav	TY7, TÆ12	TY7, TÆ11, TÆ12
Bonuskompetence	TY8, TÆ9	TY8, TÆ9
Eksplicit krav	TÆ10, TÆ11	TÆ10

Tab. T.14. Turismevirksomheder (museer): Rekruttering, opsummeret.

8.6.7 Turismevirksomheder (museer): Efter-/videreuddannelse, opsummeret

- Mundtligt tysk til frontpersonale (5).
- Screening, tysk (1).
- Tysk til administration og ledelse, forhandling (1).
- Mundtligt engelsk til frontpersonale (1)
- Skriftligt engelsk (1).
- Kinesisk (1).
- Kulturforståelse, tysk, engelsk, danskere af anden etnisk herkomst (3).

8.6.8 Turismevirksomheder (museer): Udfordringer, katalysatorer, anbefalinger, opsummeret

A. Udfordring

   - Ressourcer

B. Katalysatorer

   - Brancheorganisationer
   - Femern Bælt-forbindelsen

C. Uddannelsespolitiske anbefalinger

   - Fremmedsprog til museernes frontpersonale som del af efteruddannelse til voksne.
   - Forskning i markedsførings- og formidlingskommunikation til forskellige nationaliteters segmenter.

> "Vi bruger jo tolke rigtig, rigtig meget, altså. Det er jo ikke kun, altså det er bredt, du skal jo regne med, at der er relativt mange stadigvæk, også selvom de har været i landet i længere tid, der ikke har danskkompetencer. Så vi har jo også en forpligtelse til efter lovgivningen at oversætte til

et sprog, som vores borgere nu engang taler, så vi kan forstå hinanden." (JY25)

"Du kan også se det i medierne, [...] en international nyhed, [...] den kommer først i de danske medier dagen efter. Det er jo fordi, de først skal læse de engelske aviser. [...] På nyhedsområdet er det faktisk helt tydeligt. At der simpelthen er forsinkelse nogle gange på nogle ting,[...] og det er et handicap, [...] hvis nyhedsstrømmen og viden har den der forsinkelse, fordi den skal oversættes fra engelsk. Der er nogle ting, som ikke kommer med, fordi de engelsksprogede medier ikke interesserer sig for det. Så ved vi det jo heller ikke. [...] Det er bare bekymrende, at virksomhederne ikke er klar over det problem, for så er der jo altså nogle ting, de misser." (JY26)

"De virksomheder, som vi ser for eksempel indenfor turismen, har jo brug for nogen, der kan servicere på tysk." (JY27)

"Hvis jeg skulle tage det sådan helt specifikt for mit område, som jo meget er det arabiske og afrikanske, så ville det være noget kulturforståelse. For jeg oplever jo tit at vi er langt fra hinanden." (JÆ28)

"Det kommer jo til at være interessant, ikke,[...]når Femern Bælt-forbindelsen skal bygges [...] Der vil angiveligt sagtens kunne være et øget sprogbehov i fremtiden i forhold til, hvad der er nu. Fordi vi bliver et naboland på en lidt

anden måde, end vi før har været. I hvert fald i Østdanmark. […] Altså vi vil komme til at tale mere tysk. Det tror jeg helt sikkert." (JÆ29)

"Vi har jo nogle enormt store udgifter på tolk. Det gælder i hele kommunen og ikke kun på mit område. […] Der er mange af dem, der ringer ind, med andre sprog end dansk, hvor det ville være fint, hvis man kunne sige, at man sørger for, at den råd og vejledning, de får, kan gives på flere sprog. […] Engelsk vil selvfølgelig være relevant, som en forudsætning. Men også tysk. Og hvis de kunne arabisk,[…] fransk og spansk, så tror jeg faktisk, at mange borgere derude, som ringer ind til kommunen, ville blive glade." (JÆ30)

9

Jobcentre

Kapitlet følger strukturen i de foregående kapitler, men har primært fokus på de sprogbehov, som gælder for jobcentrenes medarbejdere. I afsnittene om rekruttering og efter-/videreuddannelse inddrages imidlertid også jobcentrenes brugere.

9.1 Kort profil

Jobcentrene fordeler sig ligeligt med tre i Region Syddanmark og tre i Region Sjælland. Medarbejdermæssigt varierer deres størrelse fra de to mindre med 31-59 ansatte (JY27, JÆ29) til de øvrige fire med 135-230 medarbejdere. Specifikt for JÆ28 gælder, at interviewet bygger på integrationsafdelingen for afrikanske og arabiske borgere, en afdeling med syv ansatte.

	JY25	JY26	JY27	JÆ28	JÆ29	JÆ30
Antal ansatte	135	177	31	169 (7)	59	230
Tysk- (D) og fransk- (F) kompetencer	D: en del medarbejdere, enkelte ↑ F: ÷	D: mange "lidt", 3-5↑ (+ ty praktikanter) F: "generelt lavt", 1↑	D: alle "lidt", "gymnasieniveau" F: ÷	D: ÷ [19] F: ÷	D: mange basalt F: ÷	D: 5 F:÷
Øvrige sprog	Engelsk: alle	Engelsk: alle	Engelsk: alle Arabisk: 1	Engelsk: de fleste	Engelsk: de fleste serbokroatisk: enkelte arabisk: enkelte	Engelsk: de fleste Polsk: 2 Arabisk: 2 "lidt"

Tab. J.1 Jobcentre: kort profil.

Bortset fra JÆ28 har alle jobcentre medarbejdere ansat med tyskkundskaber. JY25 og JY26 har enkelte medarbejdere med modersmålslignende kompetencer, mens de andre

19. Angivelserne ift. sprogkundskaber refererer til jobcenterets integrationsafdeling.

angiver, at det er "basalt" eller "gymnasietysk", medarbejderne kan. Kun JY26 meddeler at have medarbejdere med franskkompetencer, en enkelt har boet i Frankrig. Engelsk angives at være et sprog der beherskes af alle eller de fleste i jobcentrene, og enkelte centre har desuden arabisk-, serbokroatisk- eller polsktalende ansat.

9.2 Jobcentre: Behov

9.2.1 Jobcentre: Objektivt behov

Hvor ofte har jobcentret kontakt med udenlandske brugere eller samarbejdspartnere?

	JY25	JY26	JY27	JÆ28	JÆ29	JÆ30
L1-tysktalende	regelmæssigt (ugentligt)	Ofte (dagligt)	sjældent	aldrig	regelmæssigt	regelmæssigt
	aldrig	yderst sjældent	aldrig	aldrig	aldrig	sjældent
Tysk- og/eller engelsktalende (L2)	regelmæssigt polakker, "østarbejdere"	regelmæssigt polakker, rumænere, ukrainere	regelmæssigt polakker rumænere ukrainere italienere asiater	regelmæssigt polakker russere	regelmæssigt østeuropæere eks-jugoslavere	regelmæssigt østeuropæere polakker rumænere ungarere
Brugere m. øvrige sprog	ofte arabisktalende, bl.a. syrere	intet meddelt	regelmæssigt arabisk-, urdu-talende, "mellemøstlige", afrikanere	ofte (primært) arabisktalende, afrikanere tigrinsk- (eritrea), farsi sorani (afghanistan)	regelmæssigt arabisktalende, afrikanere	regelmæssigt arabisktalende

Tab. J.2 Jobcentre: Kontaktfrekvens.

Jobcentrene har enten ingen, sjælden eller yderst sjælden kontakt med fransktalende brugere eller samarbejdspartnere.

Hvor hyppig kontakten med L1-tysktalende er, afhænger tydeligvis af jobcentrenes lokalitet. Daglig kontakt er der i det grænsenære JY26:

> CITAT J.1*"[...]vi er jo den største ind-pendler kommune for tysk arbejdskraft i hele landet. Så vi har vel over 3.000, der pendler over grænsen hver dag. Det er omkring 10% af arbejdsstyrken; det er en ret vigtig faktor hernede"* (JY26).

Også i det grænsenære JY25 er der regelmæssig kontakt med både tyske brugere og samarbejdspartnere. Det gælder i lidt mindre grad centrene JÆ29 og JÆ30, hvor kontakten er begrænset til brugere, men dog stadig kan betegnes som regelmæssig, mens den er mere sporadisk i 20. JY27, og i JÆ28 betegnes som ikke-forekommende[20].

Kontakt med enten L2-tysk- eller L2-engelsktalende brugere har alle jobcentrene regelmæssigt. Især nævnes østeuropæere, herunder polakker, ukrainere, rumænere, russere, ungarere og eksjugoslavere, og i JY27 italienere og asiater. Regelmæssig eller hyppig kontakt er der herudover på alle jobcentre[21] med arabisktalende. Og i Østdanmark nævnes specifikt urdutalende, farsi sorani-sprogede jobcentre("afghanere eller statsløse", JÆ28) og tigrinsk-talende (Eritrea).

Kontaktfrekvensen er udover geografi bestemt af især infrastrukturprojekter, der tiltrækker udenlandsk arbejdskraft. Blandt sådanne, som har været/er bestemmende for centrene, nævnes fx Odense Letbane (bl.a. "italienske og ukrainske arbejdssjak"; JY27), den ny Storstrømsbro (JÆ29, JÆ30), som det italienske joint venture, SBJV, bygger, og – også i fremtidigt perspektiv – Femern Bæltforbindelsen (JÆ29, JÆ30).

9.2.2 Jobcentre: Subjektivt behov

Er jeres behov for sprogkompetencer dækket på jobcentret?

dækket	⟷	udækket
JÆ28, JÆ29	JY27 JY25 JY26	JÆ30

Tab. J.3. Jobcentre: subjektivt behov.

CITAT J.2*"**JA**, det vil jeg absolut mene det er, for der er jo altid drømmescenarier og alt muligt andet, ikke. Men i den realistiske, virkelige verden, så får vi løst de opgaver, vi skal. Og hvis vi ikke kan kommunikere med borgerne på dansk, på nogen måde, eller på engelsk - hvis borgeren ikke kan engelsk, eller medarbejderen ikke kan tilstrækkeligt engelsk, så vælger vi at få en telefontolk i røret, og så løser vi det på den måde."(JÆ29)*

CITAT J.3*"Altså det er jo **EGENTLIG OKAY**. Men det er jo selvfølgelig…det bedste ville jo være, at vores sagsbehandlere kunne få alle de sprog, som vores borgere*

20. Svaret i 28 er dog betinget af, at respondenten besvarer spørgsmålet udelukkende ud fra egen afdeling, som er integrationsafdelingen

21. Dog ikke meddelt for jobcenter 26.

også har. Men det er også en utopisk tanke, så jeg tænker egentligt, at nu er de okay dækkede, altså." (JY25)

CITAT J.4*"Altså **DET KAN MAN JO IKKE SIGE**, fordi vi har jo nogle enormt store udgifter på tolk. Det gælder i hele kommunen og ikke kun på mit område. […] Der er mange af dem, der ringer ind, med andre sprog end dansk, hvor det ville være fint, hvis man kunne sige, at man sørger for, at den råd og vejledning, de får, kan gives på flere sprog. […] Engelsk vil selvfølgelig være relevant, som en forudsætning. Men også tysk. Og hvis de kunne arabisk, ville jeg blive endnu gladere.[…] Det vigtigste er jo det bredere spekter. Altså fransk og spansk, altså hvis de kunne det hele, så tror jeg faktisk, at mange borgere derude, som ringer ind til kommunen, ville blive glade." (JÆ30)*

På spørgsmålet, om jobcentrene anser deres behov for sprogkompetencer for at være dækkede, svares af JÆ28, JÆ29 tydeligst *ja*, af JY27, JY25, JY26 *både-og* og af JÆ30 *egentlig ikke*. Det er karakteristisk, at svarene ikke falder uden forbehold. De hele eller halve ja'er er således koblet med afvisning af "drømmescenarier"(JÆ29) og "utopiske tanke[r]" (JY25). Man kan altså forestille sig en anden praksis, men mener, at man får løst de bundne opgaver (JÆ29). Hos JY26 anses tysk- og engelskbehovet for dækket, men samtidig har JY26 blik for, at der er enkelte brugergrupper, hvor det kunne være en fordel at have ekstra sprogkompetencer, som fx rumænsk.

Der er forskel på, i hvilke **situationer og funktioner,** det anses for centralt, at man sikrer sig, at modparten forstår alt. De første fire af de følgende fem funktioner går igen i beskrivelserne hos jobcentrene, som nogle der kan kræve brug af fremmedsprog. Den femte, dvs. generel "borgerservice", herunder "pas, kørekort, vielser", nævnes af JÆ30, hvor borgerservice er del af jobcenteret.

Funktion	**Modtagelse**	**Sikringsområdet**	**Integrationsafdeling**	**Virksomhedskontakt (+kontakt til øvrige samarbejdspartnere)**	**Borgerservice**
Eksempler på opgaver/emner for interaktion med fremmedsprogede	Visitation	Dagpenge Sygedagpenge "lovgivnings-seværdigheder" (JY27) Rettigheder og pligter	Vejledning (liv og hverdag, daginstitution, boligstøtte, sprogskole, praktik, arbejde)	Formidling af job Formidling af arbejdskraft Forklaring af jobfunktioner (sprogkort, JÆ28) Jobmesser	Pas Kørekort vielser

Tab. J.4 Jobcentre: Arbejdsopgaver der kræver fremmedsprog.

Af disse områder fremhæves ift. tysk især sikringsområdet (dagpenge, sygedagpenge, JY25, JY26, JY27, JÆ29, JÆ30) og ift. arabisk integrationsområdet (vejledning JY25, JY27, JÆ28, JÆ29, JÆ30) som områder, hvor der er opmærksomhed på forståelse hos modparten. Specifikt ses samme opmærksomhed hos JÆ30 ift. borgerservice. Hos JY25 og JY26 anses det ift. deltagelse i et dansk-tysk[22], for vigtigt, at grænseoverskridende projekt til formidling af arbejdskraft, *Job over grænsen*samarbejdspartnerne forstår hinanden.

Da samtalerne med brugerne er en helt central arbejdsopgave på jobcentrene, dominerer brugen af mundtligt sprog frem for skriftligt. Eksempler på **skriftlig kommunikation** med brugere, hvor fremmedsprogskompetencer er emne, er fx korrespondance i forbindelse med sagsbehandling (fx afgørelser, JÆ30), jobformidling (invitationer til jobmesser oversat til arabisk og andre "mellemøstlige sprog", JY27), og informationsmateriale i forbindelse med særlige situationer som fx covid-19 (JY27, JÆ29).

Den skriftlige kommunikation foregår i udgangspunktet i endnu højere grad end den mundtlige på dansk. Korrespondance ud af huset er generelt på dansk, og indgående korrespondance oversættes, hvis den ikke er dansk (JÆ30). En undtagelse er JY26, der tilkendegiver, at der kan anvendes skriftligt tysk i udgående korrespondance, hvis ikke semikommunikation vælges som strategi.

> CITAT J.5*"Hvis vi laver en afgørelse som vi sender ud, så laver vi den ikke på fremmedsprog. Men hvis vi får ting ind, så har vi en pligt til at få det oversat, så vi ved, hvad det er de har sendt os." (JÆ30)*

> CITAT J.6*"Vores primære opgave er jo snak, for at sige det sådan. Det er vores grundydelse at snakke med borgerne, for at sige det sådan lidt groft. Så ja, det er kontaktsamtaler og jobsamtaler etc. Og så er der jo selvfølgelig noget skriftlig kommunikation. Vi har nogle borgere der skriver ind på tysk, fordi de nogle gange ikke kan på andet. Så svarer vi dem nogle gange på tysk og nogle gange på dansk, alt efter at tit kan de jo godt læse, men synes ikke, at de kan skrive så godt, at de er forståelige, og så skriver de på tysk. Så svarer vi pænt på dansk, og det går rimelig fint. Det er situationsbestemt, hvilken strategi vi bruger." (JY26)*

Ift. skriftligt materiale betinges jobcentrenes behovstilkendegivelser af det materiale, som **øvrige myndigheder** stiller til rådighed; JY26 nævner bl.a. materiale på "statshjemmesider på engelsk" og derudover også tysk-danske materialer fra "Regionskontoret", dvs. Region Sønderjylland-Schleswigs fælles sekretariat i Padborg.

Jobcentrenes opfattelse af behovet for fremmedsprog eller det subjektive behov er tydeligt farvet af den objektive ramme, som **Forvaltningsloven** sætter for området. Jobcentrene

22. https://www.pendlerinfo.org/pendlerinfo/dk/arbeitsmarkt/Job-over-graensen.php

har til fælles, at de er underlagt Forvaltningslovens generelle regler om vejledningspligt, hvis formål af ombudsmanden helt overordnet beskrives sådan: "Formålet med myndighedernes vejledningspligt er at imødekomme borgernes informationsbehov og undgå, at borgerne på grund af fejl, uvidenhed eller misforståelser udsættes for retstab.[...] Vejledningen bør sikre, at borgeren får tilstrækkelig orientering om, hvilken betydning reglerne på et givet område har, og hvordan borgeren lettest og mest effektivt kan opfylde[23] Om "Tolkning og oversættelse" hedder det samme steds de krav, der følger af lovgivningen.""Myndighederne må i almindelighed sikre sig, at de er i stand til at forstå og blive forstået af udlændinge, som henvender sig til myndighederne om sager, der skal tages under behandling af myndighederne. Det følger af forvaltningslovens § 7, stk. 1, og af officialprincippet."[24]

Denne ramme virker som plausibel forklaring på, at der generelt er fokus på netop sikrings- og integrationsområdet.

På baggrund af Forvaltningslovens rammer er en vægtig afvejning ift. opfattelsen af et behov for egne fremmedsprogskompetencer muligheden for **inddragelse af tolk**:

> CITAT J.7 *"Men det er også det her med at vores forvaltningssprog det er dansk. Det er jo mest tolkearbejde altså. Vi bruger jo tolke rigtig, rigtig meget altså. Det er jo ikke kun, altså det er bredt, du skal jo regne med, at der er relativ mange stadigvæk, også selvom de har været i landet i længere tid, der ikke har danskkompetencer. Så vi har jo også en forpligtelse til efter lovgivningen at oversætte til et sprog, som vores borgere nu engang taler, så vi kan forstå hinanden." (JY25)*
>
> CITAT J.8 *"Vi har jo vores yngre medarbejdere, som er fra midt i 20'erne og opefter. De har typisk måske bedre sprogkundskaber end nogle af vores seniorer, fordi det er jo et stort aldersspænd, vi opererer med i vores medarbejderstab. Og det betyder også at den skoleundervisning og den baggrund, man kommer med rent sprogligt, er forskellig, afhængigt af om du er tæt på pensionsalderen, eller om du er først i dit arbejdsliv. Så det er der jo selvfølgelig stor forskel på, men dermed ikke sagt at folk, som er tæt på pensionsalderen ikke kan have udmærkede engelskkundskaber, det kan de jo sagtens. Og nogle af de unge kan også have dårlige sprogkundskaber. Men det kommer helt an på, hvad de selv har med i bagagen, og hvor dygtige de er til engelsk. Jeg har indtryk af, at fordi det netop er så individuelt, og fordi det er op til den enkelte, om man vil tale engelsk eller bruge det, eller om man vil bestille en tolk i stedet for, og så tage den på dansk og tale igennem tolken – det handler også lidt om, hvor meget man selv tør kaste sig ud i det. Når nu det er så personligt. Du*

23. https://www.ombudsmanden.dk/myndighedsguiden/generel_forvaltningsret/vejledningspligt/

24. Afsnit 2.5 i https://www.ombudsmanden.dk/myndighedsguiden/generel_forvaltningsret/vejledningspligt/

har ikke nogen fagligheder at trække på. Vi er socialfaglige, og vi er uddannet til at have nogle samtaler, og vi er uddannet til at gøre de ting, som vi nu gør. Så vi er jo ikke uddannet indenfor sprog. Derfor bliver det så den personlige rygsæk, som vi skal trække på." (JÆ29)

En tredje faktor, der træder tydeligt frem, når respondenterne spørges til deres opfattelse af behov for fremmedsprogskompetencer på jobcentrene, er den politisk betingede grundtanke, at en dansk myndighed taler dansk, og at jobcentrene har en **sprogopdragende rolle** ift. fremmedsprogede brugere. Det følgende udsagn repræsenterer i den forstand en generel holdning:

CITAT J.9 *"Grundlæggende skal de [brugerne] jo kunne noget dansk. Deres chancer på arbejdsmarkedet er jo rimelig ringe, hvis de slet ikke kan andet end tysk. Så vi er jo også lidt strenge der en gang i mellem og holder så vidt muligt kommunikationen på dansk. Fordi de jo ikke kan få job, hvis de ikke kan dansk.*

Uanset hvad virksomhederne må sige at deres koncernsprog er og alt det pludder der, så er det jo altså sådan, at mange virksomheder siger, at hvis de skal have tysk arbejdskraft eller udenlandsk arbejdskraft, så skal de kunne noget dansk, så de kan læse sikkerhedsretningslinjerne. Så uanset hvordan man vender det, så skal de jo kunne en vis grad dansk. Det er jo så selvfølgelig noget af det, vi insisterer på, de også skal lære. Vi skal jo ikke være alt for venlige for dem sprogligt, hvis realiteten er, at de skal kunne noget mere dansk. Det er så den politik, som vi så vidt muligt kører." (JY26)

Historien om **fransk i jobcenter-regi** er kort: JÆ30 kan i et ønskescenarie forestille sig fransk som anvendeligt sprog i fx en central funktion som omstillingen. JY26 er selv fransktalende og påpeger vægtige ulemper ved, at så få behersker fransk i Danmark, men ellers kommer den holdning, der gælder ift. fransk, måske tydeligst til udtryk hos JY27 – som skærer spansk og fransk over en kam:

CITAT J.10 *"Jamen, det er meget populært med spansk og med fransk ikke. Det kan jeg da se fra mine egne unger på gymnasiet. Jamen, hvor er det I bruger dem henne, ikke altså?! Nu ved jeg godt at jeg er grov. Men de to sprog er da i hvert fald ikke anvendelige til hverdag i Danmark, for så meget møder man dem jo ikke."* (JY27)

9.2.3 Jobcentre: Ubevidst behov

Et ubevidst behov forstået som en meddelt regelmæssig eller hyppig kontakt med L1-tysktalende i kombination med en opfattelse af, at det ikke er nødvendigt at anvende tysk, kan til dels konstateres hos JY25, JY27, JÆ29 og JÆ30 i den forstand, at disse

jobcentre alle angiver at have regelmæssig kontakt med L1-tysktalende. Samtidig angiver alle, at de er af den opfattelse, at der kan anvendes engelsk, hvis jobcentermedarbejderen ikke kan tysk (altså også frem for tolk). At JÆ30, der ellers angiver, at sprogcentrets fremmedsprogskompetencer kunne optimeres, medtælles her, hænger sammen med lidt modsatrettede signaler ift. det tyske, som godt kan stå eksemplarisk for de tilkendegivelser, de fire nævnte jobcentre kommer med:

> CITAT J.11 *"JÆ30: Tyskere kan godt lide at snakke tysk. Og de kan jo egentlig også godt have lidt en forventning om, at så skal vi også snakke det med dem. Vi slår så over i engelsk. Men vi er altså ikke så gode til det [tysk]. Det er et svært sprog for os at lære I: Hvordan oplever I så, at de tager det? Altså giver det nogen forståelsesproblemer? JÆ30: Nej, ikke når man slår over i engelsk. Og som sagt har jeg få, som kan tysk, så nej. Jeg kan ikke allokere dem og sige 'nu har jeg en kunde herovre på det ene område. Så du skal overtage noget andet arbejde fordi du kan tysk'."*

Selvom L1-fransktalende ikke hører til nogen af jobcentrenes regelmæssige brugere, skal fransk have en kommentar ift. ubevidst behov: Den fremhævede undtagelse, JÆ30, som *kan* se et behov for fransk i fx jobcentrets omstilling, tilkendegiver samtidig i interviewet uvidenhed om, hvor vidt fransk anvendes over for fransktalende brugere:

> CITAT J.12 *"JÆ30: Der er selvfølgelig nogle af vores borgere, der gerne vil snakke fransk, fordi det kan de. Men jeg er faktisk i tvivl, om jeg har medarbejdere, der benytter det i forbindelse med deres arbejde. I: Ja, okay. Nej, men ellers så er det vel noget med at snakke engelsk med dem, går jeg ud fra? De fransktalende… JÆ30: Jo jo, der er jo mange andre borgere også, der godt kan fransk, men jeg ved faktisk ikke om de bruger det. I: Nej, om de bruger det. Nej, så er det nok ikke så meget, hvis du ikke har hørt om det. JÆ30: Nej."*

JÆ28, der fremhæver arabisk, farsi sorani og tigrinsk som "tre hovedsprog" i integrationsafdelingen, afviser, at fransk kan spille nogen rolle ift. brugere fra de arabiske og afrikanske områder. Det ville kræve et større datagrundlag at undersøge, om denne beskrivelse er generelt gyldig, hvad angår fransks rolle på jobcentre.

9.2.4 Jobcentre: Objektivt merbehov

Det er kun JY26, der tilkendegiver altid at tale tysk med L1-tysktalende. JY25 og Jy27 anvender regelmæssigt tysk med tyskere, men afhængigt af medarbejderes kundskaber foregår kommunikationen også på engelsk; det samme gælder for JÆ29 og JÆ30, hvor

tysk dog anvendes endnu sjældnere over for tyskere. JÆ28 anvender ikke tysk, men har heller ikke kontakt med L1tysktalende.

Betinget af de rammer, der politisk er sat for jobcentrene, er udgangspunktet for al kommunikation dansk. Fungerer dansk ikke, vælges enten fremmedløsning i form af tolk eller egenløsning, som for de fem af jobcentrene består i at vælge engelsk som første fremmedsprog, subsidiært – og afhængigt af medarbejdernes kundskaber – tysk. Undtagelsen er JY26, hvor tysk vælges på linje med engelsk. Brugere, der ikke behersker hverken engelsk eller tysk, mødes – hvor bemandingssituationen især i integrationsafdelingerne muliggør det – af fx arabisk-, polsk-, serbokroatisktalende etc. Hvor denne egenløsning ikke rækker, vælges tolk. I let forsimplet form kan det generelle sprogvalg fremstilles sådan:

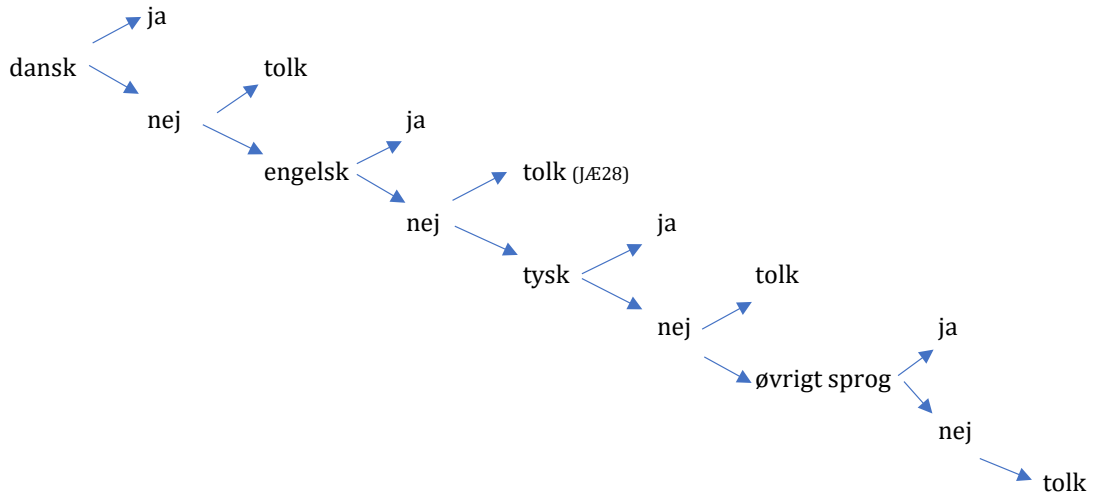


Fig. J.1 Jobcentrenes sprogvalg.

Modellen kan måske tydeliggøre: Hvis man vælger at se bort fra hhv. brug af tolk eller tysk og engelsk som lingua franca, kan konstateres, at der er et objektivt merbehov ift. især a) L2-tysk- og/eller L2engelsktalende østeuropæere (polakker, rumænere, russere, ukrainere, eks-jugoslavere) og b) arabisktalende samt i mindre grad tigrinsk- og farsi sorani-talende. Blandt de brugere, der er i regelmæssig kontakt med JY27 og mødes med enten tolk eller engelsk, hører desuden italienere og asiater.

9.2.5 Jobcentre: Subjektivt merbehov

Blandt de jobcentre, hvor der er hyppig eller regelmæssig kontakt med L1-tysktalende, er det kun JÆ30, der tilkendegiver, at man har for få sprogkompetencer på jobcentret, og udtalelsen refererer ikke kun til tysk, men til tysk som andet sprog efter engelsk i en ønskeliste, der ellers indbefatter arabisk, spansk og fransk. JY25 angiver som nævnt, at behovet er "okay dækket", men samtidig ytres ønske om **oversættelse af både fag- og**

forvaltningssproglige materialer til "tyskere og østarbejdere". Et dækket behov for tysk tilkendegives hos JY26 og JY27. Også JÆ29 anser det aktuelle behov for dækket, men ser et behov i fremtidigt perspektiv:

CITAT J.13 "Det her interview har da fået mig til at tænke, at det kommer jo til at være interessant ikke, når Femern- Bælt-forbindelsen skal bygges. Der er nogle behov der, også på langt sigt. Det kommer til at betyde, at vi kommer til at få en fast forbindelse mellem Tyskland og Østdanmark. I forhold til arbejdskraften for de mennesker, som vi får ind i landet. Som måske bosætter sig her, eller skal arbejde her. Der vil angiveligt sagtens kunne være et øget sprogbehov i fremtiden i forhold til, hvad der er nu. Fordi vi bliver et naboland på en lidt anden måde, end vi før har været. I hvert fald i Østdanmark." (JÆ29)

Det eneste sprog, som nævnes direkte som et subjektivt merbehov på sprogcentrene, er rumænsk (JY26).

9.3 Jobcentre: Rekruttering

9.3.1 Rekruttering af medarbejdere til jobcentrene

Hvilke forventninger har jobcenteret til sproglige kompetencer, når der rekrutteres nye medarbejdere?

Ingen krav om sprogkompetencer	Forventninger om fremmedsprogsfundament 1) engelsk; 2) tysk ◄——————►	Eksplicit krav om tysk (+ engelsk)
JÆ28, JÆ29	JY25, JY27 JÆ30	JY26

Tab. J.5. Jobcentre: rekruttering.

> CITAT J.14 *"Hvis vi skal kigge specifikt på vores jobcenter, så er det overhovedet ikke noget, vi stiller op som kriterier, når vi skal rekruttere medarbejdere i jobcenteret, at de er villige til at tale fremmedsprog, eller kaste sig ud i det. […] De skal tale dansk, og de skal skrive dansk på et rigtigt fint niveau."* (JÆ29)

Der forekommer ingen specifik rekruttering efter medarbejdere med fremmedsprogskompetencer i JY25, JY27, JÆ28, JÆ29 og JÆ30. Forventningerne er dog forskellige. Mens JÆ28 og JÆ29 ikke har forventninger til fremmedsprogskompetencer, peger JY27 på, at de fleste medarbejdere ansættes med en mellemlang videregående uddannelse og forventes at have i det mindste "et vist sprogligt fundament quasi [deres] studentereksamen" i

engelsk og tysk. Samme forventning ligger der hos JY25 og JÆ30, som – selvom der ikke anføres noget i stillingsopslag – evt. "spørger ind til det i forbindelse med [job]samtalen" (JÆ30), afhængigt af, hvilken funktion der ansættes til. Primær forventning her er engelsk og sekundært tysk. I JÆ30 kan det være/blive en del af kravet til jobbet.

> CITAT J.15 *"Det kommer helt an på funktionen, kan man sige. Hvis jeg skulle have en tværgående [transnational] situation, for eksempel nu med italienerne, der bygger på Storstrømsbroen, eller nu i forbindelse med Femern, hvor det er tysk, der primært er sproget, og vi så skal ud og søge en, så er det jo helt klart, at man vil gå efter en, der har de kompetencer. Det er en del af ansættelsen."* (JÆ30)

I jobcenter JY26 formuleres det eksplicit i flere stillingsopslag, at man forventes at kunne begå sig i skrift og tale på **tysk**. Desuden forudsættes det, at man kan engelsk. Det er dog ikke primære krav, og det afvejes ift. øvrige faglige kvalifikationer og erhvervserfaring. I den forbindelse peges der ift. uddannelsesområdet på et hul: "Nu sidder jeg med det forsikrede område, og der er en af udfordringerne, at der jo ikke er nogen formel uddannelse, der matcher. Så vi er nødt til at gå efter erfaringer" (JY26). Hvad der indirekte efterspørges her, synes at være en **kobling af socialforvaltningsuddannelser med fremmedsproglige kompetencer.**

Ud over tysk er der i JY26 fokus på **engelsk**. Også **rumænsk** bedømmes til at være relevant, men:

> CITAT J.16 *"Dem har vi så ikke så mange af, så det har vi opgivet at annoncere efter. Men altså det ville være lige så relevant faktisk, hvis der var nogen, der kunne rumænsk, men det er lidt urealistisk at rekruttere til det"* (JY26).

9.3.2 Rekruttering af jobcentrenes brugere

Oplever I, at der er nogen virksomheder, der efterspørger fremmedsprogskompetencer hos dem, de gerne vil ansætte?

L2-dansk ift. ikke-dansksprogede	Alment engelsk ift. ufaglært og faglært dansk og udenlandsk arbejdskraft	Tysk ift. til både ufaglært og uddannet dansk arbejdskraft (turisme, eksport)
JY25, JY26, JY27, JÆ28, JÆ29, JÆ30	JY25, JY27	JY27, JÆ29

Tab. J.6. Rekruttering af jobcentrenes brugere.

Generelt tilkendegives den opfattelse, at **dansk er det primære sprog**, der efterspørges ved ansættelse, dernæst **engelsk** og **tysk**.

L2-dansk. JY26 deltager i rekrutteringsprojektet "Job over grænsen" og oplever i den forbindelse, at det primære segment er ufaglært arbejdskraft og håndværkere, der – når der rekrutteres tysk arbejdskraft til Danmark – skal kunne "en vis grad af dansk". Det gælder også omvendt, men i mindre grad.

> CITAT J.17 *"Der er jo en import-eksport, for at sige det sådan, på rekrutteringen. Vi både sender den ene vej og den anden vej. Men vi konstaterer jo, at danskere, når vi kigger på arbejdsstrømmen, hvad vej man arbejder[…]så er der omkring en 10-11.000 tyskere, der pendler ind i Danmark og arbejder. Den modsatte vej så er vi jo under 1.000 på landsplan"* (JY26).

Om det segment, der vurderes at være relevant ift. andre fremmedsprogskompetencer end L2-dansk og L2-tysk, siges på jobcentret:

> CITAT J.18 *"Og alle de der akademikere og specialister af forskellig slags, der er vi ikke en del af det rekrutteringsmarked" (JY26).*

Tysk til både **ufaglært og uddannet dansk arbejdskraft**. JY27 og JÆ29, der er beliggende i områder med tysk turisme, peger på **alment tysk** som vigtig kompetence i **serviceringen af turister**.

> CITAT J.19 *"De virksomheder som vi ser for eksempel indenfor turismen. De har jo brug for nogen, der kan servicere på tysk." (JY27)*
>
> *"Indenfor turismebranchen, så er det et - altså hvis ikke folk er villige til det [at tale tysk], så kan de ikke blive ansat. Der er det et kriterie, at man er åben overfor det." (JÆ29)*

Også uddannet arbejdskraft med fx erhvervsøkonomi og tysk i kombination efterspørges i eksportvirksomheder (JY27).

Alment engelsk til ufaglært og faglært arbejdskraft, så "du kan klare dig i daglig tale" har JY27 erfaring for kan have så afgørende betydning for, om dansk arbejdskraft ansættes i internationale sjak på byggeprojekter, at JY27 kalder det "modsat diskriminering fra dansk side", dvs. dansk arbejdskraft fravælges til fordel for x-udenlandsk arbejdskraft, der kan indgå i x-sproget arbejdssjak.

9.4 Jobcentre: Efter-/videreuddannelse

9.4.1 Efter-/videreuddannelse for jobcentrenes medarbejdere

Hvis I skulle videreuddanne nogen af jeres medarbejdere, hvilke kompetencer i sprog eller kulturforståelse ville I så gå efter?

Fagsprog Forvaltningssprog (det sociale, beskæftigelsesfaglige) Sagsbehandlersamtalen			Alment sprog	Kulturforståelse (især integrationsområdet)
Fransk	Tysk	Engelsk	Tysk, engelsk	
JY26	JY25, JY26, JÆ29, JÆ30	JY26, JY27, JÆ30	JÆ30	JY25, JY27, JÆ28, JÆ30

Tab. J.7 Jobcentre: Efter-/videreuddannelse for jobcentrenes medarbejdere.

Tysk, engelsk, fransk fagsprog. JY26 peger både på tysk, engelsk, fransk fagsprog, dvs. **"jobsøgningssprog"** som relevant, herunder især den terminologi, der forbindes med dette område, altså fx at vide, hvad 'jobplan' eller pendanten hertil hedder på hovedsprogene. Krav til kurser er, at de skal være "billige, tæt på og relevante" (JY26).

> CITAT J.20 *"Hvis vi overhovedet skulle investere arbejdstid og arbejdskraft i sådan nogle sprogkurser, så skal der jo virkelig være behov for det, for vi har ikke så mange ressourcer, at vi kan frigøre folk i længere perioder til opgaver[...] Altså, vi danser jo ikke på ressourcer, for at sige det sådan. Så hvis der er nogen, der skal have sproget, så vil det formodentlig være et enkelt pladskøb et eller andet sted. Og så vil man jo også sige, at så skal det jo helst være så tæt på som muligt. [...] I og med at vi godt kan klare os uden, så skal det jo virkelig være noget særligt, der gør, at vi siger, det her er vi nødt til at gøre noget ved"* (JY26).

Tysk fagsprog kunne i JÆ30 blive relevant i forbindelse med de store anlægsprojekter. Især virksomhedskonsulenternes **kontakt til arbejdsgivere** skønnes at kunne kræve fagsprog. Hos JY25 er det mere **sagsbehandlingen** ift. tyske og østeuropæiske arbejdstagere, der kunne profitere af tysk forvaltningssprog. Hos JÆ29 bliver spektret fint samlet op, idet der på den ene side peges på brancherettet fagsprog, på den anden side på mundtligt tysk, der er tilpasset sagsbehandlerens professionalitet og "målrettet det sociale og beskæftigelsesfaglige område":

> CITAT J.21*"Det skulle være brancherettet. Forstået på den måde, at vi har jo fagsprog indenfor vores verden. Så er der jo også vores fagspecifikke ord. Så er der selvfølgelig det almene, fordi det er også en stor del af vores arbejde. Det her med*

at kunne konversere og kunne skabe en samtale og relationsdannelse og de her ting. Så vi har jo en del samtaleting, som vi også anvender. Altså vores metodiske bagkatalog til samtalerne. Så jeg vil sige, det var nok ikke sådan et handelskorrespondancekursus, det ville ikke være så relevant. Så skulle det være noget andet. Noget der var tilpasset og målrettet det sociale og beskæftigelsesfaglige område." (JÆ29)

Engelsk fagsprog. JÆ30 og JY27 har erfaring med at sende medarbejdere på kursus i **engelsk fagsprog**, specielt tilrettelagt for jobcentret og for JY27's vedkommende tilkøbt på lokal erhvervsskole: Lignende kursus i tysk skønnes i JY27 ikke at være så relevant, fordi tysksprogede eller L2-tysktalende normalt er EU-borgere og er bekendt med principperne på arbejdsmarked- og beskæftigelsesområdet fra hjemlandet, dvs. her kræver brugersamtaler ikke samme forklaringsniveau.

CITAT J.22 *"På et tidspunkt lavede vi sådan noget intern opkvalificering i engelsk for at styrke vores egne medarbejdere, for hvert sprog, hvert fag, har jo sine færdige ord, sit fagsprog eller terminologi. Hvordan forklarer man fx lige 'konsensus', og hvordan forklarer du 'rådighedsbegrebet' etc." (JY27).*

Alment engelsk. I JÆ30 gøres brug af kurser i alment engelsk, for "at finde trygheden i sproget, så man fremstår professionel" (JÆ30).

Kulturforståelse fremhæves som relevant ift. de socialrådgivere, der vil arbejde på beskæftigelsesområdet, af JY27, der fremhæver den forskel, der kan være på forskellige – også europæiske kulturers – opfattelse af offentlige myndigheder.

CITAT J.23 *"Der ligger jo nogle enkelte faglige uddannelser, for eksempel socialrådgivere. Og hvis de vil ind i den faglighed, der hedder beskæftigelsesområde, så kunne det godt være relevant, at man forholdt sig lidt til, hvordan man skal agere i et spil, hvor du mødes med forskellige. Og jeg ved ikke hvor lidt eller hvor meget. Men mig bekendt, tror jeg ikke at de snakker meget om det derinde endnu." (JY27)*

Samme faglighed efterspørges af JÆ28 og JÆ30 ift. integrationsområdet:

CITAT J.24 *"Måske noget kulturforståelse. Hvis jeg skulle tage den sådan helt specifikt for mit område som jo meget er det arabiske og afrikanske. Så ville det være noget kulturforståelse. Fordi jeg oplever jo tit at vi er langt fra hinanden, også selvom jeg synes, jeg har forklaret nogle ting. Når de [jobcentrets brugere] så kommer ud på arbejdsmarkedet, så kører den skævt alligevel. Så man kan sige, der er måske nogle ting som jeg – lige så vel som de skal forstå den danske kultur og alt det – så vil det måske være meget rart for mig at vide, hvad det egentlig*

er, de kommer fra, hvad det er, de har med i kufferten. Hvordan har deres hverdag fungeret? Hvordan har arbejdsopgaverne været? For at jeg måske bedre vil kunne hjælpe dem ud på det danske arbejdsmarked." (JÆ28)

JÆ28 foreslår kurser ude af huset, hvor flere centre slår sig sammen.

Kurser til forståelse af en kultur som den tyske ses som irrelevant af JÆ29:

CITAT J.25 *"Jeg tror ikke, at det vil have den afgørende betydning. Ikke når vi taler tysk, Tyskland og tyskere, fordi vi er så tæt på rent geografisk i forvejen hernede, altså jeg vil sige, vores kendskab til Tyskland og til tyskere og kulturen også, fordi vi har jo en kæmpestor turisme dernede fra, som går rigtig meget på tyskere. Så vi er vant til at have dem. Altså kommer man her i sommerhalvåret, som er vores turistsæson, […] så hører du flere tyskere end du hører danskere. Så vi er vant til at omgås tyskere, og ved godt, hvad kan man sige i gåseøjne, "hvad de er for nogle". Så nej, jeg tror at hvis vi endelig skulle videreuddanne os, så var det ikke kultur på den måde. Så var det på det sproglige." (JÆ29)*

9.4.2 Efter-/videreuddannelse for jobcentrenes brugere

Hvilke sprog/kulturemner kunne det være relevant for jobcentret at efter-/videreuddanne sine medarbejdere i?

L2-dansk for ikke-danskprogede	Tysk for danskere (turisme, service: sommerhusudlejning, -rengøring, restauranter, cafeer, butikker)	Engelsk for ufaglærte, faglærte danskere	Kulturforståelse for ikke-danskprogede
JY25, JY26, JY27, JÆ28	JY27, JÆ29	JY27	JÆ28

Tab. J.8. Jobcentre: Efter-/videreuddannelse for jobcentrenes brugere.

Primært **alment L2-dansk til ufaglærte og faglærte** anses for relevant for ikke-danskprogede (JY25, JY26, JY27, JÆ28).

CITAT J.26 *"De kan jo ikke få job hvis de ikke kan dansk. Uanset hvad virksomhederne må sige, at deres koncernsprog er og alt det pludder der, så er det jo altså sådan, at mange virksomheder siger, hvis vi skal have tysk eller udenlandsk arbejdskraft, så skal de kunne noget dansk, så de kan læse vores sikkerhedsretningslinjer. Så uanset hvordan man vender det, så skal de jo kunne en vis grad dansk."* (JY26)

CITAT J.27 *"Altså man kan sige: De [ikke-dansksprogede] er kommet til Danmark, og de skal lære dansk."* (JÆ28)

CITAT J.28 *"Så gør vi så det nogle gange, hvis de så kommer og er ledige, at vi sætter dem i gang med noget danskundervisning, fordi vi ved det er det eneste, der gør forskellen på, om de får næste job."* (JY27)

Et vigtigt argument for L2-danskkompetencer er, som det fremgår af JY26, **sikkerhed**saspektet. Det nævnes også af JÆ28. Vigtigt – og vigtigere end sproglig eller faglig opkvalificering – bedømmes dog jobsøgendes **motivation for at arbejde**: *"Det handler om, hvor motiverede og interesserede folk er. Så skal vi nok finde en vej, også uanset hvilket sprog du kan tale."* (JY26)

Tysk. JY27, der er placeret i et område med meget tysk turisme, ser tyske sprogkompetencer som relevante for jobsøgende. "Det er de færreste [danskere], der kan rigtigt tysk. Og altså her – der er det rigtigt tysk, de efterspørger" (JY27).

Det er et krav, at kurserne skal være **målrettede**, dvs. rettet mod **aktuelt erhverv**, og at de skal kunne indrettes til **mindre grupper** (JY27).

Kulturforståelse. JÆ28 peger på **kulturforståelse** med specifik reference til **arbejdskultur** som relevant efteruddannelsesområde for nytilkomne brugere med afrikansk og arabisk baggrund:

CITAT J.29*"Når du kommer nede fra Syrien, så er det oftest sådan, at din arbejdsgiver giver dig en opgave, og når du har løst den opgave, så stiller du dig op og ligesom venter på at få den næste opgave udleveret af chefen. I Danmark skal du faktisk hele tiden helst kunne være selvkørende og selv kunne se, jamen, når jeg har lavet det her, så skal jeg faktisk lave det her, og når mine kollegaer har brug for en hånd, så går jeg over og hjælper. Det er jo sådan en ting, man som dansker lægger rigtig meget vægt på, at man kan, altså at man er initiativrig, og det ligger rigtig langt væk fra dem her. Det er sådan noget, vi skal have dem lært." (JÆ28)*

9.5 Jobcentre: Udfordringer og katalysatorer

Nedprioritering i uddannelsessystemet, manglende viden og fordomme og – både som virkning og årsag – en forsinket og engelskfiltreret nyhedsstrøm i medierne nævnes på jobcentrene som bremseklodser, der begrænser og hæmmer danskeres brug af tysk og til dels også fransk. Omvendt ses et infrastrukturprojekt som Femern Bælt-forbindelsen som mulig katalysator for tysk.

Uddannelsessystem: **Nedprioritering af det (u)smarte**?

CITAT J.30 *"Det er virkelig blevet et problem, at selvom Tyskland er en af vores allerstørste sammenhandelspartnere erhvervsmæssigt, så er det noget, vi i hele vores uddannelsessystem nedprioriterer. På et eller andet tidspunkt var der nogen, der syntes, at tysk ikke var smart. […] vi trænger simpelthen til at få en forståelse af, at hvis vi vil noget som nation Danmark, så er det ikke nok, at vi kan engelsk." (JY27)*

Medier: Forsinkelse i nyhedsstrømmen, engelskfiltrerede nyheder:

CITAT J.31*"Du kan også se det i medierne, nu bor jeg til daglig i Flensborg, så jeg følger de tyske medier, tysk radio osv. Jeg har selv boet i Frankrig også, og det, der altid har slået mig, det er, at en international nyhed, sådan en af de mindre, som jeg har hørt om dagen før, den kommer først i de danske medier dagen efter. Det er jo fordi, de først skal læse de engelske aviser. […] Der er simpelthen totalt manglende sprogkundskaber. På nyhedsområdet er det faktisk helt tydeligt. At der simpelthen er forsinkelse nogle gange på nogle ting,[…] og det er et handicap, […] hvis nyhedsstrømmen og viden har den der forsinkelse, fordi den skal oversættes fra engelsk. Der er nogle ting, som ikke kommer med, fordi de engelske eller engelsksprogede medier ikke interesserer sig for det. Så ved vi det jo heller ikke. […] Det er bare bekymrende, at virksomhederne ikke er klar over det problem, for så er der jo altså nogle ting, de misser." (JY26)*

Fordomme og manglende viden. I forbindelse med rekruttering peger JY26 især på ubalancen mellem pendlerstrømmen af hhv. dansk arbejdskraft ind i Tyskland og tysk arbejdskraft ind i Danmark. Hvad ligger der til grund for den skæve fordeling? JY26 fremhæver dels danske fordomme i forhold til tysk og danskeres manglende evne til at begå sig på fremmedsprog, dels rekrutteringen på tysk side som hindringer:

CITAT J.32 *"Det er en masse fordomme, danskerne har – frygtelige. De er meget, meget dårlige til at arbejde i udlandet efter min mening. Det er sjovt at sige det ikke. Altså jeg har ikke en anden forklaring, for i hvert fald i forhold til tysk har danskerne helt vildt mange fordomme. Jeg tror, at det er nogle kulturelle ting vi er oppe imod. Nogle ideer om, hvordan det tyske arbejdsmarked er, og hvordan arbejdspladserne er, og hvordan betalingen er, og alt sådan noget der. […] Der er brug for lidt mindre frygt for det tyske i Danmark. Altså det, der er sjovt, det er jo, at tyskerne kan jo lige så dårligt dansk, som vi kan tysk. Måske endda endnu mere. Men de er ikke spor bange for at tage herop og arbejde. […] Så kan der også ligge noget i, at tyske arbejdsgivere måske er nogle klovner til at rekruttere udenlandsk arbejdskraft. Det er sådan noget andet i det også. At de ikke har fokus på det" (JY26).*

Danske fordomme har JY26 især oplevet komme til udtryk på informationsmøder:

CITAT J.33 *"Når vi har informationsmøder, så gør vi altid opmærksomme på, at der er et arbejdsmarked syd for grænsen. Det er bemærkelsesværdigt at se, at der er nogle, der bliver vildt ophidset over, at vi overhovedet siger sådan noget. Så der er jo nogle fordomme, og der er jo nogle ting i det her, vi er inde at røre ved et eller andet".(JY26)*

Store anlægsprojekters tilnærmelse af regioner til hinanden som katalysator for fremmedsprog? I flere interview, især med JY27, JÆ29 og JÆ30 fremhæves infrastrukturprojekters betydning for brugen af fremmedsprog. Selve anlægsfasen fører megen udenlandsk arbejdskraft til landet og giver skulder-ved-skulder-nærhed mellem dansk- og fremmedsprogede. Perspektiver ligger der desuden i tiden efter færdiggørelsen af et projekt som Femern-Bælt-forbindelsen.

CITAT J.34*"Det kommer jo til at være interessant ikke,[...]når Femern Bælt-forbindelsen skal bygges [...] Der vil angiveligt sagtens kunne være et øget sprogbehov i fremtiden i forhold til, hvad der er nu. Fordi vi bliver et naboland på en lidt anden måde, end vi før har været. I hvert fald i Østdanmark. Hvis man nu tænker på Sønderjylland og Nordtyskland, og hvor mange der ubesværet taler både dansk og tysk hen over grænsen. [...] Det tror jeg bare vil blive endnu mere i takt med, at vi får en fast forbindelse til Tyskland. Altså vi vil komme til at tale mere tysk. Det tror jeg helt sikkert." (JÆ29)*

9.6 Jobcentre: Opsamling

9.6.1 Jobcentre: Objektivt behov, opsummeret

Kontakt	L1-tysk	Fransk	L2-tysk, L2-engelsk
Aldrig	JÆ28	JY25, JY27, JÆ28, JÆ29	
Sjældent	JY27	JY26, JÆ30	
Regel-mæssigt	JY25, JÆ29, JÆ30		JY25, JY26, JY27, JÆ28, JÆ29, JÆ30
Ofte	JY26		

Tab. J.9. Jobcentre: kontaktfrekvens opsummeret.

9.6.2 Jobcentre: Subjektivt behov, opsummeret

Meddelt behov	Tysk	Fransk
Dækket	JÆ28, JÆ29	JÆ28, JÆ29
Både-og	JY25, JY26, JY27	JY25, JY26, JY27
Udækket	JÆ30	JÆ30

Tab. J.10. Jobcentre: subjektivt behov, opsummeret.

9.6.2.1 Opgaver, der kræver fremmedsprogskompetencer

Funktion	**Modtagelse**	**Sikringsområdet**	**Integrationsafdeling**	**Virksomhedskontakt (+kontakt til øvrige samarbejdspartnere)**	**Borgerservice**
Eksempler på opgaver/emner for interaktion med fremmedsprogede	Visitation	Dagpenge Sygedagpenge "lovgivnings-seværdigheder" (JY27) Rettigheder og pligter	Vejledning (liv og hverdag, daginstitution, boligstøtte, sprogskole, praktik, arbejde)	Formidling af job Formidling af arbejdskraft Forklaring af jobfunktioner (sprogkort, JÆ28) Jobmesser	Pas Kørekort vielser

Tab. J.11. Jobcentre: Opgaver, der kræver fremmedsprogskompetencer, opsummeret.

9.6.2.2 Kulturelle opmærksomhedspunkter

- Integrationsafdelingernes brugere: forståelse af det danske system, velfærdsstat, arbejdskultur, opfattelse af myndigheder.

9.6.3 Jobcentre: Ubevidst behov, opsummeret

Et ubevidst behov kan til dels konstateres hos JY25, JY27, JÆ29 og JÆ30 i den forstand, at disse jobcentre alle angiver at have regelmæssig kontakt med L1-tysktalende, men samtidig alle angiver, at de er af den opfattelse, at der kan anvendes engelsk, hvis jobcentermedarbejderen ikke kan tysk (altså også frem for tolk).

9.6.4 Jobcentre: Objektivt merbehov, opsummeret

Kun et jobcenter anvender konsekvent tysk i kommunikationen med L1-tysktalende. Fire anvender engelsk eller tysk, og et jobcenter har ikke kontakt med tyskere.

Fransk anvendes sporadisk af to af jobcentrene.

9.6.5 Jobcentre: Subjektivt merbehov, opsummeret

- Tysk (JÆ30). Tysk oversættelse af både fag- og forvaltningssproglige materialer til "tyskere og østarbejdere" (JY25).
- Arabisk, spansk, fransk (JÆ30).
- Rumænsk (JY26).

9.6.6 Jobcentre: Rekruttering, opsummeret

	Tysk
ingen krav	JÆ28, JÆ29
Implicit forventning	JY25, JY27, JÆ30
Explicit krav	JY26

Tab. J.12. Jobcentre: Rekruttering af jobcentres medarbejdere, opsummeret.

L2-dansk ift. ikke-danskprogede	Alment engelsk ift. ufaglært og faglært dansk og udenlandsk arbejdskraft	Tysk ift. til både ufaglært og uddannet dansk arbejdskraft (turisme, eksport)
JY25, JY26, JY27, JÆ28, JÆ29, JÆ30	JY25, JY27	JY27, JÆ29

Tab. J.13. Rekruttering af jobcentres brugere.

9.6.7 Jobcentre: Efter-/videreuddannelse for jobcentrenes medarbejdere, opsummeret

- Tysk fagsprog (forvaltningssprog, det beskæftigelsesfaglige, sagsbehandling, arbejdsgiverkontakt) (4)
- Engelsk fagsprog (forvaltningssprog, det beskæftigelsesfaglige, sagsbehandling, arbejdsgiverkontakt) (3)
- Fransk fagsprog (forvaltningssprog, det beskæftigelsesfaglige, sagsbehandling) (1)

- Alment tysk (1)
- Alment engelsk (1)
- Kulturforståelse, integrationsområdet (4).

9.6.8 Jobcentre: Efter-/videreuddannelse for jobcentrenes brugere, opsummeret

- Tysk til turismebranchen (2).
- Engelsk for ufaglærte, faglærte (1).
- L2-dansk for ikke-dansksprogede (4).
- Kulturforståelse for ikke-dansksprogede (1).

9.6.9 Jobcentre: Udfordringer, katalysatorer, anbefalinger, opsummeret

a) Uddannelsespolitisk udfordring

   - Nedprioritering af det (u)smarte

b) Øvrige udfordringer

   - Medier, engelskfiltrerede nyheder
     Fordomme og manglende viden

c) Katalysatorer

   - Store anlægsprojekter, bl.a. Femern Bælt-forbindelsen.

d) Uddannelsespolitisk anbefaling

   - Kulturforståelse som integreret del af socialrådgiveruddannelsen.

„Hvis man bor i 15 kilometers afstand af hinanden, så er det da godt at kunne sproget.” (31tT)

„Fra mit perspektiv er det altid vigtigt, at du har en fornemmelse for mentalitet og kultur, fordi du ellers meget hurtigt vækker anstød [”aneckst”] Du er nødt til at vide, hvordan folk reagerer i et land, eller hvordan du skal forholde dig, det er i alle tilfælde vigtigt.” (32tF)

”Man gør sig jo nogle billeder af hinanden. Eller også når vi spørger om forskellige ting. Nogle gange går vi jo lidt mere i detaljer, end kunden egentlig synes er nødvendigt. Men kunden kender jo ikke vores interne arbejdsgange. Der er simpelthen ting, vi skal vide, og som vi har brug for til vores sagsbehandling, og det kan kunden jo ikke vide." (33tJ)

„Lidt flere kompetencer kunne i nogle tilfælde godt hjælpe lidt på situationen. Der er plads til forbedringer. [...] Fx når nogen ringer fra Tyskland i ferietiden og bare bliver stillet videre fra den ene til den anden oppe i firmaet [i Danmark], fordi der ikke rigtig er nogen, der kan forstå, hvad vedkommende vil, og vedkommende så ender med at være en smule frustreret.” (35t)

”Så snart Femern Bælt-forbindelsen bliver bygget og står færdig, tror jeg, at det danske sprog får en helt anden status her i regionen end hidtil. Altså lige nu er vi lidt i venteposition” (34tJ)

”De [danskere] kan ikke ret meget tysk, eller de vægrer sig ved at tale det” (36t)

10

Tysksproget perspektiv på danske virksomheders/institutioners fremmedsprogsbehov

10.1 Tysksproget perspektiv: Kort profil

I undersøgelsen indgår seks respondenter, som repræsenterer det tysksprogede perspektiv på forskellig vis. Direkte pendanter til danske respondenter er 31tT, som er et kunst- og kulturhistorisk museum i Hamburg; 32tF, som er en tysk fødevarekoncern, der producerer frost-bagværk i Bayern, samt 33tJ og 34tJ, der er jobcentre i hhv. Flensburg og Lübeck. 35t er en danskejet koncern, men interviewet er gennemført med virksomhedens salgschef for Sydtyskland. 36t er en enkeltmandsvirksomhed (oversættelsesbureau) i Basel.

	31tT	32tF	33tJ	34tJ	35t	36t
Respondent	Vicedirektør	Eksportchef	Rådgivende i EURES-afdeling	Jobformidling, virksomheds-kontakt	Salgschef i Sydtyskland	Indehaver af oversættelsesbureau
Virksomhedstype	Museum, Hamborg	Tysk fødevarekoncern, Bayern	Jobcenter, Flensburg	Jobcenter, Lübeck	Moderselskab er danskejet koncern Dyrefoder Brande	Enkeltmandsvirksomhed m. freelancetilknyttede oversættere, Basel
Antal ansatte	>250 frivillige	800 (koncern: 2700)	2 i afd.	1.400	1	
Øvrigt sprogrelevant	67.000 besøgende/år25	"hele verden" Filialer i 24 lande	Eksport >35 lande			
	÷	÷	5 basal/middel, 2↑	3 basal/middel	÷ (i ty afd.)	1↑
Øvrige sprog	Engelsk:	Engelsk: generelt	Engelsk	Engelsk	Engelsk er koncernsprog	Engelsk, fransk, italiensk, spansk,

		Ca. 20 sprog anvendes i virksomheden			Fransk	portugisisk, svensk norsk, islandsk, nederlandsk + 26 øvrige

Tab. TP.1. Tysksproget perspektiv: kort profil.

10.2 Tysksproget perspektiv: Behov

De foregående kapitlers objektive spørgsmål vil i dette kapitel blive bibeholdt, dvs. kontaktfrekvens (10.2.1), og objektivt merbehov (10.2.4). Mht. de subjektive skønsspørgsmål vil et fokus være de tysksprogede respondenters perspektiv på og vurdering af danske samarbejdspartneres fremmedsprogskundskaber, jf. subjektivt behov (10.2.2) og subjektivt merbehov (10.2.5). Et ubevidst behov for fremmedsprogskundskaber vil blive konstateret ud fra meddelt (vurderet) dækket behov ift. kommunikationen med danskere og meddelt regelmæssig og hyppig kontakt med danskere (10.2.3).

10.2.1 Objektivt behov

En hyppig kontakt med danske samarbejdspartnere har jobcenter 33tJ og salgschefen i 35t; 32tF og 34tF har ugentlig kontakt, og også 36t beskriver kontakten som regelmæssig. Museet 31tT bedømmer kontakten med danske samarbejdspartnere til at være så sjælden som en gang årligt, når den bedømmes gennemsnitligt over en årrække. Hertil kommer dog de uregistrerede museumsbesøgende, som ikke er inkluderet i denne angivelse.

Hvor ofte har virksomheden kontakt med L1-dansktalende?

31tT	32tF	33tJ	34tJ	35t	36t
Sjældent (1x/år)	Regelmæssigt (ugentligt)	Ofte (dagligt)	Regelmæssigt (ugentligt)	Ofte (dagligt)	Regelmæssigt

Tab. TP.2. Tysksproget perspektiv: kontaktfrekvens.[25]

10.2.2 Det subjektive behov

Hos de respondenter, der selv råder over dansk på højt niveau/modersmålsniveau, anses behovet for fremmedsprogskompetencer for at være dækket i kommunikationen med danskere hos to (33tJ, 36t), og udækket hos den tredje (34tJ). De øvrige tre, der ikke råder

over danskkompetencer, ser behovet som dækket (32tF) eller som dækket "med plads til forbedringer" (31tT, 35t).

Er behovet for fremmedsprogskompetencer dækket ift. den kommunikation, der er med danskere?

dækket udækket 33tJ, 32tF, 36t 31tT 35t 34tJ Tab.TP.3. Tysksproget perspektiv: subjektivt behov.

Ja. 36t og 34tJ råder begge selv over danskkompetencer på højt niveau/modersmålsniveau og

tilkendegiver, at behovet for fremmedsprogskompetencer ift. den kommunikation, der er med danskere, er dækket. I jobcenter 33tJ's EURES-team tilkendegives det, at "hvis man ikke kan dansk, så kommer man slet ikke på tale til et job" (33tJ). Selvom det nuværende behov for dansk anses for dækket, ytres der tvivl om, hvordan det fremtidigt ser ud:

CITAT TP.1*"Vores EURES-team består jo kun af to personer, og vi kan begge dansk, men hvis vi skulle skiftes ud, kunne det blive svært. For vi har det jo begge to som andet modersmål, altså hhv. dansk og tysk, og kollegerne i huset anvender ikke dansk hver dag. Der er nogle, der har gået i dansk skole, men jeg tror ikke – måske er der en eller to, der kan det mere eller mindre flydende, men det kan man principielt ikke gå ud fra. De har måske basale kundskaber, men ikke noget der rækker til en vejledningssamtale."*

Hverken 32tF eller 31tT råder over danskkompetencer. Mens 32tF meddeler, at virksomheden kunne profitere af at råde over bedre franskkompetencer, men at behovet for fremmedsprogskompetencer mht. kommunikationen med danskere anses for dækket, giver 31tT udtryk for, at "det kunne være dejligt, hvis der var nogen, der kunne dansk":

CITAT TP.2 *"Man kan klare sig med engelsk uden problemer i Danmark. Det er min erfaring. Jeg har, tror jeg, kun engang mødt en, der ikke forstod, hvad det var, jeg ville, men ellers har jeg aldrig haft nogen problemer med at komme igennem på engelsk i Danmark." (32tF)*

CITAT TP.3 *"I princippet ja, men som nævnt ville det være dejligt, hvis der var nogen, der kunne dansk. Det skyldes, at vi stadig føler os forbundet med Danmark, og absolut mere forbundet end med nogen andre europæiske lande i nærmeste omkreds." (31tT)*

Nja. Danskernes behov for tysk anses af 35t ikke for at være helt dækket. Det gælder især i

ferieperioder og i den kundeservice til tyske kunder, som evt. efterspørger forklaringer ifm. produkter: CITAT TP.4 *„Lidt flere kompetencer kunne i nogle tilfælde godt hjælpe lidt på situationen. Der er plads til forbedringer. […] Fx når nogen ringer fra Tyskland i ferietiden og bare bliver stillet videre fra den ene til den anden oppe i firmaet [i Danmark], fordi der ikke rigtig er nogen, der kan forstå, hvad vedkommende vil, og vedkommende*

så ender med at være en smule frustreret. Sådan nogle ting har vi haft. Som så ender med, at vedkommende ikke får ordnet det, han ringede for, men bare er frustreret. Det er i sådan nogle situationer, at man må sige, da kunne man godt tænke sig at have nogen, der kunne så meget, at han kunne hjælpe kunden videre. Det kan også være, når der er en, der ringer, for at få noget forklaret, men hvor det så ikke kan lade sig gøre, fordi der ikke er nogen." (35t)

Nej. Jobcenter 34tJ meddeler klart ("Das würde ich unterschreiben", 34tJ), at der både på dansk side

er behov for bedre tyskkompetencer og på tysk side for bedre danskkompetencer.

10.2.2.1 Meddelte behov ift. specifikke situationer, funktioner og opgaver. I det følgende redegøres for, hvilke **situationer, funktioner og opgaver** det er, respondenterne ser et behov for at kunne kommunikere med danskere i.

31tT. De situationer og opgaver, der fremhæves af 31tT, er først og fremmest **kontakten med danske museer og forskningsinstitutioner og besøg af danske forskere** ifm. arrangementer, men også **publikumskontakten** på museet, både den umiddelbare, som kustoden eller museumsvagten varetager, og de egentlige **omvisninger** af danske grupper. Disse sidste beskrives som så forskelligartede som "sejlerklub", "byplanlæggere" og "historikerforening".

CITAT TP.5 *"Den vigtigste anledning til kontakt med danskere er lån. Vi får igen og igen forespørgsler fra danske museer, som gerne vil låne værker fra vores samlinger til deres udstillinger. […] Vi har haft et fantastisk samarbejde med Den Hirschsprungske Samling om maleren Anton Melbye, som vi så at sige genopdagede sammen. […] Og lige nu har vi jo det tysk-danske venskabsår, hvor vi planlægger med foredrag af hhv. en dansk og en tysk historiker. (31tT)*

I samarbejdet med danske museer og forskningsinstitutioner anvendes både tysk og engelsk, i mailkorrespondance og telefonisk kontakt med dansk publikum også både tysk og engelsk, men i omvisninger for danskere på museet hovedsagelig engelsk, og også i publikumskontakten, som varetages af medarbejdere med "til dels lavt uddannelsesniveau" på museet, engelsk.

32tF og 35t har som store private virksomheder flere ting til fælles i deres svar. **32tF** beskriver alle opgaver, der har med **salg** at gøre, som vigtige for vurderingen af behov:

CITAT TP.6 *"Det er egl. altomfattende og strækker sig fra kundepleje, produktbeskrivelse, ordremanagement – altså at videregive bestillinger – listning af artikler, korrespondance, især om kvalitetssikring, hvad sker der i Danmark, hvilke aktuelle kvalitetskrav har du i Danmark, som vi skal opfylde […] Det omfatter egl. alt. Det begynder ved produktbestilling og ender sluttelig med det regelmæssige samarbejde med kunden.*

Altså, afgivelse af bestilling, ordrebehandling i vores system, ordrebekræftelse til kunden, leveringsbekræftelse etc." (32tF)

Netop salgssituationen betones også af 35t, der ser det som en nødvendighed, at de danskere, der vil agere kommercielt i Tyskland, behersker tysk: CITAT TP.7 *"Tyske kunder er faktisk knyttet til deres tyske sprog, også fordi mange, godt nok aldersafhængigt, ikke har så meget at gøre med engelsk. Det vil sige, i det øjeblik, hvor der kommer medarbejdere fra Danmark til Tyskland, er det egentlig nødvendigt for at kunne kommunikere med disse kunder, at man kan mere eller mindre godt tysk, fordi kommunikationen ellers bare ender lidt midtimellem i en engelsk oversættelse, som jeg så inddrages i, og det er ikke ubetinget det, som folk i Tyskland bryder sig om. De vil gerne tale direkte med manden uden mellemled, og hvis man rejser den lange vej fra Danmark, så er det selvfølgelig også bedre, at kunden kan tale direkte med en. [...] Måske er det også et spørgsmål om mentalitet her i Tyskland.* ***Vi forventer, at modparten taler tysk, hvis han vil* sælge her eller forklare nogle ting. Det er sådan forventningen. Selvfølgelig skyldes det også, at en stor** *part af vores kunder hører til det mere satte segment. De efterfølges af yngre generationer, men selv hos de yngre generationer er det ikke sikkert, at engelsk er det foretrukne sprog. Det er ikke sådan, at man kan sige, at en der gik ud af skolen for fem år siden, gerne vil tale engelsk med mine danske kolleger, altså det er det ikke. Sproget er simpelthen tysk."(35t)*

Mht. om det fortrinsvis er i mundtlig eller skriftlig kommunikation der opleves et behov for sprog, tilkendegiver 32tF, at begge dele er relevante, men at have tingene "sort på hvidt" er vigtigt for den tyske virksomhed:

CITAT TP.8 *"Når det handler om ordrebehandling vil jeg sige, at 95% af kommunikationen er skriftlig. I mit arbejde [salg] er det 60%. Det er en blanding, altså 50-60% skriftligt og den anden del over telefonen. Der er rigtig meget, der bliver aftalt over telefonen, afklaret på forhånd, og hvis der så er nogle betingelser, der skal fastholdes, så skriver man en e-mail, fordi det ganske enkelt er vigtigt, at du har det sort på hvidt." (32tF)*

36t, der også er privat virksomhed, men kendetegnet ved at være enkeltmandsvirksomhed, der lever af det professionelle sprogarbejde, anvender både dansk i **kommunikationen om oversættelsesopgaver og i selve opgaverne**. Dansk anvendes ikke kun i kommunikationen med danske forretningspartnere, men også ift. partnere i Oslo. Selv oversætter respondenten fra de skandinaviske sprog til tysk, på spørgetidspunktet hovedsagelig fra norsk til tysk.

33tJ og 34tJ kan nævnes under et. De opgaver, de som grænsenære jobcentre har, der kræver udveksling med danskere, er fælles:

- Vejledning for tyske jobsøgende, som søger arbejde i DK (formidling af informationer om arbejdslivet i DK og det danske system). - Kontakt til og vejledning af danske arbejdsgivere,

som rekrutterer fra Tyskland (hjælp til jobannoncer + information om f.eks. PD U1, der bruges til at overføre danske arbejds- og forsikringsperioder ifm. arbejdsløshedsunderstøttelse i et andet EØS-land. - Samarbejde med dansk netværk (herunder Regionskontoret i Padborg). - Deltagelse i danske informationsarrangementer. - Afholdelse af fælles arbejdsgiver-arrangementer for tyskere og danskere med oplægsholdere fra begge sider af grænsen. - Pressekontakt.

34tJ beretter desuden om **projektsamarbejde** over treårige forløb med månedlige fysiske eller telefoniske møder med danske samarbejdspartnere og en **jobswop**-ordning, hvor jobcentermedarbejdere fra tysk side i en fjortendagesperiode arbejder på dansk jobcenter og omvendt.

Som i kapitlet om danske jobcentre skal her også nævnes de sprogkrav, som de tyske **jobcentres brugere** bliver mødt med mht. dansk. 33tJ vurderer således, at tyske arbejdsgivere snarere efterspørger dansk end danske arbejdsgivere tysk:

> CITAT TP.9 *"I Tyskland er det sådan, ikke at det er et krav, og at det absolut er nødvendigt, men man siger, 'Mand, hvis du kan dansk, så er det godt!' Fx når det drejer sig om handel og gastronomi. Der er det en fordel at kunne dansk, fordi danskernes købekraft simpelthen er vigtig her. Men omvendt er der ikke samme efterspørgsel, altså hvis man ser på Danmark." (33tJ)* Trods sidste sætning i dette udsagn betoner 33tJ, at behovet afhænger af, hvilken erhvervsgruppe man tilhører. Tyske håndværkere behøver ikke nødvendigvis kunne dansk, men en maskinfører eller en, der arbejder ved samlebånd, skal kunne noget. **Sikkerhedsregler** er vigtige at kunne forstå, som det også ses i flere danske interview:
>
> CITAT TP.10 *"For håndværkere på en byggeplads er det ligegyldigt. Der samles de forskelligste nationaliteter; derfor er det ligegyldigt, om man kan dansk. Men hvis man fx er maskinfører, så lægger de vægt på, at man kan dansk. Og hvis man har kundekontakt, så skal man kunne dansk. Jeg har også haft et eksempel på en, der skulle arbejde ved samlebånd og ikke kunne læse advarselsskiltene, fordi de var på dansk. Det dur ikke, så får man et sikkerhedsproblem. Det som vi også altid hører, det er, at selvom danskerne kan tysk, så skal tyskerne integrere sig og snakke dansk, for snakke tysk hele tiden, det vil danskerne ikke." (33tJ)*

34tJ fortæller, at der er tyske virksomheder med danske medarbejdere i jobcentrets region, men at sproget ikke spiller større rolle, end at det er "nice to have". Arbejdssproget er tysk. Som 33tJ tilkendegiver 34tJ dog, at grænsehandlen og en del af turistindustrien til dels rekrutterer medarbejdere med danskkompetencer:

CITAT TP.11 *"Vi har grænsehandlen, hvor danskerne kommer til Tyskland for at købe deres alkohol; der kan det være nyttigt, hvis der er medarbejdere, som kan dansk, og der bliver der også gerne ansat danske medarbejdere, men det er lidt undtagelsen. Og så har vi, ligesom I har Lalandia i Danmark, fx Weißenhäuser Strand, hvor 70% af gæsterne er danskere eller svensker. De skriver i deres stillingsannoncer, at de gerne ser, at man kan dansk eller svensk." (34tJ)*

Interessant er det, at 34tJ føjer til, at lønniveauet i Tyskland betyder, at der ikke er mange L1dansktalende, der søger disse job (34tJ). Interessant, fordi det harmonerer med den opfattelse, der kommer til udtryk hos JY26 (citat J.32).

10.2.2.2 Meddelte behov mht. kulturel forståelse

36t vurderer ikke danskernes viden om tysksproget kultur til at være særlig stor. 32tF peger på et generelt behov for *cross-cultural competence*, og også 31tT fremhæver et behov ift. forståelsen af og tilpasningen til den andens kultur:

CITAT TP.12 *„Fra mit perspektiv er det altid vigtigt, at du har en fornemmelse for mentalitet og kultur, fordi du ellers meget hurtigt vækker anstød ["aneckst"…] Du er nødt til at vide, hvordan folk reagerer i et land, eller hvordan du skal forholde dig, det er i alle tilfælde vigtigt." (32tF)*

CITAT TP.13*"Det er ikke sproget der udgør en barriere, men derimod kulturelle forskelle. Altså fx sådan nogle detaljer, som at man i Tyskland først siger De til alle og holder meget på formerne. Jeg tror, at man i Danmark er meget mere på fornavn og siger du. Arbejdsgangene er selvfølgelig forskellige fra land til land, og det er et emne, man er nødt til at kommunikere om.[…] Eller administrative spørgsmål, fx hvordan man udsteder en faktura, som bliver accepteret af både det tyske og det danske skattekontor; hvordan det er med skatten, hvordan det er med de internationale skattenumre." (31tT)*

Hos både 33tJ og 34tJ hører det til arbejdsopgaverne at forberede tyske arbejdstagere på dansk kultur. 33tJ peger dog på, at der ikke kun er interkulturelle barrierer, men også intrakulturelle:

CITAT TP.14*"Man gør sig jo nogle billeder af hinanden. Eller også når vi spørger om forskellige ting. Nogle gange går vi jo lidt mere i detaljer, end kunden egentlig synes er nødvendigt. Men kunden kender jo ikke vores interne arbejdsgange. Der er simpelthen ting, vi skal vide, og som vi har brug for til vores sagsbehandling, og det kan kunden jo ikke vide. Men det er jo ikke kun en rent [inter]kulturel ting. Det kunne også forekomme, hvis jeg snakkede med en tysker, der ikke kendte mine arbejdsgange."(33tJ)*

10.2.2.3 Vurdering af danskernes fremmedsprogskompetencer

Meddelelserne om subjektivt behov hænger tæt sammen med vurderingen af danskernes fremmedsprogskompetencer, og i denne vurdering rangeres tysk gennemgående lavere end engelsk:

Hvordan vurderer du danskernes fremmedsprogskompetencer?

Tysk		
Meget basale	⟷	Meget gode
36t	31tT, 32tF, 35t, 34tJ 33tJ	

Tab.TP.4 Tysksproget perspektiv: Vurdering af danskernes fremmedsprogkompetencer.

Engelsk		
Meget basale	⟷	Meget gode
	36t 31tT, 32tF, 35t, 34tJ	

Tab.TP.4 Tysksproget perspektiv: Vurdering af danskernes fremmedsprogkompetencer.

Tyskkompetencer: Det middelniveau, som de fleste respondenter lægger sig fast på, er et gennemsnitligt skøn, som nås ud fra oplevelsen af enkelte danskere med rigtig gode tyskkompetencer, andre med middel og igen andre med kun helt basale receptive kompetencer:

> CITAT TP.15 *"De, der henvender sig på tysk og gerne vil kommunikere på tysk, de er meget gode til tysk. De, der foretrækker engelsk, gør det, fordi de ikke er så sikre på tysk, eller fordi engelsk ift. tysk for dem er det fremmedsprog, som de kan tænke, skrive og tale hurtigst på. Jeg har lagt mærke til, at de omvisninger, vi har med danske grupper, altid foregår på engelsk." (31tT)*
> CITAT TP.16 *"Der er nogle, der råder over basiskompetencer, andre der taler supergodt tysk." (32tF)*
> CITAT TP.17 *"Hvis jeg nu tager de ti vigtigste personer, som jeg har med at gøre til daglig, så er der maksimalt to, der kan tysk rigtig godt – godt til rigtig godt – og de andre…tre er det muligt at kommunikere om mere end det allermest nødvendige med, og hos de sidste fem begrænser kommunikationen sig til det mest nødvendige og måske lidt smalltalk. Det er kun hos to ud af de ti, at jeg virkelig kan forlade mig på, at op til 90% af det sagte bliver forstået." (35t)*

Danskernes tyskkompetencer afhænger af alder og er kort sagt et generationsspørgsmål. Ældre danske samarbejdspartnere er bedre til tysk end deres yngre danske kolleger:

CITAT TP. 18 *"Jeg har en fornemmelse af, at de ældre danskere taler et bedre tysk end deres yngre kolleger. […] Derfor kan jeg mærke, når vi snakker med danskerne, at det fungerer bedre på engelsk med dem, der er yngre, og på tysk med dem, der er ældre." (34tJ)*

Samstemmende lyder det fra 33tJ, som starter med at bedømme danskernes tysk til at være "Gut. Also in der Regel sehr gut".

CITAT TP.19 *"Jeg vil sige, at danskerne er mere indstillede på at snakke tysk, end omvendt. […] Men det er et generationsspørgsmål. Ældre danskere kan ofte bedre tysk end yngre danskere. Jeg vil mene, at folk, der er født efter 1970, er dårligere til tysk end folk, der er født før. De ældre kan og vil også gerne tale tysk, men de yngre kun lidt. Det er min vurdering." (33tJ)*

Som kontrast hertil kan anføres 36t's bedømmelse af danskernes tyskkompetencer som "meget basale": CITAT TP.20 *"De kan ikke ret meget tysk, eller de vægrer sig ved at tale det" (36t)*

Engelskkompetencer. 31tT, 32tF, 34tJ og 35t vurderer danskernes engelskkompetencer som "gode", og et par af dem også som bedre end tyskernes. 32tF peger på, at det gælder hele Skandinavien:

CITAT TP. 21 *"Engelskniveauet er gennemgående godt, altså der ligger mit engelsk mange gange under danskernes. Det er et krav til mine danske kolleger at bruge engelsk, for når vi kommunikerer med fx Tjekkiet eller Rusland, så er engelsk hovedsproget, fordi det jo egentlig er koncernsproget." (35t)*

CITAT TP. 22 *"Jeg har på fornemmelsen at vi hinker lidt bagefter i Tyskland. Skandinavien, inklusive Danmark, er på et højere niveau end os. […] Jeg vil mene, at Danmark og de skandinaviske lande definitivt er bedre end Tyskland – netop hvad engelsk angår." (32tF)*

10.2.3 Ubevidst behov

Kun hos 32tF i denne gruppe kan der evt. tales om et ubevidst behov. 32tF er den eneste respondent af dem, der ikke råder over danskkompetencer, der meddeler, at behovet for fremmedsprogskompetencer i kommunikationen med danskere anses for dækket. Imidlertid hænger svaret tæt sammen med denne respondents bedømmelse af kommunikationen på lingua francaet, engelsk, og en positiv vurdering af danskernes

engelskniveau. Kort sagt er der ikke bevidsthed om et behov, der kunne overskride det, som lingua franca-kommunikationens engelsk dækker.

10.2.4 Objektivt merbehov

Hos 36t foregår kommunikationen med danskere altid på dansk og hos 33tJ anvendes enten dansk eller tysk, men hos de øvrige anvendes enten udelukkende tysk (34tJ), eller der svinges mellem tysk og engelsk (32tF, 31tT, 35t):

Tysk med L1-dansktalende	⟷	Dansk med L1-dansktalende
	33tJ	36t
	⟷	Engelsk med L1-dansktalende
34tJ	32tF 31tT 35t	

Tab. TP.5 Tysksproget perspektiv: faktisk sprogbrug.

Hos 34tJ foregår "98%" af kommunikationen med danskere på tysk; i få situationer ellers på engelsk. 32tF angiver at "75%" af kommunikationen er på engelsk, "25%" på tysk. Og også hos 31tT foregår den sjældne kommunikation med danskere "mestendels på engelsk" (31tT). Hvis danskere tager initiativ til at føre kommunikationen på tysk, fx ved at skrive på tysk til museet, kan der forekomme ren tysk kommunikation. Hos 35t er der en arbejdsfordeling mellem sprogene.

> CITAT TP.23 *„Jeg tror jeg vil sige, for det meste engelsk. Det skyldes måske også, at jeg, når jeg henvender mig til en dansk institution eller en dansker, så gør jeg det principielt på engelsk, fordi jeg ikke forudsætter, at vedkommende har lært tysk, og jeg kan ikke noget dansk. Hvis jeg kunne dansk, ville jeg gerne skrive på dansk. Indtil 2013 havde vi en dansker som direktør for museet. Det var selvfølgelig perfekt, så kunne alle parter tale og skrive dansk, nu skriver jeg mest på engelsk, men mange forespørgsler fra Danmark er på tysk. Det synes jeg altid er rigtig dejligt, og i mine svar spørger jeg så også altid, om vi skal blive ved det tyske, eller om de måske alligevel hellere vil bruge engelsk" (31tT)*
> CITAT TP.24 *„Til daglig, fx når det drejer sig om en normal bestilling, så foregår det på tysk, men hvis det drejer sig om andre områder, logistik eller den videnskabelige del, så er det på engelsk, og det er nødvendigt, for der er det relativt begrænset, hvad man kan stille op med tysk." (35t)*

Ud fra 32tF's beskrivelse af kommunikationen med danske samarbejdspartnere, ses, at skemaets forenklede kategorier, der går ud fra ensproget kommunikation, kommer til kort

over for praksis, idet der kan anvendes flere forskellige sprog i samme samtale/korrespondancestreng. **Semikommunikation** forekommer også, hvor den L1-tysktalende ikke har aktive danskkompetencer, men receptive nok til at forstå dansk:

> CITAT TP.25*"Det er meget multilingvalt; med den ene [dansk indkøber] snakker jeg tysk, med den anden [dansk sælger] engelsk, og de snakker dansk, tysk og engelsk med mig." (32tF)*

> CITAT TP.26*"Jeg kan forstå meget, men jeg tør ikke – eller jeg kan ikke helt tale det, så faktisk foregår det sådan: Danskerne taler dansk. Jeg sammenfatter så på tysk, som jeg nu har forstået det, og så supplerer danskerne en gang til på tysk med de dele, som jeg ikke har forstået. På den måde har vi virkelig sådan en tysk-dansk udveksling. De taler dansk, og jeg svarer på tysk. " (34tJ)*

Med det skriftlige fungerer det på samme måde:

> CITAT TP.27 *"Jeg har en projektpartner – vi lærer af hinanden, når vi mailer til hinanden. Jeg skriver mine e-mails på tysk, og hun svarer mig på dansk. Så lærer vi begge noget, nemlig ud over det mundtlige sprog også at læse." (34tJ)*

Netop 34tJ, som er involveret i et projekt med syv L1-dansktalende og tre L1-tysktalende, ser semikommunikation som den mest optimale kommunikationsform ift. danske samarbejdspartnere, fordi man kommer ud over de vanskeligheder der kan ligge i at skulle producere den andens sprog aktivt:

> CITAT TP. 28 *"Hvis vi kunne have det som et mål for de næste tre år, at man så virkelig siger, alle taler deres sprog, men alle kan forstå det. Det ville være en drøm. […] fordi alle altid synes, det er lidt svært at tale det andet sprog." (34tJ)*

Aktuelt meddeler 33tJ og 34tJ, der deltager i fælles dansk-tyske informationsarrangementer på tværs af grænsen, at der til disse arrangementer anvendes **tolk.**

Endelig skal en generel kommentar fra 31tT med:

> CITAT TP.29 *„Mange tyskere kan forstå lidt dansk, fordi man godt kan læse det, hvis man har meget tid. At forstå det talte sprog er betydeligt vanskeligere. Altså, jeg ser af og til danske film eller serier på originalsproget, men uden undertekster er jeg fortabt, dem har jeg brug for. Jeg tror ikke, at det er let at slå bro over divergensen mellem skrevet og hørt dansk for tyske ører." (31tT)*

10.2.5 Subjektivt merbehov

Et udækket behov i kombination med en regelmæssig kontakt med danskere meddeles fortrinsvis af 34tJ, men også både 35t og 31tT tilkendegiver i deres svar, at der består et subjektivt merbehov for fremmedsprogskompetencer. For 35t drejer det sig generelt om flere tyskkompetencer i det danske moderfirma. Det er ikke tysk til de daglige, regelmæssige rutineopgaver, der er mangel på, men et tysk på et så højt niveau, at kun et par stykker i den danske virksomhed har det. Dette niveau er påkrævet, når der forekommer noget "mere kompliceret", som fx kunder der ønsker detaljerede redegørelser for noget. I den aktuelle situation fungerer respondenten selv som mellemled, men det giver ekstra arbejdsgange og ikke den direkte kundekontakt, som anses for vigtig. Specifikt fremhæver 35t, at dialektforståelse kunne være godt.

> CITAT TP.30 *"Når nogen bestiller pr. e-mail, er det for de danske medarbejdere helt sikkert lettere, end når nogen ringer, for hvis der er en der ringer fra et område med dialekt – altså, der er jeg selv som tysker nogle gange nødt til at lytte ekstra opmærksomt for at forstå. Dvs. under visse omstændigheder er det faktisk sværere at forstå end at tale for en dansker." (35t)*

For 31tT handler det om flere danskkompetencer på det tyske museum, begrundet bl.a. i en følt forpligtelse til at kunne kommunikere med nabolandet på dets sprog, fordi museet bygger på de dansk-tyske forbindelser, og fordi respondenten bedømmer et museums vigtigste opgave til at være kommunikation.

> CITAT TP.31 *„Intellektuelt og også som signal ville jeg synes, at det var meget dejligt, hvis jeg vidste, at jeg havde en medarbejder i mit team, som jeg kunne spørge til råds, når der var en oversættelse til eller fra dansk." (31tT)*

> CITAT TP.32 *"Altså, mht. skandinaviske sprog, så er der bestemt et behov for flere kompetencer, eller polsk – Polen er sammen med Danmark virkelig en nær nabo, og der er næsten ingen i Tyskland, der kan polsk medmindre de har polske rødder." (31tT)*

For 34tJ består der et subjektivt merbehov på begge sider af grænsen, og det er et behov, som 34tJ specifikt forbinder med Femern Bælt-forbindelsen. 34tJ tilkendegiver, at medarbejderne på jobcenteret ville deltage i danskkurser, hvis det blev støttet økonomisk. Medarbejderne har motivation for det. I et fremadrettet og mere generelt perspektiv peger 34tJ desuden på, at Femern Bælt- forbindelsen kunne betyde, at flere tyskere ville vælge dansk, hvis det var muligt i skolen, og faget eksisterede som valgfag. Som det er nu i området, er der "fra Lübeck og til Hamburg næsten ingen, der lærer dansk", men:

CITAT TP.33 *"Netop nu, hvor vi hele tiden vokser mere sammen, kunne det være godt, hvis vi fik en mulighed for at lære sproget, så vi kan kommunikere bedre med hinanden i fremtiden." (34tJ)*

CITAT TP.34*"For os i jobcenteret skulle det være sådan et danskkursus, der virkelig, terminologisk, var målrettet arbejdsverdenen. Fagsprogligt, måske også noget om, hvordan det danske system er mht. arbejdsløshedsforsikring, eller hvordan det danske arbejdssystem er opbygget. Med fagbegreber, så det er målrettet vores job.[...] Det skal være om møder, konferencedeltagelse, telefonsamtaler med fokus på arbejdsmarkedssprog. Det skal handle om jobsøgende, om virksomheder, brancher og økonomiske emner." (34tJ)*

Et sådant kursus i arbejdsmarkedsdansk mener 34tJ også bør integrere kulturel viden:

CITAT TP.35 *"I Danmark er der denne danske afslappethed og i Tyskland den tyske punktlighed, og alt skal afvikles ordentligt og til tiden. Det er et punkt, hvor vi er nødt til at tilnærme os hinanden, tror jeg. Når jeg har skrevet en e-mail, forventer jeg også, at man svarer inden for 2-3 dage. Det er ligesom tysk kultur. Men så støder man på den danske afslappethed. Der kan et svar godt først ske at komme efter en til to uger. På den måde har jeg lært, at danskerne simpelthen er mere afslappede. De tager mange ting mere roligt, mens tyskerne nok er en smule strengere, når det gælder arbejdet. [...]dvs. kultur hører også lidt med til sådan et kursus. Ikke bare emnet arbejdsverden, men netop også forbundet med emnet kultur." (34tJ)*

10.3 Katalysatorer

Den fælles historie er for 31tT et vigtigt argument og en vigtig katalysator for at interessere sig for dansk: CITAT TP.36 *„Der er jo også bare den stærke fælles historie." (31tT)*

CITAT TP.37 *„Byen har jo tætte forbindelser til Danmark. Indtil 1863 var Altona den andenstørste by i den danske helstat, og det er indbyggerne i Altona stolte af den dag i dag. Dvs. et aspekt ved museets aktiviteter er faktisk også at holde denne dansk-tyske historie i live og pleje den." (31tT)*

Naboskabet – og den moralske forpligtelse naboskabet giver til at lære naboens sprog, fremhæves også af 31tT, men også af 33tJ og 34tJ

CITAT TP.38 *„Hvis man bor i 15 kilometers afstand af hinanden, så er det da godt at kunne sproget." (31tT)*

CITAT TP.39 *"Alene af den grund, at 98% af samtalerne finder sted på tysk, har man personligt dårlig samvittighed over, at man selv altid kun taler sit modersmål, tysk over for danskerne." (34tJ)*

Medierne. Både det vurderede højere niveau i tysk i den ældre danske generation ift. den yngre og det vurderede højere sprogniveau i engelsk hos danskere ift. tyskere forklares af et par af respondenterne med medierne. Generationen, der bedømmes til at være bedre til tysk, kunne se og så tysk fjernsyn (34tJ). Og ikke-synkroniseringen giver bedre engelskkundskaber (32tF). Desuden tilkendegiver 31tT, der vel at mærke meddeler ikke at kunne dansk, at hun bevidst udnytter muligheden for at se danske film med undertekster for at få bedre gehør for dansk.

Femern Bælt-forbindelsen.

CITAT TP.40 *"Så snart Femern Bælt-forbindelsen bliver bygget og står færdig, tror jeg, at det danske sprog får en helt anden status her i regionen end hidtil. Altså lige nu er vi lidt i venteposition" (34tJ)*

10.4 Tysksproget perspektiv: Opsamling

10.4.1 Objektivt behov, opsummeret

Kontakt	
Sjældent	31tT
Regelmæssigt	32tF, 34tJ, 36t
Ofte	33tJ, 35t

Tab. TP.6. Tysksproget perspektiv: kontaktfrekvens opsummeret.

10.4.2 Subjektivt behov, opsummeret

Meddelt behov	
Dækket	33tJ, 32tF, 36t
Både-og	31tT, 35t
Udækket	34tJ

Tab.TP.7. Tysksproget perspektiv: subjektivt behov, opsummeret 1.

10.4.2.1 Opgaver i kommunikationen mellem L1-dansk- og L1-tysktalende, der kræver fremmedsprogskompetencer

	Privat virksomhed, inkl. oversættelses-bureau	**Museum**	**Jobcenter**	**Jobcenter** **-brugere**
Generelt	Telefon, mail, møder. Samtale, videndeling. Alment sprog + fagsprog (virksomhedstysk, forvaltningssprog).			
Specifikt	- Salg, ordre-management - Kundepleje - Produkt-dokumentation, -beskrivelse - Kvalitetssikring - Professionel oversættelse, professionelt tekstarbejde	- Kontakt med danske museer og forskningsinstitutioner - Udveksling m. danske fagfæller, videndeling - Publikumskontakt og omvisninger på museum	- Vejledning af jobsøgende - Arbejdsgiver-kontakt - Samarbejde med dansk netværk (projekt, jobswop) - Informations-arrangementer i dansk kontekst - Fælles dansk-tyske arbejdsgiver-arrangementer - Pressekontakt	- Dansk til tysk grænsehandel, turisme, gastronomi - Dansk til sikkerhedsregler og kundekontakt på danske arbejdspladser

Tab.TP.8. Tysksproget perspektiv: subjektivt behov, opsummeret 2.

10.4.2.2 Kulturelle opmærksomhedspunkter

- Organisationskultur, magtdistance, hierarkier
- Kommunikationskultur, direkthed vs. høflighed, formalitet
- Administrative systemforskelle, arbejdsgange, skat.

10.4.2.3 Vurdering af danskeres fremmedsprogskompetencer, opsummeret.

Generelt vurderes danskeres tyskkompetencer til at ligge på et middelniveau. Oplevelsen er, at få har rigtig gode tyskkompetencer, mange har et basalt til middel niveau og nogle kun receptive kompetencer. Danskeres engelskkompetencer vurderes til at være gode til meget gode.

10.4.3 Ubevidst behov, opsummeret

Et ubevidst behov kan kun konstateres hos den tyske eksportvirksomhed, 32tF. 32tF anvender engelsk som lingua franca i kontakten med danskere, men er nødt til at inddrage et bureau til at varetage skriftlige opgaver på dansk, fx varedeklaration.

10.4.4 Objektivt merbehov, opsummeret

En virksomhed varetager kommunikationen med danskere på dansk. En anvender udelukkende tysk. En både dansk og tysk. Tre anvender tysk og engelsk. Jobcentrene inddrager tolk i deres dansk-tyske møder.

10.4.5 Subjektivt merbehov, opsummeret

- For den danske virksomhed, der har datterselskab i Tyskland: Virksomhedstysk på højt niveau til de kundekontakt-opgaver, der overskrider det rutinemæssige, evt. dialektforståelse.
- For det tyske museum: Almene danskkompetencer til museumsbetjening.
- For et af de tyske jobcentre: Dansk fagsprog (forvaltningssprog, virksomhedssprog) inkl. kulturel læring.
- For de tyske jobcentres brugere: Arbejdsmarkedsdansk.

10.4.6 Katalysatorer, opsummeret

- Den fælles historie
- Naboskabet
- De ikke-synkroniserede danske medier
- Tysk fjernsyn i Danmark
- Femern Bælt-forbindelsen.

"Jeg har haft lejlighed til at deltage i internationale konferencer med danskere, og jeg har udveksling med folk fra Danmark og København. De taler ikke fransk, men engelsk." (37fT)

"Mit første råd til mange firmaer, hvis de vil noget i Frankrig: I er nødt til – måske er det ikke hele

hjemmesiden, der skal oversættes med alle dens forgreninger og pressemeddelelser, og hvad ved jeg, men I er nødt til at have et fransk flag, som de kan trykke på, […] man er nødt til at fange folk med noget fransk." (38f)

"Hvis du forsøger at komme ind på det franske marked og sælge dine produkter i mindre virksomheder, så har du helt sikkert behov for at tale fransk, for de vil ikke være i stand til at interagere godt nok med dig på engelsk." (39f)

"Fx mine forældres generation, de forstår ikke et ord engelsk. […] Generationsaspektet er meget centralt." (40f)

"Man skal starte tidligere i folkeskolen. Det gør en stor forskel, tror jeg. Hvis du har lært fransk i Tyskland, så har du syv år bag dig, når du tager studentereksamen, imod 2½ her." (41f)

11

Fransksproget perspektiv på danske virksomheders/institutioners fremmedsprogsbehov

11.1 Fransksproget perspektiv: Kort profil

I undersøgelsen indgår fem respondenter, som repræsenterer det fransksprogede perspektiv på forskellig vis. Direkte pendant til danske respondenter er 37fT, som er et kulturarvsmuseum (cykler, våben, tekstiler) i Saint Étienne sydvest for Lyon. 38f svarer i højere grad til 36t, idet det drejer sig om en enkeltmandsvirksomhed i Paris, som yder eksportstøtte og arbejder som formidler for danske virksomheder og institutioner ift. Frankrig. 39f og 40f repræsenterer to sider af samme virksomhed, idet 40f er en fransk multinational byggematerialekoncern i Paris, og 39f den danske afdeling af denne virksomhed. 41f repræsenterer en lokal dansk forening under en fransk organisation, som arbejder for at fremme interessen for fransk sprog og kultur over hele verden. 41f interviewes i sin egenskab af formand for denne forening, men hendes udsagn skal også ses på baggrund af, at hun selv driver en enkeltmandsvirksomhed, der tilbyder oversættelses- og tolkningsarbejde.

Mht. fremmedsprogskompetencer forudsættes fransk som førstesprog hos 37fT, 38f og 40f, og dansk hos 39f og 41f, men det kan være relevant at medtage respondenternes førstesprog for at give et dækkende billede. 37fT, 39f og 40f har fransk som førstesprog, 38f har dansk, men virksomheden har været etableret i Paris siden 1994. 41f-respondenten har selv tysk som førstesprog.

	37fT	38f	39f	40f	41f
Respon-dent	Leder af museets tekstile samlinger	Indehaver, virksomheds-konsulent	Digital project manager, væksthacker ift. nordiske, baltiske	Kommunikations-manager	Formand

			marked		
Respon-dentens førstesprog	Fransk	Dansk	Fransk	Fransk	Tysk
Virksom-hedstype	Kulturarvs-museum, Saint Étienne	Enkeltmands-virksomhed, eksportstøtte, Paris	Dansk afdeling af 40f, i DK siden 1970'erne	Gammel (1665) fransk multinational koncern, Paris	Forening
Antal ansatte	1	445	170.000	7 frivillige	
I øvrigt sprogrele-vant	40 513 (2017) besøgende/år Europa, Canada, USA	68 lande	ca. 50 medlemmer i by med ca. 28.000 indbyggere		
	÷	1↑	+	÷	+
Øvrige sprog	Engelsk, italiensk, spansk	Engelsk: koncernsprog	Engelsk: koncernsprog; italiensk	Tysk	

Tab. FP.1. Fransksproget perspektiv: Kort profil.

11.2 Fransksproget perspektiv: Behov

11.2.1 Objektivt behov

I. De fire af respondenterne meddeler, at der er hyppig (38f, 39f) eller regelmæssig (41f, 41f) kontakt mellem L1-dansk- og L1-fransktalende i deres virksomhed eller institution. Angivelsen "sjældent" under 37fT retter sig efter, hvad der meddeles om kontakt til danske søsterinstitutioner, dvs. medtalt er ikke kontakten til danske museumsbesøgende, som ikke er registreret på museet.

Hvor ofte er der kontakt mellem L1-dansk- og L1-fransktalende i virksomheden/institutionen?

37fT	38f	39f	40f	41f
Sjældent	Ofte (dagligt)	Ofte (dagligt)	Regelmæssigt ("et par gange pr. md.")	Regelmæssigt

Tab. FP.2. Fransksproget perspektiv: kontaktfrekvens.

11.2.2 Subjektivt behov

Svarene på spørgsmålet om behov for fremmedsprogskompetencer fordeler sig, som det ses, fra 39f der anser behovet for dækket, over 37fT, der indtager mellemposition, til

38f og 41f samt 40f, der angiver hhv., at danskerne mangler franskkompetencer, og at franskmændene mangler engelskkompetencer.

Er behovet for fremmedsprogskompetencer dækket ift. den kommunikation, der er mellem L1-fransk- og L1-dansktalende?

dækket	⟷	udækket
39f	37fT	38f, 40f, 41f

Tab.FP.3. Franskspropget perspektiv: subjektivt behov.

Ja.

CITAT FP.1 *"Her i Norden, ja. Det er fint, som det er." (39f)*

Nja.

37fT tilkendegiver, at kommunikationen fungerer, men markerer samtidig, at ikke alle museets medarbejdere kan engelsk, og de, der kan, kan det ikke alle på et niveau, som gør det muligt for dem at kommunikere på engelsk.

Nej.

CITAT FP.2 *"Det bliver altid sagt om Frankrig, at der er et enormt eksportpotentiale, som ikke bliver udnyttet. Det har ambassader og forskellige eksportinstanser i Danmark, Udenrigsministeriet altid sagt: Tag til Frankrig, tag til Frankrig. Der er bare ikke så mange virksomheder, der gør det. De stopper ved England og Norden, Tyskland, og så kommer de ikke så meget længere. Og jeg mener virkelig, det er en sprogbarriere. Jeg mener ikke, det er en kulturbarriere mere." (38f)*

CITAT FP.3 *"Vores organisation har eksisteret siden 1947, og dengang var det en ret stor del af dem, der havde en højere uddannelse, der kunne fransk. Det hørte med, så det var et helt andet grundlag. Der var mange flere man kunne trække på. Der var mange medlemmer, der var bankuddannede eller lærere. I vore dage går medlemstallet ned, og vi har mange, som er ret højt oppe i årene, så jeg ved ikke, hvordan det udvikler sig. Vi har ikke nogen unge, fordi det de lærer i gymnasiet, det er ikke nok. De har jo kun 2½ års fransk, når man kigger nærmere på det." (41f)*

CITAT FP.4 *"Jeg tror, at folk her stadig kæmper med engelsk, og at de forsøger ikke at blive alt for eksponeret, så de forsøger at undgå nogen kontakter […] men det er ikke de unge, kan jeg sige." (40f)*

11.2.2.1 Meddelte behov ift. specifikke situationer, funktioner og opgaver.

I det følgende redegøres for, i hvilke **situationer, funktioner og opgaver** det er, respondenterne ser et behov for, at L1-fransktalende og danskere kan kommunikere med hinanden.

37fT. De situationer og opgaver, der fremhæves af 37fT er de samme, som gælder for 31tT, dvs. først og fremmest **kontakten med danske museer og forskningsinstitutioner og besøg af danske forskere** ifm. arrangementer, men også **publikumskontakten** på museet, både den umiddelbare, som kustoden eller museumsvagten varetager, og de egentlige **omvisninger** af danske grupper. 37fT tilkendegiver at alle medarbejdere kan have behov for fremmedsprog, men også, at det ikke er alle, der har fx gode engelskkompetencer:

> CITAT FP.5 *"Fremmedsprog er vigtige for alle, som arbejder på museet, men faktisk er det ikke alle medarbejdere, der taler engelsk, selvom alle har kontakt med udlændinge på museet. Det er ikke let for alle at have det krævede niveau på engelsk[…] for mange af disse ansattes uddannelsesniveau er ikke særlig højt, og det er ikke et rekrutteringskriterium. Når vi har gæster, der ikke taler fransk, foreslår vi dog, at de booker en guide, som kan give en omvisning på engelsk eller et andet sprog" (37fT)*

I interviewet med 37fT er især beskrivelsen af behovet for sproglige kompetencer vs. faglige kompetencer interessant, idet 37fT fortæller, hvordan rutinemæssige omvisninger på museet varetages af medarbejdere med evt. lavere fagkundskab, men bedre engelskkompetencer end 37fT, mens 37fT, trods sit lavere engelskniveau, varetager de omvisninger, der kræver hans **specialistviden**, og hvor der er fokus på den **internationale udveksling**:

> CITAT FP.6 *"Hvis der er specialister, som besøger museet, kan jeg overtage omvisningerne for nogle grupper, men det er egl. ikke mit job. Jeg står kun for omvisninger for folk, som virkelig er interesserede i de tekstile samlinger, som især gruppen fra København. […] Det var interessant for mig at mødes og udveksle viden med dem om samlingen, fordi jeg er ekspert, og det var virkelig en lejlighed for mig til at udveksle med eksperter, som kan have helt specifikke spørgsmål om samlingen."(37fT)*

Samtale og videndeling nævnes også af 40f, der er ansat i den multinationale franske virksomheds kommunikationsafdeling, som mest centrale behovspunkter:

CITAT FP.7 *"Det er mest samtale, for jeg er jo ikke køber, så jeg behøver ikke forhandle med dem. Det handler mere om videndeling, for jeg leder altid efter stof til at skrive artikler og efter interessante initiativer i Danmark.[…] Så jeg spørger dem, om de kender til nogen projekter, og hvis ja, om de kan sende mig mere information, forklare mig, hvad det drejer sig om." (40f)*

38f, der i den indledende profil er beskrevet med nøgleordene *virksomhedskonsulent* og *eksportstøtte*, kan karakteriseres som primært et **multifunktionelt bindeled** mellem danske virksomheder og Frankrig. Multifunktionel i den forstand, at 38f varetager både administrative sekretæropgaver, oversættelse, udarbejdelse af skriftligt materiale, kundekontakten på messer, simultantolkning af forretningsmøder etc.

CITAT FP.8 *"Jeg lever jo dybest set af sprog. Jeg står på messer for firmaer, tager imod dem, som kommer og taler fransk – altså kunder. Jeg simultantolker, tolker til forretningsmøder, jeg laver domicillieringsadresser, hvor danske firmaer kan have en postadresse hos mit firma. […] Nogle kunder bruger mit telefonnummer i firmaet, så de franske kunder kan ringe og sige, at 'der var det galt med ordren', eller 'nu har vi bestilt noget mere', så jeg er bindeled. Jeg oversætter hjemmesider, og så laver jeg hele den der businessdel og administrationsdel, som er at hjælpe danske firmaet med de papirer, de skal have. Hvis de vil sætte et eksportfremstød ind, så ringer jeg og får sat en møderække op. Det er det, jeg lever af, men hvis man virkelig skærer helt ind til benet, så lever jeg jo af sprog. For hvis franskmændene kunne tale engelsk eller dansk, så var der jo slet ikke brug for sådan et firma som mit, […] men det kan franskmænd bare ikke." (38f)*

Udover eksportstøttefunktionen fungerer 38f som **tolk** ved europæiske samarbejdsudvalgsmøder eller besøg af danske politikere eller delegationer i Frankrig, hun har arrangeret **studieture** for danske organisationer i Frankrig og holdt **foredrag** på danske uddannelsesinstitutioner. Selvom det ikke er en egl. funktion, bør det medtages, at 38f desuden har danske studerende i **praktik**. Primært formidler 38f for danskere, der vil i kontakt med L1-fransktalende, men hun har også lavet **filmoversættelser** for franske virksomheder. Adspurgt om hvilke situationer, det især er, der kræver franskkompetencer af danske virksomheder, peger 38f dels på **opstartsfasen**, dels situationer med juridisk **konflikt**potentiale:

CITAT FP.9 *"Der er nogle faser. I starten er det vigtigt. Hvis et firma vil ud og begynde at lave noget eksport, så vil jeg virkelig mene, at det er en god ide at tage en tolk med. Så vil de [franskmændene] gerne. Men de vil ikke forhandle på engelsk, og de vil ikke ud på glatis. Men hvis man så har en tolk med, så er det meget nemmere. Og så viser det sig nogle gange efter det første møde med tolk på, at så kan de*

alligevel godt lidt engelsk. Jeg mener virkelig, at det er vigtigt i opstarten. Og hvis man vil være en stor spiller,[…] så skal man nok have nogen ansat i Danmark, som kan fransk." (38f)

CITAT FP.10 *"Men så er der nogle gange firmaer, som ikke betaler deres regninger. De kan pludselig ikke forstå andet end fransk. De kan ikke forstå rykkere på engelsk, og de kan ikke forstå opkald på engelsk og sådan noget. Og så bliver der nogle gange ringet til sådan et firma som mit, og 'kan du tale med dem, for nu kan de ikke tale engelsk længere'.[…] På den måde er det lykkedes mig at hjælpe nogle danske firmaer, som f.eks. x-firma, som havde fået hele deres marked ødelagt i Frankrig, fordi det firma, som forhandlede dem, gik hen og fik fremstillet deres produkter i Kina og kopierede dem. […] Det var til en kæmpe retssag. Da ringede den danske ejer til mig og spurgte, om jeg var med på den opgave at ringe rundt til alle franske forhandlere, og snakke med dem og høre, om de ikke kunne tænke sig at komme tilbage til originalen." (38f)*

Gentagent betoner 38f som her vigtigheden af at have ansatte, der kan fransk. En særlig vigtig funktion er **eksportfunktionen**:

CITAT FP.11 *"De firmaer, som jeg kender til, der virkelig har haft succes i Frankrig, de har så fået nogle ansatte på et tidspunkt, altså efter et stykke tid måske, som talte fransk."(38f)*

CITAT FP.12 *"Det må være dem, der er eksportchefer, som skal sætte det hele i gang, fordi når det hele kører, så er det tit, at det kan køre på nogle standarder på en eller anden måde.[…] Hvis du har en eksportchef f.eks. som kan sparke dørene op, så vil jeg tro, der er nogle ting, som kan køre bagefter."(38f)*

38f peger ift. opstartsfasen på konkrete kommunikater, som **hjemmeside** og **første mailkontakt**, der synliggør behovet for professionelt fransk for den danske virksomhed, der vil operere på det franske marked. (En del af) hjemmesiden skal være på fransk:

CITAT FP.13 *"Mit første råd til mange firmaer, hvis de vil noget i Frankrig: I er nødt til – måske er det ikke hele hjemmesiden, der skal oversættes med alle dens forgreninger og pressemeddelelser og hvad ved jeg, men I er nødt til at have et fransk flag, som de kan trykke på, og så kan de lige se, hvad handler det her om, hvad er det for nogle produkter, og så kan det være, man kan fortsætte på engelsk. Men* ***man er nødt*** **til at fange folk med noget fransk."(38f)**

CITAT FP.14 **"Invester i en oversættelse af den der kontaktmail. Skriver man kun på engelsk, så får man** *nok ikke svar. […] For mange virksomheder, der modtager en e-mail på engelsk, vil det være ligesom, hvis I modtager på et*

sprog, I godt lidt forstår, måske spansk. Man kan godt lige google det, eller man kan forstå, men ej, det orker man ikke."(38f)
Hvad 38f også påpeger ift. kommunikationen, er, at den skal være **langsigtet** og tålmodig: CITAT FP.15 *"Franskmændene skal virkelig vænne sig til, at man er her, og at man er her år efter år, og at man ikke er et firma, der lige forsvinder. Så man er nødt til at sige, at vi starter med Frankrig, og det gør vi så over en lang bane. Danske virksomheder kan godt være lidt utålmodige."(38f)*

Det giver goodwill at kommunikere på fransk som dansker, men man skal orientere sig om højkontekstkulturens mere udførlige måde at ytre sig på og overholde **høflighedskoderne** (her 38f, men tilsvarende tilkendegivet hos 41f):

CITAT FP.16 *"Du kan nogle gange komme til at fornærme franskmænd ved at skrive for direkte eller sige tingene på en uforskammet måde, fordi man bare siger det på dansk og oversætter det. Sådan noget google translate. Kunderne kan godt forstå det til en vis grad, men jeg har stået nogle gange på en messe og krummet tæer, fordi der bliver talt til kunderne på sådan en…. eller der bliver sagt "du" til dem. Det må man slet ikke på fransk."*
"Den danske facon er meget direkte. En dansk e-mail kan være nærmest én sætning, […]men CITAT FP.17 *man kan ikke bare skrive '*bh*' eller '*mvh*'. Man er nødt til at lave en sætning for at sige: '*modtag venligst vores bedste ønsker*' eller et eller andet. Man siger ikke: '*Vi bestiller 20 items, og de skal leveres på torsdag!*' Det kan man ikke på fransk. Man er nødt til at sige: '*goddag*' – og hvis det er lang tid siden – '*håber det går godt. Vi vil gerne have lov at bestille 10 items, og så vil vi gerne høre, om det kunne være muligt for jer at levere dem på torsdag. Vi ser frem til jeres svar. Aller bedste hilsner'. *Så det bliver længere. […]* **Hvis det er købers marked, så er man nok nødt til at kunne bare et minimum af de der høflighedskoder." (38f)**

Netop salgsfunktionen og opstartsfasen fremhæves også af 39f mht. et behov for fransk i danske virksomheder. I den multinationale virksomhed, hvor 39f selv er ansat, anses engelsk for tilstrækkeligt, fordi det er koncernsprog, men 39f fremhæver, at det er vigtigt som **mindre dansk eksportvirksomhed** i hvert fald at kunne nok fransk til at skabe den **første kontakt** – og helst også på længere sigt noget virksomhedsfransk.

CITAT FP.18 *"Jeg tror, at for en dansk virksomhed, som vil sælge varer fra det danske marked til franske samarbejdspartnere, som er mindre virksomheder eller måske helt almindelige mennesker, der er det absolut nødvendigt at kunne fransk, fordi alt salgsarbejdet skal foregå på fransk. Franskmænd vil ikke kunne forstå engelsk nok til at følge med. En smule sprogkundskab er nok, for hvis du nærmer dig dem på fransk, og du i det mindste forsøger at tale fransk, altså deres eget sprog, så*

kommer du i meget bedre kontakt med dem. Virksomhedsfransk er så noget, som på længere sigt bliver nødvendigt." (39f)

Når 38f og 39f betoner vigtigheden af at kunne fransk, hænger det hos begge sammen med en vurdering af lingua franca-engelsk som utilstrækkeligt. En ting er, at mange af de franske virksomheder, som danskere evt. søger samarbejde med, vil være af en størrelse, der gør, at de ikke råder over engelskkompetencer.

CITAT FP.19 *"I store firmaer vil man altid kunne finde nogen, der har et godt engelskniveau, men Frankrig er jo lavet af SMV'er. Altså små og mellemstore virksomheder. Det er jo det, der bærer hele Frankrig. Og der sidder altså ikke nogen som kan engelsk."(38f)*

CITAT FP.20 *"Hvis du forsøger at komme ind på det franske marked og sælge dine produkter i mindre virksomheder, så har du helt sikkert behov for at tale fransk, for de vil ikke være i stand til at interagere godt nok med dig på engelsk." (39f)*
En anden ting kan være, at hvis man som dansk ansættende virksomhed fravælger franske medarbejdere pga. deres manglende engelskkompetencer, så kan det betyde, at virksomheden går glip af ressourcer:

CITAT FP.21 *"Der var måske nogle [potentielle medarbejdere] med adressebogen i orden, som havde alle kontakterne, men de kunne bare ikke tale engelsk, og så kunne de ikke blive ansat. Så når danske virksomheder kører den der med at koncernsproget er engelsk, så lukker de også [for muligheder]– altså det synes jeg er en vigtig pointe."(38f)*

CITAT FP.22 *"Du har stadig hele denne del af arbejdsstyrken, som er mellem 40 og 60 år gammel; de fik sandsynligvis ikke god nok engelskundervisning i skolen." (39f)*

CITAT FP.23 *"Fx mine forældres generation, de forstår ikke et ord engelsk. […] Generationsaspektet er meget centralt." (40f)*

Et sted i den multinationale virksomheds danske afdeling, hvor 39f ser, at der kan være behov for fremmedsprogskompetencer ud over engelsk, er i den **sociale integration** på arbejdspladsen.

CITAT FP.24 *"Hvis du ikke har fremmedsprogskompetencer, kan det være svært at blive integreret på arbejdspladsen. Vi har nogle, der ikke taler særligt godt engelsk og overhovedet ikke dansk – det er ikke superdejligt, hvis du fx er i kantinen, og du ikke kan snakke med nogen." (39f)*

Ift. den **skriftlige del** af sprogarbejdet fortæller 40f, som det også rapporteres fra mange af de danske virksomheder, at der inddrages professionelle sprogarbejdere til koncernens skriftlige fremmedsprogskommunikation:

> CITAT FP.25 *"Vi bruger mange professionelle oversættere, og det er vigtigt. Faktisk bruger vi dem hver dag til vigtige mails, invitationer – ting, som vi ikke skriver så ofte og hvor vi har brug for professionelle for at undgå fejl. Oversætterne kender vores virksomhed og vores produkter, så det er meget nyttigt for os. Det er erfarne folk, som kender os meget godt."(40f)*

Som forening, der har til formål at udbrede kendskabet til fransk sprog og kultur, tilbyder **41f** et enkelt **sprogkursus** og en **læsekreds**, foreningen organiserer derudover **foredrag** af både danske og franske foredragsholdere ("hjørnestenen" i foreningens virke), afholder konversationsaftener, inviterer til petanque på café eller udflugt, har en stand til Kulturnatten og samarbejder fx med kommunen om det kommende Tour de France. Arrangementerne henvender sig både til dem, der kun har receptive franskkompetencer og dem, der ønsker at holde deres produktive kompetencer vedlige.

En interessentgruppe, der muliggør mødet mellem L1-fransktalende og danskere for foreningen 41f, er nytilflyttede unge franske familier:

> CITAT FP.26 *"Der bor efterhånden også en hel del unge franskmænd med deres familier, og de har opdaget, at der er bedre work-life-balance i Danmark end i Frankrig, f.eks. at de har mere tid ved siden af deres normale arbejdsdag. I Frankrig er det helt anderledes. Der går man aldrig hjem før chefen går hjem, hvis man vil noget med sin karriere. Man har fem ugers ferie og ikke meget mere, og børnene bliver passet af en barnepige eller hentet af nogen, man kender, og man ser næsten ikke sine børn i løbet af ugen. […] Så det er helt anderledes her, hvor der er nogen, der har opdaget, at her er godt, plus der er nogen, der synes om både klimaet og naturen. Så firmaerne har et træk på nogen, der kan fransk. Der kniber det mere, at de ikke kan dansk, når de kommer, men de kan normalt lidt engelsk."*

I forhold til denne gruppe varetager 41f en **integrationsopgave** i det små:

> CITAT FP.27 *"Jeg sagde, at der er mange unge franskmænd i byen, og de er jo ikke rigtig interesseret i foredrag, udlændinge og fransk. Så vi har prøvet at samarbejde og inddrage dem i, hvad vi laver gennem nogle mere spontane arrangementer, for det viser sig jo, at på den ene side er der vores organisation i byen, og på den anden side er der en gruppe yngre franske familier eller folk med tilknytning til Frankrig. […]så vi arrangerer også picnic, eller vi har for første gang i februar mødtes på café*

for at afholde den franske pandekagedag fx, og det var lige noget for børnene, så det lykkedes faktisk fint." (41f)

11.2.2.2 Meddelte behov mht. kulturel forståelse 39f peger på et oplevet clash mellem dansk og fransk organisationskultur som to fænomener, der viser et behov for kulturel viden og tilpasning:

CITAT FP.28 *"Der er den her forskel i måden, vi arbejder på. I Frankrig foregår tingene meget top-down, man har stor respekt for hierarki, og man spørger sin chef om tilladelse til alting. I Danmark er det meget fladt, og det er noget, man er nødt til at forstå på begge sider. Når en franskmand kommer til Danmark for at arbejde i en dansk virksomhed, kan det være en kamp. Hvis man er på chefniveau, bliver man frustreret, fordi man føler at folk ikke respekterer en nok, og hvis man er på medarbejderniveau, føler man, at man er nødt til at opsøge sin chef konstant for at fortælle ham om, hvad man laver, og ens danske chef vil bare sige: 'Gå bare tilbage til dit arbejde' eller 'du behøver ikke, at komme til mig hvert femte minut'." (39f)*

Accepten og anerkendelsen af hjemmearbejde er et konkret eksempel på forskellen:

CITAT FP.29 *"I Frankrig kan vi ikke arbejde hjemmefra, som vi kan her. Den franske chef vil gå ud fra, at når du er hjemme, så arbejder du ikke." (39f)*

Den direkte danske lavkontekstkulturs og den omsvøbsfyldte franske højkontekstskulturs måde at kommunikere på kan medføre hhv. frustration og ikke-forståelse:

CITAT FP.30 *"Jeg tror, man er mere direkte i Danmark, når man snakker med folk. I Frankrig vil man ikke fremsætte sin besked eller sit budskab så direkte. Man vil pakke det ind i høflighed, og man vil væve rundt om forskellige punkter, og et eller andet sted i midten vil du have det egentlige budskab. Det betyder, at danskere kan virke alt for afslappede og næsten uhøflige på en franskmand, hvis de kommunikerer på samme måde i Frankrig, som de gør i Danmark, og måske vil danskerne ikke forstå, hvad franskmændene forsøger at få ud af dem, fordi de ikke forstår pointen." (39f)*

At det i den multinationale virksomhed ikke kun handler om et clash mellem de enkelte medarbejderes nationale kulturer, men også om medarbejderkultur over for en iboende virksomhedskultur fremgår af interviewet med 40f, som beskriver et clash mellem sin franske baggrund og opdragelse og den – som hun opfatter det – amerikanske fejlkultur, der opleves i den multinationale virksomhed. Hendes beskrivelse svarer til Hofstedes

beskrivelse af usikkerhedsundgåelse (uncertaincy avoidance) som vigtig kulturel dimension:

CITAT FP.31 *"Jeg tror vi helt bevidst fremmer den måde, amerikanere arbejder på, fx taler vi om risici, om villigheden til at tage en risiko for at skabe nogle initiativer og fremme innovation, noget i den retning. Men som franskmænd tror jeg, vi er kendt for, at vi skal forstå alting, før vi begynder at arbejde på det. Kulturelt er vi ikke et folkeslag, der tager nogen risici. Dvs. i virksomheden forsøger vi at forsikre folk om, at fejl er en del af processen, og at de skal tage initiativ, og at det ikke er et problem, hvis der sker nogen fejltagelser, men vi er der ikke endnu. […] Det starter allerede i skolen. Mens amerikanske børn får at vide, at de skal lave projekter og tro på sig selv, er du allerede som lille barn i den franske skole virkelig bange for at lave fejl, og hvis læreren laver fejl, foretrækker du at holde din mund og heller ikke påpege fejl." (40f)*

11.2.2.3 Vurdering af danskernes fremmedsprogskompetencer

Hvordan vurderer du danskernes fremmedsprogskompetencer?

Fransk		
Meget basale	⟷	Meget gode
38f, 39f, 41f		37fT

Tab.TP.4 Tysksproget perspektiv: Vurdering af danskernes fremmedsprogkompetencer.

Engelsk		
Meget basale	⟷	Meget gode
	37fT 39f	40f

Tab.FP.4. Franksproget perspektiv: Vurdering af danskernes fremmedsprogkompetencer.

Franskkompentencer. 38f, 39f og 41f vurderer med enkelte undtagelser ikke danskeres generelle franskniveau som højt. Det er noget man har haft i skolen, men ikke brugt siden (39f). Og skolegrundlaget er for tyndt (41f). 38f påpeger især, at fornemmelsen for de forskellige stilniveauer i fransk ikke beherskes, selv ikke hos universitetsdimittender med fransk som studiefag:

CITAT FP.32 *"Der er ikke noget fransk i folkeskolen, udover at der måske er et års valgfag, sådan lidt ekstra for dem, der har lyst til det. […] Men det nytter jo ikke noget. Jeg har en datter, som valgte fransk i gymnasiet, og hun har suppleret med*

selvstudie til et A-niveau, men det betyder heller ikke, at man kan snakke og bruge det. Det er meget skriftligt fransk man lærer." (41f)

CITAT FP.33 *"Jeg har haft praktikanter fra x-[danske] universiteter. Jeg synes, niveauet er meget dårligt generelt. […] Der er forskellige niveauer. […] Der er et nærmest kodet sprog for de helt unge, som er virkelig svært at forstå. Så er der det, man taler i familien, sådan hverdagssprog, når man møder sin nabo og sådan noget. Og så er der det, man bruger i virksomhederne. Og det er altså tre forskellige ting. Og tit har de [praktikanter] så lært det der i midten, og nogle gange så bliver jeg sådan: ej du må simpelthen ikke tale sådan til kunderne i telefonen. Altså de siger f.eks. "ne quittez pas", altså "hæng på", og det må du simpelthen ikke. Det er så pinligt. Det er hele firmaets image, altså. Eller de siger "du" til kunderne i telefonen, fordi de er vant til kun at sige "du" i den familie, de har boet hos og med vennerne. […] Og så er der et fjerde niveau, det er så det skrevne fransk. Det er så svært. […] Og dét niveau kan de franskstuderende næsten ikke. Selv jeg får det efter så mange år korrekturlæst af en oversætter. Hun finder altid et eller andet. Hun siger, det er ikke forkert, men der er bare… man ville mere sige sådan og sådan. Og der sidder nogle gange nogle cand.ling.merc.'er i fransk og føler, at de virkeligt kører med klatten, og når man så ser, hvad de laver, så er det slet ikke sådan, man siger i Frankrig nu om dage. Det kan være misvisende og komisk. Der kan være lidt tendens til at være ret sikker på, at man er rigtig god, men man har bare aldrig fået det brugt i praksis. […] Men noget, som skal trykkes i hundrede tusindvis af brochurer, som skal uddeles på en messe eller stå som den første sætning på internettet –[…] Så der er nogle niveauer, som selv en sprogstuderende på universitetet ikke har tjek på." (38f)*

37fT tilkendegiver, at de danskere, som kommunikerer på fransk, har meget gode kompetencer, dvs. angivelsen skal her forstås med det forbehold, at når danskere selv vælger fransk som kommunikationssprog over for franskmand, vurderes de til at have et højt niveau.

CITAT FP.34 *"Min erfaring, når jeg taler med danskere, er, at de er flydende." (37fT)*
Engelskkompetencer. Danskere, der kommunikerer på engelsk, vurderes af 37fT til at have gode kompetencer og bedre end 37fT's egne, som 37fT meget præcist angiver til at svare til CEFR-niveau B1/B2.

CITAT FP.35 *"Under besøget [beretter om besøg af danske fagfæller på museet] fandt jeg ud af, at folk i gruppen enten taler fransk eller engelsk, og de kunne korrigere mig mht., hvilke ord jeg skulle bruge på engelsk, […] så jeg tror, de taler meget godt engelsk. Jeg har haft lejlighed til at deltage i internationale konferencer med danskere, og jeg har udveksling med folk fra Danmark og København. De taler ikke fransk, men engelsk." (37fT)*

Også 40f opfatter danskernes engelskkompetencer som "meget gode".

> CITAT FP.36 *"De er meget flydende, og hver gang jeg modtager en mail fra dem, er deres ordforråd større end mit. De udtrykker sig rigtig godt. Når vi har møder, er de rigtig gode til engelsk, og de har ingen vanskeligheder med det. Jeg kan ikke svare generelt for hele den danske befolkning, men hvad mine kolleger angår, er det meget let at kommunikere med dem på engelsk." (40f)*

39f gør opmærksom på, at danskernes mundtlige engelskkompetencer er bedre end deres skriftlige engelskkompetencer:

> CITAT FP.37 *"Jeg har lagt mærke til, at de [danske kolleger] er rigtig gode til at tale engelsk. Sandsynligvis fordi I har fjernsyn osv. på engelsk, men når det kommer til skriftligt engelsk, så er der altid en masse grammatiske fejl. Helt generelt. Det er stavningen og noget af grammatikken, fx brugen af 's'. Når man har 'it is', så skriver mange af dem bare 'its' uden apostrof. Sådan nogle ting. Det er fuldt forståeligt, men jeg kan bare se en forskel på det mundtlige og det skriftlige niveau." (39f)*

11.2.3 Ubevidst behov

Hos 39f kan der tales om et ubevidst behov ift. opfattelsen af situationen i den multinationale virksomhed. På den ene side beskrives behovet for fremmedsprogskompetencer således som dækket, på den anden side er der blik for, at grupper af bestemt nationalitet i virksomheden foretrækker ikke at tale engelsk, men deres eget sprog, og at nogle grupper kan være svære at interagere med pga. lavt engelskniveau:

> CITAT FP.38 *"Jeg kan se, at behovet for fransk falder, for der er flere og flere franskmænd, som taler engelsk eller som skal lære engelsk. Så der er ikke længere behov for, at der er nogen i Danmark, i det mindste ikke i min virksomhed, der kan tale fransk." (39f)*

> CITAT FP.39 *"Der er bare fx Finland og Sverige – de kan lide at arbejde på deres eget sprog. Så de prøver altid at skifte tilbage til svensk eller finsk, mens danskerne – hvis der er nogle, som ikke taler dansk, så bliver alle bare og arbejder på engelsk uden at brokke sig." (39f)*

> CITAT FP.40 *"Jeg kan se en forskel, når vi har internationale konferencer og møder kolleger fra Sydeuropa eller fra Frankrig. Deres engelskniveau er meget lavere, og det er svært at interagere med dem." (39f)*

Selvom 39f altså angiver behovet til at være dækket, giver hun samtidig selv et godt eksempel på uhensigtsmæssig kommunikation med en L1-dansktalende: CITAT FP.41 *"Jeg havde et møde om tekniske detaljer med en dansker. Jeg startede på engelsk, men han havde hørt mig tale dansk med nogle andre, første gang vi mødtes, så han sagde: Ah, du snakker dansk, så vi kan holde mødet på dansk. Jeg svarede, at jeg følte, at mit dansk var mere et konversationsdansk end et professionelt dansk. Men vi gennemførte mødet på dansk, og jeg forstod ham ganske godt, men jeg var ikke rigtig i stand til at interagere med eller svare ham, fordi min hjerne var så fokuseret på at forstå ham og indholdet, samtidig med at jeg tog noter på engelsk for at kunne dele det med folk, som ikke taler dansk. Jeg var begrænset i min evne til faktisk at stille ham spørgsmål. Jeg sagde en masse 'nå ja' og 'interessant', 'kan du sige lidt mere om det', men jeg følte mig ikke særlig intelligent i den måde, jeg kommunikerede med ham på." (39f)*

11.2.4 Objektivt merbehov

Fransk med L1-dansktalende	⟷	Dansk med L1-dansktalende
		(38f, 41f) 39f
	⟷	Engelsk med L1-dansktalende
	37fT	39f, 40f

Tab. FP.5. Fransksproget perspektiv: faktisk sprogbrug.

Ingen af respondenterne meddeler at kommunikere udelukkende på fransk med danskere, dvs. at det billede, der tegner sig ift. arbejdssammenhæng, er, at kommunikationssproget er engelsk. 37fT angiver at kommunikere enten på fransk eller engelsk med L1-dansktalende, men det er karakteristisk for interviewet med 37fT, at angivelserne, når der er tale om fransk kommunikation, bygger på oplevelser med enkeltpersoner, mens engelsk beskrives som det sprog, der vælges generelt ved konferencer og øvrig fagfælleudveksling.

39f oplyser, at virksomhedens medarbejdere og hun selv taler engelsk med danskere i professionel sammenhæng, men hun giver ikke desto mindre eksempler på, hvordan hun selv anvender dansk sammen med danskere i arbejdssammenhæng. Desuden fortæller hun, at franskmænd der kommer til virksomhedens danske afdeling i København, deltager i danskundervisning, hvorimod danske medarbejdere, der ligeledes får tilbudt franskundervisning, fravælger den.

11.2.5 Subjektivt merbehov

Hos 37fT tilkendegives et subjektivt merbehov for engelsk. Det gælder generelt på museet, men også meget konkret ift. respondenten selv. Han tager kurser i engelsk på det lokale universitet og læser regelmæssigt engelsk, men i praksis taler han det kun enkelte gange om året og kan se et behov for mere udveksling for at opretholde sit niveau, også fagsprogligt:

> CITAT FP.42 *"Jeg forsøger at forstå og tale engelsk, og efter lidt tid, når jeg kan tale om mit job og om min samling, og jeg kender ordforrådet, er det lettere for mig. […] Jeg gør fremskridt, men jeg taler ikke engelsk nok, til at opretholde et godt niveau i engelsk, men jeg forsøger at fortsætte med at læse regelmæssigt på engelsk. Det er ikke nok, vi har brug for at udveksle med andre for at opretholde et godt niveau i mundtligt engelsk." (37fT)*

I ovenstående afsnit er allerede anført de situationer og funktioner, hvor 38f peger på, at der består et subjektivt merbehov for franskkompetencer hos danske virksomheder. Opsummeret drejer det sig især om opstarts- og konfliktsituationen, eksport- eller salgsfunktionen, herunder fx mødet, telefonsamtalen eller messedeltagelsen og ift. specifikke kommunikater, fx hjemmeside og e-mails.

Lidt ude af kontekst, men alligevel nævneværdigt, er det, at 38f gør opmærksom på en problematik, som har danske turistvirksomheder som adressat. Som turist i Danmark fortæller hun:

> CITAT FP.43 *"Jeg kan godt sige, at når man kommer her til Sønderjylland, er der ikke noget på fransk. Jeg oversætter og oversætter og oversætter for min mand hele tiden. Der er ikke noget. Det er på engelsk og tysk, og der er ikke noget på fransk, og min mands engelsk er ikke så godt, for han er jo franskmand og har cirka min alder og har gået i skole på et tidspunkt, hvor engelsklærerne ikke var særlig gode til engelsk, tror jeg." (38f)*

Det er ikke så meget i kommunikationen med danskere, 40f ser uopfyldte behov. 40f fortæller derimod om kundeforespørgsler i mails fra fx Indien, Brasilien og Østeuropa, som kan give forståelsesvanskeligheder. Udsagnet kan forekomme irrelevant ift. danskeres fremmedsprogskompetencer, men det medtages, fordi det illustrerer den yngre franskmands opfattelse af sine behov for engelsk – og på den måde spejler mange af de udtalelser, som undersøgelsen har samlet hos danske virksomheder om det franske marked:

> CITAT FP.44 *"Fx står jeg for mailboksen til vores kundeforespørgsler, og sommetider modtager jeg ting fra fx Indien og Brasilien. Jeg tror ikke, de har tilstrækkelige*

sprogkompetencer til at udtrykke deres forespørgsler på engelsk, så jeg tror, de bruger nogle automatiske oversættelser, og så har vi store vanskeligheder ved at forstå hinanden, fordi vi har et meget komplet og komplekst produktkatalog. […] Jeg tror mere og mere de automatiske oversættelser gør et godt arbejde, men faktisk er vi i kontakt med mere og mere indhold på engelsk, og man er nødt til spontant at kunne forstå tingene, for man har ikke meget tid til at verificere, til at forstå etc. […] For at være uafhængig og arbejde i en international virksomhed, er du nødt til at bevise meget mere end den tidligere generation, det er helt sikkert. […] Jeg kan kun tale på min virksomheds vegne, men jeg tror, det er vigtigt at forstå 100%, hvad folk siger til dig hver dag." (40f)

40f peger især på det mundtlige engelsk som problematisk i Frankrig:

CITAT FP.45 *"Selv hvis folk med stort ansvar i vores organisation er flydende, så har de bare en meget stærk accent. […] Folk udtrykker sig flydende, det er ikke noget problem, men det er mere accenten, der er meget, meget stærk. […] Frankrigs ry er meget dårligt, hvad angår fremmedsprog. Det er der mange årsager til. Jeg tror, et problem er sprogundervisningen i skolen. Vi lærer ikke sprog på nogen god måde. Det er meget udenadslære, og man har ikke den levende del af sproget." (40f)*

11.3. Udfordring og anbefalinger

11.3.1 Udfordring

Engelskniveauet i Frankrig. Afsnittet kan starte, hvor det ovenstående sluttede: En udfordring for både danske virksomheder, der vil til Frankrig, og franske virksomheder, der vil operere internationalt, er engelskniveauet i Frankrig:

CITAT FP.46 *"Underligt nok så lærer franskmænd engelsk lige så mange år [som danskere]. De starter tidligt i skolen, men de kommer aldrig på niveau. Jeg tror ikke lærerne traditionelt har været så dygtige – engelsklærerne. Jeg tror også, der er en stor generthed ved at tale engelsk. Og det er engelsk meget som sådan en disciplin, hvor man skal lære at bøje verber; man skal lære de rigtige ord, og nogle gange har man timer, hvor man slet ikke får talt engelsk. Og en franskmand hører ikke engelsk i radioen, hører ikke engelsk på film, møder ikke nogen, som taler engelsk. Det er også det eneste folkefærd jeg kender, som griner, når man spørger, om de kan tale engelsk.* ***Nærmest som om man spurgte, om de kan gå på* hænder."(38f)**
CITAT FP.47 *"Altså de rigtigt unge, de lærer mere engelsk, men i det franske skolesystem er det stadig sådan, at de mest lærer sprogene på en skriftlig måde. De*

er meget gode til at udtrykke sig skriftligt, men lærer endnu mindre at tale i skolen end her. Her har man det jo i hvert fald sådan, at man øver sig i dialog alt efter, hvilket emne der nu er i bogen. Men i Frankrig er det næsten ikke eksisterende." (41f)

11.3.2 Uddannelsespolitiske anbefalinger

Mere fransk (og andre sprog end engelsk). 38f kommer med to klare uddannelsespolitiske anbefalinger, nemlig at uddanne flere med fransk og at lægge en sprogstrategi, der fremmer andre sprog end engelsk.

CITAT FP.48 *"Det store overordnede råd vil være, at der virkelig skal uddannes nogen, der kan tale fransk. Det kommer man ikke uden om, hvis man vil eksportere til Frankrig. Fransk det er jo også Canada og Belgien og Luxemburg, og det er mange nordafrikanske lande. Det er i virkeligheden mange lande, man kan bruge det franske i. Så skal man altså lægge en sprogstrategi. Vi kan ikke klare alt på engelsk, selvom vi tror det i Danmark. Vi er nødt til at tale nogle andre landes sprog. Hvis vi vil eksportere til fransktalende lande, så er vi nødt til det." (38f)*

Tidligere franskundervisning. 41f beskriver det danske skolesystems fremmedsprogsundervisning som "ensidig", når hun sammenligner med egne erfaringer fra tysk grundskole og gymnasium:

CITAT FP.49 *"Når man ikke introducerer et romansk sprog i skolen, så er det faktisk meget ensidigt. Altså tysk, dansk, engelsk, det hænger jo sammen, meget mere end hvis man fik fransk oveni. Jeg kommer fra Tyskland, det har jeg skrevet ikke også? Der havde vi engelsk i skolen som første fremmedsprog, og så kunne vi vælge mellem fransk og latin bagefter, så man havde en anden slags sprog. Det er stadigvæk et europæisk sprog, men et romansk sprog. Så har man et grundlag for at lære noget videre. Så kan man meget nemt lære spansk eller italiensk senere. Men hvis man ikke har det der grundlag tidligt, så er det meget mere besværligt." (41f)*
CITAT FP.50 *"Man skal starte tidligere i folkeskolen. Det gør en stor forskel, tror jeg. Hvis du har lært fransk i Tyskland, så har du syv år bag dig, når du tager studentereksamen, imod 2½ her." (41f)*

Udvekslingsophold.

CITAT FP.51 *"I Tyskland, der kører vi udveksling. […] Det er noget, der hjælper og måske også tiltrækker nogen – det kan gøre et fag attraktivt. […] I Tyskland har man en partnerby, eller måske har en skole bare en partnerskole, og så er der en aftale om udveksling. Man kommer en uge og bor privat hos en familie og omvendt. Selvfølgelig er det ikke altid, at familien passer 100% til én, men man får en oplevelse og er i landet og i sproget.[…] Det er sådan set i stedet for en klasserejse. Du får en hel masse ud af det, og som elev, som ung, kan du også se, at det gavner, at du lærer noget sprog. Og hvad det kan bruges til i virkeligheden – ikke bare til at analysere en tekst eller terpe grammatik." (41f)*

Universitetsstudier, der integrerer sprog og andet universitetsfag.

CITAT FP.52 *"Jeg tror, man skal kombinere det. Når man har fx et teknisk studiefag, så skal man på universitetet tilbyde et sprog ved siden af. Så man har sådan en option, enten engelsk eller fransk eller noget tredje, spansk. Hvorfor ikke, spansk er vigtigt i verden. Så man ikke kun har det tekniske, men sproget, der hører med. Altså fagsprog plus almindeligt sprog.[…] Der er ikke folk nok, der kan sprogene. Selvfølgelig forventer firmaerne, at du kan dit fag, men hvis du kan et sprog flydende ved siden af, så giver det klart bonus. […] Som sagt, engelsk bliver næsten forventet af alle, men hvis du kan tysk eller fransk eller spansk oveni, så tror jeg godt, det kunne være en fordel." (41f)*

11.3.3 Øvrige anbefalinger

Økonomisk støtte til sprog ved eksportopstart. Mht. eksport peger 38f på, at en måde at støtte og facilitere små eksportvirksomheders opstart på det franske marked kunne være at give støtte til køb af sproghjælp:

CITAT FP.53 *"Hvis vi skal ned på et andet niveau, hvor man siger, at små virksomheder, de har simpelthen ikke råd til at starte op i Frankrig og ansætte en kompetent person på fransk, så kunne de […] få noget indgangshjælp, og så måske selv stå på egne ben efter nogen tid." (38f)*

Sproglæring på arbejdspladsen. 39f giver forslag til praksisnær måde at styrke fremmedsprogskompetencerne i en virksomhed, hvor tre franskmænd arbejder sammen med tre danskere:

CITAT FP.54 *"Vi har en nyansat, en fransk medarbejder, som startede i starten af august. Så vi har besluttet, at fra september vil vi prøve at have nogle dage på*

kontoret, hvor vi har nogle timer, hvor vi kun taler dansk, og nogle timer, hvor vi kun taler fransk. Og så vil vi konkurrere duolingvalt i at lære de andres sprog."(39f)

11.4 Fransksproget perspektiv: Opsamling

11.4.1 Objektivt behov, opsummeret

Kontakt	
Sjældent	37fT
Regelmæssigt	40f, 41f
Ofte	38f, 39f

Tab. FP.6. Fransksproget perspektiv: kontaktfrekvens opsummeret.

11.4.2 Subjektivt behov, opsummeret

Meddelt behov	
Dækket	39f
Både-og	37fT
Udækket	38f, 40f, 41f

Tab.FP.7. Fransksproget perspektiv: subjektivt behov, opsummeret 1.

11.4.2.1 Opgaver i kommunikationen mellem L1-dansk- og L1-fransktalende, der kræver fremmedsprogskompetencer

	Privat virksomhed	**Eksportstøttevirksomhed**	**Museum**
Generelt	Telefon, mail, møder. Samtale, videndeling. Alment sprog + fagsprog (virksomhedsfransk)		
Specifikt	• Opstart, første kontakt • Salg, kundekontakt • Social integration på arbejdspladsen	• Opstart, konfliktsituationer • Administration • Netværks-, myndighedskontakt	• Kontakt med danske museer og forskningsinstitutioner, • Udveksling m. danske fagfæller, videndeling

	• 'Professionel oversættelse, professionelt tekstarbejde'	• Messedeltagelse, kundekontakt • Hjemmeside • Domicilering • Oversættelse, tolkning	• Publikumskontakt og omvisninger på museum

Tab. FP.8. Fransksproget perspektiv: subjektivt behov, opsummeret 2.

11.4.2.2 Kulturelle opmærksomhedspunkter

- Organisationskultur, magtdistance, hierarkier
- Højkontekst- vs. lavkontekst-kommunikationskultur, sproglige registre, stillag, høflighed
- Fejlkultur, usikkerhedsundgåelse

11.4.2.3 Vurdering af danskeres fremmedsprogskompetencer, opsummeret.

Danskernes franskkompetencer vurderes som meget basale. En undtagelse er 37f, som har kommunikeret med enkeltpersoner, der har haft et meget højt niveau. Danskernes engelskkompetencer vurderes som gode eller meget gode. Der er forskel på meget gode mundtlige og ikke helt så gode skriftlige (39f).

11.4.3 Ubevidst behov, opsummeret

Kan konstateres hos den multinationale virksomhed, der har engelsk som koncernsprog (39f). Punkter der kan peges på er motivationen for at tale engelsk og kompetenceniveauet i engelsk, som i Frankrig tilkendegives at afhænge af alder.

11.4.4 Objektivt merbehov, opsummeret

Ingen af respondenterne meddeler at kommunikere udelukkende på fransk med danskere, dvs. at det billede der tegner sig ift. arbejdssammenhæng, er, at kommunikationssproget er engelsk.

11.4.5 Subjektivt merbehov, opsummeret

- For den danske eksportvirksomhed: fransk ift. opstarts- og konfliktsituationen, eksport- eller salgsfunktionen, herunder fx mødet, telefonsamtalen eller messedeltagelsen og ift. specifikke kommunikater, fx hjemmeside og e-mails.

- For den franske virksomhed, det franske museum: (eget) især mundtlige engelsk.
- For den franske turist i Danmark: fransk tekstning på offentlige steder, turistattraktioner.

11.4.6 Udfordring, opsummeret

- Engelskniveauet i Frankrig

11.4.7 Anbefalinger, opsummeret

- Fremme af fransk og andre sprog end engelsk i uddannelsessystemet
- Tidligere franskundervisning i folkeskolen
- Udvekslingsophold i folkeskole og gymnasium.
- Universitetsstudier, der integrerer sprog og andet universitetsfag.
- Økonomisk støtte til sprog ved eksportopstart.
- Sproglæring på arbejdspladsen.

Opsamling

12. Opsamling

Opsamlingskapitlet er som gennemgående i rapporten opdelt i fire dele, Behov (12.1), Rekruttering (12.2), Efter-/videreuddannelse (12.3) og Udfordringer, katalysatorer og anbefalinger (12.4).

12.1 Behov

Dette behovsafsnit indeholder 12.1.1 Objektivt behov, 12.1.2 Subjektivt behov, 12.1.3 Ubevidst behov, 12.1.4 Objektivt merbehov og 12.1.5 Subjektivt merbehov. I hvert afsnit behandles først det danske perspektiv og derpå det tysk-/fransksprogede perspektiv.

Under det subjektive behov indgår desuden afsnittene Situationer, funktioner og arbejdsopgaver, der kræver fremmedsprogskompetencer (12.1.2.3, 12.1.2.4), Faktorer, der er af betydning for danske virksomheders vurdering af behovet for tysk og fransk (12.1.2.5), Danskeres fremmedsprogskompetencer fra tysk- og fransksproget perspektiv (12.1.2.6) og Kulturelle opmærksomhedspunkter (12.1.2.7).

12.1.1 Objektivt behov

12.1.1.1 Objektivt behov, dansk perspektiv

	Aldrig		sjældent		Regelmæssigt		Ofte	
	Tysk	**Fransk**	**Tysk**	**Fransk**	**Tysk**	**Fransk**	**Tysk**	**Fransk**
Maskin- og metal	MY3	MY2, MY3, MY4		MY1, MÆ5	MÆ5	MÆ6	MY1, MY2, MY4, MÆ6	
Sundhed			SY14		SY15, SÆ17	SY13, SY14, SÆ18	SY13, SÆ16, SÆ18	SÆ15, SÆ16, SÆ17
Fødevarer		FÆ23		FY19, FY21, FÆ24	FY19, FÆ24	FY20, FY22	FY20, FY21, FY22, FÆ23	
Turisme (museer)				TÆ9, TÆ11, TÆ12	TÆ12	TY8	TY7, TY8, TÆ9, TÆ10, TÆ11	TY7, TÆ10
Jobcentre	JÆ28	JY25, JY27, JÆ28, JÆ29	JY27	JY26, JÆ30	JY25, JÆ29, JÆ30		JY26	
	2	8	2	10	9	7	17	5
Afrundet %	7	27	7	33	30	23	57	17

Tab. O.1. Kontaktfrekvens, dansk perspektiv.

En sammentælling mht. kontaktfrekvens mellem danske virksomheder/institutioner og tysk/fransksprogede viser, at 26 (87%) af de 30 danske virksomheder og institutioner i undersøgelsen regelmæssigt eller ofte har kontakt med L1-tysktalende, mens det er 12 (40%), der har det med L1fransktalende.

Mens det således er respondenter i alle brancher, der regelmæssigt eller ofte har kontakt til L1tysktalende, er det fortrinsvis eksportvirksomheder inden for **sundhed**, der regelmæssigt eller ofte har kontakt til L1-fransktalende, og herudover enkelte af de danske museer, to fødevarevirksomheder og en maskin- og metalvirksomhed.

Som understregning af det objektive behov for tysk kan tilføjes den gruppe af jobcenterbrugere, som kommunikerer med jobcentrene på L2-tysk, dvs. ifølge angivelserne og populært formuleret 'østarbejdere' (jf. kapitlet om jobcentre).

12.1.1.2 Objektivt behov, tysk-/fransksproget perspektiv

Kontaktfrekvensen til L1-dansktalende iagttaget fra det fransk- og tysksprogede perspektiv er meget ens: De to museer angiver at have sjælden kontakt (31tT, 37fT), mens de private virksomheder og jobcentre fordeler sig ligeligt med hhv. fire, der ofte har kontakt (33tJ, 35t, 38f, 39f), og 5, der regelmæssigt har (32tF, 34tJ, 36t, 40f, 41f). Der kan ud fra disse respondenter konstateres et ligeligt objektivt behov for tysk og fransk (80%) og et behov, der altså især tilkendegives af tyske og franske private virksomheder og tyske jobcentre.

12.1.2 Subjektivt behov

12.1.2.1 Subjektivt behov, dansk perspektiv

	Dækket		Både-og		Udækket	
	Tysk	**Fransk**	**Tysk**	**Fransk**	**Tysk**	**Fransk**
Maskin- og metal	MY1	MY1, MY2, MY3, MY4	MY2, MY4, MÆ6	MÆ6	MY3, MÆ5	MÆ5
Sundhed	SY13, SY14, SÆ15, SÆ16, SÆ17, SÆ18	SÆ16, SY13, SÆ18		SY14, SÆ17		SÆ15
Fødevarer	FY21, FY22, FÆ23	FY21, FY22, FÆ23, FÆ24	FY19, FÆ24	FY19	FY20	FY20
Turisme (museer)	TY7, TY8	TY7, TY8, TÆ9, TÆ12	TÆ9		TÆ10, TÆ11, TÆ12	TÆ10, TÆ11
Jobcentre	JÆ28, JÆ29	JÆ28, JÆ29	JY25, JY26, JY27	JY25, JY26, JY27	JÆ30	JÆ30
	14	17	9	7	7	6
Afrundet %	47	57	30	23	23	20

Tab. O.2. Subjektivt behov, dansk perspektiv.

Der er 14 eller ca. 47% af de danske respondenter, der meddeler, at behovet for tysk er dækket, og 17 eller 57%, at behovet for fransk er dækket. Omvendt er der syv (23%), der angiver udækket behov for tysk, og seks (20%), der angiver udækket behov for fransk.

Mens det er en enkelt eller enkelte respondenter i hver gruppe, der tilkendegiver udækket behov for fransk, er det især **museerne og SMV-maskin-og metalvirksomhederne**, der tilkendegiver et udækket behov eller svarer både-og ift. tysk. Halvdelen af **jobcentrene** svarer både-og ift. både tysk og fransk.

Iøjnefaldende er det, at gruppen af **eksportvirksomheder i sundhedsgruppen** uden undtagelse meddeler dækket behov ift. tysk, men tilkendegiver udækket behov eller svarer både-og ift. fransk.

Samlet er der altså kun minimal forskel på, hvor mange respondenter, der tilkendegiver et udækket behov for tysk (23%) og for fransk (20%). Men tysk anses især i SMV-maskin- og metalvirksomhederne for udækket, fransk især i sundhedsvirksomhederne.

12.1.2.2 Subjektivt behov, tysk-/franskspoget perspektiv

Iagttaget fra det fransk- og tysksprogede perspektiv er der kun en fransk, men tre tysksprogede respondenter, der tilkendegiver dækket behov, og omvendt kun en tysk, men tre franske der meddeler, at behovet er udækket. Her ses altså størst behov fra fransk side.

12.1.2.3 Situationer, funktioner, arbejdsopgaver, der kræver tysk- eller franskkompetencer, dansk perspektiv

Ift. funktioner, situationer og opgaver, der kræver tysk- eller franskkompetencer hos de danske respondenter, henvises der til de enkelte kapitler for en mere detaljeret redegørelse. I dette afsnit opsamles kun i stikord. Det er nødvendigt at skelne mellem a) de private virksomheder, b) museerne og c) jobcentrene.

a) Private virksomheder. Tysk-/franskkompetencer i de danske virksomheder er af betydning i følgende funktioner og situationer, anført i prioriteret rækkefølge oppefra og ned, så de førstnævnte punkter er fælles og essentielle for respondenterne, de sidstnævnte kun anført af enkelte respondenter. Generelt for de anførte funktioner er, at **mailkorrespondancen, telefonkontakten og mødet** indgår i alle. Generelt er også, at det først og fremmest er den **eksterne** kommunikation, der fremhæves, men at interne kommunikationsopgaver også kan kræve fremmedsprogskompetencer.

- **Ledelse (og salg). Opstart** på tysk-/fransksproget marked. Handelsbesøg. **Første kontakt** med ny samarbejdspartner. Relationsarbejde. **Messedeltagelse.** Kommunikation på tværs af landeafdelinger.
- **Salg.** Forhandling. Udveksling om produkt, handelsbetingelser (kvalitet, pris, levering).
- **Kundeservice.** – som kan inkludere **indkøb, scm** (*supply chain management*). Relationsarbejde.
- **Administration.** Sekretærfunktionen som indgangsansigt til virksomheden fremhæves. Relationsarbejde. Administrative opgaver ifm. sikkerhed, kvalitet, certificeringer.
- **Markedsføring**. Markedsanalyser, markedstilpasning af materialer. Oversættelse, tekstarbejde, hjemmeside, brochurer, pressemateriale. Messedeltagelse, præsentationer.
- **Indkøb.** Forhandling. Kommunikation med indkøbere i datterselskaber, leverandører.
- **Produktion.** Produktdokumentation (reception og produktion).
- **Produktudvikling**, -forskning, -design. Videndeling. Produktdokumentation. Sparring med samarbejdspartnere. Konferencedeltagelse, -oplæg.
- **Montage**
- **Kommunikation**. Intranet.
- **It**. Videndeling. Instruktion.
- **Generelt**.

- Videntilegnelse i produktions-, innovations-, udviklingsarbejde (læsning)
- Videndeling (møder)
- Social kommunikation (frokosten i kantinen).

Enkelte virksomheder har (kontakt med) særlige enheder/personalegrupper, som kan kræve tysk/franskkompetencer:

- **Lager.** Kontakt med udenlandske (østeuropæiske) chauffører.
- **Produktion.** Kontakt med tyske håndværkere, montører.
- **Restauration.** Kontakt med gæster/turister.

At så stor en del af rapportens respondenter er SMV'er betyder, at fremmedsprogsarbejdet i disse virksomheder sjældent er koncentreret på en funktion. Det varetages generelt som del af de øvrige funktioner. Undtagelserne er koncernerne, som har kommunikationsafdelinger. En generel iagttagelse er også, at det skriftlige sprogarbejde, der vurderes at kræve ekspertviden, tilkøbes hos eksterne oversættelsesbureauer. Det fremmedsprogsarbejde, som sådanne virksomheder leverer, er en lidt blind plet i den forstand, at det godt nok tematiseres i interviewene og opfattes som vigtigt, men samtidig tages som en selvfølge af de rekvirerende virksomheder.

Der indgår blandt de respondenter, der repræsenterer det tysk- og franskprogede perspektiv i undersøgelsen, tre respondenter, som har hhv. egne oversættelsesvirksomheder og virksomhed, der yder støtte til eksport og sprogarbejde, og disse respondenter giver alle værdifulde indblik i deres arbejde.

Et fyldestgørende svar på, hvilke behov for fremmedsprogskompetencer sprogvirksomheder har, dvs. hvilke opgaver der generelt tilkøbes hos dem, og også fx hvilken (uddannelses)baggrund deres arbejde kræver, kan rapporten ikke give med det valgte respondentgrundlag. Det ville kræve en specifik analyse af en større gruppe af disse virksomheder.

b) Museer

- **Ledelse** (museumsinspektør, udstillingschef). Kontakt med udstillere, søsterinstitutioner. Mails, artikler, udstillingstekster, informationsmateriale. Telefon, forhandling, møder, relationsarbejde. Planlægning, instruktion af håndværkere, aktører, frivillige. Forskning. Præsentationer, foredrag.
- **Frontpersonale**. Publikumskontakt. Billetsalg, butik, café. Mails. Velkomstinformation. Handouts, skilte, program, guidehæfte. Børnemateriale. Menukort. Ad hoc-info (covid-19). Kundebetjening.
- **Guider, omvisere, reenactors** (historieformidlende aktører). Rundvisning, shows.

- **Markedsføring, administration.** Ekstern kommunikation til presse, turismeorganisationer, rejsebureauer. Hjemmesider, brochurer, annoncering, mails, telefon, ekspedition.

c) Jobcentre

- **Modtagelse.** Visitation
- **Sikringsområdet.** Dagpenge. Sygedagpenge. Formidling af lovgivning, rettigheder og pligter.
- **Integrationsafdeling.** Vejledning (liv og hverdag, daginstitution, boligstøtte, sprogskole, praktik, arbejde).
- **Virksomhedskontakt**. Formidling af arbejdskraft/job. Forklaring af jobfunktioner. Deltagelse i informationsmøder, jobmesser.
- **Borgerservice**. Pas, kørekort, vielser.

12.1.2.4 Situationer, funktioner, arbejdsopgaver, der kræver fremmedsprogskompetencer, tysk-/fransksproget perspektiv

I det tysk- og fransksprogede perspektiv fremhæves følgende opgaver:

	Privat virksomhed, inkl. oversættelses-bureau	**Museum**	**Jobcenter**	**Jobcenter** **-brugere**
Generelt	Telefon, mail, møder. Samtale, videndeling. Alment sprog + fagsprog (virksomhedstysk, forvaltningssprog).			
Specifikt	- Salg, ordre-management - Kundepleje - Produkt-dokumentation, -beskrivelse - Kvalitetssikring - professionel oversættelse, professionelt tekstarbejde	- Kontakt med danske museer og forskningsinstitutioner, - Udveksling m. danske fagfæller, videndeling - Publikumskontakt og omvisninger på museum	- Vejledning af jobsøgende - Arbejdsgiver-kontakt - Samarbejde med dansk netværk (projekt, jobswop) - Informations-arrangementer i dansk kontekst - Fælles dansk-tyske arbejdsgiver-arrangementer - Pressekontakt	- Dansk til tysk grænsehandel, turisme, gastronomi - Dansk til sikkerhedsregler og kundekontakt på danske arbejdspladser

Tab.O.3. Subjektivt behov, tysksproget perspektiv.

12.1.2.5 Faktorer, der er af betydning for danske virksomheders vurdering af behovet for tysk eller fransk

De fælles faktorer, som fremhæves som vigtige for respondenternes vurdering af behovet for tysk og fransk (medtaget er enkelte punkter ift. andre fremmedsprog), kan gennemgående systematiseres efter a) formål med interaktionen, b) situative faktorer, c) faktorer der har med egen virksomhed at gøre (afsender), d) faktorer, der har med samarbejdspartneren at gøre (modtager), e) relationen mellem de kommunikationsdeltagende, herunder symmetri og magtforhold, d) emne for interaktionen samt e) kode, dvs. hvilke værdier et bestemt sprog i bestemt situation tilskrives, evt. ift. andre sprog.

A. **Formål med interaktionen.** Salg (og markedsføring) har i alle virksomheder iboende krav om adaptation i højere grad end andre funktioner. Hvis der er tale om salg og markedsføring ses det altså som essentielt at anvende samarbejdspartnerens førstesprog, mens det er mindre vigtigt ift. andre funktioner eller opgaver som indkøb eller vidensdeling.

B. **Situative faktorer.**

- Kulturel og økonomisk distance. Jo tættere samarbejdspartnernes kultur og økonomi er på hinanden, jo mindre akkomodation kræves der. Tysk kultur og økonomi opleves af rapportens respondenter som lettere at tilgå end fransk.
- Fremmedsprogskompetencer som differentieringsparameter ift. især nordiske konkurrenter.
- Forventninger hos brancheorganisationer. Visit Denmark fremhæves af museer som organisation, der fremmer brugen af tysk i markedsføringsmaterialer til tysktalende markeder
- Politik. Fravær af behov for russisk efter Krimannekteringen (museerne).

B. **Afsender.**

- Egne engelskkompetencer. Jo bedre de vurderes at være, jo snarere fravælges fransk eller tysk.
- Image. At anvende samarbejdspartnerens førstesprog korrekt er udtryk for professionalitet.
- Effektivitetshensyn. Anvendelsen af samarbejdspartnerens førstesprog sikrer hurtigere afvikling af opgaver og færre arbejdsgange.
- Manglende ressourcer. Egen størrelse/kapacitet. SMV'en/Mikrovirksomheden kræver en faglig alsidighed af medarbejderne, der kan betyde udlicitering af sprogopgaver.
- Æstetik/teknik (museerne). Æstetiske hensyn kan betyde fravalg af andre fremmedsprog end engelsk ift. fx skiltning. Teknisk kan en situation hindre anvendelsen af fremmedsprog (reenactments).

C. **Modtager, samarbejdspartner, modpart.**

- Samarbejdspartnerens engelskkundskaber, som afhænger af
    - Samarbejdsvirksomhedens placering (Nord- vs. Sydtyskland; Tyskland vs. Østrig)
    - Samarbejdsvirksomhedens størrelse. Jo mindre fransk eller tysk samarbejdspartner, jo større behov for fransk eller tysk.
    - Samarbejdspartnerens personlige alder. Jo ældre tysk eller fransk partner, jo større behov for fransk eller tysk. Men generationsvurderingen problematiseres også: den yngre tysker, der ikke har anvendt engelsk i nogle år, er ikke nødvendigvis bedre til engelsk end sin ældre kollega.

- Forventning hos samarbejdspartner, modpart, fx besøgende turister på museer.

C. **Relation mellem kommunikationsdeltagende.**

- Organisatorisk niveau, som der samarbejdes på. På ledelsesplan kan det være vigtigere at kunne begå sig på modpartens førstesprog, end det er på menigt medarbejderplan. Strategiske prioriteringer kan indgå: En respondent tilkendegiver, at det på ledelsesplan ses som vigtigere, at der tales tysk med tyske samarbejdspartnere, end fransk med franske.
- Relationens alder. Jo nyere relationen til samarbejdspartneren er, jo vigtigere er det at anvende dennes førstesprog så professionelt og fejlfrit som muligt. Nøgleord: opstart, førstehåndsindtryk, fatisk kommunikation vs. indholdskommunikation.
- Symmetri og asymmetri ift. engelskkundskaber. o Evt. ufordelagtigt asymmetrisk magtforhold ved anvendelse af modpartens førstesprog.

D. **Emne for interaktion.**

- Produktets specialiseringsgrad. Jo mere man som videnstung virksomhed henvender sig til specialiserede fagfolk, jo større behov er der for kundeservice på kundens førstesprog.
- (Sammenhængende hermed) kommunikationens detaljeringsgrad. Behovet for at kunne gøre sig forståelig/at anvende samarbejdspartnerens førstesprog er om så større, jo mere detaljeret kommunikationen er.
- Konflikt/indhold med konflikpotentiale (juridiske spørgsmål, reklamation).
- Indhold, der ikke indgår i rutinekommunikation.

E. **Kode.**

- Førstesprogets affektive/tillidsskabende effekt.
- Sikkerhed (især produktion). Førstesprog prioriteres generelt i kommunikation, der har med sikkerhed at gøre.
- Lingua franca-hensynet. Det anses ikke for hensigtsmæssigt at anvende samarbejdspartnerens førstesprog, hvis det betyder, at kommunikationen ikke kan forstås internt. Fx forhandles der ikke på tysk med tysk samarbejdspartner om tysk kontrakt, hvis ens danske chef kun behersker engelsk (SÆ18).
- Lingua franca-potentialet (engelsk, det non-verbale ift. det nationalsproglige)

12.1.2.6 Danskeres fremmedsprogskompetencer fra tysk- og franskspropget perspektiv

Generelt vurderes danskeres tyskkompetencer til at ligge på et middelniveau. Oplevelsen er, at få har rigtig gode tyskkompetencer, mange har et basalt til middel niveau og nogle kun receptive kompetencer. Tyskkompetencer forbindes med alder, idet ældre danskere anses for at have bedre tyskkompetencer end yngre/unge.

Danskernes franskkompetencer vurderes som meget basale. En undtagelse er 37f, som har kommunikeret med enkeltpersoner, der har haft et meget højt niveau.

Danskeres engelskkompetencer vurderes fra både tysk- og franskspropget perspektiv til at være gode til meget gode. En respondent fremhæver, at der er forskel på meget gode mundtlige og ikke helt så gode skriftlige kompetencer (39f).

12.1.2.7 Kulturelle opmærksomhedspunkter

12.1.2.7.1 Kulturelle opmærksomhedspunkter, dansk perspektiv

Fænomener, som af danske virksomheder og institutioner gentagent fremhæves som udfordrende i forhold til både tysk og fransk kultur – og som samtidig spejles i både det tysk- og det franskspropgede perspektiv – er den større **magtdistance** i virksomheder og organisationer, en anderledes **hierarkisk organisationskultur** med lange beslutningsveje/kommandolinjer samt de heraf afledte for en udenforstående ikke umiddelbart gennemskuelige hensyn i både omgangsform og sprogbrug. **Høflighedskoder** er et begreb, der går igen i beskrivelserne (jf. fx citat F.34, S.44). **Mødekultur,** også både mht. tyske og franske samarbejdspartnere, nævnes også. Specifikt ift. både mundtlig og skriftlig kommunikation med L1-fransktalende fremhæves fx den indirekte, omsvøbsfyldte **højkontekstkulturs** måde at kommunikere på; interessant er en detalje, som en respondents advarsel mod at overføre engelsk syntaks til franske mails (jf. citat F.41). **Konflikt- og undtagelsessituationer** fremhæves som situationer, der kræver særlige fremmedsprogskompetencer. **Humor** er et yderligere opmærksomhedspunkt, og endelig fremhæves af især sundhedsvirksomhederne de nationalstatslige forskelle mht. **social- og sikringssystemer, familiekultur og religion**. Medtaget her, skønt ude af fransk og tysk kontekst, er også de kulturelle sammenstød mellem **systemforståelser**, som jobcentrenes integrationsafdelinger oplever, og som handler om for lidt viden på begge sider af bordet.

Dansk perspektiv	**Maskin- og metal**	• Magtdistance og forståelse af hierarkier (tysk) • Høflighed (tysk)
	Sundhed	• Undtagelsessituationen. Eksempel: Implementering af it i fransk afdeling af virksomhed. • Højkontekst- vs. lavkontekstkultur i fx mailkommunikation, direkthed vs. høflighed (fransk). • Nationalstatsligt forskellige social-/sygesikringssystemer, familiekultur, religion (fransk).
	Fødevarer	• Højkontekstkulturers høflighed, indirekte kommunikation og omsvøb (fransk) • Magtdistance og forståelse af hierarkier (tysk, fransk) • Specifikt sprogligt: Transfer af engelsk syntaks til fransk • Humor
	Turismevirksomheder (museer)	• Tysk organisationshierarki, fordeling af beslutningskompetence • Høflighedskoder, tysk • Mødekultur, tysk
	Jobcentre	• Integrationsafdelingernes brugere: forståelse af det danske system, velfærdsstat, arbejdskultur, opfattelse af myndigheder.

Tab. O.5 Kulturelle opmærksomhedspunkter, dansk perspektiv.

12.1.2.7.2 Kulturelle opmærksomhedspunkter, tysk-/fransksproget perspektiv

Iagttaget fra det tysk- og det fransksprogede perspektiv kan manglende hensyntagen til magtdistance og hierarkier og til høflighedskoder (jf. fx citat FP16, FP17) opfattes som en for stor direkthed og en stødende overskridelse af grænser. Fransk fejlkultur er anderledes end dansk (og amerikansk), således fremhæves fx i den danske afdeling af en multinationale fransk virksomhed accepten af fejl som anderledes end i Frankrig. I fransk virksomhedskultur præfereres usikkerhedsundgåelse. I de tyske jobcentre og det tyske museum anføres administrative systemforskelle, forskelle i arbejdsgange og forskelle mht. skat som opmærksomhedspunkter.

Tysksproget perspektiv	• Organisationskultur, magtdistance, hierarkier • Kommunikationskultur, direkthed vs. høflighed, formalitet • Administrative systemforskelle, arbejdsgange, skat.
Fransksproget perspektiv	• Organisationskultur, magtdistance • Højkontekst- vs. lavkontekst-kommunikationskultur, sproglige registre, stillag, høflighed • Fejlkultur: usikkerhedsundgåelse

Tab. O.6 Kulturelle opmærksomhedspunkter, tysk-/fransksproget perspektiv.

12.1.3 Ubevidst behov

12.1.3.1 Ubevidst behov, dansk perspektiv

Et ubevidst behov, forstået som meddelt hyppig eller regelmæssig kontakt med tysk- eller fransktalende samarbejdspartnere plus tilkendegivelse af dækket behov, dvs. at det ikke anses for nødvendigt at anvende tysk eller fransk i kommunikationen, kan konstateres både ift. tysk (TY7, TY8, FY21, FÆ23, JY25, JY27, JÆ29; JÆ30) og fransk (TY7, SÆ16, SÆ17, FY21, FÆ23). I interviewene kommer disse ubevidste behov fx til udtryk i beskrivelser af a) opgivet kommunikation (og dermed opgivet samarbejde, ekspansion), b) mislykket kommunikation eller – og det er hyppigst forekommende – c) kommunikation, der kræver ekstra arbejdsgange, fx i form af, at flere medarbejdere inddrages i løsning af en opgave, eller – evt. sammenhængende med det netop nævnte – d) kommunikation, der er tidskrævende og træg.

12.1.3.2 Ubevidst behov, tysk-/franskspoget perspektiv

Mht. det tysksprogede perspektiv spejler 32tF det ubevidste behov, der kan konstateres ift. de danske virksomheder (jf. foregående afsnit), som angiver, at det ikke er nødvendigt at kommunikere på tysk med L1-tysktalende, idet 32tF vurderer lingua franca-kommunikationen på engelsk med danskere som gnidningsfri, men samtidig har behov for at inddrage et eksternt bureau til løsning af opgaver, som kræver dansksproglige kompetencer. Hos den multinationale franske virksomhed, der har engelsk som koncernsprog (39f), ses, at både manglende motivation for at tale engelsk hos L1-dansk- og L1-fransktalende samt kompetenceniveauet i engelsk hos L1-fransktalende kan give behov.

12.1.4 Objektivt merbehov

12.1.4.1 Objektivt merbehov, dansk perspektiv

En sammentælling af de danske virksomheder og institutioners faktiske sprogbrug viser, at syv (24%) kommunikerer på tysk med L1-tysktalende, og to (7%) anvender engelsk. Flertallet på 20 (69%) anvender både tysk og engelsk i kommunikationen.
En virksomhed (5%) tilkendegiver at kommunikationen med L1-fransktalende foregår på fransk, 11 (50%), at der anvendes engelsk, og 10 (45%), at der anvendes fortrinsvis engelsk, men i kombination med fransk.

Mens tysk altså vælges af over en femtedel af respondenterne i kommunikation med L1-tysktalende, er engelsk det foretrukne sprog i kommunikationen med L1-fransktalende. Dominerende ift. tysk og også væsentlig ift. fransk er dog den både-og-kommunikation, der inddrager både tysk og engelsk eller både fransk og engelsk. Både-og-svarene inkluderer

forskellige praksisscenarier: Svarene kan således dække over, at nogle ansatte i en virksomhed anvender tysk, andre engelsk over for L1-tysktalende; at den samme danske ansatte skifter mellem tysk og engelsk over for tysk samarbejdspartner, eller at den danske part taler engelsk, mens den tyske part taler tysk.

	Tysk med L1-tysktalende	⟷	Engelsk med L1-tysktalende
Maskin- og metal	MY3, MY4	MY2 MY1 MÆ6	MÆ5
Sundhed	SÆ16	SY13 SÆ18 SY14 SÆ15 SÆ17	
Fødevarer	FY19, FY20	FY22 FY21 FÆ24	FÆ23
Turismevirksomheder (museer)	TÆ9	TÆ10, TÆ11 TY7, TY8, TÆ12	
Jobcentre	JY26	JY25, JY27 JÆ29, JÆ30	
Afrundet %	24	69	7

Tab. O.7 Objektivt merbehov, dansk perspektiv: tysk.

	Fransk med L1-fransktalende	⟷	Engelsk med L1-fransktalende
Maskin- og metal		MÆ6	MY1, MÆ5
Sundhed		SY14 SÆ18 SY13	SÆ15, SÆ16, SÆ17
Fødevarer	FY20	FY19	FY21, FY22, FÆ24
Turismevirksomheder (museer)		TY7, TÆ9, TÆ10	TY8, TÆ11, TÆ12
Jobcentre		JY26, JÆ30	
Afrundet %	5	45	50

Tab. O.8 Objektivt merbehov, dansk perspektiv: fransk.

12.1.4.2 Objektivt merbehov, tysk-/fransksproget perspektiv

Det tysksprogede perspektiv på den faktiske sprogbrug i kommunikationen med L1-dansktalende viser, at både-og-kommunikationen på tysk og engelsk er dominerende: En virksomhed varetager kommunikationen med danskere på dansk. En anvender udelukkende tysk. En både dansk og tysk. Tre anvender tysk og engelsk. Jobcentrene inddrager tolk i deres dansk-tyske møder.

Det fransksprogede perspektiv afspejler de danske svar: Ingen af respondenterne meddeler at kommunikere udelukkende på fransk med danskere; kommunikationssproget er engelsk.

12.1.5 Subjektivt merbehov

12.1.5.1 Subjektivt merbehov, dansk perspektiv

Et subjektivt merbehov ytres af tre virksomheder mht. tysk virksomhedssprog, herunder tysk til salg og kundeservice (MY3, MÆ5, FY19). Tre museer tilkendegiver behov for tysk turistsprog (TÆ10, TÆ11 og TÆ12), og to jobcentre peger på hhv. alment tysk (JÆ30) og tysk forvaltningssprog (JY25).

En af sundhedsvirksomhederne tilkendegiver subjektivt merbehov for fransk virksomhedssprog (SÆ15), to af museerne for turistfransk (TÆ10, TÆ12) og et af jobcentrene for alment fransk (JÆ30).

De øvrige sprog, som nævnes under subjektivt merbehov, er alment engelsk (MÆ5), engelsk til salg og kundeservice (FY19), alment svensk (MY4, MÆ5, FÆ23), uspecificeret kinesisk (SÆ18, TÆ9), japansk (SÆ18), L2-dansk (MY2, MY3), italiensk (FY22), arabisk (JÆ30), spansk (JÆ30) og rumænsk (JY26).

Maskin- og metal	**Sundhed**	**Fødevarer**	**Turismevirksomheder (museer)**	**Jobcentre**
Tysk virksomhedssprog. MY3, MÆ5.		Tysk til salg og kundeservice FY19.	Tysk TÆ10, TÆ11, TÆ12.	Tysk JÆ30. Tysk oversættelse af både fag- og forvaltningssproglige materialer til "tyskere og østarbejdere" JY25.
	Fransk virksomhedssprog SÆ15.		Fransk TÆ10, TÆ12.	Fransk JÆ30.
Alment engelsk MÆ5.		Engelsk til salg og kundeservice FY19.		
Alment svensk MY4, MÆ5.		Svensk FÆ23.		
	Kinesisk, japansk SÆ18.		Kinesisk TÆ9.	
L2-dansk MY2, MY3.		Italiensk FY22.		Arabisk, spansk JÆ30. Rumænsk JY26.

Tab. O.9 Subjektivt merbehov, dansk perspektiv.

12.1.5.1 Subjektivt merbehov, tysk-/fransksproget perspektiv

De subjektive merbehov, som tilkendegives fra tysk- og fransksproget perspektiv ift. kontakten med danske virksomheder og institutioner, er følgende:

Tysksproget perspektiv	*Fransksproget perspektiv*
a) For den danske virksomhed, der har datterselskab i Tyskland: Virksomhedstysk på højt niveau til de kundekontakt-opgaver, der overskrider det rutinemæssige, evt. dialektforståelse. b) For det tyske museum: Almene danskkompetencer til museumsbetjening. c) For et af de tyske jobcentre: Dansk fagsprog (forvaltning-ssprog, virksomhedssprog) inkl. kulturel læring. d) For de tyske jobcentres brugere: Arbejdsmarkedsdansk.	e) For danske virksomheder, der eksporterer til Frankrig: Fransk ift. opstarts- og konfliktsituationen, eksport- og salgsfunktionen, herunder fx mødet, telefonsamtalen eller messedeltagelsen og ift. specifikke kommunikater, fx hjemmeside og e-mails. f) For den franske virksomhed, det franske museum: Mundtligt engelsk. g) For den franske turist i Danmark: Fransk tekstning på offentlige steder, turistattraktioner.

Tab. O.10 Subjektivt merbehov, tysk-/fransksproget perspektiv.

De punkter, der har direkte relevans for det danske uddannelsessystem, er a og e, idet de understreger behovet for både tysk og fransk på højt niveau.

Også punkt g kan ses som direkte relevant for dansk adressat.

De øvrige meddelte subjektive merbehov er relevante i den forstand, at de indikerer bestemte samarbejdssituationer som opmærksomhedspunkter.

12.2 Rekruttering, dansk perspektiv

17 (57%) af de danske respondenter stiller ingen krav om fransk, seks (20%) ingen krav om tysk. Eksplicit krav om fransk stilles af to (7%) af virksomhederne, mens ni (30%) stiller eksplicit krav om tysk. Der er større implicit forventning om, at ansøgere kan tysk (20%) end fransk (7%), men begge sprog anses af lige mange virksomheder for fordelagtige (27%). Opsummeret kan fastholdes, at tysk i højere grad efterspørges eller forventes som kompetence (50% af virksomhederne) end fransk (14%), men at begge sprog altså tillægges ligelig bonusværdi i rekrutteringssituationen.

	Ingen krav		Bonuskompetence		Implicit forventning		Eksplicit krav	
	tysk	fransk	tysk	fransk	tysk	fransk	tysk	fransk
Maskin- og metal		MY1, MY2, MY3, MY4, MÆ5	MY1, MY4	MÆ6	MY2		MY3, MÆ5, MÆ6	
Sundhed	SY14, SÆ17	SY13, SÆ17	SÆ18	SY14, SÆ18			SY13, SÆ15	SÆ15
Fødevarer	FY21, FÆ23	FY21, FY22, FÆ23, FÆ24	FY20, FY22, FÆ24	FY19, FY20			FY19	
Turisme-virksom-heder (museer)			TY7, TÆ12	TY7, TÆ11, TÆ12	TY8, TÆ9	TY8, TÆ9	TÆ10, TÆ11	TÆ10
Jobcentre	JÆ28, JÆ29	JY25, JY26,			JY25, JY27,		JY26	

		JY27, JÆ28, JÆ29, JÆ30			JÆ30			
	6	17	8	8	6	2	9	2
Afrundet %	20	57	27	27	20	7	30	7

Tab. O.11 Rekruttering, dansk perspektiv.

12.3 Efter-/videreuddannelse, dansk perspektiv

De tyskkurser, som responderende virksomheder og institutioner i en efter-/videreuddannelsessituation ville efterspørge, er følgende:

- Tysk til turismebranchen, herunder museumsbetjening. Fortrinsvis mundtligt (7).
- Virksomhedstysk til salg, markedsføring, produktdokumentation og -service. Mundtligt og skriftligt (6).
- Tysk forvaltningssprog, beskæftigelsesfagligt. Mundtligt og skriftligt (4).
- Teknisk tysk, især læseforståelse (2)
- Alment tysk, især samtale (2)
- Tysk til administration, ledelse, forhandling (1)

Ift. fransk nævnes to kurser:

- Integreret kursus i alment fransk og virksomhedsfransk m. kulturforståelse. Fortrinsvis mundtligt (1).
- Fransk forvaltningssprog, det beskæftigelsesfaglige, sagsbehandling (1).

Ift. engelsk nævnes, som for tysk, i alle respondentgrupper kurser. Følgende kurser nævnes:

- Alment engelsk. Mundtligt og skriftligt. (5)
- Virksomhedsengelsk. Mundtligt og skriftligt. (3)
- Engelsk til museumsbetjening (1)
- Engelsk forvaltningssprog, beskæftigelsesfagligt (3) Administrativt og teknisk engelsk (1)

Øvrige sprog, der anføres ift. efter-/videreuddannelse, er kinesisk sprog og kultur (2) og L2-dansk for udenlandsk arbejdskraft eller ikke-danskprogede danskere (6). Herudover tilkendegives interesse for kurser i kulturforståelse, evt. undervist på engelsk (1) og dels i et generelt perspektiv (1), dels specifikt om tysk kultur (3), om de kulturer, som medarbejdere på jobcentrenes integrationsafdelinger kommer i kontakt med (4) og endelig om dansk kultur ift. jobcentrenes ikke-danskprogede brugere.

Maskin- og metal	Sundhed	Fødevarer	Turismevirksomheder (museer)	Jobcentre
Virksomhedstysk. Salg, forhandling og markedsføring (4). Teknisk tysk (2).	Alment tysk. Konversation (1) Virksomhedstysk. Handel, fagsprog (produktterminologi). Mundtligt, skriftligt (1).	Integreret alment tysk og virksomhedstysk. Salg, markedsføring. Skriftligt, mundtligt (1).	Mundtligt tysk til frontpersonale (5). Screening, tysk (1). Tysk til administration og ledelse, forhandling (1).	Tysk fagsprog (forvaltningssprog, det beskæftigelsesfaglige, sagsbehandling, arbejdsgiverkontakt) (4) Alment tysk (1) Tysk til turismebranchen (2).
	Alment fransk i kombination med virksomhedsfransk + kulturforståelse. Mundtligt (1).			Fransk fagsprog (forvaltningssprog, det beskæftigelsesfaglige, sagsbehandling) (1)
Engelsk. Administrativt + teknisk engelsk (1).	Alment engelsk. Mundtligt, skriftligt (2). Virksomhedsengelsk. Mundtligt, skriftligt (1).	Alment engelsk. Samtale (1). Virksomhedsengelsk. Skriftligt (den gode mail) (1).	Mundtligt engelsk til frontpersonale (1) Skriftligt engelsk (1).	Engelsk fagsprog (forvaltningssprog, det beskæftigelsesfaglige, sagsbehandling, arbejdsgiverkontakt) (3) Alment engelsk (1) Engelsk for ufaglærte, faglærte (1).
	Kinesisk. Sprog og kultur (1).		Kinesisk (1).	
	L2-dansk (2).			L2-dansk for ikke-dansksprogede (4).
Kulturforståelse (1).		Kulturforståelse, tysk (1).	Kulturforståelse, tysk, engelsk, danskere af anden etnisk herkomst (3).	Kulturforståelse, integrationsområdet (4). Kulturforståelse for ikke-dansksprogede (1).

Tab. O.12 Efter-/videreuddannelse, dansk perspektiv.

12.4 Udfordringer, katalysatorer, anbefalinger

Den følgende oversigt er en opsamling af de udsagn, der i løbet af interviewene er blevet fremsat om faktorer, som af respondenterne opleves som enten fremmende eller hindrende for brugen af fremmedsprog. Da nogle tilkendegivelser er regulære anbefalinger, anføres de som sådanne. Det fransk- og tysksprogede perspektiv medtages sammen med det danske i oversigten. Der skelnes mellem udfordringer og katalysatorer af generel karakter og udfordringer og katalysatorer, der vurderes at have uddannelsespolitisk relevans (medtaget er også punkter, der siden interviewtidspunktet har mistet relevans).

a. Udfordringer, generelt

Maskin- og metal	• Virksomhedsstørrelse (SMV), kapacitet (travlhed). • Geografi ift. Frankrig (rejsetid, -omkostninger). • Skepsis over for efter-/videreuddannelse.
Fødevarer	• Store markeders selvtilstrækkelighed.
Turismevirksomheder (museer)	• Ressourcer.
Jobcentre	• Medier, engelskfiltrerede nyheder. • Fordomme og manglende viden.
Fransksproget perspektiv	Engelskniveauet i Frankrig.

b. Uddannelsespolitiske udfordringer

Maskin- og metal	• Manglende krav om sprogkundskaber i ingeniøruddannelserne. • Status for tysk i folkeskole og gymnasium. • Brugerbetaling for L2-danskkurser til udenlandske studerende.
Jobcentre	• Nedprioritering af det (u)smarte.

c. Katalysatorer, generelt

Maskin- og metal	• Geografisk nærhed, økonomiske ligheder ift. Tyskland.
Sundhed	• EU, europæisk harmonisering.
Fødevarer	• Ikke-synkroniserede medier, pc-spil. • Europæisk harmonisering.
Turismevirksomheder (museer)	• Brancheorganisationer. • Femern Bælt-forbindelsen.
Jobcentre	Store anlægsprojekter, bl.a. Femern Bælt-forbindelsen.
Tysksproget perspektiv	• Den fælles historie. • Naboskabet. • De ikke-synkroniserede danske medier. • Tysk fjernsyn i Danmark. • Femern Bælt-forbindelsen.

d. Uddannelsespolitiske katalysatorer

Sundhed	• EUX. • Udenlandske studerende.

e. Uddannelsespolitiske anbefalinger

Maskin- og metal	• Behov for større fokus på tysk frem for "eksotiske sprog", som kinesisk. • Sundhed • Optimering af marketinguddannelser ift. sprog og kulturforståelse

	• Styrkelse af interesse for fremmedsprog i skole og uddannelse.
Turismevirksomheder (museer)	• Fremmedsprog til museernes frontpersonale som del af efteruddannelse til voksne. • Forskning i markedsførings- og formidlingskommunikation til forskellige nationaliteters segmenter.
Jobcentre	• Kulturforståelse (både europæiske og ikke-europæiske kulturer) som integreret del af socialrådgiveruddannelsen.
Fransksproget perspektiv	• Fremme af fransk og andre sprog end engelsk i uddannelsessystemet. • Tidligere franskundervisning i folkeskolen. • Udvekslingsophold i folkeskole og gymnasium. • Universitetsstudier, der integrerer sprog og andet universitetsfag.

f. Anbefalinger i øvrigt

Fransksproget perspektiv	• Økonomisk støtte til sprog ved eksportopstart. • Sproglæring på arbejdspladsen som integreret del af arbejdet.

13

Sammenfatning

13. Sammenfatning

I den foreliggende rapport er kvalitative interview med hhv. danske virksomheder og institutioner samt virksomheder, der repræsenterer et tysk- eller fransksproget perspektiv, blevet analyseret mhp. at afdække, hvilke behov for hvilket tysk og/eller fransk danske private virksomheder og offentlige institutioner har.

Rapporten redegør for behovet ved

- At undersøge fem forskellige former for behov, dvs. hhv. objektivt behov (kontaktfrekvens), subjektivt (meddelt) behov, ubevidst behov, objektivt merbehov og subjektivt merbehov.
- At definere de funktioner, situationer og arbejdsopgaver, som virksomhederne/institutionerne under subjektivt behov selv vurderer, at det er vigtigt at anvende tysk- og franskkompetencer (danske respondenter) eller fremmedsprogskompetencer (tyske, franske respondenter) til.
- At pege på faktorer, som virksomhedernes/institutionernes subjektive behov er begrundet i.
- At analysere de krav og forventninger, danske virksomheder/institutioner har om tysk- og franskkompetencer ved rekruttering.
- At pege på den efter-/videreuddannelse i tysk og fransk, som danske virksomheder/institutioner vil have behov for i en opkvalificering af deres nuværende medarbejdere.
- At undersøge udfordringer og katalysatorer, som begrænser eller fremmer anvendelsen af tysk og fransk for de interviewede virksomheder og institutioner og at videregive de anbefalinger, som virksomhederne/institutionerne giver ift. bl.a. uddannelse.

Som korte facitter kan fastholdes: Et objektivt behov for tysk kan konstateres hos 87% af de danske virksomheder, et objektivt behov for fransk hos 40% af virksomhederne. Alle brancher i undersøgelsen har et objektivt behov for tysk; eksportvirksomheder inden for sundhed har størst objektivt behov for fransk. Det objektive behov, der meddeles fra tysk-/fransksproget perspektiv, er lige stort ift. de to sprog, dvs. fem ud af seks tysksprogede og fire af de fem respondenter, der repræsenterer det fransksprogede perspektiv, har regelmæssigt eller ofte kontakt med danske virksomheder/institutioner.

Et subjektivt behov for tysk tilkendegives af 23% af respondenterne, et subjektivt behov for fransk hos 20%. Behovet for tysk anses især i SMV-maskin- og metalvirksomheder for udækket, behovet for fransk især i sundhedsvirksomhederne. Iagttaget fra tysk- og fransksproget perspektiv er der størst behov fra fransk side.

Vigtigst af de funktioner, situationer og arbejdsopgaver, der kræver tysk eller fransk, er salg, opstart på nyt marked og førstekontakten med tysk/fransk samarbejdspartner. Tysk og fransk på højt niveau kræver især den ikke-rutineprægede kommunikation og (potentiel) konfliktkommunikation, som fx reklamation eller retssag. Gennemgående og generelt ift. opgaver betones den affektive effekt, det har at anvende samarbejdspartnerens førstesprog.

Hos en tredjedel af virksomhederne kan konstateres et ubevidst behov for tysk eller fransk. Det er behov, som tilkendegives i beskrivelsen af opgivet kommunikation, mislykket kommunikation, ineffektiv eller tidskrævende kommunikation.

Et objektivt merbehov viser sig især ift. fransk. Engelsk er for de danske virksomheder/institutioner det foretrukne sprog i kommunikation med L1-fransktalende (50%). Lidt over en femtedel (23%) af respondenterne anvender tysk i kommunikation med L1-tysktalende. Dominerende er dog ift. tysktalende en både-og-kommunikation, der inddrager både tysk og engelsk (69%) eller ift. fransktalende både fransk og engelsk (45%). Det fransksprogede perspektiv afspejler de danske svar: Ingen af respondenterne meddeler at kommunikere udelukkende på fransk med danskere. Kommunikationssproget er engelsk.

Subjektive merbehov, som meddeles af respondenterne, er: tysk virksomhedssprog, tysk turistsprog, tysk forvaltningssprog, fransk virksomhedssprog og alment fransk.

Ved rekruttering stilles eksplicit krav om fransk af to (7%) af virksomhederne, mens ni (30%) stiller eksplicit krav om tysk. Der er større implicit forventning om, at ansøgere kan tysk (20%) end fransk (7%). Begge sprog anses af lige mange virksomheder (27%) for en bonuskompetence.

Ift. efter-/videreuddannelse tilkendegives størst interesse for tysk til turismebranchen, herunder museumsbetjening, samt virksomhedstysk. Ud over disse to punkter peges der i rapporten på følgende interesser (i prioriteret rækkefølge oppefra og ned):

- Tysk forvaltningssprog, beskæftigelsesfagligt. Mundtligt og skriftligt (jobcentermedarbejdere).
- Teknisk tysk, især læseforståelse (SMV-maskin- og metalvirksomheder).
- Alment tysk, især samtale.
- Tysk til administration, ledelse, forhandling (museumsinspektører).
- Integreret kursus i alment fransk og virksomhedsfransk m. kulturforståelse. Fortrinsvis mundtligt.
- Fransk forvaltningssprog, det beskæftigelsesfaglige, sagsbehandling (jobcentermedarbejdere).

Øvrige sprog, der anføres ift. efter-/videreuddannelse, er især **engelsk** (mundtligt og skriftligt virksomhedsengelsk; engelsk til museumsbetjening; engelsk forvaltningssprog; administrativt og teknisk engelsk); **L2-dansk** for udenlandsk arbejdskraft eller ikke-dansksprogede danskere samt kinesisk sprog og kultur. Herudover tilkendegives interesse for kurser i **kulturforståelse**, dels i et generelt perspektiv, dels specifikt om tysk kultur; om de kulturer, som medarbejdere på jobcentrenes integrationsafdelinger kommer i kontakt med, og endelig om dansk kultur ift. integrationsafdelingernes ikke-dansksprogede brugere.

Vigtige katalysatorer for sprogene er EU og europæisk harmonisering, store anlægsprojekter som Odense Letbane, Storstrømsbroen og Femern Bælt-forbindelsen samt ikke-synkroniserede medier. Uddannelsespolitiske udfordringer er bl.a. status for sprogene i folkeskole og gymnasium og manglende eller for få krav om sprogkundskaber i videregående uddannelser med anden faglighed (ingeniør-, marketinguddannelser).

Litteratur

Andersen, Mette Skovgaard et al. (red.) (2010): *Tysk nu. Konference om tysk sprog og kultur i offentlighed, forskning og undervisning i Danmark*. Institut for Kultur og Identitet, Roskilde Universitet

Balsløv, Birgitte v.F., Marianne Laila Lippert (2016): *Ingeniørers behov for sprog: udfordringer til fremmedsprogskompetencer i danske globale virksomheder*. Via University College Horsens.

Hockett, Charles (1958): *A course in modern Linguistics*. The Macmillan Project.

Jensen, Anne Katrine B., Jesper Moltrup-Nielsen (2016): *Hvornår er små virksomheder små?* Dansk Statistik.

Leclercq, Anne (2016): *Behov for fremmedsprogskompetencer og dansk eksport går hånd i hånd*. DI.

Lund, Sonja Barfod, Petra Daryai-Hansen (2018): "Sproglig hierarkisering i en international dansk virksomhedskontekst". *Rask* 48, 73-106.

Regeringen (2017): *Strategi for styrkelse af fremmedsprog i uddannelsessystemet*. Kbh. Undervisnings- og Uddannelses- og Forskningsministeriet.

Romme-Mølby, Malene (2020): "Reformen fejler: Færre elever vælger sprog". *Gymnasieskolen*. Nr. 4, juni 2020, 6-8.

Statsministeriet (2016): *Regeringens strategi for Tyskland*. http://www.stm.dk/multimedia/Tysklandsstrategi.pdf

Sørensen, Allan (2019): *Et stort marked med potentiale for mere*. DI.

Kvale, Steinar (2007): *Doing Interview*. SAGE Publications. The SAGE Qualitative Research Kit, Vol. 2.

Kvale, Steinar, Svend Brinkmann (2015): *Interview. Det kvalitative forskningsinterview som håndværk*. København: Hans Reitzels Forlag.

Vandermeeren, Sonja (2016): „Dänisch oder Deutsch? Die Ergebnisse einer Fragebogenaktion unter norddeutschen und dänischen Manager_innen zum Sprachgebrauch und -bedarf ihrer Unternehmen". In: *Linguistik Online, 79*(5). doi:http://dJ.doi.org/10.13092/lo.79.3347.

Verstraete-Hansen (2008): *Hvad skal vi med sprog? Holdninger til fremmedsprog i danske virksomheder i et uddannelsespolitisk perspektiv. Institut for Internationale Kultur- og kommunikationsstudier*. Handelshøjskolen i København/Copenhagen Business School.

Verstraete-Hansen, Lisbeth, Mette Skovgaard Andersen (2013): *Hvad gør vi med sprog? Behov for og holdninger til fremmedsprog i den danske centraladministration i et uddannelsespolitisk perspektiv*. Copenhagen Business School/Handelshøjskolen i København.