

Ohne Englisch läuft im Geschäftsleben (fast) nichts mehr

Sprachenkenntnisse öffnen neue Türen

Gute Sprachenkenntnisse beeinflussen nicht nur soziale Interaktionen zwischen Menschen, sondern auch die Ergebnisse eines Unternehmens. Das Beherrschen einer gemeinsamen Sprache ist für den internationalen Vertrieb, für die Innovation und das Kommunizieren zwischen Teams rund um den Globus ausschlaggebend. Die Sprache fördert zudem ein erfolgreiches Exportgeschäft.

Die Sprachfähigkeit ist ein Faktor im Wirtschaftsleben, der zunehmend als wichtig erkannt wird. Diverse Studien zeigen: Unternehmen und Länder, die die gleiche Sprache sprechen, verhandeln eher miteinander. Indien zum Beispiel hat seine Englischkenntnisse verwendet, um ein Multimilliarden-Exportgeschäft aufzubauen. Die Europäische Union hat die Wichtigkeit einer gemeinsamen Sprache erkannt, um länderübergreifendes E-Commerce zu erweitern.

Verstehen Sie mich?

Damit ein Unternehmen erfolgreich exportiert, muss es sich verkaufen und das geschieht über ansprechende und fesselnd formulierte Verkaufsbotschaften. Es tritt mit Kunden in Kontakt und baut Lieferantenbeziehungen auf. Bei allen diesen Geschäftstätigkeiten spielen das Miteinander sprechen und das Verstehen des Gegenübers eine massgebliche Rolle, ob ein Geschäft zustande kommt oder nicht. Was bedeutet die Sprache für die Rentabi-



Fremdsprachen lernen lohnt sich. Nach einer neuen Studie vom Bildungsanbieter EF lassen sich mit guten Englischkenntnissen messbar bessere Ergebnisse im Exportgeschäft erzielen.

lität eines Unternehmens? Genau dieser Frage ist EF Education First (EF), der weltweit grösste Anbieter für internationale Bildungsprogramme, nachgegangen und wollte wissen, welche finanzielle Tragweite gute Englischkenntnisse in einem Unternehmen in der Wahrnehmung seiner Kunden haben.

Es wurden im vergangenen Jahr 510 Führungskräfte bzw. Manager von internatio-

naln Firmen mit mehr als 1000 Mitarbeitern befragt. Die Resultate dieser Studie «The English Margin» zeigen, dass sich gute Englischkenntnisse mit einem finanziellen Wert beziffern lassen und welche messbaren Ergebnisse sich daraus ableiten lassen.

Erträge: Englisch steigert die Umsatzerträge. Beachtliche 88 Prozent der Manager und Führungskräfte grosser internationa-

ler Unternehmen würden durchschnittlich 16 Prozent mehr für ein Produkt oder eine Dienstleistung von einem Anbieter mit erstklassigen Englischkenntnissen bezahlen.

Rendite: Mitarbeiter mit ausgezeichneten Englischkenntnissen sind für ein Unternehmen extrem wertvoll. Ein fließend Englisch sprechender Mitarbeiter trägt schätzungsweise zusätzliche 128 000 USD zum Geschäft bei – indem er mehr absetzt sowie Zeit und damit Kosten einspart.

Internationaler Umsatz: Die Vermutung, dass Englisch ausschlaggebend für den internationalen Vertrieb ist, hat sich bestätigt. 60 Prozent der Befragten gaben an, dass ihnen aufgrund mangelnder Sprachkenntnisse Geschäftschancen entgangen seien.

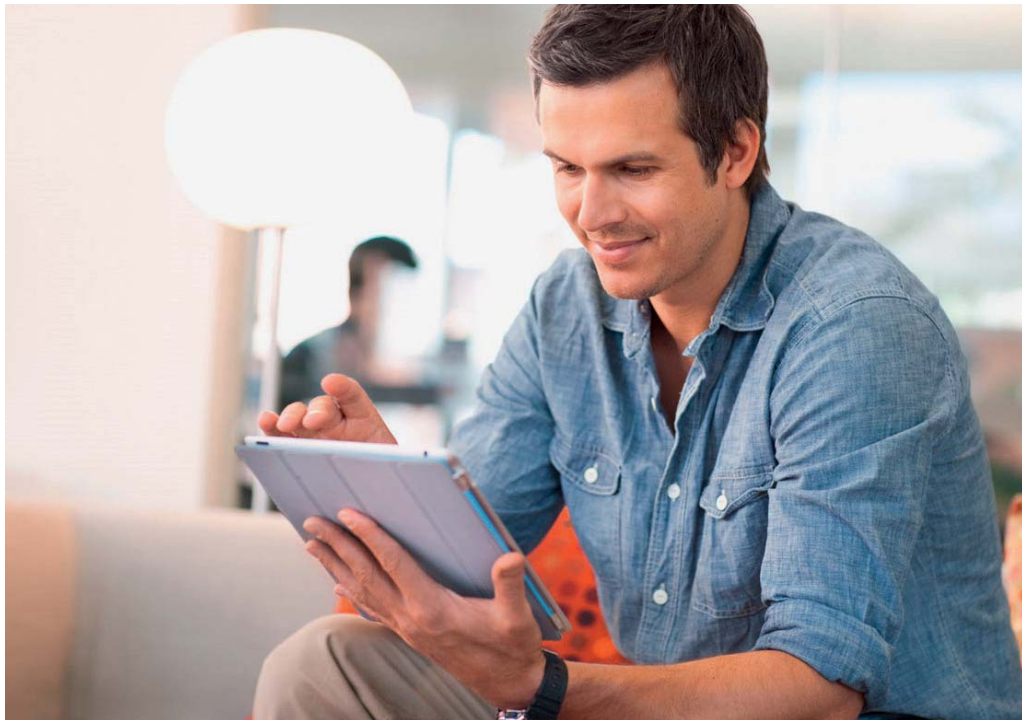
Lieferantenbeziehungen: Englisch beeinflusst, wie ein Unternehmen als internationaler Lieferant wahrgenommen wird. Für vier von fünf Unternehmen würde ein Zulieferer mit schlechten englischen Sprachkenntnissen unter Umständen ausscheiden. 35 Prozent der Befragten halten Organisationen ohne ein gutes sprachliches Vermögen für «unprofessionell».

Wachstum: «The English Margin» legt nahe, dass bessere Englischkenntnisse über einen Zeitraum von fünf Jahren zu einem Geschäftswachstum von 31 Prozent beitragen können. Englischkenntnisse steigern den Wert der Produkte und Dienstleistungen. Die Investition in Sprachen lohnt sich, denn sie unterstützt die internationale Expansion, den Zugang zu neuen Kunden und ein professionelles Image – alles Bereiche, die mit dem Wachstum zusammenhängen. Gerade in Zeiten der Frankenstärke, des damit einhergehenden Margendrucks und unsicherer Zukunftsaussichten für Schweizer Exportfirmen kann mit Sprachkenntnissen diesen Negativeffekten entgegengewirkt werden.

Gemeinsame Sprache fördert Kommunikation

Erst in den vergangenen zwei Jahrzehnten hat man begonnen, mit geografisch verstreuten und kulturell diversen Kollegen zusammenzuarbeiten. Teams, die über grosse Distanzen, Zeitzonen und Kulturen hinweg zusammenarbeiten, stehen im Vergleich zu «traditionellen» Teams anderen Herausforderungen gegenüber. Solche globale, virtuelle Teams brauchen eine andere Managementstrategie sowie Werkzeuge, um

Bilder: EF



Gute Sprachkenntnisse sind in virtuellen internationalen Teams wichtige Werkzeuge, um effektiv kommunizieren zu können.

effektiv kommunizieren zu können. Eine einschlägige Untersuchung zeigt, dass die unzulänglichen Kenntnisse von Feinheiten einer gemeinsamen Sprache nebst den Zeitzonendifferenzen und mangelndem kulturellem Verständnis das häufigste Hindernis auf dem Weg zum Erfolg sind.

Sprache ist ein Treiber von Innovationen

In den letzten Jahren ist es mit zunehmender Internationalisierung, Globalisierung, der Eroberung neuer Märkte und der Lancierung neuer Produkte sowie dem raschen Technologiewandel für den Erfolg von Unternehmen immer wichtiger geworden, sich rasch, flexibel und in kreativer Weise den Veränderungen anpassen zu können. Unternehmen streben danach, sich für mehr Innovation besser aufzustellen, wie die Studie «The Innovative Company: How Multinationals Unleash their Creative Potential» der Economist Intelligence Unit zeigt.

Auf vielfältige Arten bemühen sich Unternehmen, Innovation zu fördern, indem sie Mitarbeitende motivieren, Ideen zu generieren, Fehler teilweise erlaubt sind und die Kommunikationsschwellen, die intern zwischen Teams bestehen, überwunden werden. Damit Ideen ausgetauscht werden, braucht es Vertrauen untereinander, offene,

teamübergreifende Kommunikation und Zusammenarbeit. Es braucht den Mut, Fragen zu stellen, die Fähigkeit zuzuhören und sich auszudrücken, Ideen herauszufordern. Stellen Sie sich vor, Sie können die Sprache nicht und Sie sollen vor anderen Leuten, die Sie kaum kennen, Ihre Ideen präsentieren? Feedback geben? Argumentieren? Gemäss der Studie fühlen sich die meisten wohl in der Kommunikation mit Gleichgesinnten und Kollegen aus dem Team, die die gleiche Sprache sprechen.

Die Hälfte sagt, es fällt ihnen schwer, Ideen auszutauschen mit Kollegen aus anderen Ländern. Investition in die Kommunikation bedeutet Investition in die Sprache, erst recht wenn Kulturen aus der ganzen Welt unter dem gleichen Firmendach arbeiten. Diese Zusammenarbeit über mehrere Länder, über diverse Kulturen hinweg fördert innovative Ideen, sagen fast 90 Prozent der Unternehmen. Das kann aber nur auf der Basis einer gemeinsamen Sprache geschehen.

Unter dem Strich bleibt folgende Erkenntnis: Eine Investition in die Englischkenntnisse der Mitarbeiter ist zentral für Innovation, Effizienz und Image eines Unternehmens und sollte ein wichtiger Teil der Wachstumsstrategie und der Unternehmenskultur sein.

pr/red