

RAPPORT OM SPROGHÅNDBTERINGSSTRATEGIER OG BEDSTE PRAKSIS I EUROPÆISKE SMVER: PIMLICO-PROJEKTET

LEDELSENS BERETNING OG ANBEFALINGER

Generaldirektoratet for uddannelse og kultur søsætter en oplysningskampagne i 2011, der er beregnet til at fremme brugen af sproghåndteringsstrategier (SHS'er) i europæiske små og mellemstore virksomheder. Denne rapport er resultatet af PIMLICO-projektet, som er første fase af initiativet og står for *Promoting, Implementing, Mapping Language and Intercultural Communication Strategies* (fremme, implementering og kortlægning af sprogmæssige og interkulturelle kommunikationsstrategier). PIMLICO-rapporten fokuserer på at identificere og beskrive modeller for bedste praksis i 40 europæiske SMV'er, som er blevet udvalgt grundet deres væsentlige handelsvæksttakket være en formulering og ibrugtagning af *sproghåndteringsstrategier*. Rapporten byder også på en anmeldelse af en række sprogstøtteorganisationer og -netværk i de 27 EU-lande, som drives på forskellige niveauer: supernationalt, nationalt, regionalt og lokalt. I fase 2 vil der findes et websted og vejledninger, som giver detaljerede oplysninger om, hvor virksomhederne kan få adgang til yderligere oplysninger, idéer og rådgivning om udvikling af sproghåndteringsstrategier samt skabe nye teknikker til at øge de internationale handelsmuligheder for vækst på udenlandske markeder, hvor de står over for en sprogbarriere.

TIDLIGERE RESULTATER

Undersøgelsen af SMV'er i ELAN-undersøgelsen (2006), som omtales i kapitel 2, viste, at stort antal virksomheder går tabt i Europa grundet manglende sprogfærdigheder. Ud af et udsnit på 1964 virksomheder havde 11 % af respondenterne (195 SMV'er) mistet en kontrakt pga. manglende sprogfærdigheder. Undersøgelsen identificerede situationer, hvor virksomhederne var klar over, at de havde mistet omsætning eller muligvis ville miste omsætning grundet sprogmæssige og/eller kulturelle barrierer, men det rigtige tal er sandsynligvis lang større. Fire karakteristika ved virksomhederne blev forbundet med en højere ydeevne inden for international handel: Nemlig: ansættelse af medarbejdere med det lokale sprog som modersmål; rekruttering af medarbejdere med eksisterende sprogfærdigheder; brug af professionelle tolke og translatører; samt en fastlagt sproghåndteringsplan (eller -strategi). SMV'er, der havde investeret i disse fire elementer opnåede eksportsalgstal, der lå 44,5 % over de virksomheder, der ikke foretog sådanne investeringer. ELAN-resultaterne blev anvendt som basis for at identificere og udvikle modeller på eksempelvis virksomheder som case studies i PIMLICO.

PROJEKTFASER

Projektet er opdelt i to større faser:

- **Fase 1: PIMLICO-projektundersøgelse** – hvis mål har været at indsamle oplysninger om god praksis og sprogstrategier anvendt af SMV'er samt støttestrukturer; og at finde fakta, der kan understøtte oplysningskampagnen i anden fase af projektet.

- **Fase 2: Oplysningskampagnen** – med det strategiske mål at gøre SMV'er opmærksomme på de muligheder og fordele, som sprogfærdigheder kan give dem adgang til på det globale marked; samt øge antallet af SMV'er, der gør strategisk brug af sprogbehandlingsstrategier.

HOVEDRESULTATER

Resultaterne fra case studies viser, at succesrige virksomheder anvender forskellige former for sprogbehandlingsstrategier (SHS'er) til håndtering af varierende kommunikationsflader i deres internationale aktiviteter.

SHS'erne, der sommetider betegnes "sprogstrategi", defineres som "en planlagt anvendelse af en række teknikker, der har til formål at fremme effektiv kommunikation med kunder og leverandører i udlandet" (ELAN, 2006). En sprogbehandlingsstrategi består normalt af en samling forebyggende foranstaltninger, der fremmer en virksomheds indgang til eller udvidelse på et nyt udenlandsk marked, hvor der opstår sproglige og/eller kulturelle barrierer.

SHS'erne kan bestå af en kombination af de følgende foranstaltninger:

- brug af lokale agenter til løsning af sproglige problemer
- oprettelse af et websted med særlige kulturelle og/eller sproglige tilpasninger
- brug af sproglige revisioner
- brug af professionelle translatører/tolke
- oversættelse af salgsfremmende, reklame- og/eller teknisk materiale
- sprogkurser og kulturforståelsesplaner
- online sprogkurser; medarbejderudvælgelses- og rekrutteringspolitik
- medarbejdermobilitet
- "makkerskab" med udenlandske kollegaer og grænseoverskridende udstationeringsplaner
- oprette forbindelser til lokale universiteter
- udenlandske studerende i praktik
- rekruttering af modersmålstalende medarbejdere
- e-handel, der omfatter flersprogede aktiviteter og
- produkt- eller emballagetilpasning i forhold til lokal smag og vaner

Alle case studies har kunnet værdisætte eller måle virkningerne af deres sprogbehandlingsstrategi.

- De 40 udvalgte virksomheders profil viser væsentlige fordele: 43 % berettede, at de havde øget deres omsætning med over 25 % ved at introducere en strategi i forhold til nye sprog. Yderligere 30 % oplevede en øget handel på omkring 16-25 % af omsætningen.
- For 73 %, eller næsten tre ud af fire virksomheder, var omsætningen steget med mindst 16 %.
- I adskillige tilfælde tilskrives et specifikt øget salg én eller flere af de tre særlige foranstaltninger, f.eks. *lokaliseret og flersproget websted*, *rekruttering af modersmålstalende medarbejdere* eller *brug af lokale agenter til løsning af sprogmæssige problemer*. Disse tre foranstaltninger er også de mest anvendte foranstaltninger i sprogbehandlingsstrategier, hvor der er angivet en konkret procentvis stigning i salg til udlandet.

FÆLLES KARAKTERISTIKA FOR SUCCESRIGE VIRKSOMHEDER

De 40 PIMLICO-case studies viser en tendens i form af et mønster af fælles karakteristika i forhold til sprogbehandling:

- *Funktionelle evner på tværs af en række sprog*

De fleste virksomheder har et flydende sprog, som karakteriseres ved evnen til at forhandle på mindst tre fremmedsprog, hvoraf det ene uundgåeligt er engelsk. Der er dog en fælles anerkendelse af, at den konkurrencemæssige fordel ligger i deres flersprogede og multikulturelle evner.

- *Engelsk på højt niveau*

Engelsk på højt niveau tages for givet, når der indgås virksomhedsaftaler, og medarbejderne forventes at besidde fremragende færdigheder i engelsk.

- *Evne til at drive forretning på globalt niveau og tilpasse sig de forskellige sprogmæssige krav*

Der bruges forskellige sprog på forskellige markeder eller parallelt. Tredjesprog anvendes til handel på forskellige markeder, hvor virksomhederne ikke har eksisterende sprogfærdigheder, f.eks. tysk og ungarsk.

- *Brug af lokale agenter til løsning af sprogmæssige og kulturelle problemer*

Virksomhederne oplever en klar sammenhæng mellem anvendelsen af lokale agenter til løsning af sprogmæssige problemer og omfanget af handlen.

- *Overbevisende internationalisering understreget af HR-strategi*

Virksomhederne tager praktiske skridt til at bruge deres sproglydige medarbejdere til udvikling af medarbejderne, så de bliver internationalt, kulturelt og sprogligt kyndige, f.eks.:

- Der føres nøje optegnelser over medarbejdernes sprogfærdigheder, og de anvendes.
- Ansæt *modersmålstalende* medarbejdere.
- Afhold *sproglige og kulturelle kurser*.
- Udvikl *en dybere kulturforståelse*.
- Anvend *professionelle translatører og tolke*.
- Tilpas websteder til andre kulturer.
- Arbejd i partnerskab med lokale universiteter om ansættelse af kortvarig og langvarig sproglig støtte, herunder udenlandske studerende i praktik.

Ud af de 40 cases blev ti "super-SMV'er" udvalgt pga. deres fremragende præstationer inden for international handel takket være deres sprogbehandlingsstrategier. De blev udvalgt ud fra de følgende kriterier:

- deres enestående og nyskabende kombination eller række af forskellige sproglige initiativer, der er indlejret i deres sprogbehandlingsstrategi
- den kulturelle og/eller sproglige kompleksitet eller forfinelse af de markeder, hvorpå de har opnået succes inden for handel
- omfanget og bæredygtigheden af deres handel på udenlandske markeder, særligt på markeder uden for Europa
- kvaliteten af og støtten til flersprogetheden som politik i virksomheden

I alle tilfælde på nær ét har disse "super-SMV'er" betydelig succes hvad angår eksportsalg i forhold til det totale salg, som kan tilskrives direkte til tilstedeværelsen af deres sprogbehandlingsstrategi. Super-SMV'er eksporterer generelt set mindst 60 % af deres varer eller serviceydelser til andre lande, og i visse tilfælde stiger dette til 90 %.

HOVEDRESULTATER VED TILGÆNGELIG STØTTE

Der findes mange forskellige niveauer af virksomhedsstøtte, der skal hjælpe virksomhederne med at forbedre deres internationale handel, herunder Økonomi- og Erhvervsministeriet samt uddannelses- og regeringsorganisationer i de forskellige medlemslande. Niveaue for sproglig hjælp i de enkelte lande varierer dog, også mellem de forskellige mellemliggende organisationer.

- Alle de 27 europæiske medlemslande har enten et handels- eller økonomiministerium eller en lignende myndighed, der holder øje med landets handelsorganisationer.
- Det nationale handelsorgan kan være et nationalt handelsministerium, der tilbyder nationale initiativer til støtte for virksomhedernes sprogmæssige behov.
- Nogle få lande skiller sig ud i forhold til, hvor fremtrædende deres infrastrukturelle støtte, nationale politikker eller omfanget af den sproglige støtte er for SMV'erne: særligt gælder det Østrig, Danmark, Spanien og Storbritannien, hvorimod andre lande, såsom Bulgarien, Cypern og Irland lader til ikke at have nogle nationale politikker af betydning af landsdækkende sproglig støtte til virksomheder.
- Der, hvor der mangler sprogtilbud til virksomhederne inden for den nationale infrastruktur, findes i stedet ofte lokale initiativer på ministerielt eller regionalt niveau, hvorigennem virksomhederne kan hente særlig støtte.
- De bilaterale ministerier og udenlandske afdelinger af visse indenrigsministerier, lader til at kunne byde på nogle af de mest engagerede sprog- og kulturs eksperter til støtte for virksomhederne. De findes typisk der, hvor der er veletablerede handelsforbindelser, f.eks. det fransk-tyske handels- og industrikammer, det tysk-slovenske handels- og industrikammer samt det britiske handelskammer (i Spanien).

ANBEFALINGER

De følgende anbefalinger kan, hvis de tages i brug, væsentligt øge virksomhedernes mulighed for at drive forretning på en mere effektiv måde i et stadig mere konkurrencepræget, globalt og flersproget handelsmiljø. På europæisk niveau kan disse forslag have en mulig væsentlig indvirkning på væksten for handel inden for og ud af Europa.

ANBEFALINGER FOR EU

- Sikre, at PIMLICO-rapporten og dens resultater udbredes til flest mulige via oplysningsinitiativer (til forretninger, uddannelsessteder samt direkte til virksomheder) samt via en Forretningssprogplatform.
- Fremme udviklingen af et europæisk belønningssystem og kvalitetsmarkeringssystem til anerkendelse af europæiske virksomheders succesfulde anvendelse af sprogbehandlingsstrategier i international handel, f.eks. *Udmærkelse inden for international kommunikation* (eller UIK).

- Fremme af SHS-”bedste praksis-modeller” til forretningsmæssige mellemlid.
- Sikre, at udviklingen af bedste praksis-modeller for sproglig infrastrukturil støtte samt implementeringen af sprogbehandlingsstrategier kan støttes økonomisk via europæiske programmer på tværs af relevante generaldirektorater.
- Igangsætte et opfølgende forskningsprojekt til opdatering af resultaterne fra ELAN, så man sikrer kontinuitet i forhold til indhentning af data, herunder længdegradsanalyser hvert femte år.
- Indlemning af sproglige infrastrukturil data samt kontaktliste til europæiske oplysningscentre.
- Placering af ”sprog- og forretningskommunikation” på dagsordenen for relevante, europæiske kommissærer og for relevante europæiske råd.
- Sikre, at forskning i sprogteknologi og dens anvendelse i international handel og diplomati medtages i Framework VIII samt øvrige R&D-programmer.

ANBEFALINGER FOR NATIONALE REGERINGER

- Fortsætte arbejdet hen imod de fælles mål, der blev aftalt på topmødet i Barcelona 2002: Alle borgere bør lære to sprog ud over deres modersmål.
- Sikre, at der er en opadgående forbindelse mellem virksomhedens sprogmæssige behov og den tilgængelige infrastrukturil støtte.
- Overveje at oprette et nationalt belønningssystem, der anerkender og fremmer udmærkelse inden for både infrastrukturil støtte (herunder mellemliggende støtte) til SMV’er samt udmærkelse inden SMV’ernes anvendelse af sprogbehandlingsstrategier.
- Iværksættelse af en national opmærksomhedsskabende kampagne.
- Gennemgang og implementering af en række støtteinitiativer.
- Påvirkning af skoler og universiteter, så de lægger mere vægt på sproglige problemstillinger i pensum.
- Overveje skatteincitamenter for at opmuntre SMV’er til at tilpasse SHS’er (f.eks. gøre sprogkurser fradragsberettigede).
- Oprettelse af websteder, der rådgiver SMV’er om, hvordan man kan indlemme sprogstrategier med landsspecifikke oplysninger, der kan hjælpe handlen på vej på disse markeder.
- Investering i forskning i sprogteknologi og dens anvendelse i forhold til international handel.

ANBEFALINGER FOR FORRETNINGSMÆSSIGE MELLEMLID

- Skabe en større opmærksomhed på god praksis i forbindelse med anvendelse af sprogbehandlingsstrategier i forhold til medlemskab af et supernationalt forretningsnetværk (f.eks. Eurochambres, ICC, ITA’er eller EEN), som har en stærk position, samt krydsreferere til anbefalede leverandører eller levere oplysninger om sprog på tværs af de europæiske landegrænser.
- Støtte forretningsmæssige mellemlid i forhold til afholdelse af begivenheder, kampagner og andre oplysende initiativer, der er beregnet til at fremme brugen af og forståelsen for sprogbehandlingsstrategier.
- Hjælpe med indlemningen af sprogteknologi ved at fremme partnerskaber mellem industri og forskning og gøre en hurtigere indsats for at overføre sprogteknologi til internationale virksomheder.

- Forbinde forretningsmæssige mellemleds websteder med projektwebstedet, så der fremmes en større forståelse af bedstes praksis for internationale SMV'er rundt om i Europa.
- Udveksle bedste praksis med forskellige støtteorganisationer.
- Tilbyde nye støttemuligheder til SMV'er i tråd med bedste praksis andre steder.
- Overveje at tilbyde serviceydelser, der ikke allerede tilbydes, såsom sprogrevision.

ANBEFALINGER FOR SMV'ER

- Efterligne bedste praksis hos højtydende virksomheder, hvor dette måtte være relevant.
- Gennemgå deres sprogmæssige behov på specifikke markeder ud fra en tjekliste i PIMLICO-rapporten.
- Tage skridt til implementering af en sprogbehandlingsstrategi, der passer til deres markeder.
- Skabe kontakt med mange støtteorganisationer, der findes over hele Europa for at få yderligere, nyttige oplysninger.
- Evaluere omkostningseffektiviteten ved forskellige sprogbehandlingsteknikker, såsom kulturforståelse, professionelle translatører osv.
- Danne gruppe med andre eksporterende SMV'er og dele ressourcer.

ANBEFALINGER FOR UDDANNELSESSTEDER

- Skabe forbindelse mellem SMV'er og forretningsmæssige mellemlid og tilbyde støttende serviceydelser, f.eks. sprogkurser.
- Overveje at tilbyde udenlandske studerende til praktik, hvis det ikke allerede sker.
- Skabe kontakt til lokale, internationale SMV'er til vidensudveksling, for at hente hjælp i forbindelse med udvikling af nye sprogpena, der er tilpasset til international handel, eller til udvikling af en relevant service til lokale virksomheder, såsom et kursus for sprogrevisorer.
- Sikre, at sprogbehandlingsstrategien forstås og introduceres på MBA-kurser og andre lederuddannelsesprogrammer.