Virksomheders internationale succes



Sammenhæng til sprog og kulturressourcer

Marts 2025
Jytte Lyngvig for NCFF

Virksomheders internationale succes
– Sammenhæng til sprog og kulturressourcer
2. udgave 2026
Copyright © 2025 Forfatterne & NCFF

Forfatter: Jytte Lyngvig for NCFF

Indholdsfortegnelse

Indledning 5

Resumé 8

Virksomhederne 9

Sprog 11

Globaliseringen 13

Sprogpolitik 15

Konklusioner i punktform 16

1: Sprog 20

1.1 Dansk og domænetab til engelsk 20

1.2 Sprogressourcer i EU-landene 21

1.3 Sprog og efterspørgslen på arbejdsmarkedet 23

1.4 Globaliseringen og fremmedsprog 25

1.5 Konklusioner til kapitel 1 26

1.6 Kilder til kapitel 1 27

2: Dansk økonomi – International samhandel og globaliseringen 28

2.1. Dansk eksport 28

2.2. Vurderinger af dansk økonomi 30

2.3. Dansk økonomi og globaliseringen 31

2.4. Konklusioner til kapitel 2 37

2.5. Kilder til kapitel 2 37

3: Economics of language – sprogøkonomi 39

3.1. Udfordringer for fagdisciplinen 39

3.2. Starten på udviklingen af fagområdet 41

3.3. Analogier om sprog og økonomi 42

3.4. Sammenhængen mellem kompetencer i fremmedsprog og indtjening 44
3.5. Betydningen af fremmedsprogsressourcer for virksomhederne 50
3.6. Kompetencer i fremmedsprog og rekrutteringsstrategier 53
3.7. Handlingskonsekvenser og -overvejelser 55
3.8. Konklusioner til kapitel 3 56
3.9. Kilder til kapitel 3 57

4: Udenlandske analyser og undersøgelser 58

4.1. DYLAN – Language Dynamics and Management of Diversity 59
4.2. ELAN – Effects on the European Economy of Shortage of Foreign Language Skills in Enterprise 62
4.3. Languages mean Business – Companies work better with languages 65
4.4. PIMLICO – Promoting, Implementing, Mapping Language and Intercultural Communication Strategies 67
4.5. CELAN – Language Strategies for Competitiveness and Employability 69
4.6. Competing across borders: how cultural and communication barriers affect business 71
4.7. Role of Languages in International Performance for UK SMEs (LO-C 30) 72
4.8. European Strategy for Multilingualism: Benefits and Costs 74
4.9. Konklusioner til kapitel 4 75
4.10. Kilder til kapitel 4 76

5: Danske analyser og undersøgelser 78

5.1. Danske resultater af de tidlige europæiske analyser og undersøgelser, FLAIR og ELISE 79
5.2. Dansk Industris undersøgelser 80
5.3. Holdninger til fremmedsprog i virksomhederne og uddannelsespolitik 83
5.4. Eksportens DNA® 85
5.5. Morgendagens salg 86
5.6. Eksportvirksomhedernes salgspraksis 87
5.7. SMV'ernes internationalisering og orientering mod udlandet 89
5.8. Undersøgelser for Det Nationale Center for Fremmedsprog (NCFF) 93
5.9. Konklusioner til kapitel 5 96
5.10. Kilder til kapitel 5 98

6: Spørgeskemaundersøgelse og interview indhentet i nærværende projekt 100

6.1. Resultater fra spørgeskemaundersøgelsen 101
6.2. Interview 101
6.3. Konklusioner til kapitel 6 102
6.4. Kilder til kapitel 6 102

Samlet bibliografi 103

Indledning

”Sprog giver adgang til en mangfoldighed af viden, kultur og historie, der åbner døre til verden omkring os”. Sådan indledes regeringens sprogstrategi fra 2017.[1] I en udtalelse til Kristeligt Dagblad den 16. oktober 2024 siger uddannelses- og forskningsministeren noget tilsvarende: ”Det er vigtigt, at vi kan tale andet end engelsk, når vi som et lille land skal begå os globalt. Og vi har godt af at få udvidet vores kulturelle horisont og forståelse”.

Indledningen til sprogstrategien peger også på, at sprog giver adgang til vækst og velstand via internationalt samarbejde:

> Sprog har således stor betydning for Danmarks økonomiske og handelsmæssige samarbejder med omverdenen. Det gælder f.eks., når danske virksomheder samarbejder med virksomheder i andre lande, og når udenlandske virksomheder ønsker at slå sig ned i Danmark.[2]

Danske regeringer har gentagne gange taget initiativer på sprogområdet med argumenter om, at dansk kun tales af få, og at dansk økonomi og dansk erhvervsliv er afhængige af international samhandel. Initiativer af denne karakter udmøntes oftest som uddannelsespolitik eller erhvervspolitik.

Et eksempel fra uddannelsespolitikken stammer fra den arbejdsgruppe, som i 2011 skulle give inspiration til en strategi for den samlede uddannelse i fremmedsprog. I indledningen står:

> Mobiliteten i den moderne verden gør, at en stor del af befolkningen kommer til at møde, kende og arbejde sammen med folk fra mange forskellige dele af verden. […] Derfor er der brug for kompetencer i flere sprog – for sprog er nøglen til at forstå

1. Regeringen (2017), *Strategi for styrkelse af fremmedsprog i uddannelsessystemet*.
2. Ibid., p. 2.

andre kulturer og dermed nøglen til at kunne agere i verden og opnå indflydelse.[3]

Et eksempel fra erhvervspolitikken er fra 2016, hvor regeringen præsenterede sin strategi for Tyskland. I indledningen understreges nødvendigheden af kultur- og sprogkompetencer:

> Kendskab til Tyskland og tysk sprog er vigtigt for at få succes på det store tyske marked. Bedre tyskkundskaber i den danske eksportsektor vil kunne styrke dansk samhandel med Tyskland.[4]

Den nye strategi for Afrika[5] er et eksempel fra udenrigspolitikken. Man konstaterer i indledningen, at "det afrikanske kontinent er komplekst. 54 lande. Flere hundrede sprog." Blandt initiativerne er at åbne ambassader i Tunesien og Senegal. Der er dog ingen overvejelser om sprog- og kulturbehov ved et større engagement i det frankofone Afrika.

Sprog og kulturforståelse er vigtigt for et lille sprogområde som Danmark med en lille åben økonomi, og formålet med denne undersøgelse er at belyse indflydelsen af sprog og kulturforståelse på forretning og bundlinje hos virksomheder, der indgår i international samhandel. Positive og negative effekter knyttet til rådigheden over sprog- og kulturressourcer optræder i hele værdikæden. Hensigten med denne rapport er at indkredse, hvordan sprog- og kulturforståelse influerer på virksomhedernes succes eller mangel på samme. Undersøgelsen er forankret hos Det Nationale Center for Fremmedsprog, NCFF, ved Københavns Universitet og Aarhus Universitet.

Rapporten indeholder en gennemgang af de vigtigste udenlandske og danske analyser og undersøgelser, der har fokus på virksomheders internationale succes og sammenhængen til sprog- og kulturressourcer. Den viser også, hvordan de bygger oven på og supplerer hinanden. I en sådan gennemgang er det slående, i hvor stor udstrækning budskaberne er de samme, og det skærper nysgerrigheden for at forstå, hvorfor de samme budskaber kan gentages igen og igen, uden at de omsættes til resultatskabende handlinger.

De fleste af disse analyser og undersøgelser er kvalitative, men enkelte er kvantitative. De sidstnævnte er gennemført inden for rammerne af den økonomiske fagdisciplin "economics of language", sprogøkonomi. For at sætte analyserne og undersøgelserne i perspektiv er både sprogressourcer og sprogbehov og nøgletal for dansk økonomi i en international sammenhæng relevante at kende. Derfor er disse områder også kort beskrevet.

---

3. Arbejdsgruppen for uddannelse i fremmedsprog (2011), *Sprog er nøglen til verden*, p. 7.
4. Regeringen (2016), *Regeringens strategi for Tyskland*, p. 3.
5. Regeringen (2024), *Afrikas århundrede. Strategi for et styrket dansk engagement med de afrikanske lande.*

Rapporten indledes med et resumé af både indhold og konklusioner, der giver en samlet overordnet og tværgående indsigt i hele undersøgelsen. Af hensyn til læsevenligheden indeholder resuméet ingen referencer. De findes i den detaljerede gennemgang i de efterfølgende kapitler.

Rapporten består af seks kapitler, der er tematisk opdelt. Denne gennemgang trækker de vigtigste pointer i de mange analyser og undersøgelser frem. Alle kapitler afsluttes med en konklusion og en oversigt over kilder knyttet til det givne kapitel. Til sidst findes den samlede bibliografi.

De to første kapitler sætter rammen ved at se på relevante informationer om sprog og sprogbehov og data om dansk økonomi i en international sammenhæng. Kapitel 3 koncentrerer sig om den kvantitative metode til at analysere sammenhængen mellem sprog og økonomi, "economics of language". Herefter følger kapitel 4 og 5, der gennemgår de mange henholdsvis udenlandske og danske analyser og undersøgelser om sprog og virksomheder. Endelig giver kapitel 6 de bidrag, det har været muligt at hente, fra en lille spørgeskemaundersøgelse og få interview i forbindelse med nærværende undersøgelse.

I forbindelse med dette arbejde har jeg haft kontakt, skriftligt eller personligt, med mere end tredive personer. De har, hver på deres måde, bidraget positivt, og jeg vil gerne takke alle.

Januar 2025,

Jytte Lyngvig

Resumé

Dette projekt beskæftiger sig med virksomheder, der indgår i international samhandel. Det har til formål at indkredse, hvilken betydning sprog og kulturressourcer har for disse virksomheders internationale succes. Det gælder både de positive effekter, som sprog- og kulturkendskab kan skabe gennem hele værdikæden, og de barrierer, der tilsvarende kan opstå på grund af manglende sprog- og kulturressourcer.

Denne problemstilling har haft opmærksomhed meget længe, og opmærksomheden er øget med den stigende internationale samhandel og arbejdsdeling fra 1990'erne og fremefter. De mange analyser og undersøgelser peger i samme retning: Sprog- og kulturressourcer er nyttige for virksomheder, der ønsker at agere internationalt, og samtidig er det en god samfundsmæssig investering at opbygge befolkningens sprogkompetencer. Uanset dette kan man konstatere, at det tilsyneladende er vanskeligt at få omsat disse konklusioner til handling. Sprog hyldes i taler og indlæg, mens det er vanskeligt at få øje på en egentlig prioritering af sprogtilegnelse. Der er derfor god grund til at blive ved med at dokumentere, at fremmedsprog og kulturkendskab er vigtige for virksomheders bundlinje.

Den oprindelige intention var at lægge den største vægt på de analyser og undersøgelser, der er gennemført inden for den økonomiske disciplin "economics of language". Desværre viste denne opgave sig vanskeligere end forventet. Det faglige miljø er ret lille, og de analyser og undersøgelser, der findes, er overvejende gennemført på data fra Schweiz og Quebec, altså i lande med flere nationale sprog. Heldigvis er der over årene gennemført en række kvalitative analyser og undersøgelser af problematikken, de fleste med betydelig EU-finansiering. Hensigten har været at understøtte og udvikle forskellige politikområder. Hvad angår de danske analyser og undersøgelser deler de sig groft sagt i to grupper: de danske dele af europæiske projekter og analyser gennemført af erhvervsorganisationer samt NCFF.

Resuméet sammenfatter hovedrapporten gennem fire temaer, der tager afsæt i virksomhederne, sprog, globaliseringen og sprogpolitik for at slutte med et koncentrat af

konklusionerne. Af hensyn til læsevenligheden er her ikke angivet referencer i resuméet. Dem kan man finde i de seks kapitler, der følger.

Virksomhederne

Dansk økonomi er lille og åben. Eksporten på cirka 1.000 mia. kroner om året genererer omkring 900.000 eksportafhængige jobs og er en afgørende kilde til velstand. Det er interessant, at omkring hundrede virksomheder står for halvdelen af eksporten, mens de 15.000-17.000 SMV'er, der eksporterer, kun udgør godt 5 % af de danske SMV'er. Det tyder på et stort uudnyttet potentiale.

Derfor er det relevant at undersøge, hvad der kan fremme international samhandel yderligere, og her er kommunikationen med internationale samarbejdspartnere et kritisk opmærksomhedspunkt. Misforståelser på grund af kulturelle forskelligheder er én af de største forhindringer for et vellykket internationalt samarbejde, samtidig med at et sådant samarbejde er afgørende for vækst og succes.

Når fokus sættes på barrierer på grund af sprog- og kulturforståelse, så er det forhandlingssituationen, der anses for at være den sværeste, men alt efter hvilken undersøgelse der er tale om, nævnes andre situationer. Det kan være forretningsmøder i almindelighed, præsentation af virksomheden og dens produkter, vedligeholdelse af internationale relationer og deltagelse i flersproget kommunikation og interaktion. Dertil kommer, at det er en vigtig pointe, at sprog- og kulturkendskab ikke kun er vigtige ressourcer for salg og marketing. Det gælder hele værdikæden, og for eksempel krydser mange led i forsyningskæden grænser. Disse udfordringer gør, at mange virksomheder mener, at de har tabt ordrer eller simpelthen afstår fra fremstød på nye internationale markeder.

Der er forskel på store virksomheder og på små og mellemstore virksomheder. Når SMV'erne skal angive de vigtigste barrierer for en større indtrængen på internationale markeder, så ligger mangel på tid, medarbejdere og kapital øverst på listen, mens sprog og kulturelle barrierer befinder sig længere nede. Det kan dog ikke udelukkes, at markeringerne, der ligger øverst, også indeholder elementer af sprog og kultur.

Virksomhederne angiver i flere undersøgelser, at det vigtigste for succes i internationalt samarbejde er deres produkter og serviceydelser, samarbejdet med udenlandske virksomheder, afsøgning af nye udenlandske markeder og import af delkomponenter og serviceydelser. Det vil sige, at kendskab til produkter og serviceydelser ligger i top. Opmærksomheden er væsentlig mindre på, at det kræver kommunikation og opbygning af relationer at skabe en positiv interesse hos kunderne. Virksomhederne er bevidste om, at der er en økonomisk gevinst at hente på internationale markeder ved at udvikle eksisterende eller nye markeder, styrke brand og udvikle nye produkter og ydelser, og det kræver god kommunikation og opbygning af gode relationer.

Det kan umiddelbart undre, at kun en mindre del af virksomhederne melder tilbage, at de har en nedskreven strategi for deres internationale aktiviteter. Flere angiver at have konkrete mål og endnu flere siger, at de følger systematisk op på deres mål. Der er således et større antal virksomheder, der fortæller, at de følger systematisk op på konkrete mål, end det antal, der angiver at have en strategi eller konkrete mål.

En bevidst strategi for internationale aktiviteter og en bevidst holdning til og strategisk brug af sprog- og kulturressourcer giver virksomheder en større økonomisk gevinst i forhold til virksomheder, der ikke har en sådan strategi. Det er derfor vigtigt at understrege, ligesom det også er intuitivt forståeligt, at international samhandel og eksport giver de bedste resultater, når det sker planlagt og systematisk. Dette forhold bliver yderligere accentueret af, at når det gælder vareeksport, så udgør de direkte produktionsomkostninger kun omkring en tredjedel af de samlede omkostninger ved at levere en vare til et eksportmarked. De resterende to tredjedele er eksportomkostninger. Det betyder derfor, at der er meget at hente, hvis disse omkostninger optimeres og fokuseres.

En anden vigtig pointe er, at det er økonomisk rationelt at prioritere blandt potentielle markeder på baggrund af markedsanalyser og selv en begrænset analyse er bedre end ingen. I en sådan analyse indgår også virksomhedens sprog- og kulturkapacitet, der kan afdækkes med en "sprogaudit" af større eller mindre omfang. Det er en opgørelse af ressourcer og behov.

Medarbejderne i virksomhederne bliver stadigt mere internationale, og de muligheder og barrierer, der følger med forskelle i sprog- og kulturkompetencer, er derfor også rykket ind i virksomhederne og knytter sig ikke længere kun til eksterne samarbejdspartnere.

Efterspørgsel efter sprogkompetencer er et særligt felt, idet undersøgelser tyder på, at den eksplicitte efterspørgsel baseret på stillingsannoncer er en dårlig indikator for de reelle behov, selvom det umiddelbart skulle synes at være en god måde at afdække dem på. Det skyldes, at efterspørgslen er mindre end det faktiske forbrug af sprogressourcer. Det kan umiddelbart være svært at forstå, men ved nærmere analyse viser det sig at være rationelt, i hvert fald på kort sigt, da medarbejderne klarer sig i de fleste situationer. "At klare sig" betyder dog ikke nødvendigvis det samme som at klare sig optimalt eller bedst muligt. Umiddelbart betyder dette færre omkostninger, men det er muligt, at den negative effekt vil blive færre indtægter. Denne opfattelse af værdien af sprogkompetencer er formodentlig også årsagen til, at virksomhederne efterspørger dobbeltkompetencer og i den forbindelse fokuserer på den eller de kompetencer, de opfatter som kritiske – og det er sjældent sprog.

Sprog

Der er omkring seks millioner mennesker, der taler og forstår dansk, så når dansktalende skal begå sig i en international verden, har de brug for et eller flere fremmedsprog. De fleste mennesker, i og uden for Danmark, anser engelsk som det vigtigste internationale sprog, og det er også et meget vigtigt internationalt sprog. Til trods for dette er den daglige virkelighed i mange situationer flersproget, ligesom kendskab til lokale sprog ofte kan gøre den positive forskel. Med realiteten af mange flersprogede situationer er der brug for et partnerskab mellem brugen af et lingua franca (oftest engelsk) og en flersproget situationsbestemt interaktion og strategi.

I årenes løb har opfattelsen af flersproglighed flyttet sig. Den startede med en forståelse af sprog som en færdighed og et redskab med fokus på at tale og forstå for at flytte sig til at se sprog som én af kompetencerne til at opnå en god kommunikation. Her optræder et sprog eller flere sprog sammen med non-verbale kommunikationsfærdigheder. I denne forståelse viser den flersprogede kompetence hos den enkelte sig som et valg af en meningsfuld kommunikationsstrategi i den konkrete flersprogssituation, og dette valg er ikke blot et valg af sprog. Det er også en afkodning af de situationsbestemte sociale dynamikker, der er til stede, og de sproglige muligheder, som kommunikationspartnerne har til rådighed.

Rådighed over færdigheder i forskellige sprog, fra perfekt til begrænset, er en integreret helhed, der er mere end summen af de enkelte dele. De flersprogede kompetencer er et sæt af ressourcer, der både omfatter verbale (forskellige registre, dialekter og sprog, behersket på forskellige niveauer) og ikke-verbale (ansigtsudtryk og gestik) sprogkompetencer. Disse kompetencer tilsammen kaldes et sprogrepertoire. Disse forskellige repertoirer aktiveres af de involverede i givne konkrete situationer, så de finder praktiske og pragmatiske løsninger på de aktuelle kommunikationsudfordringer. Det betyder, at det i de fleste situationer ikke er korrekthed, der er i højsædet, men snarere evnen og modet til at mobilisere sprogressourcerne.

Sprogkompetencer er andet og mere end sprogfærdigheder. Det dækker over forskellige ressourcer til at danne relationer, heriblandt kulturforståelse. Ved at lære et sprog til et rimeligt niveau, får man mere end færdigheder i dette sprog. Færdighederne får følgeskab af interkulturel indsigt.

Da sprogkompetencer er meget vigtige for at danne og vedligeholde relationer, er de centrale ressourcer for virksomhederne i deres markedsanalyser og for eksempel ved åbningen af nye markeder. Gode mellemmenneskelige relationer har en positiv virkning på effektiviteten i kommunikationen både med hensyn til præcision, til at eliminere usikkerhed og undgå misforståelser. Det medfører, med andre ord, en minimering af et unødigt ressourceforbrug og risici.

Danskere vurderer generelt, at de er gode til engelsk, og i egen-rapporteringer siger næsten alle, at de kan føre en samtale på engelsk, og halvdelen, at de er meget gode til engelsk og bruger sproget dagligt. Dette understreges en ny undersøgelse, der viser at engelsk er godt på vej til at ændre status fra fremmedsprog til hverdagssprog i Danmark. For mange danskere – jo yngre, jo flere – indgår engelsk side om side med dansk i dagligdagen.

Tyskland er Danmarks næststørste eksportmarked, og det største eksportmarked for SMV'erne, men forholdet til engelsk er anderledes i Tyskland end i Danmark. Kun to tredjedele af tyskerne rapporterer, at de kan føre en samtale på engelsk, og en fjerdedel, at de er meget gode til engelsk og bruger sproget dagligt. Det betyder, at danskere ikke automatisk kan gå ud fra, at den tyske samtalepartner kan eller ønsker at føre en samtale på engelsk. Disse forskelle mellem danskeres og tyskeres forhold til engelsk øger sandsynligheden for et forskelligt aktivt kompetenceniveau og et forskelligt forventningsniveau til at vælge engelsk som kommunikationssprog. Dette accentueres yderligere, når det kombineres med, at det er en begrænset gruppe på godt ti procent af de danske respondenter, der føler sig sprogligt sikre på tysk, og kun det halve, der dagligt bruger tysk. En flersproget tysk-dansk-engelsk situation må derfor forventes at skabe udfordringer, og understreger vigtigheden af behovet for tyskkompetencer hos danske virksomheder.

Det er ikke kun egne sprogkompetencer i engelsk, der er relevante, hvis engelsk skal være det fælles kommunikationssprog. Det gælder også opfattelsen af kommunikationspartnernes kompetencer i engelsk. Her mener over 40 procent af danske virksomheder, ifølge én af undersøgelserne, at engelskkompetencerne hos deres samhandelspartnere er en barriere. Denne andel er større end den andel af de danske virksomheder, der mener, at manglende engelskkompetencer er en barriere hos dem selv. Det betyder, at man udpeger modtageren i kommunikationen til at udgøre et problem. Det er modsat den gængse opfattelse i Danmark af forudsætningerne for god kommunikation. Her ligger ansvaret ligger hos afsenderen og ikke hos modtageren.

Et andet aspekt af denne meget store tillid til, at engelsk kan klare alle internationale situationer, er, at det hverken er "British English" eller "American English", der er det reelle internationale engelske kommunikationssprog. I stedet taler man om "global Englishes", i flertal. Dette forhold har også stor betydning for "native English speakers", der er i betydelig risiko for at tale et sprog, der er for kompliceret for "non-native English speakers".

Engelsk er således en forventet nødvendighed i internationalt samarbejde, men ikke en tilstrækkelig, hvis der skal opnås solide og varige resultater. Dette behov for andre fremmedsprog end engelsk er adresseret i forskellige analyser på både verdensomspændende, europæisk og nationalt niveau. Konklusionerne formuleres positivt som, at god grænseoverskridende kommunikation er en forudsætning for gunstige resultater og vækst, og negativt, som at der er stor risiko for mistede ordrer på grund af manglende sprog- og

kulturkompetencer. Desuden er opmærksomheden i analyserne rettet mod, at engelsk ikke er nok, særligt når det gælder opbygningen og vedligeholdelsen af relationer. Det er også konklusionerne i danske undersøgelser, hvor der er en særlig opmærksomhed på tysk, fordi Tyskland er Danmarks næststørste eksportmarked og største importmarked. Det er særlig betydningsfuldt for de mange SMV'er, der til gengæld har den mindste opmærksomhed rettet mod denne udfordring.

Der er også aspekter af sprogkompetencer, der har indflydelse på kvaliteten i kommunikationen. Det at lære sprog kan gøre, at den sproglige opmærksomhed, der aktiveres, også får en positiv effekt på de sprog, den enkelte allerede råder over. Endvidere er det påvist, at når flere sprog er i brug til at forklare og nuancere et emne, så vil det i praksis resultere i en berigende uddybning og fintuning af forståelsen. Desuden vil flersprogede situationer bidrage til at afdække misforståelser eller implicitte forhåndsforståelser. Det betyder, at flersprogede praksisser skal ses som en ressource til innovation og forskning.

Arbejdsmarkedet er blevet flersproget og multikulturelt. Engelsk bruges som standardsprog for international samhandel overalt i verden. Men samtidig er der mange steder, lande og situationer, hvor det ikke er nok. Kendskab til en række sprog, snarere end et enkelt eller to, kan gøre hele forskellen mellem en gennemsnitlig kommunikation og én af høj kvalitet – og det kan give virksomheden den afgørende konkurrencefordel.

Globaliseringen

Globalisering kan defineres som udveksling af kapital, varer, ideer, information og mennesker hen over landegrænser og kontinenter. Det medfører en stigende gensidig afhængighed mellem lande, mennesker og økonomier. Denne dynamik er ikke ny, men i de seneste årtier er udviklingen sket hurtigere og hurtigere, og den omfatter stadig flere sektorer. Den er blandt andet fremmet af Berlinmurens fald, internationale aftaler om at sænke handelsbarrierer og billigere og lettere kommunikation i takt med informationsteknologiens voksende udbredelse. Begrebet globalisering bruges nu som en betegnelse for denne overordnede samfundsudvikling.

Indflydelsen på fremmedsprog i forhold til globaliseringen er derfor relevant at overveje. Den sproglige mangfoldighed, som globaliseringen medfører, går begge veje. Den ene tendens afspejles i de stigende antal situationer, hvor mennesker konfronteres med forskellige sprog og kulturelle forskelligheder, mens den anden viser sig i de stigende antal situationer, hvor ét dominerende sprog, oftest engelsk, bruges i stedet for andre sprog i international kommunikation. Begge tendenser udfolder sig samtidig og genfindes også inde i virksomhederne.

Globaliseringen er dynamisk og tilpasser sig samhandelsstrategier og sikkerhedspolitiske ændringer på globalt niveau. De seneste år har den internationale scene været karakterise-

ret af tendenser, der peger på ændringer i den økonomiske verdensorden. Der er kommet flere økonomiske kraftcentre, man ser også tendenser i retning af øget protektionisme og den sikkerhedspolitiske situation er præget af krige og kriser. Set fra et virksomheds-perspektiv betyder det øget usikkerhed, når det gælder både forsyninger og afsætning og hermed øgede omkostninger og risici. Det har ikke aflyst globaliseringen, men skabt fokus på større krav om tilpasning til lokale markeder og kulturer. Globaliseringen har øget sammenhængen og afhængigheden mellem verdens lande, så mange virksomheder nu konkurrerer på et globalt, eller, i det mindste, på et internationalt marked præget af globale værdikæder. Denne konkurrence gælder også arbejdskraft og talentmasse.

Samtidig er der flere steder i verden, hvor der er en voksende købekraftig middelklasse, der er med til at skabe nye vækstmarkeder. Succes på disse markeder kræver en tilpasning af produkter og services til lokale behov og kulturer. Det betyder, at globaliseringens generelle udfordringer og muligheder stadig består sammen med nye krav om mere lokalt fokus. Under Covid19-pandemien i 2020-2022 opdagede europæiske virksomheder, at outsourcing og underleverancer fra fjerne lokaliteter udgjorde en betydelig risiko. Det er tilsvarende udfordringer, som virksomhederne kan frygte i den nuværende sikkerhedspolitiske situation. Det betyder umiddelbart, at EU's indre marked har opnået en stigende attraktivitet. Her findes 24 officielle sprog. Det ændrer således ikke ved, at danske virksomheder har behov for ressourcer i fremmedsprog og kulturforståelse.

En særlig del af erhvervspolitikken er at understøtte SMV'er med sparring og rådgivning i forhold til at identificere nye vækstmarkeder og opbygge relationer til potentielle kunder i lokale markeder. Indsatsområderne i de kommende år omfatter forhold som etiske valg, risikable markeder og en holistisk hjælp til at vælge og opdyrke markeder for nye produkter og koncepter. Det bliver meget vanskeligt at opfylde disse ambitioner uden sprog- og kulturkendskab.

Regeringen udformede i 2006 sin første globaliseringsstrategi, og den havde et stort fokus på uddannelse og innovation. Den anerkendte, at sprog og kultur måtte være en bærende del af en sådan strategi, omend med hovedvægten på engelsk. Den nuværende regering har en ambition om at udarbejde en ny globaliseringsstrategi, der tager højde for den ændrede internationale situation. Derfor er en gruppe af erhvervsledere blevet bedt om at komme med input. Dette forum anerkender, at danske virksomheders vækst og potentiale for fortsat fremgang først og fremmest bygger på menneskelige kompetencer, og at man skal udvikle eksisterende og nye markeder, men nævner ikke med et eneste ord, at sprog- og kulturressourcer er nødvendige for at realisere ambitionerne.

Der er store udfordringer ved at skulle tilpasse sig den dynamiske globalisering både på virksomhedsniveau og på nationalt og europæisk niveau. Når det gælder sprog- og kulturkompetencer, ligger opgaven på beslutningstagerniveau, og den er både at erkende,

at kompetencer i engelsk ikke er nok, og herefter at prioritere, hvilke andre fremmedsprog det er relevant at fremme – og gøre det i praksis. Det er sprogpolitik.

Sprogpolitik

I mange af undersøgelserne peges på nødvendigheden og nytten af sprogpolitik. Det er politikker på forskellige niveauer og med forskellige formål. På overnationalt niveau er det spørgsmål som mobilitet og adgangen til sprogressourcer med henblik på at skabe eller understøtte et internationalt vare-, service og arbejdsmarked, der er i fokus, mens det på nationalt niveau ofte har både et uddannelses- og erhvervspolitisk sigte. Her kan dog også andre forhold spille ind såsom integration af minoriteter, demokratisk lighed og fordelingspolitik. På virksomheds- og organisationsniveau er sprogpolitikken, hvis den findes, ideelt set en del af den samlede virksomhedsstrategi.

Sammenhængen mellem fremmedsprogskompetencer og øget indtjening og mellem øget indtjening og øget produktivitet er robust. Det gør, at det vil være hensigtsmæssigt, at sprogpolitikker, der har til formål at påvirke den relative position af forskellige sprog udformes på baggrund af informeret viden om virksomhedernes rolle i sprogdynamikken. Når der indgår økonomiske begrundelser for at undervise i fremmedsprog, får sådanne sprogpolitiske beslutninger også ikke-økonomiske konsekvenser som demokratisk lighed, fordelingspolitik og etik. Sprogpolitik er ikke neutral, fordi det skal prioriteres, hvem skal undervises og til hvilket kompetenceniveau.

Økonomisk politik kan forsøge at udnytte viden om positive økonomiske effekter af sprog, fordi relationerne mellem sprog og økonomi kan være midler til en succesfuld økonomisk politik, særligt når det gælder arbejdsmarkedet og eksporten. Det understreges af, at det er en kendsgerning, at verden er flersproget, og det derfor er i den enkeltes, virksomheders og organisationers interesse at råde over og bruge fremmedsprogskompetencer. I markedsøkonomiske samfund er der en stærk indikation for, at relevante fremmedsprog er til nytte og skaber værdi både for den enkelte og for virksomheder. Det betyder, at undervisning i relevante fremmedsprog, ud fra et samfundsmæssigt perspektiv, er en rentabel investering.

På europæisk niveau formulerede politikerne ved EU-Rådsmødet i Barcelona i 2002 et mål om, at alle EU-borgere skulle lære mindst to fremmedsprog. Ambitionerne for den europæiske sprogpolitik er at understøtte kernen i ambitionen med EU-samarbejdet: integration, lighed, mobilitet og ”employability”. Hertil kommer, at de mange sprog i EU vil være en realitet mange år ud i fremtiden, og en stor del af borgerne vil være afhængige af kommunikation på et sprog, der hverken er engelsk, tysk eller fransk.

I 2006 fulgte man op på Barcelona-målsætningen ved at formulere operationelle mål. I 2011 lavede man en foreløbig evaluering af sprogpolitikken og gentog, at kompetencer i fremmedsprog er en nøglekompetence og essentiel for, at den enkelte kan begå sig i den

moderne verden og på arbejdsmarkedet. Flersproglighed er ikke kun en del af den europæiske historie, men en mulighed for at udvikle samfund, der er rummelige og respektfulde over for kulturelle forskelligheder, og økonomier, der er åbne for samarbejde og skaber vækst. Målene var ikke nået i 2011 og var det heller ikke i 2016, da Europa-Parlamentet gennemførte endnu en evaluering. De er stadig ikke nået.

På trods af den manglende målopfyldelse er den store opmærksomhed, der var på flersproglighed i EU op til omkring 2010, næsten forsvundet. Det er sket, uden at udfordringerne er blevet mindre, eller fordi de mange positive initiativer er blevet mindre relevante. Det må i praksis betyde, at flersproglighed er rykket ned i prioritet, uden at det er muligt at finde argumenter for, at det er sket.

Konklusioner i punktform

Der er siden 1990'erne og særligt efter årtusindskiftet lavet mange analyser og undersøgelser om sammenhængen mellem sprog og kulturforståelse og international succes hos virksomheder. De har forskellige tilgange, fordi deres formål er forskellige, og alligevel er der mange fælles konklusioner. De vigtigste følger her i punktform, opdelt i temaer.

Dansk økonomi

- Dansk økonomi og danske virksomheder er afhængige af international samhandel, og denne afhængighed udvikler sig dynamisk og har været voksende gennem de seneste mange år.
- Dansk eksport og import er koncentreret på ret få lande. Her har Tyskland og det europæiske marked en meget vigtig placering.

Virksomhederne

- Sammenhængen mellem fremmedsprog og arbejdsindkomst er den eneste, der er robust påvist med økonomibaserede metoder.
- Den relativt øgede positive forskel i indkomst korrelerer med øget produktivitet, derfor er det rimeligt at antage, at adgang til relevante fremmedsprog skaber positive gevinster for virksomhederne.
- Utallige kvalitative analyser og undersøgelser viser også, at relevante ressourcer i fremmedsprog skaber positive gevinster for virksomhederne.
- Gevinsterne bliver større, hvis virksomhederne har et overblik over deres sprog- og kulturressourcer på linje med deres andre ressourcer, og hvis de anvender denne viden systematisk og bevidst.
- De konsekvenser af manglende ressourcer i sprog og kulturforståelse, der fylder mest for de fleste virksomheder, er manglende succes i forhandlingssituationen, tabte ordrer og undladelse af at gå ind på nye markeder.
- Virksomhederne sætter ikke sprog- og kulturforståelse højest på listen, når de udtaler sig om, hvad der skal til for at øge eksporten, men nævner for eksempel afsøgning af nye markeder og samarbejde med udenlandske virksomheder. For at det skal lykkes, så kræver det sprog- og kulturforståelse.

Sprog

- Fremmedsprogkompetencer giver en positiv gevinst til den enkelte og til virksomheder og institutioner.
- Undervisning i sprog, der er relevante for virksomhederne, er en fornuftig samfundsmæssig investering.
- Globaliseringen influerer på to forskellige måder på behovet for fremmedsprog. Den understreger engelsk som lingua franca og skaber samtidig flere flersprogede situationer, hvorfor den også understreger værdien af andre sprog.
- Engelsk er, som lingua franca, nødvendigt for international forretning, men ikke tilstrækkeligt. Adgang til andre fremmedsprog kan gøre den positive forskel i den givne situation.
- I flersprogede situationer indgår sprogfærdigheder som en del af kommunikationskompetencerne, der dækker alle verbale og non-verbale kompetencer. I praksis klarer mange sig ret langt med de ressourcer, de har til rådighed.
- Sprogtilegnelse giver også interkulturel indsigt og viden om sprogstruktur- og anvendelse.
- Sprog- og kulturforståelse er afgørende for at etablere, opbygge og udbygge mellemmenneskelige relationer.
- For mange danske virksomheder er det tysk, der er relevant, og man mangler disse ressourcer. Forskellene i selvopfattelsen af kompetencer og rutine i engelsk mellem danskere og tyskere understreger dette.
- Mobilisering af forskellige sprog i en kommunikationssituation har en positiv effekt. Det kan være med til at præcisere forståelsen af et emne og at undgå misforståelser og få en positiv indflydelse på innovation og forskning.

Sprogpolitik

- På den europæiske politiske dagsorden lå styrkelsen af fremmedsprogkompetencer hos borgerne højt til omkring 2010. Herefter er sprogpolitik rykket ned i politisk prioritet uden argumenter og uden, at målene er opnået.
- På den danske politiske dagsorden er sprog tilsyneladende også rykket ned i prioritet.
- På erhvervsområdet nævnes sprog som en nødvendig forudsætning i globaliseringsstrategien fra 2006 og i Tysklandsstrategien fra 2016, mens inputtene fra erhvervsledere til en kommende globaliseringsstrategi ikke nævner sprog med et eneste ord.
- På undervisningsområdet omtaler oplægget til den samlede uddannelse i fremmedsprog fra 2011 og sprogstrategien fra 2017 begge, at fremmedsprog har afgørende betydning for indflydelse, vækst og velfærd i Danmark. Siden er et stort antal sprogfag blevet lukket på danske universiteter, og adskillige sprog kan ikke længere studeres i Danmark, ligesom udbuddet er blevet geografisk skævdelt.

Alle disse konklusioner viser forskellige former for positive betydninger af fremmedsprog for den enkelte, for virksomheder og for samfundet. Det er derfor interessant, at det ikke synes klart for private og offentlige beslutningstagere, at fremmedsprog er en central ressource til at opnå succes i en, globalt set, lille åben økonomi, som den danske. Det er desuden påfaldende, at manglende opmærksomhed og prioritering ser ud til at blive afløst af nedprioriteringer. Fremmedsprog er naturligvis ikke den eneste ressource til at opnå international succes hos virksomhederne, men afgørende for kvaliteten i de mellemmenneskelige relationer, der uanset internet, oversættelsesværktøjer og AI, altid har været og måske i stigende grad vil blive afgørende.

1

Sprog

Dette kapitel beskæftiger sig med sprog ud fra forskellige vinkler, der er med til at perspektivere forholdet mellem sprog og virksomheder.

Forholdet mellem dansk og engelsk er vigtigt, fordi engelsk er det dominerende sprog i international samhandel, og danskerne har både gode kompetencer i engelsk og stor selvtillid omkring at bruge sproget, også relativt i forhold til andre EU-lande. Et andet aspekt, som behandles i dette kapitel, er sprog og arbejdsmarked, herunder efterspørgslen efter sprog hos virksomhederne.

1.1 Dansk og domænetab til engelsk

Der er omkring seks millioner, der taler og forstår dansk, så når dansktalende skal begå sig i en international verden, har de brug for et eller flere fremmedsprog. Derfor har man længe undervist i fremmedsprog i den danske grundskole. Ændringer i folkeskoleloven i 1958 gjorde, at undervisning i engelsk eller tysk blev obligatorisk fra 6. klasse. I 1975 blev engelsk gjort til det første obligatoriske fremmedsprog. Starten på undervisning i engelsk er gradvis blevet rykket frem til at begynde tidligere og tidligere. I den nyeste aftale er starten dog flyttet fra 1. klasse til 2. klasse. Tysk er obligatorisk andet fremmedsprog og deler denne status med fransk, hvis det tilbydes. I overbygningen tilbydes andre sprog som spansk, italiensk og kinesisk. Uanset hvad, er engelsk klart dominerende blandt de sprog, der undervises i.

En udvikling, der yderligere har styrket sproget engelsk efter årtusindeskiftet, er det såkaldte domænetab for dansk til fordel for engelsk. Eksempler på dette domænetab er, at flere og flere danske virksomheder vælger engelsk som koncernsprog og bruger dette sprog i den interne skriftlige kommunikation og ofte også i den mundtlige. Et andet eksempel er den udvikling, der har fundet sted på universiteterne, hvad angår kravene til kompetencer i fremmedsprog. Tidligere kunne det forventes, at alle studerende, også inden

for naturvidenskaberne, kunne læse tekster på tysk og fransk, fordi de havde haft begge sprog i grundskolen og gymnasiet.

Siden 1980'erne er man, først på naturfagene og siden også på de øvrige fakulteter, begyndt at undervise på engelsk og har samtidig frafaldet kravet om, at de studerende skal kunne læse tekster på tysk og fransk. Argumentationen for at prioritere engelsk har gået i flere retninger, som at tiltrække udenlandske studerende, at styrke dansk forskning til at kunne deltage i internationalt forskningssamarbejde og sikre forskningen en større international opmærksomhed. Alt dette har i praksis styrket af brugen af engelsk.

Den seneste undersøgelse af dette, viser at engelsk er godt på vej til at blive et hverdagssprog, der fungerer sammen med dansk i dagligdagen i Danmark.[6] Det er dog stadig ikke alle, der har engelsk som hverdagssprog, jo yngre og jo mere veluddannet, jo mere engelsk i dagligdagen. Denne undersøgelse omfatter en spørgeskemaundersøgelse med spørgsmål om, hvilke opgaver man kan udføre på engelsk. Det er en opfølgning på en tilsvarende undersøgelse fra 1995-1996 med de samme spørgsmål. Det fremgår, at der på alle spørgsmålene er sket en stigning i antallet positive svar.[7] Det er dog værd at bemærke, at der stadig er en genkendelig del af befolkningen, der svarer "slet ikke" på spørgsmål om at udføre opgaver på engelsk.[8]

Det er rimeligt at antage, at engelsk som hverdagssprog i Danmark vil blive en realitet for endnu flere i fremtiden. Det er allerede nu en forventning, at "alle" kan klare sig på engelsk, og samtidig vil tiden sikre, at de yngre, der er bedst til engelsk, bliver ældre, og at de nye "yngre" bliver endnu bedre.

1.2 Sprogressourcer i EU-landene

EU monitorerer fremmedsprogskapaciteten og holdningen til og brug af fremmedsprog i medlemslandene. Den seneste undersøgelse er offentliggjort i 2024 og baseret på over 25.000 interview i perioden september-oktober 2023, heraf godt 1.000 interview i Danmark.[9] De danske resultater viser, at 87 % af danskerne mener at kunne engelsk godt nok til at føre en samtale. Det gennemsnitlige tal for alle EU-lande er 47 %. På udsagnet om, at det skal være en politisk prioritet at forbedre sprogkompetencer svarer 82 %, at de er helt eller delvis enige. Det samme gør gennemsnittet af respondenter i alle EU-lande.

Danmarks største samhandelspartnere i EU er Tyskland, Sverige og Holland fulgt af Frankrig og Italien. Svarprocenterne på det samme spørgsmål om at føre en samtale på

6. Lønsmann, Dorte m.fl. (2024), *Engelsk i Danmark. What's the story?,* pp. 9-10.
7. Ibid., fig. 4.1, p. 71.
8. Ibid., p. 77.
9. EU-kommissionen (2024), *Special Eurobarometer 540. Europeans and their languages.*

engelsk er henholdsvis 65 % i Tyskland, 90 % i Sverige, 93 % i Holland, 40 % i Frankrig og 33 % i Italien.

Når det gælder, hvor gode engelskkompetencerne er, svarer 49 % af danskerne, at de er "meget gode", og hos vores EU-samhandelspartnere er de tilsvarende procentsatser henholdsvis 26 % i Tyskland, 50 % i Sverige, 41 % i Holland, 17 % i Frankrig og 19 % i Italien. Det betyder, at danskere ikke automatisk kan gå ud fra, at kommunikationspartneren kan eller ønsker at føre en samtale på engelsk.

Hvad angår brugen af engelsk, så svarer 48 % af danskerne, at de bruger engelsk dagligt, og 25 % svarer "ofte". De tilsvarende tal hos EU-samhandelspartnerne er 22 % og 29 % i Tyskland, 54 % og 21 % i Sverige, 50 % og 28 % i Holland, 20 % og 31 % i Frankrig samt 10 % og 47 % i Italien. Brugen af engelsk dagligt er høj i Danmark, Sverige og Holland og betydeligt mindre i Tyskland, Frankrig og Italien. Disse forskelle, og hermed rutinen i brug af engelsk, understøtter sandsynligheden for et forskelligt aktivt kompetenceniveau og et forskelligt forventningsniveau til at vælge engelsk som kommunikationssprog. Disse nye tal adskiller sig forbavsende lidt fra den tidligere store undersøgelse fra 2012.[10]

Tyskland er én af Danmarks største samhandelspartnere, og derfor er kendskabet til tysk relevant, også fordi kun 26 % af de tyske respondenter siger, at de er "meget gode" til engelsk. Svarprocenten for "meget gode" til tysk hos de danske respondenter er 12 %, mens 29 % siger, at de er "gode" til tysk. Kun 5 % af de danske respondenter svarer, at de dagligt bruger tysk, og 21 %, at det sker ofte. Disse tal afspejler, at det er en begrænset gruppe af de danske respondenter, der føler sig sprogligt sikre på tysk, og en endnu mindre gruppe har tysk med i deres dagligdag.

Lysten til at lære fremmedsprog i EU-landene generelt fokuserer på engelsk (91 %) og tysk (43 %). Undersøgelserne beskæftiger sig også med spørgsmålet om, hvilket sprog man mener, børn skal lære for at sikre deres fremtid. De danske respondenter har den samme rangering af de fem vigtigste sprog i 2024 og 2012: engelsk, tysk, spansk, kinesisk og fransk.

Næsten alle svarer engelsk (90 % i 2024, 96 % i 2012) og kun få fransk (6 % i 2024, 5 % i 2012), mens tysk ligger stabilt på 30 % og spansk på omkring 20 %. I 2012 svarer 26 % kinesisk, mens dette tal i 2024 er faldet til 15 %. Det er interessant og må betyde, at man stadig anser Kina for en vigtig international samarbejdspartner. Blandt de tyske respondenter svarer 88 % engelsk, 21 % fransk og 15 % spansk, mens procenterne for de øvrige sprog er væsentlig mindre. Det betyder, at for danskerne er tysk det vigtigste fremmedsprog efter engelsk, mens det hos tyskerne er fransk.

Når der bliver spurgt til nytten af at lære et nyt fremmedsprog med flere svarmuligheder, er det disse udsagn, der udgør top fem i 2024. Et nyt fremmedsprog er nyttigt for:

		2024	2012
1.	At kunne arbejde i et andet land	51 %	61 %
2.	At kunne forstå mennesker fra andre kulturer	45 %	38 %
3.	At bruge på ferier	42 %	42 %
4.	At få et bedre job i eget land	42 %	45 %
5.	At kunne arbejde inkl. tage på forretningsrejser	40 %	51 %

Tabel 1: Nytten af at lære et nyt fremmedsprog i 2024 og 2012

Det ses, at "at kunne arbejde i et andet land " kommer ind på en førsteplads i 2024 og 2012. I 2024 ligger "at forstå mennesker andre kulturer" på andenpladsen, og i 2012 lå udsagnet lige uden for top fem på en sjetteplads med 38 %. I 2012 lå "At kunne studere i et andet land på en femteplads med 43%, og dette udsagn var i 2024 på en syvendeplads med 37%. Respondenterne ser derfor fremmedsprogskompetencer som værdifulde for deres muligheder på arbejdsmarkedet og som en adgang til at forstå andre kulturer.

1.3 Sprog og efterspørgslen på arbejdsmarkedet

En indirekte måde at undersøge sammenhængen mellem virksomhedsgevinster og fremmedsprogsressourcer er at undersøge efterspørgslen på arbejdsmarkedet ("employability") efter sprog, idet man må antage, at sprogkompetencer efterspørges, fordi de er attraktive for virksomhederne. Her er gennemført en række undersøgelser og forskningsprojekter, som dog ikke vil blive detaljeret omtalt i denne rapport. Det er individet, der er i fokus i sådanne undersøgelser med forskellige perspektiver som minoritetsgruppers adgang til arbejdsmarkedet, antallet af officielle sprog i landet, alder, demografi og uddannelsesniveau. Det betyder, at "employability" i forhold til det virksomhedsperspektiv, der anlægges i dette arbejde, er mindre interessant.

Uanset dette skal nævnes, at EU-kommissionen også har undersøgt sammenhængen mellem fremmedsprogskompetencer og sandsynligheden for at være i beskæftigelse. En del af anbefalingerne i rapporten stammer fra 2008, hvor EU-kommissionen opfordrede medlemsstaterne til at understøtte undervisning i en række sprog for at hjælpe virksomhederne, specielt SMV'erne, til at få et større marked.[11] Desuden anså man kompetencer i fremmedsprog som afgørende for fremtiden:

10. EU-kommissionen (2012), *Special Eurobarometer 386, Europeans and their languages.*

11. EU-kommissionen (2015), *Language and Employability (Crell Report), (2015) JRC-DDG.01 – Econometrics and Applied Statistics,* p.16.

> …proficiency in more than one foreign language […] will make a decisive difference in the future.[12]

Med opgørelsen af sprogkompetencerne i EU i 2024 ses, at selv om der er gået 16 år, er man langt fra dette mål.

En anden måde at analysere behov for sprog på arbejdsmarkedet er ved at se, hvor efterspurgte de er i jobannoncer, og her har OECD gennemført en analyse, der blev offentliggjort i 2023.[13] Her har man brugt data om online stillingsannoncer fra de 27 EU-lande plus Storbritannien. Data er hentet fra Web Intelligence Hub's Online Job Advertisement (OJA), der samler annoncer fra 300-400 jobportaler, og det har givet over en mio. stillingsannoncer fra perioden juli 2018 til december 2021. I år 2021 var der 53 mio. annoncer. Det er dette år, der er anvendt i analysen.

De data, der er udtaget og analyseret fra jobannoncerne er: efterspurgte færdigheder og fagligheder, herunder sprog, geografisk lokalisering og stillingsbetegnelse. De annoncer, hvor den geografiske lokalisering ikke har kunnet fastslås, er sorteret fra. Man opererer med direkte og indirekte sprogkrav, hvor de direkte fremgår af annonceteksten, mens de indirekte noteres, hvis annonceteksten er skrevet på et andet sprog end et nationalt officielt sprog.

På tværs af alle landene efterspørges "engelsk" i 22 % af alle annoncerne, og det er samtidig den sjette mest krævede færdighed. Kendskab til tysk, spansk, fransk og mandarin blev eksplicit efterspurgt i 1-2 % af alle jobannoncerne. Resultaterne fra Danmark i 2021 viser, at knap 40 % eksplicit eller implicit efterspørger engelskkundskaber, men det kun er 0,3 % for tysk og 0,02 % for fransk. Tallene for engelsk varierer mellem 35 % og 40 % i Tyskland, Sverige og Holland og er derfor sammenlignelige.

Efterspørgslen af engelsk er størst, når det drejer sig om lederstillinger og administrative stillinger, omkring 60 %, mens procenten for service- og salgsstillinger ligger omkring 30 %. I Danmark efterspørges engelsk også i industri- og servicejobs, men ikke i landbrug og fiskeri.

Rapporten konkluderer, at det at have mulighed for at lære sprog er en vigtig prioritet for og i EU, og at det ikke kun er på grund af mobilitet, men også for at reducere barrierer for international handel og lette samarbejdet over sproglige grænser. Der er selvfølgelig afvigelser mellem de enkelte lande, ligesom det forhold, at det er online annoncer,

12. Ibid., p. 21.

13. OECD (2023), *OECD Social, Employment and Working No. 294 – The demand for language skills in the European labour market: Evidence from online job vacancies.*

der anvendes som datagrundlag, introducerer en skævhed, da ikke alle lande er lige digitaliserede. Danmark hører dog til blandt de meget digitaliserede lande.

I forbindelse med forarbejdet til den danske regerings strategi for styrkelse af fremmedsprog i uddannelsessystemet fra 2017 gennemførte man en kortlægning af efterspørgslen af andre sproglige kompetencer end dansk på det danske arbejdsmarked via online jobannoncer.[14]

Her har man brugt HBS-Jobindex, der omfatter stillingsopslag på Jobindex og andre jobportaler samt virksomheders hjemmesider. Databasen indeholdt på analysetidspunktet 1,5 mio. jobopslag, og der kom omkring 18.000 til om måneden. Analysen er gennemført for 2015. Jobopslagene er blevet sorteret efter virksomhedernes størrelse, branche, og lokalisering samt efter stillingsbetegnelse. Det er herefter undersøgt, om der har været en eksplicit efterspørgsel efter sprog, og om annoncen er skrevet på et andet sprog end dansk.

I cirka 25.000 af opslagene blev der efterspurgt sprogkompetencer, svarende til omkring 10 %, og 38 % af disse opslag var formuleret på et andet sprog end dansk, heraf fire ud af fem på engelsk. Når man ser på den eksplicitte efterspørgsel efter sprogkompetencer i disse annoncer, er den 87 % for engelsk og 14 % for tysk. Det er væsentligt højere procentsatser end resultaterne i OECD-analysen. Nordiske sprog kommer her på en tredjeplads med 6 %, mens efterspørgslen efter fransk og spansk er omkring 1 %. Omkring 70 % af annoncerne handler om stillinger i den private sektor, både i industrien og i servicesektoren. Forskellene i de to undersøgelser må skyldes undersøgelsesdesign og datagrundlag.

1.4 Globaliseringen og fremmedsprog

Umiddelbart har globaliseringen skærpet interessen for fremmedsprog med afsæt i, at en intuitiv opfattelse af sproglig mangfoldighed har en positiv betydning. Det gælder også, når det handler om flersproglighed og erhvervs- og arbejdsliv. Et af de spørgsmål, der er helt centrale her, er, om flersproglighed bliver stadig vigtigere for globaliseringen, eller om globaliseringen modsat resulterer i øget brug af et fælles sprog for hermed at fjerne grundlaget for flere fremmedsprog ved i praksis at reducere behovet til to sprog, et fælles sprog og et lokalt.

Globaliseringens indflydelse på fremmedsprog og den sproglige mangfoldighed går begge veje. Den ene tendens afspejles i det stigende antal situationer, hvor vi konfronteres med forskellige sprog, mens den anden kan ses af det stigende antal situationer, hvor ét dominerende sprog, oftest engelsk, bruges i stedet for andre sprog i international

14. Højbjerre Brauer Schulz (2016), *Analyse af efterspørgslen efter sproglige kompetencer*.

kommunikation. Begge tendenser udfolder sig samtidigt – også internt i virksomhederne.[15]

I årenes løb har opfattelsen af flersproglighed flyttet sig. Den startede med en forståelse af sprog som en færdighed og et redskab med fokus på at tale og forstå for sidenhen at flytte sig til at se på sprog som én af kompetencerne til at opnå en god kommunikation. Her optræder et sprog eller flere sprog sammen med non-verbale kommunikationsfærdigheder. Den flersprogede kompetence er derfor ikke kun færdigheder og kompetencer i sprog A og sprog B. Det, der er relevant for den enkelte, er evnen og kapaciteten til at mobilisere forskellige kombinationer af sproglige og ikke-sproglige ressourcer, når det er nødvendigt. Denne nødvendighed er situationsafhængig. Den flersprogede kompetence viser sig således hos den enkelte sig som et valg af en meningsfuld kommunikationsstrategi, der også indebærer en afkodning af de situationsbestemte sociale dynamikker, der er til stede, og de sproglige muligheder, som kommunikationspartnerne har til rådighed.

1.5 Konklusioner til kapitel 1

De fleste danskere mener, at de kan føre en samtale på engelsk, og knap halvdelen, at de er meget gode til engelsk, og samtidig er engelsk godt på vej til at blive et hverdagssprog i Danmark.

Hos én af Danmarks største samhandelspartnere, Tyskland, mener kun en fjerdedel, at de er meget gode til engelsk. Tre fjerdedele af danskerne bruger engelsk dagligt eller ofte, mens det hos tyskerne er omkring halvdelen. Der er derfor næppe en ligeværdig tilgang eller tilbøjelighed til at vælge engelsk som kommunikationssprog. Sverige og Holland er på dette område sammenlignelige med Danmark.

Sprogkompetencer og "employability" er et felt, der har stor interesse. Her er det individet og individet som arbejdskraft, der er i fokus, så emnet er ikke centralt i dette arbejde, der har virksomhederne i fokus. Dog er det værd at bemærke, at EU-kommissionen i en årrække, også i denne sammenhæng, har opfordret til, at borgerne får flere sprogfærdigheder, uden at der er sket markante ændringer.

Når det kommer til efterspørgslen efter fremmedsprogskompetencer via jobannoncer, er det klart efterspørgslen efter engelsk, der dominerer. Tysk ligger på andenpladsen, men langt efter engelsk. Det er dog vigtigt at være opmærksom på, at denne undersøgelsesmetode er meget usikker, se kapitel 3.

15. Grin et al. (2011), *The Economics of the Multilingual Workplace,* p.12.

1.6 Kilder til kapitel 1

EU-kommissionen (2012), *Special Eurobarometer386. Europeans and their languages*, link: https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/1049

EU kommissionen, Language and Employability (Crell Report), (2015) JRC-DDG.01 – Econometrics and Applied Statistics, Link: https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/6b58c37d-c86c-4707-a525-13c9dfc3f6a1

EU-kommissionen (2024), *Special Eurobarometer 540. Europeans and their languages*, link: https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2979

Grin, François et al. (2011), *The Economics of the Multilingual Workplace*, London: Routledge.

Højbjerre Brauer Schulz (2016), *Analyse af efterspørgslen efter sproglige kompetencer*, link: https://hbseconomics.com/wp-content/uploads/2017/09/Eftersp%C3%B8rgslen-efter-sproglige-kompetencer.pdf

Lønsmann, Dorte m.fl. (2024), *Engelsk i Danmark. What's the story?,* Aarhus: Aarhus Universitetsforlag.

OECD (2023), *OECD Social, Employment and Working No. 294 – The demand for language skills in the European labour market: Evidence from online job vacancies*. Link: https://www.oecd.org/en/publications/the-demand-for-language-skills-in-the-european-labour-market_e1a5abe0-en.html

2

Dansk økonomi – International samhandel og globaliseringen

Danmark har en lille åben økonomi i global sammenhæng, og det betyder, at dansk økonomi er afhængig af international samhandel. International samhandel er andet og mere end eksport, men det er oftest eksporten, der får fokus, fordi det er en aktivitet, der synligt skaber arbejdspladser og vækst i Danmark. Derfor er det også eksporten, der fokuseres på i de fleste analyser og undersøgelser, der ser på sammenhængen mellem succesfulde virksomheder og sprog- og kulturressourcer.

Siden 1990'erne har integrationen af den internationale økonomi været kraftigt stigende, og fænomenet har fået betegnelsen globalisering, hvilket dækker over en udveksling af kapital, varer, ideer, information og mennesker hen over landegrænser og kontinenter. Det har medført en stigende gensidig afhængighed mellem lande, mennesker og økonomier. Dansk økonomi indgår i denne globale økonomi.

2.1. Dansk eksport

Danske virksomheder eksporterer ifølge Danmarks Statistik varer og tjenester for mere end 1.000 mia. kroner om året (2024). Eksporten udgør knap 70 % af bruttonationalproduktet (BNP). International samhandel har således meget stor betydning for dansk økonomi og for beskæftigelsen.

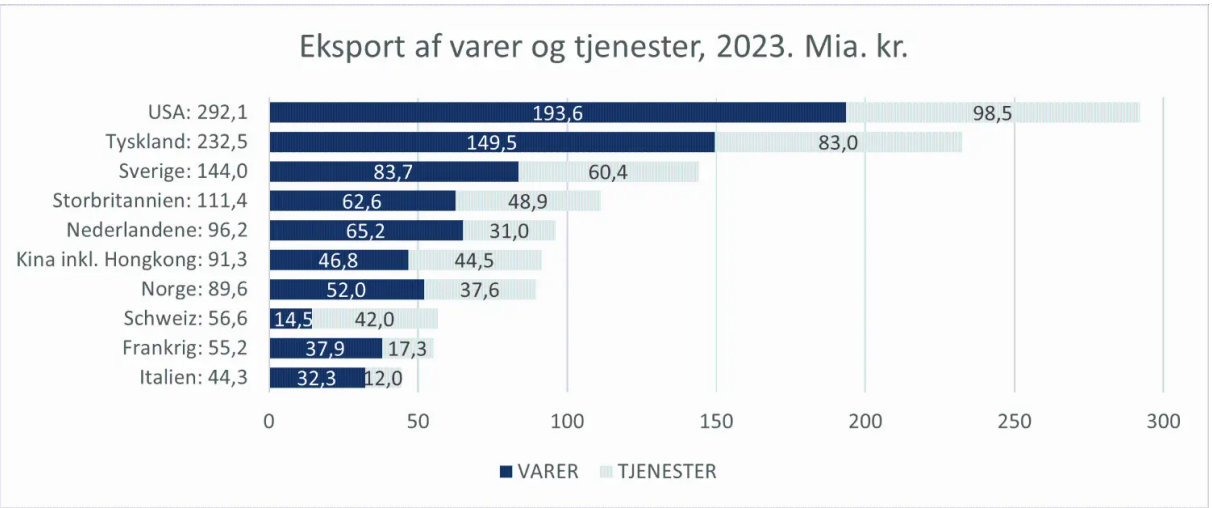
Man kan knytte omkring 900.000 job til eksportaktiviteter, heraf er omkring halvdelen relateret til EU's indre marked.[16] Det er medarbejdere, der er beskæftiget direkte med eksport, som underleverandører til eksportvirksomheder og som følge af eksportdrevne investeringer. Dette tal har været stigende siden 2009 med et lille dyk under Covid-19 pandemien. I slutningen af 1960-erne lå det tilsvarende tal på omkring 500.000. Denne

16. Dansk Industri (2022), *Mere end 900.000 jobs afhænger af eksporten.*

gruppe udgør knap en tredjedel af de beskæftigede i den private sektor. Eksporten til lande i EU's indre marked skaber 510.000 arbejdspladser. Her er Tyskland og Sverige de dominerende markeder. Det skal nævnes, at mindre markeder som Frankrig, Italien og Polen tilsammen genererer omkring 75.000 jobs. Det er endvidere værd at bemærke, at der er store brancheforskelle.

Ifølge Erhvervsstyrelsen skyldes en tredjedel af Danmarks vækst i bruttonationalproduktet siden 1992 den øgede internationale samhandel, og det betyder blandt andet, at en gennemsnitlig dansk husstand, på grund af dette, er blevet betydeligt rigere hvert eneste år i perioden.

Som det fremgår af figuren nedenfor, er USA og Tyskland de største eksportmarkeder fulgt af Sverige, Storbritannien og Nederlandene. Der er dog også en mærkbar eksport til Frankrig og Italien. Eksporten til Kina er, efter at være vokset hvert år fra 2005 til 2022, faldet i 2023, hvor den samlede eksport var på 91,3 mia. kroner.



Figur 1: Oversigt fra Udenrigsministeriet, The Trade Council. Dansk eksport i 2023.

I 2022 har Dansk Industri analyseret eksporten og eksportvirksomhederne nærmere.[17] Her konstaterer man, at antallet af eksportvirksomheder har ligget stabilt på omkring 15.000 virksomheder siden 2010, og at de 100 største eksportvirksomheder står for lidt over halvdelen af eksporten. Den ubalance er ifølge Danmarks Statistik endnu større, idet de 10 største virksomheder står for omkring en tredjedel af eksporten, og denne andel er stigende.[18]

17. Dansk Industri (2022), *Flere eksportvirksomheder vil løfte velstanden.*

18. Danmarks Statistik (2023), *Nyt fra Danmarks Statistik nr. 330.*

Halvdelen af eksportvirksomhederne har under 10 ansatte, og 10 % har over halvtreds, men står for 70 % af vareeksporten. De mange tusinde danske SMV'er eksporterer for godt 200 mia. krone tilsammen. Det er karakteristisk, at SMV'ernes vigtigste eksportmarkeder er nærmarkederne med Tyskland, Sverige og Norge som de vigtigste med henholdsvis 19 %, 13 % og 8 %.[19]

Ser man på antallet af markeder, som virksomhederne eksporterer til, så viser det sig, at knap halvdelen af virksomhederne eksporterer til højst fem markeder, mens 70 % af vareeksporten stammer fra virksomheder, der sælger til 20 eller flere markeder. Lige som flere udenlandske undersøgelser viser DI-analysen fra 2022 også, at eksportvirksomheder er mere produktive end ikke-eksportvirksomheder.

Hvad ikke fremgår direkte af de forskellige eksportopgørelser er, at en stadig større del af dansk eksport består af varer, der aldrig har befundet sig i Danmark, kaldet "merchanting & processing". I 2005 udgjorde denne del 2 % af den samlede danske eksport af varer og tjenester. I 2023 udgør den 13 %.

Betydningen af eksporten angives som begrundelse for de fleste af undersøgelserne om sprog og kultur både i EU og i Danmark. Det skyldes naturligvis, at det er korrekt, og det er formentligt også, fordi det er intuitivt forståeligt, at eksportsucces og vækst i virksomhederne må hænge sammen med, at virksomhederne kan begå sig internationalt og har adgang til sprog- og kulturressourcer.

2.2. Vurderinger af dansk økonomi

Der peges fra mange sider på, at det er gennem en øget eksport, at Danmark kan forbedre sin i forvejen gode økonomi. EU-kommissionen laver jævnligt makroøkonomiske fremskrivninger for de enkelte medlemslande, og den seneste for Danmark er fra maj 2024.[20] Her konstaterer man, at økonomien er stærk, og at den økonomiske vækst drives af industriproduktion og eksport. Nettoeksporten forventes at blive en væsentlig vækstdriver i 2024. Dette understøttes af en øget industriel, særlig farmaceutisk, produktion og en genåbning af gasudvindingen fra Nordsøen i marts 2024. Det gør Danmark til nettoeksportør af naturgas. Hvad angår eksport af tjenester, er det stigningen i fragtraterne til søs, der slår igennem.

OECD laver også økonomiske vurderinger af landene, og den seneste vurdering af dansk økonomi er fra januar 2024.[21] Her konstaterer man, at væksten og inflationen er blevet

19. Udenrigsministeriet (2021), *Eksportstatistik for danske SMV'er*.
20. EU-kommissionen (2024), *Economic forecast for Denmark*.
21. OECD (2024), *OECD Economics Surveys – Denmark 2024*.

mindre, og man opsummerer sine anbefalinger til at koncentrere sig om disse hovedområder:

- Reformer til at afhjælpe langsigtede risici for Danmarks sociale model.
- Økonomien skal tilpasse sig mulige uventede ændringer i international handel og den grønne omstilling.
- Arbejdsmarkeds- og uddannelsespolitikkerne skal være mere agile.

Der findes økonomiske indikatorer for, at international samhandel er knyttet til værdikæderne, GVC (Global Value Chains). Disse indikatorer har OECD set på for Danmark for perioden 1995 til 2020.[22] En af indikatorerne måler den del af den samlede værdi af eksporten, der stammer fra udenlandske underleverandører. Denne andel har været meget stabil over en længere periode og ligget på omkring 35 %, hvilket er højere end OECD-gennemsnittet på 26,7 %. En anden indikator måler den værdi af udenlandske mellemprodukter, der indlejres i eksporten, og den var i 2020 på 55,5 %. Disse indikatorer viser også, at dansk økonomi er dybt integreret i den globale økonomi.

2.3. Dansk økonomi og globaliseringen

Omkring årtusindeskiftet var der bred enighed om, at den voksende internationale samhandel, outsourcing af produktion og delproduktion samt forskning var en positiv vækstmotor for de europæiske lande og for Danmark. Derfor blev der både på europæisk niveau og i Danmark formuleret strategier og iværksat initiativer for at understøtte denne udvikling.

I 2006 kom Regeringen med et strateginotat for globaliseringen med titlen *Fremgang, Fornyelse og Tryghed - Strategi for Danmark i den globale økonomi.*

Her blev det slået fast i indledningen, at globaliseringen betyder, at de økonomiske, kulturelle og politiske forbindelser på tværs af landegrænser bliver stadig tættere, og at Danmark handler og kommunikerer med næsten alle lande samt deltager aktivt i den internationale arbejdsdeling. Herefter præsenteres fjorten indsatsområder for globaliseringsstrategien, der alle har stort fokus på undervisning, uddannelse og forskning. Indsatsområderne 5 og 11 har direkte fokus på sprog- og kulturkompetencer.

Indsatsområde 5, der hedder "Uddannelser med globalt perspektiv", konstaterer,

> at studerende, forskere, medarbejdere og virksomheder i stigende grad bevæger sig på tværs af landegrænserne og samarbejder med folk i andre lande, og at det stiller

22. OECD (2023), *ICIO-TIVA Highlights: GVC indicators for Denmark.*

> krav til vores evner til at begå os internationalt og til vores forståelse for andre kulturer. Det medfører et krav til uddannelserne om at give danske unge både stærke faglige kompetencer og et globalt udsyn.[23]

Konkret betyder strategien for uddannelserne, at:

- unge skal være bedre til sprog og have større indsigt i andre kulturer og samfund.
- mange flere danske studerende skal have mulighed for at uddanne sig i udlandet.
- danske uddannelser skal være internationalt attraktive.
- flere dygtige udenlandske studerende skal komme til Danmark.[24]

Den første målsætning om, at unge skal være bedre til sprog og have større indsigt i andre kulturer og samfund udfoldes efterfølgende:

> Viden om andre lande, sprogfærdigheder og international kultur- og samfundsforståelse er væsentlige forudsætninger for at deltage aktivt i et samfund præget af globaliseringen. Det er grundlæggende kompetencer, som de unge skal have tidligt i deres uddannelsesforløb.[25]

Indsatsområde 11, der hedder "Stærkt samspil med andre lande og kulturer", uddybes således:

> Globaliseringen skaber nye muligheder for danske borgere og virksomheder i hele verden. Flere danskere har kontakt med andre lande og rejser selv ud. Vi skal i højere grad forholde os til og virke sammen med mennesker med forskellig kulturel baggrund. […]
> Vi skal have et stærkt samspil med andre lande og kulturer. Danske interesser skal varetages effektivt – økonomisk, politisk og kulturelt. Vi skal have en god forståelse af andre kulturer. Og udlandet skal have kvalificeret viden om Danmark og vores særlige kompetencer.[26]

Denne opmærksomhed på nødvendigheden af kulturkendskab udfoldes yderligere med disse overvejelser:

---

23. Regeringen (2006), *Fremgang, Fornyelse og Tryghed - Strategi for Danmark i den globale økonomi,* p.48.
24. Ibid., p. 49.
25. Ibid., p. 50.
26. Ibid., p. 102.

> Vores viden om disse lande og kulturer er ikke på alle områder god nok. Og den viden, vi har, bliver ikke i tilstrækkeligt omfang formidlet og brugt. Det hæmmer muligheden for at kommunikere effektivt med borgere, virksomheder og myndigheder i andre lande [...] Vi skal styrke vores samlede viden om andre lande og andre kulturer, herunder om den muslimske verden og om de nye vækstlande som fx Kina, Indien, Brasilien og Rusland.[27]

Konkret er strategien for at opnå et stærkt samspil med andre lande og kulturer formuleret på denne måde:

- Nye instrumenter og kompetencer skal styrke danske interesser i forhold til andre lande.
- Viden og kompetencer skal give et godt grundlag for dialog og samspil med andre kulturer.
- Markedsføring af Danmark som investeringsland, uddannelsesland og turistmål.
- Globale udfordringer skal løses ved et stærkt internationalt samarbejde.[28]

Hvad angår det, at viden og kompetencer skal give et godt grundlag for dialog og samspil med andre kulturer, så uddybes dette på følgende måde:

> Globaliseringen bringer Danmark tættere på kulturer, som er meget forskellige fra vores. Det stiller større krav til vores viden og kompetencer, så vi kan kommunikere og varetage politiske og erhvervsmæssige interesser i hele verden. Det er kompetencer som fx sprogfærdigheder og indsigt i andre landes historie, kulturer, religioner og samfundsforhold. Mere viden om andre kulturer vil også fremme gensidig forståelse og integration her i landet. Derfor skal de unge have viden om andre lande og forståelse for andre kulturer.[29]

Som det fremgår, er globaliseringsstrategien fra 2006 meget opmærksom på, at sprog og kulturkompetencer er nødvendige for at indfri forventningerne om øget vækst ved globaliseringen. Det skal dog nævnes, at selvom sprog og kultur nævnes mange gange i dokumentet, så er det engelsk, der fremhæves i de forslåede initiativer, som for eksempel på side 49: "Det faglige niveau i engelsk skal styrkes i de gymnasiale uddannelser og i erhvervsuddannelserne", og på side 50: "Skolerne skal forpligtes til at anvende engelsksproget faglitteratur i de enkelte fag". De mange gode formuleringer om sprog og kultur kan derfor læses som, at det vigtigste er at fremme bedre engelskkundskaber.

27. Ibid., p. 103.
28. Ibid., p. 103.
29. Ibid., p. 105.

Der er sket meget siden 2006, og Erhvervsministeriet besluttede derfor at nedsætte et virksomhedsforum til at give input til en kommende ny globaliseringsstrategi. Virksomhedsforum skulle arbejde med temaet "globale risici". Baggrunden er stadig, at Danmark har en, i en global sammenhæng, lille og åben økonomi.

Virksomhedsforum består af topchefer fra erhvervslivet samt én forsker fra CBS. Ifølge kommissoriet fra august 2023 er det forummets opgave at rådgive regeringen om rammevilkår og afhængigheder, der er kritiske for forsyningskæderne, samt pege på styrkepositioner. Virksomhedsforum afleverede sine anbefalinger i juni 2024.[30] Man har taget afsæt i en SWOT-analyse (styrker-svagheder-muligheder-trusler) af situationen i danske virksomheder.

SWOT-analysen har givet disse resultater:

- **Styrker**: en høj produktivitet, en veluddannet arbejdsstyrke, en høj grad af digitalisering og en høj social tillid.
- **Svagheder**: omfanget af love og regler, mangel på arbejdskraft, kapital- og aktiebeskatning og mangel på vækstkapital.
- **Muligheder**: internationalt konkurrencedygtige styrkepositioner driver væksten, omstillingsparat erhvervsliv, bæredygtigt energisystem og høj produktivitet og eksport af grønne varer og tjenesteydelser.
- **Trusler**: Kina som global teknologisk supermagt, cybertrusselsniveauet, kritiske importafhængigheder især til Kina og lavere vækstudsigter i EU.

Virksomhedsforum mener, at verden er under hastig forandring og peger på de globale hovedtendenser, som vil påvirke Danmark og danske virksomheder i de kommende årtier: geopolitiske spændinger, klimakrisen og den grønne omstilling samt en accelererende teknologisk udvikling.

Hidtil har globaliseringen været drevet af et ønske om mere effektivitet og lave produktionsomkostninger, men nu er spørgsmålet om robusthed også blevet en ny central parameter for virksomhederne, fordi danske virksomheder er særligt afhængige af en global industriproduktion, der er blevet mere og mere geografisk koncentreret gennem de seneste årtier. De geopolitiske ændringer, den teknologiske udvikling og den grønne omstilling som globale trends har medført, at spillereglerne er ændrede, og den globale magtbalance vil

30. Virksomhedsforum for globale risici (2024), *Danmark: En vinder i en ny verden.*

forskydes yderligere. De sikkerhedspolitiske, industripolitiske og økonomiske ændringer sker hurtigt og udfordrer EU og Danmark.

Virksomhedsforum kommer med 28 anbefalinger, der er samlet i fem temaer:

- Smidig regulering og tilsyn.
- Adgang til nok kvalificeret arbejdskraft.
- Styrket adgang til kapital, finansiering og investorkultur.
- Sikring af modstandsdygtighed.
- Udnyttelse af vækstmuligheder.

Det er værd at lægge mærke til, hvor mange af anbefalingerne der retter sig mod ændringer af EU-regulering og friere og lettere adgang til kapital. Det betyder, at mange af forslagene ikke har nogen præcis adressat. Hvad angår medarbejdere, så er der kun to anbefalinger, og de handler om smidigere regler for udenlandsk arbejdskraft og om at kunne bruge medarbejderaktier som aflønning.

Alligevel fremgår det af rapporten, at danske virksomheders vækst og potentiale for fortsat fremgang først og fremmest bygger på menneskelige kompetencer:

> Et centralt grundlag for virksomhedernes innovation og produktivitetsudvikling er derfor uddannelse og adgang til arbejdskraft. Skal danske virksomheders innovationskraft styrkes, er det en forudsætning, at arbejdsstyrken har den fornødne viden og formår at omsætte den til praksis. Det kræver, at uddannelsessystemet er gearet til at skabe den viden og de kompetencer, som skal omsættes til nye idéer, produktionsmetoder og løsninger i virksomhederne. Særligt er det vigtigt med et vedholdende fokus på tilstrækkeligt med tekniske kompetencer, herunder flere STEM-uddannede, idet vores fremtidige vækst især skal ske inden for højteknologiske områder.[31]

Det er interessant, at der ikke et eneste sted udtrykkes et behov for hverken sprog- eller kulturressourcer, som var en del af 2006-strategien.

Optagelsestallene for de videregående uddannelser blev offentliggjort i juli 2024 og viste vigende tal for optaget af nye studerende på sproguddannelserne. Det fik repræsentanter fra erhvervsorganisationerne til at advare om den negative betydning, det kan få for eksporten. SMVdanmark udtalte, at det er godt med flere unge på STEM-uddannelserne, men det er ikke nok, for dansk eksport har brug for medarbejdere med stærke kompetencer inden for erhvervssprog.[32] Dansk Industri understregede igen, at erhvervslivet har brug for medarbejdere med dobbeltkompetencer, og at det er vigtigt at sikre, at de unge får de

31. Ibid., p. 47.
32. Beinov (2024).

fornødne sprogkompetencer.[33] Kombinationen af et virksomhedsforum, der ikke nævner sprog og kultur, og bekymrede erhvervsorganisationer gør, at det bliver interessant at se, om og i givet fald hvordan sprog- og kulturressourcer inkluderes i regeringens kommende globaliseringsstrategi.

2.4. Konklusioner til kapitel 2

International samhandel er afgørende for dansk økonomi, og betydningen har udviklet sig kraftigt siden 1960'erne. Hovedvægten af henholdsvis eksport og import foregår til få dominerende markeder. Tyskland er både et af de største eksport- og importmarkeder, men også andre ikke-anglofone markeder har stor betydning. Knap én million jobs afhænger af eksport, heraf er halvdelen genereret af EU's indre marked.

Den danske økonomi vurderes til at være solid, men ikke usårlig, og OECD peger på omstillingsparathed og agilitet hos virksomheder og indenfor arbejdsmarkeds-og uddannelsespolititikken.

Danmark indgår i den globalisering, der tog fart fra slutningen af 1990'erne, og det resulterede i vedtagelsen af en regeringsstrategi i 2006. Den var fokuseret på uddannelse, forskning og innovation, og anerkendte, at opmærksomhed på sprog og kultur skal indgå i en sådan strategi.

Det har tilsyneladende ændret sig, idet Virksomhedsforum for Globale Risici, der leverer input til en kommende ny globaliseringsstrategi, ikke nævner sprog og kultur med et eneste ord. Det på trods af, at man anerkender, at danske virksomheders vækst og potentiale for fortsat fremgang først og fremmest bygger på menneskelige kompetencer. Samtidig udtrykker repræsentanter for de store erhvervsorganisationer bekymringer for det faldende optag på sproguddannelserne og konsekvenserne for eksporten og den internationale samhandel. Det virker som et paradoks.

2.5. Kilder til kapitel 2

Beinov, Jesper, SMVdanmark (2024), Pressemeddelelse, link: https://smvdanmark.dk/presse/pressemeddelelser

EU-kommissionen (2024), *Economic forecast for Denmark,* link*:* https://economy-finance.ec.europa.eu/economic-surveillance-eu-economies/denmark/economic-forecast-denmark_en

33. Haarder (2024).

Danmarks Statistik (2023), Nyt fra Danmarks Statistik nr. 330, link: https://www.dst.dk/da/Statistik/nyheder-analyser-publ/nyt/NytHtml?cid=51841

Dansk Industri (2022), *Mere end 900.000 jobs afhænger af eksporten,* link: https://www.danskindustri.dk/arkiv/analyser/2022/11/mere-end-900.000-jobs-afhanger-af-eksporten

Dansk Industri (2022), *Flere eksportvirksomheder vil løfte velstanden*, link: https://www.danskindustri.dk/arkiv/analyser/2022/2/flere-eksportvirksomheder-vil-lofte-velstanden/

Haarder, Mikkel, Dansk Industri (2024), opslag på LinkedIn

OECD (2024), *OECD Economics Surveys – Denmark 2024,* link: https://www.oecd.org/en/topics/sub-issues/economic-surveys/denmark-economic-snapshot.html

OECD (2023), *ICIO-TIVA Highlights: GVC indicators for Denmark,* link: https://www.oecd.org/en/topics/sub-issues/trade-in-value-added

Regeringen (2006), *Fremgang, Fornyelse og Tryghed - Strategi for Danmark i den globale økonomi*, Albertslund: Schulz Information.

Udenrigsministeriet (2021), Eksportstatistik for danske SMV'er, link: https://um.dk/udenrigspolitik/udenrigsoekonomi/statistik-smv

Virksomhedsforum for globale risici (2024), Danmark: En vinder i en ny verden. link: https://www.em.dk/Media/638532698899384482/Danmark_En%20vinder%20i%20en%20ny%20verden.pdf

3

Economics of language – sprogøkonomi

"Economics of language" (sprogøkonomi) er et interdisciplinært fagområde, der beskæftiger sig med sammenhængen mellem sproglige og økonomiske variable og hermed de økonomiske effekter af sprogkompetencer på mikro- og makroøkonomisk niveau. På det mikroøkonomiske niveau dækker det områder som samlet arbejdslivsindkomst, individuel markedsværdi og kulturel og social kapital, mens det på det makroøkonomiske niveau er områder som bruttonationalprodukt, handel og effektivitet i internationalt samarbejde.

Economics of language kan defineres på denne måde:

> The economics of language rests on the paradigm of mainstream theoretical economics and uses the concepts and tools of economics in the study of relationships featuring linguistic variables. It focuses principally, but not exclusively, on those relationships in which economic variables also play a part.[34]

3.1. Udfordringer for fagdisciplinen

På trods af en opmærksomhed på området siden 1970'erne er det stadig ikke en velkonsolideret faglig disciplin. Én af årsagerne er, at det er vanskeligt at finde og formatere relevante sprogvariable, så de kan indgå i økonomiske modeller, en anden er, at det er vanskeligt at finde pålidelige data. Der er derfor få faglige miljøer og forskere, der har arbejdet længe og systematisk med economics of language. Blandt disse skal nævnes professor François Grin fra Université de Genève, leder af l'Observatoire Économie – Langues – Formation (ELF) og professor emeritus François Vaillancourt fra Université de Montréal. Grin og

34. Grin et al. (2011), p. 28.

Vaillancourt har samarbejdet om forskellige projekter og udgivelser, der har fået stor udbredelse inden for feltet.

Der er mange angrebsvinkler og spørgsmål, der falder inden for fagområdet. Det er emner som værdien af et ekstra fremmedsprog, ulige sprogkompetencer i multisproglige miljøer, omkostninger ved mistede sprogkompetencer, optimal vedligeholdelse af sprog med videre. Det er emner, der er relevante for sprogpolitik og -planlægning på alle niveauer. Disse mange forskellige og interessante sammenhænge ville kunne analyseres med økonomiske modeller og simulationer, men det sker ikke. Det er først og fremmest på grund af mangel på relevante data, der er formatérbare, og på serier af data, der beskriver sprogvariable. På en forespørgsel fra mig om adgang til relevante data skriver François Grin således om dataproblemerne i en mail fra 5. marts 2024:

> Generally, there's almost no robust data sets ("RAD", i.e. representative, in adequate numbers, and sufficiently detailed) lending themselves to quantitative analysis on the advantages that for-profit companies can derive from multilingual practices. […] Collecting quantitative data from businesses and companies is a challenge at best, a nightmare at worst, either because they can't be bothered or because they fear inadvertently disclosing information they don't mean to share. That's why most research on what goes on in private-sector companies is qualitative, often with interesting, but also non-generalizable observations that simply don't lend themselves to statistical treatment.
>
> Public data sets […] generally collect next to nothing about language skills or practices – or if they do, the data are so imprecise and so far away from what one needs to compute estimates of the economic impact…

Selvom man umiddelbart skulle synes, at når det er lykkedes at udvikle fagfelter som miljøøkonomi og sundhedsøkonomi, så måtte det samme kunne gælde for sprogøkonomi. De andre områder har imidlertid også haft deres udfordringer. Der findes dog mange målbare data på miljøområdet. Sundhedsområdet har, som sprogområdet, behov for at kvantificere kvalitative input for at få dem til at passe ind i en økonomisk model. Et godt eksempel på dette er den såkaldte QALY, der måler kvalitetsjusterede leveår, der er en kvantificering af en subjektiv kvalitativ størrelse, og som blandt andet bruges i beslutninger om offentlige tilskud til ny medicin. Ibrugtagningen har været kontroversiel.

Det er desuden både vanskeligt at definere sprog i denne kontekst og hermed at udvælge gode sprogvariable, og at finde relevante data til at beskrive den økonomiske udvikling, der er i fokus. Det betyder, at disciplinen har store udfordringer med at levere valide kvantitative resultater. Samtidig gælder det, at økonomi som fagdisciplin ikke altid har en indlysende værdi for andre faglige og videnskabelige discipliner. Denne skepsis gælder også

for sprogvidenskaberne. Økonomi arbejder med formaterede data og statistiske analyser, og det er jf. ovenstående svar fra Grin en udfordring, at variable, der beskriver sprog, ikke uden videre kan formateres, så de passer ind i økonomiske modeller.

Selvom forskningsresultaterne inden for economics of language er begrænsede, så fortjener de alligevel at blive udbredt. Dette kapitel giver derfor en introduktion til fagdisciplinen i form af en sammenfatning af et udvalg af artikler og bøger, primært med François Grin som forfatter.

3.2. Starten på udviklingen af fagområdet

Udviklingen af economics of language startede i 1970'erne med en række undersøgelser af erhvervslivets sprogbehov og de økonomiske konsekvenser for virksomheder, det kan få at råde over eller mangle ressourcer i fremmedsprog, eller, men ikke så ofte, konsekvenserne for de nationale økonomier. Disse tidlige undersøgelser har tre fællestræk:

- Deres formål er at undersøge virksomhedernes oplevede behov og ikke at udvikle en sociologisk analyse af sprogs rolle i erhvervslivet.
- De bygger på informationer fra beslutningstagere på virksomheds- eller personalelederniveau og ikke på interviews eller observationer af medarbejdere.
- Undersøgelserne anvender kombinationer af kvalitative og kvantitative metoder.

Udviklingen af economics of language tog fart op igennem 1990'erne og blev aktualiseret med den voksende globalisering.

Economics of language tager afsæt i den traditionelle teoretiske økonomi og dens begreber, som her bruges til at undersøge relationer til sproglige variable. Fokus er hovedsageligt på de sammenhænge, hvor økonomiske variable har betydning. En analyse af økonomiske sammenhænge har normalt til formål at forstå, hvordan knaphed på en ressource håndteres og de markedsmæssige og ikke-markedsmæssige effekter af dette.[35]

Det er relevant at spørge, om det overhovedet er nyttigt at bruge en økonomisk forståelsesramme i forhold til sprog. Der kan argumenteres for relevansen, fordi det er almindeligt anerkendt, at det er nyttigt at inddrage økonomiske argumenter som oplæg til politiske beslutninger. Beslutningsoplæg indeholder i de allerfleste tilfælde økonomiske overvejelser, fordi økonomiske variable og processer er relevante for de fleste menneskelige aktiviteter. Det betyder, at økonomiske overvejelser er relevante for det politikområde, der internationalt kaldes for "Language Politics and Planning", (LPP). Den økonomisk tilgang

35. Grin (2014), *50 years in language policy. Critical assessment and priorities,* pp.7 & 8.

er særlig nyttig i to situationer. Når det skal besluttes, hvad der skal gøres, og hvordan det skal gøres. Det kan man for eksempel bruge cost-benefit-analyser til.

I analyser af sammenhængen mellem økonomi og sprog er det simpleste at se på to sprog, for eksempel et modersmål eller et dominerende sprog, som sammenlignes med et fremmedsprog eller et minoritetssprog. Her er allerede fire forskellige sprogbetegnelser i spil. Der er mange valg at foretage, når man skal udvælge sprogvariable, og der er risiko for, at modellerne bliver meget komplekse. Derfor gælder det om at finde balancen mellem kompleksitet og simpelhed. Et eksempel på en udvikling frem mod en balance er de tre faser som den økonomiske værdi af færdigheder i fremmedsprog eller andetsprog har været igennem. Det startede med et fokus på modersmålet (L1) og dets identitetsbærende funktion, senere flyttede fokus til et supplerende sprog (L2) som en del af den enkeltes humane kapital, for endelig at inddrage begge forhold samtidigt.[36]

Endelig er det vigtigt at skelne mellem economics of language og andre undersøgelser af sprog og økonomi, der ikke bygger på fagøkonomi, men på analogier. Disse analogier ser blandt andet sprog som valuta, investering eller forbrug.

3.3. Analogier om sprog og økonomi

Valutaanalogien ser på omkostningerne knyttet til sprog og kommunikation. Analogien, der opstilles, er, at i stedet for at handle i to forskellige valutaer, så vælges en tredje fælles valuta. For sprog betyder det et valg af et tredje sprog, der er fremmed for begge parter. Dette valg vil normalt være knyttet til politisk, økonomisk og kulturel dominans. I denne forståelse skulle det være økonomisk rationelt at fokusere på at lære et dominerende lingua franca. Det er imidlertid en reduktionistisk opfattelse af sprog, der ser bort fra, at sprog læres og ikke mindst bruges for andet end effektiv kommunikation. Sprog har betydning for tanker, identitet, kultur og magtrelationer.

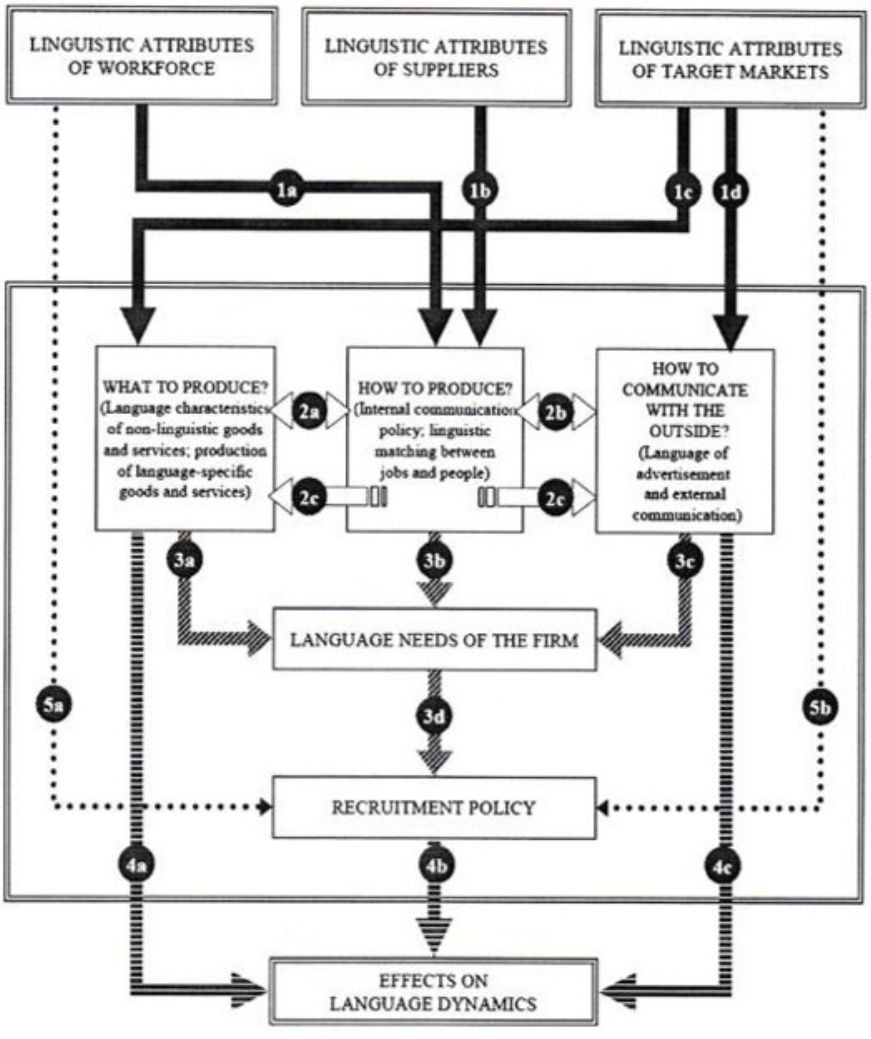
Investeringsanalogien opfatter sprog som en mulighed for at forøge den enkeltes humane kapital, som igen kan omsættes til højere løn. Dette forhold gør, at en tilegnelse af fremmedsprog ses som en investering med afkast for øje. Men også her gælder det, at når der kun fokuseres på den økonomiske gevinst ved sprogtilegnelse, så overses de ikke-økonomiske gevinster, som sprog som identitetsmarkør, udtryk for gruppesolidaritet og -tilhørsforhold eller kulturel kapital.

Forbrugsanalogien betragter sprog som en forbrugsaktivitet, der gør det muligt at inkludere immaterielle sprogbeslutninger og bruger teorier om forbrugeradfærd. Det giver mulighed for at kombinere investeringer i goder og services med forbrug af tid. Nytten for individet måles her både økonomisk og som tidsforbrug. Et eksempel på dette er valget af

36. Ibid., pp. 14-16.

sprog til fritidslæsning, som vil afhænge af den enkeltes lyst og motivation og ikke af omkostninger.

Brugen af disse analogier er fristende, fordi de er lette at kommunikere, men de er begrænsende ved at fremhæve nogle aspekter med stor risiko for at overse andre. Når man vil undersøge sammenhænge inden for økonomi, er det ikke analogier, der er relevante, men modeller, der beskriver de sammenhænge, der skal undersøges. Et eksempel på en sådan model, der kan bruges på at analysere sammenhængene mellem eksterne og interne forhold for den økonomiske effekt af sprogdynamikken for den flersprogede virksomhed, fremgår af figur 2:



Figur 2: Model for en økonomisk analyse af den flersprogede virksomhed. Grin et al. (2011), figur 1.1.

Modellen viser en flersproget virksomhed afgrænset af rammen. Pilene ind i den øverste del af rammen er omverdenens påvirkning i form af arbejdskraft, leverandører og markeder. Disse påvirkninger har indflydelse på, hvad der skal produceres, hvordan det skal gøres, og hvordan den eksterne kommunikation skal forgå. Det vil afspejle sig i sprogbehov og rekrutteringspolitik. I sidste ende – pilene, der peger ud af rammen – vil det resultere i effekter på sprogdynamikken. Det betyder, at der skal findes indikatorer for alle interne aktiviteter, hvis modellen skal kunne forudsige den økonomiske effekt af sprogdynamikken.

3.4. Sammenhængen mellem kompetencer i fremmedsprog og indtjening

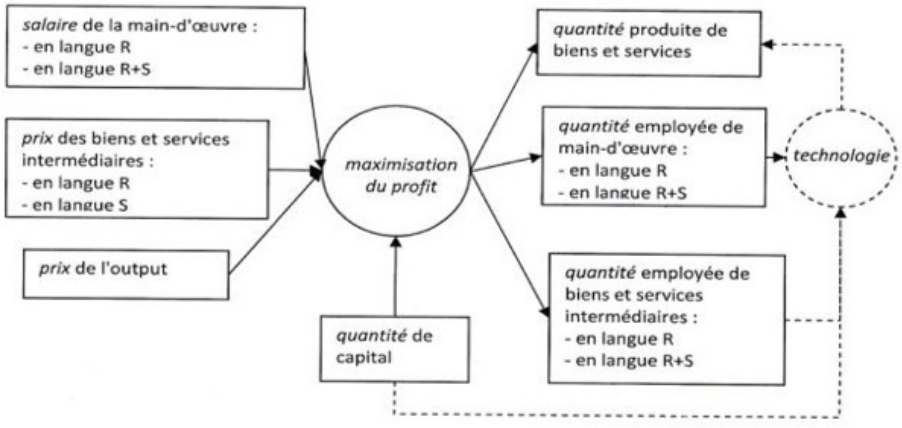
Spørgsmålet om sammenhængen mellem sprog og indkomst, og mere specifikt den effekt, sprogkundskaber kan have på den enkeltes indkomst, har været centralt for udviklingen af economics of language.[37]

Betydningen af kompetencer og niveau i fremmedsprog for indtjeningen er ikke kun vigtig i sig selv. Det er en indikator på, at sprogfærdigheder skaber værdi, fordi de bliver brugt i virksomhederne ved at bidrage positivt til produktiviteten. Det afgørende for denne positive effekt er naturligvis i sidste ende, hvilken slags økonomisk aktivitet medarbejderen er involveret i, og at sprogkompetencerne er relevante. Løn og produktivitet er positivt korreleret.

Vaillancourt og Grin har undersøgt sammenhængen mellem fremmedsprog og indkomst i henholdsvis Quebec og Schweiz, og de har fået robuste resultater, der understøtter hinanden. De har udviklet en økonomisk model i LEAP-projektet,[38] der gør det muligt at estimere og – når data er til rådighed – at udregne sammenhængen mellem forskellige sprogscenarier og profitmaksimering:

37. Ibid., p. 55.

38. Grin et al. (2009), *Langues étrangères dans l'activité professionnelle (LEAP)*.



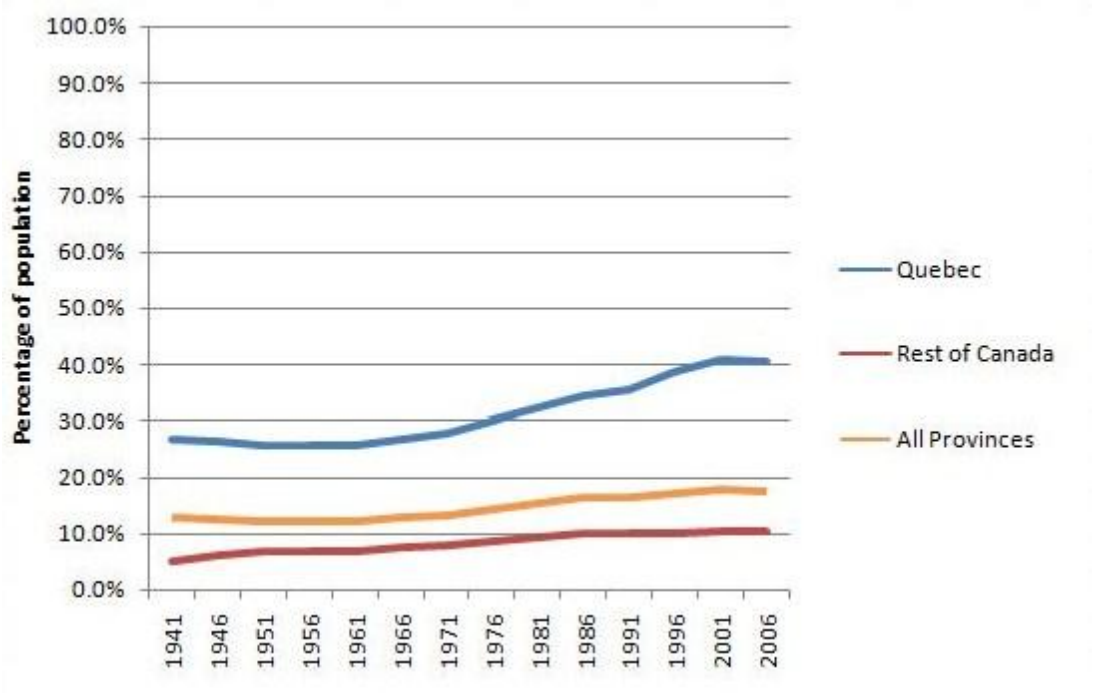
Figur 3: Oversigtsfigur over sammenhængene mellem et sprog eller to sprog og produktionsfaktorerne med henblik på profitmaksimering, Grin et al. (2009), p.17.

Modellen viser profitmaksimeringen angivet i cirklen i midten. Den får input fra kasserne til venstre og omfatter lønninger til medarbejdere med henholdsvis et eller to sprog, prisen på goder og services på de to forskellige sprog, og leverer output til mængden af medarbejdere, goder og services knyttet til henholdsvis et eller to sprog. Input suppleres med kapital, og output bindes sammen af teknologi. Denne model har forskerne brugt til at analysere sammenhængen mellem indkomst og produktivitet.

Den tidligste undersøgelse er gennemført i Quebec og er fra 1970.[39] Den er gennemført af Vaillantcourt, der har undersøgt engelsk og fransk. Både engelsk og fransk er officielle sprog i Canada, og ifølge en folketælling fra 2016 havde 56,0 % af befolkningen engelsk som modersmål, og 21,4% havde fransk som modersmål.

Quebec er den fransktalende provins. Nedenfor ses udviklingen i antallet af tosprogede i Quebec og i hele Canada fra 1941 til 2006.

39. Grin et al. (2011), kapitel 3.



Figur 4: Udviklingen i antallet af tosprogede i Quebec og Canada. (WikiCommons, Spicy Mayan Chocolate, CC BY-SA 3.0).

Det er derfor klart, at rådighed over et eller to sprog og den indflydelse, det har på lønindkomsten, tidligt fik opmærksomhed her.

Tabellen herunder viser lønforskelle for mænd i Quebec med aflønningen af unifrankofone mænd som referencepunkt i henholdsvis 1970 og 2000.

	Uni-anglofone	**Tosprogede anglofone**	**Tospro-gede frankofone**	**Anglofone med et andet førstesprog**	**Frankofone med et andet førstesprog**	**Tospro-gede med et andet førstesprog**
1970	+10,11 %	+16,99 %	+12,61 %	Ikke sign.	Ikke sign.	+6,03 %
2000	–18,06 %	Ikke sign.	+12,20 %	–30,10 %	–33,80 %	–11,78 %

Tabel 2: Lønforskelle mellem mænd i Quebec med forskellige sproglige kompetencer i 1970 og 2002, Grin et al. (2011), uddrag af tabel 4.2.

Det fremgår at:

- fra, at det i 1970 havde en positiv effekt at være énsproget engelsksproget mand, er det i 2000 negativt ikke at have kendskab til fransk.

- tosprogede engelsksprogede mænd tjente i gennemsnit næsten 17 % mere end ensprogede frankofone mænd i 1970. I 2000 er denne fordel forsvundet. Det er dog en fordel at være tosproget fremfor énsproget anglofon.
- i år 2000 er der en negativ indflydelse på indtjeningen for alle, der ikke har fransk eller engelsk som førstesprog.

Det er naturligvis også interessant at se på sprogniveau, og om der er tale om mundtlige eller skriftlige kompetencer. Tabellen nedenfor viser den procentiske forskel på nettoindtjeningen for mænd i Quebec i 1971. Brutto er den ukorrigerede lønindtægt. Netto er lønindtægten korrigeret for andre faktorer, der kan påvirke indtjeningen, som for eksempel uddannelse og erfaring. Referencepunktet er mænd, der alene er frankofone. De sammenlignes med henholdsvis frankofone, der kan engelsk på forskellige niveauer, og anglofone, der kan fransk på forskellige niveauer:

	Frankofone	**Frankofone**	**Anglofone**	**Anglofone**
	Mundtligt engelsk	***Skriftligt engelsk***	***Mundtligt fransk***	***Skriftligt fransk***
	Brutto/Netto	Brutto/Netto	Brutto/Netto	Brutto/Netto
Fremragende	77 %/28 %	83 %/25 %	104 %/38 %	123 %/37 %
God	50 %/18 %	48 %/14 %	116 %/41 %	137 %47 %
Svag	16 %/ikke signifikant	19 %/05 %	130 %/41 %	109 %/26 %
Intet kendskab	Referencepunkt	Referencepunkt	117 %/16 %	78 %/27 %

Tabel 3: Lønforskelle for mænd i Quebec med forskellige niveauer, mundtligt og skriftligt, Grin et al. (2011), uddrag af tabel 4.5.

Det fremgår, at:

- gode eller fremragende mundtlige og skriftlige fremmedsprogskompetencer belønnes, dog på forskelligt niveau, hos både anglofone og frankofone.
- i 1971 var det markant bedre for anglofone at have franskkundskaber i forhold til frankofone med engelskkundskaber.

Grin har lavet en tilsvarende undersøgelse i Schweiz for perioden 1994-1995.[40] Schweiz har fire officielle sprog, men han har koncentreret sig om tysk, fransk og italiensk, der er de klart største sprog. I 2015 havde 63,0 % tysk som førstesprog, 22,7 % fransk og 8,4 % italiensk. Forudsætningen for undersøgelsen er, at det sprog, der dominerer i en kanton, anses for hovedsprog og alle andre sprog anses for at være fremmedsprog. Germanofone (uanset fremmedsprogskompetencer) bruges som referencepunkt.

Tabellen nedenfor viser forskellene i indkomst for forskellige kombinationer af førstesprog og andetsprog:

40. Grin et al. (2011), kapitel 4.

Germanofone	100,0 %
Francofone	93,4 %
Italofone	78,5 %
Uni-germanofone	91,2 %
Uni-frankofone	86,0 %
Uni-italofone	71,8 %
Bi-germanofone med fransk	114,6 %
Bi-frankofone med tysk	109,3 %
Bi-italofone med fransk	78,4 %
Bi-italofone med tysk	81,5 %

Tabel 4: Forskelle i indkomst for forskellige kombinationer af førstesprog og andetsprog, Grin et al. (2011), uddrag af tabel 4.6

Det fremgår af tabellen, at kun bi-germanofone og bi-frankofone har en større indkomst end referencepunktet, og her er tale om bruttoindkomster, så der ikke er korrigeret for andre forhold, der kunne påvirke indkomstniveauet.

Det er naturligvis også interessant at se, hvordan kompetencer og kompetenceniveau i engelsk influerer på indkomstniveauet. For 1994-1995 fremgår det for mænd af tabellen nedenfor:

Fremragende	150 %
Gode	129 %
Basis	116 %
Ingen	100 %

Tabel 5: Indflydelsen af kompetencer og kompetenceniveau i engelsk i 1994-1995 for mænd, Grin et al. (2011), uddrag af tabel 4.7.

Det ses, at kompetencer i engelsk belønnes, og jo bedre desto højere.

Grin har også undersøgt nettoeffekten af henholdsvis kompetencer i fransk, tysk og engelsk i de forskellige sprogregioner i Schweiz:

	Fransk	**Tysk**	**Engelsk**
Fransktalende områder	-	13,8 %	10,2 %
Tysktalende områder	14,1 %	-	18,1 %
Italiensktalende omr.	17,2 %	16,9 %	Ikke signifikant

Tabel 6: Nettoeffekten af henholdsvis kompetencer i fransk, tysk og engelsk i de forskellige sprogregioner i Schweiz, Grin et al., (2011), tabel 4.8.

Det fremgår, at der er en sammenlignelig belønning for at kunne et af de to officielle sprog, der tales af flest, og at engelsk belønnes højest i de tysktalende områder, mens dette ikke sker i de italiensktalende.

Tilsammen viser både Vaillancourts og Grins empiri, at kompetencer i de udvalgte fremmedsprog korrelerer positivt med løn. Det understøtter antagelsen om, at fremmedsprogskompetencer har en positiv effekt på produktiviteten.

3.5. Betydningen af fremmedsprogsressourcer for virksomhederne

Med antagelsen om at ressourcer i fremmedsprog og produktivitet korrelerer positivt, og at dette kan aflæses i indkomsten, er der ikke langt til at akkumulere dette på virksomhedsniveau og i sidste ende på samfundsniveau. En sådan interesse for den økonomiske værdi af sprogfærdigheder set fra et virksomhedsperspektiv er steget siden 1990-erne og har resulteret i et antal casestudier og kvantitative undersøgelser.

Der er tale om meget forskellige undersøgelser med mange eller få deltagere. Nogle af dem fokuserer på en bestemt type af virksomhed, som for eksempel de eksportorienterede. Oplysningerne indsamles forskelligt, og de statistiske analysemetoder varierer, ligesom de spørgsmål, der er baggrund for undersøgelserne, varierer. De er gennemført i enkelte europæiske lande, Australien og USA samt i hele EU.[41]

Mange af undersøgelserne af fremmedsprog på arbejdspladsen og virksomheders behov for fremmedsprog er lavet som bidrag til enkeltstående rapporter til beslutningstagere om forventet virkning eller opnåede effekter af for eksempel fremmedsprogsundervisning. De

41. Grin et al. (2011), pp. 39-40.

starter ofte med at stille en økonomisk baseret analyse af virksomhedernes sprogbehov i udsigt. Det er dog spørgsmålet, i hvor høj grad der er tale om objektive behov, der har økonomiske effekter.

Det, at en undersøgelse gengiver virksomheders erklærede behov for fremmedsprog eller brug af fremmedsprog, betyder ikke nødvendigvis, at den rent faktisk undersøger, endsige kvantificerer de økonomiske effekter ved brugen af fremmedsprog. Normalt bliver der ikke gjort forsøg på at forbinde effekten af bedre sprogkundskaber med et økonomisk resultat, der kan måles. Forhåndsantagelsen er, at mere omfattende fremmedsprogsfærdigheder eller hyppigere brug af dem vil sikre en smidigere og mere effektiv kommunikation. Men normalt er sammenhængen mellem en mere effektiv kommunikation og økonomiske kernevariable, som produktivitet, markedsandel, omsætning eller profit, ikke opgjort. Det betyder i praksis, at mange undersøgelser og rapporter om "sprog og økonomi" i virkeligheden er rent beskrivende redegørelser om sprog og flersproglighed i økonomisk sammenhæng, hvilket er noget helt andet end en analyse inden for disciplinen economics of language.[42]

I det følgende gives eksempler på undersøgelser, der estimerer de økonomiske konsekvenser af at have flere sprog til rådighed, og de illustrerer forskellige måder at gøre dette på. De første eksempler er to undersøgelser af virksomheder i områder med flere nationale sprog, nemlig Schweiz og Bruxelles-området. De er fra henholdsvis 2005 og 2006. De viser nogle af de mange sammenhænge mellem sprog og økonomiske processer, hvor de økonomiske konsekvenser antages snarere end estimeres.[43]

3.5.1. Virksomheder i Schweiz

En af de mest omfattende undersøgelser beskæftiger sig med fremmedsprog i schweiziske virksomheder.[44] Den arbejder med en repræsentativ stikprøve på mere end 2.000 virksomheder og flere tusinde ansatte i de tre sprogregioner med henholdsvis tysk, fransk og italiensk som hovedsprog. Alle andre sprog end det lokalt dominerende sprog anses for at være fremmedsprog.

Ud over detaljerede data om sprogbrug identificerer undersøgelsen årsager til, at fremmedsprog er særlig relevante for specifikke aktiviteter. Utilstrækkelige sprogkompetencer kan: hæmme interne arbejdsprocesser (nævnt af 9 % af virksomhederne), skabe misforståelser eller konflikter, der påvirker samarbejdet (8 %), hæmme arbejdsprocesser med personer uden for virksomheden (6 %) og have en negativ påvirkning af udførelsen af en opgave (5 %). Derimod kommer tabte ordrer, som i flere europæiske undersøgelser har en høj placering, sidst blandt de syv valgmuligheder med 2 %.

42. Grin (2014), pp. 17-18.

43. Grin et al. (2011), p. 40.

44. Andres et al. (2005), *Fremdsprachen in Schweizer Betrieben.*

Brug af fremmedsprog er meget udbredt i schweiziske virksomheder. 41,5 % rapporterer en hyppig brug (ugentlig eller mere) af engelsk, 58,9 % af tysk og 49,5 % af fransk. Blandt disse virksomheder forventer en stor majoritet, at fremmedsprogskompetencer får stigende betydning i fremtiden.

Den relative betydning af forskellige sprog varierer afhængigt af den økonomiske sektor. Turistindustrien har en rækkefølge, der hedder tysk-engelsk-fransk, mens den hos transport- og kommunikationssektoren er tysk-fransk-engelsk, og i den offentlige administration er den fransk-tysk-engelsk.[45]

3.5.2. Virksomheder i Bruxelles-området

Mange af disse mønstre er også observeret i en undersøgelse af sprogbehovene hos virksomheder i Bruxelles-området.[46] I undersøgelsen indgår 357 virksomheder, og her er det sprogene flamsk, fransk og engelsk, der er relevante. Undersøgelsen fokuserer på tre sæt af problemstillinger, der hver især fører til en række mere specifikke spørgsmål:

1. Hvad er forholdet mellem udbud af og efterspørgsel efter fremmedsprogsfærdigheder blandt private virksomheder i Bruxelles-området?
2. Hvad er omkostningerne forbundet med behov for og/eller mangel på kompetencer i flere sprog for virksomhederne i regionen?
3. Hvad foreslår virksomhedslederne selv for at forbedre matchet mellem udbud og efterspørgsel af fremmedsprogskundskaber?

Data indikerer, at Belgiens to officielle sprog, flamsk og fransk, er meget udbredte. Det er færdigheder i engelsk, der er efterspurgt, men mest sammen med kompetencer i flamsk eller fransk. Undersøgelsen viser, at det er svært at rekruttere kompetente medarbejdere, der kan engelsk plus et af de to andre sprog. Den mest efterspurgte profil råder over alle tre sprog og er næsten umulig at få fat i. Mere end halvdelen af virksomhederne har ikke haft jobansøgere med denne kombination. Gode sprogkundskaber letter derfor adgangen til job og til forfremmelse. I denne undersøgelse har 41 % af respondenterne mistet kontrakter på grund af utilstrækkelige sprogressourcer.[47]

3.5.3 Virksomheder i hele Europa

Det tredje eksempel på en undersøgelse er én af de største, der er gennemført i forsøget på at sætte størrelse på de økonomiske konsekvenser skabt af fremmedsprogskompetencer i virksomheder i hele Europa.

---

45. Grin et al. (2011) pp. 45-46.
46. Mettewie (2006), *Entreprises bruxelloises et langues étrangères.*
47. Ibid., pp. 46-47.

Denne undersøgelse er bestilt af EU-kommissionen og kaldes ELAN-undersøgelsen.[48] Den arbejder med en stikprøve på knap 2.000 SMV'er fra 29 europæiske lande. Ud over de 27 medlemslande omfatter den Island og Tyrkiet. Den største bidragyder er Spanien med 109 svar og den mindste Holland med 8 svar. Dækningen af de respektive lande varierer betydeligt. Store lande som Tyskland har kun bidraget med 28 svar, mens Island har leveret 60.

Hovedformålet med undersøgelsen er at forsøge at sætte tal på virksomhedernes indirekte tab på grund af utilstrækkelige sprogkompetencer, og 11 % af de responderende virksomheder rapporter at have mistet potentielle ordrer. Disse tab opgøres til mellem 1 mio. til 23,5 mio. euro pr. virksomhed pr. år. Der er en stor usikkerhed på tallene. Alligevel bruges de til at beregne et vægtet gennemsnitligt tab pr. SMV, som herefter anvendes til at estimere et samlet årligt tab på grund af manglende sprogkompetencer. Det opgøres til 102 mia. euro.

Undersøgelsen har haft stor betydning i debatten om de økonomiske konsekvenser af manglende flersproglighed, og dens konklusioner fik stor opmærksomhed i kommissionens "Business Forum for Multi-lingualism" i 2008. Grin og hans forskerkolleger mener, at beregningsforudsætningerne ikke er valide, og at resultatet derfor skal tages med stor skepsis. De mener også, at der i realiteten er tale om et lille tabstal i sammenligning med EU's samlede BNP i det samme år på 13.000 mia. euro eller 0,83 %.[49]

3.6. Kompetencer i fremmedsprog og rekrutteringsstrategier

Uanset virksomhedssektor og markedsstruktur er der oplagte områder at se på i forhold til sprog og virksomheder. Et af dem er rekruttering, og det er der flere grunde til. For det første kræver det ledelsesmæssig opmærksomhed at arbejde bevidst og aktivt med flersproglighed i en virksomhed, og for det andet kan en specifik sproglig efterspørgsel få konsekvenser for eksempelvis minoritetsgruppers adgang til arbejdsmarkedet. Det vil derfor være hensigtsmæssigt, at sprogpolitikker, der har til formål at påvirke den relative position af forskellige sprog, udformes på baggrund af informeret viden om virksomhedernes rolle i sprogdynamikken. Dette kan få betydning for undervisningspolitikken i sprog, idet det rejser spørgsmål om de økonomiske argumenter for at undervise i fremmedsprog, og om hvem skal undervises i hvilke sprog og til hvilket kompetenceniveau.

Hertil kommer, at eksisterende data viser interessante mønstre. Når man sammenligner brug af fremmedsprog på arbejdspladsen med arbejdsgivernes efterspørgsel og krav til fremmedsprog, viser der sig ret store uoverensstemmelser, og det kunne virke som om, at

48. Hagen (2006). *Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise*. Undersøgelsen omtales også i afsnit 4.2.

49. Grin et al. (2011), pp. 48-49.

arbejdsgiverne ikke helt selv ved, hvad de har brug for.[50]

3.6.1. Undersøgelse af det schweiziske arbejdsmarked

En mulig forklaring på de observerede uoverensstemmelser kan være, at arbejdsgivere har relativt kortsigtede mål og systematisk undervurderer det faktiske behov for fremmedsprogskompetencer. Medarbejderne ser på den anden side ud til at bruge sådanne kompetencer meget ofte, og i hvert fald meget mere end de krav, de blev mødt med på tidspunktet for ansættelsen. Det tyder på, at arbejdspladsen bruger medarbejdernes sprogkompetencer langt mere og på et andet niveau, i forhold til hvad man eksplicit har efterspurgt. Eksplicitte sprogkrav fra arbejdsgiveren synes således at være en upålidelig indikator for både det reelle behov og for den reelle anvendelse af fremmedsprog, og det rejser spørgsmålet om, hvorvidt arbejdsgiverne simpelthen er uvidende om sprogbehovene i deres egen virksomhed, eller om noget mere komplekst er på spil.[51]

For det første ses, at der er mange tilfælde, hvor virksomheden bevidst går efter profiler med ringere færdigheder i fremmedsprog end det, der er objektivt nødvendigt. Efter ansættelsen vil medarbejderne alligevel på en eller anden måde klare de situationer, som de havner i, og mange, der ikke formelt er rekrutteret med fremmedsprogskompetencer, bruger de fremmedsprog, de har rådighed over, på det niveau, de nu behersker det.

For det andet er der en sandsynlig uoverensstemmelse mellem de konkrete sprogbehov og andre vigtige kompetencer i forhold til den givne stilling, når man ser på de potentielle kandidater, der er til rådighed til stillingen. For det tredje er der indikationer på, at omkostningerne til at aflønne eller opnå sprogkompetencer ikke prioriteres, hvis afstanden mellem efterspurgte og reelle sprogbehov er for stort, og sprogkompetencerne ikke kan udnyttes tilstrækkeligt.

Det betyder, at de umiddelbart tilgængelige data, for eksempel stillingsannoncer, må tages med forbehold. Arbejdsgivernes tilsyneladende uvidenhed om, i hvilket omfang deres medarbejdere bruger fremmedsprog, er måske ikke kun uvidenhed, men afspejler nok også en fuldt ud rationel kortsigtet optimeringsadfærd. Man kan dog ikke slutte modsat, at alle arbejdsgivere altid har en klar forestilling om, hvordan sprog bruges i deres virksomhed.

Vil man undersøge dette forhold nærmere, vil det kræve systematiske og gentagne detaljerede vurderinger af virksomhedens behov for fremmedsprog. En sådan sprog-audit er en meget tidskrævende opgave, særligt hvis det skal dække alle aktiviteter i virksomheden. Dertil kommer yderligere udfordringer. Den første handler om pålidelighed i de data, der indsamles. Den næste er, at data og informationer fokuserer på nuværende praksis og derfor er velegnet til at give en beskrivelse af, hvem der bruger hvilke sprog i forhold til

50. Ibid., pp. 123-124.
51. Ibid., pp. 127-128.

hvem, hvor ofte og til hvilke formål lige nu. Men det er ikke nok til at identificere udækkede behov. [52]

Endelig vil selv fuldt pålidelige data ikke kunne give et skøn over de økonomiske implikationer ved brugen af fremmedsprogskompetencer eller ved manglen på sådanne kompetencer. En sprog-audit kan dog være nyttig af andre grunde, fordi den ikke kun er et deskriptivt værktøj, men også kan være et diagnostisk. Med det rigtige design kan en sådan audit medvirke til at forudse fremtidige behov. Hvis man laver en sprog-audit i alle dele af virksomheden, vil man højst sandsynligt blive opmærksom på, at fremmedsprog ikke kun er vigtige for salg og marketing, men også for mange andre dele af virksomheden,[53] og at der er forskel på et koncernsprog, og på hvordan medarbejdere i praksis kommunikerer i den uformelle kommunikation.[54]

3.7. Handlingskonsekvenser og -overvejelser

Det eneste robuste empiriske grundlag for kvantitativ vurdering af værdien af fremmedsprog findes i de indtjeningsforskelle, der skyldes sprogkompetencer. Herudover giver den eksisterende forskning kun et meget begrænset grundlag for at skønne over den økonomiske værdi af sprogkompetencer. Sprogbaserede indtjeningsforskelle er dog stadig et led væk fra de dele af produktionen og distributionen, der skaber værdi.

Som tidligere nævnt kan de økonomiske effekter af kompetencer i fremmedsprog og flersproglighed undersøges på forskellige niveauer. Det første niveau er den personlige værdi af fremmedsprog, der kan være en kilde til marginal positiv indtjening, og det andet niveau er den sociale værdi, forstået som en socialt frisættende værdi, der åbner for nye muligheder. Dette sociale afkast skal også inddrage den anvendte tid til indlæring for at beregne det faktiske afkast af fremmedsprogsundervisning. I de få tilfælde, hvor data er tilgængelige, viser de, at det sociale afkast på fremmedsprogsundervisning er højere end det gennemsnitlige afkast på andre aktiver med lav risiko. Det gør tilsammen, at undervisning i fremmedsprog, set fra et samfundsmæssigt synspunkt, er en højrentabel investering.[55]

På det tredje niveau er fokus på virksomheden, og det handler om produktivitet, omkostninger og profit. Selvom tilgængelige data indikerer, at brug af relevante fremmedsprog og produktivitet er positivt korrelerede, vil det uanset dette være nødvendigt at arbejde på at etablere sammenhænge mellem virksomheders økonomiske kernevariable og variable,

52. Grin et al. (2011), p. 133.

53. Ibid., pp. 130-133.

54. Tange, H., & Lauring, J. (2009). Language management and social interaction within the multilingual workplace. Journal of Communication Management, 13(3), pp. 218-232.

55. Grin et al. (2011), kapitel 9.

der afspejler brug af sprog i virksomheder, som et nødvendigt skridt hen mod et robust makroøkonomisk perspektiv.

Det fjerde niveau betragter økonomien som helhed. Det drejer sig derfor om makroøkonomiske effekter. Ud fra et synspunkt om, at værdiskabelse i en markedsøkonomi er resultatet af virksomhedernes aktivitet, har forskerne påvist, at flersproglighed genererer en værdi, svarende til omkring 10 % af BNP i Schweiz. Det samme er vist i undersøgelser for Québec. Den anvendte fremgangsmåde i disse analyser kan gentages for ethvert land, hvis de nødvendige data er tilgængelige, men det er de normalt ikke.[56]

Disse resultater gør det sandsynligt, at undervisning i og tilegnelse af fremmedsprog også er økonomisk fordelagtigt på samfundsniveau. Her er det dog vigtigt at være opmærksom på det fordelingspolitiske aspekt. Der er brug for en sprogpolitik, der tager behørigt hensyn til markedskræfter og endda, i det omfang det er muligt, udnytter dem økonomisk.

Data viser, at virksomheder opfører sig økonomisk rationelt og reducerer deres brug af produktionsressourcer, når prisen på dem stiger. Derfor er det relevant at være opmærksom på, at efterspørgslen efter sprogressourcer er meget lidt elastisk, altså har ringe indflydelse på andre relevante variable. Dette indikerer, at disse ressourcer vil være sværere at erstatte end andre inputressourcer i produktionen. Derfor vil sprogpolitikker, der producerer sprogkompetencer, som efterspørges af virksomhederne, med stor sandsynlighed være en fornuftig brug af offentlige midler.

De resultater, der trods alt kan uddrages om sammenhængen mellem fremmedsprogskompetencer og virksomheder, peger i retning af én konklusion: givet, at verden er flersproget, er det i den enkeltes og organisationernes, herunder virksomhedernes, interesse at råde over og bruge fremmedsprogskompetencer. Fra et økonomisk synspunkt er det derfor rimeligt, at staten bidrager og nudger de sociale aktører til at bidrage.[57]

3.8. Konklusioner til kapitel 3

Economics of language som økonomisk fagdisciplin er på trods af at have haft opmærksomhed siden 1970'erne stadig ikke velkonsolideret. Én af årsagerne er, at det er vanskeligt at finde og formatere relevante sprogvariable, så de kan indgå i økonomiske modeller, en anden er, at det er vanskeligt at finde pålidelige data. Interessen for economics of language er vokset med den stigende globalisering.

Den mest robuste sammenhæng, som forskerne har påvist, er den mellem fremmedsprogkompetencer og indtjening ud fra antagelsen om, at højere løn er en betaling for højere

56. Grin et al. (2009), pp. 40-44 & Grin et al. (2011), pp. 138-139.

57. Grin et al. (2011), p. 155.

produktivitet. Forskerne estimerer, at disse kompetencer genererer omkring 10 % af BNP i Schweiz og Quebec.

Mens der kun er få kvantitative analyser, der er baseret på solide data og økonomiske modeller, er der mange kvalitative analyser og undersøgelser af sammenhængen mellem sprog- og kulturkompetencer, uden at der tale om fagøkonomiske undersøgelser.

Når det kommer til rekruttering, sætter forskerne spørgsmålstegn ved, om man kan bruge den eksplicitte efterspørgsel efter fremmedsprog som et mål på den faktiske brug af fremmedsprog i virksomhederne. Der er tegn på, at brugen er større end de udtrykte behov, fordi medarbejderne klarer sig med de redskaber, de har, og fordi arbejdsgivernes ikke-efterspørgsel er en rationel kortsigtet optimeringsadfærd.

Endelig kan det konkluderes, at resultater, der kan uddrages om sammenhængen mellem fremmedsprogskompetencer og virksomheder, peger i retning af, at i en flersproget verden, er det i den enkeltes og virksomhedernes interesse at råde over og bruge fremmedsprogskompetencer. Det betyder, at offentlige og private investeringer i undervisning og tilegnelse af fremmedsprog er gode og relevante investeringer, fordi de har et nyttigt og brugbart "produkt" som resultat.

3.9. Kilder til kapitel 3

Andres, Markus et al. (2005), *Fremdsprachen in Schweizer Betrieben*, Olten: Fachhochschule Solothurn Nordwestschweiz.

Grin, François (1994), "The Economics of Language: Match or Mismatch?", i International Political Science Review, vol. 15, no. 1, Sage, pp. 25-42.

Grin, François et al. (2009), *Langues étrangères dans l'activité professionnelle (LEAP)*, Université de Genève.

Grin, François et al. (2011), *The Economics of the Multilingual Workplace*, London: Routledge.

Grin, François (2014), *50 years in language policy. Critical assessment and priorities*, Université de Genève, ELF Working Papers # 13.

Hagen, Stephen (2006), *Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise*, London, CILT- National Center for Languages.

Mettewie, Laurence (2006), *Entreprises bruxelloises et langues étrangères*. Liège, TIBEM.

Tange, H., & Lauring, J. (2009). Language management and social interaction within the multilingual workplace. *Journal of Communication Management*, 13(3), 218-232.

4

Udenlandske analyser og undersøgelser

Der er gennemført en del analyser og undersøgelser af sammenhængen mellem sprog og virksomheder med forskellige formål og forskelligt design efter årtusindeskiftet. De fleste er finansieret af EU-midler.

De udenlandske analyser og undersøgelser, der er behandlet i denne gennemgang, er:

- Berthoud et al. (2011) & (2013), *DYLAN – Language Dynamics and Management Diversity*,
- Hagen (2006), *ELAN – Effects on the European Economy of Shortage of Foreign Language Skills in Enterprise*,
- Business Forum for Multilingualism (2008), *Language means Business – Companies work better with languages*,
- Hagen (2011a), (2011b) og Brouet (2011), *PIMLICO – Promoting, Implementing Mapping Language and Intercultural Communication Strategies*,
- Constance (2011), CELAN – *Language Strategies for Competitiveness and Employability*,
- Economist Intelligence Unit (2012*), Competing across borders: how cultural and communication barriers business,*
- Tibrewal (2021), *Role of Languages in International Performance for UK SMEs*, og
- European Parliament (2016), *Research for Cult Committee – European Strategy for Multilingualism: Benefits and Costs*.

Sammenfattende bidrager disse analyser og undersøgelser til forskellige overordnede resultater. Der tales meget om betydningen af engelsk som lingua franca og som det

afgørende forretningssprog, men det er vigtigt at holde sig to forhold for øje: I givne situationer er andre fremmedsprog end engelsk afgørende, og i konkrete flersprogede situationer trækker deltagerne på hele deres sprogrepertoire, og netop rådigheden over sproglige kompetencer på forskellige niveauer er en integreret helhed for den enkeltes sprogkompetenceprofil.

I evalueringen af EU's strategi for flersproglighed kan man konstatere, at dette område havde stor opmærksomhed op til omkring 2010, og at det ikke længere er tilfældet. Denne aktuelle mangel på prioritet som politikområde i EU kan ikke begrundes ud fra, at de tidligere initiativer har nået deres mål, eller at der ikke længere er behov for eller nytte af sprog- og kulturkompetencer. EU, og resten af verden, vil fortsat være multisproget, og selvom engelsk rækker langt, er det ikke tilstrækkeligt i alle sproglige situationer, hverken nu eller i fremtiden.

I gennemgangen af analyserne og undersøgelserne beskrives og kommenteres deres formål og konklusioner.

4.1. DYLAN – Language Dynamics and Management of Diversity

Dette projekt var et 5-årigt forskningsprojekt finansieret af EU's 6. rammeprogram.[58] Det fandt sted igennem perioden 2006-2011 og involverede 18 universiteter i 12 lande, herunder SDU i Danmark.

De centrale spørgsmål, som projektet skulle besvare, var:

- Kan et europæisk videnbaseret samfund, der er indrettet til at sikre økonomisk konkurrenceevne og social sammenhæng realiseres i et Europa, der sprogligt er meget forskelligt, og i givet fald hvordan?
- Hvordan håndterer organisationer og enkeltpersoner denne sproglige mangfoldighed?
- På hvilken måde og under hvilke omstændigheder er "flersprogede løsninger" ikke kun et svar på et problem, men en reel fordel for virksomheder, europæiske institutioner og videregående uddannelser?

Projektet behandler områder, hvor flersproglighed har økonomiske, politiske, uddannelsesmæssige eller videnskabelige implikationer. Den økonomiske dimension interesserer sig for, hvordan økonomiske resultater kan styrkes gennem forskellige sproglige initiativer og håndtering af sproglige udfordringer i produktion, forbrug og handel, men projektet fokuserer ikke på virksomhedernes indtjening i forhold til ressourcer eller praksisser

58. Berthoud et al. (2011) & (2013), *DYLAN – Language Dynamics and Management Diversity*.

omkring fremmedsprog. Hele programmet består af kvalitative delprojekter inden for forskellige temaer.

Et af disse er flersproglighed i forskellige situationer inklusive forretningsmøder, der er undersøgt ved observationer. Her har man fundet ud af, at:

- i konkrete flersprogssituationer trækker deltagerne på hele deres sproglige repertoire.
- den enkeltes valg af kommunikationsstrategi er meningsfuld.
- den konkrete kommunikationsstrategi er ikke simpel, men udspringer af komplekse sociale processer.

Virksomhedstemaet i DYLAN beskæftiger sig med at undersøge relationerne mellem sprogpraksis og -politikker i udvalgte virksomheder i Europa, fordi arbejdspladserne er et af de steder, hvor der sker og er sket store ændringer i omfanget af flersproglighed. Det sker både på grund af stadigt flere internationale samarbejdspartnere og på grund af et stigende antal medarbejdere med forskellig kulturel og sproglig baggrund, som arbejder sammen.

> Derfor er det væsentligt at forstå klarere, hvordan de enkelte aktører mobiliserer flersprogede ressourcer i deres professionelle praksis, hvordan de opfatter, udtrykker og aktivt former den flersprogede og multikulturelle karakter af deres arbejde og opgaver, og hvordan de regulerer, beslutter, håndhæver eller reducerer den flersprogede dimension af denne dynamik.[59]

Forskerne undersøger, hvordan virksomheder og organisationer i praksis forholder sig til den sproglige mangfoldighed i Europa, og de finder tre forskellige måder at håndtere situationen på:

- OLON, one language only. Dette ene sprog er helt overvejende engelsk og inkluderer "rough and ready", hvor man bruger de kompetencer i engelsk, som man nu har.
- OLAT, one language at a time. Her beslutter man fra gang til gang, hvilket sprog der skal bruges i situationen.
- ALAST, all languages at same time, der også inkluderer sprog, der kan forstås, men ikke nødvendigvis tales. Her anvender man det sprog, man mener passer bedst i situationen og forventer, at de andre forstår det.

59. Berthaud et al. (2011), p.8, egen oversættelse.

Disse valg kan være fastlagt på forhånd eller være tilfældige.

DYLAN identificerer også, at flersproglighed er en kognitiv ressource. Brugen af flersprogede repertoirer giver adgang til mere viden og kan uddybe forståelsen af for eksempel en målsætning eller den proces, der skal føre til målet. Når flere sprog er i brug til at forklare og nuancere et emne, så vil det i praksis være en berigende uddybning og fintuning, men det kan også afdække misforståelser eller implicitte forhåndsforståelser. Det betyder, at flersprogede praksisser kan være en ressource for innovation og forskning.

> Flersproglighed vil være et aktiv, forudsat at sprogpolitikker hjælper enkeltpersoner og organisationer med at udvikle deres evne til og ønske om at arbejde flersproget og understøtter mulighederne for at bruge flere sprog [...] Årsagen er, at organisationer, der fremmer flersproglighed, ser det som et aktiv i internationalt samarbejde [...] Vores undersøgelser viser, at den mest effektive flersprogede praksis til at skabe viden rummer en bred vifte af muligheder for at bruge flere sprog på samme tid.[60]

At tale flere sprog ses i første omgang som en professionel "soft skill", men i realiteten er det mere end det, fordi det er en grundlæggende forudsætning for kommunikation i flersprogede sammenhænge. Det er ifølge projektet også nødvendigt at gøre op med den unuancerede opfattelse af det at kunne sprog.

> Rådighed over færdigheder i forskellige sprog, fra perfekt til begrænset, skal opfattes som en integreret helhed, der er mere end summen af de enkelte dele. Begrebet flersprogede "kompetencer" kan kaldes sprogrepertoire og defineres som et sæt af ressourcer, der både er verbale (forskellige registre, dialekter og sprog, behersket på forskellige niveauer) og ikke-verbale (ansigtsudtryk og gestik), som til sammen mobiliseres af aktørerne for at finde konkrete situationsbestemte løsninger på praktiske udfordringer.[61]

Til trods for at de fleste ser engelsk som det vigtigste internationale sprog, så er den daglige virkelighed flersproget, og det er bekræftet af observationer i forskellige delprojekter. Hvis denne opfattelse accepteres, så er den mest hensigtsmæssige strategi for et flersproget miljø at etablere et partnerskab mellem brugen af lingua franca (oftest engelsk) og flersprogede interaktioner baseret på det situationsbestemte sprogrepertoire, der er til rådighed.

Det vil være fornuftigt og relevant for alle organisationer og virksomheder at udarbejde en sprogpolitik, og her er det vigtigt at være opmærksom på at imødegå tre tilbagevendende

60. Ibid., p. 18, egen oversættelse.

61. Ibid., p. 21, egen oversættelse.

udfordringer i forhold til udformningen og implementeringen: mangel på klarhed, mangel på retning og mangel på opfølgning.

DYLAN-projektet har desuden udarbejdet er sæt sprogindikatorer, der kan bruges over hele Europa til at evaluere konkrete flersprogede situationer, og som for eksempel kan bruges til sammenligning af effektiviteten af møder med forskellige sprogpraksisser.[62]

4.2. ELAN – Effects on the European Economy of Shortage of Foreign Language Skills in Enterprise

I 2005 udgav EU-kommissionen *A new framework strategy for multilingualism,* hvor man konkluderede, at sprogkompetencer vil blive vigtige for at opnå de europæiske politiske mål, særligt på grund af den voksende globale konkurrence.

Et af de initiativer, der blev sat i gang, var en undersøgelse af effekterne på europæisk økonomi af mangel på sprogkompetencer i virksomhederne. Opgaven blev placeret hos The National Center for Languages - CILT i London under ledelse af Stephen Hagen. Resultaterne blev rapporteret i december 2006.[63]

Undersøgelsen skulle svare på spørgsmål som:

- Hvad er den økonomiske konsekvens af sproglige og kulturelle barrierer for eksportvirksomheder? Har størrelsen af virksomheden eller dens sektor betydning?
- I hvor høj grad har adgangen til eller manglen på medarbejdere med forskellige sprogkompetencer og forskelligt kompetenceniveau indflydelse på eksport og mobilitet?
- Hvad er den relative værdi af engelsk sammenlignet med andre sprog?
- Hvordan kan man måle de økonomiske fordele ved sprogkompetencer for eksportvirksomheder og for landenes økonomi som helhed?
- Hvad er de faciliterende og hæmmende faktorer for virksomheder af forskellig størrelse inden for eksport på tværs af og uden for Europa?

Svarene blev hentet fra en spørgeskemaundersøgelse, som knap 2.000 små og mellemstore virksomheder i 29 europæiske lande, inklusive Island og Tyrkiet, svarede på. Der er ikke tale om en repræsentativ undersøgelse, og svarprocenten varierede betydeligt: 5,5 % i Spanien, 1,4 % i Tyskland, 1 % i Danmark og lavest i Holland med 0,4 %.

62. Berthoud et al. (2013), kapitel 17.

63. Hagen (2006), *ELAN – Effects on the European Economy of Shortage of Foreign Language Skills in Enterprise.*

I projektet indgik andre aktiviteter: et litteraturstudie og en speciel kontakt til 30 store internationale virksomheder lokaliseret i Frankrig.

Undersøgelsens vigtigste overordnede konklusioner er:

- Det er muligt at konstruere økonomiske modeller og måle betydningen af sprogfærdigheder på forretningsresultater.
- SMV'er, der har en sprogstrategi, og som bruger lokale medarbejdere og medarbejdere med relevante sprogkompetencer samt specialiserede oversættere, har en relativt højere eksportandel, end dem, der ikke har det.
- En betydelig procentdel af SMV'er i Europa mister eksport, fordi de mangler sprogkompetencer. I mindre grad gælder dette også, når de mangler interkulturelle kompetencer.
- Næsten halvdelen af de eksporterende SMV'er planlægger at ekspandere til nye udenlandske markeder i løbet af de næste tre år. De forventer en stigning i deres efterspørgsel efter sprogkompetencer.
- Engelsk er vigtigt som det globale forretningssprog, men andre sprog bruges også i vid udstrækning, særligt til relationsopbygning.
- Især mindre SMV'er har ikke ressourcer til at investere i sprogkompetencer. Opgaven må derfor løftes på anden vis for at fremme en positiv indvirkning på SMV'ernes produktivitet og eksportresultater.

Hovedanbefalingerne fra projektet er en opfordring til at udbrede resultaterne mest muligt til beslutningstagere på politisk niveau og i erhvervslivet, så de kan omsættes til handling. Det drejer sig særligt om, at SMV'erne skal blive opmærksomme på deres tab af eksportordrer og -muligheder, og at det er nødvendigt at opprioritere sprogundervisning i samfundet og gerne i virksomhederne også.

Et af de meget vigtige formål med undersøgelsen er at forsøge at sætte tal på virksomhedernes indirekte tab på grund af utilstrækkelige sprogkompetencer. 11 % af de responderende virksomheder svarer, at de har mistet potentielle ordrer, men ikke alle kan eller vil sætte tal på tabene. Ud fra de indkomne data ser disse tab ud til at spænde over beløb mellem € 1 mio. og € 23,5 mio. på én eller flere mistede kontrakter. Der er en stor usikkerhed om disse tal, som i undersøgelsen bruges til at beregne et vægtet gennemsnitligt tab pr. SMV. Dette tal multipliceres med summen af SMV'er i Europa under den antagelse, at procentdelen af SMV'er, der har lidt tab, samt størrelsesordenen af disse tab, er sammenlignelig på tværs af respondenter og i hele den europæiske økonomi. ELAN-undersøgelsen konkluderer på denne baggrund, at mindst 945.000 SMV'er i Europa kan have mistet ordrer som følge af manglende sprogkompetencer, og at det gennemsnitlige tab pr. virksomhed over en

treårig periode er € 325.000. Det samlede totale tab pr. år opgøres herefter til € 102 mia. (2006-niveau) om året i tabte ordrer.

ELAN-undersøgelsens resultater fik umiddelbare konsekvenser, idet man nedsatte "EU Business Forum for multilingualism" i 2007 med ledende europæiske erhvervsfolk som medlemmer, heriblandt Henning Dyremose fra Danmark. De udgav i 2008 en rapport med anbefalinger, der omtales i næste afsnit.

Efterfølgende har Grin og hans forskerkolleger fremført en kraftig kritik af ELAN-studiet både metodisk og resultatmæssigt.[64] I realiteten afviser de resultaterne. Kritikken går indledningsvis på, at stikprøven af SMV'er ikke er repræsentativ og desuden meget lille, og det betyder, at der er stor risiko for bias. Dertil kommer to yderligere kritikpunkter. Det samlede estimerede eksporttab på 100 mia. euro er ikke et stort tal, når det holdes op mod EU's samlede årlige bruttonationalprodukt, der i 2006 var 13.000 mia. euro. Det betyder, at dette estimerede tab er under én procent. Selvom det absolutte tal er stort, er det meget lille relativt betragtet.

Yderligere stiller forskerne spørgsmål ved, om en rapporteret tabt ordre hos én virksomhed også er tabt på det makroøkonomiske niveau. Det er sandsynligt, at mange af disse ordrer blot bliver placeret hos andre virksomheder og derfor ikke er tabte ordrer, makroøkonomisk betragtet. Det anerkendes, at der vil være tabte ordrer på grund af manglende fremmedsprogskompetencer, og at det medfører tab på virksomhedsniveau. Imidlertid er usikkerheden omkring tallene fremkommet i ELAN-undersøgelsen og tvivlen om deres fortolkning så betydelig, at forskerne mener, at andre metoder skal overvejes for at vurdere den økonomiske værdi af flersproglighed i virksomheder.

4.3. Languages mean Business – Companies work better with languages

Kommissionen nedsatte "Business Forum for Multilingualism" i 2007 som en konsekvens af ELAN-undersøgelsen, og Business Forum offentliggjorde deres anbefalinger I 2008.[65] I pressemeddelelsen og forordet skrev EU-kommissæren for erhvervs- og industripolitik om betydningen af sprog og kultur for, at Europa kan høste positive gevinster af globaliseringen:

> Investing in language skills and managing diversity will be crucial for the European society to fully benefit from the globalised world. Diverse language skills allow for communication, for understanding and for finding new solutions. It is high time, that

64. Grin et al. (2009), pp. 11-12 og Grin et al. (2011), pp. 48-49.

65. Business Forum for Multilingualism (2008), *Languages mean Business – Companies work better with languages.*

education and professional training takes account of these needs and offer everybody a broad range of skills. More than ever our society needs the active promotion of intercultural exchange and cross border cooperation.[66]

EU-kommissær Etienne Davignon anser sprog- og kulturressourcer som helt centrale for virksomhedernes vækst, og han mener, at det derfor er nødvendigt at investere i disse kompetencer. Anbefalingerne bygger direkte på ELAN-undersøgelsens resultater. Samtidig henviser de til EU's målsætninger fra Barcelona-mødet i 2002 om, at alle EU-borgere skal lære to sprog ud over modersmålet, og at denne indlæring skal starte i grundskolen.

Denne målsætning var langt fra var opfyldt i 2008 og trængte derfor til en revitalisering. Business Forum anbefaler også, at støtten til SMV'erne, når det gælder adgangen til sprogkompetencer, skal komme fra regeringerne og de nationale, regionale og lokale administrationer.

Anbefalingerne hviler på, at Europa skal transformere sproglig mangfoldighed til en reel konkurrencemæssig fordel, og det vil kun ske, hvis:

- de nationale regeringer fremmer både formel og uformel indlæring og undervisning i mange forskellige sprog.
- der etableres sprogstrategier, der er godkendt på øverste ledelsesniveau i virksomhederne.
- de nationale, regionale og lokale organisationer støtter virksomhedernes indsatser med at bruge sprog strategisk.
- der bliver oprettet en europæisk platform, hvor der kan udveksles "best practices" for anvendelse af sprog til at skabe forretning.

Virksomhederne fik også pålagt nogle opgaver. De anbefales, at:

- få overblik over de eksisterende sprogkompetencer i virksomheden og matche dem med behov og muligheder på alle niveauer og for alle funktioner.
- revidere rekrutteringspolitikker og medarbejderudviklingsstrategier ved at opstille individuelle sprogkompetencemål for medarbejderne.

66. Ibid., forord.

Som afslutning skriver "Business Forum for Multilingualism": "Together we need to make sure that languages are recognised and used as fundamental assets for tomorrow's successful businesses".[67]

4.4. PIMLICO – Promoting, Implementing, Mapping Language and Intercultural Communication Strategies

PIMLICO-projektet er også en opfølgning på ELAN-projektet og finansieret af EU-midler. Det består af to faser:

- Fase 1: PIMLICO-undersøgelsen, der har til formål at indsamle information om "best practices" og sprogstrategier hos europæiske SMV'er samt finde fakta, der kan bruges til at designe den informationskampagne, der er projektets anden fase.
- Fase 2: En informationskampagne, der har til formål at gøre SMV'er mere bevidste om de muligheder og fordele, som sprogressourcer kan give dem på globale markeder, og at øge antallet af SMV'er, der gør strategisk brug af sproghåndteringsstrategier, (Language Management Strategy, LMS).

PIMLICO-undersøgelsen blev rapporteret i 2011.[68] Fordi det er en opfølgning på ELAN-projektet, har man overtaget modeller og definitioner fra dette projekt og fulgt op på én af konklusionerne: at SMV'er med en sproghåndteringsstrategi klarer sig markant bedre på internationale markeder end virksomheder uden.

I dette projekt er udvalgt 40 europæiske SMV'er på baggrund af deres markante vækst i international samhandel, og fordi de har en formuleret og anvendt en sproghåndteringsstrategi. Blandt disse 40 virksomheder har man desuden udpeget ti super-SMV'er, der klarer sig bedre end de øvrige. Undersøgelsen er foretaget som strukturerede interviews.

I praksis bruger virksomhederne mange forskellige metoder i deres sproghåndteringsstrategier, og det kan være én eller flere af følgende aktiviteter, der er kombineret på forskellig måde:

- Brug af lokale agenter til at løse sprogproblemer
- Tilpasning af netsteder til de særlige kulturelle og/eller sproglige omgivelser
- Jævnlige opgørelser af interne sprogressourcer
- Brug af professionelle oversættere og tolke
- Oversættelse af marketing-, salgs- og/eller teknisk materiale

67. Ibid., p. 8.

68. Brouet et al. (2011), *PIMLICO – Promoting, Implementing Mapping Language and Intercultural Communication Strategies.*

- Briefing omkring sprog og kultur
- Online sprogundervisning, valg af særlige medarbejdere til specifikke opgaver og rekrutteringspolitik
- Medarbejdermobilitet
- 'Buddying' med udenlandske kolleger og udstationeringsordninger
- Kontakt til lokale universiteter
- Ansættelse af udenlandske studerende i praktik
- Rekruttering af medarbejdere med relevante modersmål
- E-handel på flere sprog
- Tilpasning af produkter og emballage til lokal smag og tradition

Undersøgelsen fastslår, at sproghåndteringsstrategier virker: 41 % af virksomhederne rapporterer om en stigning på over 25 % i deres salg og yderligere 35 % rapporterer om en stigning på mellem 16 % og 25 %.[69]

Man konkluderer endvidere, at sprogressourcer ikke kun er nødvendige for salg og marketing, da også forsyningskæderne krydser grænser. Arbejdsmarkedet er også flersproget og multikulturelt. Engelsk bruges som standardsprog for international samhandel overalt i verden. Men der er samtidig mange steder, lande og situationer, hvor det ikke er nok. Kendskab til en række sprog, snarere end et eller to, kan gøre hele forskellen mellem en gennemsnitlig præstation og en exceptionel og kan give den afgørende konkurrencefordel.

De succesfulde virksomheder er opmærksomme på de kulturelle forskelle på de forskellige internationale markeder, og derfor er de opmærksomme på både kultur- og sprogtræning.

De ti super-SMV'er adskiller sig fra de øvrige ved:

- deres unikke og innovative kombinationer af sprogaktiviteter.
- den sproglige eller kulturelle kompleksitet af de markeder, de er trængt ind på.
- omfanget og stabiliteten af deres handel på udenlandske markeder, især på markeder uden for Europa.
- at flersproglighed gennemtrænger virksomheden og er indlejret og accepteret af medarbejderne som meget vigtig for virksomhedens succes.

69. Ibid., p. 57.

Desuden har de fleste af disse ti mest succesrige SMV'er over hundrede ansatte og er mere end ti år gamle.

Resultaterne af PIMLICO-undersøgelsen er i fase to brugt til en informationskampagne og -guide, der skal gøre europæiske SMV'er opmærksomme på betydningen af at have en sproghåndteringsstrategi samt levere værktøjer og en række gode råd. Brochuren er fra 2011.[70]

Den består af fem afsnit, der i min oversættelse hedder:

1. Hvor alvorligt er sprogproblemet?
2. Hvad er en sproghåndteringsstrategi?
3. Udvikling af dine medarbejdere.
4. Bedst mulige præsentation af din virksomhed.
5. Hvor godt gør I det?

De fire første afsnit er pixiudgaver af resultaterne fra ELAN-undersøgelsen og PIMLICO-undersøgelsen, mens afsnit fem præsenterer en checkliste for en god sproghåndteringsstrategi og en selvtest, der giver en indikation på virksomhedens status for sprogressourcer, og dermed behov for at udvikle deres sproghåndteringsstrategi.[71]

4.5. CELAN – Language Strategies for Competitiveness and Employability

Oprindelsen til dette projekt stammer fra "Business Platform for Multilingualism", der forslog at oprette et dialogforum for interessenter i erhvervslivet, virksomheder, fagforeninger, sprogbranchen og andre i 2009. Her har man mødtes regelmæssigt for at diskutere behovet for en øget bevidsthed om betydningen af sprog i erhvervslivet.

Ud fra disse diskussioner stammer CELAN's kerneidé om at skabe et netværk, der kan understøtte sprog og virksomheder. CELAN-projektet var et toårigt forskningsnetværk, der startede officielt den 1. januar 2011. Her indgår 13 partnerinstitutioner fra forskellige europæiske lande.

Projektets hovedformål er at facilitere en dialog på sprogområdet mellem erhvervslivet og sprogpraktikere, og her indgik følgende aktiviteter:

---

70. Hagen (2011), *The Language Guide for European Business – Successful communication in your international trade,* udgivet af EU-kommissionen.

71. Ibid.,, afsnit 5.

- Undersøgelse af europæiske virksomheders/SMV'ers behov for sprog i forskellige sektorer
- Analyse af eksisterende sprogservices og -værktøjer
- Udvikling af online-applikationer til støtte for virksomhedernes sprogbehov
- Formidlings- og bevidstgørelsesaktiviteter for at udbrede information i hele Europa

Der blev gennemført en spørgeskemaundersøgelse for at identificere virksomhedernes sprogbehov i 2011. Resultaterne er publiceret af EU i 2011.[72]

Spørgeskemaet var tilgængeligt på fem EU-sprog og kunne tilgås fra internettet. De potentielle respondenter blev udvalgt af lokale brancheorganisationer. Der indkom 543 svar fra virksomheder i 29 europæiske lande og 157 svar fra nationale og internationale brancheorganisationer. De fleste virksomhedssvar kom fra SMV'er (41 %).

På spørgsmålet om kendskab til fremmedsprog har betydning for virksomheden i dagligdagen og for konkurrenceevnen svarer 90 % "ja". Disse sprogkompetencer er oftest opnået ved rekruttering (63 %). Motivationen til at bruge fremmedsprog er økonomisk (82 %), kulturel (74 %) og kvalitetsmæssig (62 %). De angivne procentsatser er summen af de to øverste svarkategorier ud af fem.

Når det kommer til de situationer, hvor fremmedsprog anses for mest nødvendige (summen af de to øverste svarkategorier), er rækkefølgen:

1. Forretningsmøder (83 %)
2. Præsentation af virksomheden, produkter og services (78 %)
3. Opretholde internationale relationer (77 %)
4. Flersproget kommunikation (76 %)
5. Social interaktion (74 %)
6. Forberede kommunikationsmaterialer (73 %)
7. Messer, konferencer og kongresser (70 %)

De sprog, som omkring 60 % af virksomhederne anser for de allervigtigste, er andre EU-sprog og nabolandssprog. 46 % af respondenterne svarer, at de bruger fremmedsprog

72. EU-kommissionen (2011), *CELAN – Language Strategies for Competitiveness and Employability*.

hele tiden, og alligevel har kun 26 % af virksomhederne en intern sprogpolitik. Det fremgår således, at der er god brug af og bevidsthed om sprog, men også at der er et stykke vej til, at dette omsættes til en egentlig sprogpolitik i den enkelte virksomhed.

4.6. Competing across borders: how cultural and communication barriers affect business

Economist Intelligence Unit gennemførte i 2021 en undersøgelse finansieret af EF Education First.[73] Det er en kombination af en spørgeskemaundersøgelse og interview med ledere i virksomheder over hele verden. 572 ledere har besvaret spørgeskemaet i februar og marts 2012. Omkring halvdelen af dem var topledere eller medlemmer af bestyrelser. Halvdelen af virksomhederne har hovedkvarter i Europa. Dette er suppleret med otte dybdeinterviews med eksperter og topledere fra store virksomheder.

Spørgeskemaet har 19 spørgsmål plus nogle supplerende spørgsmål om selve virksomheden. Undersøgelsen inkluderer både virksomheder, der er repræsenteret internationalt, og virksomheder, som handler og samarbejder med andre virksomheder internationalt.

Hovedkonklusionerne er følgende:

- I modsætning til hvad mange forventede, så har den økonomiske krise gjort, at virksomhederne er blevet mere internationale.
- Effektiv grænseoverskridende kommunikation og samarbejde er afgørende for økonomisk succes for virksomheder med internationale ambitioner.
- De fleste virksomheder ved, at der er omkostninger ved ikke at forbedre fremmedsprogskompetencerne hos deres medarbejdere, men alligevel handler mange ikke på denne viden.
- Organisationer med internationale ambitioner har stadig større forventninger til, at deres ansatte skal tale nøgle-fremmedsprog flydende.
- Misforståelser med baggrund i kulturelle forskelle er den største forhindring for et produktivt internationalt samarbejde.

Dette nuanceres yderligere, og på udvalgte spørgsmål og udsagn fordeler svarene sig således:

På spørgsmålet "Har misforståelser eller problemer i kommunikationen stået i vejen for større internationale transaktioner, som salg, aftaler med leverandører, udenlandske

73. Economist Intelligence Unit (2012), Economist Intelligence Unit (2012*), Competing across borders: how cultural and communication barriers business.*

investeringer og andet?" svarer 6 % "Ja, flere gange med økonomiske konsekvenser" og 43 % "Ja, enkelte gange med nogen økonomiske konsekvenser".

På udsagnet "Bedre internationalt samarbejde har været en kritisk faktor for resultaterne i vores virksomhed inden for de seneste 3 år" svarer 64 % "enig", og på udsagnet "Multikulturelle teams forbedrer innovationen" svarer 67 % "enig".

På spørgsmålet "Hvor ofte er der problemer i kommunikationer med forretningspartnere"? svarer 8 %: "Meget tit" og 61 % "En gang imellem". Endelig stilles spørgsmålet "Hvordan påvirker kulturelle faktorer eller forskelligheder som sprog og lokale traditioner virksomhedens planer for international ekspansion?" Her svarer 36 % af nordiske virksomheder "Forhindrer planerne", 37 % "Påvirker ikke planerne" og 27 % "Understøtter planerne".

Denne undersøgelse bekræfter, at problemer i kommunikation med internationale samarbejdspartnere er et kritisk opmærksomhedspunkt, samtidig med at internationalt samarbejde er vigtig for virksomhedens resultat. Det er også værd at bemærke, at to tredjedele af respondenterne mener, at multikulturelle teams forbedrer innovationen.

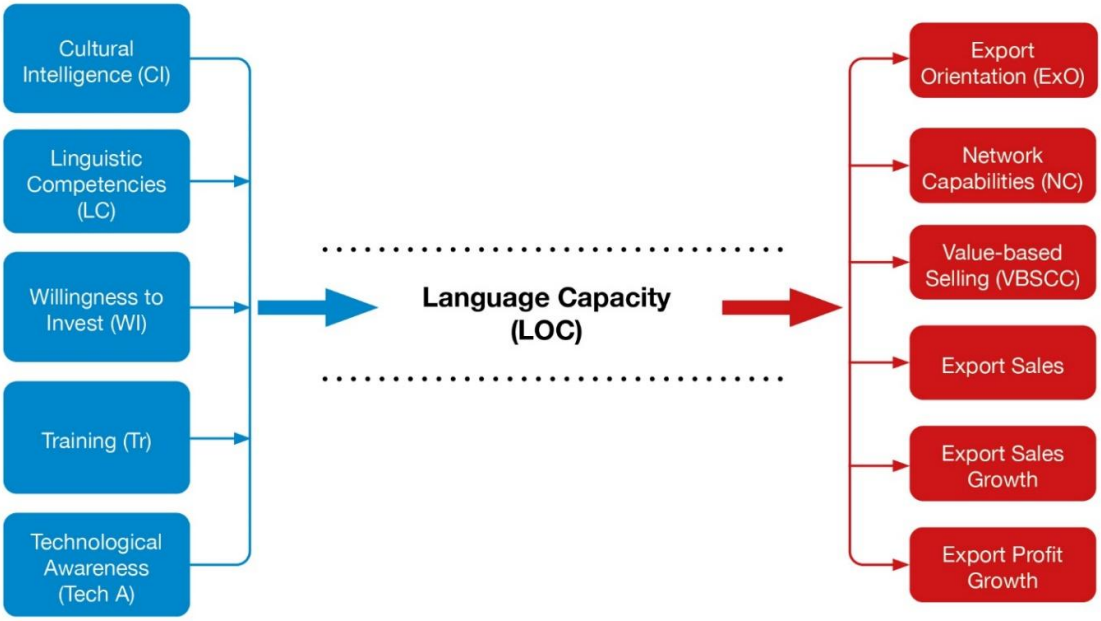
4.7. Role of Languages in International Performance for UK SMEs (LO-C 30)

Denne undersøgelser er gennemført på Aston University og fokuserer på SMV'er i UK[74] og ser på fremmedsprogskapacitetens (language capacity, LO-C) indvirkning på virksomhedernes præstationer og resultater. Desuden identificerer den nøglefaktorer, der understøtter fremmedsprogkapaciteten hos SMV'er.

Den er baseret på et internetspørgeskema, der er besvaret af 415 SMV'er fra forskellige sektorer og suppleret med otte strukturerede dybdeinterview. Data er herefter behandlet statistisk med en regressionsanalyse, der ser på sammenhængen mellem indikatorer for sprogressourcer og virksomhedsresultater.

Den konceptuelle model, der strukturer analysen, ses nedenfor:

74. Tibrewal (2021), *Role of Languages in International Performance for UK SMEs (LO-C 30).*



Figur 5: Diagram over de faktorer, der undersøges for at påvirke fremmedsprogskapaciteten i virksomhederne og dens betydning for virksomhedernes præstationer, Tibrewal (2021), p.13.

Som det fremgår, opererer modellen med forskellige inputfaktorer til sprogkapaciteten, og disse er kulturel intelligens, sproglige kompetencer, investeringsvillighed, undervisning og teknologisk opmærksomhed. Den sprogkapacitet, der kommer ud af dette, viser sig som eksportorientering, evne til at netværke, værdibaseret salg, eksportsalg, vækst i eksportsalg og profit fra vækst i eksport.

Analysen viser, at der er en stærk korrelation mellem sprogkapacitet og eksportorientering, og samtidig er der en stor sammenhæng mellem eksportorientering og vækst i salg og profit fra eksport. Desuden er der en stærk relation mellem sprogkapacitet og subjektive resultatindikatorer som værdibaseret salg og evnen til at netværke på internationale markeder.

De sprogindikatorer, der har mest betydning for sprogkapaciteten, er undervisning i sprog og villighed til at betale for professionel oversættelse af relevante materialer som tekster til marketings- og salgsmateriale og emballage.

Hovedkonklusionerne er:

- SMV'er, der forholder sig aktivt til deres sprogkapacitet, er 30 % mere succesfulde end dem, der intet gør.
- SMV'er øger deres eksport, vækst og profit ved at ansætte medarbejdere med sprogkompetencer, tilbyde undervisning til nuværende medarbejdere og anvende professionel oversættelse, når det er relevant.

Denne nyere undersøgelse bekræfter således de tidligere undersøgelser i, at en bevidst holdning til sprog- og kulturressourcer og strategisk og taktisk brug af dem giver virksomhederne en økonomisk gevinst.

4.8. European Strategy for Multilingualism: Benefits and Costs

Europa-Parlamentets komité for kultur og sprog har evalueret den mangeårige europæiske sprogstrategi med bistand fra tyske og slovenske forskere.[75] Evalueringen ser på fordele og ulemper af flersproglighed inden for økonomi, samfund og EU-institutioner. Blandt konklusionerne er, at fremmedsprogskompetencer giver individerne økonomiske fordele, og at kompetencer i andre fremmedsprog end engelsk i visse tilfælde bliver endnu bedre belønnet. Sprogressourcer har betydning for "employability" og anses for at bidrage mærkbart til international handel. Man mener også at have fundet en sammenhæng mellem sprog og teknologisk innovation.

Da der er mange sprog i EU, har forskerne også undersøgt, hvad konsekvensen af at fokusere på engelsk, tysk og fransk som foretrukne sprog vil være. Det vil konkret udelukke mellem en fjerdedel og halvdelen af europæerne fra information.

I forhold til den europæiske sprogpolitik er de kriterier, den skal evalueres på, upræcise og bør derfor defineres mere eksplicit, ligesom relevante valide data efterspørges. Det konstateres også, at den store opmærksomhed, der var på flersproglighed op til omkring 2010, er forsvundet, uden at udfordringerne er blevet markant mindre. Det må i praksis betyde, at flersproglighed er rykket ned i politisk prioritet, uden at det er muligt at finde argumenter for dette. De mange sprog i EU vil være en realitet mange år ud i fremtiden, og en stor del af borgerne vil være afhængige af kommunikation på sprog, der hverken er engelsk, tysk eller fransk.

75. European Parliament (2016), *Research for Cult Committee – European Strategy for Multilingualism: Benefits and Costs*.

4.9. Konklusioner til kapitel 4

Der tales meget om betydningen engelsk som lingua franca og som det afgørende forretningssprog, men to forhold skal også for øje. For det første er andre fremmedsprog end engelsk afgørende i givne situationer, og for det andet trækker deltagerne på hele deres sproglige repertoire i konkrete flersprogede situationer. Rådigheden over sproglige kompetencer på forskellige niveauer er en integreret helhed for den enkelte og mobiliseres, når det er relevant.

Konklusionerne fra det store ELAN-projekt har fået meget stor betydning og har præget mange EU-initiativer efter afslutningen. Resultaterne er blevet kraftigt kritiseret af forskere med en faglig baggrund inden for økonomi. Tilbage står, at senere undersøgelser peger på tendenser, der går i samme retning. Det handler om, at fremmedsprogkompetencerne i SMV'erne er begrænsede, og at selvom engelsk er det globale forretningssprog, så er der brug for flere sprog, specielt når det gælder relationsopbygning.

Disse konklusioner er operationaliseret af "Business Forum for Multilingualism" med et projekt, der fokuserer på europæiske SMV'er. Her er præsenteret en række værktøjer, som virksomhederne kan bruge til at udarbejde en sprogstrategi, der relaterer sig til de markeder, der er relevante for dem.

Når SMV'erne bliver spurgt om, hvilke forretningssituationer, de mener, kræver fremmedsprog for at få succes, så svarer de forretningsmøder, opretholdelse af relationer, social interaktion og kommunikation. Hertil kommer præsentation af virksomheden, dens produkter og services. En meget stor del af virksomhederne svarer i undersøgelser, at de bruger fremmedsprog hele tiden, mens meget færre har en sprogpolitik.

Når det gælder virksomheder globalt, er misforståelser på baggrund af kulturelle forskelligheder én af de største forhindringer for et vellykket internationalt samarbejde samtidig med, at et sådant samarbejde er afgørende for vækst og succes. En bevidst holdning til og bevidst og planlagt brug af sprog- og kulturressourcer giver virksomheder en relativt set større økonomisk gevinst.

En anden og ret ny undersøgelse, der kun involverer britiske SMV'er, undersøger sammenhængen mellem sprogkapaciteten og resultater hos virksomhederne. Her er konklusionen igen, at de virksomheder, der forholder sig aktivt og reflekteret til deres sprogkapacitet er væsentlig mere succesfulde end dem, der ikke gør.

I evalueringen af EU's strategi for flersprogethed konstaterer man, at dette område havde stor opmærksomhed op til omkring 2010, og at den nuværende mangel på prioritet af området i EU ikke kan begrundes hverken i manglende behov eller manglende nytte. Den viser også, at undervisning i sprog er en god samfundsmæssig investering, og at uanset

politiske bestræbelser, så vil EU være multisproget uden et eller flere fællessprog mange år ud i fremtiden.

4.10. Kilder til kapitel 4

Berthoud, Anne-Claude, François Grin & Georges Lüdi ed., (2013), *Exploring the Dynamics of Multilingualism : The DYLAN project,* Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.

Berthoud, Anne-Claude, François Grin & Georges Lüdi, (2011), The DYLAN Project Booklet, EU, link: https://www.dylan-project.org/DYLAN-Project_Final-Booklet_A4_300412.pdf

Brouet, Olivier & Florence Ortmanser (2011), *Report on Language Management Strategies and Best Practice in European SMEs: The PIMLICO-project,* Bruxelles: EU-Commission, link: https://ec.europa.eu/assets/eac/languages/policy/strategic-framework/documents/pimlico-full-report_en.pdf

Business Forum for Multilingualism (2008) *Languages mean Business – Companies work better with languages,* EU, link: https://dl.uc.pt/bitstream/10316.2/116060/1/788-08.pdf

Contance (2011), *CELAN – Language Strategies for Competitiveness and Employability*, EU, link

Economist Intelligence Unit (2012), *Competing across borders: how cultural and communication barriers affect business*, London: The Economist, link: https://impact.economist.com/perspectives/economic-development/competing-across-borders/1000

European Parliament (2016), *Research for Cult Committee – European Strategy for Multilingualism: Benefits and Costs*, link: https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL_STU(2016)573460

Grin, François et al. (2009), *Langues étrageres dans l'activité professionnelle (LEAP),* Genève: Université de Genève, link: https://www.unige.ch/fti/elf/files/7414/5865/9202/LEAP-RF-7logos.pdf

Grin, François et al. (2011), *The Economics of the Multilingual Workplace*, London: Routledge.

Hagen, Stephen (2006), *ELAN: Effects on the European Economy of Shortage of Foreign Language Skills in Enterprise*,

London: CILT, link: https://ec.europa.eu/assets/eac/languages/policy/strategic-framework/documents/elan_en.pdf

Hagen, Stephen (2011a), Report on Language Management Strategies and Best Practice in European SMEs: The PIMLICO Project, EU-kommissionen, link: https://ec.europa.eu/assets/eac/languages/policy/strategic-framework/documents/pimlico-full-report_en.pdf

Hagen, Stephen (2011b), *The Language Guide for European Business – Successful communication in your international trade,* EU-kommissionen, link

Tibrewal, Ankita (2021), *Role of Languages in International Performance for UK SMEs (LO-C 30)*, Aston University, Aston Business School, link: https://publications.aston.ac.uk/id/eprint/42309/1/LO_C_30Report_2021.pdf

5

Danske analyser og undersøgelser

Der findes en del danske undersøgelser, der er relevante for sammenhængen mellem sprog og virksomheder. De fleste fokuserer på eksport og eksportsalg, men der er også andre vinkler på emnet. De tidligste analyser og undersøgelser er fra begyndelsen af 1990'erne. De danske analyser og undersøgelser deler sig i tre kategorier: danske dele af europæiske undersøgelser, undersøgelser gennemført af erhvervsorganisationer og undersøgelser gennemført af Det Nationale Center for Fremmedsprog (NCFF).

De analyser og undersøgelser, der er behandlet i denne gennemgang, er:

- Hagen (1993), *FLAIR, Foreign Language Analysis in Industrial Regions of Europe*
- Hagen (2001), *ELISE, A European language and cultural training project*
- Tre undersøgelser fra Dansk Industri: (2008), *Mere end sprog*, (2016), *Behov for fremmedsprogskompetencer og dansk eksport går hånd i hånd og* (2021) *Fremmedsprog* og *dobbeltkompetencer er vigtige for danske virksomheder*
- Verstrate Hansen (2008), *Hvad skal vi med sprog? – Holdninger til fremmedsprog i danske virksomheder i et uddannelsespolitisk perspektiv*
- Danish Export Association (2015), *Eksportens DNA,* DI et al. (2019), *Morgendagens Salg*, Lassen (2022), *Eksportvirksomheders salgspraksis*
- Danmarks Erhvervsfremmebestyrelses to strategier dækkende 2020-2023 og 2024-2027: *Strategi: Erhvervsfremme i Danmark 2020-2023* og *Virksomhedsudvikling i hele Danmark* analyser
- Undersøgelser gennemført for Det Nationale Center for Fremmedsprog (NCFF):
    - Christensen et al. (2020), *Fremmedsprog i og til et arbejdsliv – en afdækning af behov for tysk og/eller fransk i private virksomheder og offentlige institutioner*

- Alexandersen & Kanareva-Dimitrovska (2021), *Gevinster ved solide fremmedsproglige tillægskompetencer – Behovsanalyse fra et virksomhedsperspektiv*
- Lyngvig (2021), *Gevinster ved fremmedsprog som tillægskompetence - Positive effekter for arbejdsliv og karriere set fra et medarbejderperspektiv*
- Det Nationale Center for Fremmedsprog (2024), *Sprog og virksomheder - Hvorfor?*

De tidligste undersøgelser er de danske dele af europæiske undersøgelser, og de understreger vigtigheden af engelsk og kendskab til nærmarkedernes sprog: tysk og nordiske sprog. De senere undersøgelser bekræfter dette, men fokuserer mindre på behovet for nærmarkedssprogene. Dansk Industri har i perioden 2008-2021 gennemført tre analyser, der viser de samme tendenser. Disse analyser viser desuden en klar præference for medarbejdere med dobbeltkompetencer fremfor kombinationsuddannede og sproguddannede.

Undersøgelserne om eksport og salg tyder klart på, at de virksomheder, der er velforberedte og har en fleksibel forretningsmodel, der kan tilpasses et specifikt marked, har størst succes. Det gælder både forudgående analyser af nye potentielle markeder og de virksomheder, der bevidst vælger medarbejderprofiler med relevante uddannelser, erfaringer og sprog- og kulturkendskab. De virksomheder, der gør det bedst, gør dette i endnu højere grad end andre.

5.1. Danske resultater af de tidlige europæiske analyser og undersøgelser, FLAIR og ELISE

En ret tidlig undersøgelse fra begyndelsen af 1990'erne er *FLAIR, Foreign Language Analysis in Industrial Regions of Europe*.[76] Den koncentrerer sig om udvalgte europæiske grænseregioner, og her indgår den dansk-tyske grænseregion sammen med fem andre europæiske grænseregioner. Den danske del af undersøgelsen, der omfatter Sydjylland, er gennemført af Annelise Grinsted fra Institut for Erhvervssprog, Handelshøjskole Syd i Kolding. Det er en spørgeskemaundersøgelse, der blev besvaret af 297 eksportvirksomheder, svarende til en svarprocent på omkring 30 %. De to mest anvendte fremmedsprog er tysk og engelsk, der bliver brugt af omkring 85 % af virksomhederne, mens brugen af fransk er på omkring 20 %. 14 % af virksomhederne svarer, at de har mistet ordrer på grund af problemer i den personlige kontakt eller i vedligeholdelsen af de personlige relationer.

Denne undersøgelse blev i 2000 fulgt op af en ny europæisk EU-finansieret undersøgelse, *ELISE, A European language and cultural training project*, igen under ledelse af Stephen

76. Hagen (1993), *FLAIR, Foreign Language Analysis in Industrial Regions of Europe.*

Hagen. Her indgik en dansk underanalyse, der var landsdækkende og blev gennemført af Lise Damsgaard Jørgensen, Center for Sprogteknologi, Københavns Universitet. Datamaterialet stammer fra et spørgeskema, der i fire omgange blev udsendt til i alt 906 virksomheder i perioden november 1999 til marts 2000. Alligevel valgte kun 52 virksomheder at svare. Det sætter spørgsmålstegn ved resultaterne.

40 % af de deltagende virksomheder har mellem 10 og 49 medarbejdere og 30 % har over 250 medarbejdere. De vigtigste eksportmarkeder er Skandinavien og Tyskland, efterfulgt af Storbritannien og USA. I denne periode var den oversøiske eksport (bortset fra USA) mindre betydningsfuld, men i sin startfase. De mest anvendte sprog hos respondenterne er engelsk (92 %) og tysk (81 %), mens fransk og skandinaviske sprog anvendes af omkring 30 %. Denne undersøgelse har spurgt til færdighederne i sprog opdelt i lytte, tale, læse, skrive og kultur. Det er desuden tydeligt, at bevidstheden om brugen af kulturfærdigheder er væsentlig mindre end brugen af de specifikke sprogfærdigheder.

En mindre del af virksomhederne, 6 %, rapporterer at have oplevet ordretab på grund af sprog- eller kulturbarrierer. I den sammenfattende rapport over den europæiske undersøgelse[77] anføres en overvejelse om manglende kulturbevidsthed. 14 % af de hollandske virksomheder angiver at have oplevet barrierer på grund af sprog eller kultur, mens den tilsvarende procentsats for virksomheder i alle andre lande er under 6 %. Den forklaring, man giver, er, at hollænderne er mere sprogligt bevidste og handler mere på det globale marked end andre, og "lande, som er mindre sprogligt bevidste, er sandsynligvis heller ikke i samme grad bevidste om betydningen af deres manglende sprogfærdigheder, eller om værdien af at tale kundens sprog i det hele taget".[78]

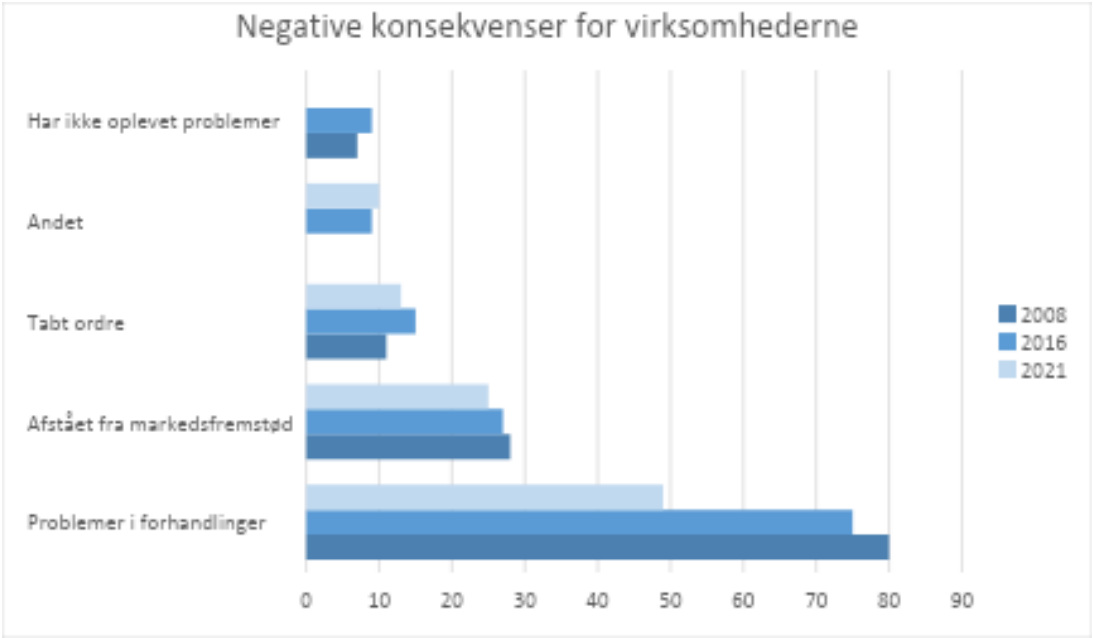
5.2. Dansk Industris undersøgelser

Dansk Industri har gennemført tre spørgeskemaundersøgelser, der stiller næsten de samme spørgsmål, hos medlemsvirksomheder. De er publiceret henholdsvis i 2008, 2016 og 2021 med stigende antal besvarelser fra henholdsvis 312, 376 og 905 virksomheder.[79]

Alle undersøgelserne indledes med at understrege betydningen af dansk eksport. I 2021 udgjorde den 55 % af BNP svarende til godt 1.100 mia. kroner, så det understreges med ordene: "denne samhandel med udlandet betyder, at danske virksomheder med internationale aktiviteter har behov for medarbejdere med kompetencer inden for fremmedsprog og kulturforståelse".[80]

77. Hagen (2001), *ELISE, A European language and cultural training project*.
78. Ibid., p.7, min oversættelse.
79. Dansk Industri (2008), (2016) & (2021).
80. DI (2021), p. 1.

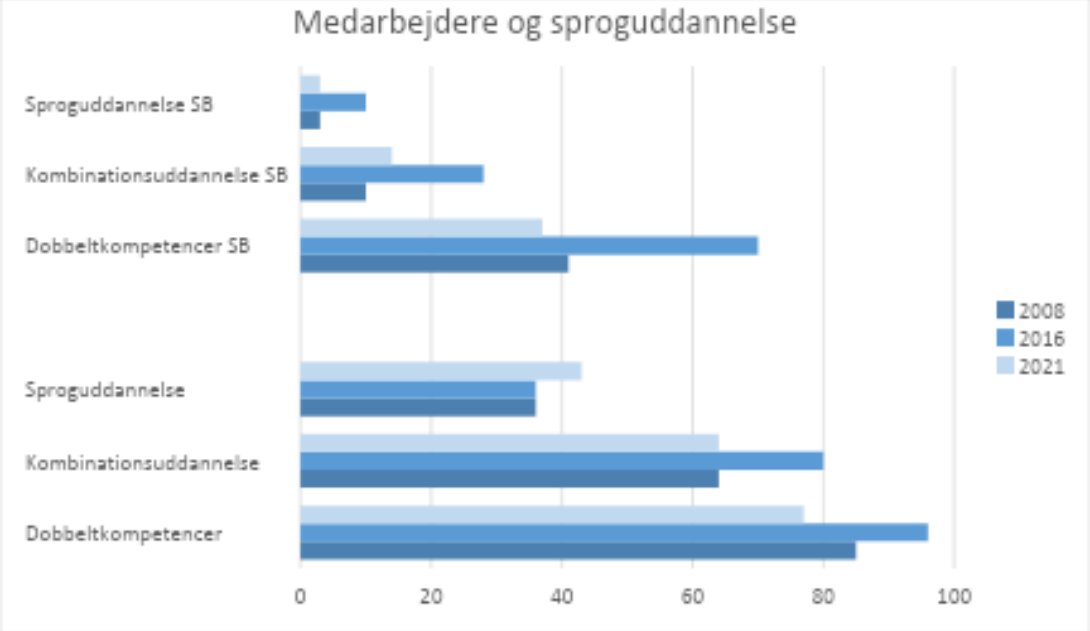
De følgende diagrammer sammenligner nogle af resultaterne fra de tre undersøgelser. Det første diagram fokuserer på, hvad manglende fremmedsprogkompetencer har af negative konsekvenser for virksomhederne. Kategorien "har ikke oplevet problemer" er ikke rapporteret i 2021, mens kategorien "andet" ikke er rapporteret i 2008.



Figur 6: Sammenligning af svarerne i de tre undersøgelser på negative konsekvenser for virksomhederne

Det fremgår tydeligt, at det er forhandlingssituationen, der er vanskeligst for virksomhederne, selvom det også ses, at den bliver bedre med tiden eller opfattes som mindre problematisk. Der er dog også i 2021 knap 50 % af respondenterne, der har problemer. Den næststørste negative konsekvens er, at virksomhederne har afstået fra markedsfremstød, og denne procentsats er ret stabil. Det samme gælder tabte ordrer, hvor tallet også ser ud til at være stabilt.

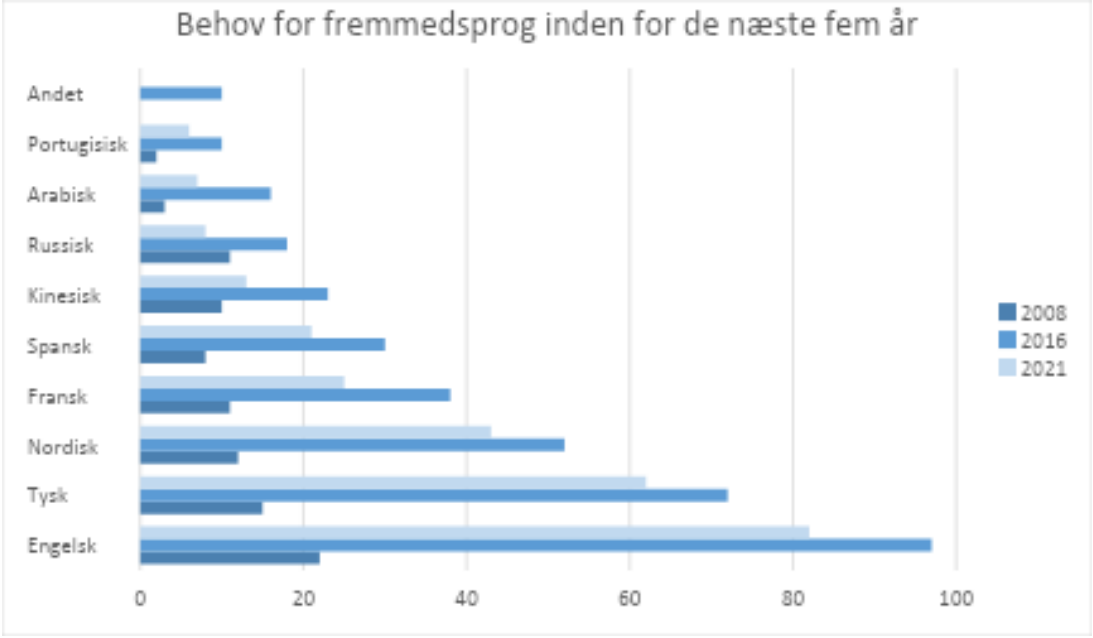
Det andet diagram viser, hvordan virksomhederne foretrækker, at medarbejdere med sprog er uddannet. Her er to søjlerækker. Den øverste sektion angiver de svar, der er udtrykt som "stort behov" (SB), mens den nederste er summen af "stort behov" og "moderat behov".



Figur 7: Sammenligning af de tre undersøgelser af, hvordan virksomheder ønsker, at medarbejderne har deres sprogkompetencer.

Det fremgår tydeligt, at det er dobbeltkompetencer, som virksomhederne efterspørger mest, og herefter er det kombinationsuddannelser, mens medarbejdere med sproguddannelse er mindst efterspurgt. Det er svært at svare på, hvorfor tallene fra 2016 tilsyneladende er mere markante, men det kan skyldes, at de virksomheder, der har svaret i undersøgelserne, ikke er de samme, eller at der på det tidspunkt, undersøgelsen er gennemført, har været mere fokus på sprog.

Virksomhederne er også blevet bedt om at give et bud på deres behov for fremmedsprogsressourcer inden for de næste fem år. Det er et spørgsmål, hvor svarene kan gives uden egentlige dybere overvejelser og kan derfor næppe opfattes som en sandhed, men som et gæt.



Figur 8: Sammenligning af de tre undersøgelser af de vurderede behov for fremmedsprog.

Det ses, at forventningen om, at der skal bruges flere og mere fremmedsprog i virksomhederne, er steget markant fra 2008-undersøgelsen til de to senere. Igen fremstår 2016-undersøgelsen som noget specielt med de højeste procentsatser. Det er forventeligt, at engelsk er det mest efterspurgte sprog, og at tysk og nordiske sprog følger efter. Det første afspejler, at engelsk er forretningslivets lingua franca, mens fokus på tysk og nordiske sprog afspejler nærmarkederne. Det er mere overraskende, at man forventer at skulle bruge fransk og spansk i det omfang, svarene afspejler. Kinesisk, russisk og arabisk forventes brugt på et begrænset niveau.

5.3. Holdninger til fremmedsprog i virksomhederne og uddannelsespolitik

I forbindelse med DI's undersøgelse, der blev gennemført i 2007 og publiceret i 2008, samarbejdede organisationen med lektor Lisbeth Verstraete Hansen fra CBS om at bearbejde resultaterne yderligere, hvad også er anført i DI's rapport. Hun arbejdede videre med data for at knytte resultaterne til uddannelsespolitikken.[81]

Arbejdet indgår som en del af et større projekt, som hedder "Virksomhedens sprog i en internationaliseret verden", som hviler på en antagelse om, at danske virksomheder har et udækket behov for fremmedsprog. Rapporten omtaler i et indledende kapitel tidligere

81. Hansen (2008), *Hvad skal vi med sprog?*

undersøgelser, hvor de fleste også er omtalt her. Kernen i arbejdet er at genbesøge data fra DI-undersøgelsen. Disse data stammer fra både store virksomheder og SMV'er.

Det konkluderes, at svarene viser, at jo mindre en virksomhed er, jo færre sprog er til rådighed, og de sprog, der er knytter sig til de nære markeder er oftest repræsenteret, med tysk til rådighed i omkring 85 % af virksomhederne.[82]

Lidt under halvdelen af virksomhederne mener ikke at have behov for yderligere fremmedsprog i de kommende år. Data viser, at en stor del af de medarbejdere, der kan klare sig på et fremmedsprog, ikke har en sproglig uddannelse, og efterspørgslen efter medarbejdere med en sproglig uddannelse er meget begrænset hos både store virksomheder og SMV'er.[83] Denne rapport bekræfter også, at engelsk er det dominerende sprog i international samhandel. Til en kommentar om, at en virksomhed på koncernniveau har besluttet at bruge engelsk som forhandlingssprog, for at alle, som ikke har engelsk som modersmål, kan være på samme niveau, siger forfatteren:

> Den sidste bemærkning er ganske interessant, fordi den udtrykker en udbredt opfattelse af engelsk som sproget, der bringer ligeværdighed og neutralitet ind i kommunikationen mellem parter, der ikke har noget fælles sprog. Men ligeværdighed følger ikke automatisk med brugen af engelsk. Dels kan der være store niveauforskelle mellem samtalepartnerne, dels maskerer den fælles sprogkode de kulturelle forskelle, som uvægerligt vil sætte sig igennem, når f.eks. en dansker taler med en italiener på engelsk, fordi de begge taler med udgangspunkt i deres respektive sproglige strukturer og kulturelle erfaringer. Blot kan disse forskelle ikke umiddelbart spores på det sproglige niveau.[84]

Et andet aspekt er, hvilket "engelsk", der er tale om, i en tid, hvor begrebet "global Englishes" er introduceret. Når det herefter kommer til barrierer, så er det forhandlingssituationen, der er mest udfordrende, og for SMV'ernes vedkommende kendskabet til fremmede markeder.

Data viser ikke kun kompetencerne i danske virksomheder, men også de danske virksomheders oplevelse af kompetencerne hos deres samhandelspartnere, og hvordan de opleves som en barriere for relevante aktiviteter. 33,5 % af SMV'erne svarer ja til, at mangel på sproglige kompetencer hos dem selv er en barriere, mens både over 40 % af SMV'er og store virksomheder ser de manglende kompetencer hos samhandelspartneren som en barriere. Omkring en fjerdedel af SMV'erne angiver at opleve kommunikationsproblemer i Kina, en

82. Ibid., p. 20.
83. Ibid., p. 25.
84. Ibid., p. 31.

femtedel i Frankrig og mellem 11 % og 15 % i Rusland, Tyskland, Italien og Spanien.[85]

Her er nogle af de uddybende kommentarer værd at lægge mærke til. De er varianter over "de andre er ikke gode nok til engelsk", og viser således, at det er modtageren, der har et problem. Det er stik imod den danske opfattelse af kommunikation tager udgangspunkt i modtageren, og på denne baggrund former afsenderens sprogvalg, budskab og kanal.[86]

Når virksomhederne får spørgsmålet om, hvad, der er vigtigst for dem i internationalt samarbejde, kommer produktkendskab ind på en førsteplads, kendskab til engelsk ind på en tredjeplads og kendskab til lokalsproget på en syvendeplads. Dog skal det nævnes at interkulturel kompetence ligger på en fjerdeplads og sociale kompetencer på en sjetteplads.[87] Engelsk opfattes som det internationale samhandelssprog.

5.4. Eksportens DNA®

Eksportens DNA® er et projekt gennemført af Danish Export Association og Tuborg Research Centre for Globalisation and Firms, School of Business and Social Sciences, Aarhus Universitet og publiceret på nettet i 2015.[88]

Undersøgelsen viser, at de direkte produktionsomkostninger udgør omkring en tredjedel af den samlede omkostning ved at levere en vare til et eksportmarked. De resterende to tredjedele er eksportomkostninger. Det betyder derfor, at der er meget at hente, hvis disse omkostninger optimeres og fokuseres, og man har identificeret en række områder, som virksomheder med international succes har deres opmærksomhed på, idet de:

- skaber salgsvolumen for at mindske den relative andel af eksportomkostningerne,
- fokuserer på relevante eksportmarkeder,
- prioriterer blandt mulige markeder,
- handler innovativt i forhold til at mindske produktionsomkostningerne.

Prioritering blandt markeder kræver en bevidst udvælgelse af markeder på baggrund af markedsanalyser, og her er en begrænset analyse bedre end ingen. Udvælgelsen kan ske ved en indledende grovscreening efterfulgt af en finscreening og en prioritering. Grovscreeningen kan i vid udstrækning ske på baggrund af forhåndsviden og sund fornuft og inkluderer fravalg, mens finscreeningen kræver en nærmere vurdering af de enkelte

85. Ibid., fig. 8 & 9.
86. Ibid., pp. 36-37.
87. Ibid., p. 41.
88. Danish Export Association m.fl. (2015), *Eksportens DNA®*.

potentielle markeder i forhold til produkter, logistik og eksportberedskab, inklusive sprog- og kulturressourcer. Det er en stor fordel at gøre dette systematisk.

Når valget af marked er foretaget, så anbefaler analysen, at volumen øges, og at markedet udtømmes. Hvad angår de menneskelige ressourcer, så har medarbejderprofilen stor betydning for succes på eksportmarkederne. Den indeholder et højere uddannelsesniveau, eksporterfaring, udenlandsk og/eller international baggrund og in-house kapacitet til at håndtere import. Det er vigtigt, at de rette medarbejdere er tilknyttet de rette markeder, fordi det kræver forståelse for samarbejdspartnere og kunder samt kultur på det relevante marked.

Analysen peger på, at de succesfulde virksomheder tilpasser deres forretningsmodel specifikt til det enkelte marked, og at de fastholder deres markeder over længere tid. Det tyder også på, at eksportvirksomheder er mere produktive og fokuserede, og at de opnår positive resultater ved at indgå i globale værdikæder. Et andet vigtigt resultat er, at det ikke er nok at fokusere på marketing og salg, og at innovation fremmer succesen ved at styrke kvalitet og eksportevne.

5.5. Morgendagens salg

Dansk Industri, Copenhagen Business School, fagforeningen Business Danmark og konsulenthuset Customer Agency gik 2019 sammen om et projekt med et formål om at styrke salgskompetencerne i danske business-to-business virksomheder.[89] Det skulle ske ved at øge forståelsen for, hvad salg er, hvad salg kan, og hvilken værdi salg skaber.

Projektet består af to dele: en oversigt over eksisterende faglitteratur og en internetbaseret spørgeskemaundersøgelse, som 1008 virksomheder valgte at svare på. Den omfattede 67 spørgsmål om salgets udfordringer. Spørgeskemaundersøgelsen er gennemført af professor Mogens Bjerre, CBS og market director Peter Aakjær Jensen, Customer Agency. På baggrund af besvarelserne har man opstillet syv "salgsdyder" med afsæt i syv identificerede svage punkter i salgsprocessen, som den praktiseres i dag. Resultaterne blev præsenteret på to konferencer i november 2019.

De syv salgsdyder er:

1. Vi er så kundeorienterede, at alle vores kunder tydeligt ser og værdsætter forskellen mellem os og vores største konkurrenter.
2. Alle funktioner i organisationen har en god forståelse for, hvad de skal bidrage med, for at vi lykkes med at realisere vores salgsmål.

89. Dansk Industri m.fl. (2019), *Morgendagens salg*.

3. Vores salgsledere går forrest med at aktivere, håndhæve og udvikle sælgernes tilgang til salg.
4. Vi har en fælles forståelse for den værdi, salget skal skabe for vores kunder, og vores træning og uddannelse af salget er altid designet med et tydeligt fokus på værdiskabelsen.
5. Vi tydeliggør og tager os betalt for den værdi, vi skaber.
6. Vores salgsressourcer er tæt knyttet til virksomhedens strategiske målsætninger, og de enkelte profiler og ressourcer i salgsorganisationen måles på deres individuelle bidrag hertil.
7. Vi er bedre end vores konkurrenter til at anvende interne data om kunder og marked til at supportere vores kundevendte funktioner og skabe tydelig værdi for kunderne.

Når man ser på dem én for én, så har den første og den sjette salgsdyd direkte relation til sprog- og kulturressourcer i virksomheden, ligesom flere af de andre har det indirekte.

I afrapporteringen bliver de enkelte salgsdyder perspektiveret. For den førstes vedkommende handler det om at adskille sig fra konkurrenterne, og det indebærer desuden en forståelse af, hvad der motiverer kunderne til at købe. Denne forståelse gælder ikke kun deres rationelle oplevelser, men også deres følelsesmæssige oplevelser. Det første kræver en god og præcis kommunikation, mens det sidste også kræver en solid kulturindsigt.

For den sjettes vedkommende perspektiveres den med to spørgsmål om, hvor omsætningen kommer fra, og om alle omsætningskroner har samme værdi. Når det handler om sprog- og kulturressourcer i virksomhederne, er det helt afgørende, at de er tæt knyttet til virksomhedens strategi. Handler salgsstrategien for eksempel om at gå ind på nye markeder, er det ikke så svært at se, at sprog- og kulturressourcer er strategiske ressourcer.

5.6. Eksportvirksomhedernes salgspraksis

Spørgeskemaet, der indgik i projektet "Morgendagens salg" blev liggende tilgængeligt for besvarelser på internettet efter afrapporteringen i 2019. Det har betydet, at det blev muligt at gennemføre en ny analyse af tidligere og nye data. Efter aftale med projektgruppen analyserede Jens Lassen fra IBA Erhvervsakademi disse i samarbejde med Mogens Bjerre og Peter Aakjær Jensen. Der indkom yderligere 900 svar indtil juni 2022, heraf 514 mellem 13. marts 2020 og september 2021. Det vil sige under Covid-19 pandemien, hvor muligheden for internationale samhandelsrelationer var stærkt begrænset. Det betyder, at denne analyse også kan inddrage de udfordringer, som denne meget usædvanlige situation

havde for at drive virksomhed. Resultaterne blev rapporteret i 2022.[90]

I den nye analyse har Lassen haft næsten dobbelt så mange svar til sin rådighed i forhold til den oprindelige undersøgelse. I den nye analyse er der fokus på flere spørgsmål herunder på at skelne mellem ikke-eksportvirksomheder og eksportvirksomheder. Denne skelnen indgik ikke i det oprindelige projekt. Analysen omhandler følgende spørgsmål:

1. Kan de oprindelige konklusioner bekræftes?
2. Er der forskelle på eksportvirksomheder og ikke-eksportvirksomheder?
3. Er der forskelle på succesfulde eksportvirksomheder og gennemsnitlige?
4. Er der særlig iagttagelser, der knytter sig til Covid-19 situationen?

Hvad angår det første spørgsmål, ligger svarene meget parallelt, hvorfor de syv salgsdyder bekræftes. Der, hvor der findes små forskelle, er i svarene om mersalg til eksisterende kunder. Her bekræfter eksportvirksomhederne, at de bruger flere kræfter på eksisterende kunder end ikke-eksporterende virksomheder.

Det andet spørgsmål indgik ikke i den oprindelige undersøgelse. Her fremgår det, at eksportvirksomheder er mere indstillet på, at konkurrencen ikke er begrænset af lokale forhold, at de møder flere professionelle indkøbere, og at de i mindre grad er bekymrede over, at internettet øger gennemsigtigheden på priserne. Det tyder på, at eksport er med til at øge konkurrencekraft og omstillingsevne. Det kan skyldes, at eksportvirksomheder bruger flere ressourcer på at kortlægge og analysere deres markeder og på at forberede sig. De tager hermed flere velforberedte beslutninger. Der er en tendens til, at disse virksomheder er tættere knyttet til deres kunder og derfor bedre til at udnytte potentialet i deres kunder.

Det, de bedste gør bedre end de gennemsnitlige, altså spørgsmål 3, er, at de har indsatser på mange områder. Der er større fokus på sælgernes kompetencer og udvikling, på salgsprocessen, på nødvendige justeringer og på merværdien for kunden. Det betyder, at de relativt bedste bruger flere ressourcer på sælgere og salgsprocessen, de er tættere på markedet og kunderne, og de er omstillingsparate. Alt sammen noget, der også kræver sprog- og kulturressourcer.

Under pandemien fremgår det af svarene, at der er større fokus på de europæiske markeder i forhold til de oversøiske, så det kan indikere en agilitet og omstillingsparathed, der kræver beslutningskraft og ledelse. Stabil eksportsucces handler således om forberedelse, overblik, kompetencer og agilitet.

90. Lassen (2022), *Eksportvirksomhedernes salgspraksis*.

5.7. SMV'ernes internationalisering og orientering mod udlandet

Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse et er en organisation, der er etableret af Erhvervsministeriet, og som har til formål i hele landet at styrke virksomhedernes produktivitet, konkurrenceevne og internationalisering gennem en effektiv, sammenhængende og lokalt forankret erhvervs- og turismeindsats med udgangspunkt i virksomhedernes behov, muligheder og udfordringer. Til dette formål udarbejdes strategier. I den del af strategien for perioden 2020-2023, der handler om internationalisering, udtrykkes et ønske om at øge internationaliseringen "gennem øget internationalt samarbejde, evnen til at håndtere global usikkerhed og styrket parathed til omstilling og eksport."[91]

Denne strategi er netop blevet afløst af strategien for 2024-2027.[92] Her understreger man, at missionen er at styrke produktivitet og bæredygtig vækst i SMV'erne gennem enkle og effektfulde indsatser i hele Danmark. De fire strategiske mål, der skal drive indsatsen, er at:

- understøtte virksomhedernes omstilling.
- fremme danske styrkepositioner.
- forenkle fremtidens erhvervsfremme.
- tilbyde indsatser til hele landet.

Effekten af indsatserne vil blive fulgt via nøgletal, der måler om:

- SMV'erne opnår en øget omsætningseffekt.
- flere SMV'er udvikler koncepter til nye produkter og løsninger.
- flere SMV'er øger eksporten.

Målene skal nås ved syv såkaldte signaturindsatser, hvoraf én hedder "kvalificeret arbejdskraft" og én hedder "turisme". Her kunne man forvente at høre om sprog- og kulturressourcer. Det sker kun negativt, idet der i underafsnittet om arbejdskraft til grøn omstilling og erhvervsfyrtårne under "kvalificeret arbejdskraft" først nævnes, at SMV'erne skal styrkes i at kunne tiltrække arbejdskraft på tværs af Danmark og fra udlandet, og man bringer derfor i den forbindelse en advarsel: "Med udenlandsk arbejdskraft kan der følge kulturelle og sproglige barrierer, som kan afholde SMV'erne fra at benytte sig fuldt ud af mulighederne."[93] I afsnittet om turisme er hverken sprog eller kulturforståelse nævnt.

Strategien afsluttes med særlige lokale ambitioner, og her står i afsnittet om Sydjylland, at

91. Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse (2020), *Strategi: Erhvervsfremme i Danmark 2020-2023*.
92. Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse (2024), *Virksomhedsudvikling i hele Danmark*.
93. Ibid., p. 32.

placeringen ved den dansk-tyske grænse kan i højere grad udnyttes til grænseoverskridende samarbejder og tættere samarbejdsrelationer med virksomheder syd for grænsen, hvor der er et stort uudnyttet potentiale for vækst gennem eksport.[94]

Hverken kendskab til tysk og tysk kultur nævnes som en vigtig ressource i denne forbindelse. SMV'ernes behov for sprog- og kulturressourcer er fraværende i strategier, der har fokus på at øge eksporten hos SMV'erne, der mangler sådanne ressourcer og har begrænset fokus på dette.

I 2021 gennemførte Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse i samarbejde med Epinion en omfattende spørgeskemaundersøgelse blandt danske SMV'er om deres internationalisering og orientering mod udlandet. Her indkom 5.101 besvarelser i løbet af april 2021.[95] Ud fra svarene arbejder 12 % i meget høj eller høj grad med internationalisering og orientering mod udlandet. Disse virksomheder angiver, at de vigtigste områder er: eksport af produkter eller serviceydelser (66 %), samarbejde med udenlandske virksomheder (66 %), afsøgning af nye udenlandske markeder (51 %) og import af delkomponenter og serviceydelser (50 %). Blandt virksomhederne svarer kun 18 %, at de har en nedskreven strategi for internationalisering, mens 34 % siger, at de har konkrete mål og 77 %, at de følger systematisk op på konkrete mål. Der er således flere virksomheder, der angiver, at de følger systematisk op på konkrete mål end dem, der angiver at have en strategi og konkrete mål. Det kan føre til overvejelser om, hvad de følger op på. Hovedårsagerne til at arbejde internationalt anføres til at være økonomisk gevinst (58 %), udvikle eksisterende eller nye markeder (52 %), styrke brand og omdømme (25 %) og udvikle nye produkter eller ydelser (22 %).

På spørgsmålet om barrierer er der mulighed for at angive op til tre svar: 33 % svarer "manglende ressourcer i form af tid eller medarbejdere", og 24 % svarer "manglende kapital". "Sprog og/eller kulturelle barrierer" kommer med 9 % på en sjetteplads. Topsvaret kan dog også inkludere manglende sprog- og kulturkompetencer. 75 % af respondenterne angiver, at internationalisering eller orientering mod udlandet ikke er relevant for deres virksomhed, så her må man formode, at der ligger et stort potentiale for øget eksport.

Op til udarbejdelsen af den nye strategi har Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse fået udarbejdet en analyse af såkaldte megatrends og deres betydning for danske SMV'er. Analysen er gennemført af IRIS Group og publiceret i 2023.[96] Den bygger på et større litteraturstudie og 75 interview med, hvad kaldes, nøgleaktører i dansk erhvervsliv fra erhvervsorganisationer og virksomheder. Dette materiale er brugt til at identificere 60 erhvervsspecifikke udviklingstendenser.

---

94. Ibid., p. 43.

95. Danmarks Erhvervsfremmebestyrelsen og Epinion (2021), *SMV'ernes internationalisering og orientering mod udlandet*.

96. IRIS Group (2023), *Analyse af megatrends og deres betydning for danske SMV'er*.

Dansk erhvervsliv er i analysen opdelt i otte brede ressourceområder: bygge/bolig, fødevarer, transport, IKT, medico/sundhed, turisme, møbler/beklædning og energi/miljø. Det udgør tilsammen to tredjedele af erhvervslivet.

Analysen konkluderer, at otte globale megatrends, der alle har et antal såkaldte subtrends, vil påvirke dansk erhvervsliv i de kommende år. Disse otte megatrends er:

- Klima- og bæredygtighed
- Ressourceknaphed
- Disruptive teknologier
- Nye livsmønstre, forbrugsmønstre og værdier
- Ændringer i demografi
- Skift i sundhedsudfordringer
- "Glokalisering"
- Økonomisk usikkerhed og magtpolitiske opbrud

Begrebet "glokalisering" dækker over en fortsat globalisering med et samtidigt krav om tilpasning til lokale markeder og kulturer og forklares detaljeret på denne måde:

> Globaliseringen har øget den gensidige forbundethed og afhængighed mellem verdens lande, særligt i forhold til international udveksling af varer, arbejdskraft, services, informationer, teknologier samt kapitalstrømme. Virksomheder konkurrerer således på et globalt marked, i globale værdikæder og om en global talentbase. Den voksende globale middelklasse åbner samtidig for nye vækstmarkeder, hvor produkter og services skal tilpasses lokale behov og kultur – deraf "glokalisering".[97]

Analysen ser på værdikæder og identificerer en større vertikal integration af værdikæder, og det betyder, at virksomheder gennem opkøb eller hjemtagning af opgaver selv påtager sig flere af opgaverne i værdikæden. Det andet aspekt af dette er regionale og lokale værdikæder. For mens globaliseringen fortsætter, sker en samtidig udvikling mod en europæisk værdikædeudvikling af forskellige årsager. Det skyldes, at fjerne samarbejdspartnere bliver mere risikofyldte og kan skabe flaskehalse, at EU-reguleringen inden for miljø, klima og arbejdsmiljø skærpes, at det er lettere at efterleve krav om sporbarhed, og at det formindsker transportafstande og hermed af CO2-aftryk.

97. Ibid., p. 20.

I IRIS-analysen er der lavet en SWOT-analyse af danske SMV'er, der giver følgende resultater:

Styrker: Agilitet og omstillingsevne, stærk dansk tradition for værdikædesamarbejde, ambitiøse nationale klimamål og klimapartnerskaber og højt data- og digitaliseringsniveau.

Svagheder: Driftsfokus og lav innovationskapacitet i mange SMV'er, offentlig indkøbs-og investeringspraksis, manglende kapacitet i den offentlige sektor til innovationssamarbejde, mangel på testmuligheder og -faciliteter og mangel på visse typer af arbejdskraft.

Muligheder: Forretningsudvikling baseret på trendforståelse, missionsdreven innovation, udfordringsdrevet innovationssamarbejde, flere tech-startups med afsæt i stærk forskning, udnyttelse af regionale værdikæder i EU og datadeling på tværs af virksomheder og sektorer.

Trusler: Svært at mestre alle kompetencekrav relateret til megatrends og udviklingstendenser, digitaliseringsniveau i SMV'er, svært at konkurrere med store virksomheder på arbejdskraft og innovationskraft, høje krav til dokumentation og overholdelse af gældende regler samt usikkerhed, økonomisk krise og forsyningsproblemer.

Man kunne forvente, at sprog og kulturkompetencer var nævnt under de kompetencekrav, det er svært for SMV'erne at stille med, men det er de ikke. Måske falder de ind under "Salg, marketing og kommunikation", "Markedsanalyse og brugerforståelse" eller "Værdi- og forsyningskædeforståelse".[98]

De erhvervspolitiske indsatsområder og virkemidler, som analysen peger på, er:

- Bedre virkemidler til at understøtte forretningsmodeludvikling i SMV'er.
- Styrkelse af SMV'ernes brug af efter- og videreuddannelse som led i tilpasning til nye trends.
- Adgang til sparring og rådgivning om regulering og compliance.
- Fremme af partnerskaber.
- Udvikling af bedre virkemidler til brobygning mellem videninstitutioner og SMV'er.[99]

Det er dog ikke under nogle af disse overskrifter, man finder hentydninger til sprog og kultur, heller ikke under "øvrige", hvor det generelle virksomhedsprogram med dets fokus på internationalisering nævnes:

98. Ibid., p. 68.
99. Ibid., p. 69.

> Virksomhedsprogrammets generelle fokus på internationalisering understøtter SMV'er med sparring og rådgivning i forhold til at identificere nye vækstmarkeder og opbygge relationer til potentielle kunder i lokale markeder. Fremover vil erhvervsservicen også kunne omfatte sparring i forhold til etiske valg, risikable markeder samt mere holistisk hjælp til at vælge og indtrænge markeder for nye produkter og koncepter.[100]

Disse ambitioner kan næppe opnås uden sprog- og kulturkendskab.

5.8. Undersøgelser for Det Nationale Center for Fremmedsprog (NCFF)

Det Nationale Center for Fremmedsprog (NCFF) har stået for flere forskellige undersøgelser af fremmedsprog, arbejdsliv og virksomheder i Danmark. Ligesom dette projekt også gennemføres i regi af NCFF.

Virksomhedsperspektivet er udgangspunktet for to undersøgelser publiceret i henholdsvis 2020 og 2021. Den ene er en analyse af behovet for tysk eller fransk, og den anden ser på gevinsterne ved fremmedsprog for virksomhederne ud fra en behovsanalyse. Hertil kommer en undersøgelse med afsæt i sproguddannede medarbejdere og deres ledere, samt undersøgelser af værdien af kompetencer set fra et medarbejderperspektiv.

5.8.1. Analyse af virksomheders og offentlige institutioners behov for tysk eller fransk

Analysen af behov for tysk og fransk er gennemført på Syddansk Universitet og baseret på interview med 30 danske virksomheder, seks tysksprogede virksomheder og fem fransksprogede, i perioden december 2019 til oktober 2020.[101]

Undersøgelsen opererer med forskellige typer af behov, ikke blot objektive og subjektive, men også ubevidste behov. Disse behov kan både være dækkede og udækkede. Undersøgelsen konkluderer, at kompetencer i tysk og fransk er nødvendige i danske virksomheder og institutioner. Disse behov fordeler sig forskelligt på brancher. Det ubevidste behov har en så betydelig størrelse, at det kalder på en bevidstgørelse. Her er det vigtigt at være opmærksom på kulturforståelsen, og at kommunikationen ofte foregår som en ikke-énsproget kommunikation, hvor parterne kommunikerer på hver sit sprog, men forstår hinanden.

For de private virksomheder er de vigtigste områder, hvor de har behov for tysk eller fransk: salg, indgang på et nyt tysk-/fransktalende marked, førstekontakten med en ny

100. Ibid., p. 77.

101. Christensen et al. (2020), *Fremmedsprog i og til et arbejdsliv – en afdækning af behov for tysk og/eller fransk i private virksomheder og offentlige institutioner*.

tysk-/fransktalende samarbejdspartner, kundeservice samt ikke-rutinekommunikation og konfliktkommunikation.

5.8.2. Undersøgelse af virksomhedernes fremmedsprogbehov i form af tillægskompetencer

Denne undersøgelse har til formål at afdække erfaringer fra virksomheder med betydning af fremmedsprog for den internationale forretning og de oplevede behov for fremmedsprogskompetencer.[102]

Undersøgelsen er baseret på en spørgeskemaundersøgelse og et antal interview. Spørgeskemaet var tilgængeligt fra februar til slutningen af juni i 2020. Mens godt 4.000 har klikket på linket har kun 55 valgt at udfylde hele spørgeskemaet, og 40 har udfyldt det delvis. Alle svar indgår i analysen. Dette begrænsede antal svar har betydning for soliditeten af og mulighederne for at generalisere resultaterne.

Næsten alle respondenter anvender engelsk, mens 60 % bruger tysk, og omkring 25 % anvender fransk eller spansk. Engelsk afgørende eller meget vigtigt for 83 % af respondenterne, når der er tale om forhandling og indgåelse af kontrakter, mens tallet for andre fremmedsprog end engelsk i disse tilfælde er 43 %. Når det gælder negative konsekvenser af manglende kompetencer i fremmedsprog, så svarer omkring 20 % på alle fremmedsprog ja til, at der har været negative konsekvenser.

Man kommer ingen vegne uden engelsk, men der er mange situationer, hvor der er brug for et andet fremmedsprog. Hvad angår, hvilke andre fremmedsprog end engelsk der er brug for, er det tysk, der er svaret hos 88 % af respondenterne, fransk hos 47 % og spansk hos 41 %.

Når det kommer til resultaterne af interviewene, så forventer man, at medarbejdere i ledelse og kundeorienterede funktioner kan engelsk på solidt niveau, og generelt fortrækker man medarbejdere med dobbelt- eller tillægskompetencer fremfor medarbejdere med unikke sprogkompetencer.

5.8.3. Perspektiver for sproguddannede medarbejdere og deres ledere

Denne undersøgelse har til formål at belyse fremmedsprogskompetencer fra både et medarbejder- og et lederperspektiv. Herudover fokuseres på, hvordan disse kompetencer skaber værdi for virksomhederne. Der er tale om en pilotundersøgelse. Undersøgelsen er baseret på individuelle dybdeinterview af sproguddannede medarbejdere og ledere i private virksomheder. Interviewene, fem med ledere og otte med medarbejdere, er gen-

102. Alexandersen & Kanareva-Dimitrovska (2021), *Gevinster ved solide fremmedsproglige tillægskompetencer – Behovsanalyse fra et virksomhedsperspektiv*.

nemført i november 2023 og i 2024.[103] Der er således tale om en begrænset undersøgelse.

Sprogkompetencer opfattes, især af de interviewede ledere, som andet og mere end sprogfærdigheder, også som kapacitet til relationsdannelse, relationsbevaring og kulturforståelse. Et andet aspekt er, at forståelsen af sprogkompetencer i nogle sammenhænge ikke er knyttet til et specifikt sprog, og at de medfølgende kompetencer af at have lært et sprog på højt niveau også er relevante. Det kan være interkulturel indsigt og en viden om sprogstruktur, sproganvendelse og tilsvarende.

Pilotundersøgelsen opsummerer, at resultaterne indikerer følgende:

- Der er behov for fremmedsprog i internationalt orienterede virksomheder.
- Det konkrete behov er kontekstbestemt (afhængig af virksomhedernes primære markeders sprogkompetencer), idet engelskkompetencer dog er uomgængelige.
- Engelsk benyttes oftest som lingua franca, men dette er ikke uproblematisk. Manglen på andre løsninger kan medføre tab, men investeringen i sprog skal imidlertid kunne betale sig.
- Sprogkompetencer ses primært som facilitator for at skabe gode relationer, hvilket i sidste ende giver både øget effektivitet, eliminerer usikkerhed med videre og hermed giver en øget indtjening.
- Oplevelsen af, at sprogkompetencer bidrager til bundlinjen, synes klar, men opleves mest indirekte.[104]

Et særligt kapitel er dedikeret spørgsmålet om, hvordan sprogkompetencer bidrager til virksomhederne, og her er det centralt, at sprogkompetencer dækker over sprogfærdigheder og kultur- og kommunikationsforståelse.

Sprogkompetencer, bredt forstået, bidrager til at danne relationer og til at vedligeholde relationer og til at analysere og åbne nye markeder. Omvendt kan manglende kompetencer forhindre, at virksomheden går ind på et nyt marked eller kun gør det halvhjertet. Relationsskabelsen har også en effekt på effektiviteten i kommunikationen både med hensyn til præcision, til at eliminere usikkerhed og undgå misforståelser, eller med andre ord minimere unødigt ressourceforbrug.

103. Det Nationale Center for Fremmedsprog (2024), *Sprog og virksomheder. Hvorfor?*
104. Ibid., p. 28.

5.8.4. Gevinster ved fremmedsprog som tillægskompetence fra et medarbejderperspektiv

NCFF har også fået gennemført undersøgelser af gevinster ved fremmedsprog som tillægskompetence set fra et medarbejderperspektiv. De er rapporteret samlet.[105] Datagrundlaget er et spørgeskema, der var gjort tilgængeligt via medlemskommunikation i tre faglige organisationer: JA – fagligt fællesskab for alle med en akademisk interesse i natur, miljø og fødevarer, Den Danske Dyrlægeforening og Dansk Magisterforening (DM). Der indkom 280 besvarelser fra ikke-sproguddannede akademikere, som, selvom de ikke er sproguddannede, bruger fremmedsprog i deres arbejde.

Hovedkonklusionerne er, at respondenterne i gennemsnit har kendskab til tre fremmedsprog og arbejdsmæssigt bruger ét fremmedsprog ud over engelsk. I gennemsnit oplever tre fjerdedele af respondenterne positive effekter ved at kunne fremmedsprog, og deres sprogkompetencer giver dem flere interessante arbejdsopgaver og øger deres værdi på arbejdsmarkedet, særligt hvis det drejer sig om andre fremmedsprog end engelsk.

Det kan også konstateres, at mange gerne vil blive bedre til det eller de fremmedsprog, som de allerede kan, eller lære nye sprog. Det gælder særligt for tysk, hvor det gælder for omkring halvdelen af respondenterne og for fransk med omkring en tredjedel af respondenterne, men denne kompetenceudvikling skal ske i privat regi og på eget initiativ. Resultaterne af denne undersøgelse kan med fordel sammenholdes med undersøgelserne fra Dansk Industri, der understreger virksomhedernes særlige interesse for medarbejdere med dobbeltkompetencer.

5.9. Konklusioner til kapitel 5

De tidlige undersøgelser understreger vigtigheden af engelsk og kendskab til nærmarkedernes sprog, tysk og nordiske sprog. De senere undersøgelser bekræfter dette, men tyder på, at behovet for nærmarkedssprogene falder.

De tre undersøgelser, som er gennemført af Dansk Industri, viser de samme tendenser i alle tre analyser. Hvad angår de negative konsekvenser af manglende sprog- og kulturkompetencer, er det klart problemer i forhandlinger, der er den oftest angivne, og selv om 80 % svarede dette i 2008, så svarer knap 50 % det samme i 2021. Den næsthyppigste negative konsekvens, ”at afstå fra markedsfremstød”, ligger stabilt over hele perioden på omkring 25 %. Der er ligeledes en klar præference for dobbeltkompetencer i forhold til kombinationsuddannede og sproguddannede.

---

105. Lyngvig (2021), *Gevinster ved fremmedsprog som tillægskompetence - Positive effekter for arbejdsliv og karriere set fra et medarbejderperspektiv*.

Rækkefølgen af efterspørgslen efter fremmedsprog er den samme i de tre undersøgelser: engelsk, tysk og nordiske sprog. Den yderlige bearbejdning af data fra 2008-undersøgelsen giver anledning til supplerende observationer i form af danske virksomheders forventninger til samhandelspartnernes kompetencer i engelsk som kommunikations- og forhandlingssprog. En tredjedel af SMV'erne ser deres egne engelskkompetencer som et problem, men ser dette problem som endnu større hos samhandelspartnerne. Det kan pege på, at nok ser man udfordringer hos sig selv, men udfordringerne hos "de andre" er større, og det er i sig selv interessant, da god kommunikation i dansk forståelse tager sit afsæt i modtageren.

Undersøgelserne om eksport og salg tyder klart på, at de virksomheder, der er velforberedte og har en fleksibel forretningsmodel, og som kan tilpasse sig et specifikt marked, har størst succes. Det gælder både forudgående analyser af nye potentielle markeder og et bevidst valg af medarbejderprofiler, hvad angår uddannelse, erfaring og sprog- og kulturkendskab.

Når det gælder én af de organisationer, der støtter SMV'erne, Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, så har de i to flerårsstrategier understreget et ønske om dels at øge virksomhedernes internationalisering, og dels at flere SMV'er skal øge væksten gennem eksport. I forbindelse med udarbejdelsen af strategierne, har man gennemført forudgående undersøgelser blandt virksomhederne. Ved undersøgelsen i 2021 angiver 12 % af SMV'erne, at de er internationalt orienteret, og to tredjedele af disse mener, at det er deres produkter og deres samarbejde med udenlandske virksomheder, der er det vigtigste for succes. Det er en meget lille andel, der angiver at have en nedskreven internationaliseringsstrategi, mens flere har konkrete mål og endnu flere angiver at følge op på deres mål. Sprog- og kulturkompetencer som bidragydere til strategierne er ikke nævnt eksplicit som vigtige ressourcer til at opnå målene.

Der er lavet en undersøgelse i 2023 med et lidt andet fokus, fordi den er gennemført under de nuværende internationale usikkerheder. Her peger man på "glokalisering" som én af otte megatrends, og det betyder en forsat globalisering, men med større krav om en tilpasning til lokale markeder og kulturer. Det kunne foranledige til en forventning om et fokus på sprog- og kulturkompetencer. Det er dog ikke tilfældet. Hverken i den medfølgende SWOT-analyse eller i forslagene til erhvervspolitiske indsatsområder og virkemidler nævnes dette.

De undersøgelser, der er gennemført i regi af Det Nationale Center for Fremmedsprog (NCFF) bekræfter et behov for engelsk og herudover særligt for tysk. Det bekræftes, at engelsk er afgørende, men andre fremmedsprog er også relevante. Én af undersøgelserne påpeger, at det er relevant at beskæftige sig med mere end sprogfærdigheder og kultur-og kommunikationsforståelse, der skal også være opmærksomhed på, at sprogkompetencer og sprogviden giver indsigt i andre sprogs strukturer og anvendelse. Tilsammen er alle aspekter relevante for det, der er vigtigt: at danne, udvikle og vedligeholde relationer og bidrage til en præcis kommunikation med færrest mulige usikkerheder og misforståelser.

Endelig finder ikke-sprogligt uddannede, at deres sprogkompetencer giver dem bedre arbejdsopgaver og større værdi på arbejdsmarkedet.

5.10. Kilder til kapitel 5

Alexandersen, Birgitte Nygaard & Ana Kanareva-Dimitrovska (2021), *Gevinster ved solide fremmedsproglige tillægskompetencer – Behovsanalyse fra et virksomheds-perspektiv*, NCFF, link: https://viden.ncff.dk/ncff/gevinster-ved-solide-fremmedsproglige-tillaegskompetencer-behovsanalyse-fra-et-virksomhedsperspektiv

Christensen, Lotte Weilgaard et al. (2020), *Fremmedsprog i og til et arbejdsliv – en afdækning af behov for tysk og/eller fransk i private virksomheder og offentlige institutioner*, NCFF, link: https://viden.ncff.dk/ncff/fremmedsprog-i-og-til-et-arbejdsliv-rapport-over-undersoegelse

Danish Export Association (2015), *Eksportens DNA®,* link: https://www.danishexport.dk/viden/eksportens-dna

Danmarks Erhvervsfremmebestyrelsen (2020), *Strategi: Erhvervsfremme i Danmark 2020-2023,* link: https://erhvervsfremmebestyrelsen.dk/Erhvervsfremme-i-Danmark-2020-2023

Danmarks Erhvervsfremmebestyrelsen og Epinion (2021), *SMV'ernes internationalisering og orientering mod udlandet*, link: https://erhvervsfremmebestyrelsen.dk/sites/default/files/2024-08/Bilag-3.2-Two-pager---Internationalisering-a.pdf

Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse (2024), *Virksomhedsudvikling i hele Danmark,* link: https://erhvervsfremmebestyrelsen.dk/virksomhedsudvikling-i-hele-danmark-2024-2027

Dansk Industri (2008), *Mere end sprog*, København: DI.

Dansk Industri (2016), *Behov for fremmedsprogkompetencer og dansk eksport går hånd i hånd*, København: DI.

Dansk Industri, Copenhagen Business School, fagforeningen Business Danmark og konsulenthuset Customer Agency (2019), *Morgendagens salg*, link: https://morgendagenssalg.dk/projektet/

Dansk Industri (2021), *Fremmedsprog og dobbeltkompetencer er vigtige for danske virksomheder*, København: DI.

Det Nationale Center for Fremmedsprog (2024), *Sprog og virksomheder – Hvorfor?,* NCFF, link: https://viden.ncff.dk/ncff/sprog-og-virksomheder-hvorfor

Erhvervsfremmebestyrelsen (2024), *Virksomhedsudvikling i hele Danmark, 2024-2027*, Silkeborg: Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, link

Hagen, Stephen (1993), *Languages in European Business: The FLAIR (Foreign Language Analysis in the Industrial Regions of Europe*, London: CILT.

Hagen, Stephen (2001), *ELISE - European Language and International Strategy Development in* SMEs - European Overview Report, London: CILT.

Hansen, Lisbeth Verstraete (2008), *Hvad skal vi med sprog? – Holdninger til fremmedsprog i danske virksomheder i et uddannelsespolitisk perspektiv*, CBS Research Portal, link: https://research.cbs.dk/en/publications/hvad-skal-vi-med-sprog-holdninger-til-fremmedsprog-i-danske-virks-2

Højbjerre, Brauer & Schulz (2016), *Analyse af efterspørgslen efter sproglige kompetencer*, link: https://hbseconomics.com/wp-content/uploads/2017/09/Eftersp%C3%B8rgslen-efter-sproglige-kompetencer.pdf

IRIS Group (2023), *Analyse af megatrends og deres betydning for danske SMV'er*, København: IRIS Group, link

Lassen, Jens (2022), *Eksportvirksomhedernes salgspraksis*, Kolding: IBA Erhvervsakademi Kolding, link: https://www.eaviden.dk/wp-content/uploads/2022/05/Whitepaper_Eksportvirksomhedernes-salgspraksis.pdf

Lyngvig, Jytte (2021), *Gevinster ved fremmedsprog som tillægskompetence - Positive effekter for arbejdsliv og karriere set fra et medarbejderperspektiv*, NCFF, link: https://viden.ncff.dk/ncff/gevinster-for-fremmedsprog-som-tillaegskompetence-faellesrapport-positive-effekter-for-arbejdsliv-og-karriere-set-fra-et-medarbejderperspektiv

6

Spørgeskemaundersøgelse og interview indhentet i nærværende projekt

I forbindelse med dette projekt har det været særligt udfordrende at få fat i nye data. Derfor blev det hurtigt et ønske at kunne hente nye informationer fra danske virksomheder om deres oplevelser og erfaringer med betydningen af sprog og kulturforståelse for bundlinjen. Lige så let det har været at få en velvillig kontakt med en bred personkreds, lige så svært har det været at få en adgang til at indhente sådanne nye informationer. Det kunne have været i form af et samarbejde om en spørgeskemaundersøgelse eller en formidling af kontakter til relevante virksomheder, der kunne være interesserede i deltage et interview.

De landsdækkende erhvervsorganisationer gennemfører jævnligt spørgeskemaundersøgelser blandt deres medlemmer og virksomhedspaneler, og det var håbet i det mindste at kunne have fået et par spørgsmål med her. Det er ikke lykkedes og vil være en naturlig fortsættelse af dette arbejde.

Midt på året kom en lille åbning, da "NOCA: Foreningen for HR-professionelle og executives" viste den velvilje at linke til et spørgeskema udarbejdet til dette projekt på deres LinkedIn profil. Dette var det bedst opnåelige i situationen, og i august blev linket til et kort spørgeskema med tyve spørgsmål lagt åbent ud. Desuden blev det gjort tilgængeligt via NCFF's LinkedIn-profil. At denne måde at henvende sig til virksomheder på ikke er optimal, ses af de meget få svar, der er indkommet, nemlig 12 fulde besvarelser og yderligere seks delvise besvarelser.

En anden måde at indhente informationer på er gennem interview. Her kontaktede "Kulturkurser" på Institut for Tværfaglige og Regionale studier, Københavns Universitet, nogle af de organisationer og virksomheder, der har haft kurser hos dem, og spurgte, om de ville bidrage i form af et interview. Her svarede to virksomheder positivt tilbage.

Disse få data kan på ingen måde generaliseres. Når de alligevel har en værdi og er medtaget, så er det fordi, de informationer, som de giver, ligger i forlængelse af de resultater, der har vist sig i de mange analyser og undersøgelser.

6.1. Resultater fra spørgeskemaundersøgelsen

De virksomheder, der har svaret, er karakteriseret ved, at seks af de 18 har 50 eller flere ansatte, og at 12 af dem arbejder inden for handel, transport, information eller service, mens fem er produktionsvirksomheder. Det store flertal har internationale aktiviteter i dag og planer om at udvide disse. Det er forventeligt, at det netop er sådanne virksomheder, der har valgt at svare, og samtidig er deres besvarelser erfaringsbaserede.

De allerfleste svarer, at sprog og kendskab til lokal kultur indgår i forretningsplaner og ved nye internationale aktiviteter. Af disse er det kun to, der siger nej til at have oplevet udfordringer i det internationale samarbejde på grund af sprog og kultur. Der var mulighed for at uddybe dette, og den største udfordring er forhandlinger, fulgt af tabte ordrer. Det svarer til det generelle billede fra andre undersøgelser.

Virksomhederne er også blevet spurgt om, hvilke aktiviteter, man mener, kræver kendskab til sprog og kultur, og her fremgår det, at – som forventeligt – ligger salg og marketing øverst og følges af kontakt til underleverandører og overvejelser om nye markeder og underleverandører. På tredjepladsen ligger service og eftersalg sammen med produktudvikling – en aktivitet, der normalt ikke knyttes til sprog og kultur.

Disse respondenter adskiller sig fra det billede, der har dannet sig fra de mange undersøgelser ved at angive, at de har et overblik over deres sprogressourcer. Det kan meget vel være en bias knyttet til, at de, der har valgt at besvare spørgeskemaet, i forvejen er bevidste om deres sprogressourcer. På spørgsmålet om fokus på andre fremmedsprog end engelsk nævnes både tysk, fransk og spansk, men på spørgsmålet om fremtidige behov, er det kun tysk, der nævnes.

6.2. Interview

De to interview, der er initieret af henvendelsen fra "Kulturkurser", har givet et interessant bidrag, der perspektiverer sprog- og kulturforståelse.

"Kulturkurser" tilbyder skræddersyede aktiviteter for medarbejdere i virksomheder og organisationer mod betaling. Begge de interviewede virksomheder havde henvendt sig i den helt specielle situation, da den store flygtningestrøm af ukrainere kom til Danmark i forbindelse med den russiske invasion af Ukraine i februar 2022. Denne situation var på mange måder unik. Dels kom der mange på kort tid, og dels kom de direkte til kommunerne og ikke via modtagelsescentre, som det er normalt. Det betød, at de, der skulle tage

sig af ukrainerne i forhold til indkvartering, ophold, arbejde og sprogundervisning, blev opmærksomme på den særlige udfordring, de havde. De to virksomheder, der stillede op til interview, indså hurtigt, at de havde brug for viden om sprog og kultur. Derfor opsøgte de "Kulturkurser", som skræddersyede forløb til de konkrete behov og spørgsmål.

Der var helt konkrete spørgsmål om sproget ukrainsk, og om det ligger meget tæt på russisk, der kom på dagsordenen. Samtidig skulle kurserne afhjælpe kulturel usikkerhed som overvejelser om, hvorvidt det er alle ukrainere, der er modstandere af at få en russisk tolk, eller om, hvordan ukraineres adfærd skulle opfattes, da nogle af deltagerne havde oplevet ukrainere som både "bossy" og lukkede i forhold til danskere, og derfor havde spørgsmål om, hvorvidt det blot var et udtryk for en anden kultur. Endelig var der information af en anden karakter, det var relevant at kende til, for eksempel at en ukrainsk bachelor i økonomi svarer til en bogholder i Danmark, og at når mange ukrainere siger, at de kan engelsk, så kan de i praksis sige nogle ord.

Begge interviewpersonerne fortalte, hvordan denne aktive tilgang til ukrainsk sprog og kultur hjalp medarbejderne ved at give dem redskaber og ved at skærpe deres opmærksomhed og udfordre deres forforståelse. Derved kunne de gøre deres arbejde bedre ved tale ind i ukrainernes egen kontekst.

Denne betydning af sprog- og kulturforståelse blev trigget af den helt unikke situation, og til sammenligning skete der ikke noget tilsvarende i 2015, da den syriske flygtningestrøm bevægede sig op igennem Europa. Formodentligt fordi det skete lidt langsommere, og fordi syrerne startede opholdet i modtagecentre. Det har formentlig også haft betydning, at syrerne blev modtaget med skepsis, og der var en velvilje til at gøre lidt mere for ukrainerne.

6.3. Konklusioner til kapitel 6

Den meget begrænsede spørgeskemaundersøgelse gentager resultater fra andre danske og udenlandske undersøgelser.

En helt usædvanlig situation, som den store strøm af flygtninge fra Ukraine, kan sætte sprog og kultur på dagsorden.

6.4. Kilder til kapitel 6

Tolv helt udfyldte og seks delvis udfyldte spørgeskemaer tilgængelige på LinkedIn august til oktober 2024.

To interview formidlet af "Kulturkurser", Københavns Universitet.

Samlet bibliografi

Alexandersen, Birgitte Nygaard & Ana Kanareva-Dimitrovska (2021), Gevinster ved solide fremmedsproglige tillægskompetencer – Behovsanalyse fra et virksomhedsperspektiv, NCFF, link: https://viden.ncff.dk/ncff/gevinster-ved-solide-fremmedsproglige-tillaegskompetencer-behovsanalyse-fra-et-virksomhedsperspektiv

Andres, Markus et al. (2005), *Fremdsprachen in Schweizer Betrieben*, Olten: Fachhochschule Solothurn Nordwestschweiz.

Arbejdsgruppen for uddannelse i fremmedsprog (2011), *Sprog er nøglen til verden*, Videnskabs- og Undervisningsministeriet, link: https://www.ft.dk/samling/20111/almdel/buu/bilag/277/1157987.pdf

Beinov, Jesper, SMVdanmark (2024), Pressemeddelelse, link: https://smvdanmark.dk/presse/pressemeddelelser

Berthoud, Anne-Claude, François Grin & Georges Lüdi ed., (2013), *Exploring the Dynamics of Multilingualism: The DYLAN project,* Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.

Berthoud, Anne-Claude, François Grin & Georges Lüdi, (2011), The DYLAN Project Booklet, EU, link: https://www.dylan-project.org/DYLAN-Project_Final-Booklet_A4_300412.pdf

Brouet, Olivier & Florence Ortmanser (2011), *Report on Language Management Strategies and Best Practice in European SMEs: The PIMLICO-project,* Bruxelles: EU-Commission, link: https://ec.europa.eu/assets/eac/languages/policy/strategic-framework/documents/pimlico-full-report_en.pdf

Business Forum for Multilingualism (2008) *Languages mean Business – Companies work better with languages,* EU, link: https://dl.uc.pt/bitstream/10316.2/116060/1/788-08.pdf

Christensen, Lotte Weilgaard et al. (2020), *Fremmedsprog i og til et arbejdsliv – en afdækning af behov for tysk og/eller fransk i private virksomheder og offentlige institutioner*, NCFF, link: https://viden.ncff.dk/ncff/fremmedsprog-i-og-til-et-arbejdsliv-rapport-over-undersoegelse

Contance (2011), *CELAN – Language Strategies for Competitiveness and Employability*, EU, link

Danish Export Association (2015), *Eksportens DNA®,* Link: https://www.danishexport.dk/viden/eksportens-dna

Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse (2020), *Strategi: Erhvervsfremme i Danmark 2020-2023,* Link: https://erhvervsfremmebestyrelsen.dk/Erhvervsfremme-i-Danmark-2020-2023

Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse og Epinion (2021), *SMV'ernes internationalisering og orientering mod udlandet*, link: https://erhvervsfremmebestyrelsen.dk/sites/default/files/2024-08/Bilag-3.2-Two-pager---Internationalisering-a.pdf

Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse (2024), *Virksomhedsudvikling i hele Danmark,* link: https://erhvervsfremmebestyrelsen.dk/virksomhedsudvikling-i-hele-danmark-2024-2027

Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse (2024), *Virksomhedsudvikling i hele Danmark, 2024-2027*, Silkeborg: Sekretariatet for Danmarks Erhvervsfremmebestyrelse, link: https://erhvervsfremmebestyrelsen.dk/sites/default/files/2024-05/Strategien%20H%C3%B8jformat_til_hjemmesiden_pages-opt-a.pdf

Danmarks Statistik (2023), Nyt fra Danmarks Statistik nr. 330, link: https://www.dst.dk/da/Statistik/nyheder-analyser-publ/nyt/NytHtml?cid=51841

Dansk Industri (2008), *Mere end sprog*, København: DI.

Dansk Industri (2016), *Behov for fremmedsprogkompetencer og dansk eksport går hånd i hånd*, København: DI.

Dansk Industri, Copenhagen Business School, fagforeningen Business Danmark og konsulenthuset Customer Agency (2019), *Morgendagens salg*, link: https://morgendagens-salg.dk/projektet/

Dansk Industri (2021), *Fremmedsprog og dobbeltkompetencer er vigtige for danske virksomheder*, København: DI.

Det Nationale Center for Fremmedsprog (2024), *Sprog og virksomheder – Hvorfor?,* NCFF, link: https://viden.ncff.dk/ncff/sprog-og-virksomheder-hvorfor

Economist Intelligence Unit (2012), *Competing across borders: how cultural and communication barriers affect business*, London: The Economist, link: https://impact.economist.com/perspectives/economic-development/competing-across-borders/1000

EU-kommissionen (2012), *Special Eurobarometer386. Europeans and their languages*, link: https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/1049

EU kommissionen, *Language and Employability (Crell Report), (2015) JRC-DDG.01 – Econometrics and Applied Statistics,* Link: https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/6b58c37d-c86c-4707-a525-13c9dfc3f6a1

EU-kommissionen (2024), *Special Eurobarometer 540. Europeans and their languages*, link: https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2979

European Parliament (2016), *Research for Cult Committee – European Strategy for Multilingualism: Benefits and Costs*, link: https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document/IPOL_STU(2016)573460

Grin, François et al. (2009), *Langues étrageres dans l'activité professionnelle (LEAP),* Genève: Université de Genève, link: https://www.unige.ch/fti/elf/files/7414/5865/9202/LEAP-RF-7logos.pdf

Grin, François et al. (2011), *The Economics of the Multilingual Workplace*, London: Routledge.

Grin, François (2014), *50 years in language policy. Critical assessment and priorities*, Université de Genève, ELF Working Papers # 13.

Hagen, Stephen (1993), *Languages in European Business: The FLAIR (Foreign Language Analysis in the Industrial Regions of Europe*, London: CILT.

Hagen, Stephen (2001), *ELISE - European Language and International Strategy Development in* SMEs - European Overview Report, London: CILT.

Hagen, Stephen (2006), *ELAN: Effects on the European Economy of Shortage of Foreign Language Skills in Enterprise*, London: CILT, link: https://ec.europa.eu/assets/eac/languages/policy/strategic-framework/documents/elan_en.pdf

Hagen, Stephen (2011a), Report on Language Management Strategies and Best Practice in European SMEs: The PIMLICO Project, EU-kommissionen link: https://ec.europa.eu/assets/eac/languages/policy/strategic-framework/documents/pimlico-full-report_en.pdf

Hagen, Stephen (2011b), *The Language Guide for European Business – Successful communication in your international trade,* EU-kommissionen, link

Hansen, Lisbeth Verstraete (2008), *Hvad skal vi med sprog? – Holdninger til fremmedsprog i danske virksomheder i et uddannelsespolitisk perspektiv*, CBS Research Portal, link: https://research.cbs.dk/en/publications/hvad-skal-vi-med-sprog-holdninger-til-fremmedsprog-i-danske-virks-2

Haarder, Mikkel, Dansk Industri (2024), opslag på LinkedIn

Højbjerre Brauer Schulz (2016), *Analyse af efterspørgslen efter sproglige kompetencer*, link: https://hbseconomics.com/wp-content/uploads/2017/09/Eftersp%C3%B8rgslen-efter-sproglige-kompetencer.pdf

IRIS Group (2023), *Analyse af megatrends og deres betydning for danske SMV'er*, København: IRIS Group, link

Lassen, Jens (2022), *Eksportvirksomhedernes salgspraksis*, Kolding: IBA Erhvervsakademi Kolding, link: https://www.eaviden.dk/wp-content/uploads/2022/05/Whitepaper_Eksportvirksomhedernes-salgspraksis.pdf

Lyngvig, Jytte (2021), *Gevinster ved fremmedsprog som tillægskompetence - Positive effekter for arbejdsliv og karriere set fra et medarbejderperspektiv*, NCFF, link: https://viden.ncff.dk/ncff/gevinster-for-fremmedsprog-som-tillaegskompetence-faellesrapport-positive-effekter-for-arbejdsliv-og-karriere-set-fra-et-medarbejderperspektiv

Lønsmann, Dorte m.fl. (2024), *Engelsk i Danmark. What's the story?,* Aarhus: Aarhus Universitetsforlag.

Mettewie, Laurence (2006), *Entreprises bruxelloises et langues étrangères*. Liège, TIBEM.l

OECD (2023), *OECD Social, Employment and Working No. 294 – The demand for language skills in the European labour market: Evidence from online job vacancies*. Link: https://www.oecd.org/en/publications/the-demand-for-language-skills-in-the-european-labour-market_e1a5abe0-en.html

OECD (2024), *OECD Economics Surveys – Denmark 2024,* link: https://www.oecd.org/en/topics/sub-issues/economic-surveys/denmark-economic-snapshot.html

Regeringen (2006), *Fremgang, Fornyelse og Tryghed - Strategi for Danmark i den globale økonomi*, Albertslund: Schulz Information.

Regeringen (2016), Regeringens strategi for Tyskland, link: https://www.regeringen.dk/media/1328/tysklandsstrategi.pdf

Regeringen (2017), *Strategi for styrkelse af fremmedsprog i uddannelsessystemet*, Undervisningsministeriet og Uddannelses- og Forskningsministeriet, link: https://ufm.dk/publikationer/2017/strategi-for-styrkelse-af-fremmedsprog-i-uddannelsessystemet

Regeringen (2024), Afrikas århundrede. Strategi for et styrket dansk engagement med de afrikanske lande, link: https://um.dk/udenrigspolitik/aktuelle-emner/afrikas-aarhundrede

Tange, H., & Lauring, J. (2009). Language management and social interaction within the multilingual workplace. *Journal of Communication Management*, 13(3), 218-232.

Tibrewal, Ankita (2021), *Role of Languages in International Performance for UK SMEs (LO-C 30)*, Aston University, Aston Business School, link: https://publications.aston.ac.uk/id/eprint/42309/1/LO_C_30Report_2021.pdf

Udenrigsministeriet (2021), *Eksportstatistik for danske SMV'er*, link: https://um.dk/udenrigspolitik/udenrigsoekonomi/statistik-smv

Virksomhedsforum for globale risici (2024*), Danmark: En vinder i en ny verden*. Link: https://www.em.dk/Media/638532698899384482/Danmark_En%20vinder%20i%20en%20ny%20verden.pdf