

«Der Trend geht in Richtung Kleingruppen und Spezialisierung»

Wie die Unternehmen ihren Mitarbeitenden beim Fremdsprachenlernen auf die Sprünge helfen

Englischkenntnisse stehen weiterhin hoch im Kurs, vor allem auch in der Unternehmenswelt. Mittlerweile gibt es spezifische Anbieter für Business-Englisch, derweil die Firmen den Bedürfnissen ihrer Mitarbeitenden ziemlich unterschiedlich begegnen. Eine einheitliche Strategie in Sachen Fremdsprachenunterricht ist nur selten erkennbar.

jam. Verlässliche Zahlen gibt es nicht. Schätzungen gehen aber so weit, dass bis zu 50 Prozent der Mitarbeitenden in Schweizer Firmen, die zumindest teilweise in Englisch kommunizieren können müssen, den täglichen Ansprüchen im Büro nur bedingt genügen. Dies sagt Max Wey, Geschäftsführer von Boa Lingua Business Class, der den Markt seit Jahren bearbeitet. Auch darum hat die Branche in den letzten Jahren zunehmend Angebote kreiert, die primär auf Unternehmen abzielen, die ihre Mitarbeitenden, vielfach mit Kaderfunktionen, ganz bewusst ins Ausland schicken. Nicht zum Geschäften, sondern zum Erlernen einer Fremdsprache – dies meist in Kleingruppen und oftmals branchenspezifisch.

Sprachen als «externe Angelegenheit»

Als im Geschäftsleben wichtigste Fremdsprache gilt dabei noch immer Englisch, auch wenn dann und wann andere Behauptungen auftauchen, die sich im Markt aber nicht erhärten lassen. Dies bestätigt nicht nur Max Wey aus Sicht des Anbieters, sondern auch Chantal Sturzenegger Meyer, die seit vielen Jahren bei der UBS als Beraterin und Spezialistin für Fremdsprachen arbeitet. Die Grossbank gehört zu den wenigen Unternehmen in der Schweiz, die über eine eigene Beratungsabteilung für weiterbildungswillige Mitarbeitende verfügen. Dort werden nicht nur Sprachschulen evaluiert – «Sprachen gelten bei der UBS als externe Angelegenheit», sagt Sturzenegger Meyer –, sondern ebenso Ratschläge erteilt, welcher Master of Business Administration (MBA) eine auch international gute Reputation hat und welcher eher nicht.

Im Grundsatz ist es so, dass sich die UBS dann an den Kosten für einen Sprachaufenthalt beteiligt – oder diese gar zu 100 Prozent trägt –, wenn ein Mitarbeiter vertiefte Englischkenntnisse für die Arbeit benötigt, wie Sturzenegger Meyer ausführt. Aber auch bei sehr guten Lehrabschlüssen zeigt sich die Grossbank grosszügig und finanziert ihren Nachwuchskräften im Rahmen eines Förderungsprogramms einen dreimonatigen Sprachaufenthalt. Was die Destination angeht, sind sich die Branchenkenner einig. «Punkto Qualität steht Grossbritannien für Business-Englisch weiterhin allein auf weiter Flur», betonen Wey und Sturzenegger Meyer unisono.

Wenig Alternativen zu Grossbritannien

Dies wirkt sich so aus, dass die UBS für die Mitarbeitenden – mit einzelnen Ausnahmen wie New York – gar keine örtlichen Alternativen für einen Englischkurs zur Diskussion stellt. Unternehmen wie Swisscom oder Siemens, die selber keine auf Sprachen spezialisierten Anlaufstellen im Haus

haben, vertreten zwar keine völlig andere Haltung, sie haben aber im Gegensatz zur UBS keine einheitliche Strategie. Bei Siemens ist es die Personalabteilung, die sich neben anderen auch um solche Bedürfnisse kümmert, wie die Pressesprecherin Nadine Rymann weiss. Sie führt weiter aus, dass im Industriekonzern, der zu zwei Dritteln Ingenieure beschäftigt, eher auf Sprachkurse in der Schweiz und weniger auf längere Sprachaufenthalte im Ausland gesetzt werde. Auch die Swisscom hat «keine einheitliche Doktrin» bezüglich Sprachenlernen, wie Sepp Huber, Leiter Media Relations des Telekommunikationsunternehmens, mitteilt. Die Konzernsprache sei zwar Deutsch, selbstredend sei aber auch klar, dass die Fachspezialisten im Informatikbereich vielfach englisch redeten. Je nach Swisscom-Gesellschaft werde auch das Beschicken von Sprachaufenthalten im Ausland unterschiedlich gehandhabt; für alle gelte dagegen, dass die Initiative vom Mitarbeiter aus kommen müsse.

Englischkurse für Banker und Ärzte

«Business-Englisch wird nie zu einem Massenmarkt», sagt Max Wey. Er stelle aber fest, dass immer mehr Unternehmen an massgeschneiderten Produkten interessiert seien. Die UBS, die die Schulen im englischsprachigen Raum aus eigener Erfahrung kennt und auch direkt mit diesen verhandelt, schickt ihre Leute immer wieder an die gleichen Adressen. Zum Beispiel nach London, Oxford oder Devon, zumindest solange die Qualität stimmt. Und Qualität habe mit Grösse zu tun, sagt Hauke Tallon, der Verkaufs- und Marketingdirektor von «The London School of English» im Zentrum von London, die seit gut 90 Jahren Englischkurse für Businessleute anbietet. Der gebürtige Norweger zählt die Skandinavier und die Schweizer sowie die Russen zu seinen besten Kunden, verschweigt aber nicht, dass die Ansprüche manchmal ganz unterschiedlich seien.

Der Trend geht Tallons Meinung nach aber eindeutig in Richtung Spezialisierung. Bei der Zusammensetzung der Kleingruppen werden zwar die Nationalitäten gemischt, was zusätzliche kulturelle Erfahrungen mit sich bringen kann. Was die verschiedenen Berufsgruppen angeht, ist dies aber zunehmend weniger der Fall. So gibt es spezielle Englischkurse für Banker, Juristen, Ärzte, Journalisten usw. Anspruchsvoll sei es dabei nicht nur, fachlich gute Englischlehrer zu finden, sondern auch solche, die in den Gruppendiskussionen nicht abfallen, wenn etwa Journalisten aus verschiedenen Ländern über die Veränderungen in der Medienlandschaft debattieren oder sich Bankfachleute über die europäische Währungsunion unterhalten, sagt Hauke Tallon.

Ähnliche Erfahrungen hat auch Maureen Gough, die Direktorin von «Canterbury Language Training», gemacht. Mehr als zehn Personen sind es im Normalfall nicht, die ein bis zwei Wochen in der kleinen Schule inmitten von Canterbury «trainiert» werden, auch darin, das eigene Unternehmen mit Hilfe einer Präsentation vorzustellen und anschliessend Fragen zu beantworten, auf Englisch wohlverstanden. Die Qualitätskontrolle sei ihr dabei am wichtigsten, meint Gough, deren Studenten morgens mit dem Taxi in die

Schule und abends zurück zu den Gastfamilien gefahren werden – wie sich's gehört für Leute, die es gewohnt sind, in der Businessclass zu reisen. Und wenn sie von Gastfamilien spricht, dann sind es nicht irgendwelche, die sich mit ein paar Studenten ein Zubrot verdienen wollen. Natürlich sei ein solcher Nebenverdienst wichtig; vor allem gehe es ihr aber darum, Leute zu finden, die in der Lage seien, sich nicht nur übers Wetter, sondern auch über die Wirtschaftslage in Grossbritannien und andere gesellschaftliche Themen zu unterhalten, sagt Gough.

Max Wey weiss ebenfalls davon zu berichten, dass ein Grossteil der Geschäftskunden nicht im Hotel, sondern lieber in einer Gastfamilie untergebracht werden wolle. «Man erhält dadurch eine zusätzliche Lektion», sagt Wey, dessen Kunden in der Regel mit der Idee nach England reisen, in zwei Wochen möglichst viel profitieren zu wollen. Mit 40 Stunden pro Woche seien die meisten gut bedient, sagt der Geschäftsführer von Boa Lingua Business Class. Werden noch die Zusatzaktivitäten dazugerechnet – in Canterbury zählen etwa ein Kinobesuch, eine Wanderung und eine Stadtführung zum Angebot –, kommt manch einer an die Grenze der Aufnahmefähigkeit. Erst recht, wenn in der eigenen Gruppe noch Geschäftsleute dabei sind, die zwar Englisch können, deren Aussprache aber oft auf eine unbekannte Sprache schliessen lässt. Diese «Übung» schult, wenn auch ungewollt, das Konzentrationsvermögen und ist letztlich ebenso Teil des interkulturellen Austausches.