

INDHOLD

Forord.....	2
Kapitel 1: Sammenfatning	3
Kapitel 2: De internationale virksomheder.....	5
Kapitel 3: Hvad taler vi på det globale marked?	6
Kapitel 4: Sprogkompetencer i virksomhederne	9
Fremmedsproglige opgaver og ekstern bistand.....	10
De fremtidige sprogkompetencer.....	12
Kapitel 5: Kompetencer og uddannelse.....	13
Kapitel 6: Barrierer og kommunikationsproblemer på det internationale marked.....	15
Bilag 1: Undersøgelsen og metode	18

Forord

Danmark er en lille økonomi, som er afhængig af verden omkring os. Samhandel med andre lande er altafgørende for vores vækst og velstand. Den største del af Danmarks eksport går til nærmarkederne, men geografisk og kulturelt fjerne markeder spiller en stadig større rolle for danske virksomheder. Danmark er derfor afhængig af at kunne begå sig på det globale marked, og at kunne kommunikere med både gamle og nye handelspartnere.

Globaliseringen er en realitet - det er den virkelighed, som DI's medlemsvirksomheder agerer i. For virksomhederne giver globaliseringen muligheder for nye markeder og samarbejde rundt om på kloden. Men globaliseringen stiller også nye krav til virksomheder og medarbejdere - interkulturel forståelse og gode kommunikationsevner er afgørende elementer, når virksomheder konkurrerer på et stadig mere internationaliseret marked.

Der er mange uskrevne regler, virksomheder skal kende og have indsigt i - hvordan man begår sig til møder, hvordan man tiltaler sine forretningsforbindelser, og hvordan man diskuterer og kommer til enighed. Kort sagt: for at kunne handle, skal man kunne tale sammen. Nøglen til forståelse af et lands kultur ligger i sproget. Men hvilke sproglige kompetencer har man behov for i erhvervslivet? Er det tilstrækkeligt at kunne tale engelsk? Eller er det nødvendigt at kunne kommunikere på flere fremmedsprog?

Med denne undersøgelse giver DI svar på, hvilke markeder virksomhederne især handler med, hvilke sprogkompetencer de i dag har internt i virksomheden, og hvilke sprogbehov de ser i fremtiden. DI har også undersøgt, hvilken betydning sprogkompetencer har for virksomhedernes aktiviteter og samhandel, og hvilke barrierer virksomhederne møder, når de handler internationalt.

Undersøgelsen er udarbejdet i samarbejde med adjunkt Lisbeth Verstraete Hansen fra Copenhagen Business School.

God læselyst!

Charlotte Rønhof

Kapitel 1: Sammenfatning

For næsten 9 ud af 10 af de medvirkende virksomheder udgør det internationale marked en stor del af deres hverdag. 86 procent af virksomhederne har internationale aktiviteter i form af samhandel, samarbejde eller datterselskaber. Virksomhedernes handel foregår over hele kloden, men især inden for de nordiske, tyske og engelsksprogede områder. De internationale aktiviteter stiller krav til virksomhederne og medarbejderne, da der skal kommunikeres og samarbejdes med forskellige sproggrupper. Stort set alle de medvirkende virksomheder har medarbejdere, der kan kommunikere på flere sprog.

Engelsk er det mest udbredte fremmedsprog i virksomhederne - det er det sprog, som stort set alle virksomheder bruger, når de kommunikerer og handler på det internationale marked. 96 procent af virksomhederne har en eller flere medarbejdere, der kan kommunikere på engelsk. Men selv om engelsk er det globale handelssprog, så er tyskkompetencer også velrepræsenteret i virksomhederne. Mere end 80 procent af virksomhederne angiver, at de har medarbejdere, der kan kommunikere på tysk.

Af de sydeuropæiske sprog er fransk det mest udbredte. I mere end en tredjedel af virksomhederne er franskkompetencer repræsenteret. Få virksomheder har medarbejdere, der kan andre sydeuropæiske sprog. Især er der få virksomheder, der har medarbejdere med kompetencer inden for italiensk og portugisisk.

Virksomhedens sproglige medarbejdere er typisk medarbejdere, der enten har fremmedsproget som modersmål eller har en bachelor i erhvervsprog. Kun et mindretal af virksomhederne har en medarbejder med en sproglig kandidatgrad.

Når det drejer sig om virksomhedernes fremtidige behov for sproglige kompetencer, mener næsten halvdelen af virksomhederne, at de ikke vil få behov for yderligere fremmedsproglige kompetencer i de næste par år. Mere end 20 procent mener, at de har behov for at styrke deres engelskkompetencer, mens 15 procent vil få behov for flere medarbejdere med tyskkompetencer. Også fransk, russisk og nordiske sprog mener virksomhederne, de vil få behov for. Godt 12 procent af virksomhederne ønsker at styrke deres sproglige profil inden for disse sprog.

Selv om sprogkompetencer er i højsædet hos virksomhederne, er det ikke medarbejdere med en ren sproglig uddannelse, der er de mest efterspurgte blandt virksomhederne. Kun 3 procent af virksomhederne mener, at de har et stort behov for medarbejdere med en ren sproglig uddannelse, og kun lidt mere end hver tredje virksomhed har svaret, at virksomheden har moderat behov for medarbejdere, hvis kompetence primært er sprog. Det virksomhederne har størst behov for, er medarbejdere med dobbelt-

kompetencer – det vil sige en medarbejder med to ekspertiseområder - f.eks. en ingeniør, der taler flydende tysk eller en cand.merc., der kan fransk.

Når virksomhederne skal prioritere, hvilke kompetencer der er vigtigst i forhold til international samhandel, peger de på faglig viden om produktet, forretningsforståelse og engelske sprogkompetencer. Engelsk er det primære forretningssprog. Over halvdelen af virksomhederne anvender engelsk, når de kommunikerer med deres forretningsforbindelser og godt en tredjedel bruger både engelsk og handelspartnerens lokale sprog. Årsagen til, at langt de fleste af virksomhederne vælger at kommunikere på engelsk med deres samarbejdspartnere er, at partnerne til dels også kan kommunikere og forhandle på engelsk.

Men ikke alle taler godt nok engelsk. Virksomhederne støder på kommunikationsvanskeligheder. Godt 4 ud af 10 af de medvirkende virksomheder har oplevet kommunikationsproblemer med virksomheder i andre lande, som kan tilskrives manglende sproglige færdigheder. Det er især kinesiske forretningsforbindelser, der kan være svære at kommunikere med. Men virksomheder oplever også kommunikationsvanskeligheder på nogle af Danmarks større eksportmarkeder, som Frankrig og Tyskland.

Alvoren af kommunikationsvanskeligheder varierer - det kan være alt lige fra mindre misforståelser til, at virksomheden mister ordrer. Godt en tredjedel af virksomhederne i undersøgelsen har oplevet, at manglen på sprogkompetencer har konsekvenser for virksomheden på det internationale marked. Næsten hver fjerde virksomhed har oplevet store vanskeligheder i forhandlingssituationer.

En del af de medvirkende virksomheder har også oplevet direkte økonomiske konsekvenser af manglende fremmedsproglige kompetencer. Næsten 4 procent har oplevet, at virksomheden har tabt ordrer, fordi man ikke har kunnet kommunikere med samhandelspartneren, og næsten 8 procent har afstået fra nye markedsfremstød på grund af manglende fremmedsproglige kompetencer. Manglende fremmedsproglige kompetencer kan altså have meget direkte økonomiske konsekvenser for virksomhederne.

Kapitel 2: De internationale virksomheder

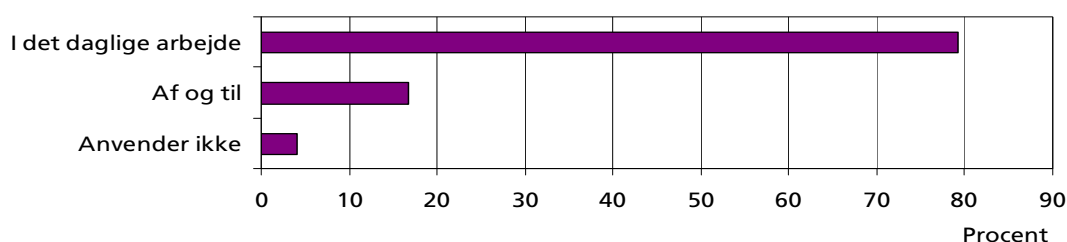
Danmark klarer sig godt på det globale marked. Vi har stigende samhandel med mange forskellige lande over hele kloden. Udviklingen er glædelig og vidner om, at danske virksomheder har været gode til at omstille sig til de globale markedsvilkår og drage fordel af nye forretningsmuligheder.

For at kunne begå sig på internationale markeder, er det altafgørende at kunne kommunikere effektivt på tværs af forskellige sprog og kulturer. For flertallet af de virksomheder, der har deltaget i undersøgelsen, er det internationale marked en stor del af deres hverdag. 86 procent af virksomhederne har internationale aktiviteter f.eks. i form af samhandel, samarbejde eller datterselskaber.

Denne internationale orientering stiller krav til virksomhedernes medarbejdere, der skal kommunikere og samarbejde med kollegaer eller kunder med andre sprog og fra andre kulturer. Netop for at kunne kommunikere internationalt er det nødvendigt at have medarbejdere, der har fremmedsproglige kompetencer.

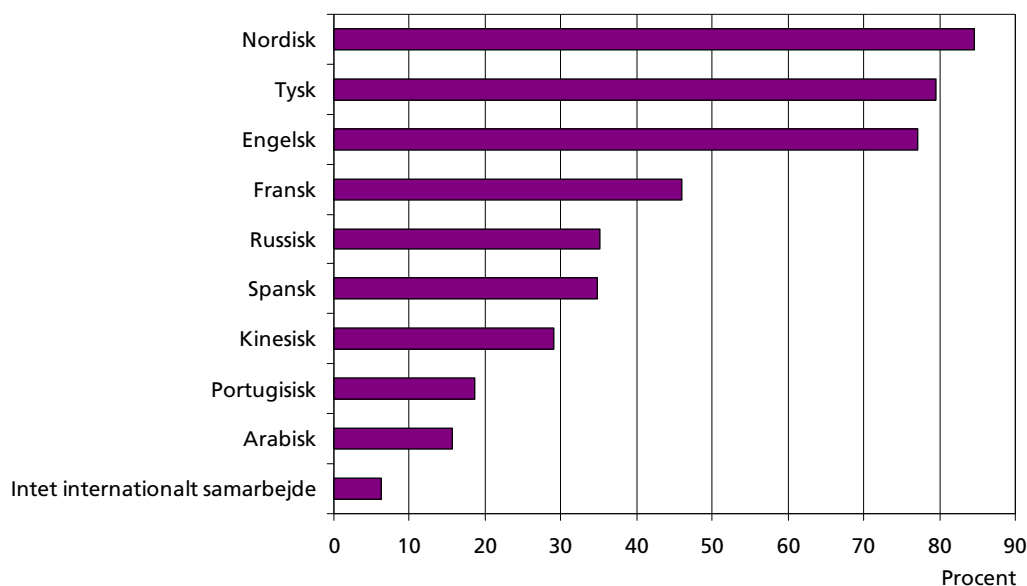
Stort set alle de medvirkende virksomheder har da også medarbejdere, der kan kommunikere på et eller flere fremmedsprog. 80 procent af virksomhederne angiver desuden, at deres medarbejdere dagligt anvender og kommunikerer på andre sprog end dansk.

Figur 1: Virksomheder der anvender fremmedsproglige kompetencer



De områder, hvor virksomhederne har internationale aktiviteter, er primært de nordiske, tyske og engelske sprogområder, hvor langt de fleste virksomheder agerer. Næsten 8 ud af 10 af virksomheder har enten samhandel eller samarbejde inden for disse sprogområder. De engelske sprogområder dækker blandt andet USA, England og Australien. Det tyske sprogområde er mere bredt og omfatter også lande, hvor tysk ikke er modersmålet. Både Schweiz, Østrig og en del af de Østeuropæiske lande er indeholdt i denne kategori. Også de nordiske sprog dækker en bred palet - i kategorien findes både svensk, norsk, finsk og islandsk.

Figur 2: Sprogområder hvor virksomhederne har aktivitet



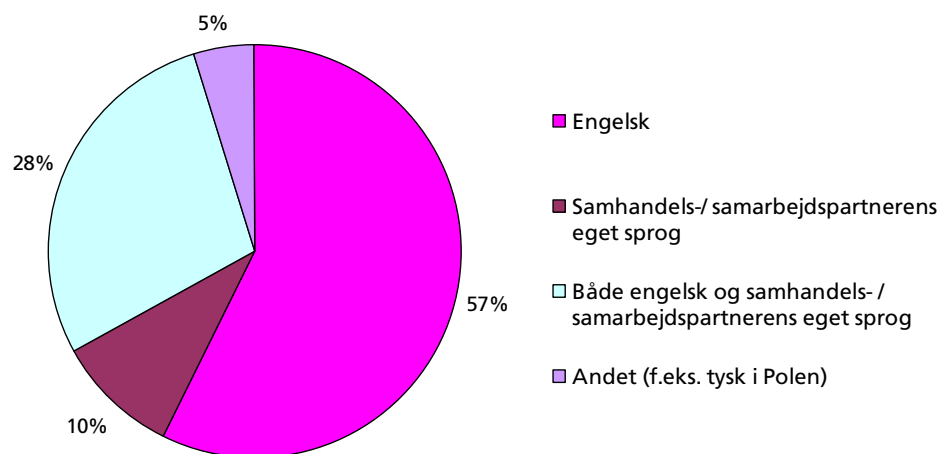
Virksomhederne har også en del samhandel inden for det franske sprogområde, hvor også Canada og dele af Afrika er repræsenteret. Næsten hver femte virksomhed har en international relation til det franske sprogområde. En del af virksomhederne agerer også inden for det russiske og det spanske sprogområde. Omkring 35 procent af de internationalt orienterede virksomheder har samhandel eller samarbejde i disse sprogområder. Både det russiske og det spanske sprogområde dækker en bred kam af lande. Det spanske sprogområde omfatter store dele af Latinamerika. Det gælder dog ikke Brasilien, hvor portugisisk er modersmålet.

Kapitel 3: Hvad taler vi på det globale marked?

På trods af at virksomhederne agerer i mange forskellige sprogområder, bruger langt de fleste primært engelsk, når de kommunikerer med deres største handels-/ samarbejdspartnere. Engelsk er det globale forretningsprog. Over halvdelen af virksomhederne anvender engelsk som internationalt sprog. Der er dog også en del virksomheder, som vælger en kombination af engelsk og handelspartnerens lokale sprog. Godt en tredjedel af virksomhederne kommunikerer både på engelsk og på deres primære samhandelspartners lokale sprog.

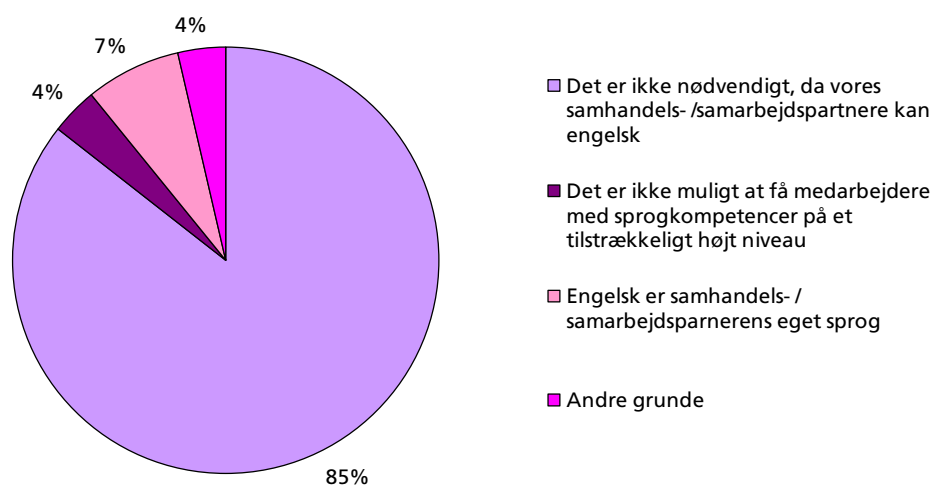
Det er kun omkring 10 procent af virksomhederne, der kommunikerer alene med deres primære handelspartner på partnerens eget sprog. Omkring 5 procent af virksomhederne vælger et andet fremmedsprog end engelsk, når de skal kommunikere med deres primære handelspartner, f.eks. tysk i Polen.

Figur 3: Det primære kommunikationssprog som virksomhederne anvender i forhold til virksomhedernes samhandelspartner.



Baggrunden for, at langt de fleste af virksomhederne vælger at kommunikere på engelsk med deres samhandelspartner, er, at partneren kan kommunikere og forhandle på engelsk. Der er dog 4 procent af virksomhederne, der begrundet valget af engelsk med, at det ikke har været muligt at rekruttere medarbejdere med de ønskede sprogkompetencer på et tilstrækkeligt højt niveau.

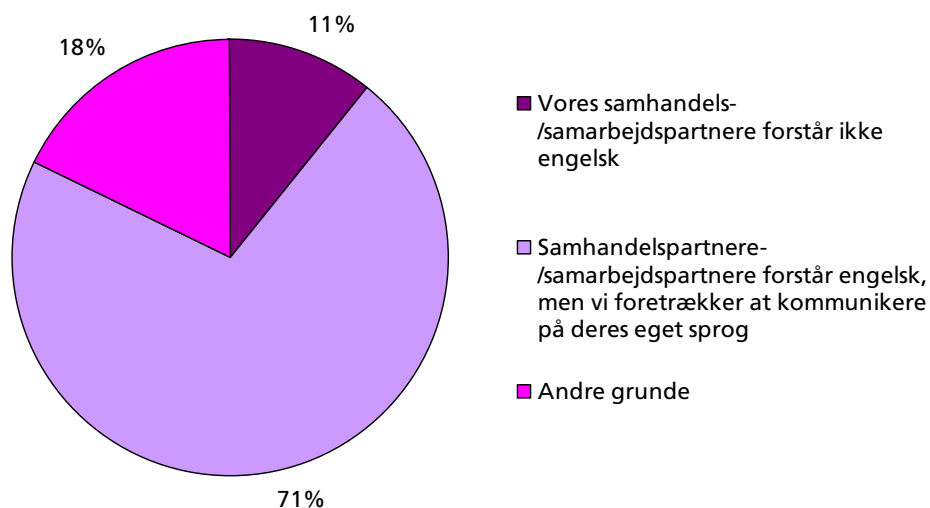
Figur 4: Baggrunden for at virksomhederne ikke anvender samhandelspartnerens eget sprog



Den del af virksomhederne, der vælger at kommunikere på samhandelspartnerens eget sprog eller i en kombination af engelsk og det lokale sprog, gør det ikke, fordi samhandelspartneren ikke kan forstå eller tale engelsk. Det handler derimod om, at virksomhederne foretrækker at møde forretningsforbindelsen på vedkommendes eget sprog.

Virksomheder møder også forretningsforbindelser, som overhovedet ikke kan kommunikere på andre sprog end deres eget. Det er dog kun 11 procent af de virksomheder, som vælger at kommunikere på samhandelspartnerens eget sprog, der er nødsaget til at gøre det.

Figur 5: Baggrund for at virksomheden anvender samhandelspartnerens eget sprog.

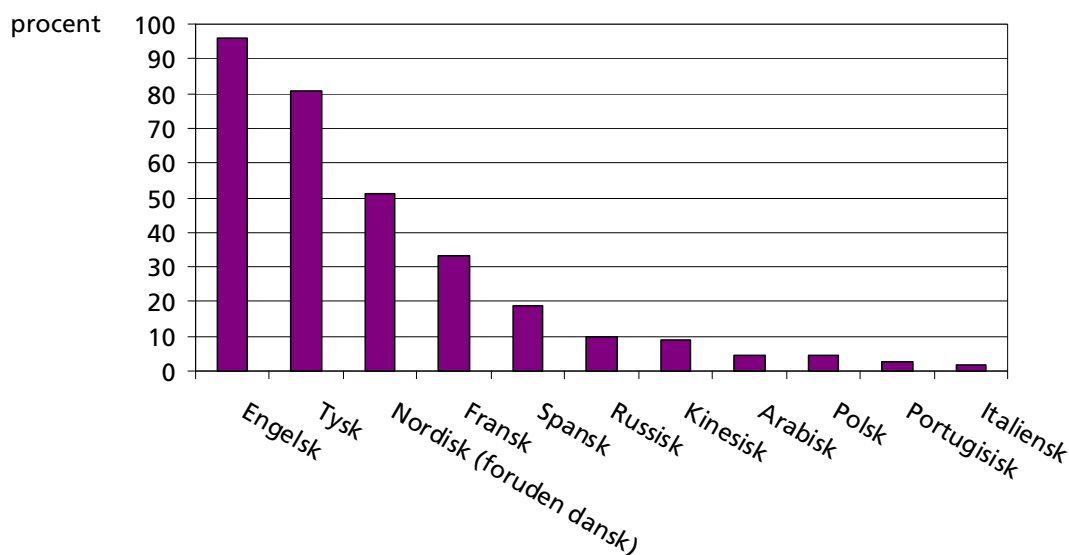


Kapitel 4: Sprogkompetencer i virksomhederne

Virksomhederne vælger oftest at kommunikere på engelsk. Engelsk kan derfor betegnes som det primære forretningssprog. Men også tysk er et meget anvendt sprog i virksomhederne. Mere end 80 procent af de deltagende virksomheder har medarbejdere, der kan kommunikere på tysk.

Af de sydeuropæiske sprog er fransk det mest udbredte. I mere end en tredjedel af virksomhederne er franskkompetencer repræsenteret. Knap så mange virksomheder har medarbejdere med kompetencer inden for de øvrige sydeuropæiske sprog, f.eks. i italiensk eller portugisisk.

Figur 6: Sprogkompetencer repræsenteret i virksomhederne

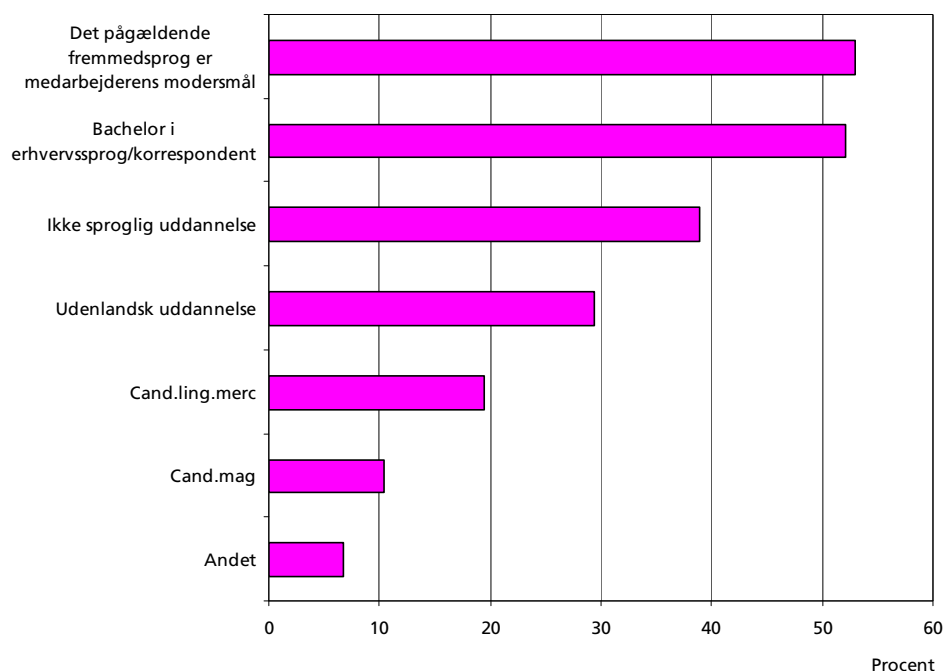


Medarbejderne, der kommunikerer på fremmedsprog i virksomhederne, har forskellige baggrunde. Størstedelen af virksomhederne har fremmedsproglige medarbejdere, der slet ikke har en sproglig uddannelse, men som taler fremmedsproget som modersmål, eller har boet i det pågældende land. Der er også en klar overvægt af medarbejdere med en bachelor i erhvervsprog, som også inkluderer medarbejdere med den ældre uddannelse som korrespondent. Godt og vel halvdelen af virksomhederne har medarbejdere med denne uddannelsesbaggrund. Det er derimod kun knap hver femte virksomhed, som har medarbejdere med en kandidatuddannelse i sprog fra handelshøjskolerne, og kun hver tiende virksomhed beskæftiger sproglige kandidater fra universitetet.

Medarbejdere, som ikke nødvendigvis har en sproglig uddannelse, men som alligevel behersker fremmedsprog på højt niveau, er i høj kurs. De

internationale medarbejdere kan altså også på denne front understøtte erhvervslivets konkurrenceevne.

Figur 7: Sproglige medarbejderes uddannelsesbaggrund



Fremmedsproglige opgaver og ekstern bistand

Som vist har virksomhederne aktiviteter i mange lande og i den forbindelse mange forskellige kommunikationsopgaver. Langt de fleste af virksomhederne har medarbejdere, der kan kommunikere på et fremmedsprog, men en del opgaver kan kræve et stærkt og dybdegående kendskab til et fremmedsprog. Det er ikke alle virksomheder, som har sådanne medarbejdere beskæftiget i virksomheden, og det kan vanskeliggøre kommunikationen og dermed samhandlen eller samarbejdet.

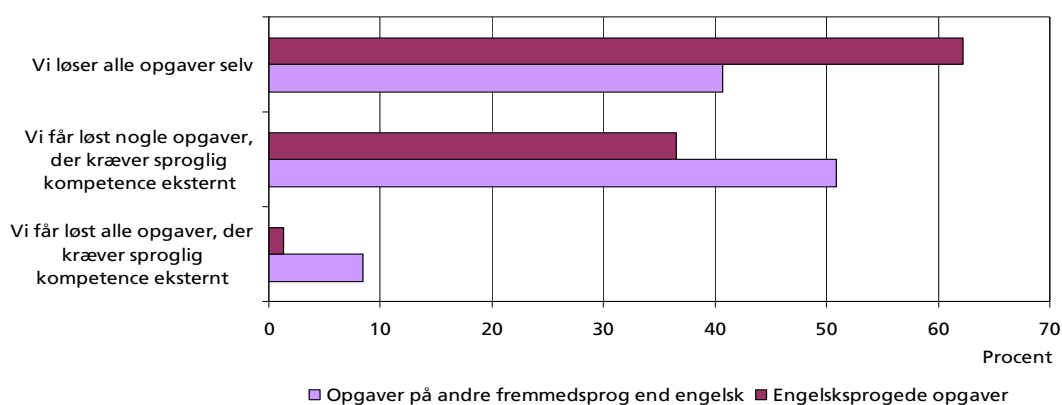
At virksomhedens medarbejdere ikke behersker det nødvendige fremmedsprog på højt niveau betyder dog ikke, at samhandel og samarbejde med andre lande er umuligt. Det forudsætter blot, at virksomheden har adgang til kvalificeret ekstern assistance i forbindelse med fremmedsproglige opgaver.

I den forbindelse er virksomhederne blevet spurgt om deres praksis med hensyn til at varetage fremmedsproglige opgaver selv, eller få ekstern bistand i forbindelse med vanskelige fremmedsproglige opgaver som f.eks. udarbejdelse af salgsmateriale, tolkeopgaver eller generel oversættelse.

Der er stor forskel på, om virksomhederne søger ekstern assistance. Det er i den forbindelse tydeligt, at virksomhederne i høj grad er fortrolige med engelsk, mens andre fremmedsprog rummer større udfordringer for virksomhederne.

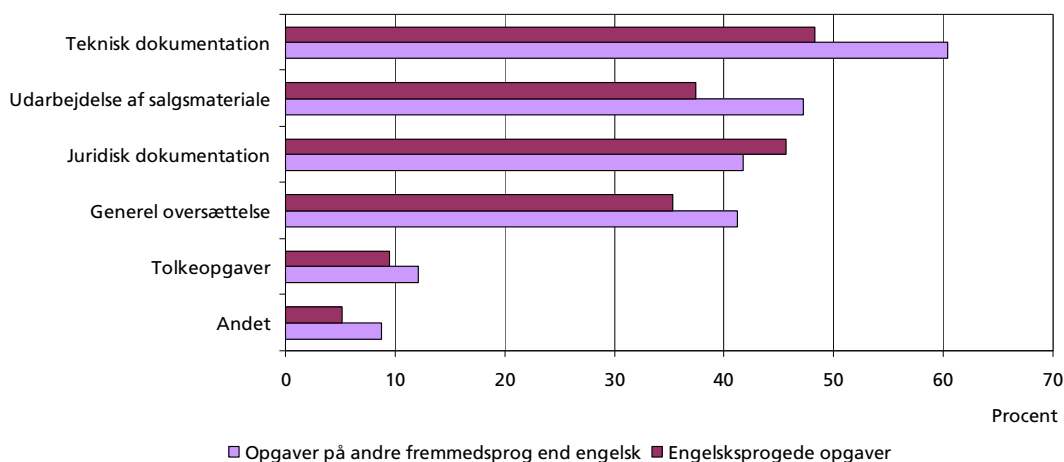
Når det handler om engelsksprogede opgaver, vælger mere end 6 ud af 10 virksomheder at løse samtlige opgaver selv - som figur 6 viste, har virksomhederne også engelsksprogskompetencerne til rådighed. Når der er tale om et andet fremmedsprog end engelsk, gør dette sig kun gældende for 4 ud af 10 virksomheder.

Figur 8: Løses krævende fremmedsproglige opgaver internt eller med eksternt bistand



Over halvdelen af virksomhederne vælger at søge ekstern bistand til en række af deres fremmedsproglige opgaver, når det drejer sig om andre sprog end engelsk. Men det er kun få virksomheder, der får løst alle deres fremmedsproglige opgaver eksternt. Det tyder på, at en stor del af virksomhederne i undersøgelsen er godt rustede, når det kommer til vanskelige fremmedsproglige opgaver.

Figur 9: Oversigt over hvilke opgaver virksomhederne får løst eksternt



Det er især i forbindelse med teknisk og juridisk dokumentation samt udarbejdelse af salgsmateriale, at virksomheden anvender ekstern assistance. Det gør sig gældende både for engelsksprogede opgaver og opgaver på andre fremmedsprog end engelsk. Men det er primært i forbindelse med kommunikationsopgaver på andre fremmedsprog end engelsk, at virksomhederne søger ekstern bistand.

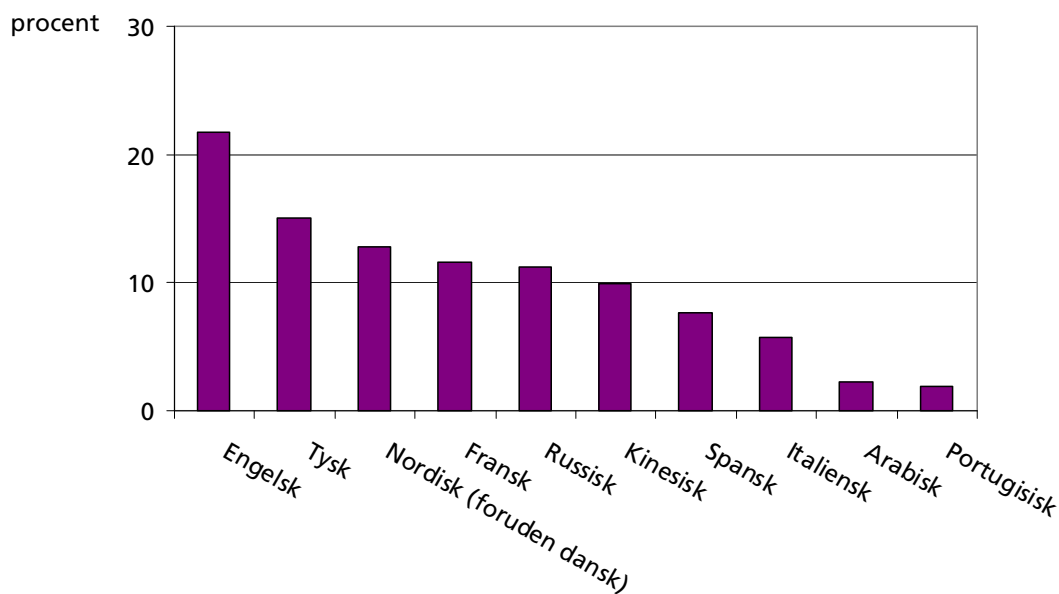
De fremtidige sprogkompetencer

Når det omhandler de fremtidige sprogkompetencer, mener halvdelen af virksomhederne, at de ikke vil få yderligere behov for at opruste deres sproglige profiler.

De virksomheder, der mener, at de vil få yderligere fremtidige behov for medarbejdere med sprogkompetencer, peger primært på engelsk og tysk. Mere end 20 procent mener, at de har behov for at styrke deres engelsk-kompetencer, mens mere end 15 procent vil få behov for flere medarbejdere med tyskkompetencer.

Fransk, russisk og nordiske sprog er dog også sprog, som virksomhederne mener, de vil få behov for – godt 12 procent af virksomhederne ønsker at styrke deres sproglige profil inden for disse sprog. Kinesisk og spansk er ligeledes nogle af de sproglige kompetencer, som virksomheder mener de kan få behov for.

Figur 10: Fremtidigt behov for andre sproglige kompetencer



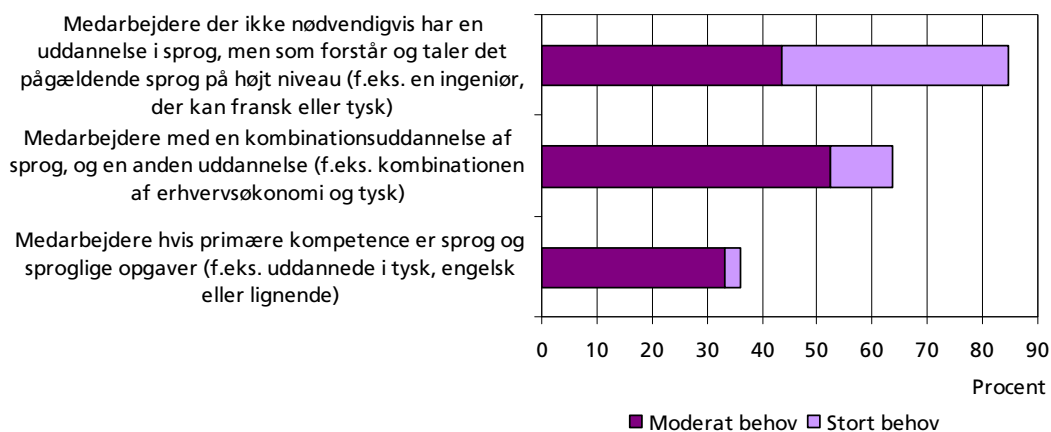
Næsten 6 procent af virksomhederne mener også, at de vil få behov for medarbejdere, der kan kommunikere på italiensk i fremtiden. Lidt overraskende er det, at meget få virksomheder mener, at de vil få behov for medarbejdere med kompetencer inden for portugisisk. Også få virksomheder mener, at de vil få behov for medarbejdere, der kan kommunikere på arabisk.

Kapitel 5: Kompetencer og uddannelse

Selv om sproglige kompetencer er i højsædet hos virksomhederne, er det ikke nødvendigvis medarbejdere med en ren sproglig uddannelse, der er mest efterspurgt blandt virksomhederne.

Kun lidt mere end hver tredje virksomhed har svaret, at virksomheden har moderat behov for medarbejdere, hvis kompetence primært er sprog. Og kun 3 procent af virksomhederne mener, at de har et stort behov for medarbejdere med en ren sproglig uddannelse.

Figur 11: Hvilke typer medarbejdere med sproglige kompetencer har virksomhederne behov for



Virksomhederne har behov for medarbejdere med fremmedsproglige kompetencer på et højt niveau, men ikke nødvendigvis medarbejdere med en uddannelse inden for sprog. 4 ud af 10 virksomheder peger på, at der er et stort behov for medarbejdere, der primært har andre kvalifikationer, samtidig med, at de taler et fremmedsprog på højt niveau.

Medarbejdere med en kombinationsuddannelse af sprog og en anden uddannelse f.eks. erhvervsøkonomi, er også i høj kurs blandt de medvirkende virksomheder. 6 ud af 10 virksomheder har et moderat eller stort behov for medarbejdere med en kombinationsuddannelse.

Virksomhederne ønsker sig altså primært medarbejdere med dobbeltkompetencer. Det vil sige, som både kan varetage f.eks. salg, markedsføring eller udvikling og kommunikere på flere fremmedsprog på et højt niveau.

Billedet af dobbeltkompetencer går delvist igen, når virksomhederne skal prioritere hvilke kompetencer, der er vigtigst i international samhandel og samarbejde.

Den vigtigste kompetence er den faglige viden om produktet og derefter forretningsforståelse. Men viden er naturligvis ikke nok; man skal også kommunikere med sine kunder og samarbejdspartnere. Den tredje vigtigste kompetence er derfor evnen til at kunne kommunikere på engelsk.

Kommunikationsevner i de lokale sprog er ikke højdespringeren - tværtimod. Kendskab til tysk, fransk og andre sprog er prioriteret lavest ud af de syv kompetencer. Faglig viden, forretningsforståelse og engelsk-

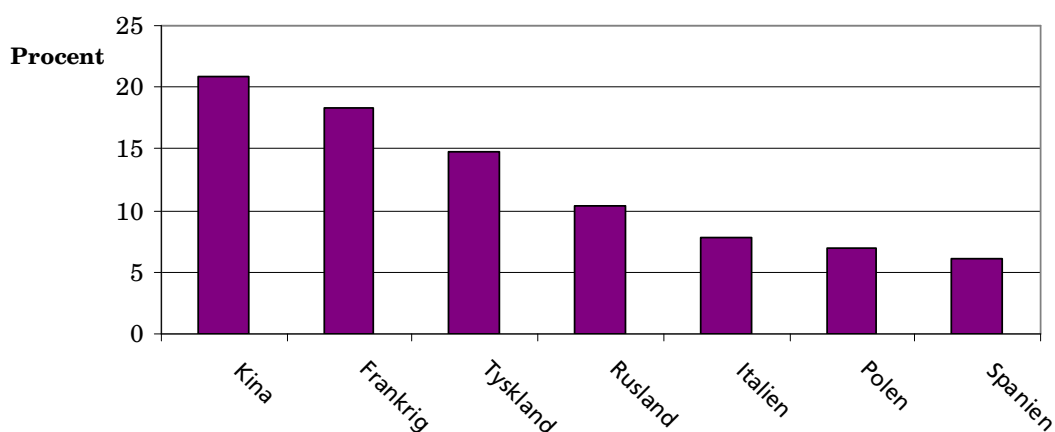
kompetence er altså ifølge virksomhederne alfa omega, når man skal ud på det globale marked.

Kapitel 6: Barrierer og kommunikationsproblemer på det internationale marked

Selv om engelsk er det globale forretningsprog, kan der opstå kommunikationsvanskeligheder, når to parter med hver deres sprog kommunikerer på et tredje sprog. Der kan være en del barrierer, når man skal tale med internationale kunder, medarbejdere og forretningsforbindelser på engelsk. Godt 4 ud af 10 af de medvirkende virksomheder har oplevet kommunikationsproblemer med internationale virksomheder, som kan tilskrives manglende sproglige færdigheder hos deres samhandelspartnere.

De virksomheder, der har oplevet kommunikationsvanskeligheder, er blevet bedt om at angive, i hvilke lande de er stødt på sådanne problemer. Kina er topscorer over de lande, hvor virksomhederne har oplevet kommunikationsvanskeligheder. Nogle af virksomhederne, der har oplevet kommunikationsproblemer med kinesiske forretningsforbindelser angiver, at det kan være yderst vanskeligt blot at give en instruktion eller få en aftale på plads.

Figur 12: Lande hvor virksomhederne har oplevet kommunikationsproblemer



Det er dog ikke kun det asiatiske marked, der kan volde kommunikationsvanskeligheder. En stor del af de virksomheder, som er stødt på misforståelser og kommunikationsproblemer, nævner også to af Danmarks

største samhandelspartnere Tyskland og Frankrig. De kommunikationsvanskeligheder, virksomhederne støder på, er bl.a. samhandelspartnerens manglende engelskkundskaber, som derfor fører til misforståelser.

En del af de virksomheder, der nævner Frankrig som et af de lande, hvor man har oplevet kommunikationsvanskeligheder, begrundet det med, at virksomheden ikke selv har medarbejdere, der forstår fransk på et tilstrækkeligt niveau, og at de franske samhandelspartneres engelskkundskaber er for utilstrækkelige.

De manglende engelskkompetencer hos samhandelspartnerne går også igen, når det drejer sig om kommunikationsvanskeligheder i Rusland, Italien og Spanien, som er nogle af Danmarks større eksportmarkeder. En af virksomhederne påpeger i den forbindelse, at nogle af deres russiske forretningsforbindelser er så dårlige til engelsk, at der på et tidspunkt var usikkerhed om aftalegrundlaget for en stor ordre.

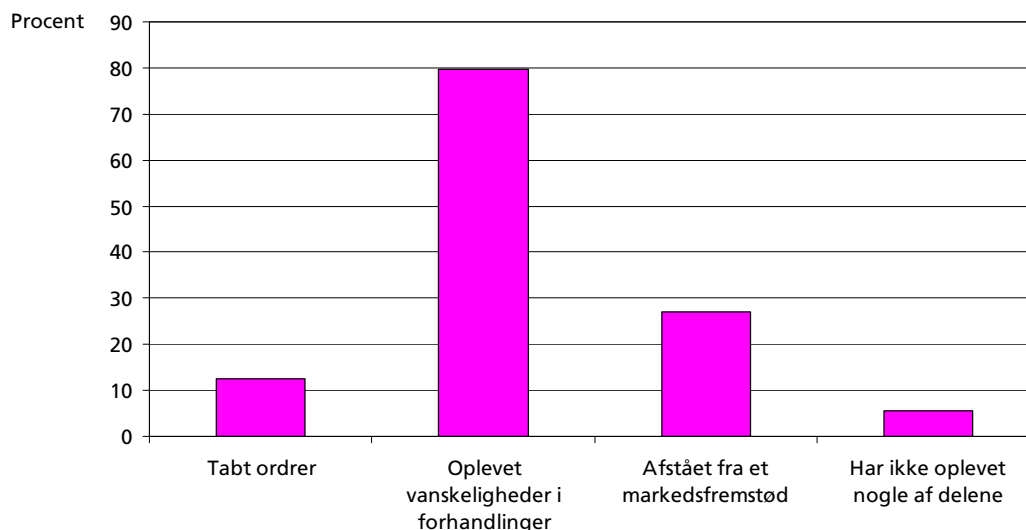
Selv om engelsk er det mest anvendte sprog, og må karakteriseres som det globale fremmedsprog, kommer man ikke uden om, at ikke alle er lige gode til det, og man derfor løber panden mod muren en gang imellem.

Kommunikationsvanskeligheder kan dog gradbøjes. Det kan være alt lige fra et spørgsmål om mindre misforståelser, som kan udredes, til at virksomheden ligefrem mister ordrer. Manglende fremmedsproglige kompetencer kan have økonomiske betydning for virksomhederne, og kan være en barriere for virksomhederne i forhold til kunne konkurrere på det globale marked.

Nogle af virksomhederne oplever netop manglende sproglige kompetencer som en barriere. Næsten en tredjedel af virksomhederne i undersøgelsen har oplevet, at manglen på sproglige kompetencer har konsekvenser for virksomheden på det internationale marked.

Næsten 80 procent af de virksomheder, der har angivet, at de har oplevet problemer med manglende fremmedsproglige kompetencer, har mødt vanskeligheder i forhandlingssituationer. Det svarer til ca. hver fjerde af alle adspurgte virksomheder. De andre problemer, som virksomhederne nævner i forbindelse med manglende sproglige kompetencer, er samarbejdsproblemer eller tabte samarbejdsmuligheder, fordi parterne ikke forstår hinanden.

Figur 13: Problemer, som virksomhederne har oplevet, der kan tilskrives mangel på sproglige kompetencer



En del af virksomhederne har dog også oplevet direkte økonomiske konsekvenser af manglende fremmedsproglige kompetencer. 12 procent af de virksomheder, der har oplevet manglende sproglige kompetencer som en barriere, har angivet, at de har tabt ordrer, mens 27 procent har angivet, at de har afstået fra markedsfremstød på grund af manglende fremmedsproglige kompetencer. Det svarer til, at godt 8 procent af de medvirkende virksomheder har afstået fra nye markedsfremstød, og næsten 4 procent har oplevet, at virksomheden har tabt ordrer, fordi man ikke har været i stand til at kommunikere med samhandelspartneren. Med andre ord kan manglende fremmedsproglige kompetencer have direkte økonomiske konsekvenser for virksomhederne.

Bilag 1: Undersøgelsen og metode

For at kortlægge de sproglige kompetencer i de danske virksomheder og virksomhedernes erfaringer og praksis omkring fremmedsprog, har DI gennemført en spørgeskemaundersøgelse blandt danske virksomheder i efteråret 2007.

I undersøgelsen spørges der bl.a. til de sproglige kompetencer i virksomheden og virksomhedens fremtidige behov for sproglige kompetencer, de sproglige medarbejderes uddannelsesprofil, virksomhedens praksis vedrørende sproglige opgaver samt virksomhedens erfaringer med fremmedsprog og evt. mangel på fremmedsproglige kompetencer.

Undersøgelsen er baseret på en tilfældig udvalgt repræsentativ stikprøve blandt DI's medlemsvirksomheder. 312 virksomheder har besvaret spørgeskemaet, hvilket giver en svarprocent på 31 procent. Af de medvirkende virksomheder har 16 pct. mindre end 20 ansatte, 33 pct. 21-100 ansatte, 30 pct. 101-250 ansatte og 21 pct. flere end 250 ansatte. Spørgeskemaet er typisk sendt til den HR-ansvarlige i virksomheden og for de mindre virksomheders vedkommende, den adm. direktør.