

## **Öka svensk exportmarknad med språkstrategier!**

Kunskaper i språk är en viktig kompetens i dagens internationaliserade värld, där modern teknik river gränser och förkortar avstånd mellan länder och människor. Vi lever och arbetar närmare varandra och behöver verktyg för att kommunicera. Det bästa verktyget är kunskaper i språk, både privat och i yrkessammanhang. Språk är en absolut nödvändighet för ett smidigt och fruktbart samarbete mellan länder, för etablering utomlands och inte minst för tillväxt av exportmarknader.

### **Svenska företag dåliga på att ta tillvara invandrares språkkunskaper**

Det talas ca 150 språk i Sverige. Svenska företag bör använda den kompetensen för att öka sin export både inom och utom Europa. I landet finns yrkeskunniga invandrare med kännedom om länder och kultur. De har ibland problem med att lyckas ta sig in på arbetsmarknaden. Ekvationen går inte ihop, de behöver jobb och Sverige behöver språkkunskaper.

### **Sverige missar exportkontrakt! Alltför få företag har en språkstrategi**

Vidare bör företag utbilda sina anställda i språk och då inte bara i engelska, tyska och eventuellt franska. Nya exportmarknader finns t e x i BRIC-länderna (Brasilien, Ryssland, Indien och Kina). Man kan konstatera att små- och medelstora företag (SMF) i länder, där man satsar på att använda marknadsspråket, exporterar betydligt mer till dessa länder än vad SMF i Sverige gör. Språkutbildning måste prioriteras på ett annat sätt än idag. I skolan, inom vidareutbildning och som personalutbildning. Sverige behöver allmän språkkunskap i fler främmande språk, på olika nivåer och språk med en yrkesspecifik inriktning, anpassad till aktuell marknads behov.

En språkstrategi bör byggas upp. 27% av små- och medelstora företag i Sverige har en flerspråkig exportstrategi. Detta kan jämföras med 68% av danska, 63% av tyska och 40% av franska företag. En språkstrategi är en kombination av olika åtgärder, som ett företag kan vidta för att förhindra att språkliga och kulturella hinder uppkommer vid etablering och bearbetning av nya exportmarknader. Den kan innehålla:

- Språkutbildning och system för kulturinformation
- Rekrytering av modersmålstalare
- Erbjuder utländska studenter praktik
- Anlita professionella översättare

Dessa fyra åtgärder kan öka ett företags export med 5 % enligt EU:s ELAN-studie 2006. Andelen företag som missar exportkontrakt till följd av brist på språkkunskaper är i Sverige 20% jämfört med 4% i Danmark, 8% i Tyskland och 13% i Frankrike.

En paradox är att Sverige ligger väl till när EU redovisar svar på frågan: ”hur många språk behärskar du?”. 90% uppger att de behärskar ett främmande språk och 48% två. Detta kan jämföras med hela unionens snitt: 56% ett språk och 28% minst två. Varför utnyttjas inte detta för att bygga ut den exportmarknad landet behöver?

## **Svenska företag ligger efter – använder bara 3 språk medan danska använder 12!**

Man kan se samband mellan företags flerspråkighet och marknadsandelar inom export av både varor och tjänster. En inspirationskälla, när det gäller flerspråkighet och export är grannlandet Danmark. Svenska och danska är båda små språk. Detta gör länderna jämförbara, när det gäller språkhinder för marknadsinträde trots andra skillnader som t ex industristruktur. Svenska företag använder huvudsakligen 3 språk (engelska, tyska och franska) medan danska företag använder 12 språk. Andelen företag med en uttalad språkstrategi i Danmark är 68% och i Sverige 27%. Över hälften av de danska företagen har vid rekrytering anställt personer med exportlandets språk som modersmål. Intressant att notera är även att man både i Danmark och Norge arbetar mot Sverige – på svenska. Danmarks tjänsteexport till Sverige låg 2008 på ett värde av 37 miljarder danska kronor. Samma år låg svensk tjänsteexport till Danmark på ett värde av 9,9 miljarder svenska kronor. I vilken utsträckning använder svenska företag danska i sin etablering i grannlandet?

Flerspråkig kompetens har också betydelse för utlandsetablering. Bland tyska SMF har 49% någon form av utlandsetablering att jämföra med 7% i Sverige.

## **Språkekonomi – sätt pengar på språkkunskaper!**

Språkekonomi är ett relativt nytt forskningsområde. I Schweiz har man kommit långt inom området och vid universitetet i Genève finns en professur i ämnet. Professor Francois Grin har tagit fram en språkekonomisk analysmodell, som har betydande konsekvenser för hur språkpolitiken utformas i Schweiz. En utarbetad språkstrategi kan visa sig vara avgörande för hur svenska SMF kan växa på exportmarknaden. Förutsättningarna är goda, 150 språk talas i landet, en god utbildning och vidareutbildning i språk finns att utnyttja och svenskar ligger väl till när det gäller EU:s mål att tala 2 språk förutom modersmålet.

Företag måste lägga större vikt vid språkkunskaper vid rekrytering. Man måste ha en klar bild av vart man vill nå med export och eventuell utlandsetablering och lägga till variabeln språk i planeringen.

Referenser:

Ingela Bel Habib, fil dr

EU – ec.europa/languages/languages-mean-business (ELAN- och PIMLICO-studierna)

Francois Grin, professor i språkekonomi, universitetet i Genève

**ASR, Auktoriserade Språkutbildares Riksorganisation** är en organisation för anordnare av utbildningar i språk, anpassade för företag och myndigheter. Syftet är att verka för ökad kvalitet inom språkutbildningen samt föra fram språkfrågornas betydelse i ett globalt arbetsliv. Medlemsföretag i ASR har lång erfarenhet av språkutbildning inom näringsliv och offentlig förvaltning, hög kvalitet,

Birgitta Thulin för ASR

0709-999 403

[sprakutbildning@gmail.com](mailto:sprakutbildning@gmail.com)