



DANIEL STOLLE

Arbeitswelt

Wenn bei Verhandlungen die Worte fehlen

Fremdsprachen spielen in unserer globalisierten Wirtschaft eine wichtige Rolle. Besonders Führungskräfte in internationalen Unternehmen müssen über hohe sprachliche und interkulturelle Kompetenzen verfügen, die weit über das Schulenglisch oder -französisch hinausgehen. Diesem Bedürfnis tragen verschiedene Sprachreisenanbieter Rechnung. «Auf dem internationalen Parkett sollte man selbstsicher auftreten, auf Augenhöhe verhandeln und Aussagen gekonnt auf den Punkt bringen können», sagt Claudio Cesarano, CEO Media Touristik AG, zu der die Marke Lingua Touristik Sprachaufenthalte gehört. Sprachreisen für Manager und Geschäftsleute unterscheiden sich markant von klassischen Sprachaufenthalten für Jugendliche oder Privatpersonen. Grundsätzlich sind die Gruppen kleiner, die Kurse intensiver und für einen höheren Level bestimmt. Zudem wird oft auf Privatunterricht oder eine Kombination von Privat- und Gruppenunterricht gesetzt.

Auch die Tatsache, dass Führungspersonen über keine grossen Zeitressourcen verfügen, wird beachtet, weshalb die Sprachaufenthalte in der Regel nur ein bis drei Wochen dauern.

Immersion und Networking

Wie Michel Jenal, Area Manager Schweiz bei ESL Sprachaufenthalte, erklärt, werden Programme für Businessleute häufig von Lehrkräften durchgeführt, die selbst als Manager in der Wirtschaft tätig waren. Marcel Rüfenacht, Head of Marketing bei Boa Lingua, betont, dass man mit renommierten Sprachschulen zusammenarbeite, die sich auf die berufliche Kommunikation spezialisiert hätten und die Anforderungen der modernen Arbeitswelt bestens kennen. «Wir verkaufen nicht einfach einen Sprachkurs, sondern möchten die Leute zu mehr internationalem Erfolg befähigen. Die Trainings enthalten wenig Frontalunterricht, sie basieren auf Coaching. Ziel ist es, die Kunden aus der

Komfortzone zu locken, sie zu unterstützen und ihnen das auf den Weg zu geben, was sie nachher eins zu eins im Berufsalltag einsetzen können oder müssen», so Rüfenacht.

Sämtliche Experten sind sich darin einig, dass der Lerneffekt bei einem Sprachaufenthalt im Ausland grösser ist, als wenn ein Kurs an einer Sprachschule in der Schweiz oder im eigenen Unternehmen besucht wird. Dazu Michel Jenal von ESL: «Wir glauben an die totale Immersion einer Sprache als effizientestes Mittel für den Fortschritt.» Man könne einen Coach, der für eine Stunde pro Tag oder Woche in das Unternehmen komme, schlecht bis gar nicht mit einem Intensivkurs in dem Land, in dem die Sprache gesprochen werde, vergleichen. Hinzu komme der Kontakt zu Managern aus anderen Kulturkreisen im selben Kurs, der neben der Fremdsprache auch die interkulturelle Kompetenz fördere. «Aus diesen Kontakten



entsteht manchmal sogar eine Business-Opportunity», sagt Jenal.

Corinne Lichtensteiger, Branch Manager Pro Linguis / Study Lingua AG, fügt an, dass bei Kursen für Geschäftsleute oft auch die Pausen und Mittagessen mit den Lehrern verbracht würden und dabei das Mündliche, insbesondere der Business-Smalltalk, noch vertieft werde. An vielen Sprachschulen treffe man spannende Leute aus dem internationalen Geschäftsumfeld und könne interessante Kontakte knüpfen. Networking ist auch in den Gastfamilien möglich. Bei sogenannten Executive Host Families sind die Gasteltern ebenfalls als Manager tätig, was den Kursteilnehmern ermöglicht, ausserhalb des Unterrichts mit gleichgesinnten Muttersprachlern zu kommunizieren. Auch hier entstehen oft Freundschaften, die weit über den Sprachaufenthalt hinausgehen. Wie Michel Jenal von ESL erklärt, verfügen solche Gastfamilien in der Regel zudem über schöne Häuser mit einem privaten Bad für den Gaststudenten.

Claudio Cesarano von Media Touristik ergänzt, dass immer auch Studios, Appartements und Hotels in Schulumgebung buchbar seien. Auch die Aktivitäten in der Freizeit seien grundlegend für den Sprachaufenthalt, weshalb die Destination hochwertige kulturelle Erlebnisse bieten müsse.

Eine Investition wert

Auf die Frage, wann der Zeitpunkt für einen Sprachaufenthalt gekommen sei, antwortet Michel Jenal: «Grundsätzlich gilt, dass ein Sprachkurs zu jedem Zeitpunkt des Lebens eine Investition wert ist. Denn sprachliche Fähigkeiten wirken sich immer positiv auf die eigene Karriere aus.» Wer mehrere Sprachen beherrsche, sei ein «Asset» für international tätige Unternehmen. In der Schweiz seien Fremdsprachenkenntnisse zwischen B2 (selbständige Sprachverwendung) und C2 (Beherrschung der Sprache) in den drei Landessprachen Deutsch, Französisch und Italienisch ein Plus im Lebenslauf. Studien zeigten, dass eine Fremdsprache auf C2-Level – also fast Muttersprachenniveau – einen starken Einfluss auf das Gehalt sowie die Karrieremöglichkeiten habe.

Die gefragtesten Fremdsprachen sind – neben den Landessprachen – Englisch, Spanisch und Russisch. «Chinesisch wurde stets ein Boom vorausgesagt, der nie eingetroffen ist. Was hier besonders gefragt ist, sind interkulturelle Kompe-

tenzen, um Fettnäpfchen zu vermeiden – Stichwort: Cultural Awareness», sagt Claudio Cesarano. Um Sprachen zu lernen, reisen Manager aus Zeitgründen meist an nahe gelegene Destinationen. Hoch im Kurs stehen England, Irland, Frankreich und Deutschland. Sprachschulen in Übersee werden eher in Verbindung mit privaten Interessen wie zum Beispiel Familienferien gebucht.

Denise Weisflog