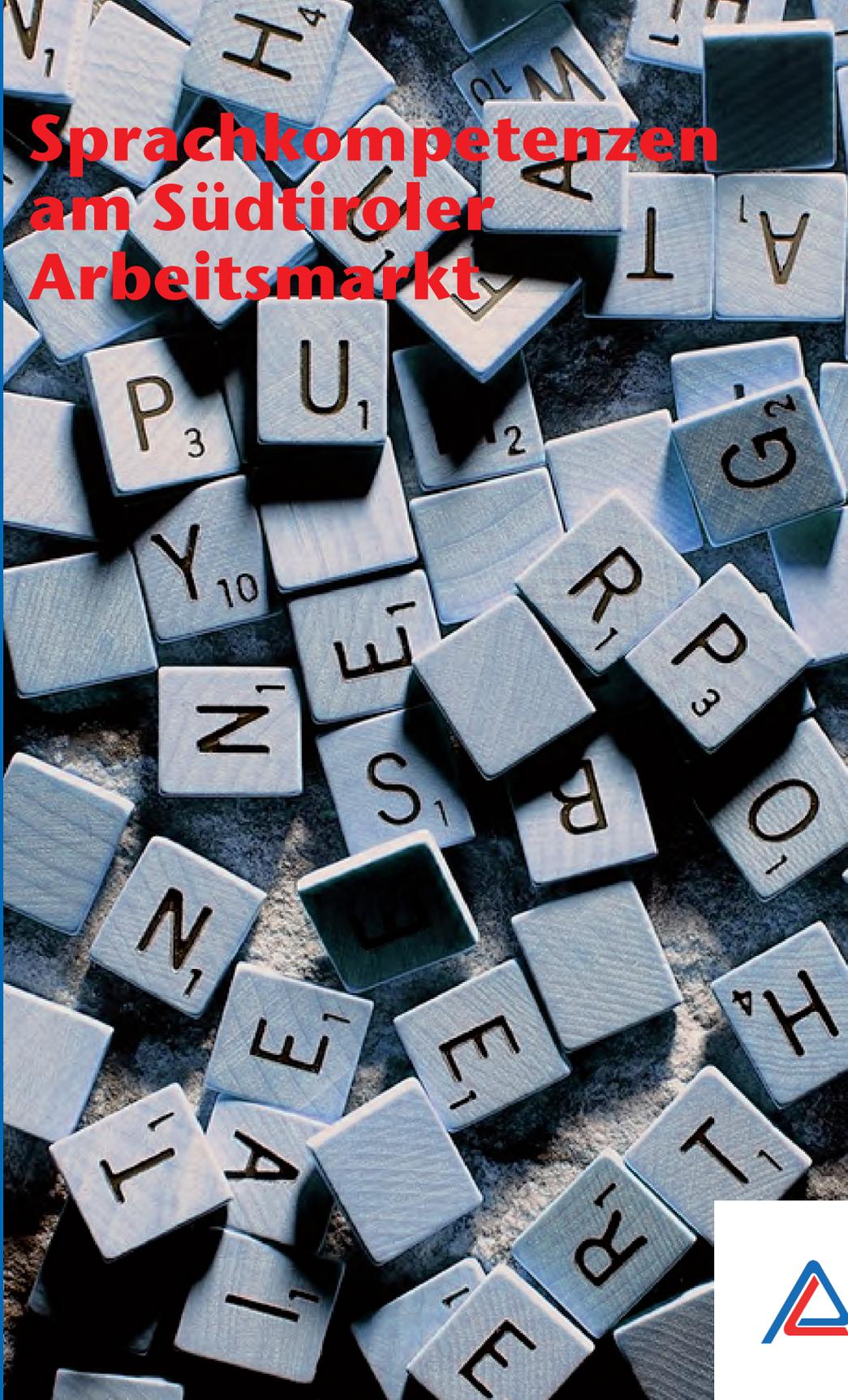


# Sprachkompetenzen am Südtiroler Arbeitsmarkt



# Sprachkompetenzen am Südtiroler Arbeitsmarkt

**Auswirkungen von Sprachkompetenzen auf die  
Arbeitsmarktchancen der Arbeitnehmer/innen in  
Südtirol sowie auf die Wettbewerbsfähigkeit der  
Unternehmen**

**Ergebnisse und Kommentare zu einer empirischen  
Untersuchung**

**Beiträge von:  
Helmuth Pörnbacher, Iris Maria Vinatzer,  
Karl Gudauner**

**Kommentare von:  
Siegfried Baur, Massimo Loi, Aldo Mazza**

**Bozen, November 2009**



AUTONOME PROVINZ  
BOZEN - SÜDTIROL



Abteilung 19 - Arbeit

PROVINCIA AUTONOMA  
DI BOLZANO - ALTO ADIGE

Ripartizione 19 - Lavoro



**ab**  
EDIZIONI  
ALPHA BETA  
VERLAG

Diese Publikation ist nicht im Handel erhältlich. Freixemplare erhalten Sie bei:

- Abteilung Arbeit der Autonomen Provinz Bozen – Südtirol
- AFI-IPL Arbeitsförderungsinstitut
- Edizioni alpha beta Verlag

Herausgeberin:

Autonome Provinz Bozen-Südtirol, Abteilung Arbeit (2009):

Der Stellenwert von Sprachkompetenzen am Südtiroler Arbeitsmarkt. Auswirkungen von Sprachkompetenzen auf die Arbeitsmarktchancen der Arbeitnehmer/innen in Südtirol sowie auf die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen – Ergebnisse und Kommentare zu einer empirischen Untersuchung.

© 2009 by Edizioni alpha beta Verlag, Meran/Merano – [www.alphabeta.it](http://www.alphabeta.it)

Alle Rechte vorbehalten

*Satz:* A&D

*Druck:* Cierre Grafica, Caselle di Sommacampagna (VR)

ISBN 978-88-7223-123-4

# Inhalt

Abstract .....	5
1. Geleitwort .....	7
2. Ausgangslage	
2.1 Rahmenbedingungen für den Spracherwerb in der Produktionswelt ..	9
3. Die Untersuchung	
3.1 Zielsetzung, Methodik, Durchführung .....	15
3.2 Sprachkompetenzen im komplexen Wirkungsgefüge von Betrieben .....	21
3.3 Sprachenlernen am Arbeitsplatz: Zwang, Chance oder Recht? .....	23
3.4 Sprachkompetenzen als Wettbewerbsfaktor für Südtirols Betriebe .....	35
3.5 Gewichtung der Sprachkompetenz bei Stellenausschreibungen .....	43
3.6 Bibliografie .....	46
4. Kommentare .....	47
4.1 Sprachkompetenzen in Südtirol: Deutung der Ergebnisse in Anbetracht der Humankapitaltheorie .....	49
4.2 Sprachenlernen und Kompetenzen in einem mehrsprachigen europäischen Gebiet .....	59
4.3 Entwicklung der Sprachkompetenzen in den Unternehmen einer mehrsprachigen Region .....	69
5. Schlussbetrachtung .....	79
6. Autoren .....	83



## Abstract

Diese Studie stellt die Frage nach dem Stellenwert der Sprachkenntnisse in den Südtiroler Unternehmen. Dazu wurden eine Befragung von 84 Unternehmen und 490 Mitarbeitern im Tourismus, im verarbeitenden Gewerbe und im Handel, sowie vier ausführliche Fallstudien durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, dass die interne Kommunikation in Südtirols Betrieben vielfältiger geworden ist, es aber immer noch einsprachige Realitäten gibt. Den MitarbeiterInnen fällt es generell leichter, sich am Arbeitsplatz Italienischkenntnisse anzueignen als Deutsch zu lernen. Dies gilt für das Management genauso wie für andere Berufsprofile mit häufigem Kundenkontakt. BewerberInnen, die keine ausreichenden Sprachkenntnisse aufweisen, werden nicht selten bei der Besetzung offener Stellen nicht berücksichtigt. Je öfter sich Unternehmen über den lokalen Markt hinaus orientieren, desto mehr gewinnen Sprachkenntnisse an Bedeutung und besteht die Bereitschaft, die MitarbeiterInnen darin zu unterstützen, diese auszubauen. Den MitarbeiterInnen ist die Bedeutung der Sprachkenntnisse für ihre Beschäftigungsfähigkeit bewusst, weshalb sie an deren Verbesserung interessiert sind. Englisch ist jene europäische Fremdsprache, die im Bewusstsein der Unternehmen und der MitarbeiterInnen als lingua franca für die Abwicklung der Geschäftsbeziehungen fest verankert ist. Die sprachliche Segmentierung im Freizeitverhalten und in den sozialen Beziehungen trägt, wie die Studie hinsichtlich der MitarbeiterInnen bestätigt, dazu bei, dass die Chancen eines mehrsprachigen Gebietes zur Herstellung eines lebendigen Kontakts zur Zweitsprache nicht genutzt werden. Um die Mehrsprachigkeit in einen konkreten Wettbewerbsvorteil umzumünzen, sind somit zusätzliche Anstrengungen im Bereich der Schule, der Unternehmen und des lebenslangen Lernens erforderlich.



# 1. Geleitwort

Barbara Repetto Visentini, *Landesrätin für Arbeit*

Im Rahmen der vorliegenden Studie wurden Unternehmen und Arbeitnehmer/innen erstmals zum Sprachgebrauch am Arbeitsplatz, zum Stellenwert der Sprachkenntnisse auf dem Arbeitsplatz und generell am Arbeitsmarkt befragt. Daraus ergibt sich ein realitätsnahes Bild zum Sprachgebrauch in der heutigen Arbeitswelt in Südtirol. Die historisch bedingte Segmentierung der Produktions- und Dienstleistungsunternehmen nach Sprachgruppen wurde im öffentlichen Bereich durch die Einführung des Proporz aufgeweicht. In der Privatwirtschaft hat die fortschreitende gegenseitige Durchdringung der Märkte, insbesondere aufgrund der Impulse durch den Abbau der innereuropäischen Grenzen sowie der zunehmenden Globalisierung, denselben Effekt bewirkt.

Die Verbindung zwischen Sprache und kultureller Identität bleibt in Südtirol im Zeitraum der Ausbildungspflicht bzw. bis zur Matura sehr markant. Durch den Ausbau des Zweitsprachen- bzw. des Fremdspracherwerbs wird jedoch zugleich der instrumentelle Charakter der Sprachkenntnisse für den Arbeitsmarkt, für die Mobilität und die Auseinandersetzung mit neuen Kulturen unterstrichen, also das Kennenlernen anderer Kulturen als Bereicherung hervorgehoben.

Im Arbeitsleben in einer mehrsprachigen Region sind neben den fachlichen Qualifikationsanforderungen Sprachkenntnisse ganz klar *der* Schlüssel für die Sicherung und die Verbesserung der Beschäftigungsfähigkeit: Identitätsfaktoren sind für den Sprachgebrauch in der Arbeitswelt immer weniger bestimmend. Der Absatzmarkt bzw. die Kunden/innen werden zum vorrangigen Faktor für die Bewertung der Notwendigkeit und des Nutzens von Sprachkenntnissen und verringern somit für einen grundlegenden Aspekt der Kommunikation die politische Überfrachtung, die bisher auf beiden Seiten einer der wesentlichen Gründe für die Widerstände gegen die Aneignung der Zweitsprache war. Die wachsende Bedeutung der englischen Sprache als *lingua franca* in den Geschäftsbeziehungen trägt dazu bei, den Bezug zum Sprachenlernen zu entkrampfen.

Den Ausgangspunkt der vorliegenden Untersuchung bildet eine Initiative der Abteilung Arbeit der Autonomen Provinz Bozen, welche eine wissenschaftliche Untersuchung zu den Auswirkungen von sprachlichen Kompetenzen auf die Arbeitsmarktchancen der Arbeitnehmer/innen und auf die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen in Südtirol angeregt hat. Die Studie wurde vom Arbeitsförderungsinstitut AFI-IPL unter Mitwirkung einer Expertengruppe verwirklicht, die sich aus MitarbeiterInnen des AFI-IPL, von *alpha&beta* und *apollis* sowie aus dem Sprachwissenschaftler Siegfried Baur und dem Bildungsökonom Massimo Loi zusammensetzt.

Ich bin der Auffassung, dass die Zweisprachigkeit für Südtirol einen wirklichen Reichtum und damit einen spezifischen Mehrwert des Standortes darstellt. Es dürfen keine Anstrengungen gescheut werden, damit die gesamte Bevölkerung die andere Sprache verstehen und sich in ihr ausdrücken kann. Auf diese Weise werden alle Bürgerinnen und Bürger in die Lage versetzt, sich in der Arbeitswelt ohne Hürden und Einschränkungen zu bewegen.



## 2. Ausgangslage

### 2.1 Rahmenbedingungen für den Spracherwerb in der Produktionswelt

Karl Gudauner, *AFI-IPL*

Zentrales Anliegen der vorliegenden Studie ist es, das in Südtirol politisch sensible Thema der Sprachkenntnisse aus der Perspektive des Produktionssystems und des Arbeitsmarktes zu beleuchten. Die herausragende Bedeutung der Fremdsprachkenntnisse und der Mehrsprachigkeit für die Wissensgesellschaft wird im Rahmen der Lissabonstrategie der EU und im Zuge der immer engeren internationalen Vernetzung der Produktions- und Arbeitswelt allgemein herausgestrichen. Um zu sondieren, inwiefern diese Marktanforderungen auch in Südtirol ins Bewusstsein der Unternehmen und der Arbeitnehmer/innen gedrungen sind, wurden im Rahmen einer explorativen Untersuchung Unternehmen und Mitarbeiter/innen aus verschiedenen Sektoren dazu befragt, welche Sprachen in der Produktionswelt vorzugsweise verwendet werden bzw. besonders gefragt sind, welche Rolle die Sprachkenntnisse für die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen und die Beschäftigungsfähigkeit der Arbeitnehmer/innen spielen und welche Rolle die Unternehmen in Bezug auf den Spracherwerb einnehmen bzw. welche Einstellung zu den Sprachkenntnissen als Wettbewerbsfaktor auf dem Arbeitsmarkt vorherrscht.

In diesem Beitrag wird auf die strategischen Weichenstellungen der EU-Beschäftigungs- und Bildungspolitik in Bezug auf den Erwerb und Verbesserung der Sprachkenntnisse eingegangen und aufgezeigt, dass das Sprachenlernen im Laufe der Jahre Gegenstand zahlreicher Maßnahmen (u. a. der lokalen Gesetzgebung) war, die darauf abzielten, vor allem die jungen Menschen mit dem nötigen Rüstzeug auszustatten, damit sie sich in einer mehrsprachigen Arbeitswelt zurechtfinden.

#### **Sprachkenntnisse in der Wissensgesellschaft unverzichtbar**

Dem Stellenwert der Sprachkenntnisse in der modernen Wissensgesellschaft sind auf wissenschaftlicher Ebene<sup>1</sup> zahlreiche Studien gewidmet worden, die sich v.a. mit den didaktischen Aspekten auseinander gesetzt haben. Dabei hat sich herausgestellt, dass zu einem Erfolg bei der Aneignung von Fremdsprachen wesentlich beiträgt, wenn diese bereits in der schulischen Grundstufe bzw. im Vorschulalter vermittelt werden. Ein mehrsprachiges Umfeld ist in der Regel auch für den Spracherwerb förderlich. Südtirol ist ein mehrsprachiges Land, das allerdings einige Besonderheiten aufweist, auf die im Folgenden noch eingegangen wird. Angesichts der spezifischen historisch gewachsenen Situation erscheint es umso wichtiger, zunächst die arbeitsmarktpolitischen und strategischen Ziele und Weichenstellungen auf europäischer Ebene einzublenden, die den

---

<sup>1</sup> Vgl. dazu den Beitrag von Siegfried Baur auf Seite 59, Kaptiel 4.2, und die dort angeführte Literatur.

Rahmen für die Entwicklung in den europäischen Staaten und Regionen umreißen. Damit wird das Thema des Spracherwerbs aus einer zu stark auf die lokalen Befindlichkeiten bezogenen Perspektive herausgelöst und in einen umfassenderen Rahmen gestellt, der für die Entwicklung der arbeitsmarkt- und der bildungspolitischen Ziele in Südtirol jedenfalls von großer Bedeutung ist.

## **EU setzt auf die Förderung von Sprachkompetenzen und Sprachenvielfalt**

Aufgrund des Abbaus der innereuropäischen Grenzen und der zunehmenden internationalen Verflechtung der Wirtschaft erhielt das Thema Sprachkenntnisse für die Entwicklungsstrategien der EU im Rahmen des Lissabon-Gipfels und in der Folge auch innerhalb der Leitlinien der europäischen Bildungs- und Beschäftigungspolitik eine zunehmende Bedeutung. So wurde die Verbesserung der Sprachkenntnisse zu einem der Ziele der Beschäftigungspolitik der Europäischen Union. Bereits 2002 einigten sich die Staats- und Regierungschefs auf dem Gipfel in Barcelona darauf, durch den Fremdsprachenunterricht vom jüngsten Kindesalter an geeignete Weichenstellungen für die allgemeine Verbesserung der Sprachkenntnisse in Europa vorzunehmen. Im Zielkatalog des Arbeitsprogramms „Allgemeine und berufliche Bildung 2010“, das 2002 zur Umsetzung der Ziele des Gipfels von Lissabon erstellt worden ist, wird die Verbesserung der Fremdsprachenkenntnisse ebenfalls angestrebt.

2003 ist ein „Aktionsplan zur Förderung des Sprachenlernens und der Sprachenvielfalt 2004-2006“<sup>2</sup> mit dem Ziel verabschiedet worden, allen Bürger/innen die Vorteile des Erwerbs von Sprachkenntnissen zu erschließen, den Erwerb von Fremdsprachenkenntnissen im Rahmen der Ausbildung zu verbessern und insgesamt ein Umfeld zu schaffen, das die Sprachenvielfalt als Charakteristik des geeinten Europa anerkennt und als Brücke für dessen Integration begreift. Die Förderung der Mehrsprachigkeit ist, wie die Einrichtung eines eigenen Ressorts innerhalb der europäischen Kommission belegt, ein zentrales Anliegen der EU. In der Empfehlung des Europäischen Rates und des Parlaments von 2006 wird die Beherrschung von Fremdsprachen eine der acht Schlüsselkompetenzen für das lebenslange Lernen angeführt.

## **Mehrsprachigkeit als Kernkompetenz für das lebenslange Lernen**

Der Bericht der Europäischen Kommission aus dem Jahre 2007<sup>3</sup>, der die Ergebnisse der Umsetzung des Aktionsplans 2004-2006 zusammenfasst, unterstreicht die Fortschritte der europäischen Länder in Bezug auf die angeführten Maßnahmen. Hervorgehoben wird auch, dass der Erwerb von Sprachkenntnissen und insgesamt die Mehrsprachigkeit in den politischen Agenden der einzelnen Staaten nach oben gereicht worden ist. Die Richtschnur des Gipfels von Barcelona „Muttersprache plus 2“ fand in den Förderungsprogrammen der einzelnen Staaten ihren Niederschlag. Wie es in dem Bericht heißt, hat sich offensichtlich ein Grundkonsens darüber gefestigt, dass die Beherrschung von mehreren Sprachen eine Kernkompetenz für das lebenslange Lernen darstellt, dass mit

---

<sup>2</sup> <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2003:0449:FIN:DE:PDF>

<sup>3</sup> [http://ec.europa.eu/education/policies/lang/doc/com554\\_de.pdf](http://ec.europa.eu/education/policies/lang/doc/com554_de.pdf)

dem Erwerb von Fremdsprachen in der Pflichtschule begonnen werden muss und dass die Qualität des Fremdsprachenunterrichts von großer Bedeutung ist. In den einzelnen Ländern der EU fanden die Anstrengungen im Bereich des Sprachenunterrichtes eine unterschiedliche Ausprägung.

Wichtige und zum Teil innovative Ansätze bestehen etwa in dem Beginn mit dem Sprachenlernen bereits in den Vorschulstufen, in der Einführung des Systems CLIL<sup>4</sup>, also im Fachunterricht in der Fremdsprache (wobei die Vermittlung von Fachwissen und Sprachkenntnissen gleichwertig behandelt wird), sodann im Ausbau des Fremdsprachenangebots in der Oberstufe und in Investitionen in die Ausbildung der Sprachlehrer/innen. Neben verschiedenen Veranstaltungen dienten auf EU-Ebene vor allem die Programme Sokrates und Leonardo mit einer jährlichen Förderungssumme von 50 Millionen Euro der Förderung des Spracherwerbs und entsprechender Ausbildungsprojekte. Eine eigene Studie ist den interkulturellen Fähigkeiten auf den einzelnen Ebenen der allgemeinen und beruflichen Bildung gewidmet worden, womit zu den Aspekten der tagtäglichen Begegnung von unterschiedlichen Kulturen relevante Anregungen erarbeitet werden konnten.

Der italienische Bericht<sup>5</sup> hebt hervor, dass der Unterricht einer Fremdsprache ab dem ersten Grundschuljahr verpflichtend eingeführt worden ist und die Schulen im Rahmen ihrer Verwaltungsautonomie die Einführung einer zweiten Fremdsprache beschließen können. In den Mittelschulen sind zwei EU-Fremdsprachen Pflicht und in den Oberschulen wird üblicherweise eine Fremdsprache angeboten. In den universitären Curricula ist eine Fremdsprache verpflichtend vorgesehen und an 60 Prozent der italienischen Universitäten werden Fächer in einer Fremdsprache unterrichtet. Im Bereich der Erwachsenenbildung werden Fremdsprachenkenntnisse über die *Centri Territoriali Permanenti* vermittelt.

## Zahlreiche Weichenstellungen in der Südtiroler Bildungswelt

Auf lokaler Ebene bilden das Autonomiestatut (Art. 19) und die entsprechenden Durchführungsbestimmungen (D.P.R. Nr.89 vom 10. Februar 1983) eine wichtige Grundlage für die Unterrichtssprache in den Kindergärten und Schulen, die auch Auswirkungen auf die Möglichkeiten des Zweitsprachenunterrichts hat. Dem Erwerb von zusätzlichen Sprachkenntnissen zur Muttersprache wird im Rahmen der schulischen bzw. beruflichen Ausbildung etwa seit den 90er Jahren vermehrte Aufmerksamkeit geschenkt. So wurde im Rahmen von Schulversuchen an den italienischen Schulen der Sprachunterricht in Deutsch bereits Ende der 80er Jahre eingeführt. Seit 1994 ist er offizieller Bestandteil der Lehrpläne (6 Wochenstunden). Englisch ab der 1. Klasse der Grundschule wurde an den italienischen Schulen ab dem Schuljahr 2005/2006 eingeführt. In den deutschen Schulen wird Italienisch ab der ersten Grundschulklasse seit dem Schuljahr 2003/2004 unterrichtet (1-2 Wochenstunden), Englisch seit dem Schuljahr 2005/2006 ab der vierten Klasse der Grundschule. Dazu kommt, dass einzelne italienische und deutsche Schulen ihren Schwerpunkt auf (neu-)sprachliche Fachrichtungen verlagert haben, um sich ein neues Profil zu geben, das der wachsenden Nachfrage nach Sprachkenntnissen ge-

---

<sup>4</sup> Content and Language Integrated Learning

<sup>5</sup> [http://ec.europa.eu/education/policies/lang/policy/report/italy\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/education/policies/lang/policy/report/italy_en.pdf)

recht wird. Für die deutschsprachigen Kindergärten und Schulen in Südtirol beinhaltet das Sprachenkonzept (erstmalig 2003 veröffentlicht, 2007 überarbeitet) die Grundsätze zum Sprachenlernen. Eine zusätzliche Antriebswirkung auf das Vorziehen des Sprachunterrichts kam von der italienischen Schulreform, die den Namen der vormaligen Ministerin Letizia Moratti trägt. Die Lehrpläne für den Deutsch- und Italienischunterricht an den deutschen Berufsschulen sind zu Beginn der 90er Jahre überarbeitet worden. Im Bereich der italienischen Berufsschulen sind innovative Ansätze wie das Co-Teaching in den Werkstätten und die Betriebspraktika in Deutschland sowie generell das Bemühen um die Schaffung von Begegnungsmöglichkeiten für das Eintauchen in die jeweils andere Sprach- und Kulturwelt erwähnenswert.

Bedeutungsvolle Weichenstellungen waren auch die spezifischen Landesförderungen, die für den Erwerb der Zweitsprache bzw. für den Erwerb von anderen Sprachen bzw. für damit zusammenhängende Maßnahmen (Veranstaltungen, Veröffentlichungen, Förderung von Bildungseinrichtungen) mit LG Nr. 5 vom 13. März 1987 eingeführt worden sind. Die Gründung der dreisprachigen Freien Universität Bozen war eine ebenso zukunftsweisende Entscheidung wie der mehrsprachige Aufbau der Lehrgänge der Landesfachhochschule für Gesundheitsberufe Claudiana. Aktuell zeigen die immer wieder aufflammenden Diskussionen zum Zweitsprachenunterricht und zu den mehrsprachigen (europäischen) Schulmodellen das lebhafteste Interesse am Spracherwerb bzw. weisen darauf hin, dass der Arbeitsmarkt diesbezüglichen Qualifikationsbedarf signalisiert.

Die Besonderheit Südtirols besteht darin, dass politische Entwicklungen und insbesondere die im vergangenen Jahrhundert erfolgten nationalistischen Übergriffe dessen gesellschaftliche und kulturelle Entwicklung verzerrt haben. Die daraus entstandene heutige Lage wäre eine an und für sich bereichernde Konstellation, nämlich das Zusammenwirken mehrerer sprachlicher und kultureller Identitäten auf einem Territorium, sie wurde und wird jedoch immer wieder emotional stark aufgeladen, sodass die Verteidigung der jeweiligen Identitätsaspekte oft einer möglichen und wünschenswerten Öffnung der gesellschaftlichen Diskussion für die Chancen der sprachübergreifenden und kulturübergreifenden Begegnung entgegensteht. Somit wurden auch arbeitsmarktspezifische Bedarfssituationen hinsichtlich der Sprachenkenntnisse, die sich konkret als zusätzliche bzw. landesspezifische Beschäftigungsvorteile abzeichneten, von defensiven Denkmustern überlagert und die Entscheidungsfindungen in Bildungsfragen stets stark politisch akzentuiert. Spracherwerb, Sprachenunterricht, Einsprachigkeit und Mehrsprachigkeit stellen somit in Südtirol nicht nur ein Thema struktureller und didaktischer bildungspolitischer Weichenstellungen dar, sondern erhalten jeweils eine eminente politische Valenz.

## **Politisch stark akzentuierte Bildungsdiskussion**

Dies trifft auch auf normative Weichenstellungen zu, die mit dem Ziel eines besseren Schutzes der deutschen und ladinischen Sprachminderheiten in Südtirol in Bezug auf die Stellenbesetzung im öffentlichen Dienst mit D.P.R. Nr. 752 vom 26. Juli 1976 eingeführt worden sind. Die aus Gründen des Minderheitenschutzes eingeführte Verpflichtung der Sprachgruppenzugehörigkeitserklärung und die Vorschrift des Erwerbs eines Zweisprachigkeitsnachweises als Voraussetzungen für den Zugang zu den nach Sprach-

gruppenanteilen definierten öffentlichen Stellen haben die Einstellung der Bevölkerung zum Spracherwerb stark beeinflusst und sind seit deren Einführung stets ein politischer Zankapfel geblieben. Sei es auf gesellschaftlicher wie auf politischer Ebene wurden andererseits zu wenig Möglichkeiten geschaffen, um den Fremdspracherwerb als Bereicherung der Persönlichkeit, als Chance für den interkulturellen Dialog und als zentrales Instrument der Verbesserung der Arbeitsmarktchancen der Südtiolerinnen und Südtioler darzustellen und zu bewerben. Mit dieser auf den Arbeitsmarkt und die Anforderungen der Produktionswelt konzentrierten Studie wird hingegen der Blick für die pragmatischen Ansätze des Spracherwerbs geschärft.

Die Ergebnisse der empirischen Untersuchungen werden in den folgenden Beiträgen auszugsweise vorgestellt. Im Anschluss werden die Erkenntnisse von drei Experten aus unterschiedlichen Perspektiven kommentiert.



### 3. Die Untersuchung

#### 3.1 Zielsetzung, Methodik, Durchführung

Helmuth Pörnbacher, *apollis*

Die Grundlage des vorliegenden Bandes ist eine empirische Untersuchung, die mehrstufig aufgebaut wurde. Zielsetzung, Grundlagen und methodischer Zugang wurden in einem Konzeptpapier niedergelegt (Loi, M., H. Pörnbacher, 2007). Umgesetzt wurde die Arbeit in einem ersten explorativen Teil, der aus einer Vorstudie (Loi, M., 2007) und aus Fallstudien (Vinatzer, I. M., 2007) besteht, und einem stärker hypothesengeleiteten, zweiten Teil, der auf einer standardisierten Erhebung in Betrieben basiert (Pörnbacher, H., 2008; Dal Capello, T., H. Pörnbacher, 2008). Die Ergebnisse aller dieser Untersuchungsteile sind in eigenen Berichten dokumentiert und unter <http://www.provinz.bz.it/arbeit/einsehbar>.

Begleitung	Umsetzung	
Expertengruppe im AFI-IPL	A. Vorstudie	B. Fallstudien
	C. Befragung von Mitarbeitern in Südtiroler Betrieben	

Untersuchungsgegenstand ist der Einfluss von Sprachenkenntnissen zum einen auf die Wettbewerbsfähigkeit von Südtiroler Betrieben, zum anderen auf die Wettbewerbsfähigkeit und die Karrierechancen von Personen am (Südtiroler) Arbeitsmarkt. Dabei wurde der focus auf folgende Themenbereiche gerichtet:

- 1. Globalisierung der Märkte und Sprachenkenntnisse.** Die Globalisierung der Märkte (Absatz- und Arbeitsmärkte) lässt eine zunehmende Wichtigkeit von Sprachkompetenz vermuten. Diesbezüglich stellen sich folgende Fragen:
  - Welche Rolle spielen Sprachkompetenzen der Mitarbeiter/innen im Kontext der Globalisierung der Märkte in Südtirol?
  - Gibt es Betriebe, welche neue Märkte aufgrund fehlender Sprachenkenntnisse nicht bearbeitet können?
- 2. Wettbewerbsfaktor Zweisprachigkeit (Mehrsprachigkeit).** Die häufig wiederholte Meinung, Südtirols Lage an der Schnittstelle zweier Sprachkulturen sei ein wichtiger Wettbewerbsvorteil der lokalen Wirtschaft, soll bewertet werden. In diesem Zusammenhang können folgende Fragen gestellt werden:
  - In welchen Ländern sind die Betriebe tätig, und welche Sprachen werden dabei verwendet?
  - Empfinden Südtirols Betriebe ihre Sprachkompetenzen als eigene Stärke, und – wenn ja – inwieweit gelingt es, dieses Potential auszuschöpfen?

- Welche Implikationen haben mangelhafte Sprachkenntnisse auf die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe?
3. **Sprachkompetenzen am Arbeitsplatz:** Immer wieder hört man die Meinung, dass die (Zweit- und Mehr-) Sprachenkenntnisse in der besonderen Situation Südtirols unzureichend sind und tendenziell sogar abnehmen.
- Wie sieht sie Nutzung von Zweit- und Fremdsprachen am Arbeitsplatz aus?
  - Wie steht es um die Sprachkompetenzen der Beschäftigten in den Betrieben? Gibt es Lücken zwischen Kompetenzen und Anforderungen? Wie kann man sie beschreiben? In welchen Bereichen der betrieblichen Tätigkeit treten etwaige Kompetenzlücken auf?
4. **Zwei(mehr)sprachigkeit am Arbeitsmarkt.** Das Paradigma der zentralen Rolle von Sprachkompetenzen auf dem Südtiroler Arbeitsmarkt soll geprüft und gegebenenfalls verfeinert werden. Wie wirken sich (mangelnde) Sprachkompetenzen am Südtiroler Arbeitsmarkt aus?
- Welche Mechanismen wirken in den Betrieben bei der Einstellung neuer Arbeitskräfte, vor allem bezüglich der Bewertung der Sprachkenntnisse?
  - Welchen Stellenwert messen Arbeitnehmer/innen ihren eigenen Sprachkenntnissen in Hinblick auf ihre Beschäftigungsfähigkeit am Arbeitsmarkt bei?
  - Aus der Sicht der Betriebe: Sind mangelhafte Sprachkenntnisse tatsächlich ein Grund, Arbeitsplätze nicht besetzen zu können?
  - Aus der Sicht der Beschäftigten: sind mangelnde Sprachkenntnisse tatsächlich ein zentraler Grund, schlechtere Karten am Arbeitsmarkt zu haben?
5. **Spracherwerb als Systemleistung.** Die Theorie des Humankapitals beschreibt Sprachkompetenz als generelle Kompetenz, in welche die Betriebe nicht oder ungern investieren. In einem gesättigten Arbeitsmarkt könnte auf der anderen Seite für die Beschäftigten ein wesentlicher Ansporn fehlen, selbst in dieses Kapital zu investieren. In diesem Kontext sind folgende Fragestellungen von Interesse:
- Welche Rolle spielen die Betriebe heute bei der Förderung von Sprachkompetenzen?
  - Was haben die Leute schon bei der Einstellung gekonnt, was haben sie im Betrieb dazugelernt?
  - Wie ist der Stellenwert von Sprachkenntnissen und welches sind Strategien für den Spracherwerb bei den Beschäftigten?

Zielgruppen für diese Untersuchung sind Südtiroler Unternehmen aus ausgewählten Branchen sowie deren Beschäftigte.

Die **Fallstudien** sollten es erlauben, die Forschungsthematik in ihrer Komplexität für vier ausgewählte Betriebe aufzuzeigen. Erstes Ziel dieses Moduls war es, das Untersuchungskonzept auf dem Hintergrund der 4 untersuchten Betriebe zu verifizieren und Inputs für die Fragebogenkonzeption der Betriebsbefragung herauszuarbeiten. Auf der Grundlage eines betrieblichen Organigramms sollten Funktionen unterschieden werden, diesen Funktionen Aufgaben zugewiesen und die Relevanz von Sprachkompetenzen auf die Wettbewerbsfähigkeit von Betrieb und Arbeitnehmer/in diskutiert werden.

Damit entstand eine betriebliche Landkarte, in der Funktionen und Aufgaben verortet sind und anhand der das Thema der Sprachkompetenzen analysiert wurde. Aus dieser Landkarte sollte sich schließlich so etwas wie eine Unternehmensstrategie bezüglich Zwei-/Mehrsprachigkeit ableiten lassen, die entweder tatsächlich strategische Züge trägt oder aber mehr Produkt der Realität des Betriebes ist.

Die Durchführung der **standardisierten Betriebsbefragung** erfolgte mit Hilfe von selbst auszufüllenden Fragebögen. Es kamen zwei Fragebögen zum Einsatz: ein Betriebsfragebogen sowie ein Fragebogen für die Beschäftigten.

Diese standardisierte Betriebsbefragung wollte nicht repräsentative Daten für Südtirols Betriebe erheben, sondern Zusammenhänge herausarbeiten. Deshalb wurden eine Reihe von Branchen aus der Untersuchung ausgeschlossen, weil sie derartige Besonderheiten aufweisen, dass man ihnen mit dem Ansatz nicht gerecht werden kann. Es waren dies die öffentliche Verwaltung, weil sie nicht marktorientiert ist, sowie die Landwirtschaft und das Baugewerbe, weil die Branchen durch hohe Anteile an saisonalen Beschäftigungsverhältnissen sowie hohe Anteile an Beschäftigten mit Migrationshintergrund geprägt sind.

Die Fragestellungen der Untersuchung legten es nahe, die Forschungsfragen mit einem experimentellen Stichprobendesign zu analysieren. Dabei sollten eine Reihe möglicher Einflussfaktoren, die sich durch die Auswahl der untersuchten Betriebe steuern lassen, kontrolliert werden.

### 1) Erstsprache der Beschäftigten

Aus Ergebnissen anderer Untersuchungen (Ceccon et al., 2006) ist bekannt, dass Südtiroler und Südtirolerinnen mit unterschiedlicher Erstsprache eine Reihe von Aspekten, die mit der Zweitsprache bzw. mit Fremdsprachen zusammenhängen, unterschiedlich bewerten.

### 2) Betriebssprache

So wie unter den befragten Beschäftigten Personen mit unterschiedlicher Erstsprache vorhanden sein sollten, wäre es von Vorteil, auch bezüglich der Betriebssprache der untersuchten Betriebe (soweit es eine solche überhaupt gibt), zu streuen. Man kann davon ausgehen, dass die Präsenz von Mitarbeitern/innen unterschiedlicher Erstsprache sowie von Betrieben mit unterschiedlicher Exportorientierung einen Einfluss auf diese Größe hat.

### 3) Ladiner

Für die ladinischsprachige Bevölkerung stellen sich verschiedene Aspekte, die mit dem Gebrauch von Zweit- und Fremdsprache zusammenhängen, anders dar als für Angehörige der zwei zahlenmäßig stärkeren sprachlichen Gruppen.

### 4) Präsenz der Zweitsprache

Laut der Definition von Zweitsprache<sup>1</sup> sollte es aufgrund des mehr oder weniger zweisprachigen Umfeldes unterschiedliche Facetten des Empfindens der Zweitspra-

---

<sup>1</sup> Die Zweitsprache ist im Unterschied zu einer Fremdsprache eine Sprache, die im täglichen Leben verwendet wird. Eine Zweitsprache kann es also nur in einem Kontext geben, in dem andere diese Sprache verwenden.

che geben: von einer gleichberechtigten Erstsprache bis zu einer Fremdsprache. Ersterer Fall trifft z. B. für Mitglieder einer zweisprachigen Familie zu, letzterer Fall könnte zum Beispiel für Personen zutreffen, die in einer rein einsprachigen Gemeinde wohnen und die Möglichkeiten anderssprachiger Medien nicht nutzen.

#### **5) Größe der Betriebe**

Eine Konstante der in einer Vorstudie analysierten, vergleichbaren Untersuchungen ist der Einfluss der Betriebsgröße auf die Nutzung von Fremdsprachen im Betrieb, vor allem auch deshalb, weil größere Betriebe öfter ausländische Märkte bearbeiten.

#### **6) Branche**

Die großen Bereiche der wirtschaftlichen Tätigkeit lassen unterschiedliche Bedürfnisse bezüglich Sprachkompetenz erwarten. Deshalb sollte auch diesbezüglich eine Streuung in der Stichprobe vertreten sein.

Anhand dieser Überlegungen wurde ein Stichprobenplan entwickelt, der bezüglich der sechs beschriebenen Dimensionen streut; dies wurde durch die Auswahl der Betriebe versucht, indem die Gemeinde des Betriebssitzes des Unternehmens, die Betriebsgröße sowie die Branchenzugehörigkeit als Größen verwendet wurden. Aufgrund der recht niedrigen beruflichen Mobilität der Beschäftigten kann man annehmen, dass Punkt 1 bis 4 durch gezielte Auswahl der Betriebe in Gemeinden mit unterschiedlicher Stärke der drei Sprachgruppen gesteuert werden kann. Punkt 5 wurde über die Angaben zu den Beschäftigtenzahlen, Punkt 6 über die Branchenzugehörigkeit gesteuert, wobei verarbeitendes Gewerbe, Handel, Gastronomie und Hotellerie sowie andere Dienstleistungen als relevante Gruppen auseinander gehalten wurden. Als Grundlage wurde das Firmenregister der Handelskammer herangezogen. Zusammenfassend: Die Betriebe des Handelsregisters wurden in ein Raster eingeteilt, das sich aus der Branchenzuordnung, der Betriebsgröße und der Gemeinde des Betriebssitzes ergibt. In den Zellen dieses Rasters wurden dann Betriebe zufällig gezogen (Details zu Methodik und Durchführung siehe bei Pörnbacher, H., 2008).

## 3.2 Sprachkompetenzen im komplexen Wirkungsgefüge von Betrieben

Iris Maria Vinatzer, *apollis*

Eines der Untersuchungsmodulare der vorliegenden Studie bestand in insgesamt vier Fallstudien, in denen auf der Grundlage eines betrieblichen Organigramms Fragen des Sprachenlernens und der Sprachkompetenz in Form persönlicher Gespräche mit Betriebsleitung und Mitarbeitern/innen diskutiert wurden (Vinatzer, I. M., 2007).

Ziel dieses Moduls war es, die aus den Vorarbeiten resultierenden Forschungsfragen und Hypothesen anhand von vier Betrieben zu prüfen und in der Folge anzupassen.

Die Ergebnisse dieses Untersuchungsteils können zusammenfassend folgendermaßen beschrieben werden:

- Sprachkompetenzen stehen in den vier befragten Südtiroler Unternehmen in direktem Zusammenhang mit der Wettbewerbsfähigkeit: Die Wichtigkeit zumindest zweisprachiger Kompetenzen (deutsch und italienisch) ist in den Fallstudien eindeutig zum Ausdruck gekommen, sowohl aus der Sicht der Arbeitnehmer/innen für die erfolgreiche Ausübung ihrer Arbeitstätigkeit, als auch aus der Sicht der Unternehmen zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit. Auch der Bedarf an englischsprachigen Kompetenzen wurde bestätigt.
- Sprachkompetenzen sind sowohl für „interne“ als auch für „externe“ Funktionen notwendig: also für die erfolgreiche Abwicklung von Aufgaben innerhalb des Unternehmens, z. B. Führungsaufgaben in der Produktion, als auch für Funktionen im Kontakt nach außen, z. B. Tätigkeiten im Zusammenhang mit Logistik/Verkauf. Ein besonders hoher Bedarf an sprachlichen Kompetenzen besteht daher für Führungskräfte und für Mitarbeiter/innen kleinerer Betriebe: Führungsfunktionen beinhalten sowohl interne als auch externe Funktionen; je weniger Mitarbeiter/innen in einem Unternehmen beschäftigt sind, desto mehr Funktionen vereinen sich in den einzelnen Personen.
- Sowohl die benötigten Sprachen als auch das Ausmaß an notwendigen sprachlichen Kompetenzen stehen in direktem Zusammenhang mit dem bearbeiteten und/oder zu erschließenden Markt: Lokal arbeitende Unternehmen brauchen in erster Linie deutsch und italienisch, im EU-Raum und international tätige Unternehmen brauchen unbedingt englisch und möglichst auch französisch und osteuropäische Sprachen. Die Globalisierung spielt also auch in Südtirol eine zentrale Rolle im komplexen Wirkungsgefüge von Wettbewerbsfähigkeit und Sprachkompetenzen. Der zweisprachige Standort/Markt wird dabei von allen vier befragten Unternehmen ausschließlich als Vorteil bewertet.
- Das Zusammenspiel von Wettbewerbsfähigkeit und Sprachkompetenzen macht auch deutlich, dass im Kontext wettbewerbsrelevanter Umfeldbedingungen ethnische Gesichtspunkte vollkommen verblassen: Zweisprachigkeit wird eindeutig und ausschließlich als Wettbewerbsvorteil bewertet. Jedes der befragten Unternehmen hat bestimmte Strategien entwickelt, um den Anforderungen an mehrsprachige Kompetenzen gerecht zu werden.

- Auch der betriebsinterne Umgang mit Zwei-/Mehrsprachigkeit und unterschiedlichen Muttersprachen der Arbeitnehmer/innen scheint v. a. durch die Wettbewerbsanforderungen bedingt zu sein: Wenn ein Unternehmen im Rahmen der Globalisierung eine Öffnung gegenüber dem europäischen und internationalen Markt erfährt, dann verändert das auch die interne Unternehmenskultur, und diese wird europäisch-internationaler bzw. interkulturell; es wird dann selbstverständlich(er), unabhängig von der eigenen Muttersprache in mehreren Sprachen miteinander zu kommunizieren, auf deutsch, italienisch und auch auf englisch.
- Die Sprachkultur, als Teil der Unternehmensphilosophie, und der Markt eines Unternehmens bestimmen das Ausmaß der Förderung sprachlicher Kompetenzen: Der bearbeitete und noch zu erschließende Markt des Unternehmens bestimmt, welche Sprachen und sprachlichen Kompetenzen notwendig sind und die Sprachkultur des Unternehmens bedingt, inwieweit die benötigten Sprachkompetenzen innerhalb des Betriebs explizit gefördert werden.
- Die Strategien der befragten Unternehmen im Umgang mit Sprachkompetenzen sind unterschiedlich, doch es gibt zwei Gemeinsamkeiten:
  - 1) Sprachkompetenzen spielen bei der Besetzung neuer Arbeitsplätze immer eine zentrale Rolle, teilweise werden sprachliche Kompetenzen gegenüber Fachkompetenzen sogar vorrangig behandelt;
  - 2) Sprachkompetenzen werden in jedem der vier Unternehmen auf irgendeine Art gefördert. Beides gilt allerdings nur für Funktionen, innerhalb derer sprachliche Kompetenzen für die Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit wichtig sind.
- Der Erfolg des schulischen Sprachunterrichts ist nach Meinung der Mehrzahl der befragten Unternehmen in Frage gestellt: Die jungen Südtiroler/innen können mit Abschluss der schulischen Ausbildung in der Zweitsprache (deutsch oder italienisch) – trotz so vieler Jahre Sprachunterricht – nicht oder nur mangelhaft kommunizieren. Im Zusammenhang damit stellt sich die Frage, inwieweit Sprachkompetenzen nicht eigentlich als Handlungskompetenzen zu verstehen sind. Wenn der handlungsbezogene Aspekt der sprachlichen Kompetenzen in den Vordergrund gestellt wird, dann darf der Sprachunterricht nicht zu theoretisch sein.
- Die Ergebnisse der schulischen Sprachausbildung entsprechen also nicht den Anforderungen der Betriebe; vielleicht gilt dies nicht generell, aber auf jeden Fall für drei der vier befragten Unternehmen. Die Unternehmen selbst leisten einen wichtigen Beitrag zur Förderung der sprachlichen Kompetenzen ihrer Mitarbeiter/innen. Die Arbeitnehmer/innen verbessern ihre Kompetenzen durch die betriebliche Förderung und vor allem durch die alltäglichen Arbeitsanforderungen, d. h. Sprachkompetenz als Handlungskompetenz entsteht durch die Herausforderungen und Anforderungen der Arbeitstätigkeit.
- Ob und inwieweit – im Anschluss an die schulische Sprachausbildung – Bedarf an berufsbezogener Förderung von Sprachkompetenzen durch Maßnahmen der Beschäftigungspolitik besteht, konnte durch die explorativen Gespräche nicht eindeutig beantwortet werden. Es wurden unterschiedliche Meinungen geäußert, von Verneinung aufgrund negativer Erfahrungen mit dem Ergebnis des schulischen Sprachunterrichts über die Meinung, dass es genug Angebote gibt bis zum Wunsch nach vermehrter Förderung.
- Die explorativen Gespräche mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der vier befragten Unternehmen bestätigen großteils die zentralen Aussagen der Geschäftsfüh-

rer/innen und Abteilungsleiter/innen: Alle befragten Mitarbeiter/innen unterstreichen die Wichtigkeit der eigenen Sprachkompetenzen, ohne die kaum jemand die Arbeitsstelle erhalten hätte. Die Ausübung der aktuellen Arbeitstätigkeit wäre ohne die sprachlichen Fähigkeiten gar nicht möglich; gleichzeitig verbessern sich die sprachlichen Fähigkeiten durch die Arbeit. Die spezifischen, am aktuellen Arbeitsplatz erworbenen und eigentlich nur für die Ausübung genau dieser Tätigkeit benötigten Sprachkompetenzen werden als nicht vorteilhaft für die allgemeinen Arbeitsmarktchancen eingeschätzt. Insgesamt werden die Arbeitsmarktchancen jedoch in direkter Abhängigkeit von den sprachlichen Kompetenzen gesehen.

Die Ergebnisse dieser vier exemplarischen Fallstudien belegen die Gültigkeit der Forschungsfragen bzw. Hypothesen und erlaubten die Konstruktion der Instrumente für die breiter angelegte Betriebsbefragung.



### 3.3 Sprachenlernen am Arbeitsplatz: Zwang, Chance oder Recht?

Helmuth Pörnbacher, *apollis*

Die folgenden Ausführungen beschreiben die Rahmenbedingungen, unter denen es in Südtirol gelingen kann, sich am Arbeitsplatz Sprachkompetenzen anzueignen. Diese Überlegungen gehen von der konsolidierten Erkenntnis aus, dass man sich Sprachen nicht einfach in der Schule aneignet und sie dann als festen Bestandteil des eigenen Portfolio vorweisen kann, sondern dass Sprachenlernen ein kontinuierlicher Prozess ist, der im Sinne des lebenslangen Lernens nie abgeschlossen ist. Zudem belegt schon die eigene Erfahrung, dass Sprachkompetenzen auch recht schnell wieder verfallen, wenn man die entsprechende Sprache nicht verwendet.

In diesem Kontext gewinnt der Stellenwert des Sprachenlernens am Arbeitsplatz im Gegensatz zum „einmaligen“ Sprachenlernen in der Schule ganz wesentlich an Gewicht. Zusätzlich muss nicht erwähnt werden, dass in einer Arbeitswelt mit größer werdender Mobilität – gerade in Tourismus, Baugewerbe und Landwirtschaft stellen Immigrantinnen und Immigranten bereits wesentliche Anteile der Arbeitskräfte – ja auch nicht mehr von mehr oder weniger einheitlichen Sprachkompetenzen nach Schulabschluss ausgegangen werden kann. Alle diese Überlegungen führen dazu, dem Sprachenlernen am Arbeitsplatz einen zentralen Stellenwert einzuräumen.

Wenn nun Sprachkompetenzen die Wettbewerbsfähigkeit einer Person am Arbeitsmarkt wesentlich beeinflussen würden (die Verifizierung dieser Hypothese wird unten noch zu leisten sein), dann ist es natürlich von arbeitsmarktpolitischer Relevanz, inwieweit Sprachenlernen am Arbeitsplatz auch tatsächlich gelingt. Vor diesem Hintergrund soll die folgende Analyse stattfinden: wie kann man Sprachenlernen am Arbeitsplatz anhand der Daten der vorliegenden Erhebung beschreiben. Dieser Frage wird anhand der Ergebnisse der standardisierten Befragung von 84 Betrieben nachgegangen, in denen neben dem/der Personalverantwortlichen insgesamt 490 Mitarbeiter/innen befragt wurden.

#### Kommunikation mit Mitarbeitern

Als erstes soll beschrieben werden, in welchen Sprachen Südtirols Betriebe **intern kommunizieren**. Dabei soll das Hauptaugenmerk auf die Suche nach rein einsprachigen Realitäten gelegt werden, also auf Betriebe, in denen praktisch nur eine Arbeitssprache verwendet wird, weil davon ausgegangen werden muss, dass die Mitarbeiter/innen dieser Betriebe weniger Möglichkeiten des Spracherwerbs am Arbeitsplatz haben. Wenn es solche Betriebe gibt, soll versucht werden, sie zu beschreiben.

Die Personalverantwortlichen in den befragten Betrieben wurden gebeten, den Anteil der verwendeten Sprachen für die interne Kommunikation in ihrem Betrieb grob anzugeben. Eine solche Zuordnung kann durch die Befragten nicht exakt erfolgen, wie es die Zuordnung in Prozenten vielleicht suggerieren würde, sie wird aber als geeignet erachtet, um einen Eindruck über die sprachliche Vielfalt der internen Kommunikation zu

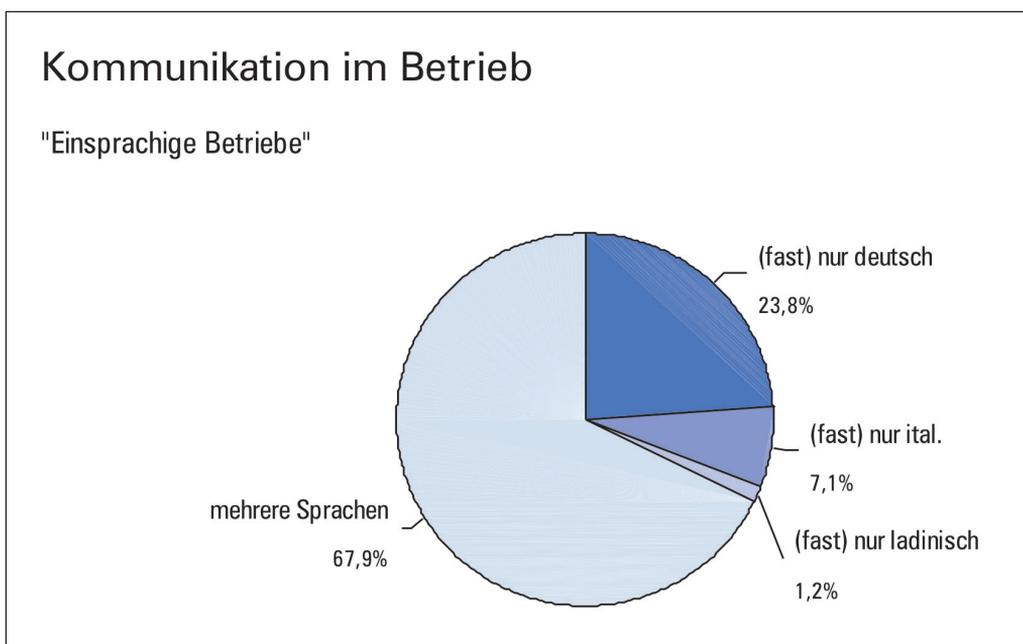


Abbildung 1: Angabe der Personalverantwortlichen auf die Frage, wie sich die interne Kommunikation prozentuell auf verschiedene Sprachen verteilt, und Gruppierung der Antworten, unter Verwendung enger Kriterien für die Zuordnung zu einer Sprache (mehr als 95% der internen Kommunikation muss in einer Sprache erfolgen).

bekommen. Es verwundert nicht weiter, dass in einer Mehrheit der befragten Betriebe die interne Kommunikation in mehreren Sprachen erfolgt<sup>1</sup> (siehe Abbildung 1). Tatsache ist aber, dass es in Südtirol daneben eine nennenswerte Anzahl an Betrieben gibt, in denen die interne Kommunikation rein einsprachig erfolgt, wobei in den Betrieben mit intern deutscher Kommunikation in der Regel der deutsche Dialekt gewählt wird.

Es liegt auf der Hand, dass in einem kleineren Betrieb die Wahrscheinlichkeit der Verwendung von nur einer Sprache größer sein wird, schlicht wegen der geringeren Anzahl an vorhandenen Personen. So sind es vor allem kleinere Betriebe, in denen intern ausschließlich auf Deutsch kommuniziert wird, während sich dieser Zusammenhang für die „italienischen“ Betriebe nicht so klar darstellt (Abbildung 2).

Die Wahl der überwiegenden Sprache für die interne Kommunikation in den Betrieben lässt sich sehr gut über den Sprachgruppenanteil der Gemeinde vorhersagen, in der die Betriebsstätte liegt. Die Betriebe mit intern deutschsprachiger Kommunikation sitzen vorwiegend in den fast ausschließlich deutschsprachigen Landgemeinden, während Betriebe mit vorwiegend italienischer Kommunikation in den Gemeinden angesiedelt sind, in denen Italienisch als Erstsprache stark vertreten ist. Aufgrund der durchschnittlich geringen Mobilität am Südtiroler Arbeitsmarkt – Wohn- und Arbeitsort liegen öfter eng beisammen – ist zudem anzunehmen, dass ein Teil der Mitarbeiter/innen in diesen „einsprachigen“ Betriebsrealitäten auch außerhalb der Arbeit wenig Anreize (oder Zwänge) vorfindet, sich die Zweit- oder eine Fremdsprache im Alltag anzueignen.

<sup>1</sup> An dieser Stelle sei noch einmal auf das experimentelle Stichprobendesign verwiesen, das dazu führt, dass die Angaben nicht repräsentativ für alle Südtiroler Betriebe ist (siehe Kapitel 4.3, Seite 69).

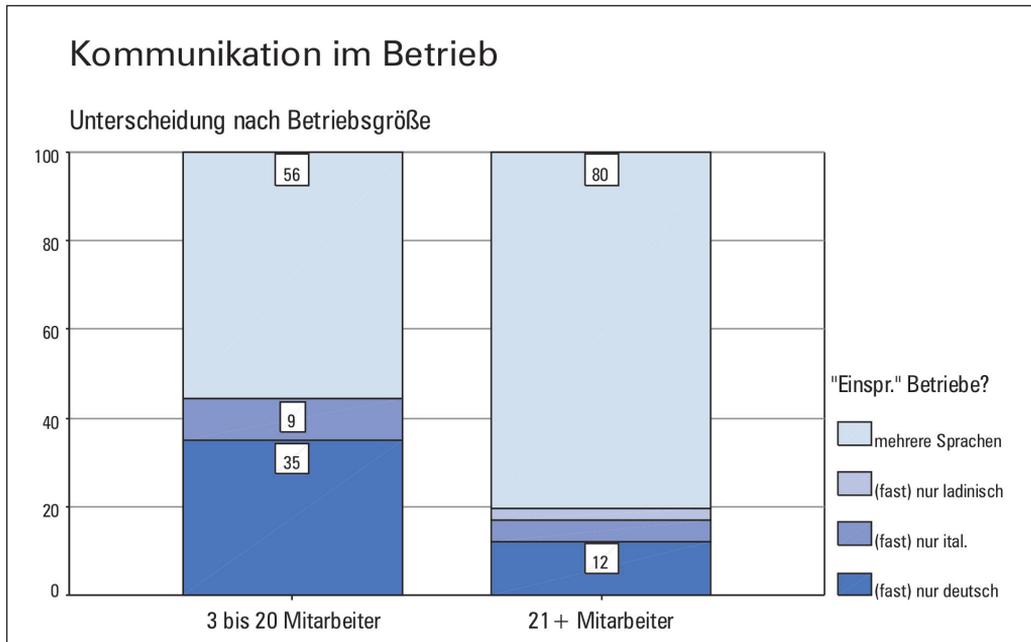


Abbildung 2: Überwiegende Kommunikationssprachen im Betrieb, unterschieden nach Betriebsgröße.

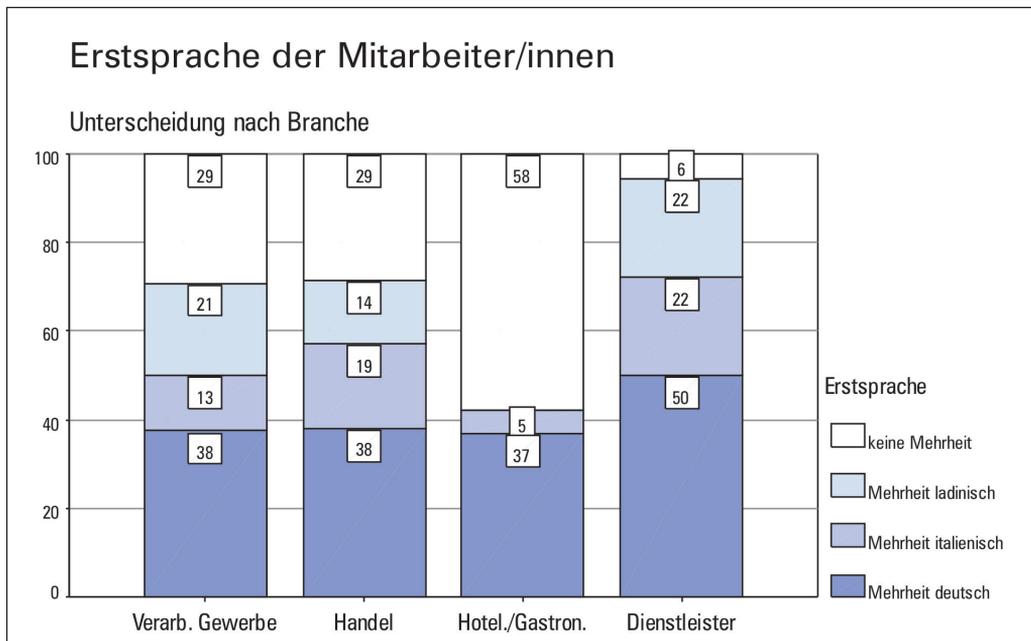


Abbildung 3: Gruppierung der untersuchten Betriebe nach der Erstsprache ihrer Mitarbeiter/innen und Unterscheidung nach Branche. Zuordnung zu einer Mehrheit, wenn mindestens 2/3 der Mitarbeiter/innen dieselbe Erstsprache haben.

Es liegt auf der Hand, dass es zwischen der (überwiegenden) Kommunikationssprache im Betrieb und der Erstsprache der Mitarbeiter/innen einen engen Zusammenhang gibt. Die rein einsprachigen Realitäten decken sich oft mit einem Mitarbeiter/innenstab, der nach seiner Erstsprache ebenfalls einheitlich ist. Auch mit dieser Angabe der befragten Betriebe – sie sollten die Belegschaft nach ihrer Erstsprache verteilen – stoßen wir auf nennenswerte Realitäten, in denen (fast) alle Mitarbeiter/innen dieselbe Erstsprache besitzen. Dabei zeigen sich wesentliche Unterschiede in den vier untersuchten Branchen: Hotellerie und Gastronomie stechen im Gegensatz zu produzierendem Gewerbe, Handel und Dienstleistern mit einer größeren sprachlichen Vielfalt hervor (siehe Abbildung 3).

Neben einer Mehrheit an Betrieben, in denen für die interne Kommunikation mehrere Sprachen verwendet werden und in denen die Belegschaft nach Erstsprache vielfältig zusammengesetzt ist, gibt es bezüglich der zwei Merkmale also auch eine nennenswerte Anzahl „einsprachiger“ Realitäten, und zwar deutsch- und italienischsprachige.

## Sprachgebrauch auf verschiedenen Märkten

Um das gezeichnete Bild abzurunden, wird im Folgenden der Frage nachgegangen, auf welchen **Märkten** sich Südtirols Betriebe bewegen und inwiefern man aus dem Mix der Märkte auf eine sprachliche Vielfalt in der Außenkommunikation schließen kann. Dazu haben die Befragten in den Betrieben den Umsatz eines Jahres auf sprachlich unterschiedliche Märkte verteilt. Diese Verteilung wurde im Anschluss zu Gruppen zusammengefasst (Abbildung 4). Dieser Gruppierung zufolge setzen zum Befragungszeitpunkt ein knappes Viertel der befragten Betriebe mehr als 90 % ihres Umsatzes in Südtirol und in Italien um, weitere 15 % generieren ihren Umsatz praktisch ausschließlich in Südtirol<sup>2</sup>. Auch bezüglich der Märkte lässt sich also beobachten, dass eine Mehrheit der untersuchten Betriebe diese so gestreut hat, dass dort unterschiedliche Sprachen zum Einsatz kommen; daneben gibt es aber nennenswerte Anteile an Betrieben, die ihren Umsatz ausschließlich in Südtirol machen, ein nennenswerter Anteil macht den Umsatz auch ausschließlich im restlichen Staatsgebiet. Zumindest von letzteren kann man also vermuten, dass die Mitarbeiter/innen nicht gezwungen sind, aufgrund von Kundenbeziehungen über das Italienische hinauszugehen.

Es liegt auf der Hand, dass die Verteilung der Märkte und die interne Kommunikationssprache zusammenhängen: Betriebe mit sprachlich einheitlicher interner Kommunikation bedienen auch sprachlich einheitlichere Märkte: Betriebe, in denen intern vor allem Deutsch gesprochen wird, arbeiten öfter lokal oder im deutschsprachigen Ausland, Betriebe, in denen intern vor allem italienisch gesprochen wird, arbeiten vor allem in Italien, während sie am ausländischen, deutschsprachigen Markt viel seltener vertreten sind. Natürlich hängen diese Aussagen immer auch mit der Betriebsgröße zusammen: größere Betriebe haben öfter eine sprachlich vielfältigere interne Kommunikation und breiter gestreute Märkte (Abbildung 5).

---

<sup>2</sup> In den Gastronomie- und Hotelleriebetrieben wird der Umsatz natürlich immer in Südtirol generiert; hier sollte der Umsatz nach der Herkunft der Kunden zugeordnet werden.

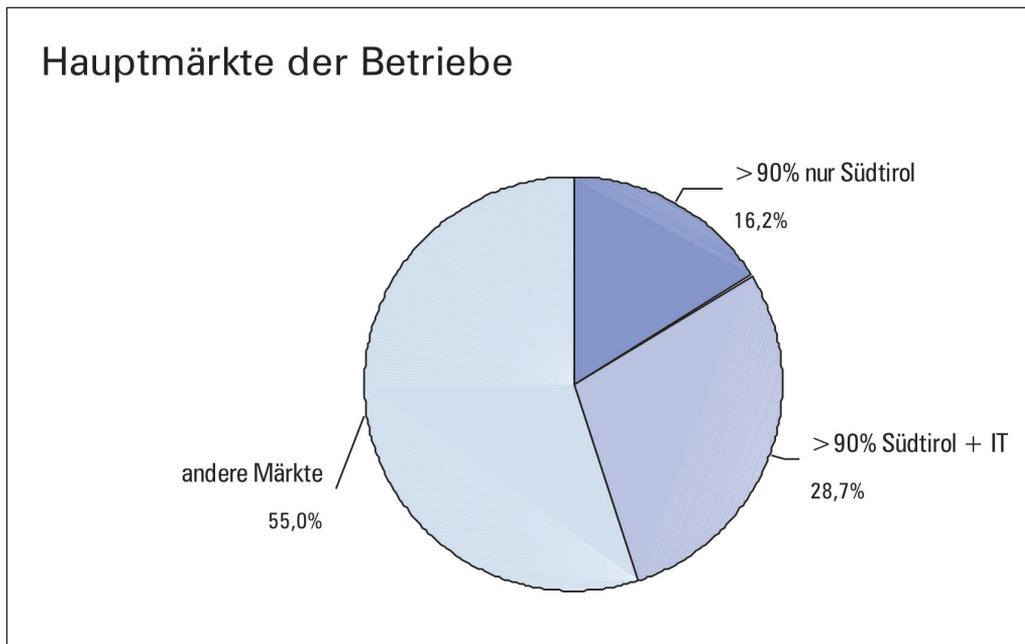


Abbildung 4: Gruppierung der Betriebe nach Hauptmarkt. Die Zuordnung zu einer Gruppe erfolgt dann, wenn mehr als 90 % des Umsatzes im jeweiligen Markt gemacht werden.

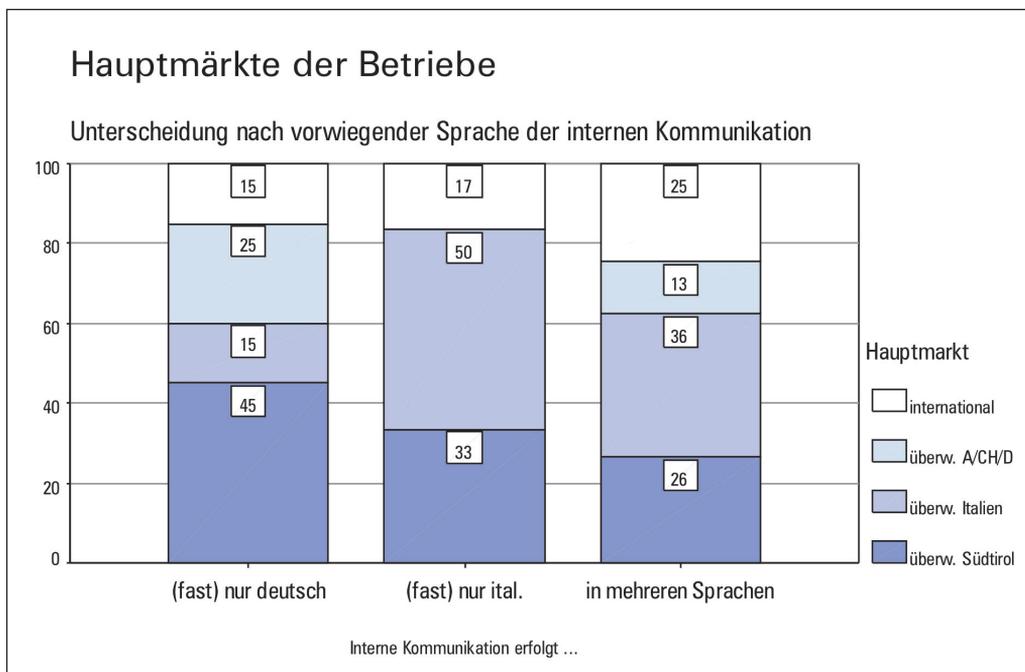


Abbildung 5: Charakterisierung der untersuchten Betriebe nach Hauptmarkt, unterschieden nach vorwiegender Sprache der internen Kommunikation.

Die informellen Möglichkeiten des Spracherwerbs am Arbeitsplatz durch interne Kommunikation oder Kundenkontakt wurde in der Befragung der Mitarbeiter/innen auch direkt angesprochen. Sie wurden gefragt, inwieweit sie verschiedene Sprachen in ihrer derzeitigen Beschäftigung verbessern konnten. Beträchtliche Anteile der befragten Mitarbeiter/innen geben an, vor allem Deutsch (auch als Dialekt) und/oder italienisch, seltener Englisch am Arbeitsplatz verbessert zu haben, nennenswerte Anteile gaben aber auch an, die Kompetenzen in der jeweiligen Sprache nicht verbessert zu haben (Abbildung 6).

Die Möglichkeit, die eigenen Sprachfertigkeiten am Arbeitsplatz auszubauen, gilt natürlich auch für die eigene Erstsprache; von besonderem Interesse ist es aber, die Möglichkeit des Spracherwerbs in einer anderen als der Erstsprache am Arbeitsplatz zu ermöglichen. In Abbildung 7 sind deshalb die Antworten bezüglich der Verbesserung des Spracherwerbs in drei Sprachen getrennt nach Erstsprache der Befragten dargestellt. Hier zeigen sich im Wesentlichen zwei Auffälligkeiten. Mitarbeiter/innen mit einer Erstsprache, die nicht deutsch, italienisch oder ladinisch ist, geben deutlich öfter an, die italienische Sprache am Arbeitsplatz gelernt zu haben (im Vergleich zur deutschen Sprache). Die zweite Auffälligkeit ist der Vergleich von Personen mit deutscher bzw. italienischer Erstsprache und ihre Angabe, am Arbeitsplatz die jeweils komplementäre Landessprache gelernt zu haben. Während 45 % der Befragten mit italienischer Erstsprache angeben, Deutsch am Arbeitsplatz gelernt zu haben, sind es 72% der Personen mit deutscher Erstsprache, welche angeben, am Arbeitsplatz italienisch gelernt zu haben. Deutschsprachigen Südtirolern/innen scheint es also besser als italienischsprachigen Südtirolern zu gelingen, die Zweitsprache am Arbeitsplatz zu lernen.

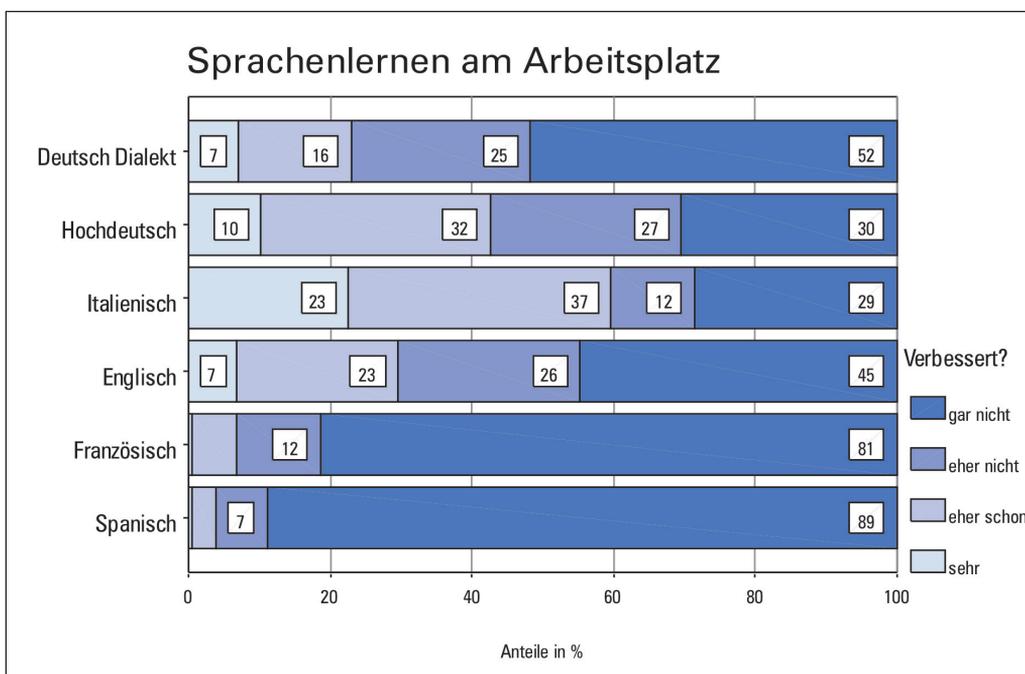


Abbildung 6: Sprachenlernen am Arbeitsplatz. Angaben der befragten Mitarbeiter/innen auf die Frage, inwieweit sie ihre Sprachenkenntnisse durch ihre derzeitige Arbeit verbessern konnten.

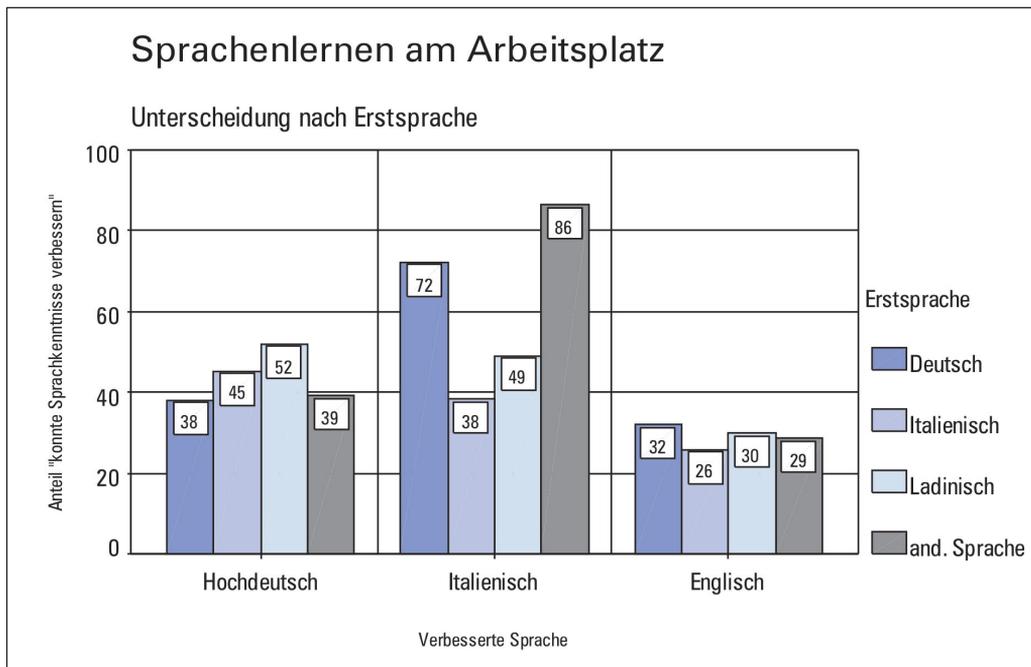


Abbildung 7: Sprachenlernen am Arbeitsplatz. Anteile der befragten Mitarbeiter/innen, welche angeben, eine der drei genannten Sprachen „sehr“ oder „eher schon“ gelernt zu haben; Unterscheidung nach Erstsprache der Mitarbeiter/innen.

## Formale Möglichkeiten des Spracherwerbs

Wenn die Möglichkeit, in einem Betrieb mit Mitarbeitern/innen oder Kunden/innen in einer anderen als der Erstsprache kommunizieren zu müssen (oder zu dürfen) als Indiz für informelles Lernen gesehen wird, soll im Folgenden noch ein Blick auf **formalere Formen** des Sprachenlernens am Arbeitsplatz geworfen werden. Die befragten Mitarbeiter/innen wurden dazu gefragt, inwieweit der Betrieb sie in ihrer Weiterbildung im sprachlichen Bereich durch formale Maßnahmen unterstützt hat – genannt wurde *Anbieten von Kursen in der Arbeitszeit*, *Übernahme der Kurskosten bei Kursen in der Freizeit*, *gemeinsame Weiterbildungsplanung* und *Motivation zur Weiterbildung im Sprachbereich*.

Konkrete Unterstützungsmaßnahmen des Betriebs für das Sprachenlernen sind vor allem die Übernahme von Kurskosten; deutlich seltener werden Kurse in der Arbeitszeit, eine gemeinsame Weiterbildungsplanung oder Motivation für Weiterbildung genannt. Dieses formale Lernen wird in größeren Betrieben deutlich öfter angeboten: Größere Betriebe bewerten ihre Rolle für die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter/innen nicht nur anders (siehe dazu den Beitrag von Massimo Loi, Kapitel 4.1, Seite 49), sie setzen dies auch um: Der Anteil der befragten Mitarbeiter, die angeben, in den Genuss einer der vier genannten Maßnahmen gekommen zu sein, ist in größeren Betrieben deutlich höher (Abbildung 8).

In den Genuss von Fördermaßnahmen des Betriebs zum Sprachenlernen kommen in erster Linie leitende Mitarbeiter sowie Mitarbeiter in Verwaltung, Sekretariat, Rezeption und Marketing, Verkauf, Service. Deutlich seltener konnten andere Fachkräften oder gar Hilfskräften diese Unterstützung angeben.

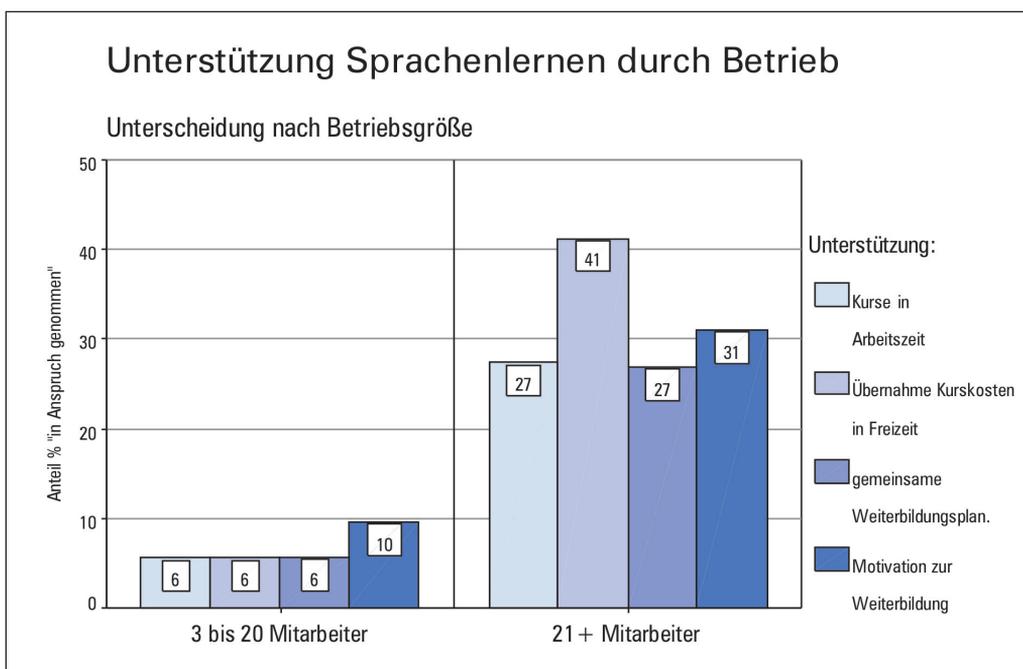


Abbildung 8: Konkrete Unterstützungsmaßnahmen durch den Betrieb, unterschieden nach Betriebsgröße. Angabe durch die Mitarbeiter/innen.

## Keine Chancengleichheit für Sprachenlernen am Arbeitsplatz

Nicht alle Beschäftigte in Südtirol haben also dieselben Chancen, Sprachen am Arbeitsplatz zu lernen und zu festigen. Insgesamt dominieren in Südtirol Betriebe, in denen die Belegschaft verschiedene Erstsprachen vorweisen und die auf sprachlich verschiedenen Märkten arbeiten, vor allem in der Hotellerie/Gastronomie. Daneben gibt es aber nennenswerte Anteile an einsprachigen Realitäten: die recht kleinräumige Verteilung der Betriebe, die nicht nur in den Zentren lokalisiert, sondern auch in der Peripherie angesiedelt sind, und die recht geringe Mobilität der Mitarbeiter/innen (die durch diese feine Verteilung erst ermöglicht wird), führen zu Betrieben in den Landgemeinden, in denen fast ausschließlich deutsch gesprochen wird, intern zudem im Dialekt. Sprachlich ähnliche Realitäten gibt es aber auch mit italienisch als (fast ausschließlich) interner und externer Kommunikationsprache. An dieser Stelle sollen nicht die Auswirkungen dieser Situation auf den Betrieb diskutiert werden, vielmehr soll unterstrichen werden, dass die Mitarbeiter/innen in diesen Betrieben bezüglich ihrer Möglichkeiten des informellen Spracherwerbs benachteiligt sind. Bezüglich formeller Unterstützungen des Spracherwerbs am Arbeitsplatz schließlich gibt es ebenfalls solche Ungleichheiten: hier fällt auf, dass vor allem kleinere Betriebe wenig in formelle Weiterbildungsmaßnahmen investieren (können), sodass deren Beschäftigte sehr viel seltener diese Möglichkeiten des Spracherwerbs in Anspruch nehmen.

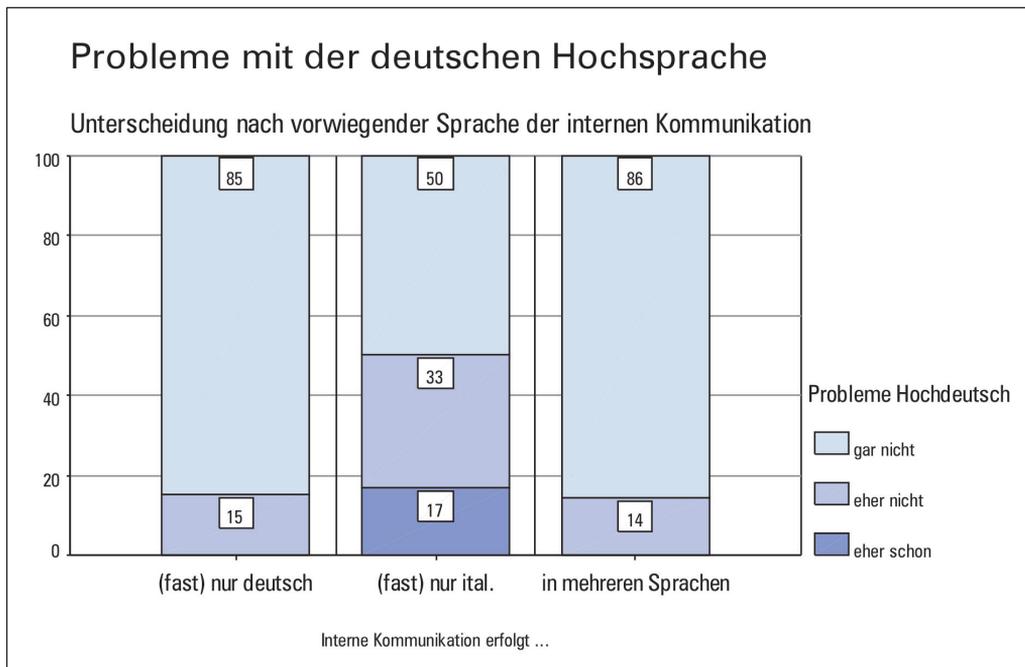


Abbildung 9: Probleme mit der deutschen Hochsprache bei der Betreuung von Kunden, beurteilt durch die Personalverantwortlichen in den befragten Betrieben, und unterschieden nach der vorwiegenden Kommunikationssprache intern.

## Sprachenlernen am Arbeitsplatz und Sprachkompetenzen

Informelles und formelles Erlernen von Sprache(n) am Arbeitsplatz hängt ganz wesentlich vom Arbeitsumfeld ab, wie gezeigt wurde. Die Tatsache, dass jemand am Arbeitsplatz nur seine Erstsprache verwendet, bedeutet aber noch nicht ursächlich, dass seine Sprachkompetenzen dadurch geringer sind. Im Folgenden soll nun geprüft werden, inwiefern sich ein solcher Zusammenhang zwischen dem Umfeld und den tatsächlichen Sprachkompetenzen herstellen lässt. Für die tatsächlichen Sprachkompetenzen wird dabei kein objektiver Maßstab angelegt, vielmehr wird als Näherungsgröße die Einschätzung der eigenen Kompetenzen herangezogen, und zwar in Bezug auf zweierlei: in Bezug auf die Anforderungen der derzeitigen Tätigkeit (bewertet durch den Personalverantwortlichen im Betrieb) und auf eine imaginäre Arbeitssuche (als Selbsteinschätzung durch die befragten Mitarbeiter/innen). Um es vorwegzunehmen: für beide Punkte lassen sich Zusammenhänge mit der Sprachenvielfalt im Betrieb herstellen.

Den Personalverantwortlichen in den befragten Betrieben wurde die Aussage vorgelegt, sie hätten Aufträge/Kunden verloren, weil sie Probleme mit der deutschen Hochsprache hatten; die Aussage konnte abgelehnt werden oder nicht. Diese Aussage hat insgesamt wenig Zustimmung geerntet; Betriebe aber, die intern fast nur italienisch kommunizieren, geben im Gegensatz zu sprachlich „vielfältigeren“ Betrieben deutlich öfter an, Probleme in der Kommunikation mit deutschen Kundinnen und Kunden zu haben (siehe Abbildung 9). Bei der analogen Aussage zur italienischen Sprache („Wir haben Aufträge/Kunden verloren, weil wir Probleme mit der italienischen Sprache hatten“), ist kein Zusammenhang mit der mehrheitlichen Kommunikationssprache nachzuweisen.

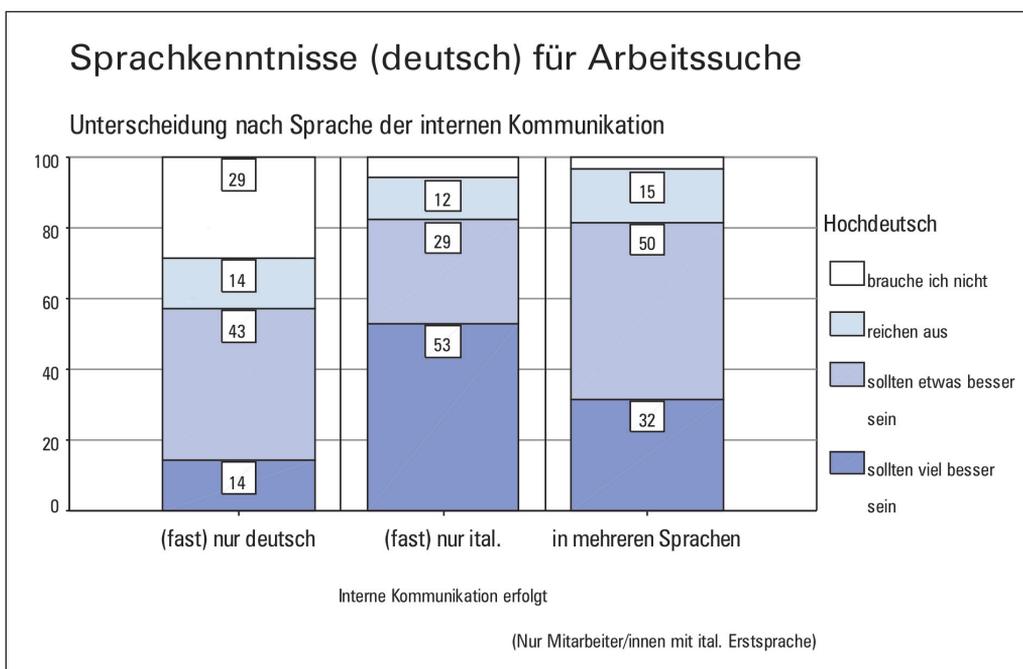


Abbildung 10: Selbsteinschätzung der eigenen Deutschkenntnisse in Funktion einer imaginären Stellensuche am Südtiroler Arbeitsmarkt durch befragte Mitarbeiter/innen mit Italienisch als Erstsprache, unterschieden nach vorwiegender Kommunikationssprache des Betriebs.

Die Selbsteinschätzung der eigenen „sprachlichen Fitness“ am Südtiroler Arbeitsmarkt (*Wie gut fühlen Sie sich denn sprachlich gerüstet, wenn Sie in einem Monat eine neue Arbeit suchen müssten*) fällt bei Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Betrieben, in denen intern nur eine Sprache verwendet wird, gegenüber dem Personal in sprachlich vielfältigerem Arbeitsumfeld schlechter aus. Mit anderen Worten: Wenn man in einem Betrieb arbeitet, in dem intern in mehreren Sprachen kommuniziert wird, beurteilen dessen Beschäftigte ihre Sprachkompetenzen besser als Mitarbeiter von „einsprachigen“ Betrieben. Diese Analyse wurde getrennt für Mitarbeiter/innen deutscher und italienischer Muttersprache geführt. Dabei zeigt es sich, dass dieser Zusammenhang vor allem für Mitarbeiter/innen mit italienischer Erstsprache und ihrer Bewertung der Kenntnisse der deutschen Sprache nachgewiesen werden kann und viel weniger stark für Kenntnisse der italienischen Sprache durch Mitarbeiter/innen mit deutscher Erstsprache (siehe Abbildung 10).

## Sprachenlernen: Zwang, Chance oder Recht?

Wenn die Hypothese stimmt, dass Sprachkompetenzen die Wettbewerbsfähigkeit am Südtiroler Arbeitsmarkt erhöhen, dann haben Arbeitnehmer/innen, die in einem Kontext arbeiten, in dem Sprachenlernen gefordert und/oder gefördert wird, und zwar informelles wie formelles Lernen, bessere Karten. Diesbezüglich gibt es heute deutliche Unterschiede: Es gibt betriebliche Realitäten mit einsprachiger, interner Kommunikation und sprachlich einheitlichen Märkten, oft kleine Betriebe, wo informeller Spracherwerb

erschwert ist und wo die Betriebe auch formelle Formen des Spracherwerbs nicht unterstützen (können). In diesen Betrieben haben die Mitarbeiter/innen keinen Zwang zum Sprachenlernen, sie haben aber auch nicht die Chance dazu.

Eine zentrale Frage in diesem Zusammenhang ist jene nach dem künftigen Stellenwert von Sprachkompetenzen am Südtiroler Arbeitsmarkt. Sollte dieser zunehmen, wie es einige Trends annehmen lassen (Trend zu größeren Betrieben aufgrund der heute relativ geringen Produktivität, Internationalisierung der Absatz- und der Arbeitsmärkte, um nur zwei zu nennen), dann wird der Platz für Beschäftigte mit geringen Sprachkenntnissen enger.

Aus dieser Sicht könnte man sogar weiter gehen und fordern, dass alle Personen Möglichkeiten zum Spracherwerb an ihren Arbeitsstellen vorfinden, so wie die Gesellschaft fordert, dass alle Schüler und Schülerinnen einigermaßen gleiche Voraussetzungen vorfinden, die wichtigen Sprachen in der Schule zu lernen.

Das könnte die Perspektive sein: Sprachenlernen am Arbeitsplatz nicht mehr als Zwang, sondern als Chance und in der Folge vielleicht sogar als Recht der Mitarbeiter/innen. Aus dieser Sicht erscheint es durchaus gerechtfertigt, gezielte Maßnahmen zur Sprachenförderung als arbeitsmarktpolitische Maßnahme zu setzen, um den oben genannten Ungleichheiten entgegen zu arbeiten und die Beschäftigungsfähigkeit der Personen zu verbessern.



## 3.4 Sprachkompetenzen als Wettbewerbsfaktor für Südtirols Betriebe

Helmuth Pörnbacher, *apollis*

Dieser Beitrag geht der Frage nach, wie es in Südtirols Betrieben heute um die Sprachkompetenz am Arbeitsplatz bestellt ist und inwieweit Zusammenhänge mit der Wettbewerbsfähigkeit hergestellt werden können. Die Betrachtung erfolgt anhand der Ergebnisse der standardisierten Befragung von 84 Betrieben, in denen neben dem/der Personalverantwortlichen insgesamt 490 Mitarbeiter/innen befragt wurden.

### (Sprachlich) vielfältige Märkte

Bereits heute bearbeitet ein maßgeblicher Anteil von Südtirols Betrieben Märkte außerhalb des Landes: dabei bilden Italien und das deutschsprachige Ausland zentrale Märkte. Es liegt auf der Hand, dass die vorhandene sprachliche Kompetenz in den Betrieben einen Zusammenhang mit der Sprache der Märkte zeigt. Eine Gruppierung der Betriebe nach den verwendeten Sprachen für die interne Kommunikation zeigt, dass es neben „mehrsprachigen“ Realitäten Betriebe gibt, die intern nur in einer Sprache kommunizieren: „deutschsprachige“ Betriebe spielen ihre Stärke auf den deutschsprachigen Märkten aus, „italienischsprachige“ und „ladinischsprachige“ Betriebe bearbeiten deutlich öfter den italienischen Markt (Abbildung 11<sup>3</sup>). Dabei kann und soll hier nicht diskutiert werden, warum etwa „italienischsprachige“ Betriebe selten im Ausland agieren oder „deutschsprachige“ Betriebe selten im restlichen Staatsgebiet: ob sie nicht wollen oder nicht können. Man darf aber nicht davon ausgehen, dass diese sprachlich segmentierte Situation die einzige Realität darstellt. Daneben gibt es Betriebe, die auf mehreren, sprachlich auch vielfältigeren Märkten agieren und wo sich dies auch in einer sprachlichen Vielfalt der internen Kommunikation niederschlägt. Dies ist vor allem bei größeren Betrieben der Fall.

Die Sprachen Deutsch und Italienisch sind nicht nur am lokalen Markt Kommunikationssprachen mit den Kunden, sondern erschließen Südtirols Betrieben größere Märkte: das restliche Staatsgebiet und die deutschsprachigen Länder. Erstaunlich ist, dass diese Sprachen zum Teil auch darüber hinaus verwendet werden können, wenn dort auch das Englische dominiert: Deutsch vor allem in den Beneluxländern, in Polen und Kroatien sowie Slowenien, Italienisch in Frankreich und Spanien/Portugal. Die dominante Sprache auf den ausländischen, nicht deutschsprachigen Märkten ist aber Englisch. Gute Zweisprachigkeit in den Betrieben erschließt also Märkte, die sogar über Italien und das deutschsprachige Ausland hinausgehen. Diese Aussage schmälert nicht die Tatsache, dass Englisch als Geschäftssprache eine zentrale Rolle einnimmt.

---

<sup>3</sup> Die Zuordnung zu einem Hauptmarkt erfolgt in dieser Analyse, wenn mehr als 2/3 des Umsatzes im jeweiligen Markt gemacht wird, zu einer Sprache, wenn mehr als 2/3 der internen Kommunikation in der jeweiligen Sprache abgewickelt wird.

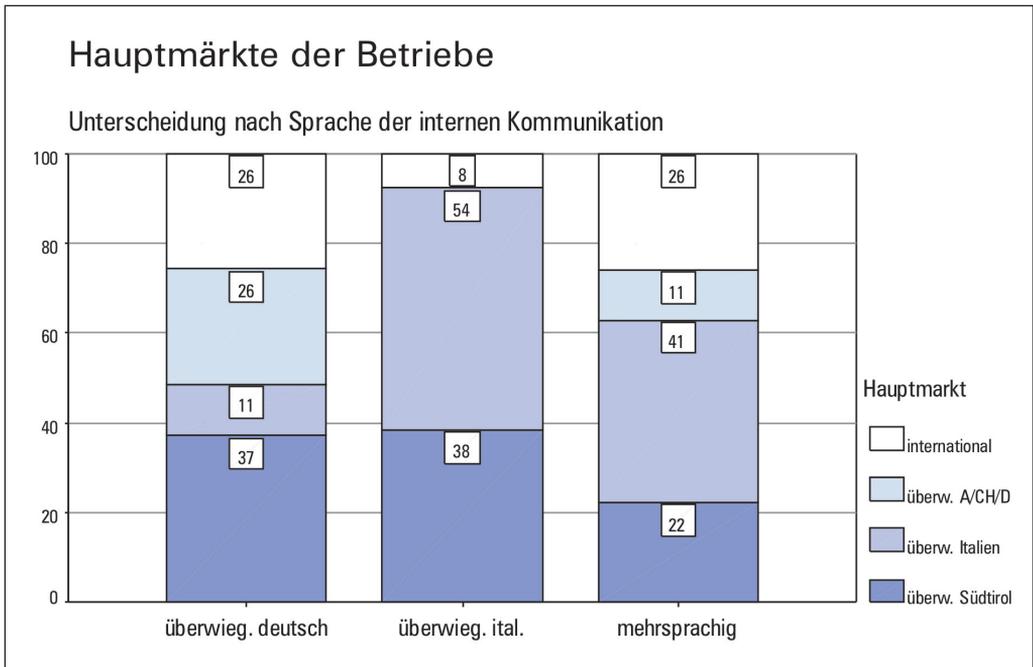


Abbildung 11: Charakterisierung der untersuchten Betriebe nach Hauptmarkt, unterschieden nach mehrheitlicher Sprache der internen Kommunikation.

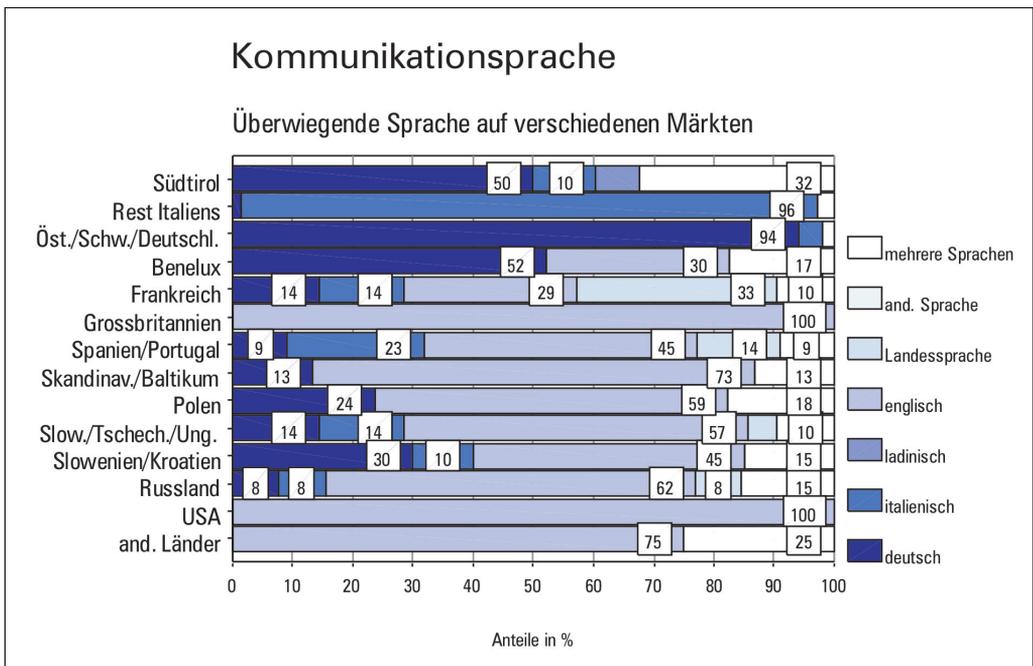


Abbildung 12: Überwiegend verwendete Kommunikationsprache auf verschiedenen Märkten.

## Sprachkompetenzen sind Stärke der Südtiroler Betriebe

Vor dem Vorzeichen des eben Gesagten verwundert es nicht, dass ein maßgeblicher Teil der Personalverantwortlichen der Südtiroler Betriebe die Lage an der Sprachgrenze als positiven Faktor für die Wettbewerbsfähigkeit des eigenen Betriebs bezeichnet. Dies gilt in erster Linie für international agierende Betriebe, die in ihrer internen Kommunikation ebenfalls auf mehrere Sprachen setzen. Daneben fällt auf, dass auch Betriebe, in denen intern vor allem deutsch oder vor allem ladinisch gesprochen wird, und die öfter den deutschsprachigen Markt bearbeiten, die geografische Lage als positiv betrachten; weniger trifft dies auf Betriebe zu, die intern in erster Linie italienisch kommunizieren, und die ihren Markt eher in Italien sehen (Abbildung 13). Die Lage an der Sprachgrenze wird also als Chance gesehen, aber nicht von allen.

Die eigenen Fähigkeiten, die sprachlichen Herausforderungen auf den heute bearbeiteten Märkten zu meistern, werden von den untersuchten Betrieben mehrheitlich positiv eingeschätzt: Sprachkompetenzen werden eher als Stärke denn als Schwäche bezeichnet. Nur in ganz wenigen Fällen geben Betriebe an, dass man aufgrund sprachlicher Unzulänglichkeiten der Belegschaft Kunden verloren hat. Diese Einschätzung kann als Beleg gewertet werden, dass die sprachlichen Anforderungen des laufenden Geschäfts gemeistert werden und diesbezüglich heute keine großen Probleme auftreten. Dies verwundert auch nicht weiter: Wenn ein Markt bearbeitet wird, dann müssen sich die Betriebe die dafür notwendigen Kompetenzen aneignen. Eine Reihe von Betrieben geht über diese Einschätzung sogar hinaus und stimmt der Aussage zu, dass sie *wettbewerbsfähiger als Konkurrenten seien, weil sie sprachliche Herausforderungen gut meistern*.

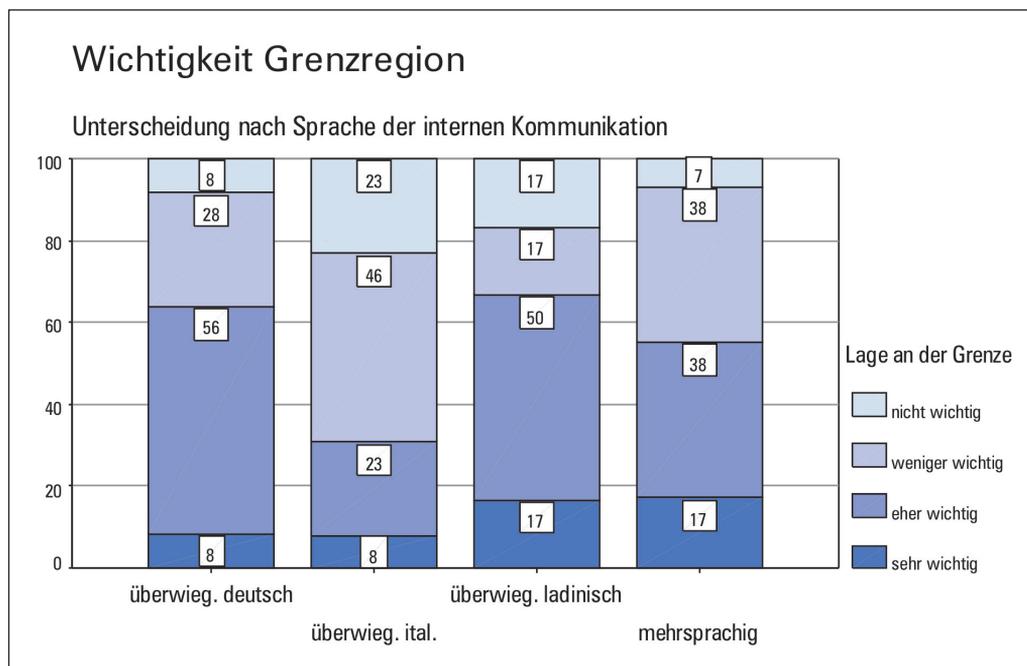


Abbildung 13: Rolle der Lage an der Sprachgrenze für die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe, nach Sprache der internen Kommunikation. Sicht der Personalverantwortlichen in den Betrieben.

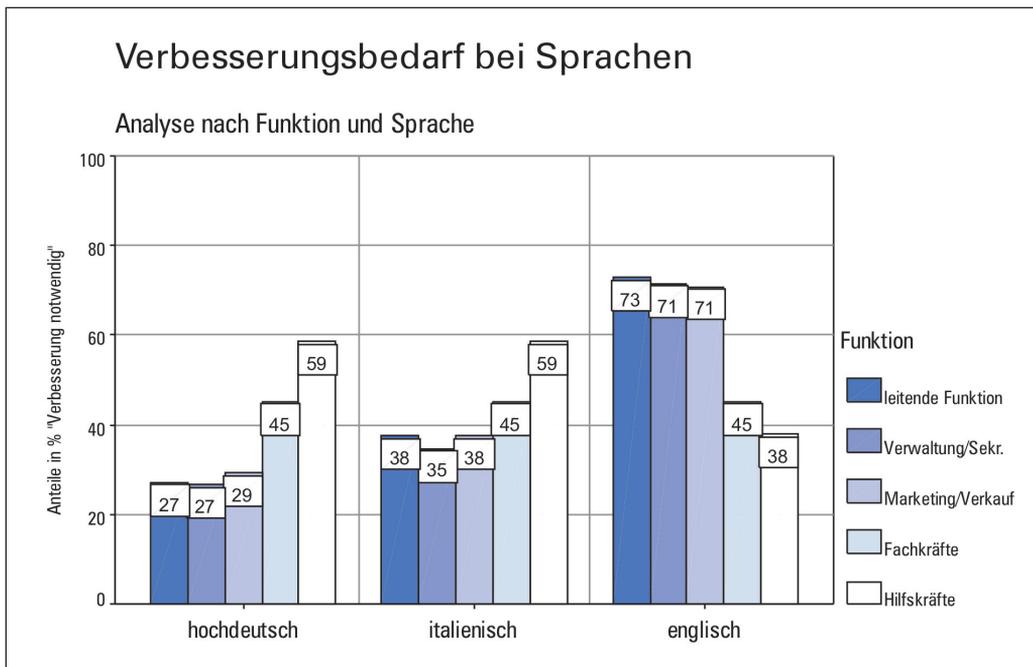


Abbildung 14: Verbesserungsbedarf in unterschiedlichen Tätigkeitsbereichen und Sprachen. Sicht der Betriebsleitung.

Dieser Meinung sind vor allem Betriebe, die intern nicht in einer einzigen Sprache kommunizieren.

Etwas unsicherer sind sich die Betriebe, inwieweit die sprachlichen Kompetenzen für die Bearbeitung neuer Märkte ausreichen: diesbezüglich werden fehlende Sprachkompetenzen zum Teil als Hemmschuh für eine Expansion gesehen. Die Betriebe meistern also heute das laufende Geschäft in Bezug auf die sprachlichen Anforderungen recht gut; ein Teil von ihnen glaubt sogar, dass sprachliche Fähigkeiten eine eigene Stärke sind. Zweifel bestehen aber für die Zukunft in Perspektive neuer Märkte.

Diese Einschätzung bedeutet aber nicht, dass keine Verbesserungspotentiale gesehen werden. Diese werden sehr wohl gesehen, und zwar von der Betriebsleitung wie von den Beschäftigten.

## Verbesserungspotentiale

Die Sprachen, in denen aus Sicht der **Betriebsleitung** Optimierungspotential vorhanden ist, unterscheiden sich wesentlich nach Arbeitsbereich im Betrieb. Hilfskräfte brauchen vor allem bessere Deutsch- bzw. Italienischkenntnisse, leitende Angestellte bzw. die Geschäftsführung vor allem Englisch (wenn auch gute Deutsch- bzw. Italienischkenntnisse in diesem Bereich nicht immer gegeben sind).

Die Analyse der Bewertung der Sprachkompetenzen aus Sicht der Betriebsleitung, unterschieden nach mehrheitlicher Erstsprache im Betrieb, zeigt hingegen sprachlichen Nachholbedarf vor allem in Betrieben, in denen die Mitarbeiter/innen mehrheitlich Italienisch als Erstsprache angeben. In diesen Betrieben sind die Angaben, Sprachkom-

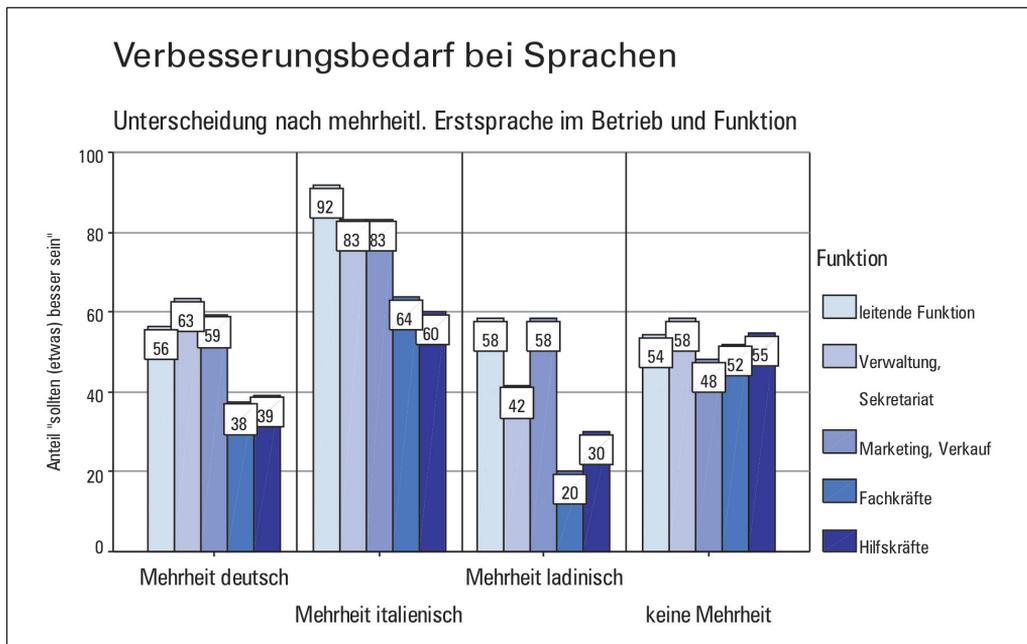


Abbildung 15: Bewertung der Sprachkenntnisse für verschiedene Tätigkeitsbereiche, nach mehrheitlicher Erstsprache und nach Tätigkeitsbereich. Sicht der Personalverantwortlichen.

petenzen sollten besser sein, in allen Bereichen höher (Abbildung 15). Dasselbe Betrachtung, allerdings nach Branche der Betriebe, weist leicht erhöhte Werte im Dienstleistungsbereich auf.

Das Bild über sprachliche Mängel am Arbeitsplatz vervollständigt sich, wenn man die Selbstbeurteilung der Sprachkompetenzen in Bezug auf den aktuellen Arbeitsplatz analysiert, also die Sicht der **Mitarbeiter/innen** betrachtet. Wenn auch die sprachliche Realität in Südtirol die Kenntnis der Zweitsprache fördert, so werden die eigenen Fähigkeiten diesbezüglich bei weitem nicht immer als zufriedenstellend beurteilt.

Diese Selbstbeurteilung wurde nur von jenen Befragten vorgenommen, die die jeweilige Sprache am Arbeitsplatz auch tatsächlich verwenden.<sup>4</sup> Diese sind damit nicht immer zufrieden: ein Drittel der Befragten gibt jeweils an, die Kompetenzen wären zu verbessern. Dies trifft für Personen mit italienischer Erstsprache (bezüglich Deutsch) öfter zu als für Personen mit Deutsch oder Ladinisch als Erstsprache (Abbildung 16). Deutlich höher sind die Anteile jener, die ihre Englischkenntnisse als verbesserungswürdig einstufen: zwar verwenden nur 44 % der Befragten Englisch an ihrer derzeitigen Arbeitsstelle, von diesen ist aber eine Mehrheit der Meinung, sie sollten hier noch nachbessern.

Die Beurteilung der eigenen Sprachenkenntnisse zeigt schließlich je nach Betriebsbereich der befragten Mitarbeiter/innen unterschiedliche Schwerpunkte (Abbildung 17). So liegt der Anteil der Personen, die ihre Englischkenntnisse als ungenügend beurteilen,

<sup>4</sup> Die Anteile der Beschäftigten in den befragten Betrieben, welche die zwei großen Landessprachen an ihrem aktuellen Arbeitsplatz nicht verwenden, liegen schon recht hoch; diese Personen können die jeweilige Sprache an ihrem Arbeitsplatz mangels Nutzung nicht verbessern, sodass man annehmen kann, dass die Kompetenzen eher unterdurchschnittlich sein werden.

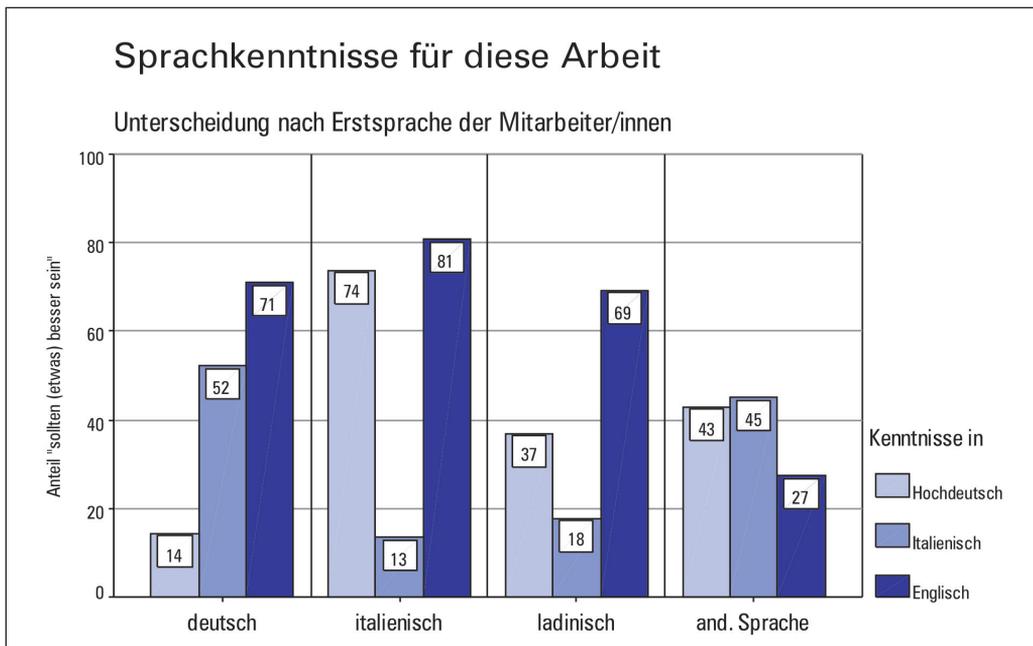


Abbildung 16: Unzureichende Beurteilung der Kompetenzen in unterschiedlichen Sprachen für die derzeitige Beschäftigung, nach Erstsprache der Mitarbeiter/in aus Sicht der Mitarbeiter/innen. Angaben bezogen nur auf jene Personen, welche die jeweilige Sprache tatsächlich verwenden.

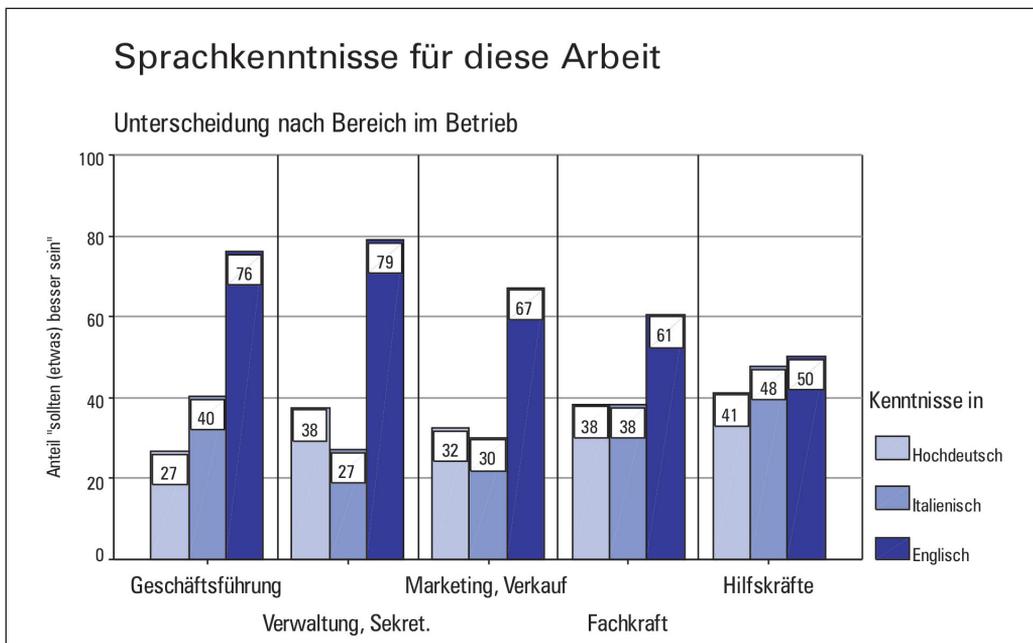


Abbildung 17: Unzureichende Beurteilung der Kompetenzen in unterschiedlichen Sprachen für die derzeitige Beschäftigung, nach Tätigkeitsbereich aus Sicht der Mitarbeiter/innen. Angaben bezogen nur auf jene Personen, welche die jeweilige Sprache tatsächlich verwenden.

vor allem in leitender Position, aber auch in Verwaltung, Sekretariat, Rezeption sowie in Marketing, Verkauf, Service deutlich über jenem der anderen Fach- bzw. der Hilfskräfte. Bei letzteren liegt dagegen der Anteil der Personen, welche ihre Deutsch- bzw. Italienischkenntnisse als ungenügend beurteilen, über den anderen Gruppen.

## **Sprachkompetenzen und Wettbewerbsfähigkeit im Licht künftiger Entwicklungen**

Zweisprachigkeit wird heute von vielen Betrieben Südtirols als Stärke gesehen, über die es gelingt, die eigenen Märkte geografisch über die Region auszuweiten, in erster Linie auf das nationale Staatsgebiet und das deutschsprachige Ausland. Zum Teil gelingt es sogar, sich mit den zwei Sprachen über die italienischsprachigen und deutschsprachigen Gebiete hinaus zu bewegen. Massive Probleme im laufenden Geschäft, die sich auf mangelnde Sprachenkenntnisse zurückführen lassen, sind nicht zu beobachten.

Diese Einschätzung bedeutet aber nicht, dass keine Verbesserungspotentiale gesehen werden. Diese sind aber nach Bereich im Betrieb und nach Sprache zu differenzieren.

Eine ausreichende Kenntnis der zweiten Sprache ist heute nicht durchgehend gewährleistet: Zwar braucht – laut eigenen Angaben – ein nennenswerter Anteil der Beschäftigten die jeweilige Zweitsprache am aktuellen Arbeitsplatz nicht, sodass sich mangelnde Sprachenkenntnisse nicht unmittelbar negativ auf den Betrieb auswirken werden. In der Optik der generellen Verbesserung des Humankapitals am Südtiroler Arbeitsmarkt ist aber auch dieses Faktum von Interesse (siehe dazu den Kommentar von A. Mazza, Kapitel 4.3, Seite 69). Von den Nutzern und Nutzerinnen der Zweitsprache am Arbeitsplatz werden aber Mankos benannt, öfter von Personen mit Italienisch als Erstsprache. Deutsch und Italienisch ist außerdem für Zuwanderer ein Thema. Sehr viel höher ist der Verbesserungsbedarf bei den Englischkenntnissen; diese fehlen weniger den Facharbeitern oder Hilfskräften, die es nicht brauchen, sondern Personen in leitender Position und mit Kundenkontakt. Diese Einschätzung teilen Mitarbeiter/innen und Betriebsleitung.

Wenn die Bewältigung der sprachlichen Herausforderungen der Märkte heute als gut bezeichnet wird, ja zum Teil als Stärke unterstrichen wird – mit dem genannten Nachholbedarf bei Immigrantinnen und Immigranten und jenem bezüglich der englischen Sprache bei leitendem Personal – so darf dieser Aspekt nicht als statisch gesehen werden. Es muss die Frage gestellt werden, inwieweit sich der Stellenwert von Sprachkompetenzen in Zukunft ändern wird. Die vorliegende Untersuchung gibt einige Hinweise dafür. **(1)** Während die Betriebe die sprachlichen Anforderungen der heutigen Märkte meistern, sind mangelnde Sprachkenntnisse heute schon zum Teil Hemmschuh für eine Expansion in neue Märkte. Wenn neue Märkte erobert werden sollen, werden Sprachkompetenzen noch wichtiger. **(2)** Sprachkompetenzen sind in qualifizierteren Berufen wichtiger als in einfachen. Höhere Bildungsabschlüsse führen dazu, dass immer mehr Südtiroler und Südtirolerinnen in diese Berufe streben. **(3)** Ein wichtiger Aspekt hängt mit dem Stellenwert von Immigrantinnen und Immigranten am Südtiroler Arbeitsmarkt zusammen. Wenn sie weiterhin ein wichtiges Segment darstellen sollen, müssen ihre (spezifischen) Anforderungen an Sprachenlernen berücksichtigt werden. **(4)** Der Dienstleistungsbereich wächst im Vergleich zum produzierenden Gewerbe deutlich. Gerade in diesem Bereich werden heute schon Sprachkenntnisse als wichtiger eingestuft als in den Vergleichsbranchen.

Neben diesen Indizien aus der Untersuchung gibt es gesamtwirtschaftliche Trends, die darauf hindeuten, dass die Nischen für Betriebe mit geringen Sprachenkenntnissen weniger werden. Als eine Schwäche der Südtiroler Wirtschaft wird immer wieder die durchschnittliche bis niedrige Produktivität benannt, die auch mit der durchschnittlich kleinen Betriebsgröße zusammenhängt (Lechner. O., Moroder, B., 2008). Größere Betriebe bearbeiten öfter sprachlich vielfältigere Märkte und kommunizieren intern in mehreren Sprachen, wie die Untersuchung deutlich belegt hat. Ein Trend zu größeren Betrieben bedeutet deshalb sprachlich vielfältige Situationen am Arbeitsplatz.

Für den Südtiroler Tourismus als wichtiges Standbein der Südtiroler Wirtschaft lassen sich drei der genannten Punkte belegen. Die Belegschaften weisen heute schon einen hohen Anteil an Immigrantinnen und Immigranten auf, die nicht nur als Hilfskräfte eingesetzt werden, sondern auch in Berufsprofilen mit Kundenkontakt arbeiten. Die Strategie der Südtiroler Tourismuswerbung zielt daneben massiv auf neue Märkte (Beneluxländer, England, Polen und Tschechien), die neue sprachliche Herausforderungen bergen. Und als drittes hat sich die Beherbergungsstruktur in den letzten Jahrzehnten zu größeren Betrieben hin bewegt, was mit niedriger Rentabilität bei kleinen Betrieben begründet wird.

### 3.5 Gewichtung der Sprachkompetenz bei Stellenausschreibungen

Karl Gudauner, AFI-IPL

#### Sprachkenntnisse nicht nur in Leitungspositionen unverzichtbar

Inwiefern Sprachkompetenzen eine grundlegende Qualifikation für den heimischen Arbeitsmarkt darstellen, wurde zudem durch die Befragung der Unternehmen nach der Handhabung der letzten Stellenausschreibungen überprüft. Herausragende Bedeutung maßen die befragten Unternehmen der Kenntnis der beiden Landessprachen bei Bewerbungen für die Geschäftsführung bzw. für leitende Positionen, für freie Stellen in Verwaltung/Sekretariat/Rezeption und im Bereich Marketing/Verkauf bei. Hinsichtlich dieser Arbeitsbereiche ist die Zweisprachigkeit sozusagen eine Kompetenz, die weitgehend vorausgesetzt wird. Bei Fachkräften wurde die Kenntnis von Deutsch und Italienisch als eher wichtig eingestuft, bei Hilfskräften als weniger wichtig. Sektorenspezifisch liegen die diesbezüglichen Anforderungen an die Sprachkompetenzen bei Dienstleistungsbetrieben noch höher als im Tourismus.

Fremdsprachenkenntnisse waren laut den Antworten der explorativen Stichprobe der Unternehmen ebenso bei Stellenausschreibungen in den Leitungspositionen sowie in Verwaltung/Sekretariat/Rezeption und Marketing/Verkauf eher wichtig bzw. sehr

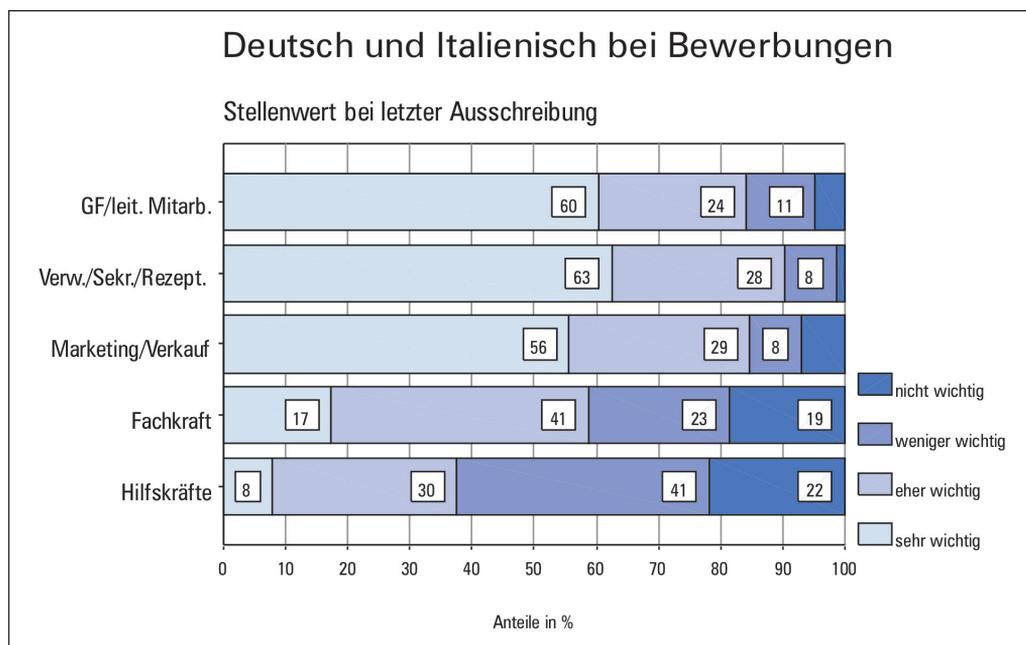


Abbildung 18: Stellenwert von Deutsch und Italienisch für die Besetzung der letzten ausgeschriebenen Stellen im Betrieb. Unterscheidung nach Tätigkeitsbereich. Sicht der Personalverantwortlichen.

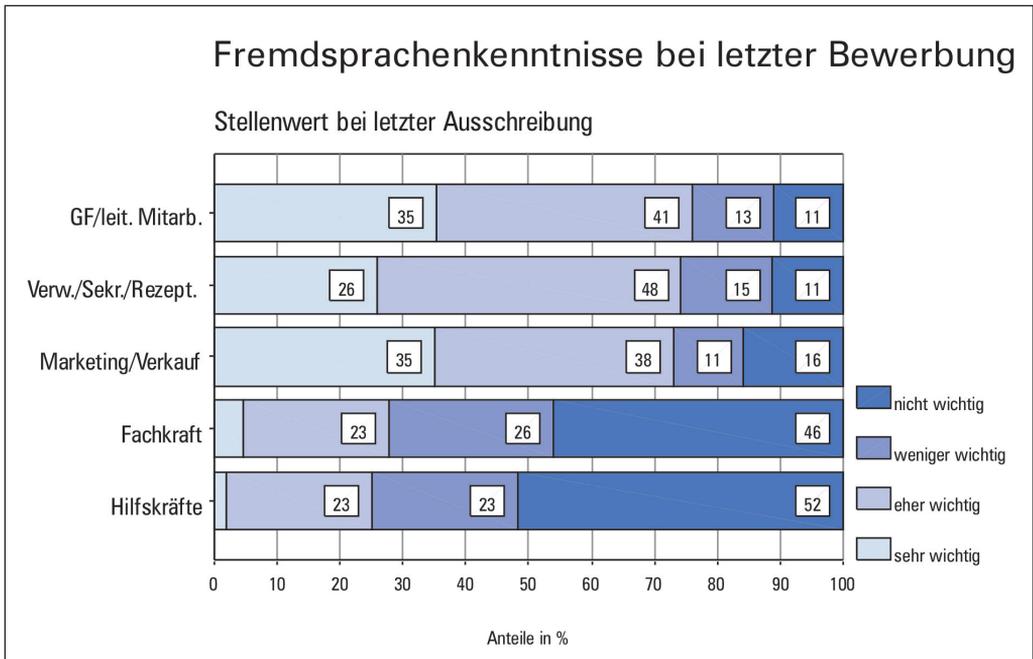


Abbildung 19: Stellenwert von Fremdsprachkenntnissen für die Besetzung der letzten ausgeschriebenen Stellen im Betrieb. Unterscheidung nach Tätigkeitsbereich. Sicht der Personalverantwortlichen.

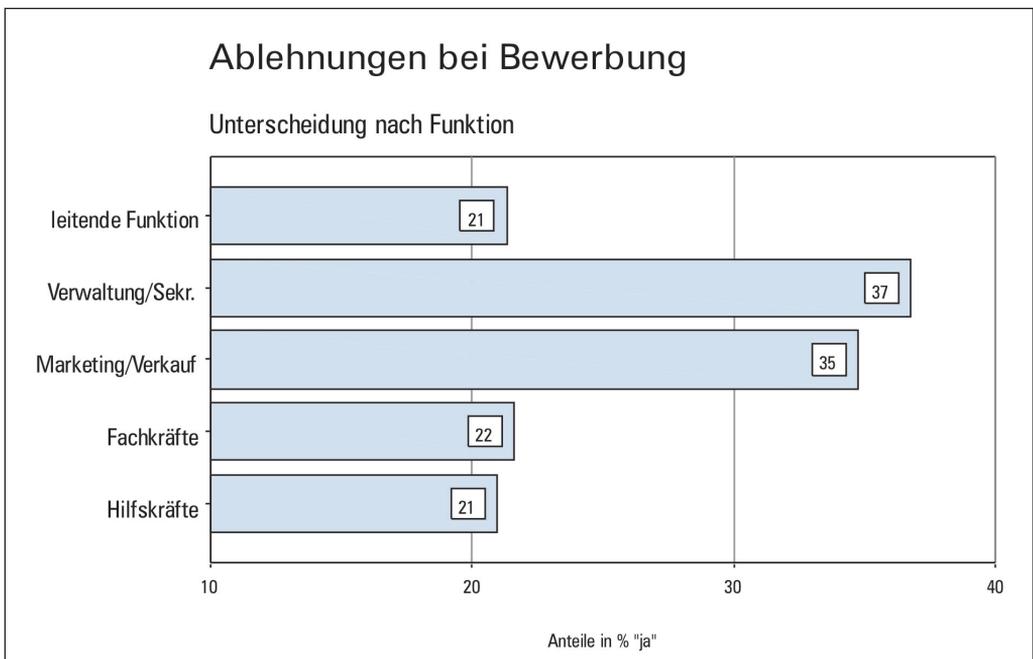


Abbildung 20: Ablehnung von Bewerber/innen in Betrieben bei den letzten Stellenausschreibungen. Unterscheidung nach Tätigkeitsbereich. Sicht der Personalverantwortlichen.

wichtig, während für Fach- und Hilfskräfte solchen spezifischen Sprachkenntnissen wenig Bedeutung zugemessen wurde. Sobald die Marktorientierung des Betriebes über Südtirol hinausgeht, wächst der Bedarf an Fremdsprachenkenntnissen deutlich an.

### Stellenbewerber/innen ohne Sprachkenntnisse riskieren Absagen

Noch deutlicher wird die Bedeutung der Sprachkenntnisse daraus ersichtlich, dass zahlreiche Bewerber/innen von den befragten Betrieben bei den letzten Stellenausschreibungen aufgrund fehlender Sprachkenntnisse abgelehnt wurden. Wie aus der folgenden Abbildung hervorgeht, lag bei Betrieben mit dem Hauptmarkt außerhalb von Südtirol der Prozentsatz der Bewerber/innen, die aufgrund mangelnder Sprachkenntnisse eine Absage erhielten, in allen Qualifikationsstufen über 20 % mit Spitzen von weit über 30 % in den Bereichen Verwaltung/Sekretariat und Marketing/Verkauf.

Bei Unternehmen, die vorwiegend auf dem heimischen Markt tätig sind, werden kaum Bewerber/innen wegen unzureichender Sprachkompetenzen abgelehnt. Unabhängig sind spezifische Sprachkenntnisse in Unternehmen mit internationaler Ausrichtung.

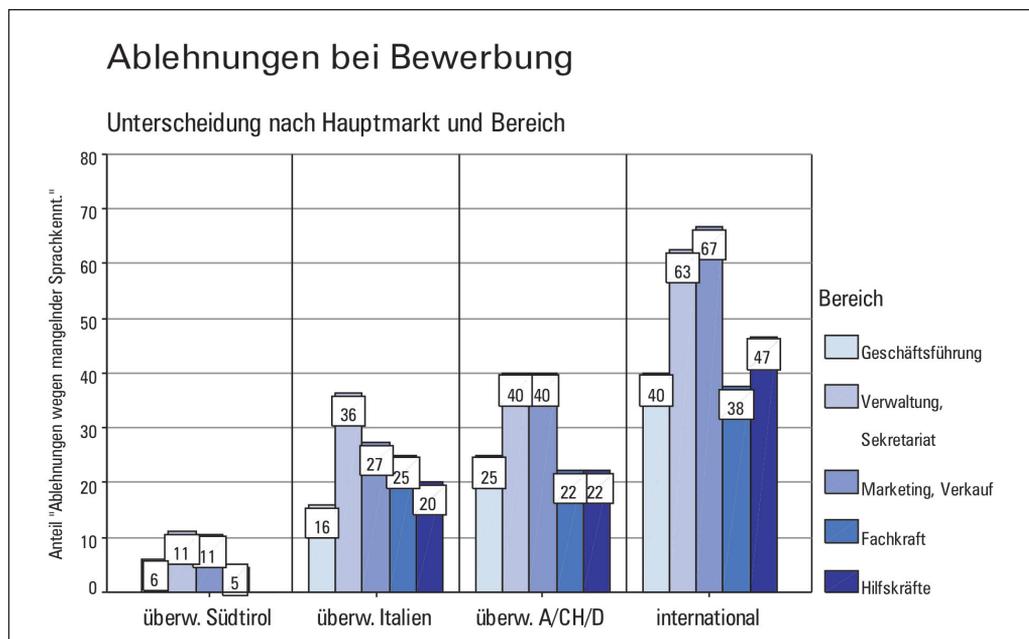


Abbildung 21: Ablehnung von Bewerber/innen in Betrieben bei den letzten Stellenausschreibungen. Unterscheidung nach Tätigkeitsbereich und nach Hauptmarkt des Betriebs. Sicht der Personalverantwortlichen.

## 3.6 Bibliografie

- Ceccon et al. (2006): *Südtiroler Sprachbarometer. Sprachgebrauch und Sprachidentität in Südtirol*. ASTAT Schriftenreihe 123, Bozen.
- Dal Capello, T., H. Pörnbacher (2008): *Der Stellenwert von Sprachkompetenzen: Auswirkungen auf die Arbeitsmarktchancen der Arbeitnehmer/innen in Südtirol sowie auf die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen. Modul D: Betriebsbefragung. Detailbericht zu einer empirischen Untersuchung*, apollis, Bozen.
- Lechner, O., B. Moroder (2008): *Wirtschaftsprofil Südtirol*. WIFO – Wirtschaftsforschungsinstitut der Handelskammer, Bozen.
- Loi, M. (2007): *Il valore delle competenze linguistiche: effetti sulla condizione dei lavoratori e sulla competitività delle imprese in Alto Adige. Modulo A: Studio preliminare*. Relazione interna, apollis, Bolzano.
- Loi, M., Pörnbacher, H. (2007): *Il valore delle competenze linguistiche: effetti sulla condizione dei lavoratori e sulla competitività delle imprese in Alto Adige*. Concetto per una ricerca empirica, apollis, Bolzano.
- Pörnbacher, H. (2008): *Der Stellenwert von Sprachkompetenzen: Auswirkungen auf die Arbeitsmarktchancen der Arbeitnehmer/innen in Südtirol sowie auf die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen. Modul D: Betriebsbefragung. Ergebnisbericht zu einer empirischen Untersuchung*, apollis, Bozen.
- Vinatzer, I. M. (2007): *Der Stellenwert von Sprachkompetenzen: Auswirkungen auf die Arbeitsmarktchancen der Arbeitnehmer/innen in Südtirol sowie auf die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen. Modul B: Fallstudien. Sprachkompetenzen im komplexen Wirkungsgefüge von Betrieben*. Forschungsbericht, apollis, Bozen

## 4. Kommentare

In den folgenden drei Beiträgen werden die Ergebnisse der Untersuchung von drei Experten kommentiert.

Massimo Loi ordnet sie in einen bildungsökonomischen Diskurs ein, indem er der Frage nachgeht, inwieweit es gerechtfertigt erscheint, in Sprachbildung zu investieren.

Siegfried Baur setzt die auf das lokale Produktivsystem konzentrierte Studie mit den auf europäischer Ebene vorhandenen Methoden und Strategien für das Sprachenlernen in Verbindung.

Aldo Mazza schließlich befasst sich mit der praktischen Umsetzung der Forschungsergebnisse, indem er deren Bedeutung für das Handeln der Unternehmen beschreibt.



# 4.1 Sprachkompetenzen in Südtirol: Deutung der Ergebnisse unter dem Blickwinkel der Humankapitaltheorie

Massimo Loi

## 1. Einführung

In dieser Studie wurden die Sprachkompetenzen ganz pragmatisch definiert. Das heißt, es wurde bewertet, inwiefern eine Person fähig ist, mit dem beruflichen und sozialen Umfeld, in dem sie wirkt und tätig ist, angemessen zu interagieren. Die Angemessenheit der Interaktion hängt vor allem von der beruflichen und sozialen Situation ab, die hier betrachtet wird, sowie von der Häufigkeit, mit der sie auftritt. Ist nämlich einerseits ein Sprachnachweis Indiz für die theoretische Sprachkompetenz, so kann er andererseits doch nicht als Garantie für die praktische Sprachkompetenz bewertet werden.

Die Kenntnis von einer oder mehreren Sprachen neben der Muttersprache ist eine reelle Investition in das Humankapital (vgl. bspw.: Chiswick und Miller, 2003; Grin und Sfreddo, 1998; Grin und Villancourt, 1997). Als Humankapital kann jener Schatz an Kenntnissen, Kompetenzen und Erfahrungen bezeichnet werden, den eine Person in sich trägt und der unabdingbar für die Erreichung der sozialen und wirtschaftlichen sowie der individuellen und kollektiven Ziele ist. Die Ausstattung mit Humankapital, die einer Person eigen ist, kann durch regelrechte „Investitionen“ verbessert werden. Dazu zählen beispielsweise die Schulbildung oder Fortbildung am Arbeitsplatz, aber auch ärztliche Behandlungen und der Erwerb von Informationen über das Wirtschaftssystem. Diese Investitionen können allgemeiner oder spezifischer Natur sein. Während es sich bei den Ersten um Kenntnisse und Kompetenzen handelt, die im gleichen Maß und unabhängig vom Bezugskontext genutzt werden können, beziehen sich die Zweiten auf jenes Kenntnis- und Kompetenzkapital, dessen Nutzbarkeit unlösbar mit einem spezifischen Kontext verbunden ist und das aus diesem Grunde außerhalb dieses spezifischen Kontexts keinerlei Wert hat (Becker, 1962).

Wie bei jeder anderen Investition unterliegt auch die Entscheidung, in Humankapital zu investieren, einer Kosten-Nutzen-Bewertung. Einzelpersonen oder Unternehmen entscheiden sich nur dann für eine Investition in das Humankapital – sei es das eigene oder das der eigenen Beschäftigten –, wenn sie daraus einen Gewinn erzielen können.

Betrachtet man die Arbeitswelt, das heißt ArbeitnehmerInnen und Unternehmen, so führen die Investitionen in allgemeines Humankapital zu einer Erhöhung des Grenzertrags der Arbeit, die für alle auf dem Markt tätigen Unternehmen gleich ist. In der Situation des vollkommenen Marktes führen sie zugleich zu einer identischen Erhöhung der Gehälter.

Für ein Unternehmen ist daher eine Investition in die Bildung von allgemeinem Humankapital der eigenen Angestellten nur dann gewinnbringend, wenn es die Kosten für ein solches Vorhaben eben jenen ArbeitnehmerInnen aufbürden kann (ebd.)<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> In Wirklichkeit wird in einem Teil der Literatur, die die Hypothese des vollkommenen Markts fallen lässt und sich in die Situation der komprimierten Gehälter versetzt, behauptet, dass sich auch die Unternehmen an den Kosten für die Investition in Humankapital beteiligen und von einer Situation komprimierter Löhne ausgeht (vgl. Acemoglu und Pischke, 1999).

Ganz anders stellt sich dieses Thema bei der Bewertung von Investitionen in spezifisches Humankapital dar. Da sich in diesem Fall die Grenzproduktivität der Arbeit nur im spezifischen Kontext erhöht, ist das Unternehmen, das die Investition unternimmt, auch verpflichtet, die entsprechenden Kosten zu tragen.

Am Rande sei jedoch bemerkt, dass es sich bei Investitionen in Humankapital nie um rein allgemeine oder rein spezifische Investitionen handelt, sondern dass sie, wenn auch in variablen Proportionen, immer beide Komponenten enthalten. Deshalb wird die Kostenbeteiligung an der Investition vonseiten des Arbeitnehmers und des Unternehmens nach deren Allgemeinheitsgrad bemessen. Je größer die allgemeine Natur der Investition, umso höher ist der Kostenanteil zu Lasten des Arbeitnehmers und umso geringer der Kostenanteil für das Unternehmen. Und umgekehrt: je spezifischer die Investition, umso höher fallen die Kosten zu Lasten des Unternehmens und umso geringer die Kosten für den Arbeitnehmer aus.

## 2. Die Grenzen der Humankapitaltheorie und die Ziele dieses Beitrags

In der Literatur, die auf die Humankapitaltheorie Bezug nimmt und den Wert der Sprachkompetenzen in zwei- und mehrsprachigen Kontexten wie etwa in Südtirol analysiert, wird das einzelne Individuum in den Mittelpunkt der Untersuchungen gestellt. Dabei versucht man, Antwort auf folgende Fragen zu finden:

- Aufgrund welcher Faktoren entscheidet ein Individuum, eine Sprache zu erlernen und diese bis zu einem bestimmten Grad zu vertiefen?
- Vom Standpunkt der Einkommensunterschiede aus betrachtet, welchen Gewinn bringen Investitionen in Sprachkompetenzen?
- Erhöht der Besitz bestimmter Sprachkompetenzen die Wahrscheinlichkeit, eine Beschäftigung zu finden?

Diese Art der Erhebungen besitzt eine vorrangig quantitative Prägung und könnte zu verzerrten Ergebnissen führen, wenn:

- der Arbeitsmarkt nicht vollkommen kompetitiv ist<sup>2</sup>,
- eine starke Korrelation zwischen den Sprachkompetenzen und anderen Variablen besteht, die das in einer Person verkörperte Humankapital bilden.

Was den ersten Punkt betrifft, so zeigen regionale Statistiken, dass der Arbeitsmarkt in Südtirol durch einen andauernden Überschuss der Stellenangebote gegenüber den Stellengesuchen gekennzeichnet ist. In einem solchen Kontext könnten Unternehmen tendenziell unter Personalmangel leiden und folglich gezwungen sein, ArbeitnehmerInnen einzustellen, deren Kompetenzen vom Bedarf des Unternehmens abweichen. Damit wären jedoch die Voraussetzungen, auf denen die Humankapitaltheorie begründet ist, entkräftet. Die den ArbeitnehmerInnen gezahlten Löhne würden in erster Linie von den Merkmalen des Arbeitsmarktes abhängen und nur geringfügig von deren Ausstattung mit Humankapital.

Mit Bezug auf den zweiten Punkt liegen bereits viele empirische Studien vor, die eine bedeutende Korrelation zwischen dem Stand der Sprachkompetenzen und dem Bil-

---

<sup>2</sup> Beispielsweise ist das Vorhandensein von Informationsasymmetrien zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern offensichtlich, ganz besonders in Bezug auf Sprachkompetenzen. Was die Merkmale betrifft, die einen vollkommenen Markt ausmachen, wird auf einschlägige Abhandlungen zum Thema Mikroökonomie verwiesen.

dungsniveau herausstellen. Aus diesem Grund ist es schwierig, die Auswirkung der einen bzw. der anderen Variable auf das gezahlte Gehalt, auf die Zugangsmöglichkeiten zum Arbeitsmarkt und auf die Karrierechancen zu identifizieren.

Trotz dieser Beschränkungen wird die Ansicht vertreten, dass einige der hier erörterten Untersuchungsergebnisse aufgrund der Humankapitaltheorie interpretiert werden können. Angesichts dieses Ziels kann der vorliegende Beitrag gedanklich in zwei Teile unterteilt werden: Im ersten Teil werden ausgehend von der Humankapitaltheorie und den Charakteristiken des Südtiroler Arbeitsmarkts einige Untersuchungshypothesen ermittelt, die sich auf die Anwendung und Bedeutung von Sprachkompetenzen für ArbeitnehmerInnen und Unternehmen beziehen. Im zweiten Teil dieses Beitrags wird überprüft, ob diese Hypothesen von der Realität bestätigt werden, die sich aus den oben erörterten Untersuchungen ergibt.

In diesem Zusammenhang muss unterstrichen werden, dass mangels statistischer Repräsentativität der analysierten Stichprobe die hier aufgeführten Betrachtungen nur Denkanstöße und Diskussionsansätze darstellen, die bei zukünftigen Studien gegebenenfalls vertieft werden müssen.

### 3. Untersuchungshypothesen

Hypothese 1 – In einem mehrsprachigen Kontext wie dem in Südtirol stellen Sprachkompetenzen eine Art allgemeines Humankapital dar, das für die Individuen unumgänglich ist, um aktiv am sozialen Leben teilzunehmen. Die Finanzierung dieser Investition ist folglich nicht Aufgabe der Unternehmen, sondern steht dem lokalen oder nationalen System der Schul- oder Berufsausbildung zu oder der persönlichen Initiative der einzelnen ArbeitnehmerInnen.

Hypothese 2 – Unternehmen und ArbeitnehmerInnen sind bereit, nur Investitionen in solche Sprachkompetenzen zu finanzieren, die nicht während der Schul- oder Berufsausbildung erworben werden.

Hypothese 3 – Angesichts der Merkmale des Südtiroler Arbeitsmarkts wird ein Arbeitnehmer kaum einwilligen, eine Investition in spezifische Sprachkompetenzen selbst zu finanzieren, auch wenn damit möglicherweise eine Verbesserung seiner Position verbunden ist.

Hypothese 4 – Angesichts der Merkmale des Südtiroler Arbeitsmarkts könnte der Besitz allgemeiner Sprachkompetenzen, die hinsichtlich ihres Niveaus unterhalb der Bedarfsanforderungen vonseiten der Arbeitswelt liegen, kein Ausschlusskriterium für den Zugang zum Arbeitsmarkt sein.

### 4. Überprüfung der Hypothesen

Hypothese 1

Die Hypothese 1 scheint Bestätigung zu finden. Unabhängig von ihrer Größe sind die meisten Unternehmen der Ansicht, dass während der Arbeitstätigkeit nur Fachbegriffe in einer Fremdsprache erworben werden können, wobei sie die Verantwortung für die Investition bei der Bildung von eher allgemeinen Sprachkompetenzen auf die eigenen Beschäftigten abwälzen (43,8 %). Signifikant ist dann die Anzahl der Unternehmen, die

erklären, ausschließlich bei der Bildung spezifischer Kompetenzen eine aktive Rolle einzunehmen (30 %). Eine Minderheit der Unternehmen, deren Anzahl jedoch nicht zu unterschätzen ist, vertritt die Meinung, keine Rolle bei der sprachlichen Ausbildung zu besitzen, wobei sie diese Verantwortung dem Südtiroler Schulsystem (allgemeine und berufsbildende Schulen) sowie den eigenen Beschäftigten zuweist (26,2 %)³. In Bezug auf nachfolgende Punkte vertreten ArbeitnehmerInnen und Unternehmen dieselben Ansichten: Die Mehrzahl der befragten Arbeitnehmer ist der Ansicht, dass den Unternehmen eine Rolle bei der Ausbildung der eigenen Beschäftigten nur im Fall der Kenntnisvermittlung von Fachbegriffen (44,6 %) oder in jedem Fall bei der Vermittlung von Fachkompetenzen (33,9 %) zufällt. Mehr als ein Fünftel der ArbeitnehmerInnen bestätigt, dass die Sprachkompetenzen während der Schul- bzw. Berufsausbildung oder auf persönliche Initiative angeeignet werden müssen und dass hierbei keinerlei Verantwortung bei den Unternehmen liegt (21,5 %)⁴.

Die Antworten auf diese Fragen stellen heraus, dass die Sprachkompetenzen in allgemeine und spezifische unterteilt werden und dass sich ArbeitnehmerInnen und Unternehmen darüber einig sind, dass die Aufgabe zur Vermittlung allgemeiner Sprachkompetenzen dem Schulsystem (allgemeine und berufsbildende Schulen) und der individuellen Initiative zufällt. Den Unternehmen wird hingegen die Pflicht vorbehalten, den eigenen Beschäftigten die Instrumente für die Aneignung jener Fachbegriffe oder jener spezifischer Kompetenzen zur Verfügung zu stellen, die, indem sie auf zuvor angeeigneten Grundkompetenzen aufbauen, die ArbeitnehmerInnen in die Lage versetzen, die ihnen übertragenen Aufgaben bestmöglich auszuführen.

Soweit der allgemeine Überblick. Geht man nun aber ins Spezifische, so fällt auf, dass das Verhalten je nach Unternehmensgröße zum Teil Unterschiede aufweist.

Entscheiden sich kleine Unternehmen (3-20 Mitarbeiter) für eine Investition in die sprachliche Ausbildung ihrer Angestellten, so tun sie das fast ausschließlich, um spezifische Bedürfnisse zu befriedigen. Größere Betriebe übernehmen hingegen eine aktive Rolle auch bei der Vermittlung von Grundkenntnissen. Hinzu kommt, dass es in der Mehrzahl die kleinen Unternehmen sind, die die Ansicht vertreten, keinerlei Rolle beim Spracherwerb zu bekleiden, sondern diese Aufgabe auf die Privatinitiative oder auf das System der schulischen und beruflichen Ausbildung abwälzen.

## Hypothese 2

Im Allgemeinen fördern Unternehmen Initiativen der Sprachausbildung vornehmlich dann, wenn sie damit einen spezifischen Bedarf abdecken können. Dies geht zumindest aus den Erläuterungen im obigen Abschnitt hervor. Im Einklang mit der Humankapitaltheorie müsste die Finanzierung dieser Initiativen zu Lasten der Unternehmen und nicht der Mitarbeiter gehen. Bewertet man jedoch die Angaben zu Initiativen, die zur Förderung der sprachlichen Ausbildung ergriffen wurden, stellt sich heraus, dass diese nur in 52,2 % der Fälle finanziert werden (zu 21,1 % werden Sprachkurse während der Arbeitszeit durchgeführt; zu 31,1 % werden Sprachkurse finanziert, die außerhalb der Arbeitszeiten stattfinden). Diese Tatsache steht im partiellen Widerspruch zur Hypothese 2⁵.

---

³ Frage 10 Betriebsfragebogen

⁴ Frage 10 Mitarbeiterfragebogen

⁵ Frage 9 Mitarbeiterfragebogen

Dieser Widerspruch wird noch offensichtlicher, wenn in diese Angaben die Daten integriert werden, die sich aus dem ArbeitnehmerInnensurvey ergeben, der 2008 vom Arbeitsförderungsinstitut AFI-IPL durchgeführt wurde, und die wegen der großen Anzahl der Befragten noch repräsentativer für die Südtiroler Realität zu sein scheinen. Aus dieser Umfrage geht nicht nur hervor, dass die Weiterbildungsinitiativen auf Unternehmensebene in mehr als 80 % der Fälle vom Unternehmen finanziert werden, sondern auch, dass das Unternehmen, dem zahlreiche Quellen der öffentlichen Finanzierung zur Verfügung stehen, die entsprechenden Kosten grundsätzlich eher auslagert.

Aus diesen Gründen scheint die Schlussfolgerung nahe zu liegen, dass die Kosten für die Bildung spezifischer Sprachkompetenzen zu Lasten des Standortes Südtirol bzw. Italien oder der einzelnen ArbeitnehmerInnen gehen, wie auch die Kosten für die Bildung von allgemeinen Sprachkompetenzen. Demzufolge ist die Hypothese 2 zurückzuweisen.

### Hypothese 3

Die Mehrzahl der ArbeitnehmerInnen, die an der Umfrage teilgenommen haben, erklärt, keine Initiative zur Verbesserung der eigenen Sprachkompetenzen ergriffen zu haben<sup>6</sup>: Die Investition in die sprachliche Bildung scheint nicht über die Kompetenzen hinauszugehen, die während der Schulzeit oder im Unternehmen erworben wurden. Dies liegt nicht so sehr an einem Desinteresse an dieser Form des Humankapitals, sondern vielmehr an der mangelnden Notwendigkeit, in dessen Bildung zu investieren. Die Mehrzahl der Befragten gab an, über ein den Bedürfnissen der bekleideten Position entsprechendes Kompetenzniveau in der italienischen Sprache (65 %) und in der deutschen Sprache (66 %) zu verfügen<sup>7</sup>. Dennoch ergab die Umfrage, dass verbesserungsfähige Lücken bestehen. Vor allem aber stellte sich heraus, dass die Notwendigkeit besteht, in andere Fremdsprachen zu investieren, insbesondere in die englische Sprache (die Sprachkompetenzen wurden von 29 % der Befragten als dem Bedarf in der ausgeübten Position entsprechend, von 45 % als verbesserbar und von 26 % als sehr verbesserungswürdig eingeschätzt). Die am Arbeitsplatz genutzten Sprachkompetenzen wurden anscheinend vorrangig bei der schulischen oder beruflichen Ausbildung erworben, nicht aber durch Initiativen, die vonseiten der Unternehmen getroffen wurden. Diese Situation findet besondere Bestätigung im Bezug auf die englische Sprache. 71 % der Arbeitnehmer ist in der Tat der Ansicht, dass die Kompetenzen in der englischen Sprache nur geringfügig oder gar nicht in der derzeit ausgeübten Beschäftigung verbessert werden. Dieser Prozentsatz sinkt auf 57 % für die deutsche und auf 41 % für die italienische Sprache. Die Verantwortung, die Sprachkompetenzen vor allem in der englischen Sprache zu verbessern, liegt demzufolge bei den einzelnen Beschäftigten, die dennoch nicht in deren Erwerb zu investieren scheinen, auch wenn davon möglicherweise ein beruflicher Aufstieg abhängt. Tatsächlich ergibt sich aus der Datenanalyse – wie voraussehbar –, dass die Kenntnis und Anwendung der beiden offiziellen Sprachen in Südtirol grundlegend für das Erklimmen der unternehmensinternen Karriereleiter sind (sehr/ziemlich wichtig bei 81 % der Befragten für die deutsche und bei 83 % für die italienische Sprache). Nicht absehbar war hingegen die Rolle, die die englische Sprache einnimmt (sehr/ziemlich wichtig bei 56 % der Befragten)<sup>8</sup>. Auch

---

<sup>6</sup> Frage 7 Mitarbeiterfragebogen

<sup>7</sup> Frage 4b Mitarbeiterfragebogen

wenn diese Betrachtungen eine Unterscheidung zwischen allgemeinen und spezifischen Sprachkompetenzen nicht zulassen, so veranlassen sie uns doch zur Akzeptanz der Hypothese 3.

#### Hypothese 4

Die Auswertung der arbeitnehmerseitigen Antworten ergab, dass die Kenntnis der italienischen und deutschen, wie auch der englischen Sprache Grundvoraussetzung für den Zugang zum Arbeitsmarkt ist. Während des Bewerbungsgesprächs wurde die Kenntnis dieser Sprachen vonseiten der BewerberInnen als ziemlich/sehr wichtig empfunden: bei 70 % der befragten ArbeitnehmerInnen für die deutsche Sprache, bei 80 % für die italienische Sprache und bei 35 % für die englische Sprache<sup>9</sup>. Unabhängig von der in Betracht gezogenen Sprache nimmt beim Zugang zum Arbeitsmarkt das mündliche Ausdrucksvermögen eine besondere Stellung ein, gefolgt vom schriftlichen<sup>10</sup>. Die Bedeutung der Sprachkompetenzen für den Zugang zum Arbeitsmarkt geht auch aus den Antworten von Unternehmerseite hervor. Ihr Merkmal als „Grundvoraussetzung“ gilt im Besonderen bei der Einstellung von Führungskräften, Verwaltungsangestellten sowie Mitarbeitern im Verkauf und Marketing. Mit Bezug auf diese Berufsbilder scheint es nicht unüblich zu sein, dass ein Unternehmen BewerberInnen wegen unzureichender Sprachkompetenzen aus dem Bewerbungsverfahren ausschließt<sup>11</sup>.

Die in der Umfrage eruierten Daten führen zu einer Zurückweisung der Hypothese 4: Auch wenn die Anzahl der Stellenangebote die der Stellengesuche überschreitet, scheinen Sprachkompetenzen eine Form des Humankapitals zu sein, die nicht nur für den Zugang zum Arbeitsmarkt, sondern auch für das Erreichen von Führungspositionen wichtig und notwendig ist.

## 5. Einordnung der Ergebnisse

Die Tatsache, die Hypothese 1 akzeptiert und die Hypothese 2 zurückgewiesen zu haben, und vor allem die Argumente, die dieser Entscheidung zugrunde liegen, führen zu der Schlussfolgerung, dass die Finanzierung der Sprachkompetenzen vorrangig zu Lasten des Standorts Südtirol bzw. Italien geht. Diese Finanzierung erfolgt auf direktem Wege (über die schulische und berufliche Ausbildung) beim Erwerb der allgemeinen Sprachkompetenzen und auf indirektem Wege (durch die Finanzierung der unternehmensinternen Weiterbildungsmaßnahmen) beim Erwerb spezifischer Kompetenzen.

Die erzielten Ergebnisse in Bezug auf die Hypothesen 3 und 4 lassen die Schlussfolgerung zu, dass das Fehlen eines angemessenen Sprachkompetenzniveaus eine effektive Zugangsbarriere zum Arbeitsmarkt darstellt, insbesondere in Bezug auf bestimmte Positionen. Dennoch scheint ein Arbeitsmarkt, der von einem Überschuss der Stellenangebote gegenüber den Stellengesuchen charakterisiert ist, eine Nivellierung nach unten der Sprachkompetenzen der Südtiroler Erwerbstätigen zu bewirken: Trotz der Barrieren hinsichtlich der Sprachkenntnisse werden keine Maßnahmen zu deren Überwindung

---

<sup>8</sup> Frage 6 Mitarbeiterfragebogen

<sup>9</sup> Frage 5 Mitarbeiterfragebogen

<sup>10</sup> Frage 11 Mitarbeiterfragebogen

<sup>11</sup> Fragen 11 e 12 Betriebsfragebogen

getroffen, da in jedem Fall die Wahrscheinlichkeit, eine alternative Beschäftigung zu finden, ziemlich hoch ist.

**Tabelle 1. Überprüfung der Hypothesen: Ergebnisse**

<p>Hypothese 1 In einem mehrsprachigen Kontext wie dem in Südtirol stellen Sprachkompetenzen eine Art allgemeines Humankapital dar, das für die Individuen unumgänglich ist, um aktiv am sozialen Leben teilzunehmen. Die Finanzierung dieser Investition ist folglich nicht Aufgabe der Unternehmen, sondern steht dem lokalen oder nationalen System der Schul- oder Berufsausbildung zu oder der persönlichen Initiative der einzelnen Angestellten.</p>	<p>AKZEPTIERT</p>
<p>Hypothese 2 Unternehmen und Arbeitnehmer sind bereit, nur Investitionen in solche Sprachkompetenzen zu finanzieren, die nicht während der Schul- oder Berufsausbildung erworben werden.</p>	<p>ZURÜCKGEWIESEN</p>
<p>Hypothese 3 Angesichts der regionsspezifischen Merkmale des Arbeitsmarkts wird ein Arbeitnehmer kaum einwilligen, eine Investition in spezifische Sprachkompetenzen selbst zu finanzieren, auch wenn damit möglicherweise eine Verbesserung seiner Position verbunden ist.</p>	<p>AKZEPTIERT</p>
<p>Hypothese 4 Angesichts der regionsspezifischen Merkmale des Arbeitsmarkts könnte der Besitz allgemeiner Sprachkompetenzen, die hinsichtlich ihres Niveaus unterhalb der Bedarfsanforderungen vonseiten der Arbeitswelt liegen, kein Ausschlusskriterium für den Zugang zum Arbeitsmarkt sein.</p>	<p>ZURÜCKGEWIESEN</p>

Angesichts dieser Situation sind zwei unterschiedliche, jedoch nicht alternative Interventionsmöglichkeiten erkennbar, um das Sprachkompetenzniveau der Südtiroler Bevölkerung zu verbessern:

- Einflussnahme auf die Bildungsangebote des Standortes Südtirol und deren Anpassung an die Bedürfnisse der Arbeitnehmer und Unternehmen;
- Verbesserung des Zugriffs zu Finanzierungsquellen für die sprachliche Bildung für die Unternehmen und insbesondere für die kleinen Betriebe.

## 6. Schlussfolgerungen: eine Provokation

Sowohl die Unternehmen als auch die ArbeitnehmerInnen verspüren die Notwendigkeit, in die Bildung von Sprachkompetenzen zu investieren. Dennoch sind sie eher dazu geneigt, die notwendigen Initiativen zur Deckung dieses Bedarfs nicht zu ergreifen, sondern sich vielmehr mit dem zu begnügen, was das Südtiroler Schul- und Ausbildungssystem bietet. Dieses passive Verhalten, das besonders in den kleinen Unternehmen gegeben ist, scheint das Produkt einer gewissen Autoreferentialität zu sein. In den Unternehmen wird vorrangig entweder deutsch oder italienisch gesprochen, die Hauptabsatzmärkte für die Südtiroler Unternehmen befinden sich, wenn nicht in Südtirol selbst, so in den deutschsprachigen Ländern oder im restlichen Staatsgebiet. Diese Autoreferentialität wird noch offensichtlicher, wenn man sich bewusst macht, dass eine enge Beziehung zwischen dem Absatzmarkt und der Muttersprache der Beschäftigten besteht. Angesichts dieser Wechselbeziehung zwischen Markt und Sprache scheint deutlich zu werden, dass sowohl ArbeitnehmerInnen als auch Unternehmen, denen durchaus bewusst ist, dass der vorhandene Grundschatz an Sprachkompetenzen verbesserungswürdig ist, keine gezielten Initiativen ergreifen, entweder weil sie sich an Personen wenden, die dieselbe Sprache sprechen, oder weil es ihnen in jedem Fall gelingt, sich mit ihrem Kenntnisstand der anderen Sprache zu behelfen, oder weil sie sich externen Mitarbeitern anvertrauen, die sich de facto in der anderen Sprache verständigen können. Dies wirft die Frage auf, bis zu welchem Ausmaß dieses System vertretbar ist, vor allem vor dem Hintergrund der wachsenden Globalisierung der Märkte. Wenn die Tatsache, eine Brücke zwischen zwei Welten, nämlich Italien und den deutschsprachigen Ländern, zu sein, bislang zugunsten von Südtirol gespielt hat, so könnte sie sich nun als gefährliche Stagnation erweisen. Was würde passieren, wenn in nicht allzu ferner Zukunft die Südtiroler Unternehmen gezwungen wären, Geschäftsbeziehungen mit Kunden/Unternehmen/Lieferanten aus Ländern zu unterhalten, deren Landessprache weder Deutsch noch Italienisch ist? Angesichts der in Betracht gezogenen Daten muss geschlussfolgert werden, dass sich diese Unternehmen unter sprachlichem Aspekt in einer nachteiligen Situation gegenüber solchen Unternehmen befinden würden, die in die englische (oder spanische) Sprache investiert haben. Die Notwendigkeit, mehr auf die englische Sprache zu setzen, wird jedenfalls sowohl von den Unternehmen als auch von den ArbeitnehmerInnen verspürt: Die Ersten geben an, Bewerber wegen Mangels an dieser spezifischen Kompetenz nicht eingestellt zu haben. Den Zweiten ist durchaus bewusst, dass die Kenntnis der englischen Sprache heute eine Grundvoraussetzung für den Zugang zu einigen Führungspositionen ist, insbesondere in Unternehmen, die auf internationaler Ebene tätig sind (das heißt, außerhalb des restlichen Staatsgebiets und der deutschsprachigen Länder).

## Literaturverzeichnis

- Acemoglu, D., Pischke, J. S. (1999): The Structure of Wages and Investment in General Training. *The Journal of Political Economy*, 107(3): 539-572.
- AFI-IPL (2008): *ArbeitnehmerInnensurvey 2008* ([http://www.afi-ipl.org/survey\\_deu.html](http://www.afi-ipl.org/survey_deu.html)).
- Becker, G. S. (1962): Investing in Human Capital. *The Journal of Political Economy*, 70(5): 9-49.
- Chiswick, B. R., Miller, P. W. (2003): The complementarity of language and other human capital: immigrant earnings in Canada. *Economics of Education Review*, 22(5): 469-480.
- Grin, F., Sfreddo C. (1998): Language-based earnings: differentials on the Swiss labor market: is Italian a liability? *International Journal of Manpower*, 19(7):520-532.
- Grin, F., Villancourt F. (1997): The economics of multilingualism: overview and analytical framework, in Grabe, W. (Ed), *Multilingualism* [ARAL series, XVII], Cambridge University Press, Cambridge: 43-65.
- Prausello, F., Marenco, M. (1996): *Economia dell'istruzione e del capitale umano*. Rom: LaTerza.



## 4.2 Sprachenlernen und Kompetenzen in einem mehrsprachigen europäischen Gebiet

Siegfried Baur

### 1. Einleitung

In diesem Beitrag soll mit Bezug auf die Studie des Arbeitsförderungsinstitutes (AFI-IPL) *“Der Stellenwert von Sprachkompetenzen: Auswirkungen auf die Arbeitsmarktchancen der Arbeitnehmer/innen in Südtirol sowie auf die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen“*, die gemeinsam mit dem Institut für Sozialforschung und Demoskopie „apollis“ Bozen durchgeführt worden ist, Überlegungen zur Sprachensituation und zu einem eventuellen Sprachenproblem in Südtirol als einem mehrsprachigen Raum sowie zu Sprachkompetenzen und interkulturellen Kompetenzen für die Zukunft in einem doch teilweise globalisierten oder zumindest international vernetztem Wirtschaftsraum angestellt werden.

Schon das Unterkapitel *„Kommunikation mit Mitarbeitern“* (vgl. S. 23-25) bestätigt ohne Zweifel, was die bisher durchgeführten Untersuchungen (Astat 1991, Astat 1992, Kohr et al. 1994, Censis 1997, Baur 2000, Astat 2006) wenigstens indirekt hinsichtlich der Sprachkompetenzen in den beiden zahlenmäßig am häufigsten gesprochenen Landessprachen aufgezeigt haben, nämlich dass die Sprachgruppen in Südtirol in relativ getrennten Lebenswelten leben, die auch relativ getrennte Sprach- und Kulturräume sind und dass es nennenswerte einsprachige Situationen in den Betrieben gibt.

### Südtirol ein mehrsprachiger Raum?

Südtirol ist kein einheitlicher Sprachraum und die unterschiedliche Verteilung der italienischen Sprachgruppe auf dem Territorium belegt dies. Auf Grund dieser Verteilung können drei Sprachräume oder soziolinguistische Zonen ausgemacht werden, in denen in unterschiedlicher Weise die Möglichkeit besteht, die zweite Sprache im sozialen Umfeld zu hören und zu sprechen: die Stadtgebiete, die Gebiete der großen Täler sowie die eigentlichen Berggebiete. Im ersten Sprachraum bestehen für die deutschsprachigen SchülerInnen viele Anregungen zum Erlernen der Zweitsprache Italienisch. Dieser Sprachraum entspricht dem Siedlungsgebiet, in dem die italienische Sprachgruppe in einem Ausmaß von 40 % bis 70 % vertreten ist. Im zweiten Sprachraum, in dem die italienische Sprachgruppe zwischen 10 % und 40 % vertreten ist, sind für die deutschsprachigen SchülerInnen geringe bis mittlere Anregungen für das außerschulische Erlernen der Zweitsprache Italienisch gegeben. Im dritten Sprachraum schließlich, der größtenteils die Berggebiete umfasst und dem Siedlungsraum entspricht, in dem die italienische Sprachgruppe mit weniger als 10% und meistens mit ganz geringen Prozentsätzen vertreten ist, sind für die deutschsprachigen SchülerInnen praktisch keine Anregungen für das Erlernen der Zweitsprache Italienisch im sozialen Umfeld wahrnehmbar. Diese Situation ändert sich auch dadurch nicht wesentlich, dass praktisch

überall die Möglichkeit besteht, mehrere italienischsprachige und deutschsprachige Fernsehsender zu empfangen, da einer rezenter Untersuchung des ASTAT zufolge, 27,1 % der deutschsprachigen Bevölkerung nie oder fast nie Fernsehsendungen in der anderen Sprache ansehen und 40,3 % nur gelegentlich. Bei der italienischsprachigen Bevölkerung liegen diese Prozentsätze für dieselben Parameter bei 38 % bzw. 42,4 %. (ASTAT 2006, S. 155)

Es gibt keine die gesamte Bevölkerung betreffenden quantitativen und qualitativen Daten zur Zweitsprachenkompetenz. Der einzige Indikator ist die Zweisprachigkeitsprüfung, bei der ab dem Jahre 1996 eine positive Trendwende festzustellen ist, da der Prozentsatz aller KandidatInnen aller drei Sprachgruppen und Laufbahnen<sup>1</sup>, die die Zweisprachigkeitsprüfung bestanden haben, zum ersten Mal auf 40,8 % und im darauf folgenden Jahr auf 43,9 % steigt. (Vgl. Astat 1998) Diese Ergebnisse sind aber nur deshalb so hoch, da sie Durchschnittsergebnisse aller vier Laufbahnen sind. Betrachtet man die Ergebnisse der Zweisprachigkeitsprüfungen aller drei Sprachgruppen des Jahres 2004 getrennt nach Laufbahnen, so zeigt sich, dass die Prüfung für die Laufbahn A (Universitätsabschluss) 50,8 % der TeilnehmerInnen bestanden haben, für die Laufbahn B (Reifezeugnis) 23,7 %, für die Laufbahn C (Mittelschulabschluss) 36,2 % und für die Laufbahn D (nur mündliches Kolloquium) 78,6 %. (ASTAT 2006, S. 88) Gerade bei den Laufbahnen mit den meisten TeilnehmerInnen (B und C) ist die Erfolgsquote relativ niedrig.

Begrenzte Leistungsuntersuchungen wurden in den späten 70er und frühen sowie mittleren 80er Jahren nur für die Zweitsprache Italienisch gemacht. Die rezenteste Untersuchung, die eine repräsentative Stichprobe der Abschlussklassen der drei Schulstufen (Grundschule, Mittelschule und Oberschule) der deutschen und italienischen Sprachgruppe betrifft, wurde auf Grund des Beschlussantrages des Südtiroler Landtages Nr. 270/1992 im Schuljahr 1995/96 im Auftrag der Landesregierung durchgeführt.<sup>2</sup> Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass bei den produktiven Sprachfertigkeiten (mündlicher und schriftlicher Ausdruck) die Hälfte der SchülerInnen gute bis zufriedenstellende Leistungen erbringen, dass aber die deutschsprachigen SchülerInnen wesentlich bessere Leistungen erbringen als die italienischsprachigen.<sup>3</sup>

Allerdings darf nicht vergessen werden, dass diese für die Hälfte der SchülerInnen relativ guten Ergebnisse auf der Basis jahrzehntelanger intensivster Bemühungen im didaktischen Bereich, intensiver und umfassender LehrerInnenfortbildung, langjähriger Schulversuche zur Implementation neuer Lehrpläne, Erarbeitung neuer Unterrichtsmaterialien usw., erzielt worden sind, dass der Zweitsprachunterricht bereits in der 1. Klasse der italienischen Grundschule beginnt und bis zum Jahre 2002 in der 2. Klasse der deutschen Grundschule begann und dass die Wochenstundenanzahl für den Zweitsprachunterricht wesentlich höher ist, als für den Unterricht der ersten Fremdsprache in jedem europäischen Land.

Vergessen werden darf auch nicht, dass Probleme mit dem Erlernen der Zweitsprache Italienisch vor allem im Bereich „Land“ (Gebiete mit deutschsprachiger Mehrheit) bestehen und dass auf Grund von Erfahrungswerten in diesen Gebieten, zumindest bei

---

<sup>1</sup> Die Ergebnisse werden seit 1992 nicht mehr nach Sprachgruppen getrennt erhoben.

<sup>2</sup> Die Autoren dieser Untersuchung waren Prof. Oskar Putzer, Universität Innsbruck und Dr. Floriano De-florian, Meran.

<sup>3</sup> Die Daten wurden mit Einverständnis der Autoren und der Landesregierung in Baur, S. (2000): Die Tücken der Nähe. Kommunikation und Kooperation in Mehrheits-/Minderheitssituationen. Meran: Alpha Beta, S. 294-299, veröffentlicht.

den bisherigen PflichtschulabgängerInnen, ein deutliches Nachlassen der Zweitsprachkenntnisse festzustellen ist. Dies dürfte einer der Gründe gewesen sein, warum die Landesregierung im Jahre 2003 den Zweitsprachunterricht Italienisch mit ein bis zwei Wochenstunden bereits in der 1. Klasse der deutschen Grundschule eingeführt hat.

Aus dieser kurzen Darstellung der Sprachensituation in Südtirol kann die Eingangsfrage durchaus verneint werden. Betrachtet man aus dem Abschnitt 3.5 „Wettbewerbsfaktor Zweisprachigkeit“ (Mehrsprachigkeit) des Abschlussberichtes die Abbildung 19 (vgl. [www.provinz.bz.it/arbeit](http://www.provinz.bz.it/arbeit)), so wird diese Schlussfolgerung zusätzlich bestätigt. In den Betrieben mit vorwiegend deutschsprachiger Belegschaft geben die Personalverantwortlichen an, dass die Sprachenbewältigung mit italienischen Kunden von 9 % der angestellten Personen weniger gut ist, bei den Betrieben mit vorwiegend italienischsprachiger Belegschaft sind Sprachbewältigungsprobleme mit deutschsprachigen Kunden bei 18 % der angestellten Personen vorhanden. Sprachbewältigungsprobleme mit Kunden aus dem nicht deutschsprachigen Ausland gibt es bei 17 % der deutschen und bei 27 % der italienischen Belegschaft. Wenn man dann die in Abbildung 18 angegebenen Probleme betrachtet, die die untersuchten Betriebe mit dem ausländischen Markt haben, so merkt man, dass 36 % keine wirtschaftlichen Beziehungen haben und weitere 10 % die Sprachprobleme mit den ausländischen Kunden weniger gut und 2 % gar nicht gut bewältigen.

Die Mehrsprachigkeit hat sich in Südtirol im letzten Jahrzehnt durch die zunehmende Migration und die damit verbundene zunehmende Vielfalt an Sprachen und Kulturen angereichert. Dieses Phänomen ist im Wachsen begriffen und wird eine der großen Herausforderungen weltweit und auch in Südtirol sein. So zeigt sich z. B. aus Abb. 8 der vorliegenden Untersuchung, dass im Sektor Hotel und Gastronomie 58 % der Belegschaft nicht Deutsch, Italienisch oder Ladinisch als Erstsprache haben.

Diese Vielfalt als Bereicherung zu verstehen, erfordert ein prozesshaftes Wachsen neuer Kompetenzen in der Ausbildung und in der permanenten Weiterbildung.

Diese Achsen der Vielfalt können so skizziert werden:

- a) Die Gesellschaften werden zunehmend stärker durch Mehrsprachigkeit und durch eine sozio-kulturelle Vielfalt gekennzeichnet sein.
- b) Die Globalisierung wird nicht nur Einfluss auf die Gesellschaften, sondern auch auf die Konstruktion der persönlichen Identität nehmen, die sich zunehmend mehr an dem Modell einer „multiplen Identität“ orientieren wird.
- c) Die territoriale und sprachliche Mobilität wird für viele Menschen wesentlicher Bestandteil ihrer persönlichen und beruflichen Biographie werden.

## **Gibt es ein Sprachenproblem in Südtirol?**

Die Beantwortung dieser Frage hängt ganz davon ab, welcher kulturelle und politische Stellenwert der Einsprachigkeit, der Zweisprachigkeit und der Mehrsprachigkeit zugeschrieben wird. Die Frage nach dem kulturellen und politischen Stellenwert ist berechtigt, da von einem sozialen und wirtschaftlichen Gesichtspunkt aus kein Zweifel darüber besteht, dass Mehrsprachigkeit eine Garantie für Flexibilität im Berufsleben ist, diese geradezu erst ermöglicht, aber auch meist höhere soziale Anerkennung sicherstellt.

Die Mehrsprachigkeit öffnet aber nicht nur ein Portal zu einer neuen Dimension der beruflichen Möglichkeiten des Einzelnen, sondern auch zur allgemeinen Entwicklung der europäischen Wirtschaft.

Betrachtet man insgesamt die Vorgaben, die die Europäische Union seit einigen Jahren festgelegt oder zumindest empfohlen hat, ist im Bereich der Mehrsprachigkeit und der interkulturellen Kompetenz in ganz Europa noch ein weiter Weg zurückzulegen. Auch europäische Sprachminderheitsgebiete, wie eben Südtirol, in denen zumindest eine breite Zweisprachigkeit gegeben sein müsste, haben nur einen kleinen Vorsprung. Eine Ausnahme bilden jene Sprachminderheiten, wie die Ladinier in Südtirol, die ein strikt paritätisches bilinguales Schulsystem aufweisen.

Im Südtiroler Sprachbarometer 2004 (Astat 2006, a. a. O., S. 176f.) geben die Befragten auf die Frage (Mehrfachnennungen möglich), wie sie sich die Schwierigkeiten beim Erlernen der Zweitsprache erklären könnten, folgende Hauptgründe an: mangelndes Interesse (57,2 %) und mangelnder Wille (42,9 %) bei den Befragten der deutschen Sprachgruppe; häufiger Gebrauch des deutschen Dialektes, welcher mit der in der Schule erlernten Sprache nicht übereinstimmt (40,1 %), Schulsystem, das den heutigen Erfordernissen nicht gerecht wird (38,5 %) und mangelnder Wille (43 %) bei der italienischen Sprachgruppe. Fast 58 % der Deutschsprachigen gibt also offen zu, kein Interesse daran zu haben, die Zweitsprache Italienisch zu lernen; die Italienischsprachigen geben die Schuld den Dialekten der Deutschsprachigen und dem Schulsystem und erklären zu 43 %, dass ihnen der Wille dazu fehle.

Es besteht sicher kein Zweifel darüber, dass die Globalisierung der Märkte Sprachenkenntnisse und interkulturelle Kompetenzen erfordert. Diese müssen nicht auf einem hohen Kompetenzniveau vorhanden sein, aber zumindest auf einem Niveau, mit dem man imstande ist, grundlegende Elemente der Wertschätzung der anderen Sprache und Kultur zu vermitteln. Ohne diese Grundvoraussetzungen dürfte es wahrlich schwierig sein, wirtschaftliche Beziehungen aufzunehmen, die keinen kolonialen Charakter haben.

Betrachtet man die Abbildung 4 der vorliegenden Veröffentlichung (vgl. S. 27), dann sieht man, dass immerhin 55 % der untersuchten Betriebe einen vorwiegenden Marktanteil im Ausland erzielen.

Wenn man dann die Abb. 11 ansieht (vgl. S. 36), dann merkt man, dass die Betriebe mit überwiegend deutschsprachiger und mehrsprachiger Belegschaft im Vergleich zu den vorwiegend italienischsprachigen Betrieben gerade wegen ihrer aus sprachlichen und kulturellen Gründen leicht zu knüpfenden Wirtschaftsbeziehungen mit Österreich, Deutschland und zumindest der deutschsprachigen Schweiz in einem ebenso hohem Ausmaße imstande sind, Wirtschaftskontakte mit anderen ausländischen Staaten zu knüpfen, wie die Betriebe mit einer mehrsprachigen Belegschaft. Dies dürfte wahrscheinlich auch damit zusammenhängen, dass durch diese immerhin internationalen Kontakte Basiskompetenzen erworben werden, die übertragbar sind. Abb. 12 (vgl. S. 36) zeigt darüber hinaus noch ganz deutlich, dass in Europa mit einer guten Kenntnis der deutschen, italienischen und englischen Sprache sich viele Märkte erschließen.

Dies bedeutet konkret, dass in den Schulen und in der Gesellschaft, wie auch in der Politik, ein größerer Wert auf die Mehrsprachigkeit und auf eine diffuse interkulturelle Kompetenz gelegt werden muss. Das in der deutschen Sprachgruppe noch immer sehr stark verankerte Modell der vorwiegenden, wenn auch sicher nicht mehr ausschließlichen Pflege der Muttersprache, ist für globale Märkte nicht geeignet.

Die Empfehlungen der Europäischen Union gehen dahin, jedenfalls eine Nachbarsprache zu lernen, da die Nutzung, Achtung und Förderung einer Nachbarsprache nicht nur bedeutet, eine zusätzliche Sprache zu erwerben, sondern auch eine interkulturelle Kompetenz und eine Friedenskompetenz aufzubauen und zu vertiefen. Weiters sollten von breiten Schichten der Bevölkerung grundlegende kommunikative Englischkenntnisse und zusätzlich noch rezeptive Sprachfertigkeiten in wenigstens einer und möglichst in zwei europäischen Sprachen erworben werden.

Zweisprachigkeit und Mehrsprachigkeit sind keine rein linguistischen oder sprachdidaktischen Probleme. Diese lassen sich mehr oder weniger lösen. Sie sind vielmehr in einem eminenten Sinne politische, oder besser gesagt sprachpolitische Probleme, Probleme der Nähe und der Distanz zu den Anderen, zu den nahen und etwas entfernten Nachbarn, und sie sind auch wirtschaftliche Probleme.

## Kompetenzen der Zukunft auf dem Arbeitsmarkt

Im Weißbuch der Europäischen Kommission „Unterrichten und Lernen“, das 1996 erschienen ist, wird die Mehrsprachigkeit als charakteristisches Identitätsmerkmal des europäischen Staatsbürgers/der europäischen Staatsbürgerin beschrieben und als eine wesentliche Bedingung für die Möglichkeit der Teilnahme an der Wissensgesellschaft bezeichnet, der Gesellschaft der kommenden Jahrzehnte, die nicht nur durch einen ständigen Wissenszuwachs, sondern auch durch eine Reorganisation des Wissens gekennzeichnet und eine ständige Weiterbildung und Umschulung vor allem in beruflicher Hinsicht erforderlich machen wird. Unter Mehrsprachigkeit versteht man dabei nicht die perfekte Kenntnis mehrerer Sprachen, sondern vielmehr eine kommunikative funktionelle Mehrsprachigkeit, auch nur etwa die Fähigkeit der Interkompréhension, das heißt die Fähigkeit, die Sprache des anderen zu verstehen, sie aber nicht selbst ausreichend zu sprechen, um die Kommunikation aufrecht erhalten oder weiterführen zu können.

Diese Entscheidung zur Mehrsprachigkeit ist eine ganz wesentliche Entscheidung. Sie ist eine Entscheidung darüber, ob die Kenntnis der europäischen Sprachen grundsätzlich auf die einzelnen Staaten beschränkt bleiben oder ob sich die Kenntnis dieser Sprachen über die Nachbarstaaten hinweg ausbreiten soll. Diese Entwicklung steht auch in direktem Zusammenhang mit der Entfaltung eines multiplen und dynamischen europäischen Zugehörigkeitsgefühls, hin zum Bewusstsein einer europäischen BürgerInnenschaft, einer „cittadinanza europea“, einer „European Citizenship“.

Dazu sind Grenzregionen in ganz besonderer Weise geeignet, da sie die Möglichkeit bieten von anderen zu lernen und Grundkompetenzen der Flexibilität und der gegenseitigen Anerkennung zu lernen, Anerkennung, die in wirtschaftlichen Beziehungen oft bedeutender ist als das „gute Geschäft“. Der Status einer Minderheit in einem Nationalstaat, wie obsolet auch immer diese Staaten innerhalb der EU nun sein mögen, fördert notwendigerweise ein Grenzbewusstsein, das auch sensibel für wirtschaftliche Kontakte ist. Dies ist aus Abb. 13 (vgl. S. 37) deutlich zu ersehen: In Betrieben mit überwiegend deutscher und ladinischer Kommunikationssprache sowie in mehrsprachigen Betrieben wird dieser Status oder diese besondere sprachlich-kulturelle Position in einem doppelten Ausmaße als sehr oder eher wichtig erkannt als in Betrieben mit vorwiegend italienischer Sprache, der Sprache der Nation.

Zum Aspekt „Sprache und Wettbewerbsfähigkeit“ bestätigt die vorliegende Veröffentlichung Erkenntnisse, die bereits anerkannter Bestandteil des Weißbuches der Europäischen Kommission von 1996 waren. So ist im Unterkapitel 3.4 „*Sprachkompetenzen und Wettbewerbsfaktor für Südtirols Betriebe*“ nachzulesen, dass fehlende Sprachenkenntnisse doch in einem nennenswerten Prozentsatz die Wettbewerbsfähigkeit einschränken.

Auch hinsichtlich der Sprachenkompetenzen am Arbeitsplatz (vgl. S. 37-42 der vorliegenden Veröffentlichung) wird aus der Sicht des Betriebes den Sprachenkompetenzen nach den Kompetenzen in Informatik und Produktion sowie in Marketing und Verkauf der dritte Platz eingeräumt. Aus der Sicht der Betriebsleitungen besteht eine Notwendigkeit der Verbesserung der Sprachenkompetenzen vor allem in Betrieben mit vorwiegend italienischer Kommunikationssprache für alle Funktionen und ebenso in den Sektoren Handel und Dienstleistung. (Vgl. Abbildung 15, S. 39)

Dabei steht die Verbesserung der Englischkenntnisse sowohl aus der Sicht des Betriebes und besonders bei den leitenden Mitarbeitern, in der Verwaltung, in Marketing und Verkauf ganz im Vordergrund. Auch die Mitarbeiter/innen in den Betrieben geben an, Englisch zu verwenden und unterstreichen, dass sie Englisch viel besser können sollten. (Vgl. dazu die Abbildung 14, S. 38 sowie die Abbildungen 16 und 17, S. 40)

Bei Betrieben mit vorwiegend deutscher Kommunikationssprache liegt der Prozentsatz jener, die angeben, Sprachen besser beherrschen zu sollen, für Englisch bei 71 und für Italienisch bei 52 %. (Vgl. Abbildung 16, S. 40) Diese Daten sind insgesamt sehr hoch und geben ein beredtes Zeugnis dafür ab, dass die Sprachenkompetenzen in Südtirol besonders hinsichtlich der Mehrsprachigkeit unzureichend sind.

Dieses große Bedürfnis nach Englisch stellt sich allerdings als ein zweischneidiges Schwert dar. Englisch als „lingua franca“ könnte auf dem Ziele der Förderung der Mehrsprachigkeit ein Entwicklungshindernis sein. Die englische Sprache, die auf dem Wege, eine „lingua franca“, eine entkulturalisierte Verkehrssprache zu werden, bereits ein gutes Stück zurückgelegt hat, könnte zu einem „language killer“ werden, das heißt sie könnte den anderen europäischen Sprachen im wirtschaftlichen Wettbewerb um Absatzmärkte den Rang ablaufen. Dies zeigen die Abbildungen 16 und 17 der vorliegenden Veröffentlichung nur zu deutlich.

Die zunehmende stärkere Präsenz von ausländischen Firmen in den verschiedenen regionalen Bereichen Europas sowie die zunehmende Charakterisierung bestimmter regionaler Bereiche als Erholungsgebiete Europas und darüber hinaus führt dazu, dass immer mehr Sprachen am Arbeitsmarkt Bedeutung erlangen. Auch auf Grund der EU-internen Arbeitsmigration und vor allem der Immigration von außen wird es immer häufiger Situationen geben, in denen verschiedensprachige Personen miteinander interagieren müssen. Die Versuchung ist groß, hier ausschließlich den Weg der „lingua franca“, des Englischen zu gehen. Aber um welches Englisch ginge es vielen Bereichen überhaupt? Um ein sehr vereinfachtes Englisch, das die englischen native speakers kaum wieder erkennen würden, um ein Medium einer linguistischen McDonaldisierung (vgl. Ritzer 1995), das durch die Instrumentalisierung zum Zwecke der raschen Befriedigung kommunikativer Bedürfnisse verdinglicht und in letzter Konsequenz von einem lebenden Organismus zu einem puren Werkzeug des Informationsaustausches reduziert wird.

Es ist unbestritten, dass die englische Sprache, die weltweit in Wirtschaft, Wissenschaft und in der Freizeit dominiert, enorme Vorteile bringt. Dennoch ist die Entwicklung einer derartigen Sprachenpolitik für Europa gefährlich. Sie ginge nicht in Richtung auf Mehrsprachigkeit, sondern auf Zweisprachigkeit: Muttersprache und „lingua

franca“. Das würde aber bedeuten, dass man die Nachbarsprachen umgeht, dass man einen „bypass“ um die Nachbarsprachen legt, dass kultureller Reichtum und Sprachenvielfalt in Gefahr sind.

Auch für Südtirol könnte ein ähnliches, nicht völlig auszuschließendes Szenario durchgespielt werden. Die Italienischkenntnisse der deutschsprachigen SüdtirolerInnen könnten weiter sinken, die Deutschkenntnisse der italienischsprachigen nicht auf jenes Niveau steigen, das für eine problemlose Kommunikation und Kooperation zwischen den Sprachgruppen erforderlich ist. Und dies einfach deshalb, weil die Jugendlichen zunehmend Englisch nicht nur als viel attraktiver und für das Studium und den Beruf verwertbarer finden, sondern auch anfangen würden, miteinander nicht mehr Deutsch oder Italienisch zu sprechen, sondern Englisch. Mit diesem „bypass“ wäre das Problem der Zweisprachigkeit gelöst. Die Zweisprachigkeitsprüfung müsste dann in den beiden Sprachen Deutsch/Englisch oder Italienisch/Englisch abgelegt werden.

Sicher ist allerdings nur, dass durch die zunehmende Vernetzung der Arbeitsmärkte im Zuge der Globalisierung die Tatsache mit aller Deutlichkeit ins Bewusstsein rückt, dass Fremdsprachenlernen und Interkulturelles Lernen in Verbindung mit der Aneignung von Teamfähigkeit und Kommunikationsfähigkeit schon jetzt zu den wesentlichen Schlüsselfähigkeiten im Arbeits- und Wirtschaftsbereich gehören. „Die Fähigkeit, mehrere Sprachen zu beherrschen, ist bei der Qualifikationsausstattung ein wichtiger Bestandteil. Durch die rasanten Entwicklungen der Kommunikationstechnologien wird sich der Wunsch nach einer offenen Welt noch verstärken. Durch die Globalisierung der Wirtschaft werden den Fremdsprachen in der unternehmensinternen Kommunikation eine besondere Stellung zuteil, die die personalstrategischen Entscheidungen zugunsten von mehrsprachigen ArbeitnehmerInnen beeinflussen.“ (Wesch 2001, S. 115)

In der vorliegenden Veröffentlichung wird dies in mehrfacher Hinsicht deutlich. Der Abschnitt „Gewicht der Sprachkompetenzen bei Stellenausschreibungen“ (vgl. S. 43-46) gibt empirische Nachweise dafür.

Aus Abbildung 18 (vgl. S. 43) ist deutlich ersichtlich, dass in leitender Position, in Verwaltung, Sekretariat, Rezeption, Verkauf, Marketing, Service die Kenntnis der deutschen bzw. italienischen Sprache von sehr großer bis großer Bedeutung ist. Auch bei Fachkräften wird dies noch von 60 % der Betriebe als wichtig erachtet. Nur bei Hilfskräften teilen knapp 40 % der Betriebe diese Meinung. Besonders wichtig ist Zweisprachigkeit in der Hotellerie und Gastronomie wie auch bei den privaten Dienstleistungen.<sup>4</sup> Auch bei zusätzlichen Fremdsprachkenntnissen lagen bei den letzten Ausschreibungen der Betriebe die Anforderungen – mit Ausnahme für Fach- und Hilfskräfte – mit 70 % sehr hoch. (Vgl. Abb. 19, S. 44) Diese Sicht der Betriebe, die sich mit den wissenschaftlich nachgewiesenen Standards in Europa deckt, wird auch dadurch bestätigt (vgl. Abb. 20, S. 44), dass die Betriebe fast ein Viertel der Bewerber/innen in allen Tätigkeitsbereichen, und im Bereich der Verwaltung, des Sekretariates, der Rezeption, des Marketings und Verkaufs sogar ein gutes Drittel, abgelehnt haben.

Aus Abbildung 7 (vgl. S. 29) ist ferner ersichtlich, dass am Arbeitsplatz auch ein Sprachenlernen erfolgt und sich vor allem die Kenntnis der jeweiligen Zweitsprache deutlich verbessert hat.

---

<sup>4</sup> Wie bekannt, herrscht für die Aufnahme in den öffentlichen Sektor in Südtirol die Pflicht des Nachweises der Kenntnis der beiden Sprachen, Deutsch und Italienisch.

Diese Aussagen haben und sollten eine zentrale Bedeutung für das Sprachenkonzept aller Schulstufen in Südtirol haben. Die erhobenen Daten sollten periodisch überprüft werden und zwar von den Landesbeiräten für Evaluation der drei Schulsysteme in Südtirol. Diese Daten sind zentrale Signale dafür, ob der Zweitsprachenunterricht annähernd die gewünschten Ergebnisse bringt oder nicht. Hier kann durch eine offene Schul- und Sprachenpolitik, die in den letzten Jahren immer bewusster geworden ist und sich immer mehr nach den wissenschaftlichen Erkenntnissen ausrichtet, viel verändert und für das Ziel der Mehrsprachigkeit viel erreicht werden.

Aus bildungs- und sprachpolitischer Sicht können abschließend noch folgende Kernkompetenzen für die Bewältigung der Zukunft genannt werden:

- Eine Kompetenz der „Dekonstruktion“, die darin besteht, den eigenen Gesichtspunkt relativieren, sich von der Unmittelbarkeit der eigenen Wahrnehmung distanzieren zu können;
- Eine Kompetenz der Flexibilität, die jedoch nicht als ein neoliberales sich Anpassen an die Unsicherheit und Instabilität des Arbeitsmarktes zu verstehen ist, sondern als eine sprachliche Flexibilität<sup>5</sup> und eine Flexibilität der Haltung anderen Kulturen gegenüber;
- Eine interkulturelle Kompetenz, die mit der vorher genannten verwandt ist, aber einen breiteren Kompetenzraum einnimmt:
  - ein Bewusstsein, dass Sicherheiten, wie z. B. „ethnische Containerfunktionen“, nicht mehr zu erwarten sind,
  - eine Ambiguitätstoleranz, das heißt, die Fähigkeit, Widersprüche und Divergenzen in der Alltagskultur der anderen aushalten zu können,
  - eine Empathiefähigkeit, das heißt, die Fähigkeit, Sachverhalte, Situationen, Beziehungen auch aus dem Blickwinkel der anderen betrachten zu können,
  - eine Konfliktfähigkeit;
- Eine „Europafähigkeit“ oder „Eurokompetenz“, die die Beherrschung von mindestens zwei Fremdsprachen, Mobilität und Sachkenntnis europäischer Zusammenhänge in geschichtlicher, kultureller und politisch-wirtschaftlicher Hinsicht erfordert.

„Zusammenfassend lässt sich der Begriff der Eurokompetenz in verschiedenen Dimensionen einordnen. Fremdsprachenkenntnisse werden von wirtschaftlicher und bildungspolitischer Seite als wichtigster Teilbereich gefordert, sozusagen als Schlüssel des Miteinander-Handelns. Sprache bekommt so eine Doppelfunktion: Sie ist einerseits Trägerin und Spiegel der eigenkulturellen Identität und andererseits Werkzeug, um andere Sprachen zu erschließen und zu erfahren – Sprache als Voraussetzung für die Erschließung der anderen Kompetenzebenen. Eurokompetenz bewegt sich in drei wichtigen

---

<sup>5</sup> Das Projekt der integrierenden Sprachendidaktik (ISD) an den ladinischen Kindergärten und Grundschulen Südtirols sieht als eine Bedingung der Realisierung von sprachlicher Flexibilität das Prinzip der Sprachordnung an Stelle der Sprachtrennung. „Sprachordnungen helfen dem kindlichen Gehirn eine verlässliche Struktur aufzubauen. Aus diesen Überlegungen heraus wurde früher das Prinzip der Sprachtrennung praktiziert. Während der Deutschstunde wurde nur Deutsch und in der Italienischstunde nur Italienisch gesprochen. Diese Sprachtrennung ist zwar eine mögliche Form der Sprachordnung, nach heutigem Stand der Gehirnforschung jedoch zu grobmaschig.“ Folder: Schritte in die Mehrsprachigkeit. Balsan: Istitut Pedagogich Ladin, 2007.

Dimensionen: der interkulturellen Dimension, der europäischen Dimension und der Handlungsdimension.“ (Wesch 2001, S. 115f.)

Für die politische Integration Europas „braucht es“, wie Höffe (1999) sagt, „eine europaweite Öffentlichkeit. Zu ihren Vorbedingungen gehört die Mehrsprachigkeit, weil, wenn Anglophone nur Englisch, Frankophone nur Französisch rezipieren, anderssprachige Stimmen ungehört verhallen. Vor allem müssten alle Medien – jeder Sender, jede Zeitung –, nicht nur *über* Europa berichten; sie müssten sich auch *europäisieren*, indem sie mehr und mehr Stimmen, auch in verschiedenen Sprachen, aus verschiedenen Teilen Europas zu Wort kommen lassen.“ (ebenda, S. 278).

Wenn es unbestritten in Zukunft mehr denn je nicht mehr darum geht, möglichst viel Wissen zu erwerben, sondern vielmehr darum, von wesentlichen und komplexen Grundkenntnissen und Grundfertigkeiten ausgehend, sich die notwendigen Kenntnisse und Fertigkeiten unter Inanspruchnahme aller Weiterbildungsstrukturen selbst anzueignen, und zwar in einem Prozess eines „life-long-learning“, eines lebenslangen Lernens, dann wird nur eine umfassende Mehrsprachigkeit dazu befähigen.

## Bibliographie

- Astat – Landesamt für Statistik/Istituto provinciale di statistica (1991): *Bevölkerungsumfrage 1991*. Mitteilungsblatt Nr. 27/1991. Bozen/Bolzano: Autonome Provinz Bozen/Südtirol.
- Astat – Landesamt für Statistik/Istituto provinciale di statistica (1992): *Interethnische Beziehungen – Leben in einer mehrsprachigen Gesellschaft*. Bozen/Bolzano: Autonome Provinz Bozen/Südtirol.
- Astat – Landesamt für Statistik/Istituto provinciale di statistica (2006): *Südtiroler Sprachbarometer 2004. Sprachgebrauch und Sprachidentität in Südtirol/Barometro linguistico dell'Alto Adige 2004. Uso della lingua e identità linguistica in provincia di Bolzano*, Bozen/Bolzano: Autonome Provinz Bozen/Südtirol.
- Baur, S. (2000): *Die Tücken der Nähe. Kommunikation und Kooperation in Mehrheits-/Minderheitssituationen*. Meran: Alpha Beta.
- CENSIS (Centro studi investimenti sociali) (1997): Roma: Rapporto finale non pubblicato. *Identità e mobilità dei tre gruppi linguistici in Alto Adige*.
- Höffe, O. (1999): Ein Gesellschaftsvertrag für Europa? Ein Versuch in dreizehn Thesen. In: Anselm, E./Freytag, A./Marschitz, W./Marte, B. (Hrsg.): *Die neue Ordnung des Politischen. Die Herausforderungen der Demokratie am Beginn des 21. Jahrhunderts*. Frankfurt/M./New York: Campus, S. 267-278.
- Kohr, H.-U./Martini, M./Wakenhut, R. (1995): *Jugendstudie ,94. Jugend, Modernisierung und ethnische Identität in Südtirol*. Astat: Bozen/Bolzano: Autonome Provinz Bozen/Südtirol.
- Rifesser Th. (1994), *Drei Sprachen unter einem Dach. Das Schulmodell an den Schulen der ladinischen Tälern in der Autonomen Provinz Bozen/Südtirol*, Bozen: Institut Pedagogisch Ladin.
- Ritzer, G. (1995): *Die McDonaldisierung der Gesellschaft*. Frankfurt/M.: Fischer.
- Verra R. (Hrsg.) (2000), *La minoranza ladina. Cultura-lingua-scuola*, Bolzano: Ladinisches Pädagogisches Institut.
- Vittur F. (1994), *Ein Leben, eine Schule. Zur Geschichte der Schule in den ladinischen Ortschaften*, Bozen: Ladinisches Pädagogisches Institut.
- Wesch C. (2001), "Eurokompetenz durch bilingualen Unterricht", *Fremdsprachen praktisch 13-14*, 2000/1, Stuttgart: Ernst Klett-Verlag, 114-123.

## 4.3 Entwicklung der Sprachkompetenzen in den Unternehmen einer mehrsprachigen Region

Aldo Mazza

### 1. Mehrere Sprachen: ein gleiches Interesse

Diese Studie bestätigt unter verschiedenen Gesichtspunkten die Bedeutung, die die Sprachkompetenzen auch in unserem Land einnehmen: sowohl in Bezug auf die Möglichkeit, eine Arbeit zu finden, als auch unter dem Aspekt der Fähigkeit vonseiten der Unternehmen, ihre Stellung auf dem Markt zu halten, einem Markt, der in den vergangenen Jahren einem plötzlichen Wandel unterzogen wurde und dabei seine Ordnung sowie Orte, Zeiten und Modalitäten der Geschäftsbeziehungen geändert hat.

Wie zahlreiche Studien auf Europaebene belegen<sup>1</sup>, kann der Mangel an angemessenen Sprachkompetenzen im Unternehmen für den Verlust potenzieller Geschäfte bestimmend sein und den Zugang zu den verschiedenen Exportmärkten versperren. Damit wird das Überleben derjenigen beeinträchtigt, die nicht in der Lage sind, sich den neuen Herausforderungen zu stellen. Vom Standpunkt der ArbeitnehmerInnen aus gesehen, erweisen sich angemessene Sprachkompetenzen heute zugleich als immer entscheidenderer Faktor für eine zufrieden stellende Positionierung auf dem Arbeitsmarkt.

Im Allgemeinen bewerten sowohl Unternehmer als auch ArbeitnehmerInnen die Stellung Südtirols als Brücke zwischen der deutschen und der italienischen Welt als positiv. Während sich die Ersten davon eine Erweiterung des Aktionsradius ihres Unternehmens erwarten, versprechen sich die Zweiten bessere Karrierechancen. Die Unternehmer möchten auf Beschäftigte zählen können, die in der Lage sind, so gut wie möglich in all jenen Sprachen zu kommunizieren, die für ihre Strategien notwendig sind. In der Tat wird die Kenntnis von „anderen Sprachen“ neben der Beherrschung des PC als grundlegende Voraussetzung für den Erhalt einer Arbeit betrachtet. Gleichzeitig ist sich die Mehrzahl der Beschäftigten der Tatsache bewusst, dass die Kenntnis von Fremdsprachen entscheidend für die eigene Karriere ist. Deshalb ist es der Wunsch der meisten ArbeitnehmerInnen, die eigenen Sprachkompetenzen auf das geforderte Niveau zu bringen. Neben diesen Erwartungen besteht jedoch die Gewissheit, dass das Potential der geografisch-kulturellen Stellung Südtirols zumindest bis heute noch nicht hinreichend genutzt wird und dass es noch Lücken zu schließen gilt.

---

<sup>1</sup> Laut einer Studie, die das CILT, das Nationale Britische Zentrum für Sprachen, im Jahr 2006 im Auftrag der EU-Kommission durchführte, verlieren jedes Jahr Tausende europäische Unternehmen Geschäftsmöglichkeiten und Verträge aufgrund mangelnder Sprachkompetenzen. Die Studie mit dem Titel „Auswirkungen mangelnder Fremdsprachenkenntnisse in den Unternehmen auf die europäische Wirtschaft“ (*Effect on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise – ELAN*) erfolgte unter Mitwirkung von 2000 kleinen und mittelständischen Unternehmen aus ganz Europa, die mit den Informationen von 30 multinationalen Konzernen in Korrelation gesetzt wurden sowie mit den Informationen einer Gruppe von Fachexperten aus Ländern, die an der Untersuchung beteiligt waren und für die die Studie je nach Land mit einer Reihe von spezifischen Fallbeispielen ergänzt wurden.

Die Tatsache, dass sowohl ArbeitnehmerInnen als auch Unternehmer einem Ausbau der Mehrsprachigkeit am Arbeitsplatz gegenüber positiv eingestellt sind, nimmt eine besondere Bedeutung für unsere Problemstellung ein. In der Tat stehen wir einer gefestigten Motivation gegenüber, die von beiden Sozialpartnern geteilt wird. Dies ist ein entscheidender Faktor für den Erfolg eines jeden Bildungswegs. In den unternehmensinternen Beziehungen steht durchaus nicht von vornherein fest, dass Arbeitgeber und ArbeitnehmerInnen dieselben Interessen vertreten. Umso mehr ist die Interessengleichheit, die wir in unserem Fall verzeichnet haben, aufzuwerten, denn sie kann – wie wir später sehen werden – zu einem Faktor von ausschlaggebender Bedeutung in jenen Umfeldern werden, die durch Investitionen in die sprachliche und kulturelle Bildung wachsen möchten.

Betrachten wir also im Detail die Daten, die sich auf die Kommunikation am Arbeitsplatz beziehen, so stellt sich heraus, dass es häufig zu Situationen kommt, die durch die regelmäßige Anwendung von zwei oder mehreren Sprachen gekennzeichnet sind. Selbstverständlich treten auch Differenzen in Bezug auf die Größe und die geografische Lage des Unternehmens auf. In jedem Fall besteht noch immer ein großer Bedarf an Zwei- oder Mehrsprachigkeit (vgl. Abbildungen 14-17, Seite 38-40).

## 2. Sprachkompetenzen sind verbesserungsbedürftig

Wie sich aus den Antworten auf den Fragebögen ergibt, vertreten die lokalen Unternehmen die Ansicht, dass die Sprachkompetenzen ihrer Beschäftigten verbesserungsbedürftig sind: sowohl in Bezug auf die deutsch-italienische Zweisprachigkeit als auch hinsichtlich der Kenntnis der englischen Sprache. Diese Notwendigkeit betrifft mehr als 50 % der Beschäftigten mit leitender Funktion und in Positionen mit direktem Kundenkontakt (Marketing, Verkauf, Sekretariat, Verwaltung, etc.). Die Selbsteinschätzung der Angestellten in Bezug auf die eigenen Sprachkompetenzen fällt im Allgemeinen optimistischer aus, mit Ausnahme der englischen Sprache, die als verbesserungsbedürftiger Bereich herausgestellt wurde. Mit Bezug auf die derzeitige Beschäftigung gab mehr als ein Drittel der Befragten an, dass ein Verbesserungsbedarf der italienischen und deutschen Sprachkompetenzen besteht mit Hauptaugenmerk auf die mündliche Sprachkompetenz, das heißt auf die Fähigkeit, sich mündlich in der Fremdsprache auszudrücken (beim Englischen steigt dieser Bedarf auf 70 %). Signifikant erscheint ferner die Tatsache, dass nach Angabe der Beschäftigten die Kenntnis der deutschen und der italienischen Sprache zum Zeitpunkt der Einstellung am derzeitigen Arbeitsplatz eine äußerst bedeutende Rolle gespielt hat (mehr als 75 % der Befragten macht diese Angabe).

Analoge Einschätzungen hinsichtlich der Notwendigkeit, Lücken in Bezug auf Sprachkompetenzen zu schließen, sind auch auf Europaebene zu finden, wie die zuvor erwähnte europäische Studie sehr deutlich herausstellt<sup>2</sup>. Die Einladung, die am Ende

---

<sup>2</sup> “(...) fast die Hälfte der kleinen und mittelständischen Exportunternehmen, die an der Studie teilgenommen haben, plant eine Expansion in neue ausländische Märkte und erwartet folglich ein Wachstum des eigenen Sprachkompetenzbedarfs. Dennoch investieren diese Unternehmen nicht selbst in die sprachliche Ausbildung, sondern erwarten vielmehr, dass ihnen die nationalen Bildungs- und Ausbildungssysteme entsprechend qualifizierte Personen zur Verfügung stellen. Verständlicher ausgedrückt, die Unternehmen suchen auf dem Arbeitsmarkt nach (auch geografisch) flexiblen Personen, die über die notwendigen

der Untersuchung an die Unternehmen ergeht, besteht darin, direkt in Bildungsprogramme zu investieren, die nicht abstrakt aufgebaut, sondern auf die spezifischen Bedürfnisse und Strategien des Betriebs ausgerichtet sein sollen.

Als ermutigend ist zu werten, dass in den lokalen Unternehmen, wie die Studie zeigt, dieser Umstand immer mehr ins Bewusstsein rückt. Was die ArbeitnehmerInnen betrifft, so sind auch sie einer Verbesserung der eigenen Sprachkompetenzen gegenüber positiv eingestellt. Dazu sind sie bereit, sowohl vom Unternehmen angebotene Bildungsinitiativen zu nutzen als auch Lernstrategien am Arbeitsplatz anzuwenden. In diesem Fall entfaltet sich die Sprachkompetenz als Fähigkeit, ausgehend von den Bedürfnissen der beruflichen Tätigkeit zu handeln und zu kommunizieren.

### 3. Die Wirtschaft ändert Bedarf und Sprachgebrauch

In den vergangenen Jahrzehnten haben Studien auf dem Gebiet der Soziolinguistik zu einer signifikanten Abwandlung der Definition von „Sprachkompetenz“ geführt. Folglich wurden auch die Lehr- und Lernstrategien Änderungen unterzogen. Antriebskraft dieses Wandels war in erster Linie die Wirtschaft. Von einem Modell, das hauptsächlich auf nationaler Ebene organisiert war, in dem die Fremdsprachen dem Austausch von Daten mit dem Ausland (Briefe und später Faxmitteilungen) dienten und in dem die Kenntnis der „ausländischen“ Sprachen in Hinblick auf die grammatikalische Korrektheit und sinngemäße Übertragung ausreichend war, ist man zu komplexeren Systemen übergegangen, in denen die Internationalisierung der Produktion und des Vertriebs einen flüssigeren Gebrauch der Sprachen erfordert. Heute zu arbeiten bedeutet auch, (in der Lage zu sein) an Meetings, Geschäftsreisen und Konferenzen teilzunehmen, bei denen der Umgang mit anderen, das Erzielen von Einigungen und der Aufbau von Kontaktnetzen von Bedeutung ist. In diesen Fällen ist die grammatikalisch richtige und abstrakte Kenntnis der Fremdsprachen weniger wichtig als deren kommunikativer Gebrauch oder, allgemeiner noch, deren kulturell-kommunikative Anwendung<sup>3</sup>, zu der wir in der Lage sind.

Im Vertrag von Maastricht (1992), der die Zusammenarbeit der europäischen Staaten auf wirtschaftlicher Ebene definiert, werden de facto die Empfehlungen des Europarats anerkannt: Alle Bürger sind aufgefordert, ihre Fertigkeiten der Interkommunikation deutlich zu steigern und dabei sprachliche und kulturelle Barrieren zu überwinden<sup>4</sup>.

---

Sprachkompetenzen verfügen. Die Studie zeigt, dass diese Art der Strategie immer weniger geeignet ist. Ein relativ hoher Anteil der europäischen Unternehmen verliert Exportaufträge aufgrund der mangelnden Sprach- und interkulturellen Kompetenzen ihrer Beschäftigten. Der Studie zufolge würde eine Steigerung der direkten Investitionen in die Verbesserung der Sprachkompetenzen sehr positive Auswirkungen auf der wirtschaftlichen Ebene zeigen, insbesondere in Bezug auf die Produktivität und die Exportentwicklung“ (aus: *Effect on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise – ELAN*).

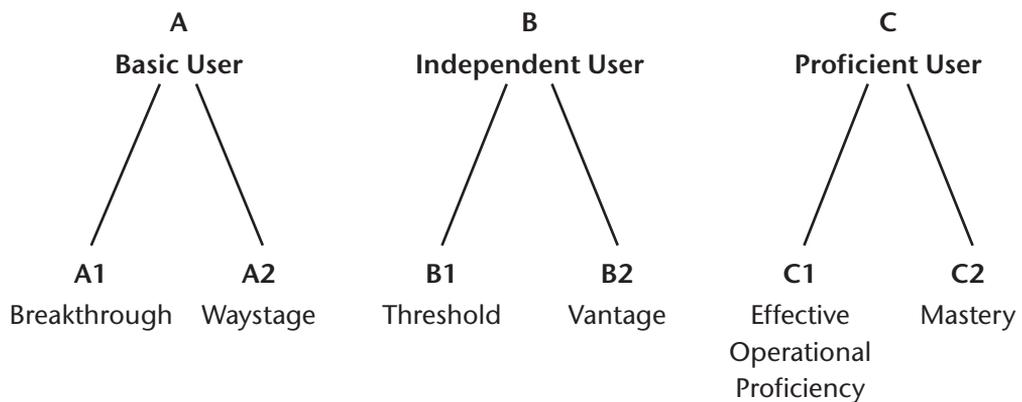
<sup>3</sup> Zur Vertiefung dieses Themas vgl. Dokumente des Symposiums „Dilit Roma 2006“ – „Spracherwerb als Ausdrucksform und Form des Seins: Lehren im Zeichen der Interkulturalität“ (*Acquisire le lingue come modi di esprimersi e come modi di essere: l'insegnamento interculturale*) von Patrick Boylan, Professor der englischen Sprache für die interkulturelle Kommunikation an der Universität Roma Tre (<http://www.dilit.it/formazione/seminari-dettaglio.php?seminario=2>)

<sup>4</sup> Wie wichtig der Spracherwerb für die europäische Integration ist, geht ganz eindeutig aus dem Weißbuch über Unterrichts- und Bildungssysteme der EU-Kommission aus dem Jahr 1995 hervor. Darin wird der Erwerb von drei europäischen Sprachen als viertes allgemeines Bildungsziel angeführt (dies ist das einzige Ziel, das ganz explizit ein Lerngebiet aufzeigt; die anderen drei Ziele sind eher allgemein gehalten und

Diese Positionen sind später auf der Ebene der Arbeitsmarkt- und Bildungspolitiken übernommen sowie aus wissenschaftlicher Sicht vertieft worden. Dies machte die Ausarbeitung von Messinstrumenten möglich, deren Anwendung im Kontext der lokalen Untersuchung nennenswert ist.

#### 4. Was bedeutet „eine Sprache kennen“?

Unter diesem Gesichtspunkt wurde im Jahr 2001 offiziell der *Gemeinsame Europäische Referenzrahmen für Sprachen*<sup>5</sup> eingeführt, der die Sprachkenntnis in sechs Kompetenzniveaustufen unterteilt (von A1 bis C2). Durch diese Klassifizierung kann der Kenntnisstand in allen europäischen Sprachen für den Lernenden eingestuft werden:



(aus: *The Common European Framework of Reference for Languages*, Cambridge University Press, [www.cambridge.org](http://www.cambridge.org))

Der *Referenzrahmen* berücksichtigt, dass das Erlernen einer Sprache mit deren absoluter Unkenntnis beginnt und stufenweise in Richtung einer immer größer werdenden Autonomie verläuft. Der Sprecher wird als ein Individuum in ständiger Evolution angesehen, als ein „Lernender“, der allmählich sowohl durch den Sprachgebrauch als auch auf der Grundlage der aus dem Umfeld vermittelten Anregungen eine eigene Sprachbeherrschung entwickelt. Im Gegensatz zu der Vorgehensweise der Wissenschaftler in der Vergangenheit hält der *Referenzrahmen* die Sprachen nicht getrennt. Im Gegenteil, er sieht die Möglichkeit vor, dass beim Erlernen die Kompetenzen in der Muttersprache und in anderen bereits bekannten Sprachen genutzt werden. Auf diese Weise wird das Konzept der sprachlich-kommunikativen Kompetenz abgelöst zugunsten eines weitläufiger definierten Bereichs, dem der „mehrsprachigen und mehrkulturellen Kompetenz“.

beziehen sich auf soziale Bedürfnisse und Ziele). In diesem Geist wird das Jahr 2001 zum Europäischen Jahr der Sprachen erklärt. Diese Tendenz unterstreicht die EU-Kommission 2004 erneut („*Das Erlernen einer einzigen Lingua franca reicht nicht aus. Jeder europäische Bürger sollte sich außer in seiner Muttersprache in mindestens zwei anderen Sprachen gut verständigen können.*“ - Europäische Kommission. Förderung des Sprachenlernens und der Sprachenvielfalt. Aktionsplan 2004-2006. Luxemburg 2004. S. 10).

<sup>5</sup> An der Ausarbeitung der Deskriptoren, die Kern des Referenzrahmens sind, haben bei den entsprechenden zwei Studien aus 1993 und 1996 fast 300 Lehrer sowie 2800 Schüler und Studenten aus insgesamt 500 Klassen der Mittel- und Oberstufen sowie der Erwachsenenbildung mitgewirkt.

Der entscheidende Aspekt dieser neuen geforderten Kompetenz besteht in der Fähigkeit zur Integration. Gemeint sind die Integration von Sprache und Kultur sowie die Integration von unterschiedlichen Sprachen und Kulturen, die nicht erlernt und in verschiedenen Schubladen des Gehirns gelagert, sondern untereinander in ständige Verbindung gebracht werden.

Während sich der Erwerb einer Sprache auf die bereits vorhandenen Kompetenzen in einer anderen Sprache stützen kann, geht die mehrsprachige und mehrkulturelle Kompetenz nicht einfach aus der Summe einzelner Kompetenzen hervor. Tatsächlich sind verschiedenartige Kombinationen und Alternanzen vorgesehen, die niemals perfekt und einer ständigen Weiterentwicklung unterworfen sind. Diese Sichtweise macht offensichtlich, dass die Lernenden verschiedene Fähigkeitsstufen in den unterschiedlichen Sprachen und den unterschiedlichen Kommunikationsmodellen erreichen. Beispielsweise ist es gewöhnlich einfacher, eine Fremdsprache zu lesen und zu verstehen, als sie zu sprechen und in ihr zu schreiben. Wichtig ist, die verschiedenen Fertigkeiten miteinander zu verknüpfen und sie somit zu integrieren und interagieren zu lassen.

## 5. Komplexe Kompetenzen

Eine andere wichtige Neuigkeit des *Referenzrahmens* besteht darin, dass dieser die sprachlich-kommunikativen Aspekte des Lernprozesses in einem Kontext definiert, der allgemeiner und gegliederter ist und in dem die linguistischen, soziolinguistischen und pragmatischen Kompetenzen angewandt werden. Praktisch wird das Erlernen entsprechend der folgenden Ziele gegliedert:

1. deklaratives Wissen (das so genannte „savoir“);
2. Fertigkeiten (das so genannte „savoir-faire“);
3. persönlichkeitsbezogene Kompetenz (das so genannte „savoir-être“);
4. Lernfähigkeit (das so genannte „savoir-apprendre“).

Alle diese Kompetenzen offenbaren sich als konkrete „Aktivitäten“, die über das Konzept der „Fertigkeiten“ (Hören, Sprechen, Lesen, Schreiben) hinausgehen. Eingeführt wurden also die „Aktivitätskategorien“ *Rezeption, Produktion, Interaktion* und *Mediation*, die alle sowohl schriftlich als auch mündlich realisierbar sind.

Die Klassifizierung eines dermaßen komplexen Netzwerks erfolgt auf der Grundlage von Niveaudekriptoren, die von den allgemeinen Referenzniveaus<sup>6</sup> bis hin zu immer detaillierteren Niveaustufen reichen. Diese können als Bewertungskriterien für die Selbsteinschätzung sowie für die Beurteilung von *Verständnis* (Hören und Lesen), *Sprechen* (mündliche Interaktion und Produktion) und *Schreiben* (schriftliche Produktion)<sup>7</sup> genutzt

---

<sup>6</sup> Beispielskala für das Niveau B1 (Threshold): „Kann die Hauptpunkte verstehen, wenn klare Standardsprache verwendet wird und wenn es um vertraute Dinge aus Arbeit, Schule, Freizeit usw. geht. Kann die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Kann sich einfach und zusammenhängend über vertraute Themen und persönliche Interessengebiete äußern. Kann über Erfahrungen und Ereignisse berichten, Träume, Hoffnungen und Ziele beschreiben und zu Plänen und Ansichten kurze Begründungen oder Erklärungen geben“.

<sup>7</sup> Beispiel für das Niveau B1 in Bezug auf das Sprechen (Interaktion): „Kann die meisten Situationen bewältigen, denen man auf Reisen im Sprachgebiet begegnet. Er/sie kann ohne Vorbereitung an Gesprächen über Themen teilnehmen, die ihm/ihr vertraut sind, die ihn/sie persönlich interessieren oder die sich auf Themen des Alltags wie Familie, Hobbys, Arbeit, Reisen, aktuelle Ereignisse beziehen“.

werden. Letztlich kann das in Bezug auf die Kompetenzen zu wahren analytischen „Auflistungen“ führen („In anderen Sprachen kann ich...“). Ausgehend von diesen „Listen“ kann der Lernende mögliche Prioritäten ermitteln<sup>8</sup>.

Für die verschiedenen Niveaustufen werden ferner einige qualitative Aspekte des mündlichen Sprachgebrauchs entsprechend der Kategorien *sprachliches Spektrum*, *Korrektheit*, *Flüssigkeit*, *Interaktion* und *Kohärenz*<sup>9</sup> beschrieben.

Dieser komplexe Beurteilungsapparat, der das System des Lernens bzw. Lehrens von Sprachen grundlegend verändert hat, bezieht sich auf keinen spezifischen Kontext (z. B. Schule oder berufliches Umfeld), sondern sieht explizit die Notwendigkeit seiner durchdachten Anpassung an die verschiedenen Anwendungsbereiche vor. Ferner ist er ein äußerst wertvoller Bezug für die Bewertung der Kompetenzen, indem die unterschiedlichen Kompetenzniveaus, die in den verschiedenen Sprachen erreicht werden, untereinander verglichen werden können. Das Ziel besteht darin, über einen eindeutigen und nach Möglichkeit objektiven Referenzrahmen zu verfügen, der sowohl bei Sprachlernenden als auch bei Sprachlehrern Anwendung findet.

## 6. Komplexe Bildungsstrategien

Nun steht uns eine größere Anzahl an Elementen zu Verfügung, um die Ziele der sprachlichen Ausbildung auch auf lokaler Ebene besser zu definieren. Alle diese Elemente können für die Welt der Schule und der Ausbildung im Allgemeinen von Nutzen sein, die aus dieser Studie nützliche Angaben in Bezug auf den realen Bedarf der Unternehmen gewinnen kann. An dieser Stelle interessieren uns jedoch vielmehr die möglichen Implementierungen der von den Unternehmen selbst ins Leben gerufenen Initiativen: Die Sprachkompetenzen der Angestellten und damit auch des Unternehmens zu verbessern, bedeutet nicht, wie häufig angenommen, sich auf die Durchführung regelmäßiger Sprachkurse zu beschränken, selbst wenn diese „fachspezifisch“ ausgerichtet sind und mehr oder weniger auf die Bedürfnisse der verschiedenen Positionen eingehen. Es besteht die Notwendigkeit nach Entwicklung einer komplexen Bildungsstrategie, die ausgehend von der Unternehmensrealität erarbeitet und dann von einem Fachexperten

---

<sup>8</sup> Beispiel in Bezug auf das Niveau B1 in der Kategorie Sprechen („An einer Konversation teilnehmen“):

1. Ich kann ein einfaches Gespräch „unter vier Augen“ über Themen, die mir vertraut sind und die mich persönlich interessieren, beginnen, führen und beenden.
2. Ich kann an einem Gespräch oder an einer Diskussion teilnehmen, aber es kann passieren, dass man mich nicht immer richtig versteht, wenn ich versuche, das auszudrücken, was ich wirklich sagen möchte.
3. Ich kann die meisten Situationen bewältigen, die auftreten können, wenn man eine Reise in einer Reiseagentur bucht oder denen man während einer Reise begegnen kann.
4. Ich kann nach Wegbeschreibungen fragen und kann auch detaillierte Wegbeschreibungen verstehen, die man mir gibt.
5. Ich kann Gefühle wie Überraschung, Freude, Neugier und Gleichgültigkeit ausdrücken und kann auf Gefühle derselben Art reagieren, wenn andere Personen sie zeigen.
6. Ich kann meinen persönlichen Standpunkt oder meine persönliche Meinung während einer Diskussion mit Bekannten und Freunden ausdrücken und mich darüber austauschen.
7. Ich kann höflich meine Zustimmung oder meine Ablehnung vermitteln.

<sup>9</sup> Beispiel in Bezug auf die *Flüssigkeit* des Sprechens für das Niveau B1: „Kann sich verständlich ausdrücken, auch wenn – besonders bei relativ langen Phasen des freien Sprechens – auffällige Pausen entstehen, in denen er/sie nach Wörtern und grammatischen Formen sucht oder in denen er/sie Fehler korrigiert“.

begleitet wird sowie ad hoc Interventionen und einen realen und langfristigen Maßnahmenplan vorsieht, um den Gesamtkontext zu verbessern.

Dies könnten die wichtigsten Passagen sein:

1. detaillierte Analyse des Unternehmensbedarfs in Bezug auf Sprachkompetenzen;
2. Analyse der vorhandenen Ressourcen im Unternehmen sowie Bewertung des Niveaus der Sprachkenntnisse und des kommunikativen Verhaltens;
3. detaillierte Definition der Zielsetzungen in Bezug auf die sprachliche Ausbildung;
4. Sensibilisierung der Beschäftigten in Bezug auf allgemeine Bildungsmaßnahmen;
5. Bestimmung eines kurz- und mittelfristigen Bildungsplans mit Erarbeitung personalisierter Programme, die sowohl „formelle“ als auch „informelle“ Lerninitiativen vorsehen (mit direkter Beteiligung des Beschäftigten in Bezug auf Ziel und Zweck);
6. Überwachung und Überprüfung mittels spezifischer Instrumente vor, während und nach der Intervention.

Das Unternehmen muss also, auch auf der Grundlage der derzeitigen und zukünftigen Marktstrategien, den eigenen Sprachbedarf bis ins Detail bestimmen und mit Hilfe einer Art von Schema über die zur Verfügung stehenden Humanressourcen rekonstruieren, welche Bedürfnisse abgedeckt werden können und welche noch zu entwickeln sind. In gewissen Regionen Südtirols dominiert beispielsweise die deutsche Sprache, d. h. der Dialekt, in anderen die italienische Sprache. Kein Unternehmen kann ohne die Alternation dieser beiden meistverbreiteten Sprachen dieser Gegend auskommen, weder in den internen Beziehungen noch im Kontakt mit Kunden oder Lieferanten. Hinzu kommen andere Sprachen, zum Beispiel, wenn das Unternehmen auf ausländische Arbeitskräfte zurückgreift oder wenn sich der Wirkungsbereich des Unternehmens auf neue Länder ausweitet. Der erste Schritt in Richtung Gestaltung einer erfolgreichen Sprachbildung besteht folglich darin, die Bedürfnisse des Unternehmens zu analysieren und das effektive Niveau der Mehrsprachigkeit seiner Beschäftigten herauszufinden. In dieser Phase müssen Antworten gegeben werden auf Fragen des Typs: Welche Sprachen werden angewendet, d. h. gesprochen, gehört, gelesen und geschrieben? In welchen Kontexten werden sie eingesetzt und auf welchem Niveau der Korrektheit? (Eine Sache ist die offizielle schriftliche Kommunikation, eine andere ein zwangloses Gespräch unter Arbeitskollegen.) Welche Kommunikationsakte werden von den Beschäftigten verlangt? (Telefongespräche führen, Protokolle abfassen, Referate halten, Übersetzungen anfertigen, Zusammenfassungen formulieren, usw.) Besitzt man alle diese Informationen, ergibt sich ein klares Bild in Bezug auf die Bedürfnisse des Unternehmens, auf die bereits vorhandenen Fertigkeiten und auf jene Fähigkeiten, die realistisch gesehen erreichbar sind.

Instrumente für die Bestandsaufnahme der Ausgangslage sind neben diagnostischen Sprachtests Interviews und individuelle Gespräche, die von Fachexperten mit den Verantwortlichen und den einzelnen Angestellten geführt werden, um die konkreten Sprachbedürfnisse sowie die vorhandenen Kompetenzen festzustellen.

Nur auf diese Weise können die individuellen Ziele im Kontext der komplexen Bedürfnisse des Unternehmens definiert werden. Für jede kommunikative Leistung sind in der Tat besondere Kompetenzen notwendig. Um beispielsweise ein fremdsprachliches Telefonat zu führen, reichen nicht nur Grundkenntnisse in der entsprechenden Fremd-

sprache aus; man muss auch zu jener besonderen Form der Interaktion fähig sein, die am Telefon angewendet wird und die ihre eigenen Regeln besitzt. Ganz anders verhält sich die Situation bei denjenigen, die zum Beispiel Referate halten oder Berichte schreiben müssen. Jede Kompetenz, die für diese Kommunikationsakte notwendig ist, kann in spezifischen Seminaren erworben werden, so wie das im Fall eines Athleten passiert, der in seiner Disziplin eine besondere Bewegung o. dgl. trainiert, um seine Leistung zu verbessern. Zu diesem Zweck stellt uns der *Referenzrahmen* optimale Grundbewertungskriterien zur Verfügung, um die Maßnahmen zu differenzieren, auf spezifische Bedürfnisse einzustellen und die erreichten Ergebnisse zu überprüfen.

## 7. Möglichkeiten des „informellen“ Lernens

Wie gesagt, es geht nicht nur um Sprachkurse. Bezug genommen wird hier auf den Umstand, dass das Unternehmen bereits über Ressourcen verfügt, die für das Lernen bzw. Lehren von Nutzen sein können. Leider werden diese fast nie erkannt noch entsprechend genutzt. Die Präsenz mehrerer Sprachen ist eine strukturelle Tatsache, die in fast allen lokalen Unternehmen gegeben ist. Es ist deshalb angebracht, diese Chance viel mehr zu nutzen. Diese Erhebung bestätigt in der Tat, was bereits aus anderen wissenschaftlichen Studien hervorgegangen ist, nämlich dass für die sprachliche Ausbildung auch die Möglichkeiten des informellen Lernens innerhalb des Unternehmens einen großen Stellenwert einnehmen. Mehr als 50 % der befragten ArbeitnehmerInnen hat de facto bestätigt, die eigenen Kenntnisse der italienischen und deutschen Sprache am Arbeitsplatz verbessert zu haben. Um dieses Potential zu fördern und zu erreichen, dass dies ganz bewusst geschieht, ist es notwendig, eine Reflexion über das Sprachverhalten anzukurbeln und dieses auf irgendeine Weise zum Zweck des „informellen“ Lernens zu reglementieren.

Der Eindeutigkeit halber sei ein Beispiel angeführt. Viele ArbeitnehmerInnen mit italienischer Muttersprache haben sich gute Kenntnisse der deutschen Sprache angeeignet, aber nicht des Dialekts, der unter den Südtirolern mit deutscher Muttersprache sehr weit verbreitet ist, um nicht zu sagen, dass er fast ausschließlich gesprochen wird. Die Situationen, in denen die deutschsprachigen Südtiroler untereinander die Standardform ihrer Sprache, d.h. das Hochdeutsche, anwenden, sind selten. In einer Studie über den Sprachbedarf und das Sprachverhalten, dass wir 2006 in einem Unternehmen in Bozen sowie mit deutschsprachigen als auch mit italienischsprachigen Beschäftigten durchgeführt haben, gab eine Südtiroler Mitarbeiterin mit deutscher Muttersprache sogar an, dass zu den täglich angewendeten „Fremdsprachen“ das Hochdeutsche gehöre, während sie das Italienische als „Zweitsprache“ definierte. Ganz offensichtlich kostet es sie weniger Mühe, sich auf Italienisch zu verständigen als auf Hochdeutsch. So kommt es vor, dass, wenn sich Gruppen von „gemischt sprechenden“ Personen zusammen finden, man in den meisten Fällen schließlich Italienisch spricht, auch wenn die Mehrzahl der Anwesenden deutschsprachige Südtiroler sind. Auch wenn sich diese Situation daraus ergibt, denjenigen, die den Dialekt nicht verstehen, entgegen zu kommen, ist sie doch von Nachteil für den italienisch sprechenden Beteiligten, weil sie ihm die Möglichkeit nimmt, seine Deutschkenntnisse anzuwenden und zu verbessern. Es wäre in seinem Interesse, in diesen Fällen eine Einigung über den Sprachgebrauch zu finden. Wenn er den Dialekt nicht versteht, aber die deutsche Sprache pflegen möchte, hat er gute

Gründe, seine Gesprächspartner um die Anwendung des Hochdeutschen zu bitten, das für ihn eher zugänglich ist. Dies könnte eine der ihm zur Verfügung stehenden Methoden sein, um die eigenen Kompetenzen zu erweitern.

Mit anderen Worten, die Unternehmen täten gut daran, ihre Beschäftigten in eine Reflexion über das interne Sprachverhalten einzubeziehen, um zu einer Art geteilter Regeln für den Sprachgebrauch zu kommen, die zumindest in gewissen Situationen anzuwenden sind.

Das Sprachverhalten kann sowohl bei informellen Gelegenheiten als auch bei offiziellen Anlässen des Unternehmenslebens abgestimmt werden. Dabei ist beispielsweise zu beachten, den Sprachen, die von der Mehrzahl der Anwesenden gesprochen werden, einen angemessenen Platz einzuräumen. Dies ist ein gebührendes und umsichtiges Verhalten, das leider durchaus nicht von vornherein feststeht, das aber den allgemeinen kommunikativen Kontext verbessert. Ferner können Sprachen auch in Situationen des Gedanken- und Meinungsaustauschs erlernt werden. Auf strukturierte Weise durchgeführt, können so (mit Hilfe von Beratern in Bezug auf die Arbeitsmodalitäten) Momente des „Sprachaustauschs“ vorgesehen werden, in denen in sich abwechselnden Phasen im beruflichen Umfeld nur eine Sprache angewendet wird, mit dem präzisen Ziel, sich beim Erlernen gegenseitig zu helfen. Es handelt sich also um eine Reihe von kostengünstigen Kunstgriffen und Maßnahmen, die zum Wachstum der im Unternehmen und von den Beschäftigten gelebten „Mehrsprachigkeit“ beitragen würden.

Abschließend kann man sagen, dass die Unternehmen und die beruflichen Umfeldler im Allgemeinen dem Spracherwerb gegenüber positiv eingestellt sind. Es liegen Motivation, Interesse und Kenntnis des Themas vor. Es besteht die Möglichkeit, die Sprache in realen Kontexten und zu konkreten Zwecken anzuwenden: Alle diese Umstände stimulieren die ArbeitnehmerInnen, ihren Bildungsweg fortzusetzen. Man ist sich bewusst, dass die Wettbewerbsfähigkeit und die Qualität eines Unternehmens heute auch von einem hohen Grad der tatsächlichen Mehrsprachigkeit abhängig sind. Angesichts dieser Umstände und Erwartungen müssen die Unternehmen heute einen weiteren Schritt gehen: Sie müssen die sprachliche Ausbildung zu einem permanenten Element ihrer Entwicklungsstrategien machen.



## 5. Schlussbetrachtung

Karl Gudauner, *AFI-IPL*

Aus der Vielzahl der arbeitsmarktpolitischen Aspekte der Sprachkenntnisse, die diese explorative Studie in drei Wirtschaftssektoren untersucht hat, stechen einige Ergebnisse besonders hervor, die in einer zusammenfassenden Schlussbetrachtung hervorgehoben werden sollen:

### **Der Sprachgebrauch in der heimischen Produktions- und Arbeitswelt wird vielfältiger.**

Vor allem in Betrieben mit mehr als 20 Mitarbeiter/innen überwiegt mittlerweile intern die mehrsprachige Kommunikation. Auch in Kleinbetrieben besteht ein nennenswerter Anteil an mehrsprachiger interner Verständigung. Dies kann mit den gestiegenen Sprachkenntnissen der Mitarbeiter/innen zusammenhängen, aber auch auf die Notwendigkeit zurückzuführen sein, eine effiziente Kommunikation mit Mitarbeiter/innen unterschiedlicher Herkunft und geringer Sprachkompetenz herzustellen. Die Kommunikationssprache hängt jedoch nach wie vor stark mit bestimmten Faktoren zusammen wie dem Sprachgruppenanteil der Gemeinde, in der der Betrieb angesiedelt ist, der Erstsprache der Mitarbeiter/innen und dem Absatzmarkt.

### **Der deutsche Dialekt ist die vorwiegende Kommunikationssprache in unseren Unternehmen.**

In Kleinbetrieben überwiegt Deutsch deutlich als Kommunikationssprache, vor allem in den ländlichen Gemeinden, wo der deutsche Sprachgruppenanteil sehr hoch ist und zugleich Deutsch auch vorwiegend die Erstsprache der Mitarbeiter/innen darstellt. Dabei wird vor allem der Südtiroler Dialekt verwendet. Die Mitarbeiter/innen messen den Dialektkenntnissen eine bestimmte Bedeutung für die aktuelle Arbeitsstelle und auch für die Karriere zu. Mitarbeiter/innen mit italienischer Erstsprache halten sowohl ihre deutschen Dialektkenntnisse und vor allem die Beherrschung der deutschen Hochsprache für unzureichend, solche mit ladinischer Erstsprache betrachten ihre Kenntnisse der deutschen Hochsprache als mangelhaft.

### **Unterschiedliche Voraussetzungen für das Sprachenlernen im Betrieb.**

Wer Deutsch als Erstsprache hat, sieht kaum einen Bedarf zur Verbesserung der Beherrschung des Hochdeutsch. Das Bewusstsein, dass die Pflege der Hochsprache seitens der deutschsprachigen Südtiroler dazu beitragen kann, den italienischsprachigen Arbeitskolleginnen und -kollegen die Aneignung der deutschen Sprache zu erleichtern, scheint also nicht recht Fuß zu fassen. Die Bedingungen für das Sprachenlernen werden entsprechend unterschiedlich bewertet: der Anteil der Mitarbeiter/innen, die ihre deutschen Sprachkenntnisse am Arbeitsplatz verbessert haben, liegt beträchtlich unter dem, die ihre Italienischkenntnisse am Arbeitsplatz verbessert haben. Das Lernen der italienischen

Sprache am Arbeitsplatz fällt also offenbar sowohl deutschsprachigen Arbeitnehmer/innen als auch solchen mit einer Fremdsprache als Muttersprache leichter. Welche Bedingungen des Arbeitsumfeldes dies fördern, wäre noch genauer zu untersuchen. Einen wichtigen Beitrag leisten Betriebe, die ihre Mitarbeiter/innen beim Sprachenlernen unterstützen, vor allem, wenn sie diese entsprechend motivieren. Ladinisch kann sich übrigens laut der Befragung in einigen Betrieben als vorwiegende Kommunikationssprache behaupten, wohl im Falle von Familienbetrieben oder von Betrieben mit Ladinisch als vorwiegender Erstsprache.

### **Die Marktorientierung funktioniert in der Privatwirtschaft als effizientes Anreizsystem für die Zwei- und Mehrsprachigkeit.**

Was im öffentlichen Dienst die Zweisprachigkeit als normative Zugangsvoraussetzung vorangetrieben hat, bewirkt in der Privatwirtschaft die Notwendigkeit für die Unternehmen, sich auf die potentiellen Kunden auszurichten. Der hohe Stellenwert der Kenntnis von Deutsch und Italienisch für die Einstellung von Mitarbeiterinnen macht deutlich, dass die Sprachkenntnisse eine Zugangsvoraussetzung für die Eingliederung ins Arbeitsleben sind. Dies gilt insbesondere für jene betrieblichen Funktionen, wo die Mitarbeiter/innen ständigen Kundenkontakt haben, sowie für Leitungsaufgaben.

Ein unternehmerisches Verständnis, das darauf ausgerichtet ist, den Kundinnen und Kunden die Verständigung in ihrer Muttersprache oder in der von ihnen bevorzugten Verständigungssprache zu ermöglichen, unterstützt eine erfolgreiche Kommunikation und Beratung und schafft somit gute Voraussetzungen für die Behauptung auf dem wettbewerbsgeprägten Markt. Nachdem inzwischen auch im öffentlichen Dienst die Kundenorientierung groß geschrieben wird, kann eine solche Einstellung sowohl dort wie in der Privatwirtschaft als Verhaltensregel propagiert werden. Zugleich sollte den jungen Leuten aller Sprachgruppen, die ja die künftigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Betriebe werden, mehr und besser vermittelt werden, welchen strategischen Vorteil sie für den Arbeitsmarkt erwerben, wenn sie sich gute Sprachkenntnisse aneignen. Nur wer sich ausschließlich am lokalen Arbeitsmarkt orientiert, kann mit beschränkten Sprachkenntnissen einigermaßen zurecht kommen.

Es wird aber immer deutlicher, dass für Betriebe mit weiter gefassten Marktambitionen künftig zumindest eine weitere europäische Sprache zum Standard der Ausbildung gehört. So sind Englischkenntnisse ab einem bestimmten Ausbildungsniveau bzw. aufgrund der spezifischen Erfordernisse auch auf der Ebene der Fachkräfte unbedingt erforderlich. Die Mitarbeiter/innen sind sich dessen, wie die Befragung zeigt, offenbar bewusst, womit entsprechende Angebote auf fruchtbaren Boden fallen dürften. Die befragten Arbeitnehmer/innen haben auch eine klare Vorstellung, welche Sprachkompetenzen sie verbessern sollten, falls sie sich erneut auf Arbeitssuche begeben müssten, nämlich das Sprechen und Schreiben.

### **Stellenbewerber/innen ohne entsprechende Sprachkenntnisse riskieren eine negative Antwort.**

Ein Fünftel bis zu einem guten Drittel der Bewerber/innen für offene Stellen sind in den befragten Unternehmen bei den letzten Personaleinstellungen wegen mangelnder Sprachkenntnisse abgelehnt worden. Insbesondere in Geschäftsbereichen mit direktem

Kundenkontakt sind entsprechende Sprachkenntnisse ein Muss, und zwar nicht nur für die Ebene der Geschäftsleitung oder das mittlere Management: Wer sich für Stellen in der Verwaltung, im Sekretariat, an der Rezeption oder in Marketing und Verkauf bewirbt, bringt offenbar bislang nur teilweise entsprechende Voraussetzungen mit. Damit wird klar, dass im Ausbildungsbereich diesbezüglich noch Nachholbedarf besteht.

### **Das Freizeitverhalten ist deutlich nach der Erstsprache segmentiert.**

Ein entscheidender Faktor für die Schwierigkeiten bei der Aneignung von Deutsch und Italienisch für Arbeitnehmer/innen mit der jeweils anderen Erstsprache liegt in dem Umstand, dass die Freizeit zu wenig genutzt wird, um einen lebendigen Kontakt mit der Zweitsprache zu suchen. Nur wenige italienischsprachige Arbeitnehmer/innen schalten häufig deutschsprachige Radio- oder Fernsehsender ein oder lesen deutschsprachige Zeitungen oder Zeitschriften bzw. finden regelmäßig Gelegenheit, Deutsch zu sprechen. Etwas häufiger hingegen nutzen deutschsprachige Arbeitnehmer/innen italienischsprachige Medien, deutlich öfter kommunizieren sie auf Italienisch. Diesbezügliche Hilfestellung seitens der öffentlichen Hand bzw. der Ausbau privater Initiativen sind dazu geeignet, handlungsrelevante, reale Lernsituationen zu schaffen.

### **Es besteht Handlungsbedarf auf vielen Ebenen.**

Die vorliegende explorative Studie belegt zum einen den wachsenden Stellenwert der Sprachkompetenzen und zeigt zum anderen auf, dass das Sprachenlernen in Südtirol in der Ausbildung und im Berufsleben noch gezielter unterstützt werden muss, damit sich die Mehrsprachigkeit als strategischer Wettbewerbsvorteil etablieren kann. Sprachkompetenzen sind auf der gesamten Bandbreite der beruflichen Qualifizierungen, also für Verwaltung/Sekretariat/Rezeption, für spezialisierte Fachkräfte und für die Managementebene unverzichtbar. Es muss vermittelt werden, dass die Aneignung der Zweisprachigkeit und der Mehrsprachigkeit in einem mehrsprachigen Gebiet eine Voraussetzung darstellt, um sich auf dem Arbeitsmarkt qualifizierte Beschäftigungsmöglichkeiten zu eröffnen und die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen zu steigern.

Eine gute Kenntnis der beiden großen Landessprachen Deutsch und Italienisch bildet inzwischen eine selbstverständliche Basiskompetenz. Ihre angemessene Beherrschung eröffnet für den lokalen Arbeitsmarkt den Arbeitskräften einen Alleinstellungsvorteil, also einen Wettbewerbsvorteil gegenüber einem einsprachigen gesamtstaatlichen Arbeitsmarkt, wo die Konkurrenz um die freien Stellen umso härter ist. Immer deutlicher wird aber auch, dass diese Basiskompetenz durch die Aneignung zumindest einer europäischen oder internationalen Fremdsprache zu erweitern ist, um den Anforderungen der Unternehmen zu genügen. Insbesondere scheint sich Englisch als lingua franca in der internationalen Kommunikation auch in der heimischen Produktionswelt zu etablieren.

Wenn im Zugang zum Thema Sprachkenntnisse in Südtirol ein Paradigmenwechsel vom verschiedentlich verspürten politischen Zwang hin zur individuellen Chance vollzogen wird, gelingt es auch, die Voraussetzungen dafür zu schaffen, dass Sprachenlernen Spaß macht und zu einer persönlichen Ambition der Menschen im Lande wird, vor allem für die jungen Leute.



## 6. Autoren

**Siegfried Baur** ist Professor der 2. Ebene für Allgemeine Pädagogik und Sozialpädagogik an der Freien Universität Bozen, Standort Brixen.

**Karl Gudauner**, Jurist und Publizist, ist Direktor des Arbeitsförderungsinstituts AFI-IPL in Bozen.

**Massimo Loi** hat ein Forschungsdoktorat in Wirtschaft und Management an der Wirtschaftsfakultät Padua absolviert, wo er derzeit im Fachbereich und an der Fakultät als Auftragsforscher arbeitet.

**Aldo Mazza** ist der Verantwortliche der Didaktikabteilung von alpha beta piccadilly, Ausbilder von SprachlehrerInnen und Vertragsdozent der SSIS der Freien Universität Bozen.

**Helmuth Pörnbacher** ist Sozialforscher und arbeitet als wissenschaftlicher Leiter bei apollis in Bozen.

**Iris Maria Vinatzer** ist Psychologin und arbeitet als Sozialforscherin bei apollis in Bozen.