

Behov av språkkunskaper på exportföretag

Christina Rosén

Abstract

Hösten 2015 genomfördes marknadsstudier och datainsamling genom nätverksarbete och företagsbesök i Smålandsregionen, för att på så sätt få kunskap om det lokala näringslivet. Intervjuer genomfördes på exportföretag i regionen och en intervjuguide sammanställdes som omfattade frågor om bland annat språkbehov, integration och ledarskap. I denna artikel läggs främst fokus på de frågor och svar som berör språk och export. Tidigare undersökningar om de främmande språkens ställning i Sverige, språkekonomi och språkbehov på företag diskuteras inledningsvis, varpå resultaten av intervjuerna presenteras. I artikeln presenteras även en modell för att stärka de främmande språkens ställning i Sverige, ett pilotprojekt som startades 2016 i samarbete med Goethe-Institutet, Fortbildningsavdelningen för skolans internationalisering, skolor och företag.

Key words: exportföretag, främmande språk, språkbehov, språkekonomi, näringsliv, flerspråkig exportstrategi

1 Inledning

Inom svenskt näringsliv har man sedan länge förgäves varnat för den minskade språkkompetensen i Sverige. Före detta koncernchefen för Volvo, Olof Persson, menar att ”Svenska företag går miste om affärsmöjligheter om de inte har folk som kan språket” (Larsson, 2012). Om vi ska hävda oss på en internationell marknad har vi inte råd att förlora ännu mer av vår språkkompetens. Även tidigare utbildningsminister Tobias Krantz uttalar i Dagens Nyheter (Svensson 2016) sin oro över att allt färre elever i Sverige lär sig tyska. ”Små och medelstora företag behöver personer som kan tyska”. Detta uttalande gör han som nuvarande chef för utbildning, forskning och innovation vid Svenskt Näringsliv. Trots företagens skriande behov av personal med goda språkkunskaper och alla undersökningar och debattartiklar i pressen, som samtliga varnar för de negativa följderna av att allt färre svenskar lär sig främmande språk, så verkar trenden inte vända. Frågan som infinner sig är då varför prioriteringen av språkval i Sveriges utbildningsväsen inte motsvarar efterfrågan på arbetsmarknaden (jfr Lärarnas Riksförbund 2011, 2016). Antalet studenter som fortsätter med ett främmande språk på avancerad nivå och forskarnivå har dessutom minskat ytterligare (UHR 2016).

Efter en debattartikel publicerad i Göteborgsposten (Rosén et al. 2015) bjöd Goethe-Institutet i Stockholm in till samarbete och diskussion. Under detta första möte togs tillsammans med ytterligare samarbetspartner en plan fram för att stärka de främmande språkens ställning i Sverige (se modell nedan).

Linnéuniversitetet finns sedan en tid tillbaka Linnéus Technical Centre (LTC)¹ vid Fakulteten för teknik (FTK). LTC drivs som ett projekt där man genom samverkan med Linné-

¹ För mer information se <https://lnu.se/mot-linneuniversitetet/samarbeta-med-oss/Projekt-och-natverk/linnaeus-technical-centre/>

regionens små och medelstora teknikföretag vidareutvecklar företagens kompetenser inom prioriterade teknikområden. Målet är att stärka konkurrenskraft, lönsamhet, synlighet och attraktivitet för respektive verksamhet och i ett vidare perspektiv för Linnéregionen. En viktig uppgift för LTC är att med universitetets kunnande som bas intressera och motivera små och medelstora företag (SMF) för kompetensutveckling, affärsutveckling och växande satsningar på forskning. Drygt 30 procent av näringslivets omsättning och förädlingsvärde i Linnéregion skapas inom verkstadsindustrins små och medelstora teknikföretag, och inom de så kallade LTC-noderna har man sett ett ökat behov av samverkan även med andra fakulteter. Det visade sig att den plan vi skissat på för att stärka språkens ställning var utmärkt att utgå ifrån i detta första samarbete för att även skapa så kallade HumSam-noder. Mot denna bakgrund skickades en första projektansökan in om medel för samhällelig drivkraft både från Fakulteten för teknik (FTK), Fakulteten för konst och humaniora (FHK) och Fakulteten för samhällsvetenskap (FSV). De ämnen/områden som initialt sågs som mest aktuella var bl.a. integration, pedagogiskt ledarskap, språk och interkulturell kommunikation. I samråd med samverkanskoordinatorer vid respektive fakultet beslutades att man skulle starta med att kartlägga språkbehovet på exportföretag. Över 200 företag i regionen har redan uttryckt önskemål om samarbete med universitetet och ett utvidgat samarbete mellan fler institutioner och ämnen kan stärka företagens konkurrenskraft ytterligare.

Ansökan beviljades och hösten 2015 genomfördes marknadsstudier och datainsamling genom nätverksarbete och företagsbesök, för att på så sätt få kunskap om det lokala näringslivet. I denna första studie var uppdraget att genomföra intervjuer på exportföretag i regionen som redan tillhörde LTC-noderna. En intervjuguide (Bilaga 1) sammanställdes som omfattade frågor om bland annat språkbehov, integration och ledarskap. I denna artikel läggs främst fokus på de frågor och svar som berör språk och export. Några av intervju svaren löd ”Bristande språkkunskaper har hämmat oss”, ”Vi borde bli bättre på språk”, ”Det är absolut en konkurrensfördel med språk”.

Nedan presenteras först kortfattat bakgrunden till studien samt tidigare undersökningar om de främmande språkens ställning i Sverige, språkekonomi och språkbehov på företag. Därefter följer en redogörelse för hur undersökningen genomfördes, varefter resultaten av intervjuerna presenteras och diskuteras. Artikeln avslutas med en sammanfattande diskussion och förslag till framtida åtgärder.

2 Bakgrund

Som nämndes i inledningen har antalet elever som läser ett främmande språk minskat. Intressant är en jämförelse mellan åren 1996/1997 och 2015/2016 angående antalet elever som läste främmande språk i grundskolan åk 9. Siffrorna för 1996 visar att ca 40 procent av samtliga elever läste tyska, 18 procent franska och 5 procent spanska. Motsvarande siffror för 2015 var 17 procent tyska, 14 procent franska och 39 procent spanska (Skolverket 2016). Spanska fick alltså ett uppsving efter att det infördes som möjligt språkval 1994, medan franska och tyska minskade starkt. 2011 fattade regeringen beslutet att ”moderna språk” på gymnasiet skulle ges extra meritpoäng för att få fler elever att läsa ett främmande språk utöver engelska. Även Utbildningsutskottet uttalade sig 2012 om Sveriges behov av goda språkkunskaper:

Utbildningsutskottet menar att *kunskaper i moderna språk är avgörande för att ett litet land som Sverige ska kunna delta i europeiskt och globalt samarbete*. Det är också relevant för högskolestudier, till exempel för att kunna delta i mobilitet och kunna ta del av kurslitteratur på andra språk än svenska. (Min kursivering). (Sveriges Riksdag, Pressmeddelande 29.03.2012)

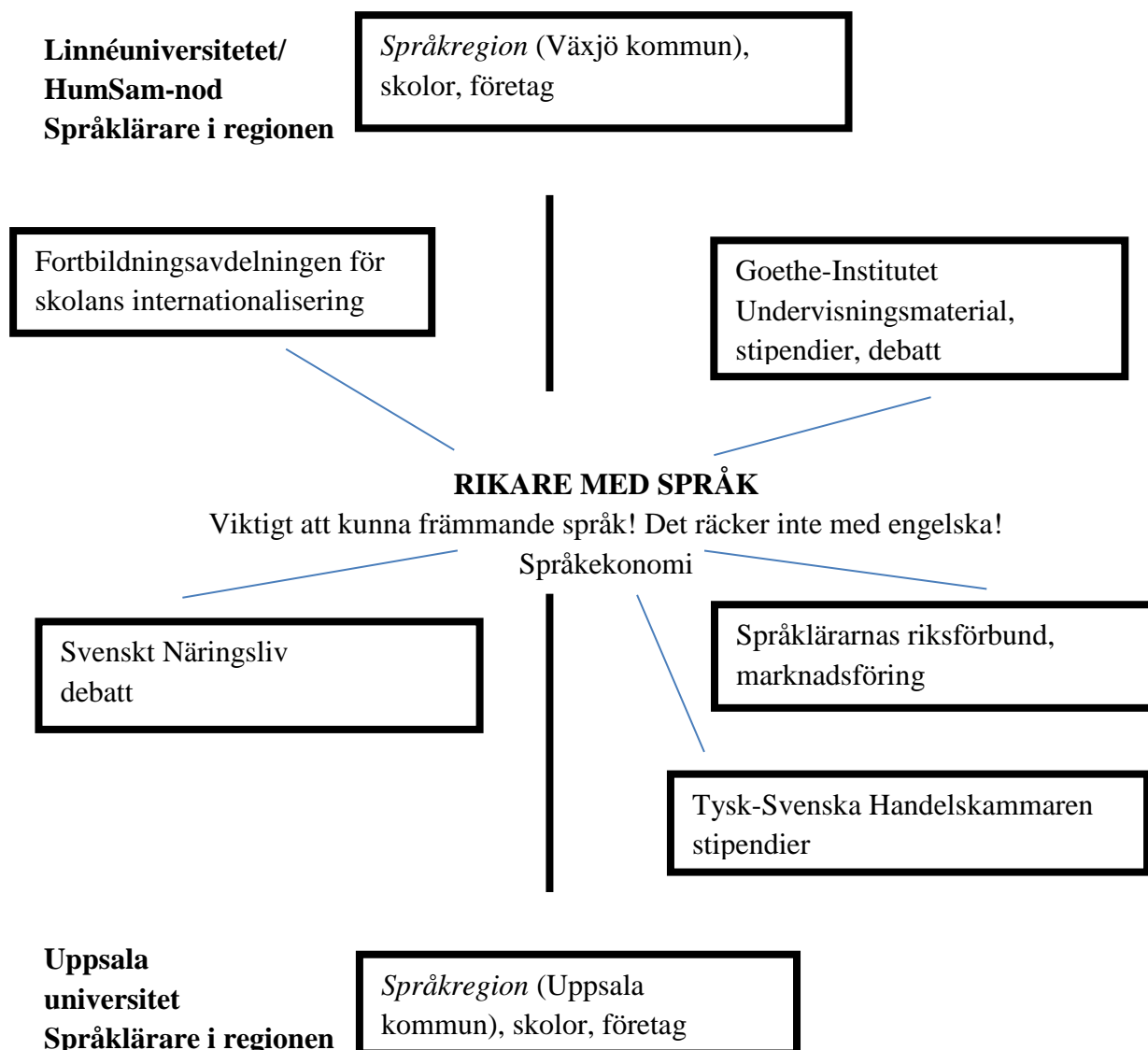
Året därpå fattade man dock ett beslut som gick stick i stäv med intentionerna ovan. Förändringen innebar att elever som läser franska, spanska eller tyska på gymnasiet får full meritpoäng i sitt främmande språk redan efter avslutad kurs i steg 4 till skillnad mot tidigare steg 5. Istället valde man att prioritera engelska och för att överhuvudtaget få någon meritpoäng i engelska behöver elever nu läsa kursen Engelska 7, liksom dess motsvarighet Engelska C. Beslutet fick omgående negativa konsekvenser för övriga främmande språk. Det visade sig direkt i valet inför höstterminen 2013 att ett klart färre antal gymnasieelever valde² att fortsätta med sitt moderna språk steg 5 (år 3), eftersom full meritpoäng redan uppnått i steg 4 (år 2) (jfr Skolverket 2015). Eleverna prioriterade istället engelska steg 7. Från Sveriges universitet och högskolor skickades då ett upprop till Utbildningsdepartementet med 54 lektors- och professorers namnunderskrifter med varning för framtida brist på språkkompetens, och som en följd av detta risken för förlorade exportintäkter samt internationella kontakter inom näringsliv och kultur. Krav ställdes på ett upphävande av beslutet, dock utan att detta fick något som helst gehör (Rosén et al. 2013).

2.1 Projektet Rikare med Språk

Projektet *Rikare med språk* som inleddes vid ett följande möte på Goethe-Institutet hösten 2015 har syftet att genom samverkan mellan företag, universitet och skolor vända den negativa trenden angående de främmande språkens ställning i Sverige. Vid detta möte deltog även Fortbildningsavdelningen för skolans internationalisering i Uppsala samt Utbildningsradion. Beslut togs att två parallella pilotprojekt skulle startas, *Språkregion Växjö* och *Språkregion Uppsala*, vilket framgår av skissen (1) nedan. Det hela resulterade i en uppstart av *Språk och språkbehov på företag*, som fick tjäna som ”ingångsmodell” i en första pilotstudie för upprättande av fakultetsöverskridande samarbete inom humaniora, samhällsvetenskap och teknik. I denna projektskiss utgör språket tyska ”pilotspråk”:

² I en undersökning av Tholin och Lindqvist (2009:68) presenterades en möjlig förklaring till det minskade antal elever som lär sig språk: ”Enligt språklärarna finns det en tendens att elever upplever språk som skolans minst viktiga ämne just för att det inte är obligatoriskt.”

Tabell1. Modellskiss för projektet Rikare med språk



Genom samarbete mellan ovanstående parter är målet att få fler elever att förstå vikten av språkkunskaper och därmed fortsätta med sitt språkval även på gymnasiet och i framtida studier. För att uppnå detta ska projektet först presenteras för följande målgrupper:

- politiker och rektorer: Diskutera betydelsen av kunskaper i främmande språk när det gäller EU, företagande, arbetsmarknad, export, turism ...
- årskurs fem: Motivera elever inför språkvalet i moderna språk, årskurs sex
- föräldrar: Informera om vikten av språkkunskaper i arbetslivet
- årskurs nio: Motivera elever inför språkvalet till gymnasieskolan
- gymnasieelever: Uppmuntra elever att fortsätta språkstudier på steg 5–7
- lärare: Informera om möjligheter till samarbete, fortbildning, stipendier, elevbesök på exportföretag, skolpartner utomlands.

För respektive region innebär projektet att vi blir förebild som *språkregion*, en region med goda språkkunskaper för att stärka företagens konkurrenskraft internationellt, vilket vi vill sprida till övriga regioner i Sverige. Ett mål i projektet är också en satsning på våra språklärare. Tyska blir ”pilotspråk” och fem tysklärare i Växjö respektive Uppsala är garanterade ett stipendium för fortbildningskurser i Tyskland, under förutsättning att de deltar i projektet. De kommer även att via Fortbildningsavdelningen för skolans internationalisering och Goethe-Institutet att erbjudas fortbildning i Sverige. Lärarna ska därefter i sin tur fortbilda samtliga språklärare på respektive skola (kollegialt lärande).

För att få studenter att välja en yrkeskarriär som språklärare och för att överhuvudtaget få språklärare att stanna kvar i yrket måste relevant och inspirerande fortbildning erbjudas.

2.2 Tidigare undersökningar om språkkompetens

Tidigare undersökningar visar att språklärare får alltför dålig eller ingen fortbildning alls (Lärarnas Riksförbund 2016). Fortbildning i målspråkslandet, vilket är av stor betydelse för språklärare, förekommer oerhört sällan idag. När språklärare i spanska, franska, tyska tillfrågades om fortbildning de senaste fem åren uppgav 2011 19 procent att de fått betald fortbildning i respektive målspråksland. 2013 var denna andel 12 procent och 2015 10 procent, alltså en betydande minskning.

Lärarnas Riksförbund och Svenskt Näringsliv gav 2011 Demoskop i uppdrag att intervjua 200 personalchefer eller personalansvariga i svenska företag om språkens betydelse Några konkreta resultat var:

42 procent av de medelstora företagen (50-199 anställda) ställer krav på ett tredje språk för anställning. Detsamma gäller 33 procent av storföretagen (fler än 200 anställda) och 6 procent av småföretagen (maximalt 49 anställda).

Av samtliga företag anser 66 procent att språkval bör uppmuntras genom så kallade meritpoäng vid godkända betyg.

Av det totala antalet företag som uppger att de sysslar med internationella affärer anger 37 procent att det tyska språket är viktigast för skolan att prioritera. Tyska är därmed det språk som flest antal företag vill lyfta fram som en prioritet.

Av de företag som anger att språkkunskaper är ett krav för anställning svarar vart tredje företag, 31 procent, att unga personer i ganska stor utsträckning överdriver sina språkkunskaper vid rekryteringen.

Storföretag uppger att de vill att skolan också prioriterar språken spanska och kinesiska för framtiden. Trots detta anser företagen att tyska är det viktigaste moderna språket.

Runt en tredjedel av företagen anser att förbättrade språkkunskaper skulle kunna stärka den egna verksamheten. (LR 2011:4)

I motsvarande undersökning genomförd av LR hösten 2015 intervjuades 200 företag (varav 40 procent var export-/ importriktade). 30 procent av de små och medelstora företagen uppger att de har tjänster där språkkunskaper utöver engelska och svenska är ett krav vid rekrytering. I denna undersökning uppgav så många som 71 procent (jfr 66 procent 2011) att extra poäng bör ges vid språkstudier. En klar majoritet anser till och med att språkvalet bör bli obligatoriskt (LR 2016:23). Företagen lyfter åter fram tyskan som viktigaste språk, men en för-

ändring mot tidigare är att spanskans betydelse har ökat gentemot de övriga språken vid en jämförelse med motsvarande undersökning 2011. Det gäller dock främst större företag (2016:22).

Bel Habib (2014), som bland annat forskar i språkekonomi, presenterar en jämförelse mellan danska och svenska små och medelstora företag (SMF) beträffande exportstrategier och språkkompetens, som genomfördes av Dansk Industri (2007). Jämförelsen är intressant eftersom både svenska och danska är små språk. I undersökningen uppgav 68 procent av de danska företagen att de hade en *flerspråkig exportstrategi*, medan motsvarande siffra för de svenska företagen endast var 27 procent. Av de danska företagen angav endast 4 procent att de missat exportkontrakt på grund av bristande språkkompetens jämfört med 20 procent bland de svenska. Andelen missade kontrakt, som enligt företagen beror på bristande språkkompetens, samvarierar alltså med andelen företag som har en flerspråkig exportstrategi. Medan svenska företag använder sig av tre språk är motsvarande siffra i Danmark tolv, vilket framgår av tabellen nedan:

Tabell 2. Företag med flerspråkig exportstrategi

Använt språk	Danmark/Andel företag	Sverige/Andel företag
Engelska	95 %	86 %
Tyska	80 %	25 %
Nordiska språk	51 %	
Franska	32 %	14 %
Spanska	19 %	
Ryska	10 %	
Kinesiska	10 %	
Arabiska	4 %	
Polska	4 %	
Portugisiska	3 %	
Italienska	2 %	
Andel missade kontrakt p.g.a. bristande språkkompetens	4 %	20 %
Andel företag med flerspråkig exportstrategi	68 %	27 %

(Bel Habib 2014:71)

Undersökningen visar vilken betydande roll personal med god språkkompetens har för exportföretag. Trots EU-kommissionens mål, att alla medborgare förutom sitt modersmål ska få tillfälle att lära sig ytterligare två språk, ansåg enligt Eurobarometern³ (2006) så få som 27 procent av svenskarna att alla i EU borde kunna tala två språk utöver sitt modersmål, medan medeltalet för 25 andra medlemsstater var 50 procent. Den nackdel som denna inställning innebär för Sveriges del framgår tydligt av undersökningen ovan. I Sverige tar vi inte heller till vara den språkkompetens som faktiskt finns. Vi har ett flertal migranter med olika språkkompetens och hög utbildning som väntar på att komma ut på företagen, men denna process försvåras och fördröjs av svenskt regelverk. Därför är även migrationsfrågan intressant och vid intervjuerna i föreliggande studie var även detta en fråga som diskuterades (se s. 11 nedan). Av tabell (3) framgår att svenska företag har en betydligt sämre språkstrategi än motsvarande företag i till exempel Tyskland, Frankrike och Danmark:

Tabell 3. Språkkompetens i Frankrike, Tyskland, Sverige och Danmark

	Andel SMF med fler-språkig strategi	Andel två-språkiga i befolkning	Andel tre-språkiga i befolkning	Andel fyr-språkiga i befolkning	Andel som bara talar modersmål
Sverige	27 %	91 %	44 %	15 %	9 %
Tyskland	63 %	66 %	28 %	8 %	34 %
Frankrike	40 %	51 %	19 %	5 %	49 %
Danmark	68 %	89 %	58 %	23 %	11 %

(EU-kommissionen 2006 och 2012, i Bel Habib 2014:66)

Den allmänt rådande inställningen i Sverige att ”det räcker med engelska” innebär en klar nackdel. Bristande språkkompetens leder till förlorade affärer, vilket tydligt framgår av ovan presenterade undersökningar. Leffler och Lundberg (2012:21) ställer i sin artikel frågan om det skulle vara möjligt att öka samverkan med arbetslivet när det gäller gymnasieelevernas språkundervisning. För att motivera fler att lära sig främmande språk är denna samverkan nödvändig, vilket vi presenterar i vår modell (se ovan).

3 Metod och informanter

Nedan redogörs för hur urvalet av företagen i denna undersökning gick till, kort information om respektive företag, samt genomförandet av intervjuerna. Materialet består av kvalitativa intervjuer med sammanlagt tolv informanter. Undersökningen har följt Vetenskapsrådets (2011) krav på samtycke, information och konfidentialitet.

Uppdraget var att genomföra intervjuer på exporterande företag. Det visade sig vara svårt att snabbt få fram vilka företag som var exportföretag, eftersom denna information saknades i LTC-nodernas databaser. Vi beslutade därför att köpa in en databas från Statistiska centralbyrån med förteckning över dessa företag i Kronobergs och Kalmar län. Denna information är även värdefull för framtida samarbete med företagen. 15 företag som kunde vara lämpliga

³ Återkommande undersökningar som genomförs på uppdrag av den europeiska kommissionen.

för intervju valdes ut. Urvalet gjordes med tanke på storlek och export. En lista med förslag skickades till koordinators för respektive nod, då det bedömdes som lämpligast och effektivast att kontakten gick via dem. Eftersom det skulle ta för lång tid att ibland köra över 30 mil för ett enda företagsbesök per ort fick två företagare i Mönsterås respektive Västervik besvara intervjufrågorna skriftligt och via telefon. I Kalmar-, liksom i Ljungby-området, genomfördes intervjun på företagen. I Ljungby svarade fyra företag på förfrågan via LTC-noden, men för att snabbare få fram fler företag och på så sätt samla flera företagsbesök per dag kontaktades även näringslivschefen i Ljungby kommun, som bistod med direktkontakter till företagsledare.

En intervjuguide med 17 frågor (Bilaga 1) arbetades fram i samråd med projektledarna inom respektive fakultet samt expert inom språkekonomi. I studien låg fokus i första hand på språk, men även på migrationsfrågor och ledarskap.

Alla företag kontaktades först via telefon, ibland med uppföljning via mejl, och tid avtalades. Slutligen genomfördes 12 företagsintervjuer, en i Alvesta och övriga i Kalmar och Ljungby. Samtliga informanter hade någon form av chefsposition, eftersom dessa personer bedömdes ha bäst information om personal- och exportfrågor samt behovet av fortbildning. Eftersom projektet genomfördes i samarbete med LTC-noderna var samtliga företag teknikföretag. Samtliga företag gjorde också affärer internationellt i form av export/import av varor. Antalet anställda uppgick till 50 på två företag, mellan 50–249 på åtta av företagen, medan två företag hade över 250 anställda. Nedan presenteras en sammanställning av intervjusvaren och därpå följer en sammanfattande reflektion.

4 Resultat av intervju på företag

Intervjuerna tog i snitt 45 minuter och ett urval av svaren på frågorna och eventuella följdfrågor presenteras och diskuteras nedan i den ordning de ställdes vid intervjun.

Vilka länder exporterar ditt företag till eller importerar från?

Två företag exporterar mest till Norden, men även till det tyskspråkiga området, samt Tjeckien. Två företag hade nyligen startat upp export till Polen. I Kalmarregionen exporterar ett av företagen till 76 olika länder, ett annat till 90. De två största av de tolv intervjuade företagen exporterar till hela världen, liksom ett av de mindre. Endast ett av företagen exporterar enbart inom Norden, men planerar en utvidgning till de baltiska länderna.

Vilka export-/importspråk används i er internationella affärsverksamhet?

De två företagen med över 250 anställda har engelska inskrivet som koncernspråk. Vd:n på ett medelstort företag sa att engelska används ”istället för tyska”, eftersom det blivit ”en trendgrej” att svenskar talar engelska. I Polen hade man däremot anställt en polack som säljare, eftersom det inte skulle fungera annars. Marknadschefen på två av de större företagen angav att svenska används i första hand, därefter engelska. Ett av dem använde tyska i tredje hand. På fem företag angav man engelska. Platschefen på ett företag angav att flera i koncernledningen var ”icke-svenskar” och att man därför mest använde engelska, men att detta inte var ”inskrivet som koncernspråk”. Försäljningschefen på ett av företagen angav tyska i första hand och därefter engelska.

En försäljningschef menade att ”Kunskaper i spanska behövs för att kunna öka försäljningen i Spanien och Mexiko”. Detta företag har mer än 250 anställda och tendensen att efterfrågan på språkkompetens i spanska ökat just på större företag stämmer överens med resultaten i den senaste undersökningen genomförd av LR (2016:22). Ett annat företag som svarade att de hade ”behov av tyska och italienska i sociala sammanhang” gav sedan det något motsägelsefulla svaret att de ”nog inte skulle öka sin export med bättre språkkunskaper”.

I vilken situation har ni behov av annat språk än svenska eller engelska?

Support **mejl/telefonkontakt** **avtal** **förhandlingar** **försäljning**

Tre företag angav att annat språk än engelska behövdes vid försäljning. Ett företag tog upp att tyska behövdes vid supportfrågor. Övriga språk som nämndes var franska, spanska och finska. I övrigt gavs andra svar än de alternativ som fanns. En personalchef ansåg att det var viktigt att kunna det språk som affärspartnern talade i ”sociala sammanhang”, för att kunna göra affärer. Ett av de medelstora företagen hade en agent anställd i varje land som kunde tala affärspartners språk. Säljaren gjorde alltid kundbesök tillsammans med respektive agent, eftersom det inte skulle fungera annars. Vid tekniska installationer runt om i världen krävdes ibland hjälp av tolk.

Hur tillgodoser ditt företag språkbehov i era kontakter med utlandet?

Här är svaren tydliga och intressant är att sju av de tolv företagen har anställt personal som har språket som modersmål. De företag som har behov av andra språk än engelska har ofta en anställd som talar och skriver språket obehindrat. Beroende på företagets storlek får denna person, ofta säljansvarig, även översätta mejlkorrespondens, tolka vid supportfrågor samt översätta alla avtal och hemsidor till och från svenska. Endast tre tar hjälp utifrån och då gäller det främst tryckning av broschyrer och manualer på annat språk. Eftersom anlitan av översättningstjänst ofta är dyrt, en översättningsbyrå inte alltid är insatt i kundens specialområde, är personal med språkkompetens en fördel.

Tabell 4. Hur tillgodoser ni språkbehov på företaget?⁴

Anställd som lärt sig aktuellt språk	Anställd som har språket som modersmål	Tar hjälp utifrån (tolk, översättare)
4	7	4

Två företag angav att de tog hjälp av personal ”i verkstaden”, eftersom det fanns anställda från flera olika länder, som Ryssland, Lettland, Afghanistan (jfr med tabell 3 ovan, angående språkkompetens). Ofta behövdes språkhjälp vid lastbilstransporter. En personalansvarig menade att ”Vi har personal från många olika kulturer och de täcker ca 7–8 olika språk”. Ett av företagen som angav att de hade en anställd med goda språkkunskaper svarade följande: ”Vi har en säljare som kan olika språk. När han slutar blir det en utmaning”. De som saknade personal med kunskaper i främmande språk angav att ”Vi tar hjälp av tolk om kunden inte kan språket”. ”Kan de inte engelska gör vi inte affärer med dem”, svarade en vd halvt på

⁴ Här är fler än ett alternativ möjligt.

skämt, halvt på allvar. På ett annat företag svarade man att ”Vi anställer personal utomlands i första hand för att de har det aktuella språket som modersmål, i andra hand för att de kan engelska (viktigast i koncernledningen)”.

Finns det tjänster inom ert företag där språkkunskaper utöver svenska och engelska är ett krav vid rekrytering? Om ja, i så fall vilka språk i vilken typ av tjänster?

Här svarade sju företag nej och fem ja. Ett av företagen hade krav på andra språk på de kontor de hade i länder som Indien, Kina och Bulgarien. Det gällde då främst personal i ledande ställning. Ett företag planerade att etablera sig på den ryska marknaden och kommer då att behöva anställa rysktalande personal. Som tidigare nämnts hade ett företag tyska som krav vid anställning, eftersom man exporterar till tyskspråkiga länder. Här svarade ytterligare två företag att behov av tyska finns. Anledningen här uppgavs vara affärer med ”det gamla östblocket”, där fler har tyska som sitt första främmande språk.

Anser du att det är lätt att rekrytera personer med rätt språkkompetens?

Tabell 5. Uppfattning angående rekrytering av personal med rätt språkkompetens

Mycket lätt	Ganska lätt	Ganska svårt	Mycket svårt	Vet ej
1	0	4	3	4

Ett enda företag svarade ”mycket lätt” och de hade också angett att de endast använde sig av engelska i sin internationella affärsverksamhet.

Ett annat företag uppgav att det var ”mycket svårt” att hitta personal som var tillräckligt bra på engelska. ”Svenskar tror att de är bra på engelska”, men när det kommer till specifika förhandlingar och affärsavtal är engelskan inte tillräckligt bra. Även i LR:s undersökning 2011 framkom att svenskar överdriver sina kunskaper i engelska vid rekryteringen (se avsnitt 2).

Försäljningschefen på ett av företagen, som ansåg att det var ”mycket svårt” att rekrytera personer med rätt språkkompetens, angav störst språkhinder vid affärer med Frankrike. Deras främsta kund där kunde inte engelska och de hade då fått använda sig av tolk vid sina förhandlingar, vilket försäljningschefen upplevde som klart frustrerande. Samtalet tog tid, man visste inte vad som sades och fick på grund av detta inte heller någon riktigt ”nära kontakt”, eftersom allt gick via tolken. Beträffande affärer med Tyskland var situationen enklare, eftersom vd:n och marknadschefen kunde tyska. Utan kunskaper i tyska skulle man inte kunnat genomföra de affärer man gjorde (jfr tabell 2 ovan samt artikel av Larsson 2012).

Vd:n på det företag som planerar att utvidga sin export till Ryssland och de baltiska länderna menade att ”den personal vi har idag har bristande språkkunskaper”.

I vilken utsträckning tror du att ditt företag skulle kunna stärka sin verksamhet med hjälp av förbättrade språkkunskaper hos medarbetarna?

Majoriteten av de intervjuade ansåg att kunskaper i främmande språk ger en klar konkurrensfördel: ”Vi skulle absolut stärka vår verksamhet”. ”Det är absolut en konkurrensfördel med språk”. Ett antal angav också att de önskade köpa in språkutbildningar för att höja personalens kompetens, vilket framgår av följande svar: ”Vi uppmuntrar vår personal att läsa språk, främst produktionsledarna”, ”Vi önskar köpa in kurser i svenska för våra utländska chefer”,

”Jag tror att vi skulle stärkas genom att utbilda oss mer inom affärsengelska och engelska med teknisk inriktning”, ”Personal från golvet som blir arbetsledare behöver bli bättre på engelska”.

Beträffande kunskaper i främmande språk utöver engelska verkade en strategi även vara att anställa personer som har språket som modersmål: ”Vi anställde en tysk som löste problemen”, ”Tyskfödda finns”, ”Vi har redan anställda agenter som talar de språk vi behöver”. Detta kan också vara ett tecken på att flertalet av dem som söker jobb på företagen helt saknar kunskaper i språk utöver engelska och svenska. Det både kostar mer och tar längre tid att utbilda personal i språket som nybörjarspråk. På ett företag var svaret: ”Jag tror inte att vi får konkurrensfördelar av att kunna kinesiska”.

I vilka situationer har ditt företag upplevt problem till följd av bristande språkkunskaper i företaget?

På två företag togs problemet med kulturkrockar upp: ”Vi upplever kulturkrockar från och till”. En företagsledare menade att de stöter på språkproblem ”i alla situationer från order till leverans”. Inte minst i kontakter med Mellanöstern är kulturkrockar ett stort problem. Detta kan jämföras med tidigare fråga angående språkbehov utöver svenska och engelska, där en personalchef ansåg att det var viktigt att kunna det språk som affärspartnern talade i ”sociala sammanhang”. En annan situation där problem med språket uppstår var ”vid hantering av reklamationer eller tekniska problem”. På ett företag löste man problem vid leveranser på följande sätt: ”Vi har problem vid varuleveranser från olika länder, men då tar vi hjälp av personal från olika länder i fabriken”. Endast på ett företag svarade man: ”Inget vi kan komma på”.

Har ni förlorat någon affär till följd av bristande språkkunskaper?

Alla intervjuade utom två ansåg att bristande språkkunskaper var negativt för företaget. En svarade ”Tveksamt, men det har inte gagnat affärerna”. Störst problem enligt en företagare var affärer ”i de spansktalande länderna”. På ett företag berättade man att ”Vi var på väg att förlora en affär med Filippinerna, men då tog vi hjälp av en av våra anställda, som kan det språket. Vi har 17 nationaliteter att välja på på vårt företag”. Här använde man sig av en strategi beträffande språk. I diskussionerna angående ”språkpolicy” med en annan företagare menade denne att de inte hade förlorat någon affär på grund av bristande språkkunskaper, ”men vi ska införa ny rekryteringsstrategi, där vi tittar på språken”. Fler svar som gavs var ”Bristande språkkunskaper har hämmat oss”, ”Vi borde bli bättre på språk”.

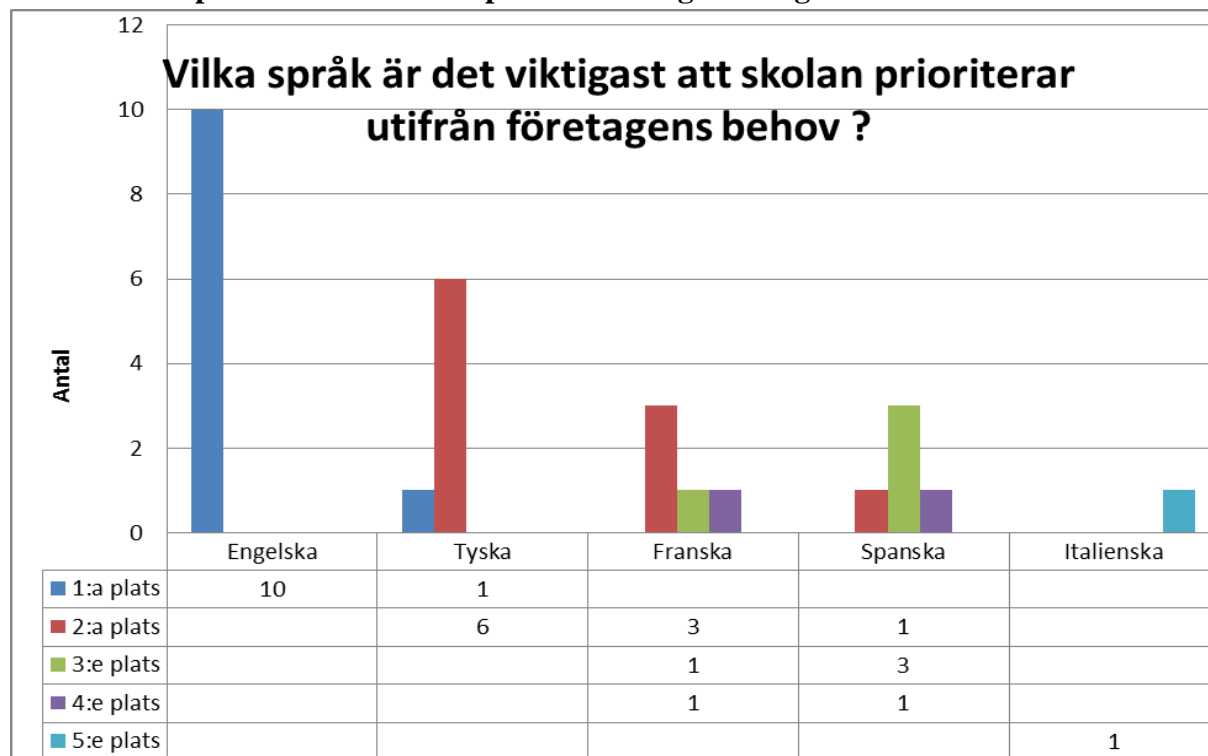
Vilka språk anser du att det är viktigast att skolan prioriterar utifrån företagets behov?

Endast ett företag svarade att de inte prioriterar något språk alls, medan ett annat företag ansåg att engelska och svenska är lika viktiga språk. Tio företag placerade engelska på första plats medan ett svarade tyska.

Sex företag placerade tyska på plats nummer två, efter engelska. Tre företag ansåg att franska kommer efter engelska, medan ett satte spanska på andra plats. Tre företag placerade spanska på plats tre och ett svarade franska, medan två företag placerade dessa språk på vardera fjärde plats.

Ett företag tog även upp italienska på plats fem, och det är det enda företag som har en ”språkpolicy” (jfr tabell 2 ovan). Prioriteringen nedan uppvisar samma mönster som fastställts i tidigare undersökningar (jfr Lärarnas Riksförbund 2011).

Tabell 6. De språk som skolan bör prioritera enligt företagen



Hur kan universitetet bidra med att höja språkkompetensen på ditt företag? Vilka språk och vilken typ av språkkunskap efterfrågar ni?

Tre av de större företagen angav direkt behov av kurser i engelsk konversation. Affärsengelska och engelska med teknisk inriktning skulle stärka verksamheten. ”Engelskan behöver kopplas till ditt yrkesområde”. Ett företag som angav att de använder engelska vid nationella affärer och samtidigt uppger ”att de inte skulle stärka sin verksamhet med förbättrade språkkunskaper” säger att de har ”behov av tyska och italienska i sociala sammanhang”. Ett företag uppgav behov av utbildning i engelska och svenska för utländska chefer.

Två företag uppgav behov av affärstyska och teknisk tyska. När dokumentation görs på tyska anlitar ett av företagen en översättningsbyrå.

Enligt marknadschefen på ett företag finns behov av kurser i tyska, franska och spanska. Behovet av franska är nytt, på grund av nya kundkontakter i Frankrike. En vd som bor i Frankrike ”hjälper till”. ”Han är dessutom gift med en kvinna från Polen” och vid behov får företaget på så sätt hjälp även med polska. Även svenska som andraspråk angavs.

Kan du tänka dig att samarbeta med skolor i regionen för att motivera fler elever att studera ytterligare språk utöver engelska?

Här svarade samtliga företag utom ett ja. Det svar detta företag gav var, ”Vet ej, troligen är det bättre att bli riktigt bra på engelska”. Än en gång var detta det företag som angett att de endast använder engelska. Ett av företagen som sa ja, tillade dock att de ansåg engelska vara viktigast.

Övriga ansåg att vi i Sverige bör satsa mer på att utbilda elever/studenter i främmande språk. Engelska är en självklarhet vid anställning, men även övriga främmande språk behövs för att vi ska kunna etablera oss på den internationella marknaden (jfr LR 2016). ”Vi måste satsa mer på språken”, svarade en vd. ”Ofta finns den utbildning vi kräver, men språket saknas”. Om man kunde rekrytera personal även med god språkkompetens ”skulle det innebära en ekonomisk lättnad för företaget”. Han ansåg även att ett samarbete mellan skolor och företag skulle vara bra.

”Elever får gärna göra studiebesök här” sade den personalansvariga på ett företag och tillade att hon även ansåg det viktigt att företagen besökte skolorna.

Anställer ni personal med utländsk bakgrund för deras yrkeskompetens/ språkkompetens?

Hur ser du på nyrekryteringar med tanke på migrationsfrågan just nu?

Det företag som angav tyska som viktigaste språk var också det enda företag som angav att de hade en ”språkpolicy” (jfr Tabell 2 ovan). Det innebär att de i första hand anställer personal utifrån språkkompetens och det finns även en ”språkmatrix” att tillgå. De tog också upp som exempel att de anställt en man just för hans kunskaper i arabiska och att de därför kunnat öppna ett säljkontor i Beirut. ”Anställer vi en säljare är språkkunskaper avgörande”. Efter diskussioner med en vd kom denne fram till att de ”nog ska kartlägga vilka nationaliteter som finns på företaget”, eftersom detta faktiskt är en viktig faktor.

I diskussionerna beträffande nyrekryteringar av personal med utländsk bakgrund påtalades många problem. Problemen har inte alltid med bristande kompetens att göra, utan snarare med svensk byråkrati. Många högutbildade kommer till Sverige som behöver ”snabbutbildning i svenska”. ”Svenskutbildning är otroligt viktig”. Försäljningschefen på företaget med ”språkpolicy” tog upp ett problemfall som konkret exempel: Han hade fått kontakt med en man från Syrien som kunde branschen och svenska språket mycket bra. Mannen har nu bott i Sverige i ett år, men kan inte anställas. Han hamnar i olika ”kategorier” beroende på hur mycket ”svenska han läst”, hur länge han ”vistats” i Sverige, hur länge han har varit ”arbetsökande” etc. Utifrån vilken ”kategori han tillhör” får han olika typ av ersättning, men att anställa honom var så problematiskt att företaget gav upp, trots mannens högst intressanta yrkeserfarenhet och språkkompetens.

En personalchef ansåg att universitetet istället för arbetsförmedlingen borde ha ett ”organ” som validerar migranternas kunskaper. ”Det är ju ni som har all utbildning och kan bedöma vad de kan.” Dessutom tog ett antal företagare upp att all utbildning måste ske genom en kombination av utbildning på universitetet och praktik på företagen. Att bara läsa svenska och sedan gå ut på företagen måste vara ineffektivt enligt flera. Att läsa svenska och att sedan direkt få tillämpa språket i en autentisk miljö måste vara mycket effektivare och mer motiverande. Det är ju i interaktion som man lär. Dessutom ger detta företagen möjlighet att snabbt bedöma både språkkunskaper och yrkeskompetens. I samarbete med universitetet kan man därför diskutera kompletterande kurser inte bara i språk utan även inom teknik m.m. ”Vi måste skapa fler stödmöjligheter för att få in fler migranter på arbetsmarknaden, för att kunna utnyttja de kompetenser som kommer.”

En vd svarade att de hittills inte rekryterat ”nyanlända svenskar”, men ”vi utesluter inte det i framtiden. Att förstå olika kulturer i olika länder kan vara minst lika viktigt i denna fråga”. En annan vd påpekade att utländsk arbetskraft ofta tar ”tunga jobb” för att snabbt få en inkomst. På ett företag där han jobbat tidigare, kombinerade man anställda i grupper utifrån vilket språk de talade. Det bidrog till bättre stämning och ökat självförtroende. Tillsammans med flertalet företagsledare betonade även han hur viktigt det är med praktik och språkinläring i kombination.

En sista fråga fick avsluta intervjun: ”Om du har två personer med samma yrkeskompetens och en av dem har kunskaper i fler språk, vilken anställer du då?” Samtliga svarade att de valde personen med bättre språkkunskaper, eftersom det ger större konkurrenskraft.

5 Avslutande diskussion och förslag till framtida åtgärder

Även om föreliggande studie enbart omfattade tolv företag framkom vid intervjuerna klart och tydligt vikten av språkkompetens för exporterande företag. Siffrorna i tabell (5) ovan bekräftar även tidigare rikstäckande studier om språkbehov på företag, där tyska prioriteras som andra främmande språk, följt av spanska/franska (jfr LR 2011, 2016). För att Sverige ska kunna utvecklas som exportnation måste vi satsa på kunskaper i ytterligare språk utöver engelska. Även om endast ett av de här intervjuade företagen hade ”språkpolicy” inskrivet, framkom att flera av företagen ändå har en slags strategi beträffande språkkompetens, vilket framgår av svar som ”Vi har problem vid varuleveranser från olika länder, men då tar vi hjälp av personal från olika länder i fabriken”, ”Vi har 17 nationaliteter att välja på på vårt företag”, ”vi ska införa ny rekryteringsstrategi, där vi tittar på språken”.

Viktigt är även ett samarbete i migrationsfrågan. Ett stort antal migranter har den utbildning som företagen söker, men kan trots detta inte anställas. Behovet av ett samarbete beträffande validering av kunskaper, utbildning i svenska och praktik på arbetsplatser är stort. Linnéuniversitetet har påbörjat ett första arbete med att validera nyanlända akademikers kunskaper, så att de snabbare kan komplettera tidigare utbildning och på så sätt få en kortare väg till den svenska arbetsmarknaden. Ett problem är dock att det för närvarande råder extrem brist på lärare i Svenska 2.

Som framgick av jämförelsen mellan Sverige och Danmark som presenterades ovan (se tabell 2), är vi i Sverige väldigt dåliga på att utnyttja den språkkompetens som faktiskt finns, ofta i form av invandrad arbetskraft. Medan danska företag uppger att de använder sig av tolv språk uppger svenska företag endast tre. Anmärkningsvärt i denna undersökning är företagens svar angående andelen missade kontrakt på grund av bristande språkkompetens. I Danmark uppgav 4 procent av företagen att de förlorat kontrakt på grund av bristande språkkompetens, medan motsvarande siffra för svenska företag var hela 20 procent. Dessa siffror samvarierar med andelen företag som har en *flerspråkig exportstrategi*, som ligger på 68 procent i Danmark och 27 procent i Sverige. Intressant är att det företag i denna studie som hade en inskriven ”språkpolicy” angav att de hade ökat sin omsättning så snabbt, att de nu var ”överbelastade”.

Ett företag svarade ”Vi tar hjälp av tolk om kunden inte kan språket” är intressant att reflektera över. Problemet då språkförbistring uppstår beror därmed inte på bristande språkkompetens på det svenska företaget utan språkproblemet ligger istället hos kunden. Samman-

taget var dock majoriteten av företagsledarna eniga om att personal med goda språkkunskaper är en förutsättning för att kunna göra affärer internationellt. Positivt var också att ett antal av företagsledarna under intervjun kom fram till att de tänker kartlägga den språkkompetens som finns på företaget för att bättre utnyttja denna resurs. Hänsyn tas dessutom till språkkunskaper vid nyrekrytering.

Med tanke på att samtliga undersökningar om språkbehov och språkekonomi tydligt visar vilken relevans kunskaper i främmande språk har för exportföretagen, är det är högst oro-väckande att antalet elever och studenter i Sverige som väljer att lära sig främmande språk har minskat så drastiskt. Språkbehovet på exportföretag avspeglar sig inte i elevers språkval. Trots detta vidtar inte ansvariga skolpolitiker åtgärder för att vända denna trend. Det som istället ytterligare förstärkt denna diskrepans är det mycket motsägelsefulla regeringsbeslutet som fattades 2013, då man genom ändring i systemet med meritpoäng valde att prioritera engelska.

Målet med vårt projekt är att vända denna negativa trend innan det är för sent. I ett givande och inspirerande samarbete mellan universitet, kommun, skolor och företag hoppas vi kunna etablera vår region även som en *Språkregion*, en region med språk- och exportstrategier där elever och studenter i utbildning inspireras av företagare och människor från olika kulturer. Genom att kombinera utbildningar i ämnen som ekonomi, teknik, juridik med språk ökar man sin konkurrenskraft på arbetsmarknaden. Denna information måste spridas till föräldrar och elever och här är även samarbete med företag viktigt. Vi förväntar oss också att politiker och skolledare stöttar genom

- (i) att argumentera för språkval,
- (ii) att timantalet i kurser i främmande språk inte sänks,
- (iii) att undervisning i främmande språk ges även för Steg 5–(iii) att undervisning i främmande språk ges även för Steg 5–7,
- (iv) att fortbildning för språklärare prioriteras.

För att vi i Sverige ska kunna etablera oss internationellt och öka vår export måste utbildningsansvariga inse vilken samhällsekonomisk betydelse språkkompetens har. Med vårt projekt hoppas vi också kunna gå i bräschen för övriga regioner i vårt land. Språkkompetens och interkulturell kommunikation är viktigare än någonsin för ett litet land som Sverige. Endast genom att satsa på detta kan vi etablera oss internationellt.

Referenser

- Bel Habib, Ingela. 2014. Språkets ekonomiska värde för individer, företag och nationer – En introduktion till språkekonomi, Kompendium 2014. Stockholms universitet.
- Dansk Industri. 2007. *Mere end sprog*.
- EU-kommissionen. 2012. Europeans and their Languages, Special Eurobarometer 386.
- Eurobarometer. 2006. Europeans and their Languages, European Commission. Fältarbete November–December 2005.
- Larsson, Therese. 2012. Svenska företag går miste om affärer när få kan tyska. (Svenska Dagbladet, 2012.10.08). <http://www.svd.se/svenska-foretag-gar-miste-om-affarer-nar-fa-kan-tyska> [hämtad 2016.08.15].

- Leffler, Eva & Gun Lundberg. 2012. Att vilja lära språk är entreprenöriellt lärande, I: LMS, Lingua, (2):15–21. [<http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:umu:diva-54216>].
- Lärarnas Riksförbund. Svenskt Näringsliv. 2011. *Språk – en väg in i arbetslivet*. http://www.svensktnaringsliv.se/multimedia/archive/00028/Spr_k_en_v_g_in_i_ar_28332a.pdf [hämtad 2015.09.11].
- Lärarnas Riksförbund. 2013. *Språk är framtiden*. <http://www.lr.se/opinionpaverkan/undersokningar/arkiv/sprakarframtiden.5.57e260f51422dfbdf3f1578.html> [hämtad 2015.05.10].
- Lärarnas Riksförbund. 2016. *Språk – så mycket mer än engelska. En rapport om moderna språk*. <http://www.lr.se/opinionpaverkan/undersokningar/arkiv/spraksamycketmeranengelska.5.26ccf4bb1540bddde0bd6836.html> [hämtad 2016.08.05].
- Rosén, Christina et al. 2013. Angående meritpoängen i moderna språk. <http://www.spraklararna.se/wp-content/uploads/2013/05/Uppprop-Meritpoa%CC%88ngen-i-Mod.Spra%CC%8Ak2.pdf> [hämtad 2017.02.22].
- Rosén, Christina et al. 2015. Bristande kunskaper i tyska ett handikapp för Sverige. (Göteborgsposten, 2015.03.13) <http://www.gp.se/nyheter/debatt/1.2654733-bristande-kunskaper-i-tyska-ett-handikapp-for-sverige> [hämtad 2017.02.22].
- Skolverket. 2011. Redovisning av regeringsuppdrag angående utveckling av språkvalen moderna språk och svenska/engelska. http://www.skolverket.se/omskolverket/publikationer/visa-enskild-publikation?_xurl=http%3A%2F%2Fwww5.skolverket.se%2Fwtpub%2Fws%2Fskolbok%2Fwpubext%2Ftrycksak%2FBlob%2Fpdf2500.pdf%3Fk%3D2500 [hämtad 2016.08.31].
- Skolverket. 2015. Spanska är störst i gymnasieskolan. <http://www.skolverket.se/statistik-och-utvardering/nyhetsarkiv/2015/nyheter-2015-1.229449/spanska-ar-storst-i-gymnasieskolan-1.230503> [hämtad 2016.09.02].
- Skolverket. 2016. Skolor och elever i grundskolan. <http://www.skolverket.se/statistik-och-utvardering/statistik-i-tabeller/grundskola/skolor-och-elever> [hämtad 2016.09.01].
- Svensson, Adam. 2016. Krantz oroas över tyskans tillbakagång. (Dagens Nyheter, 2016.07.29). <http://www.dn.se/nyheter/sverige/krantz-oroas-over-tyskans-tillbakagang> [hämtad 2016.08.04].
- Sveriges Riksdag. 2012. Utbildningsutskottet vill att teckenspråk ska kunna ge meritpoäng. <http://www.riksdagen.se/sv/press/pressmeddelanden/2012/mar/29/utbildningsutskottet-vill-att-teckensprak-ska-kunna-ge-meritpoang/> [hämtad 2016.09.02].
- Tholin, Jörgen och Anna-Karin Lindqvist. 2009. *Språkval svenska /engelska på grundskolan – en genomlysning*. Rapport nr. 3:2009. Högskolan i Borås, Institutionen för pedagogik.
- UHR. 2016. UHR – Antagningsstatistik. <http://statistik.uhr.se/> [hämtad 2016.08.08].
- Vetenskapsrådet. 2011. *God forskningssed*. Vetenskapsrådets rapportserie 1:2011.

Bilaga 1

Intervjuguide Projekt Samhällelig drivkraft LTC-nod/HumSam

Antal anställda i företaget:

250–

50–249

0–49

Bransch: _____

Din position på företaget: _____

1. Är ditt företag export- eller importinriktat alternativt gör andra typer av affärer internationellt?
2. Exporterar/ importerar ditt företag varor, tjänster eller både och?
3. Vilka länder exporterar ditt företag till eller importerar från?
4. Vilka export/importspråk används i er internationella affärsverksamhet?
5. I vilken situation har ni behov av annat språk än svenska eller engelska?
 Support mejl/telefonkontakt avtal förhandlingar försäljning
6. Hur tillgodoser ditt företag språkbehov i era kontakter med utlandet?
 Anställd som lärt sig aktuellt språk
 Anställd som har språket som modersmål.
 Tar hjälp utifrån (tolk, översättare)
7. Finns det tjänster inom ert företag där språkkunskaper utöver svenska och engelska är ett krav vid rekrytering?
 JA NEJ Om ja, i så fall vilka språk i vilken typ av tjänster?
8. Anser du att det är lätt att rekrytera personer med rätt språkkompetens?
 Mycket lätt Ganska lätt Ganska svårt Mycket svårt Vet ej
9. I vilken utsträckning tror du att ditt företag skulle kunna stärka sin verksamhet med hjälp av förbättrade språkkunskaper hos medarbetarna?
10. I vilka situationer har ditt företag upplevt problem till följd av bristande språkkunskaper i företaget?
11. Har ni förlorat någon affär till följd av bristande språkkunskaper?
12. Vilka språk anser du att det är viktigast att skolan prioriterar utifrån företagets behov?
13. Hur kan Linnéuniversitetet bidra med att höja språkkompetensen på ditt företag? Vilka språk och vilken typ av språkkunskap efterfrågar ni?
14. Kan du tänka dig att samarbeta med skolor i regionen för att motivera fler elever att studera ytterligare språk utöver engelska?
15. Kan du nämna några övriga områden där ni har behov av kompetensutveckling (ledarskap, jämställdhet etc.)?
16. Har ni olika behov av kompetensutveckling beroende på personalgrupp (tjänstemän/övriga)?
17. Anställer ni personal med utländsk bakgrund för deras yrkeskompetens/språkkompetens? Hur ser du på nyrekryteringar med tanke på migrationsfrågan just nu?