

baromètre® barometer

SCHLUSSBERICHT «BAROMETER DER ZWEISPRACHIGKEIT® IN UNTERNEHMEN IN DER REGION BERN»



1. Management Summary

Ausgangslage und Vorgehen

Der vorliegende Barometer der Zweisprachigkeit® wurde zum ersten Mal für die Unternehmen der Region Bern durchgeführt. Realisiert wurde er durch das Forum für die Zweisprachigkeit mit Sitz in Biel/Bienne mit Unterstützung von BERNbilingue, dem Handels- und Industrieverein (Sektion Bern-Mittelland) und der Entente Bernoise. Nach einer quantitativen Erhebung mittels Online-Umfrage, an welcher rund 170 Unternehmen der Region teilgenommen haben, wurden die Resultate mittels qualitativen Interviews mit Entscheidungsträger/-innen plausibilisiert und vertieft.

Die wichtigsten Ergebnisse

Mit den Erhebungen des Barometers kann die **grosse Bedeutung der Zwei- resp. Mehrsprachigkeit in den Unternehmen der Region Bern** eindrücklich belegt werden. Beispielsweise haben gemäss der Einschätzung der Unternehmensvertreter/-innen in der Online-Umfrage mit rund 80 Prozent fast gleich viele ihrer Mitarbeitenden Sprachkompetenzen in (schweizer-)deutscher und in französischer Sprache, gefolgt von Englisch mit 60 Prozent. Was den mündlichen und schriftlichen beruflichen Kontakt betrifft, 69 Prozent der Mitarbeitenden verwenden denn auch Französisch und 57 Prozent Englisch. So schätzt **mehr als die Hälfte der befragten Repräsentantinnen und Repräsentanten der Unternehmen die französische Sprache als wichtig für die Aktivitäten ihrer Mitarbeitenden ein**. Generell tendiert eine Mehrheit der Befragten dazu, dass die Bedeutung der französischen Sprache für die Unternehmen der Region zunimmt.

Bei der **Personalrekrutierung** geben knapp die Hälfte der Unternehmen an, dass sie mindestens gelegentlich Personal mit französischer Muttersprache rekrutieren. 23 Prozent der Unternehmen schreiben Stellen konsequent zweisprachig aus. **Aber fast die Hälfte der Unternehmen in der Region Bern (44 Prozent) kennt Schwierigkeiten bei der Rekrutierung frankophoner Mitarbeitenden**. In der Lernendenausbildung hingegen spielen sprachliche Aspekte nur bei einer deutlichen Minderheit eine Rolle.

Der Befragungsbereich **Dienstleistungen und Marketing** schliesslich zeigt auf, dass nur wenige Unternehmen und Organisationen (knapp 20 Prozent) ausschliesslich in der deutschsprachigen Schweiz tätig sind. Trotzdem sind bei **42 Prozent der Unternehmen die Webseiten nur in deutscher Sprache aufgesetzt** und dies, obwohl eine grosse Mehrheit der Unternehmen angibt, auch in der französischsprachigen Schweiz mögliche Kunden ansprechen zu wollen.

Die wichtigsten Empfehlungen

- Die Erhebung und Förderung von Sprachkompetenzen beim Personal erhöhen die sprachlichen Ressourcen im Betrieb, und können für sprachliche Minderheiten gerade auch bei Rekrutierungen ein wichtiges Signal gegen aussen sein.
- Die Schaffung einer gemeinsamen Plattform der Unternehmen zur Rekrutierung von frankophonem Personal in der Region Bern könnte geprüft werden.
- Die sprachlichen Aspekte in der Ausbildung von Lernenden sollten, wo möglich, stärker berücksichtigt werden.
- Marketingaktivitäten, und dabei in erster Linie die Webseiten der Unternehmen, könnten stärker auch auf französischsprachige Kundschaft und Partner ausgerichtet sein.

Die Bedeutung der Zweisprachigkeit resp. der französischen Sprache wurde gerade auch in den qualitativen Interviews stark hervorgehoben. Die Zweisprachigkeit müsste, so viele Verantwortungsträger/-innen der Unternehmen, gegen innen und aussen stärker hervorgehoben werden, mit gesellschaftlichem und wirtschaftlichem Gewinn für die Region Bern.

2. Einführung

1.1 Ausgangslage für den Barometer der Zweisprachigkeit® in Unternehmen der Region Bern

Im Jahr 2017 wurde in den Unternehmen der Stadt Biel/Bienne, dem Seeland und dem Berner Jura erstmals der Barometer der Zweisprachigkeit® durchgeführt. Vorliegend wurden nun in einem ersten Schritt mittels einer quantitativen Umfrage die sprachlichen Gegebenheiten bei Unternehmen in der Region Bern untersucht. In einem zweiten Schritt wurden in qualitativen Interviews eines Experten des Forums für Zweisprachigkeit die quantitativen Ergebnisse im direkten Gespräch mit Unternehmerinnen und Unternehmern plausibilisiert und diskutiert.

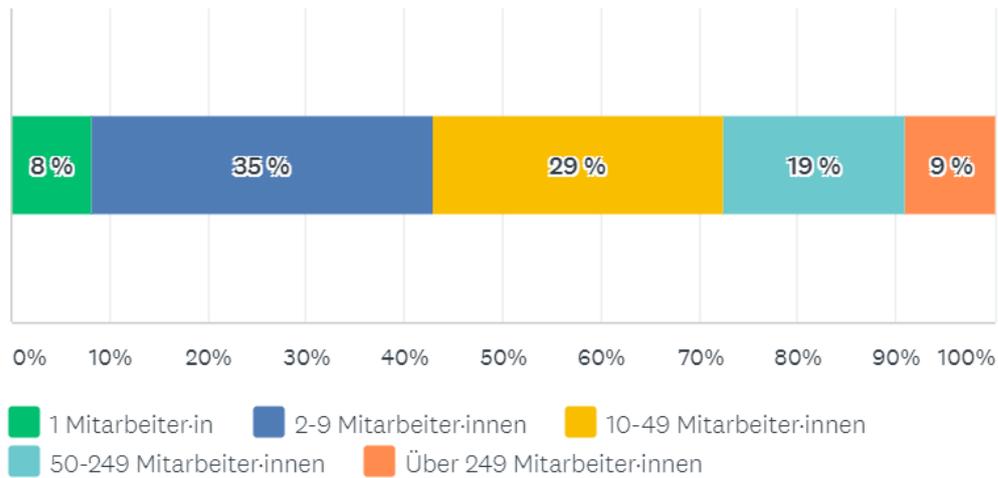
Realisiert wurde dieser Barometer der Zweisprachigkeit® in der Region Bern durch das Forum für die Zweisprachigkeit mit der Unterstützung von BERNbilingue, dem Handels- und Industrieverein (Sektion Bern-Mittelland) und der Entente Bernoise.

Der vorliegende Bericht hat einerseits zum Ziel, eine Bestandsaufnahme der Zweisprachigkeit in den Unternehmen der Region Bern zu präsentieren und andererseits bei allen Vor- und Nachteilen den Mehrwert der Zweisprachigkeit in den Unternehmen aufzuzeigen. Gleichzeitig sollen Empfehlungen formuliert werden, wie die Zweisprachigkeit in den Unternehmen der Region Bern künftig gestärkt und auch in wirtschaftlicher Hinsicht in Wert gesetzt werden könnte.

1.2 Methodik bei der quantitativen Erhebung und Verfahren bei den qualitativen Interviews

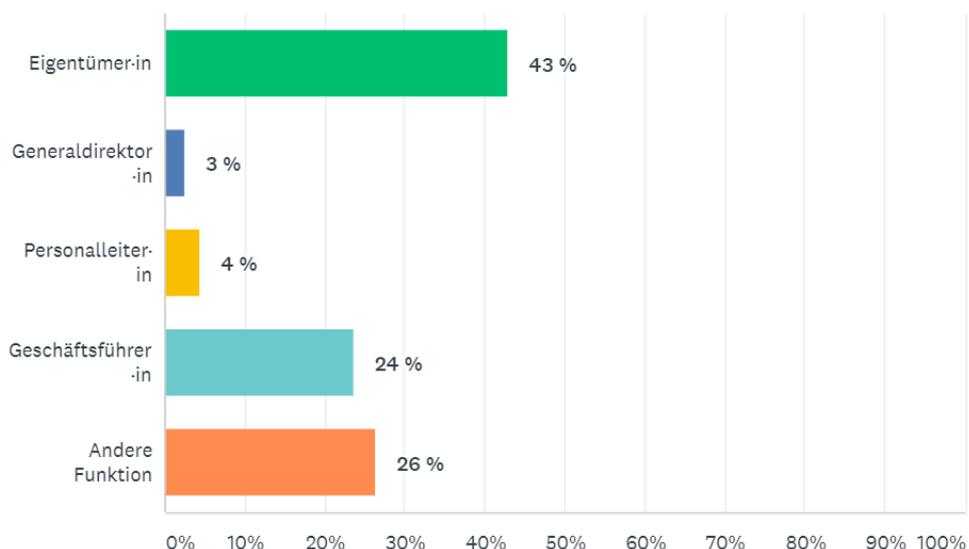
Die quantitative Erhebung erfolgte mittels einer Online-Umfrage (über E-Maileinladung) bei den Mitgliedsunternehmen des Handels- und Industrievereins Sektion Bern-Mittelland. Die Umfrage war sowohl in deutscher wie französischer Sprache abrufbar und

167 Antworten aufgezeichnet wurden. Die Grösse der Unternehmen, welche an der Befragung teilgenommen haben, lässt sich wie folgt darstellen:



Grafik 1: Wie viele Mitarbeiterinnen zählt Ihr Unternehmen/Ihre Organisation? (nur die Mitarbeitenden des Standorts oder der Standorte in der Region Bern waren anzugeben)

97 Prozent der Umfragen wurden in deutscher Sprache ausgefüllt, 3 Prozent in französischer Sprache. Die Personen, die den Fragebogen beantworteten, wurden nicht zufällig unter den Mitarbeitenden der verschiedenen Unternehmen ausgewählt, sondern sie üben alle eine Funktion in der jeweiligen Firma aus, wo sie über eine Gesamtsicht des Unternehmens verfügen und sich zum Thema Zweisprachigkeit innerhalb des Unternehmens kompetent äussern können. Dabei handelt es sich um leitende Funktionen oder auch beispielsweise um Verantwortliche/-er des Personalwesens:



Grafik 2: Welche Funktion üben Sie in Ihrem Unternehmen/Ihrer Organisation aus?

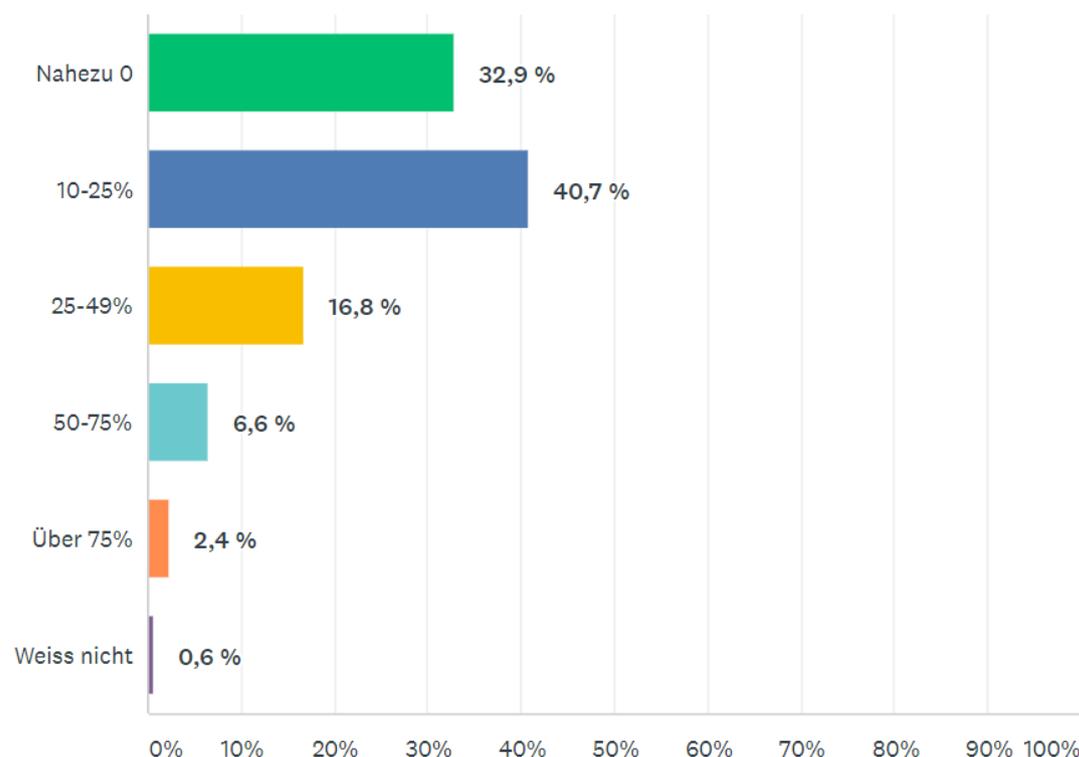
Die qualitativen Interviews wurden im März 2021 über Teams mit ausgewählten Verantwortlichen von Unternehmen aus verschiedenen Branchen und verschiedener Grösse geführt. Es handelte sich um kurze Interviews mit einigen wenigen Standardfragen zur Zweisprachigkeit im jeweiligen Unternehmen, einigen Diskussionspunkten, welche sich aus der quantitativen Erhebung ergeben haben, sowie abschliessende Fragen generell zur Bedeutung der Zweisprachigkeit für den Wirtschaftsstandort Bern. Mit den wertvollen Aussagen in diesen Gesprächen konnten einerseits Werte aus der quantitativen Erhebung plausibilisiert werden und andererseits auch gewisse Resultate noch etwas vertieft diskutiert und in Bezug auf mögliche Empfehlungen evaluiert werden.

3. Ergebnisse

3.1 Sprachliche Zusammensetzung des Personals

95 Prozent der Befragten gaben bei der quantitativen Umfrage an, dass sie die sprachlichen Kompetenzen ihrer Mitarbeitenden kennen. Diese hohe Prozentzahl erlaubt die Einschätzung, dass die Antworten auf die zweite Frage, nämlich jene zur Muttersprache der Mitarbeitenden, der sprachlichen Realität in den Unternehmen der Region Bern sehr nahe kommen dürften:

7

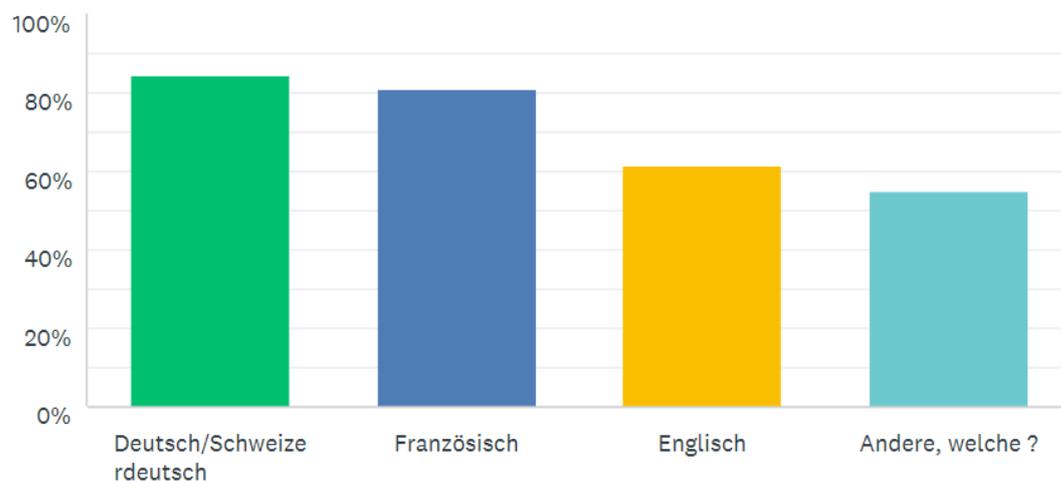


Grafik 3: Auf wieviel Prozent (%) schätzen Sie jene Mitarbeiter/-innen, deren Muttersprache nicht Deutsch oder Schweizerdeutsch ist?

In rund **einem Drittel** der Betriebe sind entsprechend fast sämtliche Mitarbeitende **deutscher oder schweizerdeutscher Muttersprache**. Es dürfte sich in erster Linie um kleinere Unternehmen handeln, wobei diese Aussage eher aufgrund der qualitativen Interviews gewagt werden kann und mangels Verknüpfung der Daten nicht durch die quantitative Erhebung überprüft werden kann. In den restlichen **zwei Dritteln** der

Unternehmen sind **mindestens zehn Prozent der Mitarbeitenden anderer Muttersprache**, in **knapp zehn Prozent der Unternehmen ist gar mehr als die Hälfte nicht (schweizer-)deutscher Muttersprache**. Die Bedeutung der Zwei- resp. Mehrsprachigkeit in der Unternehmenswelt kann also auch in einem grundsätzlich einsprachigen Umfeld wie der Region Bern-Mittelland anhand der vorhandenen Zahlenwerte deutlich unterstrichen werden.

Auch bei den sprachlichen Kompetenzen zeigt sich dieser Befund eindrücklich, hier kann nun auch noch besser nach einzelnen Sprachen aufgeschlüsselt werden:



Grafik 4: Wo verfügen Ihre Mitarbeitenden Sprachkompetenzen (mehrere Antworten möglich) ?

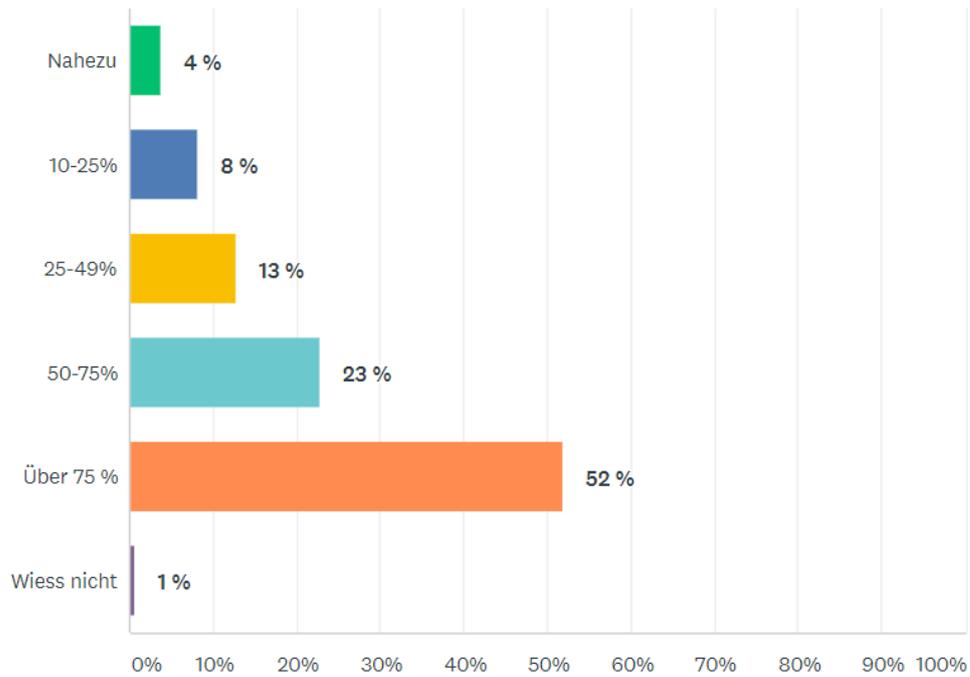
Auch wenn diese Erhebung insofern mit Vorsicht zu geniessen ist, als dass sie nichts über den Grad der Sprachkompetenzen der Mitarbeitenden in den einzelnen, angegebenen Sprachen aussagt, ist sie doch einigermaßen überraschend: gemäss der Einschätzung der Unternehmensvertreter/-innen in der Online-Umfrage **haben mit rund 80 Prozent fast gleich viele Mitarbeitende Sprachkompetenzen in (schweizer-)deutscher und in französischer Sprache**. Dies ist in einem grundsätzlich einsprachigen Umfeld, wenn auch nahe an der Sprachgrenze zur französischsprachigen Schweiz, doch einigermaßen überraschend und unterstreicht die Bedeutung der französischen Sprache in der Region Bern. **Die englische Sprache nimmt mit gut 60 Prozent ebenfalls eine wichtige Stellung ein**. Die über 50 Prozent anderen Sprachen, teilen sich, neben der dritten Landessprache Italienisch, auf viele verschiedene Sprachen in erster Linie von Herkunftsländern Europas (Spanisch, Türkisch, Kroatisch, Serbisch, Albanisch, etc.) und einigen aussereuropäischen

Sprachen (Arabisch, Tamilisch, Koreanisch, etc.) auf. In den qualitativen Interviews hat es sich zudem gezeigt, dass die Kompetenzen der jeweiligen Sprachen in den Unternehmen sehr stark von der Branche abhängig sind. Während in den Dienstleistungsberufen Französisch oder Englisch als zusätzliche Sprachen eher dominieren, so sind es in der Industrie und im Handel bedeutend mehr Mitarbeitende mit Sprachkompetenzen in anderen Sprachen.

Fazit zur sprachlichen Zusammensetzung des Personals: Nur ein Drittel, vorzugsweise kleinere Unternehmen, beschäftigen ausschliesslich Personal mit schweizerdeutscher oder deutscher Muttersprache. Alle anderen Unternehmen haben teilweise gewichtige Anteile von Personal mit Muttersprachen, die nicht Landessprache sind. Gleichzeitig zeigen die hohen Sprachkompetenzen in Französisch und Englisch in den Unternehmen die Bedeutung der Zwei- und Mehrsprachigkeit in der Wirtschaftsregion Bern-Mittelland.

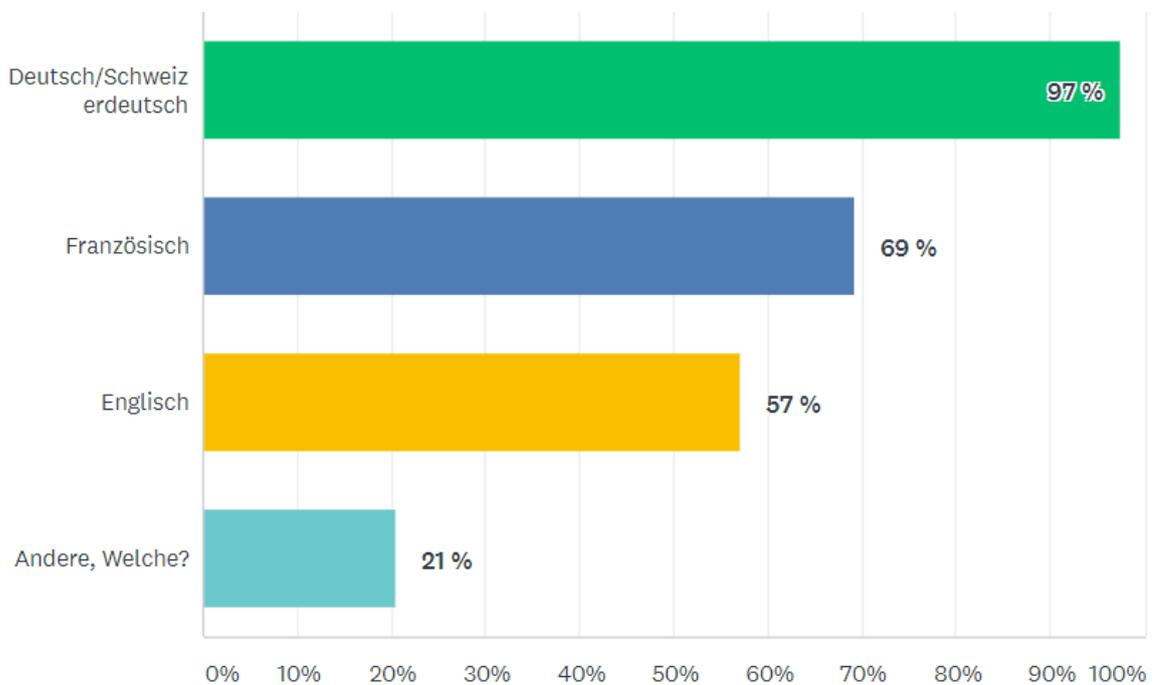
3.2 Verwendung der Sprache bei Mitarbeitenden und im Umgang mit Kunden

Mit der Eingangsfrage nach regelmässigen externen Kontakten kann zu Beginn dieses Kapitels die Bedeutung der Kommunikation, und damit einhergehend der Sprachkompetenzen, für die Mitarbeitenden gut unterstrichen werden:



Grafik 5: Wie viele Ihrer Mitarbeitenden haben regelmässige Kontakt mit externen Partnern (Lieferanten, Kunden, Behörden, etc.)?

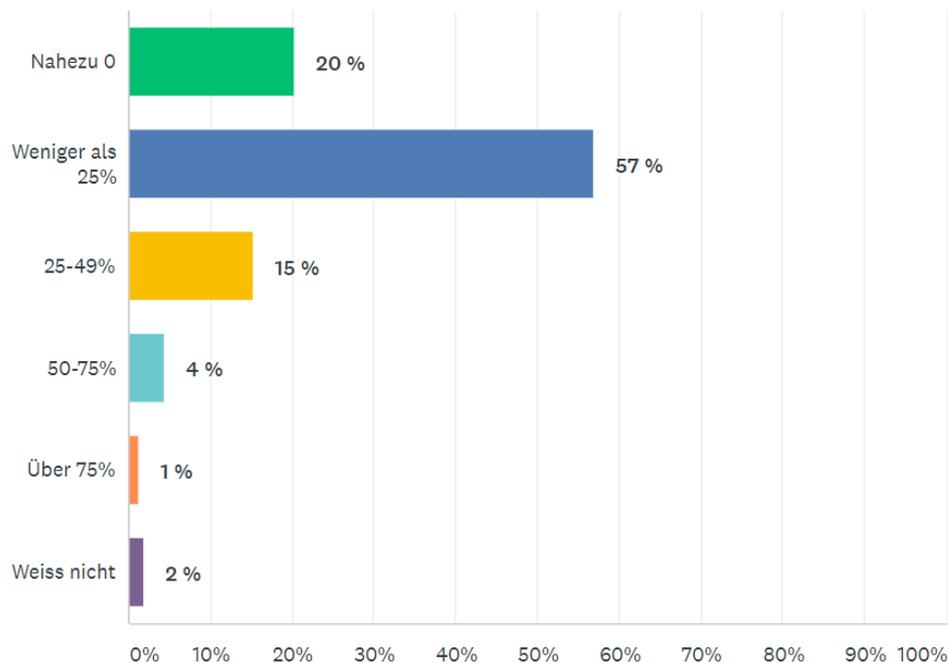
In Bezug auf die verwendeten Sprachen im Kontakt mit externen Partnern zeigt sich wiederum ein ähnliches Bild wie bei den Sprachkompetenzen:



Grafik 6: In welcher Sprache kommunizieren Ihre Mitarbeiter/-innen mit den externen Partnern? (Mehrere Antworten möglich)?

Auch hier zeigt sich also neben der grundsätzlichen Bedeutung der Kommunikation gegen aussen eindrücklich, wie präsent die französische, aber auch die englische Sprache im sprachlichen Alltag der Mitarbeitenden von Unternehmen der Region Bern ist. **Nahezu 70% (69% Französisch) respektive 57% (Englisch) der Mitarbeitenden verwenden diese Sprachen im mündlichen und schriftlichen Kontakt.** Hier wäre es sicher einmal spannend zu erfahren, ob diese Zahlen in der Wahrnehmung der Mitarbeitenden gestützt werden. Erstaunlicherweise entstand in den qualitativen Interviews nämlich eher der Eindruck, dass diese Zahlen zu hoch sein könnten. Die Bedeutung der Mehrsprachigkeit im Kontakt gegen aussen wurde demnach im Gespräch eher wieder relativiert. Es ist aber trotz allem davon auszugehen, dass die Tendenz aus der quantitativen Erhebung stimmt, da ja in der Regel auch allfällige Rekrutierungsbemühungen in den Unternehmen nach diesen Maßstäben ausgerichtet werden.

Im weiteren Verlauf der Befragung zur Verwendung der Sprache bei Mitarbeitenden und im Umgang mit Kunden wurden auch Fragen ausschliesslich im Zusammenhang mit der Bedeutung der französischen Sprache gestellt:

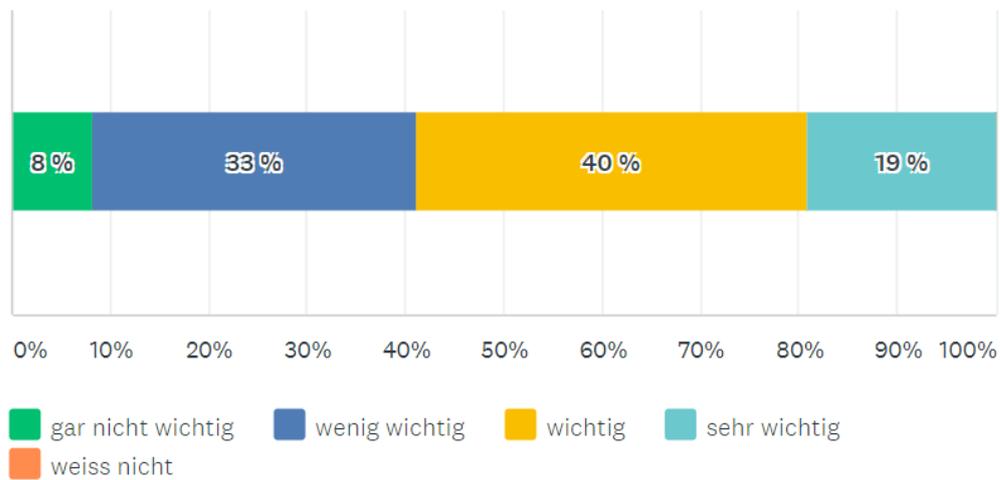


Grafik 7: Wie viele französischsprachige Kunden (in%) hat Ihr Unternehmen/Ihre Organisation Ihrer Meinung nach?

Mit den Resultaten aus dieser Befragung wird denn auch die hohe Zahl von fast 70 Prozent in der Grafik 4 wieder etwas relativiert. Denn die **rein französischsprachigen Kundinnen und Kunden machen in über drei Viertel der Unternehmen weniger als 25 Prozent aus.**

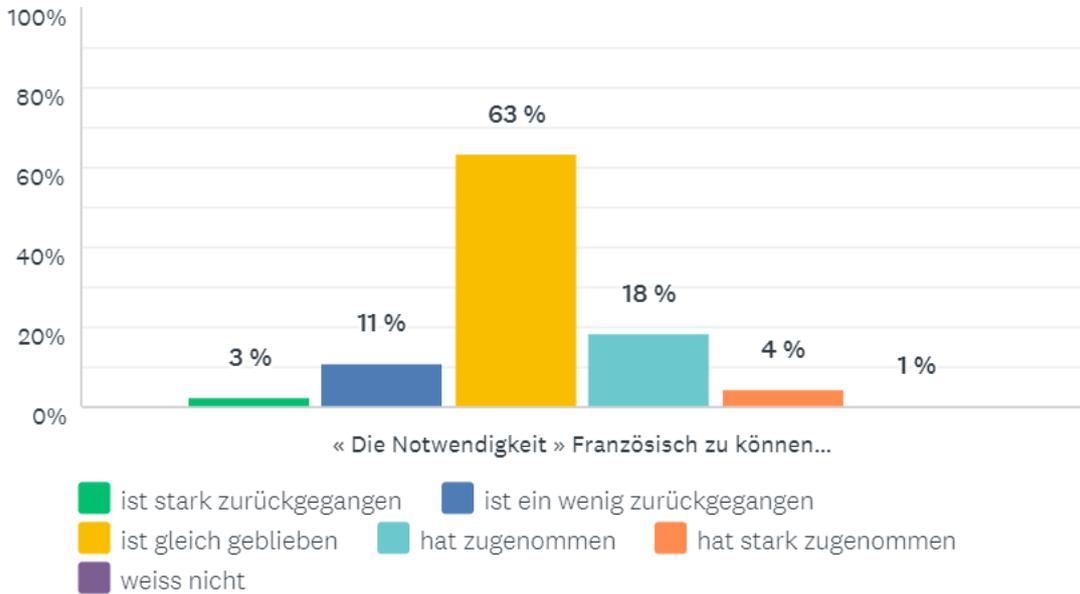
Immerhin haben **aber 15 Prozent der Unternehmen in der Region Bern zwischen einem Viertel und der Hälfte französischsprachiger Kunden.** Vielleicht entspricht der oben geschilderte subjektive Eindruck aus den qualitativen Interviews viel eher diesen Zahlen und die Interviewten haben eher an ihre Kundenstämme gedacht und weniger die Einzelkontakte nach aussen bewertet. Jedenfalls kann an dieser Stelle festgehalten werden, dass die Zahl der französischsprachigen Kunden für die Unternehmen in der Region Bern relevant ist und sich ein entsprechendes Engagement in der Frage nicht nur gesellschaftlich, sondern auch wirtschaftlich auszahlen dürfte.

Entsprechend schätzen auch **mehr als die Hälfte der befragten Repräsentantinnen und Repräsentanten der Unternehmen die französische Sprache als wichtig für die Aktivitäten ihrer Mitarbeitenden ein** und nur acht Prozent der Befragten sind der Ansicht, dass die französische Sprache für die Mitarbeitenden des Unternehmens überhaupt keine Bedeutung hat (vgl. Grafik 6 unten). Die Gründe für die Wichtigkeit der französischen Sprache resp. der Zweisprachigkeit werden einerseits mit den Kontakten gegen aussen angegeben, andererseits aber auch bei den Kaderstellen geordnet, wo die Bedeutung sowohl gegen innen (Mitarbeitende) wie auch gegen aussen geortet werden kann. Schliesslich gibt es bei einigen Unternehmen auch standortspezifische Gründe, wenn etwa Filialen in zwei- oder französischsprachigen Regionen in der Nähe liegen (Romandie, Freiburg, Biel/Bienne, etc.).



Grafik 8: Ist die Kenntnis des Französischen wichtig für die Aktivitäten Ihrer Mitarbeiter/-innen?

Schliesslich zeigen die Resultate der quantitativen Befragung in der historischen Perspektive **keine Abnahme der Bedeutung der französischen Sprache** für die Mitarbeitenden der Unternehmen in der Region Bern. Im Gegenteil zeigt sich eher eine leichte Zunahme der Bedeutung:



Grafik 9: Haben Sie in den letzten Jahren eine Entwicklung festgestellt bezüglich der Notwendigkeit, in Ihrem Sektor Deutsch und Französisch zu können?

Interessanterweise konnte in den qualitativen Interviews dieser Aspekt zwar teilweise ebenfalls hervorgehoben werden, allerdings wurde in den Gesprächen die

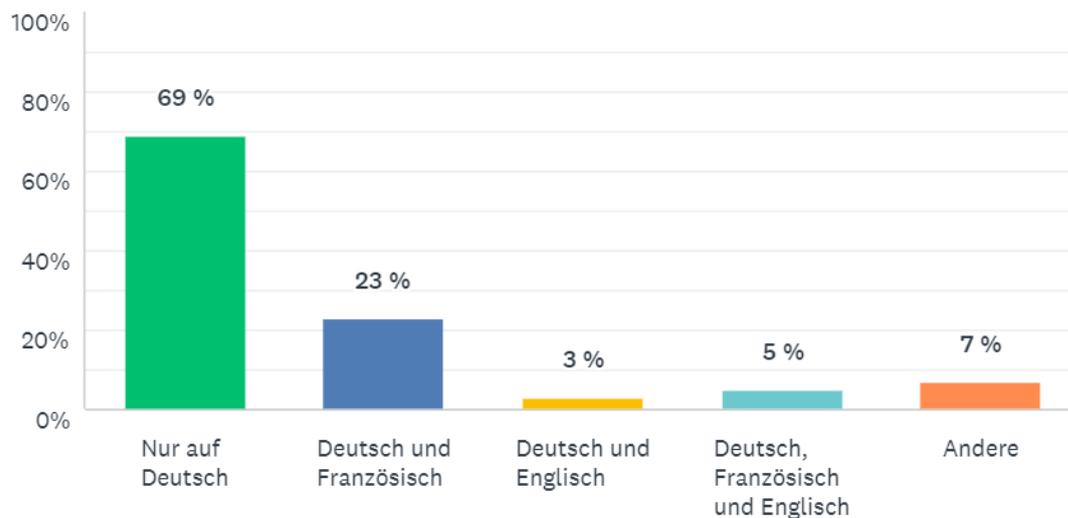
gesellschaftliche Bedeutung der französischen Sprache (nationaler Zusammenhalt, intellektuelle Herausforderung durch die Zweitsprache, Auseinandersetzung mit einer anderen „Landeskultur“) immer viel stärker hervorgehoben als die wirtschaftliche Bedeutung. Fast sämtliche Gesprächspartner und Gesprächspartnerinnen haben, die in ihren Augen sehr grosse Bedeutung des Französischen im gesellschaftlichen Kontakt in der Schweiz und spezifisch der Region Bern thematisiert und hervorgehoben. Wiederholt wurde auch die „Rivalität“ zwischen Englisch und Französisch im Kampf um die zweite zu erlernende Sprache bedauert. Einerseits scheint es für die meisten Interviewten klar zu sein, dass nach wie vor Französisch an den Schulen in der Schweiz (resp. Deutsch in den Westschweiz) zuerst erlernt werden sollte, andererseits wurde auch betont, dass dies kein Ausschlusskriterium für einen fast gleichzeitigen Erwerb der englischen Sprache sein müsste. Beides, so unisono die Befragten, käme dem Wirtschaftsstandort Bern sehr entgegen.

Fazit zur Verwendung der Sprache bei Mitarbeitenden und im Umgang mit Kunden: Die Bedeutung des Französischen (aber auch des Englischen) für die externen Kontakte ist hoch. Auch ist die Zahl der französischsprachigen Kundinnen und Kunden für die Unternehmen der Region relevant. Die Notwendigkeit Deutsch **und** Französisch zu können wird gar eher als zunehmend wahrgenommen von den Befragten.

3.3 Personal- und Lernendenrekrutierung

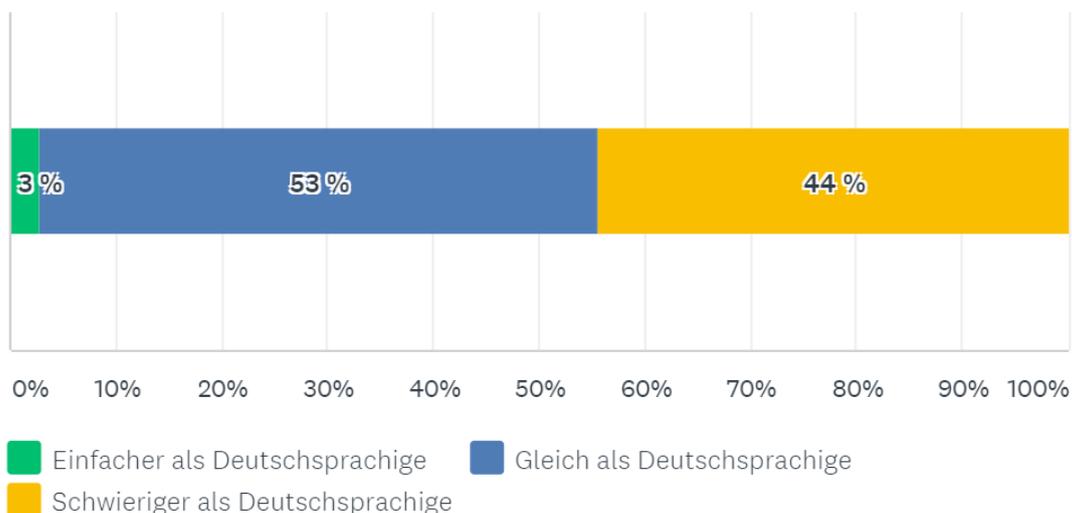
Knapp die Hälfte aller Unternehmen, nämlich 46 Prozent, welche sich an der quantitativen Befragung beteiligt haben, geben an, dass sie mindestens gelegentlich Personal mit französischer Muttersprache rekrutieren. Die Gründe und die Art und Weise für die Ausschreibung französischsprachiger Stellen sind vielfältig. Wichtig ist selbstverständlich allen Befragten, dass die fachlichen Grundkompetenzen neben den sprachlichen Kompetenzen vorhanden sind. Für einige Unternehmen spielt es wiederum keine Rolle, ob die neuen Mitarbeitenden französischer, deutscher oder anderer Muttersprache sind, da Englisch die Hauptsprache bildet und perfekt beherrscht werden muss. Wichtig ist generell

ebenfalls, dass neben der französischen Sprache auch gute Kenntnisse in deutscher Sprache vorhanden sind. Oftmals wird entsprechend eine französischsprachige Stelle ausgeschrieben, aber faktisch Zweisprachigkeit verlangt. Die Stellenausschreibungen für französischsprachige Stellen erfolgen entweder über das eigene Netzwerk oder dann auf klassischem Weg als Inserat sowohl in der Deutsch- und Westschweiz, teilweise auch nur in der Westschweiz. 23 Prozent der Unternehmen schreiben Stellen konsequent zweisprachig aus:



Grafik 10: In welchen Sprachen werden Ihre Stellen ausgeschrieben?

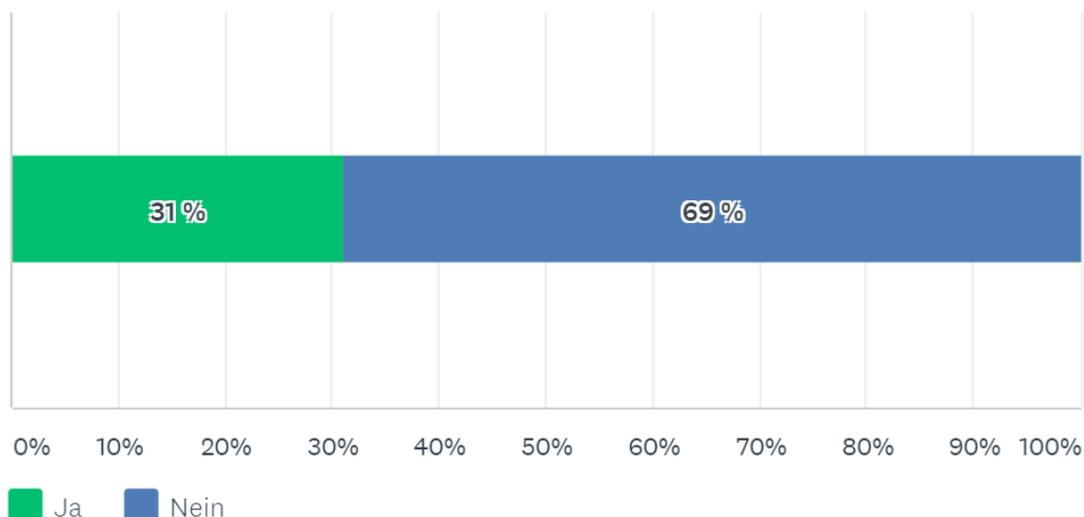
Trotzdem beklagen die befragten Unternehmen Schwierigkeiten bei der Rekrutierung von französischsprachigem Personal im Vergleich zu deutschsprachigem Personal:



Grafik 11: Ist es einfach, französischsprachiges Personal zu rekrutieren?

Fast die Hälfte der Unternehmen in der Region Bern (44 Prozent) scheint demnach Schwierigkeiten bei der Rekrutierung frankophoner Mitarbeitenden zu kennen. Der Grossteil (85 Prozent) der Unternehmen gibt zudem an, dass die eigenen Sprachkenntnisse bei der Rekrutierung von Vorteil sind. Weiter kann festgestellt werden, dass fast die Hälfte der Unternehmen externe Kosten für sprachliche Weiterbildung der Mitarbeitenden übernimmt, rund 40 Prozent sind es bei den internen Weiterbildungen.

Schliesslich spielen die Sprachkompetenzen nur bei einem knappen Drittel der Unternehmen eine Rolle bei der Ausbildung von Lehrlingen im Betrieb:



Grafik 12: Bilden Sprachkompetenzen einen Aspekt bei der Ausbildung von Lehrlingen in Ihrem Unternehmen/Ihrer Organisation?

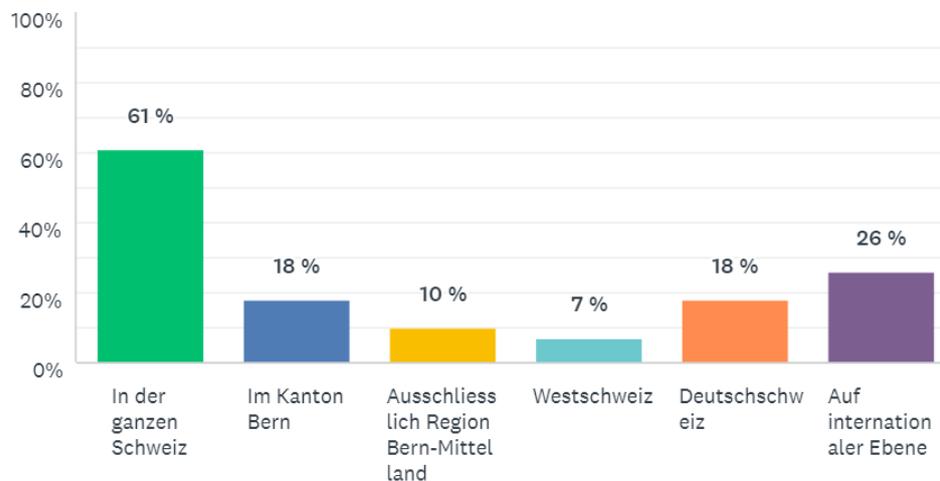
Dieser Aspekt wird bei den Empfehlungen am Schluss des Berichts noch einmal aufgenommen, gibt es doch in diesem Bereich ein brachliegendes Potenzial für eine zukünftig einfachere Rekrutierung von zumindest ansatzweise zweisprachigen Mitarbeitenden.

Fazit zu Personal- und Lernendenrekrutierung: Einerseits rekrutiert fast die Hälfte der Unternehmen gelegentlich französischsprachiges Personal und fast ein Viertel schreibt Stellen konsequent zweisprachig aus. Aber die Rekrutierung von frankophonen Mitarbeitenden scheint trotz der Nähe zur Sprachgrenze deutlich schwieriger zu sein als

beim deutschsprachigen Personal. In der Lernendenausbildung spielen sprachliche Aspekte nur bei einer deutlichen Minderheit eine Rolle.

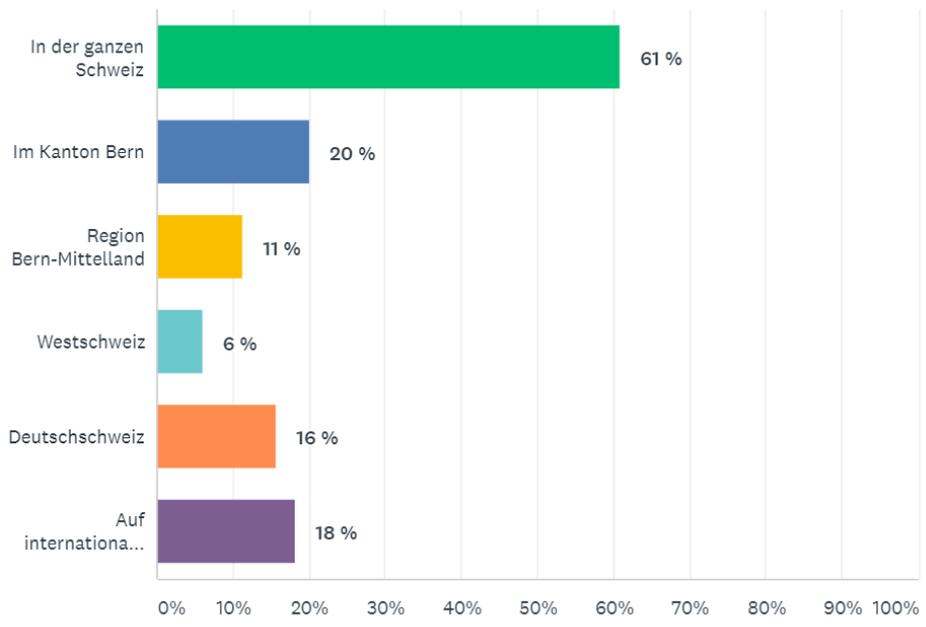
3.4 Produkte / Dienstleistungen / Marketing

Deutlich mehr als die Hälfte der Unternehmen sind in der ganzen Schweiz tätig, nur rund ein Fünftel der Unternehmen beschränkt sich auf die Deutschschweiz (ohne den zweisprachigen Kanton Bern) (18%):



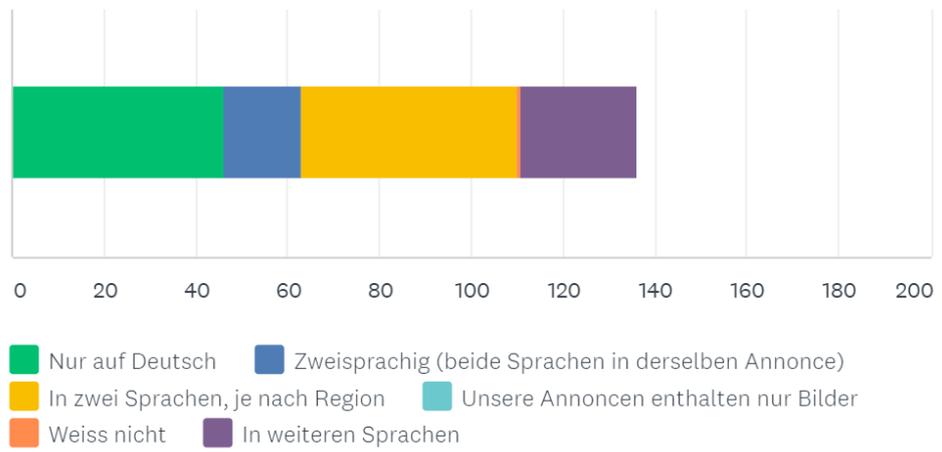
Grafik 13: In welcher/welchen geographischen Region(en) werden die Dienstleistungen/Produkte Ihres Unternehmens/Ihrer Organisation angeboten?

Auch dieses Resultat bestätigt einmal mehr, dass die Zwei- und Mehrsprachigkeit auch in wirtschaftlicher Hinsicht ihre Bedeutung hat in der Region Bern. Dies spiegelt sich auch in der geographischen Aufteilung der Werbung für die Produkte und Dienstleistungen der Unternehmen wider:



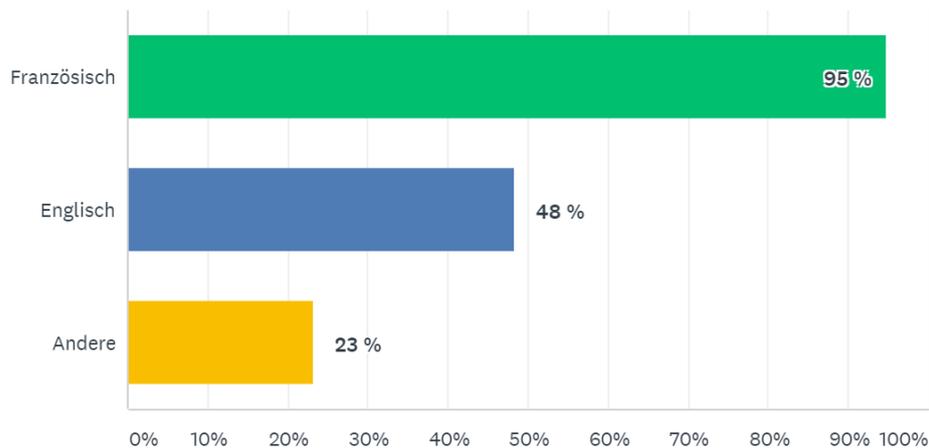
Grafik 14: In welchen Regionen machen Sie Werbung für Ihre Produkte/Dienstleistungen?

Ähnlich sieht es bei den verwendeten Sprachen in der Werbung auf. Auch hier fällt auf, dass der rein deutschsprachige Teil weniger als die Hälfte der gesamten Werbung der Unternehmen ausmacht und somit andere Sprachen, worunter auch das Französische, eine wichtige Rolle spielen:



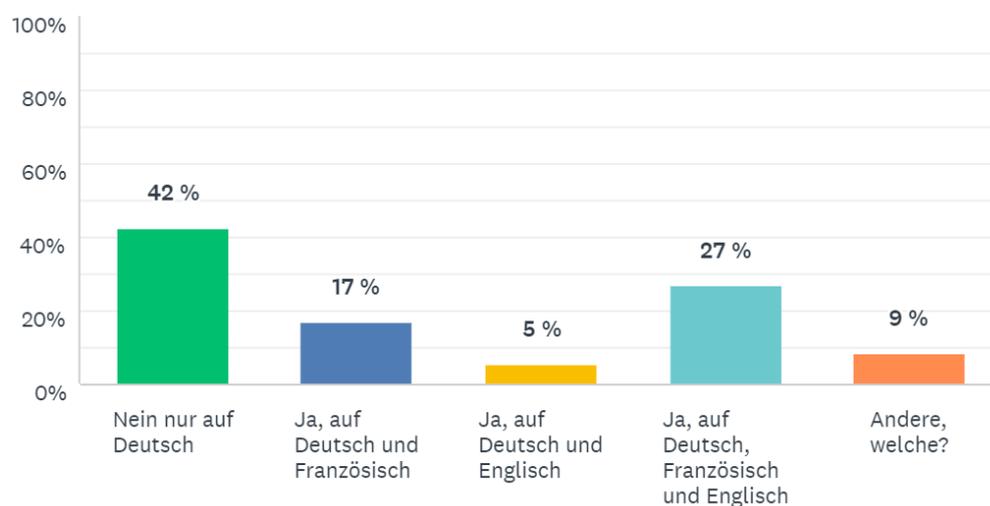
Grafik 15: In welcher Sprache wird Ihre Werbung veröffentlicht?

Im Bereich der Übersetzungen greifen **32 Prozent der Unternehmen auf einen externen Übersetzungsdienst zurück, 29 Prozent arbeiten mit internen Übersetzungsdienstleistungen.** Französisch ist dabei die mit Abstand am stärksten nachgefragte Sprache, was zu einem guten Teil die geographische Verbreitung der Angebote (Grafik 11) widerspiegelt:



Grafik 16: In welchen Sprachen greifen Sie auf Übersetzer/-innen zurück (mehrere Antworten möglich)?

Schliesslich wurden im Bereich der Kommunikationsmittel noch Daten zu den Webseiten der Unternehmen erhoben: **96 Prozent der an der Umfrage beteiligten Unternehmen pflegen eine eigene Webseite**, davon wiederum sind 42 Prozent der Seiten nur in deutscher Sprache abrufbar, was gegenüber der geographischen Verteilung der Produkte / Dienstleistungen (vgl. Grafik 11) resp. des angegebenen geographischen Werbegebietes (vgl. Grafik 12) eine überraschend hohe Zahl ist:



Grafik 17: Ist die Webseite in einer anderen Sprache als Deutsch abrufbar, und wenn ja, in welcher oder in welchen Sprache(n)?

Bemerkenswert tief sind hier auch die zwei- oder dreisprachigen Seiten (D/F oder D/E/F), bei 44 Prozent. Auch hier gibt es ein gewisses Potenzial, auch wenn die Pflege von mehrsprachigen Webseiten bekanntermassen insbesondere für KMU einen nicht zu unterschätzenden Ressourcenaufwand bedeutet.

Fazit zu Produkte / Dienstleistungen / Marketing: Nur wenige Unternehmen und Organisationen (knapp 20 Prozent) sind ausschliesslich in der deutschsprachigen Schweiz tätig. Dies spiegelt sich auch in der geographischen und sprachlichen Verteilung der Werbeaktivitäten wider. Hingegen sind erstaunlich viele Webseiten nur auf Deutsch abrufbar.

4. Empfehlungen

Als Schlussfolgerung können aus Sicht des Forums für Zweisprachigkeit zu den einzelnen im Barometer der Zweisprachigkeit® behandelten Themen folgende erste generelle Empfehlungen formuliert werden:

Sprachliche Zusammensetzung des Personals und Verwendung der Sprache bei Mitarbeitenden und im Umgang mit Kunden

- ➔ Die Zwei- und Mehrsprachigkeit der Mitarbeitenden scheint ausgeprägt zu sein und die damit verbundenen Sprachkompetenzen sind sehr wichtig. Entsprechend ist es von Bedeutung, wenn die einzelnen Unternehmen die Sprachkompetenzen ihrer Mitarbeitenden von Zeit zu Zeit erheben. Dies kann unter Umständen auch zu wertvollen Ressourcen für das Unternehmen selber führen.
- ➔ Die Förderung von Sprachkompetenzen beim Personal über interne oder externe Kurse, SprachTandems® oder ähnliche Angebote erhöht die sprachlichen Ressourcen im Betrieb, kann aber gerade auch bei Rekrutierungen ein wichtiges Signal gegen aussen für sprachliche Minderheiten sein.

Personal- und Lernendenrekrutierung

- ➔ Die Rekrutierung von frankophonen Mitarbeitenden scheint trotz der Nähe zur Sprachgrenze deutlich schwieriger zu sein als beim deutschsprachigen Personal. Hier könnte sich allenfalls eine gemeinsame Plattform der Unternehmen zur Rekrutierung von frankophonem Personal in der Region Bern als gewinnbringend herausstellen.
- ➔ Bei der Ausbildung der Lernenden spielen sprachliche Aspekte eine geringe Rolle. Wo es die Ausbildung und die Verhältnisse im Unternehmen/in der Organisation zulassen, sollten sprachlichen Aspekten stärker Rechnung getragen werden auch im Hinblick auf die Rekrutierungsproblemen von zweisprachigen Mitarbeitenden. Eine Möglichkeit bildet auch ein Austausch von Lernenden über die Sprachgrenze hinweg.
- ➔ Unternehmen könnten das Thema der Verbesserung der Sprachkenntnisse gegenüber den zuständigen Behörden adressieren.

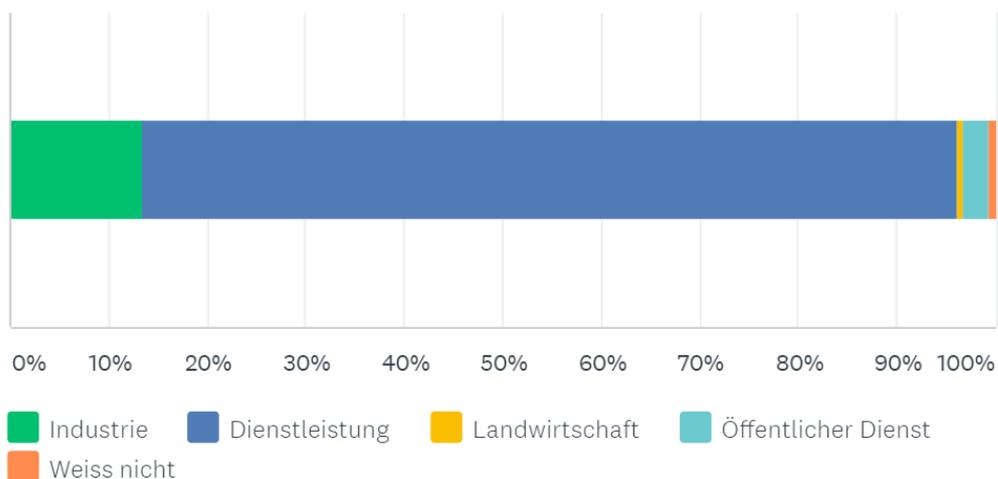
Produkte / Dienstleistung / Marketing

- ➔ Die Zahl von rein deutschsprachigen Webseiten erscheint verglichen mit der geographischen Verteilung der Produkte und Dienstleistungen und den entsprechenden Werbeaktivitäten hoch. Die Webseite bildet je länger je mehr die Eingangspforte zum Unternehmen und beeinflusst dessen Wahrnehmung von aussen sehr ausgeprägt (auch bei Rekrutierungen!). Die Zweisprachigkeit von Webseiten – aber auch Marketingaktivitäten über social media beispielsweise - in der Region Bern wird deshalb dort empfohlen, wo es auch markttechnisch Sinn macht.

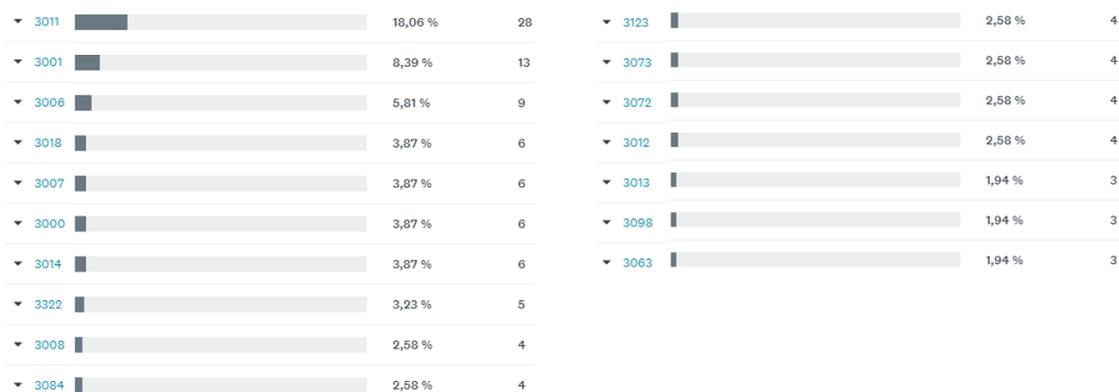
Generell wurde in den qualitativen Interviews mehrfach betont, dass sich die Zweisprachigkeit in der Region Bern nicht zu verstecken brauche. Ja, man solle vielmehr stolz sein darauf, diese ausbauen und auch gerne öfters mal „ins Schaufenster“ stellen. Dies zahle sich gesellschaftlich und wirtschaftlich für die Region auf längere Frist aus...

Biel/Bienne, 12. April 2021

Anhang: Weitere sozio-demographische Angaben



Grafik 18: In welchem wirtschaftlichen Sektor ist Ihr Unternehmen/Ihre Organisation tätig?



Grafik 19: Postleitzahl des Hauptstandortes Ihres Unternehmens/Ihrer Organisation in der Region?