

Het belang van vreemde talen in Vlaamse bedrijven

Anke De Winter

Masterproef aangeboden binnen de opleiding
master in de bedrijfscommunicatie

Promotor prof. dr. Piet Desmet

Academiejaar 2014-2015

98 458 tekens

Summary

Introduction

Increasing globalization in the 21st century does not only affect people's everyday life, it definitely has an important impact on business as well. Since the first initiative to unify the trade market and with the developments in technology, international commerce has never been easier. Belgium and, in particular, Flanders, have a very open economy in which export plays an important part. However, in order to establish successful and enduring relationships with business partners abroad, communication and language are essential.

Research questions & methodology

This thesis wants to map language use in Flemish enterprises. Based on the study of literature, three research questions were formulated, each divided into several sub-questions.

RQ 1. Which languages are used in Flemish companies, how much and to what end?

Which languages do Flemish companies use and for which tasks? Is there a difference between internal and external communication? How often are Flemish employees confronted with foreign languages?

RQ 2. Are Flemish firms often confronted with language issues due to a lack in their employees' language skills?

In a multilingual environment language skills are essential, but lack of these skills can cause different problems for businesses. This question wants to investigate if Flemish companies also experienced this. Are there internal communication problems because not every employee speaks the same language? Do the employees' language skills influence the choice of export markets? Did the company ever miss commercial opportunities because of a lack of language skills? Does the company sometimes face extra expenses owing to insufficient knowledge of languages?

RQ 3. Do Flemish companies implement language management strategies?

Language management strategies have as a goal to help businesses deal with language problems and to optimize a company's functioning. Because there is a wide range of strategies available the survey looks in detail into three specific ones.

RQ 3.1. Do Flemish enterprises use language education as a management tool?

In literature, language education is often seen as crucial in a company's language policy. What is the opinion of Flemish companies on this matter? Do they organise language classes? Are employees obliged to take these if their language skills are unsatisfactory? How are these classes organized?

RQ 3.2. Do Flemish companies hire new staff in function of their language needs?

A second important strategy is hiring staff with the necessary language skills. So do Flemish companies take knowledge of languages into account in the case of an application? Do they test this knowledge and how? Or do the companies use foreign employees to acquire the requisite language skills?

RQ 3.3. Is the company website available in (several) foreign languages?

The final investigated strategy is the one least expensive for companies, viz. using a website that is available in one or more foreign languages.

To examine these questions an online survey was created, in collaboration with my fellow student Claire Weverbergh. In the spring of 2014 she looked into the same subject but focused on companies in Brussels. The questionnaire was divided into five parts: the place of languages in the corporation, the company's language needs, the language education offer and some questions to form an idea of the company's profile and the profile of the interviewee. In total, 108 respondents completed the survey while 85 started the survey but did not finish it.

Results

The respondents were mostly female and highly educated, varying in age between 31 and 50. The large majority of them were multilingual themselves: besides Dutch, which every respondent knew, most of the respondents were also proficient in English, French and German. For the most part the answering companies were SMEs or large companies, operating in the industrial sector or the services sector. The firms focus mostly on Flemish clients; but turnover is mostly realised in a combination of Belgium and foreign countries (most often France, the Netherlands or Germany).

Language use in Flemish companies concentrates on Dutch, French and English. Most companies use one official language, which is primarily Dutch. A smaller number is bilingual and uses Dutch and French or Dutch and English. These three languages also dominate internal and external communications: Dutch is the language most used; as a second language English and French take turns depending on the kind of communication. Contact with foreign languages is limited for workers, but on average 90% of office workers, middle managers and managers use languages other than their mother tongue at least once a week.

At times, Flemish companies are confronted with problems that are due to a lack of their employees' language skills. Returning problems are extra expenses for translations and language classes, trouble in finding a new employee with enough knowledge of languages and internal communication problems. Less frequently occurring issues were the fact that employees' skills influence exports or collaborations and the loss of business contracts.

The research showed that Flemish firms use language management to a certain degree but improvement is still possible. Although language education is widely spread in the questioned enterprises, in most of them language training is not a large part of the total education offered. If the company organises courses for its employees, these are mostly aimed at acquiring extra communicative skills and specialized vocabulary in French or English. The

majority of the companies attach great importance to language skills in case of an application, but there is still a significant part that does not actually test the applicant's skills. The final strategy, a multilingual website, is implemented by just under three quarters of the questioned firms. If they have a website in several languages, it is mostly bilingual Dutch – French or Dutch – English.

Comparison with other studies

The study has many points in common with a similar research, which investigated the same subject in Brussels, but also shows some striking differences. French is clearly less used in Flanders than in Brussels, but the use of Dutch is quite similar. As for English there is little difference between the two regions. However, if asked about specific tasks English is much more used in Flanders while French is more common in Brussels. With regard to language problems, the results are quite similar, but much fewer companies in Brussels report extra expenses because of a lack of language skills. Furthermore, Brussels companies judge language skills as essential more often than Flemish businesses do. Both Flemish and Brussels companies offer language education, mostly in French, Dutch and English. Finally for both regions there is a large gap between belief in the importance of language and the actual practice: language education plays an important part in the global education budget in only few companies.

Another comparable study was the ELAN study, which showed some contrastive results. Some results seem to suggest that companies now attach more importance to language skills, others however seem to suggest the opposite. On the one hand one loses fewer contracts because of language skills, on the other lack of skills influences exports in more companies. Some management techniques are applied more often and others less. On the basis of this study it is hard to speak of an evolution, neither in a positive direction, nor in a negative one.

Dankwoord

Deze thesis zou niet tot stand gekomen zijn zonder hulp van velen. Ten eerste wil ik graag mijn promotor, prof. dr. Piet Desmet danken voor zijn hulp en begeleiding bij de uitwerking van het onderwerp en de vragenlijst. Verder dank ik Kathleen Heireman en Nathalie Deblanc van het BLCC die heel nuttig tips gaven bij de opstelling van de enquête en die de database voor de respondenten aanleverden. Daarnaast wil ik alle respondenten bedanken die de moeite en tijd genomen hebben om mijn enquête in te vullen en zonder wie er geen onderzoek was geweest. Ten slotte wil ik ook nog mijn ouders en zussen bedanken voor hun reken- en naleeswerk en steun.

Inhoud

Summary	2
Introduction	2
Research questions & methodology	2
Results	3
Comparison with other studies	4
Dankwoord	5
Inhoud	6
Lijst van figuren en tabellen	8
Figuren	8
Tabellen	8
1. Inleiding	10
2. Wetenschappelijke context	11
2.1. Inleiding	11
2.2. Sleutelconcepten	11
2.3. Taalmanagement	12
2.3.1. Economische en organisatorische relevantie van meertaligheid	12
2.3.2. ELAN-studie	13
2.3.2.1. Survey KMO's	13
2.3.2.2. Onderzoek grote Europese bedrijven	15
2.3.2.3. Impact van vreemde-talengebruik op export	15
2.4. Meertaligheid en taalpolitiek in Europa	16
2.4.1. Europese taalsituatie en gevoerde taalpolitiek	16
2.4.2. Eurobarometer 386: <i>Europeans and their languages</i>	17
2.4.2.1. Meertaligheid in de EU	17
2.4.2.2. Taalgebruik	18
2.4.2.3. Attitudes t.o.v. het leren van een taal	18
2.4.2.4. Attitudes t.o.v. meertaligheid	19
2.4.2.5. Conclusie	19
2.5. Meertaligheid en taalpolitiek in Vlaanderen	20
2.5.1. Vlaamse taalsituatie	20
2.5.2. Onderzoek naar belang van taal in Vlaamse bedrijven	20
2.5.2.1. Limburg	20
2.5.2.2. Antwerpse Kempen	21
3. Onderzoeksvragen	22
4. Methodologie	23
4.1. Literatuuronderzoek	23

4.2. Eigen onderzoek.....	23
5. Resultaten	25
5.1. Inleiding.....	25
5.2. Profiel respondenten en hun bedrijf	25
5.2.1. Profiel respondenten	25
5.2.2. Bedrijfsprofiel	27
5.2.3. Conclusie.....	30
5.3. Plaats van taal in het bedrijf.....	30
5.3.1. Taalpolitiek van het bedrijf	30
5.3.1.1. Officiële taal van het bedrijf.....	31
5.3.1.2. Bedrijfswebsite	32
5.3.1.3. Interne en externe communicatie	33
5.3.1.4. Talenkennis bij aanwerving.....	34
5.3.2. Taalproblemen binnen het bedrijf.....	36
5.4. Leerbehoeftes	37
5.5. Opleidingsaanbod.....	39
5.5.1. Bedrijven die geen taalopleidingen aanbieden	39
5.5.2. Bedrijven die wel taalopleidingen aanbieden.....	40
5.5.2.1. Gemeenschappelijke vragen	40
5.5.2.2. Taalopleidingen	41
5.6. Vergelijking eigen onderzoek en twee eerdere studies.....	44
5.6.1. Vergelijking met de situatie in Brussel.....	44
5.6.1.1. Plaats van taal in het bedrijf	44
5.6.1.2. Leerbehoeftes.....	45
5.6.1.3. Opleidingsaanbod	46
5.6.2. Vergelijking met ELAN-studie	47
6. Conclusie.....	49
7. Bronnen	51
7.1. Boeken, artikels en rapporten.....	51
7.2. Websites.....	52
8. Bijlagen	53
8.1. Verdeling vragen enquête over onderzoeksvragen.....	53
8.2. Online enquête (NL).....	55
8.3. Begeleidende e-mail (21/10/2014).....	71
8.4. Herinneringse-mail (07/11/2014).....	72
9. Biografie.....	73

Lijst van figuren en tabellen

Figuren

Figuur 1. Vraag 5.1.1. Wat is het hoogste diploma dat u hebt behaald?	25
Figuur 2. Vraag 5.1.6. Wat is uw leeftijd?	26
Figuur 3. Vraag 5.1.4.a. Welke talen beheerst u?	26
Figuur 4. Vraag 4.7.a. Telt uw bedrijf ...?	27
Figuur 5. Vraag 4.7.b. Welke werknemersprofielen worden er ingezet in uw bedrijf?	27
Figuur 6. Vraag 4.5.a. Tot welke sector kan uw bedrijf gerekend worden?	28
Figuur 7. Vraag 4.4. Klantenbestand	29
Figuur 8. Vraag 4.6.a. Wat is de jaarlijkse omzet van uw bedrijf?	29
Figuur 9. Vraag 4.6.c. Als er omzet in het buitenland wordt gerealiseerd, in welke landen gebeurt dit dan?	30
Figuur 10. Vraag 1.4.b. In welke talen is de website van uw bedrijf beschikbaar?	32
Figuur 11. Vraag 1.2. Welke talen worden er in uw bedrijf ingezet voor interne communicatie?	33
Figuur 12. Vraag 1.3. Wat is/zijn de officiële taal (talen) van uw bedrijf voor externe communicatie?	34
Figuur 13. Vraag 1.5.a. Hecht uw bedrijf veel belang aan talenkennis bij een sollicitatie?	35
Figuur 14. Vraag 1.5.b. Hoe wordt talenkennis getest bij een sollicitatie?	36
Figuur 15. Vraag 1.10. Zijn er bepaalde kosten die uw bedrijf heeft door een gebrek aan talenkennis bij uw medewerkers?	37
Figuur 16. Vraag 2.1.a. Hoeveel procent van uw personeel heeft minstens éénmaal per week contacten in een andere taal?	38
Figuur 17. Vraag 3.4.b. Maakt uw bedrijf gebruik van bepaalde subsidies om taalopleidingen te financieren?	41
Figuur 18. Vraag 3.7. Welke vorm van taalopleiding kan de werknemer volgen?	42
Figuur 19. Vraag 3.11. Met welke taalopleidingscentra heeft u al samengewerkt?	43
Figuur 20. Vraag 3.13. Bij een samenwerking tussen uw bedrijf en een vast talencentrum/taaltrainer, wat zijn de parameters die de keuze bepalen?	43
Figuur 21. Vraag 3.14. Wat is de plaats van taalopleidingen binnen het globale opleidingsaanbod van uw bedrijf?	44

Tabellen

Tabel 1. Vraag 1.1. Wat is/zijn de officiële talen van uw bedrijf?	31
Tabel 2. Vraag 2.1.b. In welke talen verloopt dit contact vooral?	38
Tabel 3. Vraag 2.2. Welke van de onderstaande taken worden soms binnen uw bedrijf in een vreemde taal uitgevoerd?	39
Tabel 4. Vraag 3.2. Voor welke opleidingsprofielen worden taalopleidingen voorzien?	40
Tabel 5. Vergelijking interne en externe communicatie	45
Tabel 6. Opleidingsaanbod per profiel per regio (Vlaanderen: n=83) (Brussel: n=53)	46

“Improved communication (written and verbal) in foreign languages and a better understanding of cultural differences will have an important impact on doing business abroad successfully...Language skills are essential in any open economy where the mother tongue is not a world language.”

Belgische respondent uit ELAN-studie (2006: 39)

1. Inleiding

De toenemende globalisatie in de 21^e eeuw heeft niet alleen effect op het dagelijks leven maar ook op het bedrijfsleven. Zeker in België, dat een heel open economie heeft, is export zeer belangrijk. Essentieel om een succesvolle relatie op te bouwen met anderstalige zakenpartners is een goede communicatie, en dus kennis van taal en cultuur. Voor bedrijven lijkt het bijgevolg belangrijk in te zetten op een goed taalmanagement en op voldoende talenkennis bij hun werknemers.

Dit onderzoek wil blootleggen hoe het is gesteld met de huidige taalsituatie in Vlaamse bedrijven, aan de hand van drie overkoepelende thema's. Ten eerste wordt ingegaan op het gebruik van talen in Vlaamse bedrijven, hoe vaak men vreemde talen gebruikt en in welke situatie. Er wordt hierbij aandacht besteed aan verschillen tussen hiërarchische posities en aan de specifieke taken die uitgevoerd worden in vreemde talen. Het tweede thema focust op taalproblemen die binnen bedrijven ontstaan door een gebrek aan talenkennis. Zo kunnen er interne problemen voorkomen, maar onvoldoende taalcapaciteit kan ook invloed hebben op het functioneren van het bedrijf. Ten derde wordt onderzocht of Vlaamse bedrijven al taalmanagement implementeren. Tegenwoordig wordt alles gemanaged, maar taal wordt vaak vergeten, ondanks het belang ervan.

Het onderzoek vertrekt van een literatuurstudie (deel twee), die ons inzicht biedt in relevante sleutelconcepten en ook analoge studies aanreikt. Op basis daarvan werden specifieke onderzoeksvragen geformuleerd en een enquête opgesteld om de situatie in Vlaanderen te bevragen. Deel drie en vier van deze thesis bespreken de uitwerking van die vragen en de enquête. In deel vijf worden de resultaten geanalyseerd in vier deelcomponenten. Ten eerste wordt een profiel van de respondent zelf en van het bedrijf geschetst. Daarna gaat het onderzoek in op de plaats van taal in het bedrijf en op de leerbehoeftes ervan. Ten slotte wordt de rol van taalopleidingen bekeken. We ronden dit deel af met een vergelijking tussen het eigen onderzoek en andere gelijkaardige studies. Afsluitend worden in deel zes de belangrijkste conclusies samengebracht en worden er suggesties voor verder onderzoek geformuleerd.

2. Wetenschappelijke context

2.1. Inleiding

Dit deel van de thesis vormt de wetenschappelijke achtergrond voor het eigenlijke onderzoek. Ten eerste worden enkele sleutelconcepten besproken die voor dit onderzoek cruciaal zijn (2.2.). Vervolgens wordt dieper ingegaan op het belang van meertaligheid en taalmanagement in de bedrijfscontext (2.3.). Een belangrijk onderdeel daarbij is de ELAN-studie die peilt naar de economische effecten van vreemde-talenkennis. Daarna wordt voor Europa en Vlaanderen, de huidige taalsituatie besproken (2.4.-2.5.). Bovendien komen hier ook enkele belangrijke onderzoeken aan bod, waarop het eigen onderzoek gebaseerd is en die vergelijking met de bekomen resultaten mogelijk maken.

2.2. Sleutelconcepten

Meertaligheid, taalpolitiek en taalmanagement zijn drie fundamentele concepten voor het voorliggende onderzoek. Vooral op taalmanagement wordt ingezoomd omdat verschillende aspecten daarvan bevraagd worden in de enquête.

Meertaligheid betekent dat iemand zich in verschillende situaties vloeiend van meerdere talen kan bedienen.¹ De Europese Unie hanteert ook deze definitie maar voegt er een tweede aspect aan toe, namelijk het samenleven van verschillende taalgemeenschappen in hetzelfde geografische gebied.² Binnen de tweede definitie moeten individuen binnen een taalgemeenschap niet zelf per se meertalig zijn. In deze masterproef wordt echter vooral uitgegaan van de eerste definitie.

De taalpolitiek van een taalgemeenschap bestaat volgens Bernard Spolsky uit drie belangrijke elementen: de taalpraktijken van de gemeenschap, haar taalideologie en haar taalmanagement.³ Met taalpraktijken wordt het dagelijks taalgebruik bedoeld, hoe mensen effectief taal gebruiken. Met taalideologie verwijst Spolsky naar de ideeën die mensen over taal hebben. Taalmanagement, ten slotte, zijn de specifieke beslissingen of maatregelen die iemand met autoriteit neemt om het taalgebruik van anderen te beïnvloeden of te manipuleren. In deze thesis is vooral taalmanagement essentieel, weze het dat dit mede gevoed wordt door taalideologische en pragmatische overwegingen.

Taalmanagement lijkt een modern begrip, maar al eeuwen geleden werden talen opgelegd aan anderen.⁴ De Romeinen voerden bijvoorbeeld het Latijn in als bestuurstaal; de Arabieren brachten het Arabisch mee. In de koloniale tijd legden veroveraars ook vaak hun talen op aan de kolonies, wat tot op heden doorleeft. De taalmanager kan ook een regering zijn die het taalgebruik van een natie vastlegt in de grondwet. Taalmanagement speelt echter niet alleen op het politieke niveau. Scholen zijn taalmanager als ze beslissen welke talen ze leerlingen aanleren en op welke manier. Ouders zijn taalmanagers als ze kiezen in welke taal ze hun kind opvoeden. Met de toenemende globalisering in de 21^e eeuw wordt taalmanagement echter ook steeds belangrijker in het bedrijfsleven.

Managementbeslissingen over taal zijn binnen de bedrijfscontext bedoeld om het taalgebruik en de taalideologie van werknemers te veranderen, zodat communicatieproblemen vermeden of opgelost kunnen worden.⁵ Motivaties voor zulke beslissingen kunnen commerciële redenen zijn, zoals het kunnen bedienen van een klant in zijn eigen taal, of er kunnen meer complexe redenen zijn, zoals

¹ Wikipedia. *Meertaligheid*. <http://nl.wikipedia.org/wiki/Meertaligheid>.

² Europese Unie. *Mededeling van de Commissie aan de Raad, het Europees Parlement, het Europees Economisch en Sociaal comité en het Comité van de Regio's. Een nieuwe kaderstrategie voor meertaligheid*. 2005: 3.

³ B. Spolsky. *Language Policy*. 2004: 5.

⁴ M.P. Egmond. *Europese Meertaligheidspolitik in Bedrijf. Een vergelijking van vier lokale, regionale en internationale studies naar meertaligheidspolitik in Midden- en Kleinbedrijf en hun bijdrage aan de Europese meertaligheidspolitik*. 2010: 5.

⁵ B. Spolsky. *Language Management*. 2009: 53.

communicatieproblemen die de efficiëntie van het bedrijf kunnen bedreigen.⁶ Taalmanagement op de werkvloer kent twee specifieke domeinen, namelijk intern en extern. Intern is het nodig dat werknemers kunnen communiceren met elkaar en met hun leiding. Extern is het nodig dat het bedrijf kan communiceren met zijn klanten en stakeholders.⁷

Taalmanagement uit zich in allerlei vormen:⁸

- Taaltrainingen voor werknemers
- Peer-to-peer language learning, buddy-projecten, ... waarbij werknemers informeel een taal leren door gesprekken en communicatie met een anderstalige collega
- Gebruik van vertalers en tolken
- Gebruik van externe bureaus en agentschappen
- Gebruik van een *lingua franca* binnen het bedrijf
- Aanwerving van nieuwe medewerkers die voldoen aan de taaleisen of die moedertaalsprekers zijn
- Gebruik van lokale agenten in plaatselijke filialen die als tussenpersoon fungeren tussen de lokale afdeling en de hoofdzetel
- Ondersteuning van werknemersmobiliteit zodat deze lokaal een taal kunnen leren
- Oplegging van formele regels over taalgebruik

Onderzoek heeft uitgewezen dat een bedrijf dat vier taalmaatregelen implementeert zijn export met 50% meer zal zien stijgen dan bedrijven zonder een dergelijke strategie.⁹ Een ander onderzoek bij Europese kleine en middelgrote exporteurs wees uit dat de verkoopomzet steeg met minstens 16% in drie van de vier bedrijven dankzij taalmanagement.¹⁰

Het woord taalmanagement lijkt te impliceren dat de beslissingen top-down worden opgelegd door de bedrijfsleiding. Mogelijke communicatieproblemen situeren zich echter vaak op het individuele niveau van de werknemer, die een probleem ondervindt en dat wilt corrigeren. De hogere niveaus in het bedrijf kunnen daar dan op inspelen met een hele reeks van mogelijke oplossingen om het probleem op te lossen.

2.3. Taalmanagement

Bedrijven die in de geglobaliseerde wereld van vandaag succes willen kennen, hebben bijna allemaal nood aan werknemers die meerdere vreemde talen beheersen. Dat is de conclusie van verschillende studies. In dit deel zal eerst algemeen worden ingegaan op een aantal factoren die het belang verklaren van vreemde talen in een bedrijfscontext (2.3.1.). Vervolgens komt een belangrijke studie van het CILT (*National Centre for Languages*) uit 2006 aan bod die onderzocht wat het effect is van een tekort aan vreemde-talenkennis op de Europese economie (2.3.2.).

2.3.1. Economische en organisatorische relevantie van meertaligheid

Vreemde-talenkennis is nodig in allerlei facetten van het bedrijfsleven, zeker voor bedrijven die veel exporteren. Internationale handel is tegenwoordig veel eenvoudiger, zowel door politieke initiatieven als door technologische evoluties.¹¹ Dankzij de Europese akte van 1993 is vrij verkeer van goederen mogelijk op de hele Europese markt. Ook andere internationale handelsorganisaties streven naar de eenmaking van de handel, waardoor meer bedrijven geneigd zijn te exporteren. Bovendien is internationale communicatie sinds het ontstaan van e-mail en gsm vergemakkelijkt.

⁶ Spolsky. 2009: 53.

⁷ Spolsky. 2009: 57.

⁸ Deze opsomming is gebaseerd op Spolsky (2009: 55); op Europese Unie (2011:11); en op Rys (2012-2013: 20-24).

⁹ Europese Unie. *Taalhandleiding voor het Europese bedrijfsleven. Succesvolle communicatie bij uw internationale handelsactiviteiten*. 2011: 12.

¹⁰ Europese Unie. 2011: 13.

¹¹ T. Leysen. *Vreemde-talenbehoefte in KMO's uit de Antwerpse Kempen. Accountancy- en boekhoudafdelingen*. 2007: 17-18.

Vlaanderen exporteerde 82,60% van de Belgische uitvoer in de eerste acht maanden van 2014, vooral naar Duitsland, Nederland, Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk en de Verenigde Staten.¹² In 2011 was de goederenexport vanuit heel België goed voor 90% van het bbp oftewel meer dan 336 miljard euro.¹³ Daarmee is de Belgische economie, en dus ook de Vlaamse, bij de meest open economieën van de wereld. Om te kunnen exporteren naar het buitenland is het essentieel om tenminste enkele vreemde talen te beheersen. Taal speelt een belangrijke rol in het opbouwen van een vertrouwensrelatie met (potentiële) klanten en het laat zien dat het bedrijf zich wil inzetten voor zijn klanten.¹⁴ Bovendien kunnen met een goede talenkennis ook misverstanden en onduidelijkheden vermeden worden.

In 2008 publiceerde het Bedrijvenforum, opgericht door de Europese Commissie, een rapport over in hoeverre taal en taalvaardigheden een bijdrage leveren aan het concurrentievermogen. Het Bedrijvenforum formuleerde ook aanbevelingen voor supranationale, nationale en regionale beleidsmakers omdat velen nog niet doordrongen zijn van het huidige probleem. Het Forum waarschuwt dat Europa “de strijd om competenties zal gaan verliezen, naarmate de opkomende economieën, vooral in Azië en Latijns-Amerika, de talenkennis en andere competenties verwerven die noodzakelijk zijn om met succes op de markten van morgen te kunnen concurreren.”¹⁵

Taal binnen een bedrijf is echter niet alleen belangrijk om economische redenen. Marschan, Welch & Welch (1997) geven aan dat de corporate identity van een bedrijf een belangrijk element is om eenheid te creëren binnen een bedrijf, en dat taal daarin een cruciaal aspect is dat echter vaak vergeten wordt.¹⁶ Bovendien maken problemen met taal de interne communicatie in een bedrijf erg moeizaam en ineffectief.¹⁷ Ook uit veiligheidsoverwegingen moet een bedrijf rekening houden met taalmoeilijkheden. Een onderzoek van Paul Lindhout aan de TU Delft wijst uit dat bij het voorkomen van ongevallen op de werkvloer onvoldoende rekening gehouden wordt met risico's van taalproblemen: “Hoewel 76 procent van de onderzochte bedrijven de gevaren onderkent, doet 65 procent op geen enkele manier aan systematische beheersing van het risico.”¹⁸

2.3.2. ELAN-studie¹⁹

ELAN: Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise is een studie die in opdracht van de Europese Commissie werd uitgevoerd door het Britse CILT in 2006. De studie was een gevolg van de Lissabonstrategie (2000) om economische groei en werkgelegenheid te stimuleren, waarin taalvaardigheden een sleutelfactor zijn. Het onderzoek bestond onder meer uit een survey bij KMO's uit 29 Europese landen en uit een kwantitatief onderzoek bij 30 grote Europese bedrijven.

2.3.2.1. Survey KMO's

Het onderzoek wees uit dat 11% van de bevroegde bedrijven wel eens contracten misloopt als gevolg van een gebrek aan talenkennis. Dit betekent dat “a significant amount of business is being lost to European enterprise.”²⁰ De problemen situeerden zich vooral bij het gebruik van Engels bij onderhandelingen (11%) en van Duits bij correspondentie (11%). Firma's die al contracten gemist hebben, geven als belangrijkste reden een tekort aan talenkennis bij hun werknemers (63%) op. Andere taalgerelateerde redenen waren fouten in vertalingen (4%) en een gebrek aan culturele affiniteit (1%).

¹² Cijfers van het Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen voor januari – augustus 2014. Online via <http://www.flanderstrade.be/site/wwwnl.nsf/statistiekenhome?openform>.

¹³ ING Focus. *External Trade*. 2012: 2.

¹⁴ Europese Unie. 2011:8.

¹⁵ Bedrijvenforum. *Talen en commercieel succes. Betere bedrijfsresultaten door talenkennis*. 2008: 10.

¹⁶ Marschan, R., Welch, D. & Welch, L. *Language: The Forgotten Factor in Multinational Management*. 1997: 591-598. Overgenomen uit S. Rys. *Meertaligheid op de werkvloer. Case study: In welke mate heeft het bedrijf xperthis nood aan taalmanagement?* 2012-2013: 10.

¹⁷ B. Van Gorp. *Cursus Communicatie van Bedrijf en Overheid*. 2013-2014.

¹⁸ Anoniem. *Taalproblemen veroorzaken werkongevallen*. S.d.

¹⁹ CILT. *Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise*. 2006.

²⁰ CILT. 2006: 17.

Engels bleek de meest gebruikte taal voor de grote exportmarkten, wat op zich niet echt opmerkelijk is. Wel opvallend was dat de taal niet meer gebruikt of verspreid werd. Slechts 51% gaf aan Engels te gebruiken, gevolgd door Duits (13%), Frans (9%), Russisch (8%) en Spaans (4%). Dit heeft volgens de onderzoekers te maken met *“the tendency for companies to try to use the local language of the market if possible, and if not, then one of the major European languages, such as German or French.”*²¹ Duits werd bijvoorbeeld gebruikt om te exporteren naar 15 markten; Frans voor 8 verschillende markten.

18% van de firma's bevestigde problemen met culturele belemmeringen in contacten met buitenlandse klanten; van de deelnemende Belgische bedrijven gaf zelfs 28% aan dat ze hiermee al geconfronteerd werden. Vooral onderhandelingen met China (4%) en met Frankrijk (4%) zorgen voor moeilijkheden. In totaal gaf wel slechts 4% van de KMO's aan ooit mogelijke contracten verloren te hebben door cultuurverschillen; in België lag dit aantal iets hoger, op 7%.

Een volgend deel van de survey rapporteerde het gebruik van talen en taalmanagement in de bedrijven zelf. Zo gaf 48% van de respondenten aan een formele taalstrategie te implementeren als ze moeten communiceren met buitenlandse klanten. Belgische bedrijven zijn hier nog meer mee bezig: 55% gebruikte een strategie. Op de vraag of de talenkennis van werknemers ooit invloed heeft gehad op de keuze van exportmarkten antwoordde 13% van de bedrijven positief. België situeerde zich voor deze kwestie rond het Europees gemiddelde met 13,3%. Een andere taalstrategie is het aannemen van werknemers die voldoen aan de vereiste taalnoden. 40% van de KMO's gaf aan deze strategie te gebruiken; in België zelfs 62% van de bedrijven.

Iets meer dan één op vijf bedrijven (22%) zette nog een andere taalmanagementstrategie in, namelijk het aanwerven van moedertaalsprekers om de buitenlandse handel te ondersteunen. Ook de Belgische bedrijven erkenden dit als een goede strategie binnen hun internationale communicatieaanpak: 28% heeft al ooit moedertaalsprekers aangenomen. Bedrijven die deze strategie implementeren doen dit vooral voor Duits (14%). Engels en Frans komen op de tweede plaats (elk 11%), gevolgd door Russisch (8%) en Italiaans (6%). Andere veelgevraagde talen zijn Nederlands, Chinees, Japans, Pools en Hongaars. Het is opvallend dat Engels bij deze vraag pas op de tweede plaats komt.

Andere strategieën die nog onderzocht werden, zijn de inzet van lokale agenten en van externe vertalers of tolken. 31% van de Europese bedrijven en van de Belgische KMO's zetten lokale agenten in. 45% van de Europese en 57% van de Belgische respondenten zetten externe capaciteit in, met name externe vertalers en tolken. Het feit dat bedrijven deze maatregelen nemen, geeft aan hoe afhankelijk KMO's zijn van *“external providers of language support”*²². Opvallend hierbij is dat, in tegenstelling tot bij het aanwerven van moedertaalsprekers, hier Engels opnieuw de meest gevraagde taal is (27%), gevolgd door Duits (15%), Russisch (15%), Frans (10%), Italiaans (5%) en Chinees (4%).

De laatst besproken taalmaatregel is het gebruik van een bedrijfswebsite in meerdere talen. De studie gaat ervan uit dat dat de meest eenvoudige en goedkoopste stap is om te communiceren met buitenlandse markten. Bovendien kunnen websites ook ingezet worden als marketinginstrument. 66% van de Europese KMO's maakten gebruik van meertalige websites, vooral in het Engels (57%). Andere veel gebruikte talen waren Duits (15%), Frans (8%), Russisch (7%) en Italiaans (2%). In België werd deze maatregel nog meer ingezet: 77% van de bedrijven hadden een meertalige website.

Taaltrainingen worden door de onderzoeksgroep gezien als een cruciaal onderdeel van het taalbeleid van een bedrijf. De Europese KMO's volgden echter maar gedeeltelijk: 49% (53% voor België) gaf aan al taaltrainingen aangeboden te hebben binnen het bedrijf. Slechts 35% van de Europese bedrijven en 45% van de Belgische organiseerden effectief opleidingen de laatste drie jaar. Het lijkt dus moeilijk voor bedrijven om hun intenties te realiseren of om werknemers te motiveren. Engels was opnieuw de populairste taal voor een opleiding (25%), gevolgd door Duits (18%), Frans

²¹ CILT. 2006: 19.

²² CILT. 2006: 31.

(15%) en Italiaans (8%). Er was echter ook vraag naar opleidingen voor Chinees, Tsjechisch, Nederlands en Portugees (elk 5%).

Naar de toekomst toe was bijna de helft van de respondenten (42%) ervan overtuigd extra expertise in talen te moeten verwerven in de komende drie jaar, vooral voor Engels, Duits, Frans en Russisch. In België lag dit echter veel lager: slechts 21% dacht dat men extra taalcapaciteiten nodig zou hebben. *“It is disconcerting to note the very low percentage of firms in the UK and Ireland which expect to see demand for new language or cultural skills - due, presumably, to a continuing reliance on English for their trading needs.”*²³

2.3.2.2. Onderzoek grote Europese bedrijven

Ter aanvulling van de vragen aan KMO's werd ook een gelijkaardig onderzoek uitgevoerd bij grote Europese bedrijven. Enkele belangrijke aspecten en enkele verschillen met het eerste deel worden hier kort aangehaald.

Het merendeel van de bevraagde grote bedrijven communiceerden met hun buitenlandse klanten in het Engels (63%). 20% koos ervoor om een mix van talen te gebruiken; 13% gebruikte de taal van de klant. Slechts twee respondenten vonden het de beste strategie om in de bedrijfstaal te communiceren. Dezelfde verhoudingen werden genoteerd voor communicatie met dochtermaatschappijen, leveranciers en zakenpartners.

Slechts de helft van de grote bedrijven vond de talenkennis op het hoofdkantoor van het bedrijf voldoende; de andere helft respondenten vond dat er nog ruimte was voor verbetering. Talenkennis van dochtermaatschappijen werd negatiever ingeschat: 60% van de respondenten gaf aan dat er daar zeker nog verbetering moest komen, vooral in Engels, Chinees en Spaans. *“SMEs are more likely to need European languages, with strong demand for German, and French, whereas the large companies have a much more strongly articulated need for global languages such as Spanish, Chinese, Arabic and Portuguese.”*²⁴ Overigens bevestigt elk bedrijf de status van het Engels.

Qua taalmanagement gaf 90% van de ondernemingen aan dat er een bedrijfsaanpak is voor interne communicatie. Die aanpak werd echter slechts geformaliseerd in een officiële bedrijfstaal (of talen) in 30% van de bedrijven. Bij het aanwerven van nieuw personeel hechtte wel 80% van de respondenten belang aan taalvaardigheden. Over het algemeen besloot de studie dan ook dat de meeste bevraagde grote bedrijven beschikken over *“a fully-fledged language strategy, embedded in a range of high level policy areas.”*²⁵

De respondenten werden ook nog gevraagd de frequentie van een aantal taalmanagementtechnieken aan te geven zoals die gebruikt werden in hun bedrijf. Grote bedrijven hebben over het algemeen meer middelen om zulke technieken toe te passen dan kleinere bedrijven. De meest voorkomende technieken waren de aanwerving van taalvaardige werknemers (96%) en taaltrainingen (86%). Externe vertalers en tolken werden in 80% van de bedrijven ingezet en interculturele training van werknemers door 66%. *Inpatriation* (waarbij anderstaligen komen werken in het bedrijf) wordt gebruikt door 56% van de bedrijven en *expatriation* (waarbij werknemers in het buitenland gaan werken) door 60%. Andere, minder vaak voorkomende, strategieën waren taalbuddies, een interne taaldienst en machinevertaling.

2.3.2.3. Impact van vreemde-talengebruik op export

In een laatste deel van de ELAN-studie gingen de onderzoekers in op de economische impact van taalgebruik in bedrijven.

Bedrijven die zich bezighouden met export zijn geneigd productiever te zijn dan bedrijven die niet exporteren. Bedrijven die exporteren moeten wel meer investeren in taalvaardigheden. Hoe kleiner de taalgroep waartoe het land behoort, hoe meer bedrijven in dat land zullen moeten spenderen aan het verwerven van de benodigde taalcapaciteiten. Echter, kleine landen met een open karakter

²³ CILT. 2006: 36.

²⁴ CILT. 2006: 44.

²⁵ CILT. 2006: 46.

worden soms al bevolkt door meertalige inwoners. Een extreem voorbeeld hiervan is Luxemburg. Kleinere bedrijven hebben over het algemeen minder budget om te investeren in taalmanagement, maar in landen zoals Luxemburg is zo'n investering minder nodig dan in andere landen. De benodigde investering wordt niet alleen bepaald door de taalgroep waarvan het bedrijf deel uit maakt, maar ook door de specifieke exportmarkt waarnaar het bedrijf exporteert. Zo zal er meer taal- en cultuurkennis nodig zijn als men bijvoorbeeld vooral exporteert naar China dan als men binnen Europa blijft. Ook is er veel verschil tussen het beleid van landen onderling. In Ierland bijvoorbeeld gaat men, volgens het rapport, nog te veel uit van het idee van Engels als lingua franca. Hoewel Engels inderdaad belangrijk blijft, is de spreiding over verschillende talen tegenwoordig veel breder.

Investeringen in taalmanagement kan een bedrijf best spreiden over vier specifieke strategieën. Zowel het aanwerven van medewerkers met taalcapaciteiten, als het inzetten van moedertaalsprekers, als het gebruik van vertalers en tolken en het inzetten van een taalstrategie helpen om de verkoop in het buitenland te bevorderen. Daartegenover staat het gebruik van lokale agenten, dat geen effect zou hebben op de verkoop. Een KMO die de vier strategieën inzet zou tot 44,5% meer winst kunnen maken dan een KMO die dat niet doet. Naast de positieve effecten voor de KMO zelf, zouden de investeringen in taalmanagement ook gunstig zijn voor de algemene Europese economie en voor Europa's concurrentievermogen met andere regio's.

2.4. Meertaligheid en taalpolitiek in Europa

In dit deel komt eerst de complexe Europese taalsituatie aan bod en wordt de gehanteerde taalpolitiek van de EU besproken. Daarna wordt ingegaan op de resultaten van de Eurobarometer uit 2012 die de opinie van de Europeanen onderzocht t.o.v. vreemde talen, meertaligheid en het leren van een nieuwe taal.

2.4.1. Europese taalsituatie en gevoerde taalpolitiek

In 1951 werd de kiem voor de Europese Unie gelegd, met de oprichting van de Europese Gemeenschap voor Stalen en Kool (EGSK) door België, Duitsland, Frankrijk, Italië, Luxemburg en Nederland.²⁶ Initieel waren er dus zes landen en vier officiële talen. In 2014 is dat aantal reeds uitgebreid tot 28 lidstaten en 24 officiële talen²⁷, want elke officiële taal van een lidstaat is ook een officiële taal binnen de Unie. Daarnaast worden er ook meer dan 60 regionale talen en minderheidstalen²⁸ gebruikt.²⁹ Door de toenemende immigratie worden er bovendien nog heel veel niet-inheemse talen gesproken in de landen van de EU.

De EU heeft niet veel invloed op vlak van nationale taalkwesties, want die bevoegdheden liggen bij de individuele landen. Desalniettemin is de meertaligheid van haar burgers een prioriteit voor de EU. Daarom werd een Europees meertaligheidsbeleid ontwikkeld, met als drie doelstellingen:

- Het leren van talen en de taalverscheidenheid in de samenleving bevorderen;
- Een gezonde meertalige economie stimuleren; en
- De wetgeving, procedures en informatie van de Europese Unie voor de burgers in hun eigen taal toegankelijk maken.³⁰

Het langetermijndoel, vastgelegd tijdens de Europese Raad in 2002, is dat elke burger, naast zijn eigen moedertaal, nog twee vreemde talen bijleert (het principe van "*mother tongue plus two*").³¹ Alleen Engels leren is dus niet meer voldoende. Hoewel Engels belangrijk zal blijven als *lingua franca*, zijn ook andere talen steeds belangrijker, zoals aangetoond in het hierboven besproken ELAN-onderzoek (zie 2.3.2.). Om de verscheidenheid aan talen in Europa te beschermen zet de EU allerlei acties op en

²⁶ Wikipedia. *Europese Unie*. http://nl.wikipedia.org/wiki/Europese_Unie.

²⁷ Bulgaars, Deens, Duits, Engels, Estisch, Fins, Frans, Grieks, Hongaars, Iers, Italiaans, Kroatisch, Lets, Litouws, Maltees, Nederlands, Pools, Portugees, Roemeens, Sloveens, Slowaaks, Spaans, Tsjechisch en Zweeds.

²⁸ Voorbeelden: Catalaans, Baskisch, Fries, Jiddisch, Welsh, ...

²⁹ Europese Unie. *Meertaligheid*. http://europa.eu/pol/mult/index_nl.htm.

³⁰ Europese Unie. 2005: 3.

³¹ Europese Unie. *Presidency conclusions. Barcelona European Council*. 2002: 19.

ze spoort ook de regionale en nationale overheden aan de taalverscheidenheid en het leren van talen te bevorderen.

De EU hanteert voor haar communicatie het ‘gelijkheidsprincipe’, wat inhoudt dat alle officiële talen gelijk zijn en dat alle informatie ook in al die talen beschikbaar moet zijn. In de meertaligheidsstrategie van 2005 staat het als volgt:

“De Europese Unie neemt wetgeving aan die rechtstreeks bindend is voor de burgers. Het is daarom voor de democratische legitimiteit en de transparantie van de Unie absoluut noodzakelijk dat de burgers met de EU-instellingen kunnen communiceren, de EU-wetgeving in hun eigen nationale taal kunnen lezen en zonder taalbarrières aan het Europese project kunnen deelnemen.”³²

Het gevolg van dit principe is dat een groot deel van het budget gaat naar vertaal- en tolkdiensten. Onderzoek van De Swaan (1999) heeft uitgewezen dat de lidstaten wel positief staan tegenover een meer werkbaar principe (het ‘efficiëntieprincipe’), maar enkel als hun eigen taal betrokken bleef.³³ Intern werkt de Unie vooral met Engels en Frans, en soms ook met Duits.³⁴

De tweede doelstelling uit het meertaligheidsbeleid verwijst naar de al eerder genoemde link tussen taal en economie (zie 2.3.1). De mededeling van de Commissie in 2005³⁵ wijst op het belang van interculturele communicatievaardigheden in marketing- en verkoopstrategieën. Om optimaal te kunnen profiteren van de open grenzen van de Europese markt moeten de ondernemingen vertrouwd zijn met de andere talen van de Unie en van andere wereldwijde zakenpartners. Bovendien heeft de interne markt ook nood aan mobiele arbeidskrachten en voldoende vreemde-talenkennis zorgt ervoor dat mensen ook in andere lidstaten aan de slag kunnen.

2.4.2. Eurobarometer 386: *Europeans and their languages*³⁶

De Europese Commissie voert regelmatig opiniepeilingen uit onder haar burgers om de publieke opinie over bepaalde onderwerpen in kaart te brengen. In de lente van 2012 werd een speciale peiling uitgevoerd die onderzoek deed naar de attitudes van de Europeanen ten opzichte van vreemde talen en meertaligheid in de EU. Bijna 27 000 mensen uit verschillende sociale en demografische groepen werden geïnterviewd in hun moedertaal in alle, op dat moment nog 27, lidstaten.³⁷ De peiling handelde over vijf specifieke thema’s: meertaligheid in de EU, het actueel gebruik van talen, attitudes t.o.v. talen leren, attitudes t.o.v. meertaligheid en attitudes t.o.v. vertalingen. Per thema zullen hier de relevante resultaten voor deze thesis besproken worden; het laatste thema is minder relevant en wordt dus niet besproken. Omdat de studie vooral focust op de grootste talen van de Unie zijn de gegevens voor België hier en daar aangevuld met informatie uit de bijlagen van het onderzoek.³⁸

2.4.2.1. Meertaligheid in de EU

Als het gaat om een conversatie voeren in vreemde talen (actieve taalvaardigheid) beweert 54% van de Europeanen dat ze minstens 1 vreemde taal voldoende beheersen. 25% kan converseren in minstens twee vreemde talen en 10% spreekt minstens drie vreemde talen. 46% van de Europeanen kan geen enkele vreemde taal spreken. Deze cijfers wijken sterk af voor België. Slechts 28% geeft aan geen enkele vreemde taal te spreken. 72% van de respondenten kan minstens een vreemde taal spreken, 50% minstens twee en 27% minstens drie. Hoewel de Belgen veel vaker twee talen beheersen dan het Europees gemiddelde, haalt nog steeds maar de helft de doelstelling van de Europese Unie om twee vreemde talen te kunnen spreken bovenop de moedertaal. In vergelijking met eenzelfde onderzoek in 2005 is de kennis van vreemde talen in België bovendien gedaald.

³² Europese Unie. 2005: 12.

³³ Spolsky. 2009: 210.

³⁴ Spolsky. 2009: 211.

³⁵ Europese Unie. 2005: 8.

³⁶ Europese Unie. *Special Eurobarometer 386. Europeans and their languages*. 2012a.

³⁷ Kroatië werd het 28^e lid op 1 juli 2013.

³⁸ Europese Unie. *Special Eurobarometer 386. Europeans and their languages. Annexes*. 2012b.

De vijf meest gesproken vreemde talen binnen de EU zijn: Engels (38%), Frans (12%), Duits (11%), Spaans (7%) en Russisch (5%). In België kan 52% van de respondenten een conversatie voeren in het Engels, 45% in het Frans, 22% in het Duits en 13% in het Nederlands.³⁹ De respondenten werden ook gevraagd de talen op te sommen in volgorde van hoe vloeiend ze de taal spraken. Engels werd heel vaak als eerste genoemd en is bovendien de meest gesproken vreemde taal in 19 van de 25 lidstaten waar het geen officiële taal is. De meerderheid van de Europeanen die Engels, Duits, Spaans, Russisch of Frans als vreemde taal spreken, zijn ervan overtuigd dat ze over meer dan basisvaardigheden beschikken.

De receptieve taalvaardigheden liggen wat lager. 44% beheerst minstens één vreemde taal goed genoeg om het nieuws te bekijken of te beluisteren. Hetzelfde aantal respondenten (44%) kan kranten of tijdschriften lezen in ten minste één vreemde taal en iets minder respondenten (39%) kunnen online communiceren in minstens één vreemde taal. De Belgische respondenten scoren opnieuw overal beduidend beter dan het Europese gemiddelde. 65% kan het nieuws volgen, 58% kan kranten en tijdschriften lezen en 53% kan online communiceren in minstens één vreemde taal. Engels is de meest gekende taal voor de drie passieve taalsituaties, op ruime afstand gevolgd door Frans en Duits. In België is de afstand tussen Engels en de twee andere talen ook groot, maar minder groot dan bij het Europees gemiddelde.

Uit dit deel van de Eurobarometer kan besloten worden dat de talenkennis van de Belgische respondenten goed is: bij elke vraag scoren ze boven het Europees gemiddelde. Echter, bij geen enkele vraag behoort België tot de top. Dit kan natuurlijk verschillende redenen hebben, maar het is toch belangrijk om in het achterhoofd te houden.

2.4.2.2. Taalgebruik

De studie bekeek ook in welke situaties de respondenten hun vreemde talen gebruikten. Ze zetten die voornamelijk in voor gebruik op vakantie (50%), voor films en televisie te kijken of radio te luisteren (37%) en om op het internet te surfen (36%). Deze drie situaties zijn ook diegenen waarin de Belgische respondenten het vaakst een vreemde taal gebruiken. Situaties op het werk zijn minder voorkomend. Zo meldt 27% van de Europese respondenten en 38% van de Belgische dat ze regelmatig een vreemde taal gebruiken op het werk (ofwel in face-to-facecommunicatie ofwel via telefoon). Om e-mails en brieven voor het werk te schrijven, zetten respectievelijk 19% en 17% Europeanen en Belgen regelmatig een vreemde taal in. Ten slotte wordt een vreemde taal ingezet voor vakgerelateerde literatuur (resp. 17% en 20%) en voor internationale zakenreizen (resp. 11% en 9%).

Het tweede deel van de enquête informeerde ook nog naar taalopleidingen die respondenten volgden of eventueel planden in de toekomst. Europeanen zijn duidelijk geen actieve taalleerders. 44% heeft recent geen taal geleerd en plant dat ook niet in de toekomst. In de laatste twee jaar is slechts 7% aan een nieuwe taalopleiding begonnen; 8% heeft de intentie dat te doen in het komende jaar. 23% stelt dat ze nog nooit een taal, buiten hun moedertaal, geleerd hebben. Voor België gelden gelijkaardige percentages, hoewel wel iets minder respondenten nog nooit een vreemde taal verworven hebben (17%) en iets meer respondenten een opleiding plannen in de toekomst (13%).

2.4.2.3. Attitudes t.o.v. het leren van een taal

Het belangrijkste voordeel van het leren van een nieuwe taal is volgens de respondenten dat ze kunnen werken in een ander land (61%), gevolgd door de taal kunnen gebruiken op het werk (53%) en de taal kunnen gebruiken op een buitenlandse vakantie (47%). Belgen vinden echter een andere reden het belangrijkste. 60% meent dat het voordelig is om een nieuwe taal te leren om een betere job in België te krijgen.

Engels wordt over het algemeen beschouwd als de nuttigste taal om te leren voor de persoonlijke ontwikkeling van de respondenten (67%), gevolgd door Duits (17%) en Frans (16%). De Belgische respondenten vinden Engels (76%), Frans (49%) en Nederlands (18%) belangrijk, maar wat vooral opviel is dat deze respondenten Spaans belangrijker vinden dan Duits (8% vs. 6%). Aangezien

³⁹ Deze percentages geven een vertekend beeld: in absolute aantallen zijn er dus waarschijnlijk meer mensen die Frans als vreemde taal hebben omdat die 45% waarschijnlijk berekend is op 6 miljoen Vlamingen (voor Walen is Frans geen vreemde taal), terwijl het procent van Engels berekend is op 11 miljoen Belgen.

Duits een officiële taal is in België en Duitsland ook een belangrijk buurland is, is dat een opmerkelijke vaststelling. Frappant is bovendien dat 12% van de Europese respondenten en 7% van de Belgische denken dat geen enkele taal belangrijk is voor hun persoonlijke ontwikkeling. De onderzoekers verkregen eenzelfde beeld als de respondenten gevraagd werden naar talen die nuttig zouden zijn voor hun kinderen om te leren. Belgen vinden Engels (88%), Frans (48%) en Nederlands (27%) belangrijk, gevolgd door Spaans (8%) en Chinees (9%). Duits kwam pas op de zesde plaats (4%) en werd daarmee het minst belangrijk geacht van alle lidstaten. Europeanen vinden in het algemeen Engels (79%), Frans (20%) en Duits (20%) de belangrijkste talen voor de toekomst. Het aantal mensen dat geen enkele taal nuttig vond voor hun kinderen is heel laag: in België meende slechts 1% dat, tegenover 2% in Europa.

Respondenten werden ook gevraagd aan te geven wat hen zou motiveren om toch een taal te gaan leren. Gratis lessen is de belangrijkste motivatie: 29% geeft aan dat dat hen zou aanmoedigen. Andere motivatieredenen zijn ervoor betaald krijgen (19%), de taal leren in het land waar die taal gesproken wordt (18%) en de verbetering van carrièrevooruitzichten (18%). Belgen hechten belang aan dezelfde redenen, maar ook tijdsmanagement is belangrijk voor hen. 25% zou misschien een cursus volgen als dat kon binnen de werkuren en 19% als de cursus paste in hun werkschema. Opvallend was dat opnieuw één op zes, zowel voor Europeanen als voor Belgen, aangeeft dat ze geen taal willen leren.

Ook de tegenovergestelde vraag werd gesteld: wat zou de respondent ontmoedigen om een taalopleiding te volgen? De belangrijkste redenen voor demotivatie zijn voor de Europeanen dat ze niet gemotiveerd zijn om een taalopleiding te volgen (34%), dat ze geen tijd hebben (28%) of dat het te duur is (25%). De Belgische respondenten gaan akkoord met de eerste twee redenen: respectievelijk 40% en 31% vindt dit ook ontmoedigend. Een andere reden die zij bovendien aanhalen, is dat ze niet goed zijn in het leren van talen (26%).

Ten slotte kwamen de meest gebruikte manieren om een taal te leren aan bod. Twee derde van de Europeanen leert een taal via school (68%); andere methodes zijn veel minder in gebruik. Ook in België is de schoolopleiding de meest gebruikte methode (72%). Andere methodes waarmee Belgen talen leren zijn conversatieklassen met moedertaalsprekers (24%) en autodidactisch leren door tv en films te kijken en naar de radio te luisteren (23%). Indien een methode gebruikt werd, vroegen de onderzoekers tevens naar de effectiviteit hiervan. Zowel Europeanen als Belgen vinden taalopleidingen op school het effectiefst (46% en 41%).

2.4.2.4. Attitudes t.o.v. meertaligheid

In dit deel werd gekeken naar de publieke opinie over een aantal stellingen in verband met meertaligheid. De grote meerderheid van de Europeanen (84%) vindt dat iedereen in de Europese Unie ten minste één vreemde taal moeten kunnen spreken naast hun moedertaal en de meesten (72%) vinden dat iedereen meer dan één vreemde taal moet beheersen. In België is men hier nog meer van overtuigd met respectievelijk 91% en 82% van de respondenten die akkoord gaan. Zowel de Europese burgers als de Belgen gaan dus in grote mate akkoord met de doelstelling van de EU om burgers minstens 2 vreemde talen te laten spreken naast hun moedertaal.

De Europese en Belgische respondenten zijn het ook grotendeels (69% en 74%) eens met de stelling dat inwoners van de EU een gemeenschappelijke taal moeten kennen en een kleine meerderheid (53% en 61%) vindt dat de Unie één taal moet aannemen om te communiceren met zijn burgers. Over deze onderwerpen is wel meer discussie, de percentages liggen lager. Het eerder aangehaalde efficiëntieprincipe (zie 2.4.1.) wordt maar door iets meer dan de helft van de Europeanen ondersteund. Hoewel het idee dat de Unie in één taal moet communiceren wel redelijk positief bekeken werd, strekt deze visie zich niet uit tot het idee dat één taal prioriteit heeft over anderen. 81% Europese respondenten en 74% Belgische respondenten vinden dat alle talen gelijkwaardig behandeld moeten worden. Taalvaardigheden moeten dan ook een beleidsprioriteit worden volgens 77% van de Europeanen en 88% van de Belgen.

2.4.2.5. Conclusie

De belangrijkste conclusie van het onderzoek is dat Europeanen, en ook Belgen, een zeer positieve attitude hebben ten opzichte van meertaligheid. Desalniettemin moeten de competenties nog verbeterd

worden want slechts een kwart van de Europese burgers voldoet momenteel aan de doelstelling van de Unie om twee vreemde talen bovenop de moedertaal te beheersen. Er is dus een grote kloof tussen de attitude en de praktijk. Deze vaststelling sluit aan bij een studie die rond dezelfde tijd als de Eurobarometer gepubliceerd werd. De *European Survey on Language Competences* deed onderzoek naar taalvaardigheid bij jongeren in 14 lidstaten. Slechts 42% van de leerlingen behaalde het niveau van onafhankelijk gebruiker (B1 of B2) in hun eerste vreemde taal.⁴⁰ Vlaamse jongeren scoorden gemiddeld voor hun eerste taal (Frans), maar wel uitstekend voor hun tweede taal (Engels).⁴¹

2.5. Meertaligheid en taalpolitiek in Vlaanderen

In de volgende paragrafen wordt ingegaan op de actuele Vlaamse taalsituatie. Vervolgens worden twee studies behandeld die de taalsituatie in bedrijven in Limburg en de Antwerpse Kempen onderzochten.

2.5.1. Vlaamse taalsituatie

België heeft drie officiële talen, maar vier taalregio's: het Nederlandstalige Vlaanderen, het Franstalige Wallonië, het tweetalige Brussel en de Duitstalige Oostkantons. Gemeenten rond de taalgrens hebben ook taalfaciliteiten om de minderheden te beschermen. Uit de Eurobarometer bleek dat 55% van de respondenten Nederlands als moedertaal had, 38% Frans en 0,4% Duits.⁴² Andere talen die als moedertaal genoemd werden zijn Arabisch (3%), Italiaans (2%), Portugees (1%) en Turks (2%).⁴³

Hoewel België dus meertalig is, is Vlaanderen eigenlijk eentalig, met als officiële taal Nederlands. Van oudsher werd het Vlaamse politieke leven en zakenleven gedomineerd door het Frans. De emancipatie van het Nederlands in Vlaanderen viel samen met een shift in de economische machtsverhoudingen.⁴⁴ De industriële economie in Wallonië geraakte in verval na de jaren 1950, terwijl de Vlaamse economie, gebaseerd op kleine en middelgrote bedrijven, een sterke groei kende.

In het huidige Vlaanderen is de standaardtaal Nederlands, maar in de praktijk gebruiken de meeste mensen allerlei verschillende variëteiten. De standaardtaal is niet identiek aan de Nederlandse standaardtaal: er zijn o.a. verschillen op gebied van uitspraak, lexicon en grammatica. Vlaamse taalspecialisten en taalkundigen zijn altijd heel strikt uitgegaan van een standaardtaal die dezelfde moet zijn als de Nederlandse variant. Een recent onderzoek van *De Standaard*, de Taalunie, Radio1 en de KU Leuven bij 3226 Vlaamse professionele taalgebruikers wijst echter uit dat er tegenwoordig een tendens is naar een Vlaamser getint Standaardnederlands.

2.5.2. Onderzoek naar belang van taal in Vlaamse bedrijven

Er bestaat weinig literatuur over het gebruik van talen in bedrijven over heel Vlaanderen. Daarom worden hier twee studies bekeken die gaan over KMO's in een deel van Vlaanderen, namelijk Limburg en de Antwerpse Kempen

2.5.2.1. Limburg⁴⁵

Gielis (2000) onderzocht in 2000 de vreemde-talenbehoefte in 154 KMO's in Limburg. 93,6% van de ondervraagde bedrijven beweerde contacten te hebben in vreemde talen, waarvan zelfs 54,6% dagelijks. Bovendien bleek dat hoe groter de KMO was, hoe meer behoefte men had aan vreemde-talenkennis. De omzet van de KMO's in anderstalige gebieden werd vooral gerealiseerd in Franstalige gebieden.

⁴⁰ Europese Unie. *First European Survey on Language Competences. Executive Summary*. 2012: 5.

⁴¹ Vlaamse overheid. Vlaamse jongeren scoren gemiddeld voor Frans en uitstekend voor Engels in de 'European Survey on Language Competences'. 21/06/2012.

⁴² Europese Unie. 2012a: 11.

⁴³ Europese Unie. 2012b: 54-59.

⁴⁴ K. De Keere & M. Elchardus. 'Narrating linguistic conflict: a storytelling analysis of the language conflict in Belgium.' 2011: 222-223.

⁴⁵ T. Gielis. *Vreemde-talenbehoefte in Limburgse KMO's*. 2000. Overgenomen uit: Leysen. 2007: 31-34.

De studie onderzocht vervolgens de rol van talenkennis bij aanwerving. Slechts 24% van de respondenten werd tijdens de sollicitatie getest op zijn talenkennis, meestal via gesprekken en voor de Franse taal (in mindere mate ook voor Engels en Duits). 70,2% van de ondervraagden beweerde wel dat er belang werd gehecht aan de kennis van vreemde talen bij de sollicitatie. Gielis concludeerde dus dat bedrijven talenkennis wel belangrijk vinden, maar dit weinig effectief testen tijdens een sollicitatie. Ook tijdens de rest van een carrière had talenkennis belang. Zo stelde 73,4% van de respondenten dat zijn talenkennis een troef was bij de uitbouw van zijn carrière. Toch zei slechts 35,1% van de ondervraagden dat er bij promoties rekening gehouden werd met de kennis van vreemde talen.

De Limburgse KMO's werden ook bevraagd over twee specifieke problemen die zouden ontstaan bij een tekort aan vreemde-talenkennis, namelijk orders moeten weigeren of zakelijke contacten die verbroken werden. In 85,7% van de ondernemingen beweerde men dat men nooit orders moest weigeren wegens onvoldoende taalkennis. Slechts 12,3% gaf dus toe dat dit wel eens voorviel waarvan bij 7,8% één enkele keer en bij 4,5% af en toe. Als dit het geval was, lag het probleem vooral bij Frans of bij andere talen buiten Engels en Duits. 77,3% van de ondervraagden antwoordde dat er nooit contacten verbroken zijn wegens onvoldoende kennis van de taal van de zakenpartner. Bij de overige 22,7% waren de probleemtalen alle talen behalve Engels.

2.5.2.2. Antwerpse Kempen⁴⁶

Leysen (2007) ondervroeg 139 KMO's uit 39 gemeenten van de Antwerpse Kempen. 91,4% van de respondenten bleek ooit vreemde talen te gebruiken in de onderneming. 35,3% beweerde zelfs meerdere malen per dag anderstalige contacten te hebben en 20,1% gemiddeld enkele malen per week. Frans werd het meeste gebruikt (58,3%), gevolgd door Engels en Duits. De hiërarchie qua omzet was hetzelfde als bij de Limburgse KMO's: de meerderheid leverde aan Franstalige gebieden, gevolgd door Duitstalige en Engelstalige regio's. Wat betreft taalvaardigheden, rapporteerden de bedrijven vooral een nood aan Franse taalcapaciteiten, gevolgd door Engels en Duits.

De meerderheid van de respondenten (74,8%) hechtte belang aan vreemde-talenkennis bij een sollicitatie. Toch gaf slechts één vierde van de respondenten aan een of meerdere talentesten te hebben moeten afleggen bij aanwerving. Hoe groter het bedrijf was, hoe meer vreemde talen er gebruikt werden en hoe meer kans er was toch aan een talentest onderworpen te worden. Indien er een test werd georganiseerd, bestond die er meestal in een gesprek te voeren en, af en toe, een zakelijke brief te schrijven.

De studie van Leysen (2007) onderzocht ten slotte ook taalproblemen binnen de KMO's. 9,5% van de ondervraagden had al eens orders moeten weigeren door een ontoereikende vreemde-talenkennis. In de meeste gevallen (58,3%) werden de problemen veroorzaakt door een gebrekkige kennis van het Frans, in één vierde van de situaties kwam dit door onvoldoende Duitse taalcapaciteiten. Het verbreken van contacten door onvoldoende kennis van de taal en cultuur van de zakenpartner kwam echter in meer ondernemingen voor. 17,6% zei dat dit ooit al gebeurd was en ook hier bleek het Frans de grootste probleemtaal te zijn (54,5%).

⁴⁶ Leysen. 2007: 73-87.

3. Onderzoeksvragen

De doelstelling van het voorliggende onderzoek is om het taalgebruik in Vlaamse bedrijven in kaart te brengen. Er werd besloten te focussen op de afnamezijde van het onderwerp: namelijk hoe bedrijven talen ‘afnemen’. Het aanbod voor bedrijven vanuit taalopleidingsinstituten valt bijvoorbeeld buiten het bestek van het onderzoek. Ook werd gekozen om niet in te gaan op de attitudes van respondenten t.o.v. taal en taalkwesties binnen hun bedrijf om het onderzoek beheersbaar te houden. Andere suggesties voor verder onderzoek komen aan bod in hoofdstuk 6. Op basis van de literatuurstudie werden drie onderzoeksvragen geformuleerd, die dan nog verder opgesplitst werden in deelvragen.

Onderzoeksvraag 1: Welke talen worden gebruikt in Vlaamse bedrijven, hoe vaak en waarvoor?

De complexe Belgische taalsituatie heeft gevolgen voor de bedrijfswereld. Het onderzoek probeert na te gaan hoe Vlaamse bedrijven hierdoor beïnvloed werden en worden. Welke talen gebruiken Vlaamse bedrijven en voor welke taken? Is er een verschil tussen externe en interne communicatie? Hoe vaak heeft men contact met vreemde talen?

Onderzoeksvraag 2: Worden Vlaamse bedrijven geconfronteerd met problemen door een gebrek aan taalkennis bij hun werknemers?

De ELAN-studie toonde aan dat 11% van de Europese KMO's wel eens contracten mist door problemen met meertaligheid. Ook de twee studies in Vlaanderen toonden aan dat zowel in Limburg als in de Antwerpse Kempen men soms tegen de grenzen van de taalkennis van de werknemers aanloopt. Is dit ook het geval voor Vlaamse bedrijven in het algemeen? Hoe uit zich dat?

Onderzoeksvraag 3: Doen Vlaamse bedrijven aan taalmanagement?

Uit het literatuuronderzoek kwam naar voren dat taalmanagement belangrijk is voor een optimaal functioneren van het bedrijf. Omdat deze onderzoeksvraag nogal breed in te vullen is, werd deze onderverdeeld in drie delen, die elk een bepaald aspect van taalmanagement bevragen.

Onderzoeksvraag 3.1. Gebruiken Vlaamse bedrijven taalopleidingen als taalmanagementinstrument?

Taalopleidingen werden door zowel de ELAN-studie als de Eurobarometer aangewezen als zeer effectief. Gebruiken Vlaamse bedrijven dan ook taalopleidingen om economisch voordeel mee te doen? En als er opleidingen georganiseerd worden, hoe gaat dat dan precies in zijn werk?

Onderzoeksvraag 3.2. Werven bedrijven personeel aan in functie van taalkennis?

In de ELAN-studie werd het aanwerven van personeel gezien als een van de vier strategieën die een bedrijf extra winst zou moeten opleveren. Hoe belangrijk is vreemde-talenkennis in Vlaanderen? Zijn er soms problemen bij het aanwerven van nieuw personeel? Of grijpt het bedrijf terug naar moedertaalsprekers?

Onderzoeksvraag 3.3. Stellen bedrijven hun website ter beschikking in vreemde talen?

Een meertalige website is de goedkoopste en eenvoudigste oplossing om een begin te maken met een goede internationale communicatiestrategie. Bovendien functioneert een website als marketinginstrument en vormt de site vaak een eerste kennismaking met het bedrijf voor klanten. Gaan Vlaamse bedrijven hiermee akkoord? Hebben zij een meertalige website? En zo ja, in hoeveel en in welke talen?

4. Methodologie

Het voorliggende onderzoek is gebaseerd op enerzijds een grondig literatuuronderzoek en anderzijds een kwantitatief onderzoek om actuele gegevens te verkrijgen over de onderzoeksvragen. In dit deel wordt deze methodologie uit de doeken gedaan.

4.1. Literatuuronderzoek

Het onderwerp van deze thesis, het belang van meertaligheid in bedrijven, kan zeer veel vraagstellingen omvatten. Om een beter zicht te krijgen op de problematiek en om te komen tot een specifieke vraagstelling voor dit onderzoek, werd een grondige literatuurstudie uitgevoerd. Zowel theoretische aspecten van het onderwerp als eerdere studies werden bestudeerd. De meeste bronnen waren online toegankelijk. Een uitgebreide bronnenlijst is opgenomen in hoofdstuk 7.

4.2. Eigen onderzoek

Op basis van het literatuuronderzoek werd een vragenlijst opgesteld die kon worden voorgelegd aan de Vlaamse bedrijven. Belangrijk is dat deze vragenlijst is gemaakt in samenwerking met een medestudente, Claire Weverbergh. Zij voerde in het voorjaar van 2014 hetzelfde onderzoek uit, maar dan voor de regio Brussel. Om achteraf een vergelijking mogelijk te maken, hanteerden beiden onderzoeken dezelfde online enquête. Er werd gekozen voor een online enquête, met het programma Limesurvey, om praktische redenen. Het is veel gemakkelijker om een grote groep mensen te bereiken en het is bovendien goedkoop. Het programma waarmee gewerkt werd, Limesurvey, liet ook toe onmiddellijk een overzicht te krijgen van de antwoorden.

De vragenlijst werd opgesteld met hulp van het BLCC (*Business Language and Communication Centre*): de medewerkers gaven feedback op de vraagstelling en op antwoordmogelijkheden. De vragen werden verdeeld over vijf groepen: 'Plaats van taal in het bedrijf', 'Leerbehoeftes', 'Opleidingsaanbod binnen het bedrijf', 'Bedrijfsprofiel' en 'Werknemersprofiel'. Optioneel konden de deelnemers op het einde ook nog hun contactgegevens achterlaten. De meeste vragen zijn gesloten, maar af en toe was een kort antwoord of commentaar mogelijk. Sommige vragen werden ook enkel getoond indien er voldaan werd aan een conditie ingesteld op de vorige vraag. In totaal, met alle conditievragen meegerekend, werden er 63 vragen geformuleerd. Een overzicht van de verdeling van de gestelde vragen over de onderzoeksvragen en een overzicht van de online enquête is te vinden in bijlage 1 en 2. Om de resultaten niet te beïnvloeden werd de enquête ook vertaald naar het Frans en het Engels. De Franse vertaling werd gemaakt door een moedertaalspreker; de Engelse werd nagelezen door een docente Engelse bedrijfscommunicatie. Respondenten konden zelf kiezen in welke taal ze de enquête wilden invullen. De enquête werd getest bij verschillende personen uit vrienden en familie. Enkele formuleringen werden nog aangepast en hier en daar werd nog een antwoordmogelijkheid toegevoegd. Ondertussen werd ook een mailinglijst samengesteld op basis van de databank van het BLCC.

De feitelijke dataverzameling begon eind oktober 2014. De enquête werd actief gemaakt op 21 oktober 2014, waarna de link werd verstuurd naar alle beschikbare e-mailadressen samen met een begeleidende e-mail, waarin het onderzoeksopzet, de vraag tot invullen en mijn contactgegevens waren opgenomen. In totaal werden 1473 e-mails verstuurd. 2 personen hebben zich uitgesproken, 249 adressen waren niet meer in gebruik. Waar mogelijk heb ik de database aangevuld met de nieuwe e-mailadressen. Na iets meer dan twee weken, op 7 november 2014 werd een herinnering verstuurd naar 1079 adressen. Ik heb gekozen om de enquête anoniem te laten verlopen, zodat het invullen van bedrijfsgegevens zeker geen rem op het aantal respondenten zou zetten. Omdat ik daardoor niet precies kon zien wie de enquête al had ingevuld, werd de herinnering opnieuw naar alle personen gestuurd, behalve naar diegenen die zich uitgesproken hadden en waarvan het e-mailadres niet werkte. Ook respondenten die de enquête hadden ingevuld en gegevens hebben achtergelaten, werden niet meer opgenomen in de mailinglijst. De eerste begeleidende mail en de herinneringsmail zijn terug te vinden in bijlage 3 en 4. Op 1 december is de enquête offline gehaald. In totaal werden er 193

enquêtes ingevuld, waarvan 108 volledige en 85 onvolledige. De responsgraad ligt dus op ongeveer 13%, wat een behoorlijk cijfer is voor een online survey. Voor de vragen die niet in het begin van de enquête kwamen, zakt dat cijfer. De vragen uit de eerste vraaggroep werden telkens nog door een significant deel van de onvolledige responses ingevuld. Daarom zijn de resultaten bij die vragen onderverdeeld in drie groepen: de resultaten van de volledig ingevulde enquêtes, het aantal en de resultaten van de onvolledige enquêtes en een totaal. Vanaf vraaggroep twee worden de onvolledige enquêtes buiten beschouwing gelaten omdat het ging over minder dan 8 respondenten.

5. Resultaten

5.1. Inleiding

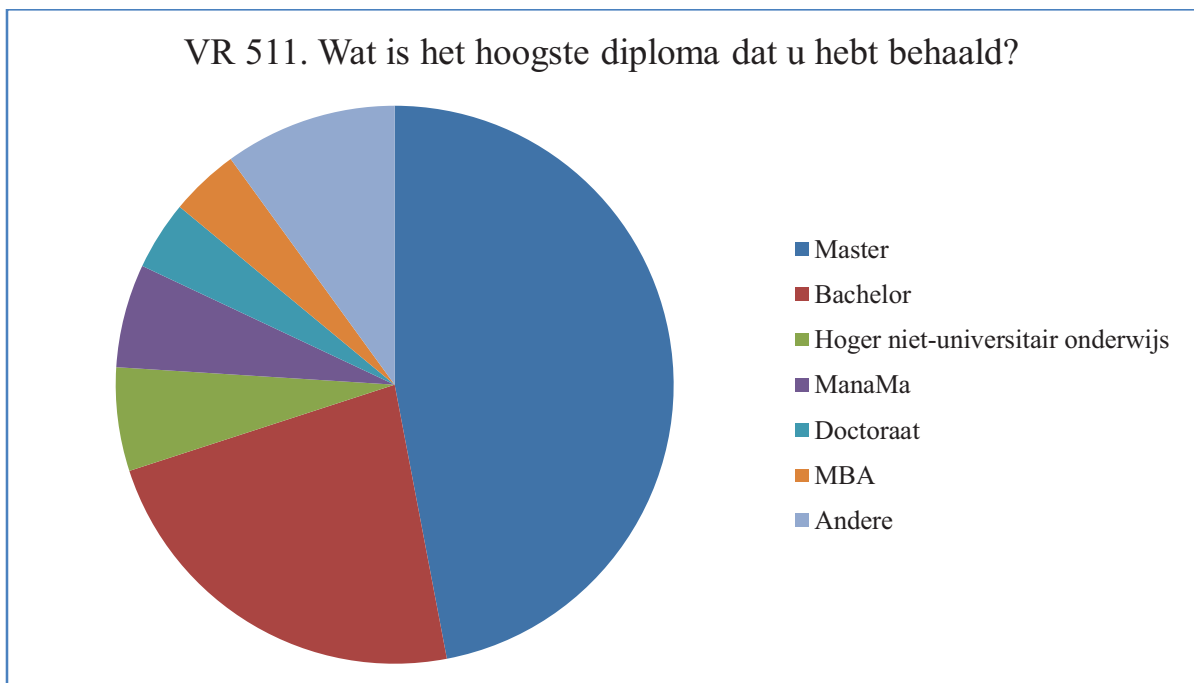
Hoofdstuk 5 bespreekt de resultaten van de online survey, aan de hand van de vijf vraaggroepen. De terugkoppeling naar de onderzoeksvragen komt aan bod in deel 6. Ten eerste zal ingegaan worden op het profiel van respondenten en hun bedrijf (5.2.). Vervolgens komen de plaats van taal in het bedrijf, de leerbehoeftes en het opleidingsaanbod van de bedrijven aan bod (5.3.-5.5.). Ten slotte zullen de bekomen resultaten vergeleken worden met de vermelde ELAN-studie en met een gelijkaardig onderzoek dat werd uitgevoerd in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest (5.6.).

5.2. Profiel respondenten en hun bedrijf

Voor de schets van het profiel van de respondenten worden enkele demografische criteria gebruikt (geslacht, leeftijd, opleiding), maar er wordt ook geïnformeerd naar de talenkennis van de respondenten zelf. Verder wordt ook de taal waarin men de enquête invulde in rekening gebracht (5.2.1). In een tweede paragraaf wordt dan ingegaan op het bedrijfsprofiel, via sector, klantenbestand, omzet, etc. (5.2.2.). Standaard wordt uitgegaan van de 108 volledige enquêtes. Als er hier en daar respondenten wegvallen, wordt dat expliciet vermeld.

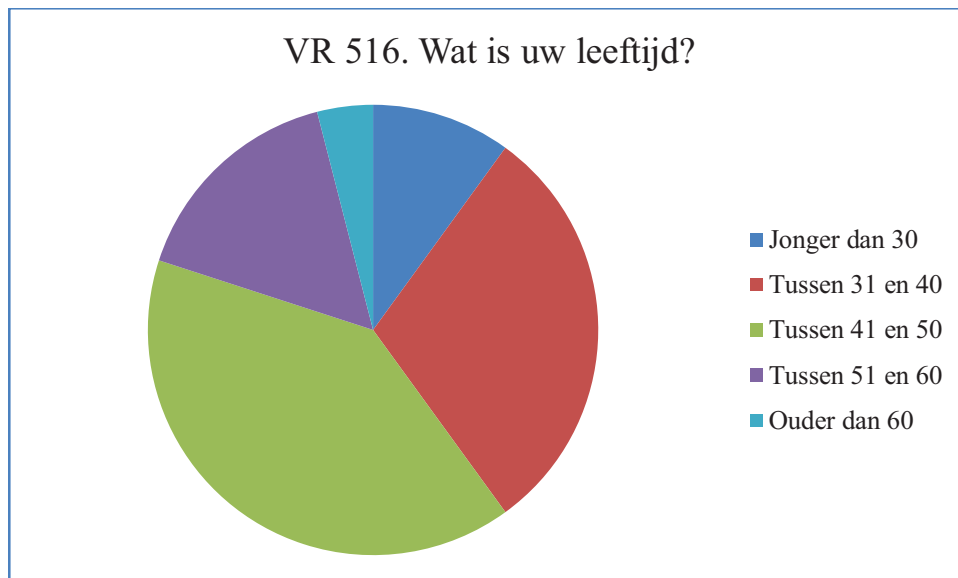
5.2.1. Profiel respondenten

De enquête werd veelal ingevuld door hoogopgeleide, vrouwelijke personen. 47% van de 108 behaalde als hoogste diploma een master, 23% een bachelordiploma (zie figuur 1). 6% van de respondenten is afgestudeerd in het hoger niet-universitair onderwijs en nog eens 6% als ManaMa. Verder behaalde 4% een doctoraatsdiploma en hetzelfde aantal een MBA. Ten slotte studeerde 10% af met nog een ander diploma.



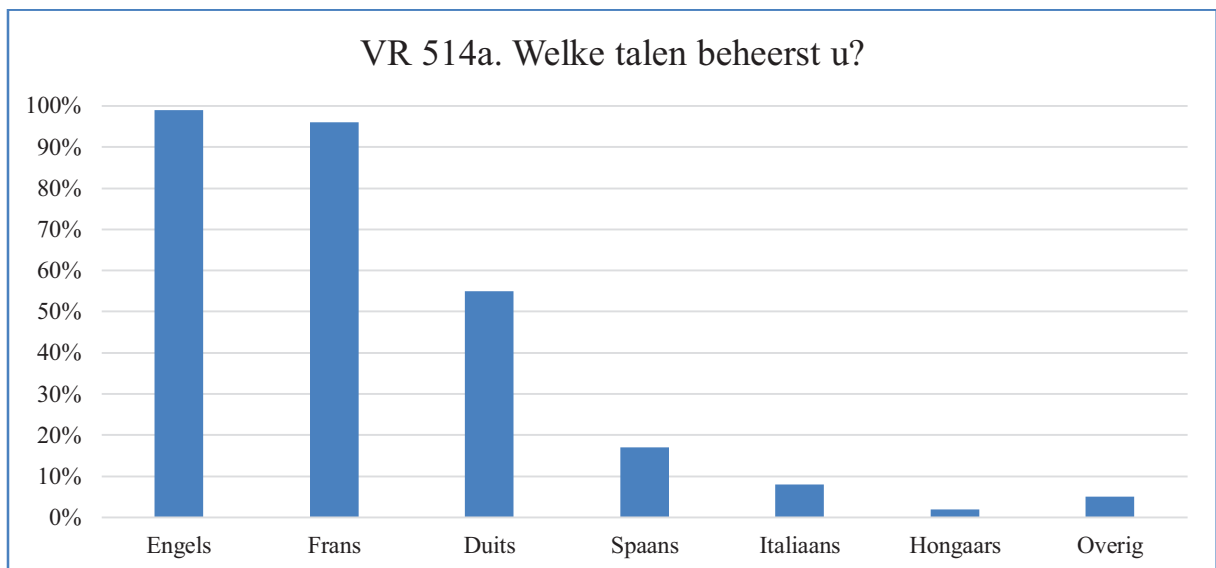
Figuur 1. Vraag 5.1.1. Wat is het hoogste diploma dat u hebt behaald?

Qua leeftijd (zie figuur 2) situeren de respondenten zich vooral in de leeftijdsgroep 41 tot 50 jaar (40%). 30% is tussen 31 en 40 jaar oud; 16% tussen 51 en 60 jaar oud; en 4% is ouder dan 60 jaar. 10% is ten slotte jonger dan 30.



Figuur 2. Vraag 5.1.6. Wat is uw leeftijd?

De overgrote meerderheid is zelf meertalig; slechts 2 respondenten geven aan geen vreemde talen te beheersen. De meest gekende talen zijn Engels (99%) en Frans (96%), op ruime afstand gevolgd door Duits (55%) en Spaans (17%). Acht respondenten beheersen Italiaans en twee respondenten kennen Hongaars. Andere gesuggereerde talen zijn Chinees, Russisch, Roemeens, Portugees en Noors (telkens één respondent).



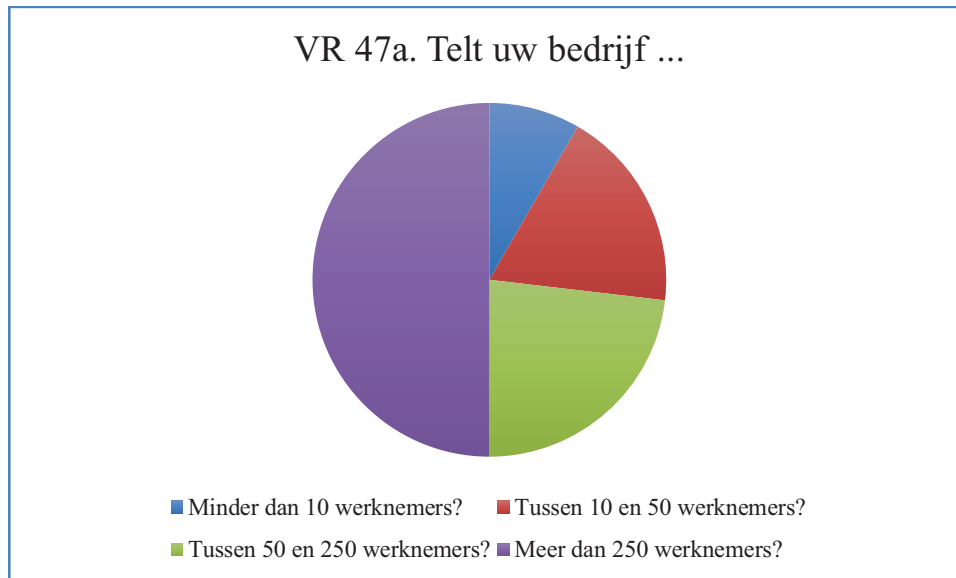
Figuur 3. Vraag 5.1.4.a. Welke talen beheerst u?

Van de 106 respondenten die meertalig zijn, spreken er 40 (38%) drie talen en 45 (42%) vier talen. Dit is telkens inclusief Nederlands. De meerderheid haalt dus de eerder besproken langetermijndoelstelling van de EU. 101 respondenten (95%) spreekt minstens de combinatie Nederlands – Frans – Engels. De combinatie van de drie officiële landstalen komt ook nog relatief veel voor: 53% van de respondenten beheerst minstens Nederlands, Frans en Duits samen.

De enquête was beschikbaar in drie talen, Nederlands, Engels en Frans. De meeste volledige enquêtes zijn ingevuld in het Nederlands (104x). Drie keer is er gekozen in te vullen in het Frans en eenmaal in het Engels. Personen die aan de onvolledige enquêtes zijn begonnen, kozen iets meer voor Engels (5x) dan voor Frans (1x), maar de meerderheid vulde ook in het Nederlands in (79x).

5.2.2. Bedrijfsprofiel

Figuur 4 toont het aantal werknemers in de bevroage bedrijven. De gehanteerde terminologie komt overeen met de definities van de Europese Commissie.⁴⁷ Vooral grote bedrijven met meer dan 250 werknemers hebben de enquête ingevuld (50%). KMO's zijn goed voor 42% van de ingevulde enquêtes: 23% middelgrote bedrijven (tussen 50 en 250 werknemers) en 19% kleine bedrijven (tussen 10 en 50 werknemers). Microbedrijven (minder dan 10 werknemers) vertegenwoordigen 8% van de ingevulde enquêtes.



Figuur 4. Vraag 4.7.a. Telt uw bedrijf...?

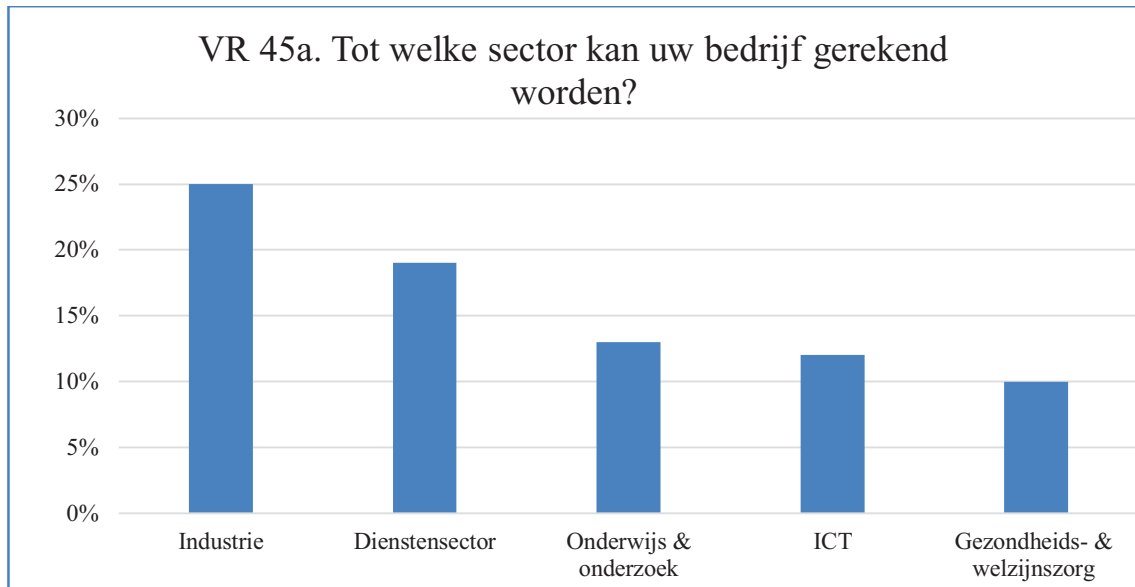
Binnen de bedrijven werden vier werknemersprofielen onderscheiden: arbeiders, bedienden, het middenkader en de bedrijfsleiding. Voor elke categorie werd een definitie geformuleerd en bij de vraag getoond, zodat er geen verwarring kon ontstaan. De verdeling is weergegeven in figuur 5. Bijna elk bedrijf zet bedienden (99% van de bedrijven), een middenkader (91%) en bedrijfsleiding (94%) in. Bedrijven met arbeiders zijn iets minder vertegenwoordigd: 61 bedrijven (56%) stellen arbeiders tewerk.



Figuur 5. Vraag 4.7.b. Welke werknemersprofielen worden er ingezet in uw bedrijf?

⁴⁷ Europese Commissie. *Wat is een KMO/MKB?* [Http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_nl.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_nl.htm)

Voor de sectorale indeling van de bedrijven die geantwoord hebben, werd gebruik gemaakt van de Standaard Bedrijfsindeling van het Centraal Bureau voor de Statistiek.⁴⁸ De vijf meest vertegenwoordigde sectoren zijn de industrie, de dienstensector, onderwijs en onderzoek, ICT en gezondheidszorg en welzijnszorg (zie figuur 6).

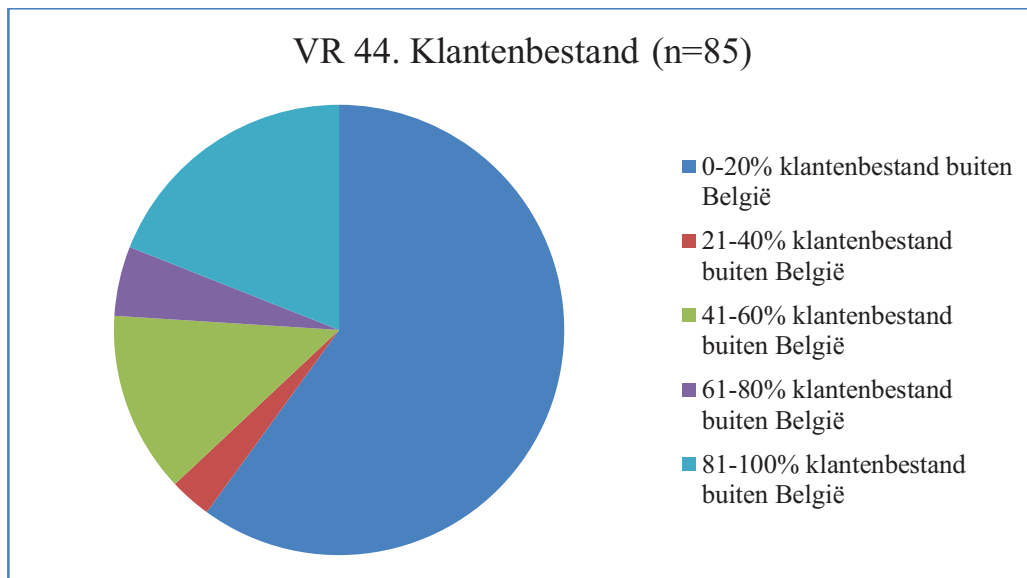


Figuur 6. Vraag 4.5.a. Tot welke sector kan uw bedrijf gerekend worden?

Tien bedrijven categoriseren zichzelf als groothandel en detailhandel. Acht bedrijven werken in de bouwnijverheid en 4 bedrijven in de transportsector. Andere sectoren die nog genoemd worden, zijn de overheid, immobiliën, financiële instellingen, landbouw/bosbouw/visserij/delfstoffen, horeca en nutsvoorzieningen.

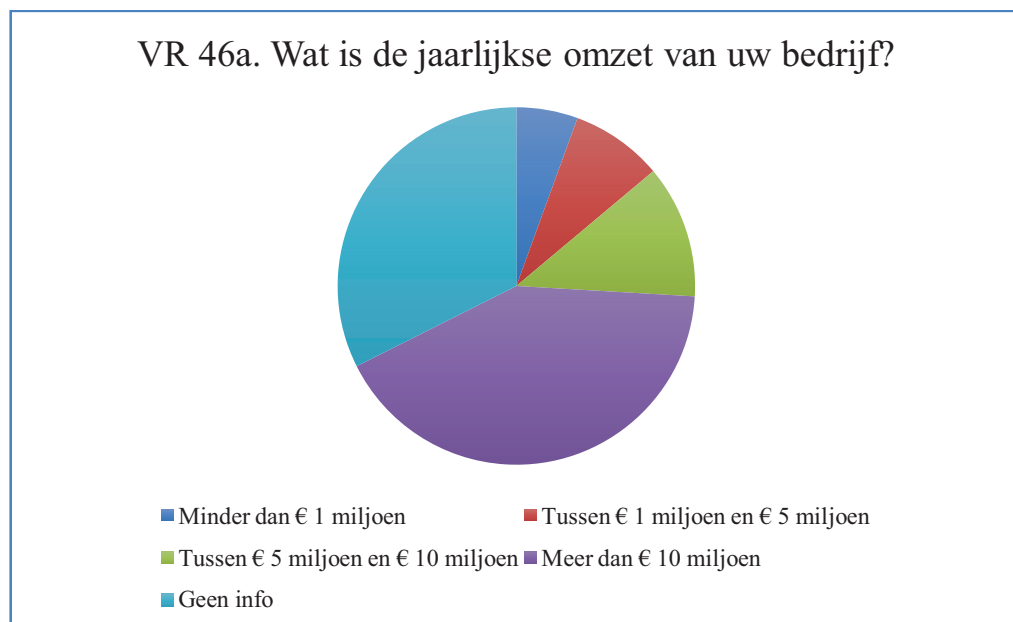
De respondenten werd ook gevraagd naar de verdeling van hun klantenbestand over Vlaanderen, Wallonië, Europa en buiten Europa. 23 respondenten hebben deze vraag echter niet correct ingevuld en werden daarom uit de resultaten gefilterd. Deze gegevens moeten dus voorzichtig geïnterpreteerd worden: het is mogelijk dat deze niet representatief zijn voor alle respondenten. De meeste bedrijven richten zich op Vlaanderen: van 50% van de bedrijven bevindt zich 60% of meer van het klantenbestand in Vlaanderen, waarvan 7% al zijn klanten in Vlaanderen heeft. Om de internationale oriëntatie van de bevroegde bedrijven te bepalen, werd gekeken naar het percentage niet-Belgische klanten (zie figuur 7). Hieruit blijkt dat bij de meeste bedrijven (60%) slechts 0 tot 20% van het klantenbestand zich buiten België bevindt. 3% geeft aan dat 21 tot 40% van zijn klanten buitenlands zijn, bij 13% van de bedrijven bevindt 41 tot 60% zich in het buitenland en 5% van de bedrijven heeft 61 tot 80% buitenlandse klanten. Opvallend is dat het aantal bedrijven met 81 tot 100% van de klanten buiten België de tweede grootste groep is (19%).

⁴⁸ Centraal Bureau voor de Statistiek. *Standaard Bedrijfsindeling*. 2013.



Figuur 7. Vraag 4.4. Klantenbestand

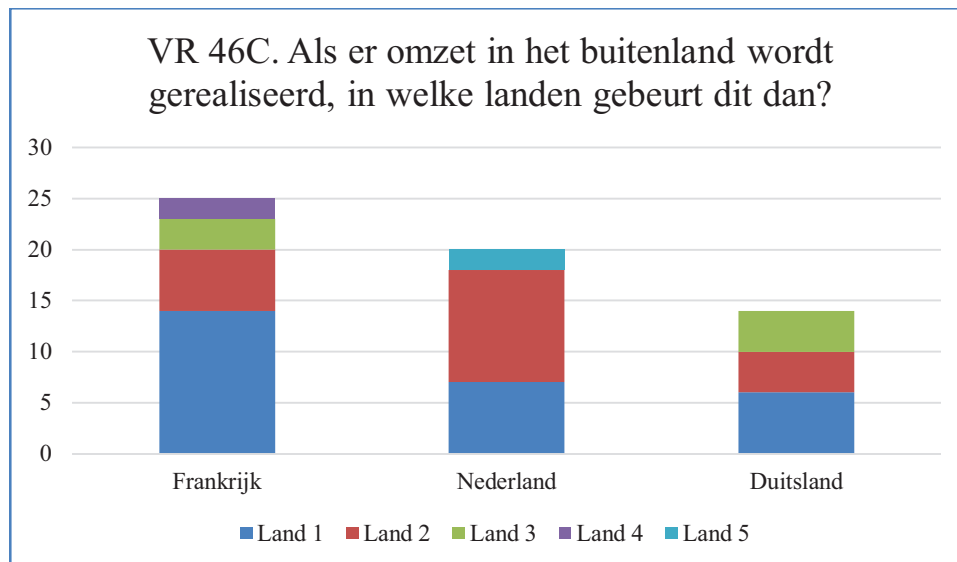
Ten slotte werd ook nog de jaarlijkse omzet van de bedrijven onderzocht (zie figuur 8). 32% (of 35 respondenten) kan hierover echter geen informatie geven. Dat kan het beeld mogelijk vertekenen, dus ook dit resultaat moet met omzichtigheid behandeld worden. Het grootste deel van de bedrijven (42%) geeft aan meer dan €10 miljoen omzet per jaar te draaien. De andere omzetvorken, minder dan €1 miljoen (6%), tussen €1 miljoen en €5 miljoen (8%) en tussen € 5 miljoen en €10 miljoen (12%), zijn veel minder aanwezig. Waar wordt die omzet vooral gerealiseerd? 86 respondenten vulden deze vraag correct in, de niet-correcte werden uit het bestand gefilterd. 31 bedrijven realiseren hun omzet enkel in België, 53 realiseren ook omzet buiten België en 2 bedrijven realiseren enkel omzet buiten België. Om een duidelijker beeld te krijgen op de internationale gerichtheid van de bedrijven, werden de resultaten opnieuw gefilterd. Daaruit bleek dat 57 onder hen 60% of meer van hun omzet realiseren in België, 9 in Europa (buiten België) en 6 buiten Europa.



Figuur 8. Vraag 4.6.a. Wat is de jaarlijkse omzet van uw bedrijf?

Als men omzet buiten België realiseert, werd ook gevraagd in welke landen dat dan vooral gebeurt. Dit werd gespecificeerd door 47 respondenten (van de 55 die omzet realiseren in het buitenland). 10 bedrijven geven vijf landen op, 7 bedrijven geven vier landen op, opnieuw 10 geven er drie op, 11 geven er twee op en 9 respondenten geven maar één bedrijf op. Omzet in het buitenland wordt vooral in Frankrijk, Nederland en Duitsland gerealiseerd: deze drie landen worden

respectievelijk 25 keer, 20 keer en 14 keer ingevuld. Meer exotische voorbeelden, die slechts eenmaal voorkwamen, zijn bijvoorbeeld Qatar, Dubai en China. De respondenten werden ook gevraagd om deze landen te rangschikken qua belangrijkheid. Van de 25 keer dat men Frankrijk invulde, is dat 14 keer als belangrijkste land. Nederland is 7 keer het belangrijkste land en Duitsland 6 keer. Nog vaak als belangrijkste genoemd, is Luxemburg (6 keer), maar dit land werd daarna nog zelden vermeld. De verdeling qua belangrijkheid van de drie vaakst genoemde landen, Frankrijk, Nederland en Duitsland, wordt weergegeven in figuur 9.



Figuur 9. Vraag 4.6.c. Als er omzet in het buitenland wordt gerealiseerd, in welke landen gebeurt dit dan?

5.2.3. Conclusie

De respondenten zijn veelal vrouwelijk en hoogopgeleid, in leeftijd variërend tussen 31 en 50 jaar. Slechts twee van hen zijn zelf niet meertalig. Onder de 106 anderen zijn Engels, Frans en Duits de meest gekende talen, naast het Nederlands dat elke respondent beheerst. Het grootste deel van de respondenten spreekt drie of vier talen, waarbij de combinatie van Nederlands (de officiële taal van het gewest) met Frans en Engels het meest voorkomt. De respondenten zijn vrij gelijk verdeeld over grote bedrijven en KMO's. In die bedrijven worden doorgaans bedienden, middenkader en bedrijfsleiding ingezet. Iets meer dan de helft stelt ook arbeiders tewerk. Qua sectorverdeling komt bijna de helft van de bedrijven uit de industriële sector of de dienstensector. Andere vaak voorkomende sectoren zijn onderwijs en onderzoek, ICT en gezondheids- en welzijnszorg. De bevroegde bedrijven richten zich verder vooral op klanten in Vlaanderen. Hun omzet, die veelal boven €10 miljoen ligt, wordt overwegend gerealiseerd in de combinatie België en buitenland. Als er omzet uit het buitenland komt, is dit vooral uit Frankrijk, Nederland of Duitsland.

5.3. Plaats van taal in het bedrijf

In dit deel wordt de plaats van (vreemde) talen bestudeerd binnen het bedrijf. Eerst wordt ingegaan op de taalpolitiek van het bedrijf (5.3.1) en daarna worden de mogelijke taalproblemen binnen de bedrijven onderzocht (5.3.2.). Omdat deze vragen eerst kwamen in de enquête, zijn er hier nog meer dan de standaard 108 respondenten. Bij elke vraag zullen de resultaten apart worden besproken, met daarnaast een totaal omdat de kenmerken van de respondenten (zie deel 5.2.) enkel van toepassing zijn op de 108 volledige enquêtes. In geval van verbanden met demografische gegevens, zal het dus telkens enkel om deze volledige enquêtes gaan.

5.3.1. Taalpolitiek van het bedrijf

In de volgende paragrafen wordt de taalpolitiek van de respondenten onder de loep genomen. Elementen die hierbij aan bod komen zijn de officiële taal van het bedrijf, de al dan niet meertalige

website, het gebruik van vreemde talen voor interne en externe communicatie en het belang van talenkennis bij aanwerving van nieuwe medewerkers.

5.3.1.1. Officiële taal van het bedrijf

Een eerste aspect van de taalpolitiek is de officiële taal van het bedrijf. Deze vraag werd, naast de standaard 108, nog ingevuld door 67 personen.

In tabel 1 worden de resultaten weergegeven voor beide soorten enquêtes en het totaal. De meest gebruikte officiële taal is Nederlands. Op grote afstand volgen Engels en Frans. Slechts een beperkt aantal bedrijven heeft Duits of Chinees als officiële taal. Spaans en Italiaans worden in geen enkel bedrijf gebruikt als officiële taal. Er werden nog 4 andere talen genoemd door de respondenten, nl. Amerikaans Engels, Tsjechisch, Roemeens en Koreaans. Ten slotte geeft 1 respondent aan dat zijn/haar bedrijf per land de lokale landstaal gebruikt.

	Volledige enquêtes (n=108)	Onvolledige enquêtes (n=67)	Totaal (n=175)
Nederlands	95%	87%	92%
Engels	44%	43%	44%
Frans	36%	24%	31%
Duits	7%	6%	6%
Chinees	1%	3%	2%
Andere	3%	2%	2%

Tabel 1. Vraag 1.1. Wat is/zijn de officiële talen van uw bedrijf?

De meeste bedrijven (43%) hebben slechts één officiële taal en dat is in de overgrote meerderheid van de gevallen het Nederlands (87%). 12% van de eentalige bedrijven hanteert het Engels en 1% vermeldt het Koreaans. Iets minder bedrijven (35%) hebben een tweetalig officieel beleid, met als meest voorkomende combinatie Nederlands – Engels, gevolgd door Nederlands – Frans. In de bedrijven met drie officiële talen (16%) is de combinatie Nederlands – Engels – Frans het meest voorkomend (22 van de 28 respondenten). De combinatie van de Belgische officiële landstalen komt slechts vijf keer voor; de combinatie Nederlands – Engels – Duits twee keer. Ten slotte zijn er nog de bedrijven met vier (2%) en vijf (1%) officiële talen. Hier wordt het meest gewerkt met Nederlands – Engels – Frans – Duits, aangevuld met Chinees in het geval van vijf officiële talen.

Er is een tendens te zien in het aantal gebruikte officiële talen en de grootte van het bedrijf in de volledige enquêtes.⁴⁹ Zoals bleek uit de literatuurstudie is het voor grotere bedrijven gemakkelijker om internationaal te gaan werken en daarom zou het logisch zijn dat zij meer officiële talen gebruiken dan kleinere bedrijven. In eerste instantie lijkt dit te kloppen. De meerderheid van de microbedrijven hanteert één officiële taal. Ook bij kleine bedrijven is dit nog het geval, maar het aantal bedrijven met twee talen neemt wel toe. Bij middelgrote bedrijven worden meestal twee talen ingezet. Bij grote bedrijven echter zakt dat aantal terug, en hebben de meeste bedrijven maar één officiële taal. Dit is een opmerkelijke vaststelling, maar moet wel lichtjes genuanceerd worden. Het verschil tussen één, twee of drie officiële talen is bij grote bedrijven namelijk wel opmerkelijk kleiner dan bij de andere groepen.

Als er gekeken wordt naar een link met het klantenbestand, wordt duidelijk dat de bedrijven die de meeste klanten in Vlaanderen hadden (43 bedrijven) ook allemaal Nederlands als officiële taal hebben. Opvallend is wel dat zes van de vijftien bedrijven die het grootste stuk van hun omzet buiten België realiseren enkel Nederlands als officiële taal hebben, terwijl in de literatuur vaak benadrukt

⁴⁹ De onvolledige enquêtes werden allemaal afgebroken voor de vraag naar grootte van het bedrijf en worden dus niet meegenomen in deze inschatting.

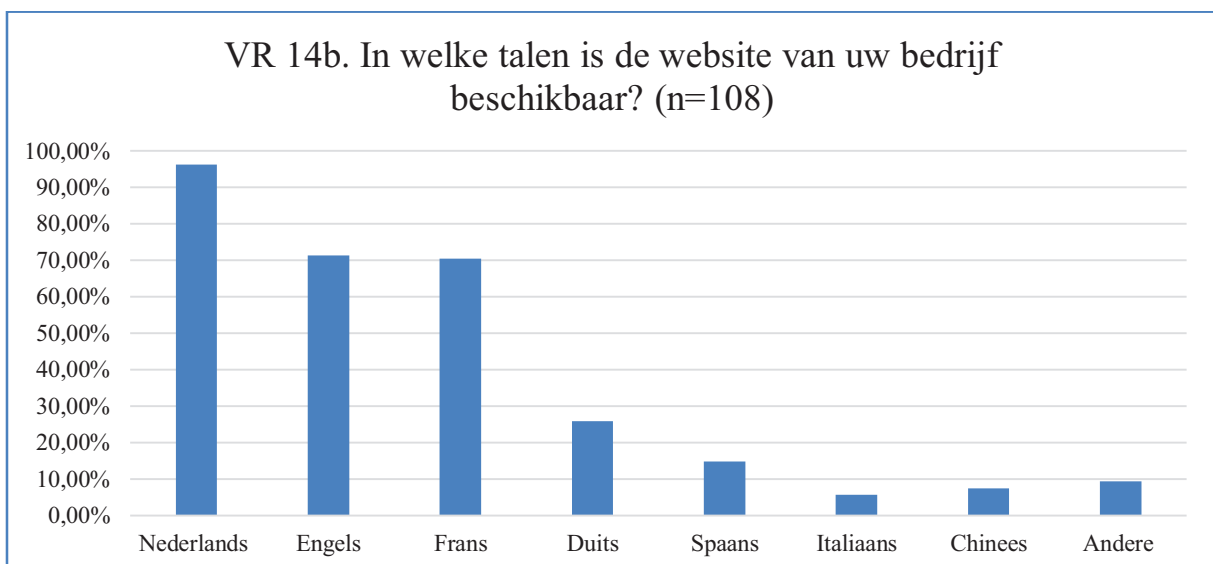
wordt dat vreemde-talenkennis bijdraagt tot internationaal succes. De andere negen hebben wel allemaal een andere taal (vaak in combinatie met het Nederlands) als officiële taal.

5.3.1.2. Bedrijfswebsite

Van de 108 volledige enquêtes hebben 80 respondenten (74%) een website die beschikbaar is in verschillende talen; 28 hebben dat niet. Er zijn nog 42 respondenten van de onvolledige enquêtes die deze vraag hebben beantwoord. 31 daarvan hadden een website die beschikbaar is in verschillende talen (74%). In totaal hebben 150 respondenten deze vraag beantwoord. Een grote meerderheid van de bedrijven (74%) heeft dus een website in verschillende talen. Aangezien er in de literatuur heel veel aandacht besteed wordt aan het belang van een meertalige website is dat toch nog een lager aantal dan verwacht. Echter, uit het bedrijfsprofiel bleek dat veel bedrijven zich richten op een Vlaamse klantenkring. Een meertalige website is dan niet zo noodzakelijk. Om de redenen hiervoor te verfijnen moet bovendien gekeken worden naar de bedrijfsdoelstellingen, die misschien niet exportgericht zijn.

108 respondenten (onvolledige en volledige enquêtes) hebben aangegeven in welke talen deze website beschikbaar is. Dit is een lager aantal dan de vorige vraag, omdat degenen die geen meertalige website hadden, deze vraag ook niet te zien kregen. Een klein verschil tussen de onvolledige en volledige enquêtes is het gebruik van Frans en Engels. Uit de volledige enquêtes blijkt dat de bedrijven vaker een website in het Frans hebben dan in het Engels, terwijl dit omgekeerd is bij de onvolledige bevragingen. In totaal heeft bijna ieder bedrijf een website in het Nederlands, slechts vier bedrijven hebben dat niet (zie figuur 10). De aantallen bedrijven met een Engelse (77) of Franse (76) website liggen heel dicht bij elkaar, en worden op grote afstand gevolgd door Duits (28). Andere talen die nog genoemd worden zijn Spaans (16x), Chinees (8x), Italiaans (6x), Russisch (4x), Portugees (3x), Japans (2x) en Pools (1x).

Een nipte meerderheid van de bedrijven (51%) heeft een tweetalige website. De meest voorkomende combinaties zijn Nederlands – Frans (51%) en Nederlands – Engels (45%). Voor de tweetalige websites is er dus een omgekeerde volgorde dan bij de bedrijven met twee officiële talen. Een drietalige website wordt gehanteerd door 20% van de bedrijven. De grote meerderheid daarvan is opgesteld in een combinatie van Nederlands – Engels – Frans. 11% van de bedrijven heeft een website in vier verschillende talen, de combinatie Nederlands – Engels – Frans wordt bijna altijd aangevuld met Duits. Ten slotte zijn er nog 16 bedrijven (15%) die vijf of meer talen gebruiken. Nederlands, Engels en, verrassend, Spaans worden altijd gebruikt, aangevuld met andere talen.



Figuur 10. Vraag 1.4.b. In welke talen is de website van uw bedrijf beschikbaar?

Binnen de volledig ingevulde enquêtes werd ook nog onderzocht of er een link was tussen het aantal talen voor een website en de grootte van het bedrijf. Zoals al uitgelegd in de vorige paragraaf werd verwacht dat grotere bedrijven zich meer internationaal richten en dus ook meer talen gebruiken voor een belangrijk marketinginstrument, de website. Binnen de 80 bedrijven met een meertalige

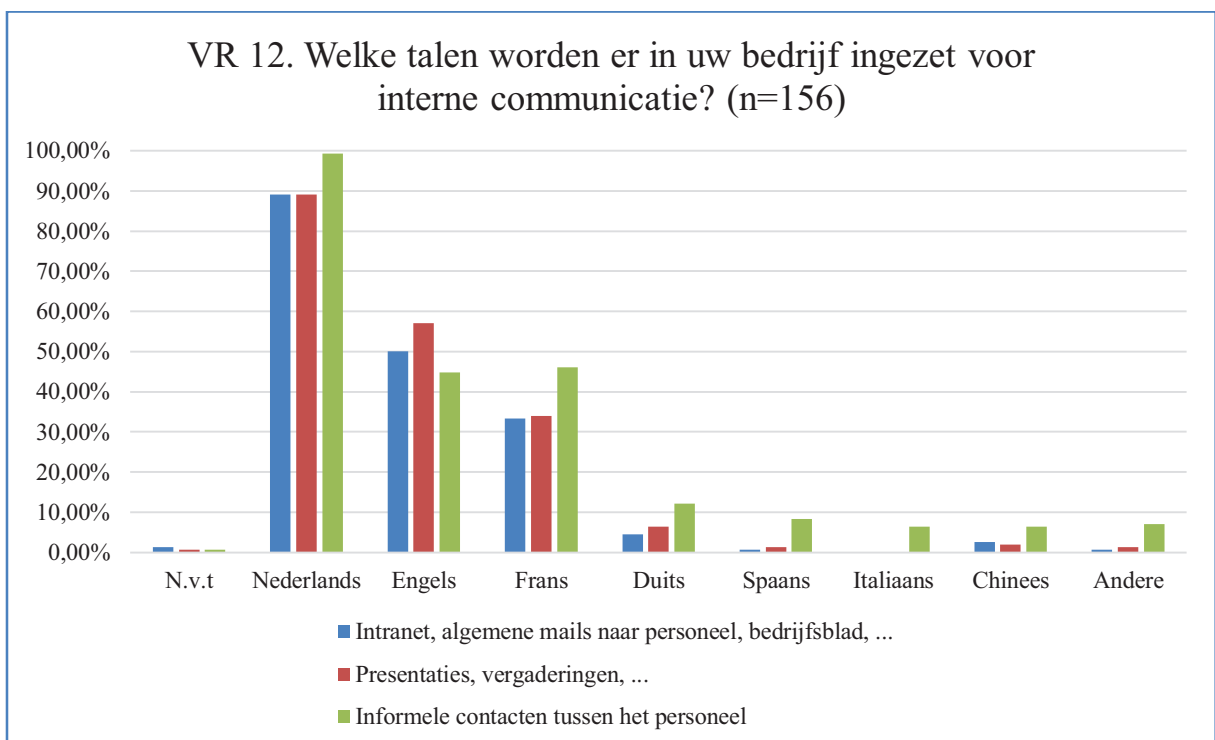
website hebben er 45 meer dan 250 werknemers, 20 bedrijven stellen tussen 50 en 250 mensen tewerk, 10 bedrijven hebben tussen 10 en 50 werknemers en 5 bedrijven hebben minder dan 10 werknemers. Bij alle soorten bedrijven gebruiken de meesten twee talen voor hun website. In de grotere bedrijven (tussen 50 en 250 werknemers) is er wel veel meer variatie: er komen ook bedrijven voor met vijf, zes, zeven of acht talen voor hun website. Dat is niet het geval voor de kleinere bedrijven. Zeker de microbedrijven stellen hun website beschikbaar in maximum drie verschillende talen. De verwachting dat grotere bedrijven meer talen zouden hanteren komt dus maar deels uit, net zoals in de vorige paragraaf bij de hoeveelheid officiële talen.

5.3.1.3. Interne en externe communicatie

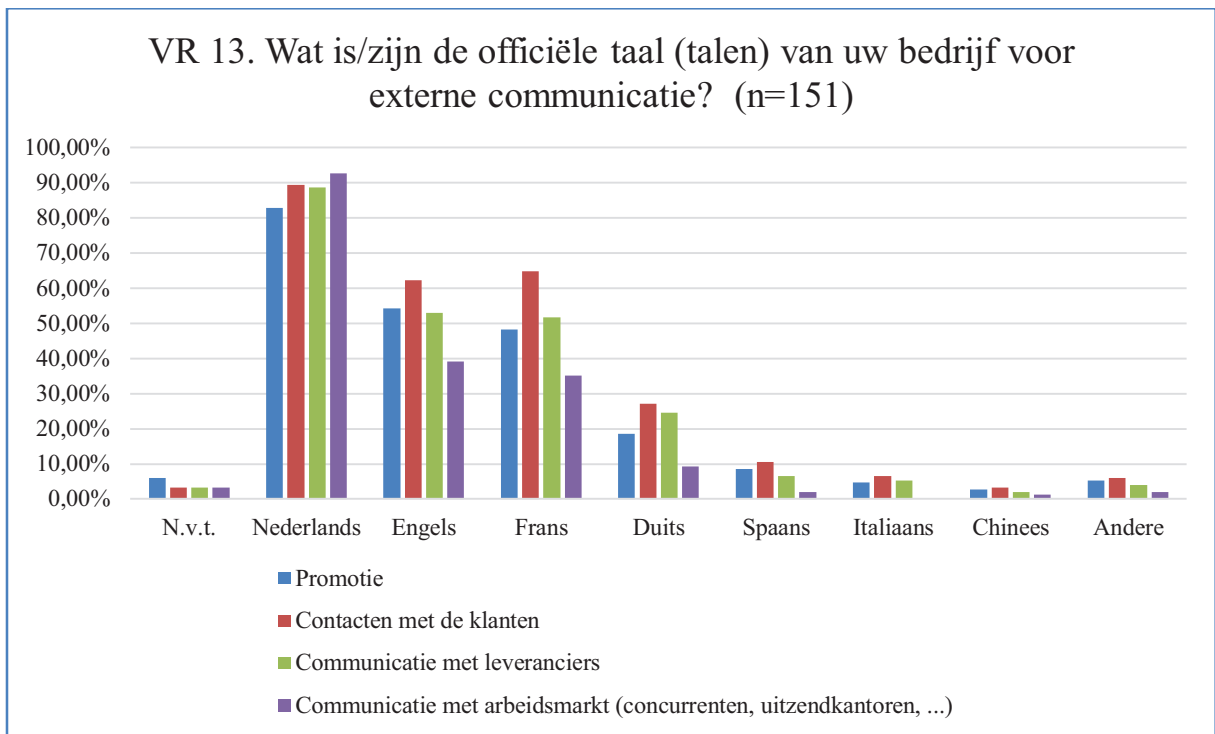
De vragen naar de verspreiding van verschillende talen over interne en externe communicatie werden beantwoord door respectievelijk 156 en 151 respondenten. Er zijn geen grote verschillen tussen volledige en onvolledige enquêtes, dus enkel het totaal wordt behandeld.

Zoals te zien in figuur 11 en 12 is het Nederlands de meest gebruikte taal voor zowel interne als externe communicatie. Alle soorten communicatie worden door telkens meer dan 80% van de bedrijven wel eens uitgevoerd in het Nederlands. De tweede meest gebruikte taal varieert naargelang de soort communicatie. Voor formele, interne communicatie wordt Engels het meest gebruikt, voor informele, interne communicatie is dat Frans. Op vlak van externe communicatie is Engels ook dominant, behalve voor contacten met klanten waar vaker opnieuw Frans wordt gebruikt. Dat kan verklaard worden door het hoge aantal bedrijven dat omzet realiseert in Frankrijk. Engels is dus de tweede taal voor vijf situaties, Frans wordt geprefereerd in twee andere. Dit komt overeen met de hiërarchie in de officiële talen. Duits wordt veel minder gebruikt, maar qua externe communicatie is er een piek voor communicatie met klanten, wat om dezelfde reden verklaard kan worden maar dan door omzetrealisatie in Duitsland. Over het algemeen worden er in de externe communicatie vaker andere talen dan het Nederlands gebruikt dan bij interne communicatie.

Andere talen worden zelden gebruikt. Bij interne communicatie is er wel enige informele communicatie tussen werknemers in het Spaans, Italiaans of Chinees, maar voor de rest zijn de aantallen te verwaarlozen.



Figuur 11. Vraag 1.2. Welke talen worden er in uw bedrijf ingezet voor interne communicatie?

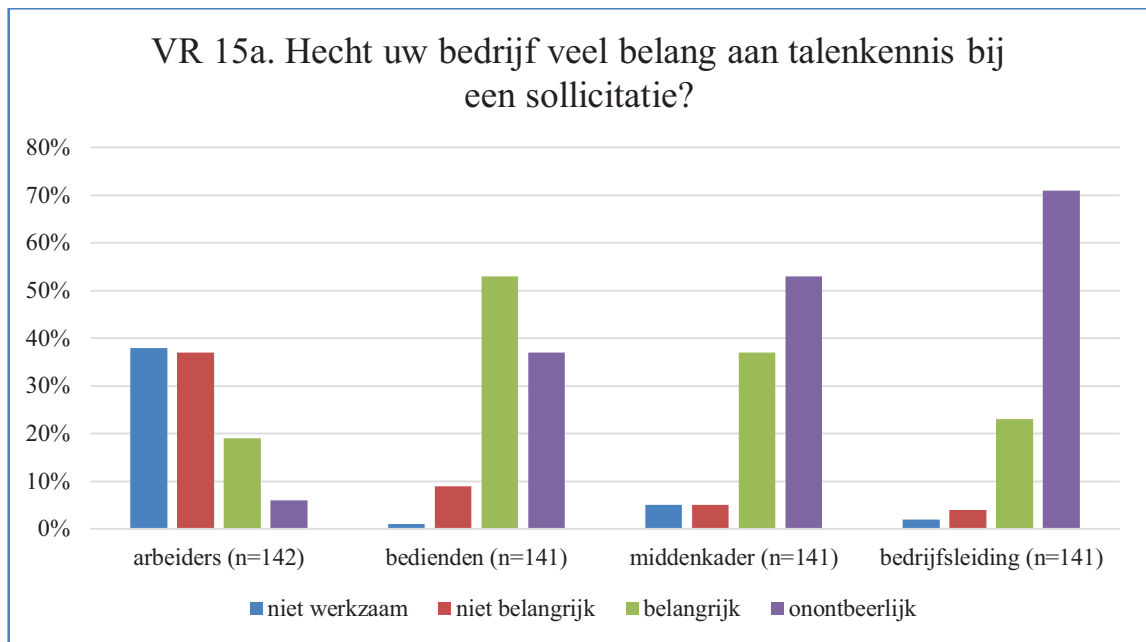


Figuur 12. Vraag 1.3. Wat is/zijn de officiële taal (talen) van uw bedrijf voor externe communicatie?

5.3.1.4. Talenkennis bij aanwerving

De rol van talenkennis bij de aanwerving van nieuwe medewerkers is een belangrijk aspect van taalmanagement. Ten eerste werd onderzocht hoeveel belang in Vlaanderen gevestigde bedrijven daaraan hechten. De resultaten van volledig en onvolledig ingevulde enquêtes worden samengenomen, omdat die in zeer grote mate gelijklopend zijn. Voor het werknemersprofiel van arbeiders waren zowat alle respondenten die arbeiders tewerkstellen het er over eens dat talenkennis voor dit profiel niet belangrijk is. Bij de andere werknemersprofielen is er echter een heel ander beeld te zien. Meer dan 90% van de respondenten geven aan dat talenkennis belangrijk tot onontbeerlijk is voor bedienden in hun bedrijf. Ook bij het profiel van middenkader vindt een grote meerderheid dat talenkennis belangrijk is. Ten slotte geeft opnieuw meer dan 90% van de bedrijven aan dat talenkennis belangrijk of zelfs onontbeerlijk is voor managers.

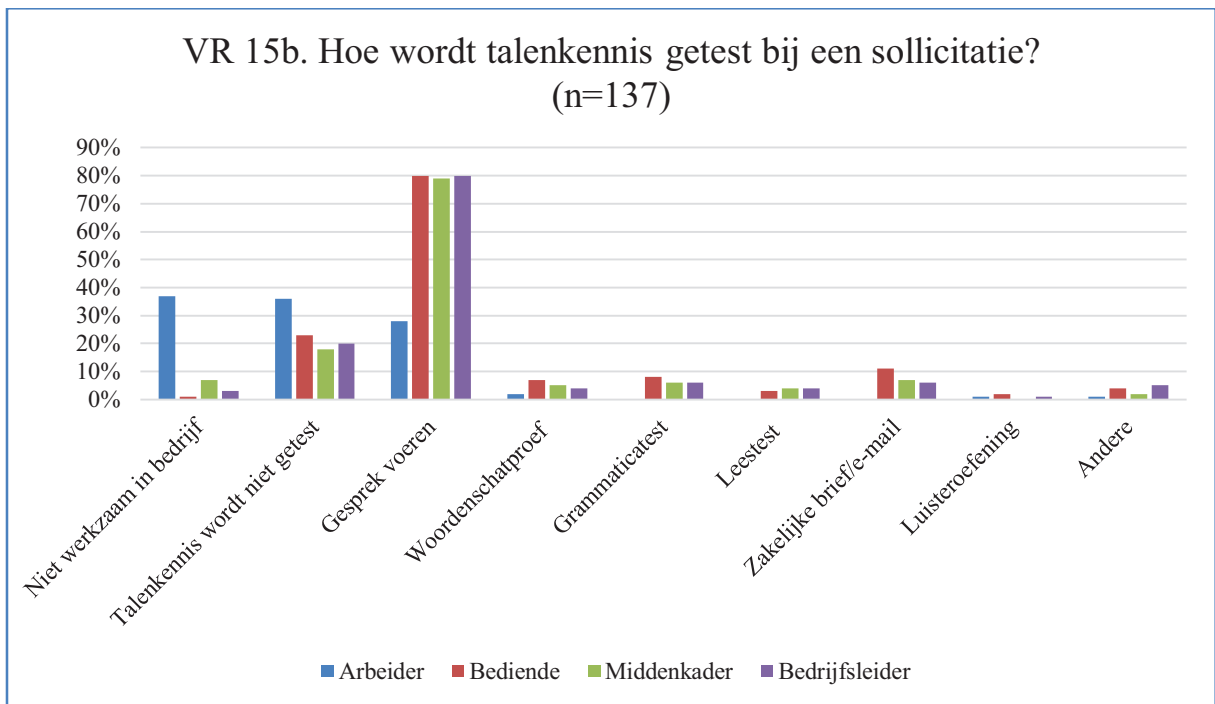
In totaal zijn er voor de arbeiders 142 enquêtes ingevuld en voor de andere drie profielen 141. Figuur 13 toont het belang voor elk profiel. Er is een duidelijke evolutie: hoe hoger de functie in de bedrijfshiërarchie, hoe belangrijker talenkennis wordt. 6% van de bedrijven vindt talenkennis onontbeerlijk voor arbeiders, maar dit loopt op tot 71% bij bedrijfsleiding.



Figuur 13. Vraag 1.5.a. Hecht uw bedrijf veel belang aan talenkennis bij een sollicitatie?

Ten tweede werd bekeken of de bedrijven talenkennis effectief testen en op welke manier. Uit de literatuurstudie bleek namelijk vaak dat er een discrepantie was tussen het belang dat men aan talenkennis hechtte en de mate waarin die kennis ook effectief getest werd. Er waren weinig verschillen tussen volledige (108) en onvolledige enquêtes (29), dus de resultaten worden hier samen besproken en weergegeven in figuur 14.⁵⁰ Talenkennis wordt weinig getest bij bedrijven die arbeiders inzetten. 36% van de 137 bedrijven geeft aan talenkennis niet te bevragen bij een sollicitatie, tegenover 23% voor bedienden, 18% voor het middenkader en 20% bij de bedrijfsleiding. De kloof tussen het belang dat aan talenkennis gehecht wordt en de effectieve test ervan tijdens een sollicitatiegesprek is dus minder groot dan in de literatuur naar voren kwam. Toch is het opvallend dat bij het management, waar het belang heel erg benadrukt werd, één op vijf bedrijven de sollicitant niet test. Bedrijven hechten vooral veel belang aan mondelinge vaardigheden, want voor de werknemers die wel getest werden is een gesprek voeren duidelijk de belangrijkste proef. Andere vaardigheden, zoals schrijven of luisteren, zijn ondergeschikt.

⁵⁰ Merk op dat in figuur 11 en 12 de cijfers rond de werknemersprofielen die niet werkzaam zijn (omdat er geen arbeiders/bedienden/... zijn) in het bedrijf ongeveer constant blijven, maar dat er in figuur 12 toch lichte verschillen zijn met de vorige figuur. Het is daarom aangeraden de cijfers rond deze antwoordmogelijkheid voorzichtig te interpreteren.



Figuur 14. Vraag 1.5.b. Hoe wordt talenkennis getest bij een sollicitatie?

Ten derde werden de bedrijven ook ondervraagd over het feit of ze misschien buitenlandse werknemers moeten aannemen omdat deze een specifieke taal beheersen. De resultaten voor volledige (108) en onvolledige (27) lopen gelijk: deze managementtechniek wordt in ongeveer één op vijf bedrijven (22%) toegepast. Die buitenlandse werknemers worden vooral aangenomen voor Frans, Engels, Duits en vooral voor commerciële functies en marketing- en salesfuncties.

Ten slotte werd ook nog gekeken naar het verdere verloop van een carrière, na de aanwerving. De bedrijven zijn heel erg verdeeld over de vraag of een werknemer meer kans maakt op promotie als hij/zij meertalig is dan iemand die dat niet is. Van de 127 respondenten (108 volledige en 19 onvolledige) beweert 48% dat meertaligheid een rol speelt; 52% geeft aan dat dat niet het geval is.

5.3.2. Taalproblemen binnen het bedrijf

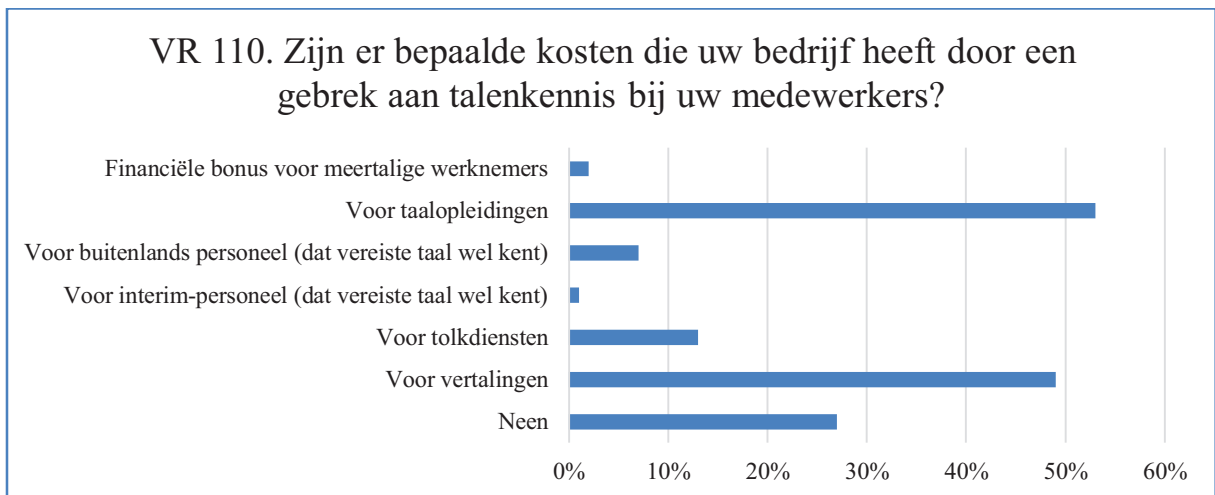
In deze paragraaf worden enkele problemen besproken waarmee een bedrijf geconfronteerd kan worden als de werknemers onvoldoende talenkennis hebben. Een eerste mogelijk probleem hangt samen met het vorige deel over aanwerving, namelijk dat een bedrijf moeilijkheden heeft om iemand aan te werven door een gebrek aan talenkennis bij de sollicitanten. Op een totaal van 132 respondenten geeft iets minder dan de helft (44%) aan dat er wel eens moeilijkheden ontstaan. Als alleen de volledige enquêtes bekeken worden, ligt dat aantal nog net iets hoger. Opvallend is dat van de bedrijven die wel problemen ondervinden bij aanwerving, 54% dat ondervindt voor Nederlands en 53% voor Frans. Dat zijn hoge cijfers voor twee officiële talen van België. Nader onderzoek moet uitwijzen wat hier de oorzaken zijn, maar misschien kan het hoge cijfer voor Nederlands deels verklaard worden door de toenemende instroom van migranten. Het cijfer voor Frans suggereert dat Vlamingen minder sterk zijn in de tweede landstaal. 19% heeft soms problemen om Engelssprekende werknemers te vinden; 16% voor Duits. De bedrijven werden ook gevraagd te specificeren voor welke functies moeilijkheden ontstonden. In de antwoorden is echter geen lijn te trekken: het gaat van arbeidsgeneesheer tot medewerkers van een callcenter en van commerciële functies tot technici.

Interne communicatieproblemen, waar taal aan de basis ligt, komen iets minder voor, maar toch ook nog geregeld. 38% van in totaal 130 respondenten – 37% voor de standaard 108 bedrijven – ervaart intern wel eens problemen. Meestal gaat het dan over misverstanden of onvoldoende taalkennis om te kunnen communiceren met anderen. Een aantal respondenten geeft ook aan dat Vlaamse medewerkers dialecten spreken, waardoor anderstaligen die wel Nederlands kunnen, toch weer niet alles begrijpen.

Een derde probleem, dat ook aan bod kwam in de ELAN-studie, is dat de talenkennis van de werknemers invloed heeft op de keuze van exportmarkten of op de keuze voor bepaalde samenwerkingen. Voor de in Vlaanderen gevestigde bedrijven is dit echter een minder voorkomend probleem dan moeilijkheden bij aanwerving. Op 130 respondenten wordt beïnvloeding door 23 bedrijven (18%) gerapporteerd, met weinig onderscheid tussen onvolledige en volledige enquêtes. Enkele respondenten geven aan dat voor hen de redenering juist omgekeerd ligt: in functie van de exportmarkten worden werknemers aangeworven of wordt talenkennis bijgeschoold.

Er zijn minder bedrijven die rapporteren al eens contracten of commerciële kansen gemist te hebben door een gebrek aan talenkennis dan in de ELAN-studie. 6% van de volledige enquêtes (108) heeft dit al eens meegemaakt en 11% van de onvolledige (19), wat een totaal van 8% geeft. Door de respondenten die aangaven bij welke taal het probleem lag, wordt viermaal Frans genoemd, eenmaal Engels en eenmaal Nederlands.

Ten slotte werd ook nog gepeild naar de kosten die bedrijven maken om eventuele taalproblemen op te lossen (zie figuur 15). 27% van de 126 bedrijven zegt geen kosten te hebben door een gebrek aan talenkennis bij werknemers, wat betekent dat de overgrote meerderheid dat wel heeft. De tendensen voor de onvolledige enquêtes (18) liggen in de lijn van de volledige. Vooral aan taalopleidingen (53%) en vertalingen (49%) geven bedrijven wel eens geld uit. Aan tolkdiensten en buitenlands personeel hebben veel minder bedrijven kosten. Interim-personeel of financiële bonussen worden praktisch nooit ingezet.

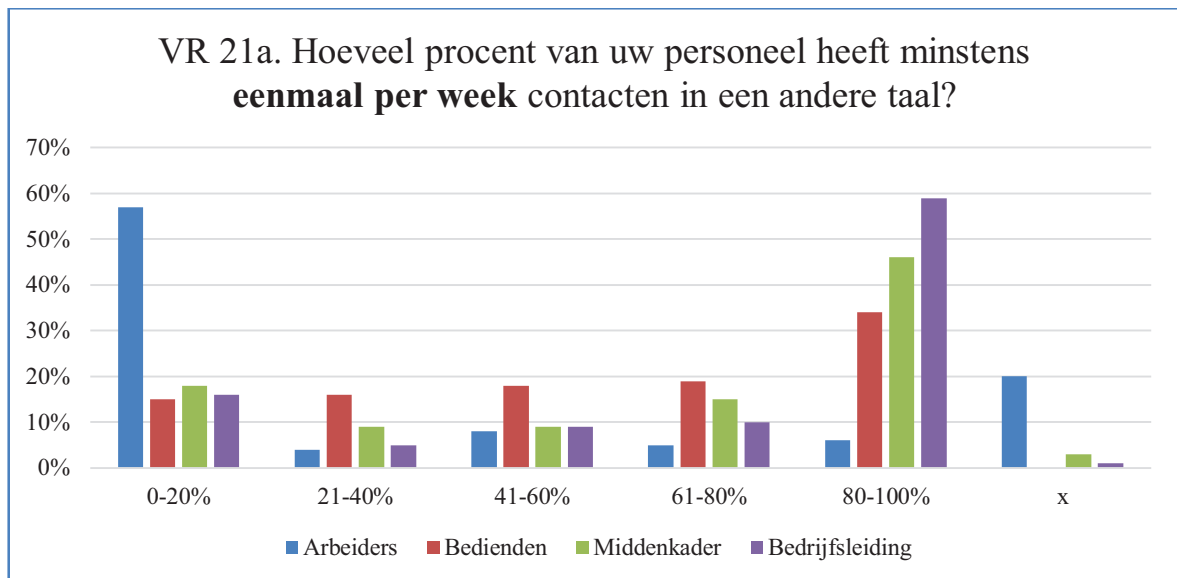


Figuur 15. Vraag 1.10. Zijn er bepaalde kosten die uw bedrijf heeft door een gebrek aan talenkennis bij uw medewerkers?

5.4. Leerbehoeftes

Dit deel van het onderzoek gaat meer gedetailleerd in op de leerbehoeftes van de in Vlaanderen gevestigde bedrijven. Eerst wordt bekeken hoe vaak de verschillende werknemersprofielen in aanraking komen met vreemde talen en met welke. Ten tweede wordt ingegaan op welke taken men moet uitvoeren in de verschillende talen. Voor deze vragen wordt enkel nog rekening gehouden met de volledig ingevulde enquêtes: standaard zijn er dus 108 respondenten. Daar waar er door condities minder zijn, wordt dat expliciet vermeld.

De verdeling van de contacten van het personeel van de bevroegde bedrijven in andere talen is weergegeven in Figuur 16. Er is duidelijk dezelfde tendens te zien als bij de verdeling van het belang van talenkennis bij een sollicitatie: hoe hoger de functie, hoe meer contact men heeft met vreemde talen. De 'x' geeft aan dat er een bepaald werknemersprofiel niet ingezet wordt in het bedrijf. Bij de arbeiders zit het hoogste aantal in de categorie 0-20%; 39 respondenten geven zelfs aan dat van de arbeiders niemand minstens eenmaal per week in contact komt met een andere taal. Bij de andere profielen is er het omgekeerde beeld: steeds meer respondenten vullen in dat van de werknemers 100% minstens eenmaal per week contacten heeft in andere talen. Bij de bedienden zijn er 28 bedrijven die dat aangeven, bij het middenkader 34 en bij de bedrijfsleiding 51.



Figuur 16. Vraag 2.1.a. Hoeveel procent van uw personeel heeft minstens éénmaal per week contacten in een andere taal?

Als er dan gekeken wordt naar de taal waarin deze contacten vooral verlopen, is er opnieuw een verschil tussen arbeiders en de andere drie profielen (zie tabel 2). Er werd specifiek gevraagd om enkel talen aan te duiden die in het bedrijf als vreemde taal golden. Bij arbeiders wordt vooral Nederlands en Frans gebruikt; bij de andere profielen komt Engels daar nog bij. Bij het middenkader en de bedrijfsleiding wordt Engels bovendien de meest gebruikte taal. Italiaans en Chinees komen, bij alle profielen, zelden voor.

	Niet ingezet in bedrijf	Geen contact met vreemde talen	NE	ENG	FR	DU	SP	ANDERE
Arbeiders	42%	8%	<u>37%</u>	16%	31%	2%	0%	6%
Bedienden	1%	4%	62%	64%	<u>66%</u>	16%	4%	5%
Middenkader	7%	6%	57%	<u>67%</u>	57%	12%	5%	1%
Bedrijfsleiding	4%	6%	60%	<u>69%</u>	62%	17%	4%	1%

Tabel 2. Vraag 2.1.b. In welke talen verloopt dit contact vooral?

Ten slotte werd er nog een opdeling gemaakt naar verschillende taken die werknemers eventueel moeten uitvoeren in vreemde talen (zie tabel 3). Opnieuw werd de respondenten gevraagd een taal enkel aan te vinken indien dit een vreemde taal was voor het bedrijf. Per taal wordt de meest uitgevoerde taak in vet gezet; per taak wordt de meest gebruikte taal dubbel onderstreept. Engels is duidelijk de meest gebruikte taal: in tien van de dertien taken gebruikt men wel eens Engels. Frans is de tweede taal: in drie van de dertien taken wordt wel eens Frans gesproken. Voor sommige taken is bovendien het verschil tussen beide talen zeer klein. Duits wordt ook nog regelmatig gebruikt, vooral voor telefoongesprekken, bediening van klanten en beantwoording van post, maar duidelijk in mindere mate. Als men naar de soort taak kijkt, wordt enkel spreken minder uitgevoerd in het Engels; lezen, luisteren en schrijven (de meer passieve taken) gebeuren wel overwegend in het Engels.

	N.v.t.	NL	ENG	FR	DU	SP	IT	CH	ANDERE
LEZEN									
Handleidingen lezen	19%	47%	<u>60%</u>	39%	19%	4%	2%	0%	0%
Post lezen	6%	59%	<u>69%</u>	<u>69%</u>	29%	8%	4%	2%	2%
Informatie opzoeken	6%	59%	<u>79%</u>	58%	25%	11%	6%	2%	3%
LUISTEREN									
Telefoongesprekken voeren	3%	61%	<u>80%</u>	78%	35%	15%	5%	3%	6%
Vergaderingen & meetings bijwonen	7%	57%	<u>70%</u>	56%	17%	4%	1%	2%	2%
SPREKEN									
Presentaties houden	8%	56%	<u>70%</u>	51%	12%	1%	1%	1%	1%
Evenementen organiseren	16%	<u>55%</u>	45%	40%	9%	4%	2%	1%	1%
Klanten bedienen	6%	58%	65%	<u>73%</u>	35%	12%	6%	2%	6%
SCHRIJVEN									
Post beantwoorden	6%	60%	64%	<u>67%</u>	34%	7%	4%	1%	3%
Mails versturen	4%	59%	<u>78%</u>	74%	30%	15%	5%	1%	5%
Vertalingen maken	13%	52%	<u>67%</u>	66%	23%	11%	5%	3%	6%
Nota's maken	14%	54%	<u>56%</u>	51%	13%	4%	2%	0%	2%
Verslagen schrijven	12%	54%	<u>58%</u>	45%	12%	4%	1%	0%	1%

Tabel 3. Vraag 2.2. Welke van de onderstaande taken worden soms binnen uw bedrijf in een vreemde taal uitgevoerd?

5.5. Opleidingsaanbod

Dit deel gaat over het opleidingsaanbod qua talen dat bedrijven aanbieden aan hun werknemers. De antwoorden worden uitgesplitst in twee delen: namelijk bedrijven die zelf geen taalopleidingen aanbieden (5.5.1.) en bedrijven die dat wel doen (5.5.2.). Sommige vragen zijn gemeenschappelijk; specifieke vragen over de opleidingen werden enkel gesteld aan de bedrijven die dat aanbieden. Door de twee opties te filteren, kan er voor de gemeenschappelijke vragen bovendien een vergelijking gemaakt worden tussen de twee soorten. Omdat dus niet elke vraag door hetzelfde aantal respondenten beantwoord is, zal dat daarom elke keer vermeld worden.

5.5.1. Bedrijven die geen taalopleidingen aanbieden

25 bedrijven (23%) bieden zelf geen taalopleidingen aan hun werknemers aan. De werknemers van deze bedrijven zijn over het algemeen ook niet verplicht een taalopleiding te volgen als ze te weinig taalkennis bezitten. Slechts 7 van de 25 bedrijven (28%) doet dit wel. Het waren vooral microbedrijven en kleine bedrijven die dit niet deden, zoals ook in de literatuurstudie al aan bod kwam. Van het totaal aantal microbedrijven die aan de studie meededen, biedt 33% geen opleiding aan; van de kleine bedrijven is dat 45%. Bij grotere bedrijven is dat een kleiner percentage: 24% van de middelgrote en 13% van de grote bedrijven organiseren geen taalopleidingen.

Desalniettemin ondersteunen de meeste bedrijven (72%) hun werknemers als deze op eigen initiatief een taalopleiding willen volgen. Die steun is veelal financieel (betaling inschrijvingsgeld) of men laat werknemers toe educatief verlof op te nemen. Enkele respondenten geven wel aan dat er alleen steun wordt gegeven als de taalopleiding relevant is voor de beroepssituatie. Eventuele beloningen voor het volgen van een opleiding komen nooit voor. De grote meerderheid van de bedrijven (76%) vindt dat de werknemers zo'n opleiding in hun eigen vrije tijd moeten volgen. Buiten de taalopleidingen organiseren slechts 2 van de 25 bedrijven (8%) andere initiatieven om de taalkennis van medewerkers te verbeteren. Een bedrijf laat systematisch alle infoberichten tweetalig verspreiden; een ander bedrijf werkt met een peter of meter.

Omdat taalmanagementstrategieën belangrijk zijn voor een bedrijf – dat bleek uit de literatuurstudie – werd nagegaan of bedrijven zonder taalopleiding misschien wel andere strategieën inzetten. Uit de antwoorden over websites en over het belang van talenkennis bij een sollicitatie werden de resultaten van de bedrijven zonder opleidingen gefilterd. Daaruit blijkt dat maar net de meerderheid (60%) een meertalige website heeft. Er wordt wel gelet op talenkennis bij aanwerving en hierin zijn dezelfde tendensen te zien als bij alle bedrijven. Bij arbeiders speelt talenkennis weinig rol, maar bij de andere profielen neemt dit toe. Voor bedienden vinden 24 respondenten talenkennis belangrijk tot onontbeerlijk; bij het middenkader 20 respondenten (maar 4 bedrijven stellen geen middenkader tewerk); en bij bedrijfsleiding vinden 22 respondenten dit. Bedrijven zonder opleiding gebruiken dus vooral aanwerving van mensen met voldoende taalcapaciteiten als managementstrategie.

5.5.2. Bedrijven die wel taalopleidingen aanbieden

5.5.2.1. Gemeenschappelijke vragen

83 bedrijven (77%) bieden zelf wel taalopleidingen aan hun werknemers aan. Een meerderheid van die bedrijven geeft opleidingen voor Frans (82%), Nederlands (70%) en Engels (61%). Duits (43%) en Spaans (18%) volgen op ruime afstand. In tabel 4 is de verdeling van de opleiding over de verschillende werknemersprofielen te zien. De meest aangeboden taal per profiel is dubbel onderstreept; per taal is in vet aangeduid voor welk profiel er vooral opleidingen georganiseerd worden. Voor arbeiders wordt minder vaak opleiding voorzien, waarschijnlijk omdat zij ook minder talen nodig hebben en daaraan ook niet veel belang wordt gehecht bij een sollicitatie. Opvallend is dat 31% van de bedrijven die taalopleidingen voorzien, dat niet doen voor bedrijfsleiding, ondanks het grote belang ervan bij sollicitatie en ondanks het vele contact dat zij hebben in andere talen. De meeste bedrijven zullen ervan uitgaan dat deze werknemers al voldoende talenkennis opgedaan hebben in hun opleiding of vorige werk.

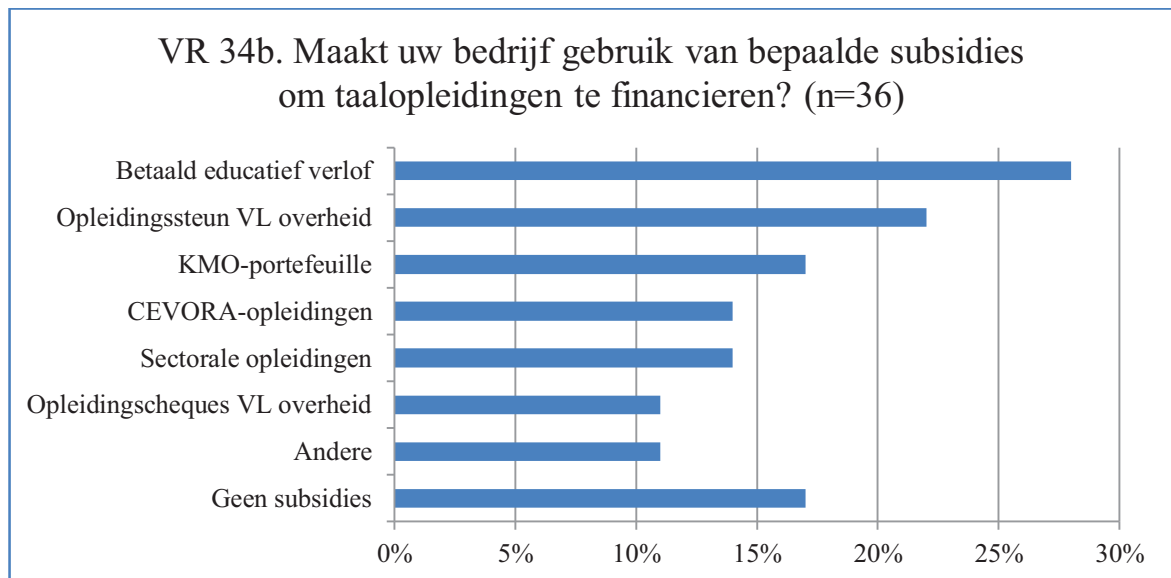
De talen die men aanbiedt verschillen ook per werknemersprofiel. Voor arbeiders worden vooral opleidingen voor Nederlands aangeboden; zij kwamen ook vooral in contact met Nederlands (zie deel 5.4.). Voor de andere profielen wordt Frans het vaakst aangeboden. Voor bedienden is de tweede taal Nederlands; bij middenkader en bedrijfsleiding wordt Engels veel aangeboden. Minder bedrijven bieden Duits aan; als ze dat wel doen voornamelijk voor bedienden en het middenkader. Opleidingen in Spaans, Italiaans en Chinees worden voor elk profiel weinig georganiseerd.

	NL	ENG	FR	DU	SP	IT	CH	Andere	Geen opleiding voorzien	Niet ingezet in bedrijf
Arbeider	<u>29%</u>	8%	16%	2%	1%	0%	0%	0%	37%	31%
Bediende	47%	43%	<u>71%</u>	33%	11%	7%	2%	2%	10%	2%
Middenkader	40%	45%	<u>59%</u>	29%	11%	5%	4%	2%	19%	2%
Bedrijfsleiding	33%	40%	<u>45%</u>	24%	8%	4%	4%	4%	31%	2%

Tabel 4. Vraag 3.2. Voor welke opleidingsprofielen worden taalopleidingen voorzien?

Bedrijven die taalopleidingen aanbieden zijn veel strenger als er onvoldoende talenkennis is dan bedrijven zonder opleidingen: 39 van de 83 (47%) vindt dat werknemers in geval van tekorten een opleiding moeten volgen. Van die 39 respondenten is wel de overgrote meerderheid (32 respondenten of 85%) ervan overtuigd dat de opleiding dan betaald moet worden door de werkgever. Vier respondenten geven aan dat de opleiding door werkgever en werknemer samen betaald moet worden. Diegenen die vinden dat de werkgever de opleiding moest betalen (36), werden ook gevraagd naar hun budget voor taalopleidingen. De antwoorden daarop zijn nogal diffuus en bovendien geven negen respondenten aan geen informatie over budgetten te hebben. Verder onderzoek hiernaar is dus zeker nog nodig. De meesten (11 van 36 respondenten) situeren hun budget tussen €1000 en €5000 euro. Zes daarvan waren grote bedrijven met meer dan 250 werknemers en een omzet van meer dan €10 miljoen per jaar. Er zijn zes bedrijven waarvan het budget hoger ligt dan €5000. Verder geven drie respondenten aan geen budget vast te leggen, maar dit bekijken naargelang de behoefte. Ten slotte zijn er nog vijf bedrijven waarvan het taalbudget lager ligt dan €1000.

Er werd ook gepolst naar mogelijke subsidies die bedrijven gebruiken om opleidingen te betalen (zie figuur 17). Op 36 respondenten maken er 10 gebruik van betaald educatief verlof, 8 van de opleidingssteun van de Vlaamse Overheid, 6 van de KMO-portefeuille en 6 geven aan geen subsidies te gebruiken. Andere genoemde subsidievormen zijn CEVORA-opleidingen (5 respondenten), sectorale opleidingen (5 respondenten) en opleidingscheques van de Vlaamse Overheid (4 respondenten). Tot slot geeft één respondent aan steun van de vakbonden te vragen, één bij TOFAM, één bij VDAB en één geeft aan dat dat verschillend is per land waar het bedrijf opereert.



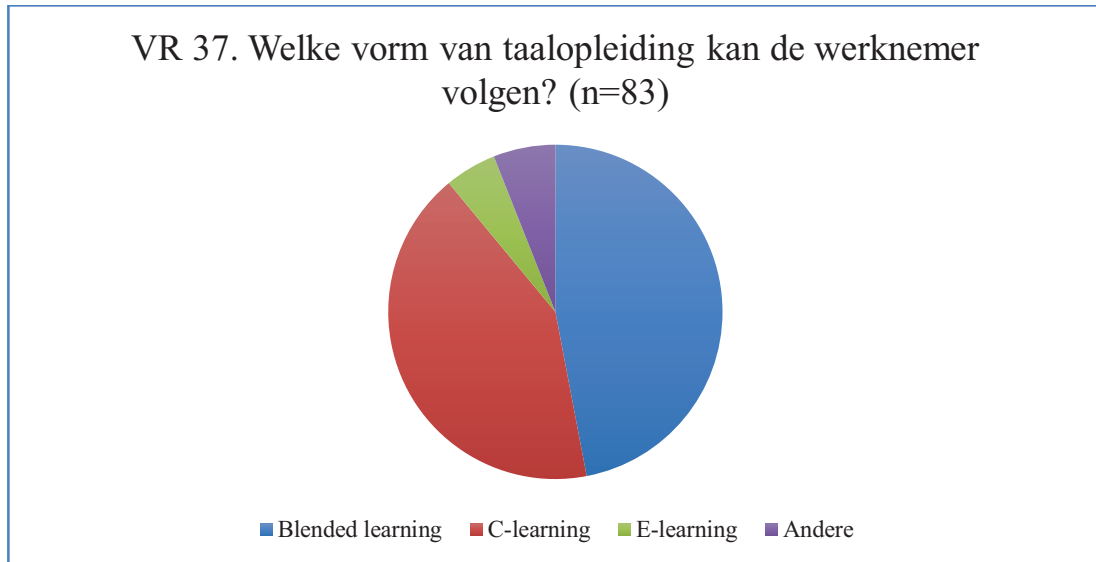
Figuur 17. Vraag 3.4.b. Maakt uw bedrijf gebruik van bepaalde subsidies om taalopleidingen te financieren?

Werknemers worden meestal (87%) gesteund door hun werkgever als ze op eigen initiatief een opleiding willen volgen. Net zoals bij bedrijven zonder opleiding bestaat die steun meestal uit een financiële bijdrage (indien de taal nuttig is voor de functie) en de verlening van educatief verlof. Extra premies worden slechts gegeven door twee bedrijven. Wel kunnen de meeste werknemers opleidingen binnen de werkuren volgen. 71% van de bedrijven laat dat toe, terwijl 29% vindt dat dat eerder in de vrije tijd moet gebeuren. Bij beide mogelijkheden wordt wel regelmatig de opmerking gegeven dat die keuze afhangt van het nut voor de functie. Meer bedrijven met taalopleidingen (28%) dan zonder nemen ook nog andere maatregelen om talenkennis te bevorderen. Bedrijven vinden het vooral belangrijk om het personeel actief te motiveren om vreemde talen te gebruiken. Voorbeelden om dat te doen zijn interne vergaderingen in andere talen organiseren (waar een taalfout geen ramp is), contacten tussen anderstaligen stimuleren, taallunches inrichten met mensen die verschillende talen spreken, uitwisseling met filialen in het buitenland mogelijk maken en gemengde werkteams opstellen.

5.5.2.2. Taalopleidingen

In deze paragraaf wordt bijkomende informatie gegeven over de opleidingen die door bedrijven zelf aangeboden werden. De vragen werden enkel aan de 85 respondenten die dit deden, gesteld.

De meest gebruikte onderwijsmanier is *blended learning* (47%), een combinatie van klassikale lessen en onlinetoepassingen. Het traditionele *classroom learning* (*c-learning*) of contactonderwijs, waarbij men de hele tijd in de klas zit en les krijgt van een leraar, wordt ook nog veel gebruikt (42%). Enkel online lessen aanbieden is duidelijk niet voldoende, slechts 5% van de bedrijven gebruikt die methode. Twee respondenten geven aan een mengvorm te gebruiken. Ten slotte melden twee respondenten dat zij taalopleidingen verzorgen via individuele begeleiding.

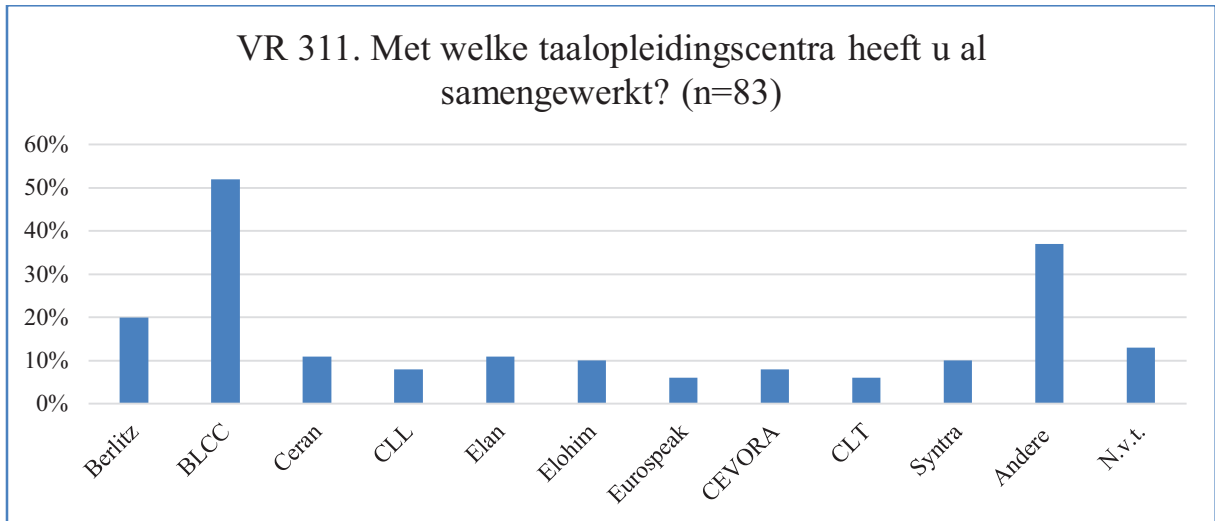


Figuur 18. Vraag 3.7. Welke vorm van taalopleiding kan de werknemer volgen?

In de cursussen die aangeboden worden, richt men zich vooral op het verwerven van mondelinge competenties. Voor 78% van de opleidingen is dat het belangrijkste doel. Een tweede competentie is het beheersen van woordenschat: zowel specifiek jargon (71%) als algemene termen en grammatica (67%). Deze twee aspecten zijn natuurlijk onontbeerlijk voor een goede communicatie. Schriftelijke competenties worden behandeld in ongeveer 41% van de cursussen. Culturele aspecten van communicatie zijn veel minder belangrijk voor de bedrijven, slechts 7% van de cursussen richt zich daarop.

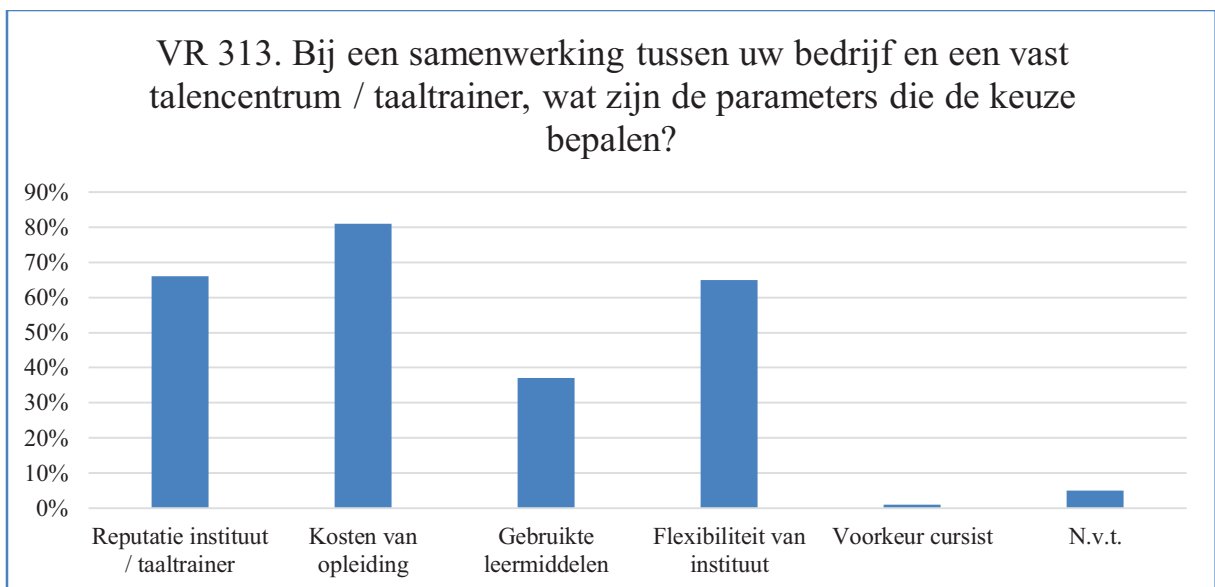
Als er een opleiding gegeven wordt of als een werknemer een opleiding moet volgen, is de vraag met wie het bedrijf daarvoor samenwerkt. De meeste bedrijven (57%) kiezen per project waar de opleiding zal plaatsvinden. 35% van de bedrijven laat werknemers zelf kiezen waar ze een opleiding volgen, terwijl 27% altijd samenwerkt met een vast taalcentrum of een vaste taaltrainer. 20 bedrijven hiervan gebruiken een combinatie van deze mogelijkheden.

De bedrijven werden ook gevraagd met welke taalcentra ze in het verleden al eens hebben samengewerkt (zie figuur 19). Het hoge cijfer voor BLCC is te verklaren door de respondentenlijst, die gebaseerd is op een database van het BLCC. Hierin stonden echter niet alleen klanten van hen, maar ook prospecten. De spreiding over zeer veel verschillende instituten is belangrijk voor de representativiteit van het onderzoek. Andere taalcentra die nog vermeld werden, maar minder dan vijf keer, zijn o.a. Atolo, Call International, Semantics, Lerian, Talenhuis, Accent Languages, VOKA, Linguapolis, etc.



Figuur 19. Vraag 3.11. Met welke taalopleidingscentra heeft u al samengewerkt?

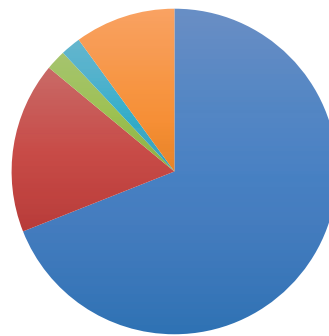
Bedrijven kunnen op verschillende manieren een geschikt taalcentrum vinden. In de meeste bedrijven (58%) gaat men op zoek op internet of informeert men bij collega's (48%). Een andere methode is de werknemers om suggesties vragen: dat gebeurt bij 31% van de respondenten. Verder informeren sommige bedrijven zich ook nog via sociale media of fora of worden ze zelf gecontacteerd door een centrum dat zijn diensten aanbiedt. Als het tot een effectieve samenwerking komt, kan die beslissing op verschillende parameters gebaseerd zijn (zie figuur 20). De kosten van een opleiding is de belangrijkste reden (81%) om een centrum te kiezen of niet. Andere belangrijke redenen zijn de reputatie van de partner (66%) en de flexibiliteit van het instituut (65%), waarmee bedoeld wordt dat het bedrijf inspraak heeft in de timing van lessen en dat het lastminutebeslissingen kan nemen.



Figuur 20. Vraag 3.13. Bij een samenwerking tussen uw bedrijf en een vast talencentrum/taaltrainer, wat zijn de parameters die de keuze bepalen?

Ten slotte werd nog gepeild naar de plaats van het taalaanbod binnen het globale aanbod aan opleidingen binnen bedrijven. Het resultaat is weergegeven in figuur 21. Bij 69% van de respondenten bestaat 0-20% van het globale opleidingsaanbod uit taalopleidingen, wat maar een klein deel is van de opleidingsmogelijkheden. Slechts bij 2% van de bedrijven zijn taalopleidingen het belangrijkste (60% of meer) binnen het totale aanbod.

VR 314. Wat is de plaats van taalopleidingen binnen het globale opleidingsaanbod van uw bedrijf?



- 0 – 20% van het globale opleidingsaanbod bestaat uit taalopleidingen.
- 20 – 40% van het globale opleidingsaanbod bestaat uit taalopleidingen.
- 40 – 60% van het globale opleidingsaanbod bestaat uit taalopleidingen.
- 60 – 80% van het globale opleidingsaanbod bestaat uit taalopleidingen.
- 80 – 100% van het globale opleidingsaanbod bestaat uit taalopleidingen.
- Geen info.

Figuur 21. Vraag 3.14. Wat is de plaats van taalopleidingen binnen het globale opleidingsaanbod van uw bedrijf?

5.6. Vergelijking eigen onderzoek en twee eerdere studies

In dit deel van de studie worden de resultaten van het eigen onderzoek vergeleken met een gelijkaardig Brussels onderzoek (Weverbergh, 2014) en met de Europese ELAN-studie (2006). Enkel de resultaten van de 108 volledig ingevulde enquêtes worden echter vergeleken omdat er voor de andere geen bedrijfsgegevens beschikbaar zijn.

5.6.1. Vergelijking met de situatie in Brussel⁵¹

Zoals al vermeld werd de voorliggende studie opgesteld in samenwerking met Claire Weverbergh, die in de lente van 2014 hetzelfde onderwerp onderzocht voor het Brussels Hoofdstedelijk Gewest. Door onze gelijke vraagstelling kunnen beide onderzoeken perfect vergeleken worden. Per onderzocht thema zullen hier de belangrijkste verschillen aan bod komen. Hierbij dient wel rekening gehouden te worden met verschillen qua aantal respondenten: het onderzoek in Vlaanderen gaat uit van 108 bedrijven, dat van Brussel van 61 (of minder bij sommige vragen).

5.6.1.1. Plaats van taal in het bedrijf

De Brusselse respondenten hebben veelal twee officiële talen, namelijk Nederlands en Frans. Binnen de Vlaamse bedrijven zijn de meesten (41%) echter formeel eentalig, met Nederlands als voertaal. De combinatie Frans-Nederlands komt in 36% van de gevallen voor in het Vlaamse onderzoek (hier en daar aangevuld met Engels). Dit verschil is logisch: bedrijven in beide regio's gebruiken meestal gewoon de officiële talen van het gewest.

Dergelijke verschillen zijn ook terug te vinden op het vlak van interne en externe communicatie (zie tabel 5). Voor de drie soorten interne communicatie ligt het gebruik van Frans veel lager in Vlaanderen dan in Brussel. Het gebruik van Engels loopt wat gelijk, hoewel de bedrijven in Vlaanderen wel voor twee soorten de taal iets meer gebruiken. Nederlands wordt in Vlaanderen veel vaker gebruikt, behalve voor informele contacten tussen de werknemers. Dit laatste aspect kan verklaard worden doordat de bedrijven uit Brussel veelal Nederlandstalig zijn. Op het vlak van externe communicatie stellen beide onderzoeken dezelfde patronen vast voor Frans en Engels als bij interne

⁵¹ C. Weverbergh. *Het belang van vreemde talen voor bedrijven uit de Brusselse regio*. 2013-2014.

communicatie. Nederlands wordt door de bedrijven uit Brussel extern wel veel vaker gebruikt dan intern. Hoewel de bedrijven uit Vlaanderen wel nog vaker Nederlands gebruiken dan de Brusselse, is de afstand hier veel kleiner. Dit valt te verklaren vanwege de officiële tweetaligheid van de hoofdstad. In formele communicatie (zowel intern als extern) liggen de cijfers voor Frans en Nederlands in de bedrijven uit Brussel heel dicht bij elkaar.

	Vlaanderen (n=108)			Brussel (n=59)		
	NED	ENG	FR	NED	ENG	FR
Intranet, algemene mails naar personeel, bedrijfsblad, ...	89%	47%	37%	78%	41%	75%
Presentaties, vergaderingen, ...	90%	54%	38%	78%	56%	75%
Informele contacten tussen personeel	100%	40%	49%	100%	34%	95%
Promotie	86%	53%	57%	73%	56%	71%
Contacten met klanten	95%	63%	70%	92%	66%	92%
Communicatie met leveranciers	93%	53%	56%	98%	51%	97%
Communicatie met arbeidsmarkt (concurrenten, uitzendkantoren, ...)	94%	39%	38%	95%	37%	95%

Tabel 5. *Vergelijking interne en externe communicatie*

In de aandacht voor talenkennis bij een sollicitatie is de eerder vastgestelde tendens ook te zien in de bedrijven in Brussel: hoe hoger de functie in de bedrijfshiërarchie, hoe belangrijker voldoende talenkennis is bij aanwerving van nieuwe werkrachten. Ondanks deze gelijklopende tendens, is er op vlak van bedienden, middenkader en bedrijfsleiding wel nog een opmerkelijk verschil vast te stellen. In de Brusselse bedrijven beschouwt men talenkennis veel meer als onontbeerlijk dan in Vlaanderen. Zo vindt 70% van de bedrijven uit Brussel talenkennis onontbeerlijk voor bedienden, tegenover 38% in Vlaanderen. Hetzelfde fenomeen geldt voor het middenkader, met respectievelijk 88% en 52% die talenkennis onontbeerlijk vinden, en voor de bedrijfsleiding, respectievelijk 91% en 72%. De reden hiervoor is niet onmiddellijk duidelijk. Het kan zijn dat dit te maken heeft met de meer internationale oriëntering van de bedrijven in Brussel, maar hierover zijn geen gegevens beschikbaar.

Problemen door onvoldoende talenkennis komen in beide regio's voor. De percentages van bedrijven waarvan de export beïnvloed wordt door beperkte taalcapaciteit of waar men interne communicatieproblemen ervaart, lopen ongeveer gelijk. Er is wel een groot verschil in de extra kosten die een bedrijf kan hebben door onvoldoende talenkennis. De meerderheid van de respondenten uit de Brusselse enquête geeft aan geen extra kosten te hebben; in de Vlaamse enquête is dit maar 29%. Dit kan erop wijzen dat de Brusselse werknemers een betere talenkennis hebben en de bedrijven dus minder vaak moeten vertrouwen op externe diensten of minder moeten investeren in opleidingen.

5.6.1.2. *Leerbehoefes*

In Brussel is de meest gebruikte vreemde taal voor de taken⁵² die werden voorgesteld in de enquête Frans: elf van de dertien worden dikwijls uitgevoerd in het Frans, tegenover twee die frequent in het Engels gebeuren. Die twee zijn handleidingen lezen en vergaderingen bijwonen. In Vlaanderen slaat de balans door in de andere richting: voor negen taken wordt Engels als vreemde taal het meest gebruikt, voor twee Frans.

⁵² Lezen: handleidingen lezen, post lezen, informatie opzoeken // Luisteren: telefoongesprek voeren, vergaderingen bijwonen // Spreken: presentaties houden, evenementen organiseren, klanten bedienen // Schrijven: post beantwoorden, e-mails versturen, vertalingen maken, nota's maken, verslagen schrijven.

De andere talen worden veel minder gebruikt in beide regio's. Duits wordt weinig gebruikt, maar in Brussel nog veel minder dan in Vlaanderen. Bij geen enkele taak is er meer dan 13% van de bedrijven dat die taak in het Duits uitvoert, terwijl het aantal bedrijven in Vlaanderen dat taken in het Duits doet, varieert van 9% (evenementen organiseren) tot 35% (telefoongesprekken voeren). Ook op vlak van Spaans is er een verschil: in Brussel gebruikt bijna geen enkel bedrijf dat voor geen enkele taak, terwijl sommige taken in Vlaanderen toch nog door 15% van de respondenten in het Spaans wordt gedaan. Italiaans en Chinees worden zowel in Brussel als in Vlaanderen zelden gebruikt.

5.6.1.3. Opleidingsaanbod

De meerderheid van de bedrijven uit beide regio's bieden aan hun werknemers taalopleidingen aan. Voor Brussel lag dit op 67%, voor Vlaanderen wat hoger op 77%. De hiërarchie in talen is gelijk: Frans is de meest aangeboden taal, gevolgd door Nederlands, Engels en Duits. In Vlaanderen ligt het aantal bedrijven dat een taal aanbiedt telkens wel een stuk hoger dan in Brussel. In tabel 6 is te zien welke opleidingen voorzien worden voor welk opleidingsprofiel. Daaruit blijkt duidelijk dat zowel in Brussel als in Vlaanderen vooral ingezet wordt op opleidingen voor bedienden, middenkader en bedrijfsleiding en vooral op Frans, Nederlands en Engels. Opvallend is wel dat de percentages voor Duits en voor andere talen in Brussel veel lager liggen dan in Vlaanderen. Een goede kennis van Nederlands, Engels en Frans volstaat dus voor de Brusselse respondenten, maar niet voor de Vlaamse.

	NED	ENG	FR	DU	ANDERE TAAL
BR. Arbeiders	21%	6%	15%	2%	2%
VL. Arbeiders	29%	8%	16%	2%	1%
BR. Bedienden	53%	42%	68%	17%	6%
VL. Bedienden	47%	43%	71%	33%	23%
BR. Middenkader	53%	47%	62%	13%	6%
VL. Middenkader	40%	45%	59%	29%	23%
BR. Bedrijfsleiding	34%	42%	51%	15%	6%
VL. Bedrijfsleiding	33%	40%	45%	24%	19%

Tabel 6. Opleidingsaanbod per profiel per regio (Vlaanderen: n=83) (Brussel: n=53)

De bedrijven in Vlaanderen lijken ook strenger voor hun werknemers: 43% vindt dat een taalopleiding verplicht moet zijn als de werknemer zijn talen niet voldoende beheerst, tegenover 20% van de Brusselse bedrijven. Als men echter in Vlaanderen verplicht wordt, vindt 85% van de respondenten dat de werkgever de opleiding moet betalen, terwijl maar net de helft dat vindt van de Brusselse respondenten. De bedrijven in Vlaanderen maken daarvoor ook veel meer gebruik van subsidies: 83% vraagt steun, tegenover 66% van de Brusselse collega's.

Over andere aspecten van de organisatie van taalopleidingen lijkt er meer eensgezindheid, hoewel er soms toch opmerkelijke verschillen opduiken. Uit het onderzoek voor Vlaanderen bleek dat de taalopleidingen van het bedrijf meestal een combinatie zijn van klassikaal leren met een online component (47%); 42% kiest enkel voor de traditionele lesvorm. In Brussel ligt die verhouding omgekeerd: de meesten kiezen voor *c-learning*. Bedrijven in beide regio's zijn helemaal niet te vinden voor enkel online leren: slechts 5% van de bedrijven uit Vlaanderen en 8% van die uit Brussel verkiezen die vorm. Over de behandelde onderwerpen in de opleidingen lijken alle respondenten het eens te zijn: beide regio's willen dat hun werknemers vooral communicatieve competenties opdoen, en in mindere mate ook meer woordenschat verwerven (zowel algemene woorden als vakjargon). Echter, culturele competenties moeten ook bestudeerd worden volgens de helft van de Brusselse respondenten, terwijl slechts 7% van de Vlaamse dit ook vinden.

Vaak werken bedrijven voor een taalopleiding samen met een professioneel instituut. In de meeste bedrijven uit Vlaanderen (83%) wordt de keuze van zo'n partner bepaald door het bedrijf zelf en niet door de werknemers die een cursus volgen. Bedrijven uit Brussel laten de keuze vrijer: slechts in 34% van de gevallen beslist het bedrijf. De talenpartner wordt op verschillende manieren gekozen: in de bedrijven in Vlaanderen meestal na een zoektocht op internet, in Brussel doet men eerder een beroep op informatie van collega's. De parameters die de keuze bepalen hangen wel samen: zowel in Brussel als in Vlaanderen zijn de kosten van de opleiding het belangrijkste criterium om een samenwerking aan te gaan. Opvallend was het verschil in vorige samenwerkingen met taalinstellingen. Van de Vlaamse respondenten had meer dan de helft al eens een beroep gedaan op de diensten van het BLCC terwijl net geen 10% van de Brusselse dat al deed. Voor de rest was er een grote spreiding over verschillende instituten en de gesuggereerde centra werden aangevuld met nog heel wat andere voorbeelden.

Uit het voorgaande kan besloten worden dat in beide regio's belang wordt gehecht aan taal en taalmanagement, maar ondanks dat belang nemen taalopleidingen geen groot deel in van het totaal aan opleidingen. Bij 69% van de Vlaamse respondenten maken taalopleidingen 0 tot 20% uit van het globale opleidingsaanbod; bij 44% van de Brusselse respondenten zitten taalopleidingen onder de 30% van het aanbod. Bovendien neemt slechts één op vijf bedrijven in beide regio's andere initiatieven op vlak van de verbetering van taalkennis.

5.6.2. Vergelijking met ELAN-studie⁵³

De eigen studie kan ook vergeleken worden met de in de literatuurstudie aangehaalde Europese ELAN-studie (2006). Hiervoor wordt gebruik gemaakt van vragen die op eenzelfde manier gesteld werden.

In de ELAN-studie kwamen verschillende vormen van taalmanagement aan bod die ook bevraagd zijn in de studie naar bedrijven uit Vlaanderen, zoals werknemers aannemen die voldoende talenkennis bezitten, moedertaalsprekers aanwerven, meertalige websites gebruiken of taaltrainingen aanbieden. Het eerste aspect werd niet op 100% dezelfde manier bevraagd. In de ELAN-studie gaven 40% Europese bedrijven en 62% van de Belgische bedrijven aan effectief mensen aan te nemen met een goede talenkennis. In de huidige studie werd gevraagd hoe belangrijk talenkennis was bij een sollicitatie. Uitgesplitst over verschillende werknemersprofielen werd er vastgesteld dat voor arbeiders talenkennis niet zo belangrijk is, maar dat 92% van de bedrijven talenkennis belangrijk tot onontbeerlijk vindt voor bedienden, 90% denkt dat voor het middenkader en 94% voor bedrijfsleiding. Omdat die percentages zo hoog liggen, kan ervan uitgegaan worden dat bedrijven wel degelijk mensen aannemen met een goede talenkennis.

Voor een strategie is er een daling in het gebruik. Aanwerving van moedertaalsprekers werd in 2006 door 28% van de Belgische bedrijven wel eens gedaan, terwijl nog maar 20% van de Vlaamse respondenten dit nu toepast. Het gebruik van meertalige websites lijkt constant te blijven: drie op vier bedrijven gebruiken deze methode. Hiermee blijven de bedrijven wel nog boven het Europese gemiddelde van 2006 dat op 66% lag. De daling kan te maken hebben met een toegenomen taalkennis, het constante cijfer voor de websites met een minder op export gerichte economie. Beiden kunnen echter ook verklaard worden door de geografische spreiding tussen de twee studies. Verder onderzoek zal dit moeten uitwijzen.

De vierde methode, taalopleidingen aanbieden, werd door de ELAN-onderzoekers als cruciaal beschouwd in de taalpolitiek van een bedrijf. Slechts de helft van de Europese bedrijven (49%) en maar net iets meer Belgische bedrijven (53%) waren het echter eens met dat idee. Ondertussen lijkt er toch enige verandering te zijn opgetreden: van de bevraagde bedrijven in 2014 biedt 77%, vaak in samenwerking met taalcentra, opleidingen aan om de talenkennis, en vooral de communicatieve vaardigheden, van hun werknemers te verbeteren.

Ten slotte onderzoeken beide studies mogelijke taalproblemen waar bedrijven mee geconfronteerd worden. 11% van de bevraagde Europese KMO's gaf aan al eens contracten gemist te

⁵³ Europese Unie. 2006.

hebben door een gebrek aan talenkennis bij de werknemers. In de bedrijven in Vlaanderen ligt dat heel wat lager: slechts 6% zegt hier al mee geconfronteerd te zijn geweest. De talen die een probleem vormden verschillen ook: de Europese bedrijven hadden vooral moeite met Engels en Duits, terwijl de respondenten uit Vlaanderen vooral Frans aanwezen als problematisch. Er werd ook onderzocht of de taalcapaciteiten van werknemers invloed hadden op export of samenwerkingen met buitenlandse partners. Hier lag het percentage in Vlaanderen hoger als het Europese en Belgische gemiddelde uit 2006: 17% tegenover 13%.

Langs de ene kant lijkt het of bedrijven meer inzetten op talenkennis: er worden meer taalopleidingen georganiseerd, men heeft minder moedertaalsprekers nodig en contracten verliezen door taalproblemen komen ook minder voor. Langs de andere kant lijkt het belang van een goede taalstrategie toch nog niet helemaal doorgedrongen bij alle bedrijven.

6. Conclusie

Dit afsluitende deel bespreekt eerst de belangrijkste resultaten van het onderzoek die een antwoord geven op de verschillende onderzoeksvragen. Vervolgens wordt ingegaan op de vergelijkingen met de Brusselse studie en de Europese ELAN-studie. Ten slotte wordt afgerond met de beperkingen van het onderzoek en suggesties voor verder onderzoek.

De eerste onderzoeksvraag ging in op het taalgebruik van de bevroegde firma's. De taalpolitiek van een bedrijf blijkt onder meer uit de keuze van de voertaal. In de bedrijven uit Vlaanderen is dat in 43% meestal één taal, het Nederlands. Iets minder bedrijven hanteren twee talen: ofwel Nederlands en Engels ofwel Nederlands en Frans. Deze drie talen domineren ook als er een verdeling wordt gemaakt in interne en externe communicatie. Nederlands is duidelijk de meest gebruikte taal; voor de tweede taal wisselen Frans en Engels elkaar af naargelang het soort communicatie. Als de specifieke taken bestudeerd worden die wel eens in een vreemde taal uitgevoerd worden, is Engels duidelijk het meest gebruikt: voor tien van de dertien taken wordt Engels het vaakst gebruikt. Het zijn vooral bedienden, het middenkader en de bedrijfsleiding die in contact komen met andere talen; bij arbeiders is dat veel minder.

Nederlands blijft dus de meest gebruikte taal in het Vlaamse bedrijfsleven, ondanks de toenemende globalisatie. Dit is echter niet zonder problemen. De focus op internationalisering leidt misschien de aandacht af van de migrantenproblematiek in bedrijven. Zelfs als werknemers Nederlands spreken, kunnen ze niet altijd volgen doordat Vlamingen allerlei variëteiten van het Nederlands gebruiken in hun spreektaal. Dit aspect mag zeker niet uit het oog verloren worden. Op vlak van vreemde talen blijkt dat, ondanks het feit dat Frans een officiële taal is in Vlaanderen, Engels steeds vaker de formele bedrijfstaal te zijn voor contacten met buitenlandse zakenpartners en voor interne communicatie. Frans wordt gebruikt als de doelgroep het vraagt: informeel tussen werknemers of formeel met Franstalige klanten.

De tweede onderzoeksvraag was erop gericht te achterhalen of bedrijven soms geconfronteerd worden met problemen die specifiek veroorzaakt worden door een gebrek aan talenkennis bij de werknemers. Het meest voorkomende probleem is de extra kost als gevolg van een tekort aan interne taalcapaciteit (73%), gevolgd door moeilijkheden met de aanwerving van nieuw personeel (44%) en interne communicatieproblemen (38%). Minder voorkomende problemen waren de invloed van talenkennis van werknemers op de keuze van exportmarkten (18%) en het verlies van commerciële kansen (8%).

De laatste onderzoeksvraag poogde in kaart te brengen of bedrijven in Vlaanderen taalmanagement gebruiken om hun bedrijf optimaal te laten functioneren. Een eerste managementinstrument dat ook vaak werd genoemd in de literatuurstudie zijn taalopleidingen. Meer dan drie vierde van de bevroegde Vlaamse bedrijven gebruikt deze methode om de taalkennis van werknemers te verbeteren. Toch maken de opleidingen meestal geen groot deel uit van het totale opleidingsaanbod binnen een bedrijf: slechts bij 2% van de bedrijven bestaat het globale aanbod uit 60% of meer taalopleidingen. Met betrekking tot het budget voor taalopleiding en de plaats in het globale opleidingsaanbod, gaat de Vlaming ervan uit dat hij goed is in talen. Dit kan verklaren waarom zowel qua budget als qua aandeel in het aanbod de plaats voor taalopleidingen eerder beperkt is, ondanks het belang dat aan talenkennis gehecht wordt. Taalcursussen worden vooral georganiseerd voor Frans (82%), Nederlands (70%) en Engels (61%), hetgeen overeenkomt met de meest gebruikte talen, maar in andere volgorde. Omdat arbeiders minder contacten moeten leggen in vreemde talen, worden voor hen ook minder opleidingen georganiseerd. Werknemers die een opleiding volgen, kunnen meestal op financiële steun rekenen van het bedrijf, maar nog bijna 40% van de bedrijven vindt wel dat een opleiding in de vrije tijd van de werknemer moet gebeuren. Vaak wordt samengewerkt met een professioneel instituut dat veelal gekozen wordt door het bedrijf via criteria als kosten en reputatie.

Een tweede vorm van taalmanagement houdt in dat men sollicitanten aanwerft met een goede talenkennis. De meeste bedrijven brengen taalkennis in rekening tijdens een sollicitatie, behalve in het geval van arbeiders. Er is wel een kloof met het percentage dat ook effectief talenkennis test. Hoewel

gemiddeld 90% talenkennis belangrijk vindt, test één op vijf bedrijven talenkennis niet tijdens een sollicitatie.

De derde onderzochte taalmanagementstrategie zijn websites in meerdere talen. Drie vierde van de respondenten heeft een bedrijfswebsite in verschillende talen, die bij de meesten tweetalig Nederlands – Frans of Nederlands – Engels is. Uit dit alles blijkt dat de meerderheid van de bedrijven uit Vlaanderen al taalmanagementtechnieken toepast, maar dat er duidelijk nog verbetering kan optreden.

Het voorliggende onderzoek kent veel overeenkomsten met een gelijkaardig onderzoek uitgevoerd in het Brussels Hoofdstedelijk Gewest, maar ook enkele opvallende verschillen. Zo wordt Frans duidelijk veel minder gebruikt in Vlaanderen, maar ligt het gebruik van Nederlands ongeveer even hoog. Dat laatste kan echter verklaard worden door de spreiding van de respondenten uit de Brusselse studie. Op het vlak van Engels is er voor interne en externe communicatie weinig verschil tussen beide regio's, maar wel als specifieke taken bevestigd worden: Engels wordt veel vaker gebruikt in Vlaanderen; Frans veel meer in Brussel. Qua taalproblemen zijn de resultaten ongeveer gelijklopend, maar veel minder Brusselse bedrijven rapporteren extra kosten door een gebrek aan talenkennis. In de Brusselse bedrijven wordt talenkennis bovendien veel vaker als onontbeerlijk ingeschat dan in Vlaanderen. Verder bieden bedrijven uit beide regio's taalopleidingen aan, vooral voor Frans, Nederlands en Engels. In Vlaanderen worden echter ook nog andere talen aangeboden, terwijl dat in Brussel zelden voorkomt. Ten slotte is er in beide regio's een grote kloof tussen het geloof in het belang van taal en de praktijk: bij heel weinig bedrijven krijgen taalopleidingen een groot deel van het globaal vormingsbudget.

Uit de vergelijking met de Europese ELAN-studie kwam een tegengesteld beeld naar boven. Uit sommige resultaten blijkt dat bedrijven meer belang hechten aan taalvaardigheid, uit andere resultaten blijkt net het omgekeerde. Langs de ene kant verliest men minder contracten door taalproblemen, langs de andere kant heeft een tekort aan talenkennis in meer bedrijven invloed op de exportsamenwerkingen. Sommige managementstrategieën werden meer toegepast en andere minder. Het is dus moeilijk om van een evolutie te spreken, noch in positieve, noch in negatieve zin.

Het gevoerde onderzoek kent enkele beperkingen, die verder onderzoek noodzakelijk maken. De mailinglijst is gebaseerd op de database van het BLCC, hetgeen van invloed zou kunnen zijn op de resultaten. Bovendien zijn kleine bedrijven veel minder vertegenwoordigd, waardoor de conclusies niet representatief zijn voor alle microbedrijven in Vlaanderen. Ten slotte kan ook de methode van zelfrapportage leiden tot vertekening van het resultaat. Daarom is het nuttig het huidige onderzoek aan te vullen. Dit kan onder andere door diepte-interviews af te nemen. Verschillende respondenten waren hiertoe bereid, maar dit viel buiten het beperkte bestek van deze thesis. Interviews zijn echter zeer nuttig om de resultaten van de enquête te toetsen aan de meningen van respondenten. Resultaten kunnen verfijnd worden, nuanceringen kunnen aangebracht worden en de kwantitatieve data worden concreter. Dit onderzoek schetst bovendien nog maar een globaal beeld van het taalgebruik in het Vlaamse bedrijfsleven. Meer gespecificeerde onderzoeken kunnen alle aspecten van de vraagstelling nog uitgebreider onderzoeken.

7. Bronnen

7.1. Boeken, artikels en rapporten

Bedrijvenforum. *Talen en commercieel succes. Betere bedrijfsresultaten door talenkennis*. 2008.

C. Weverbergh. *Het belang van vreemde talen voor bedrijven uit de Brusselse regio*. Masterproef KU Leuven. 2013-2014.

CILT. *Effects on the European Economy of Shortages of Foreign Language Skills in Enterprise*. 2006. Online via http://ec.europa.eu/languages/documents/elan_en.pdf. Toegang: 23/11/2013.

De Keere, K. & Elchardus, M. 'Narrating linguistic conflict: a storytelling analysis of the language conflict in Belgium.' *Journal of Multilingual and Multicultural Development*. 32:3. 2011: 221-234.

Egmond, M.P. *Europese Meertaligheidspolitik in Bedrijf. Een vergelijking van vier lokale, regionale en internationale studies naar meertaligheidspolitik in Midden- en Kleinbedrijf en hun bijdrage aan de Europese meertaligheidspolitik*. Masterscriptie Universiteit Utrecht. 2010.

Europese Unie. *First European Survey on Language Competences. Executive Summary*. 2012. Online via http://ec.europa.eu/languages/library/studies/executive-summary-eslc_en.pdf. Toegang: 23/12/2014.

Europese Unie. *Mededeling van de Commissie aan de Raad, het Europees Parlement, het Europees Economisch en Sociaal comité en het Comité van de Regio's. Een nieuwe kaderstrategie voor meertaligheid*. 2005. Online via <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2005:0596:FIN:NL:PDF>. Toegang: 22/12/2014.

Europese Unie. *Presidency conclusions. Barcelona European Council*. 2002. Online via <http://ec.europa.eu/research/era/docs/en/council-eu-30.pdf>. Toegang: 01/12/2014.

Europese Unie. *Special Eurobarometer 386. Europeans and their languages*. 2012a. Online via http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_386_en.pdf. Toegang: 12/10/2014.

Europese Unie. *Special Eurobarometer 386. Europeans and their languages. Annexes*. 2012b. Online via http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_386_anx_en.pdf. Toegang: 24/12/2014.

Europese Unie. *Taalhandleiding voor het Europese bedrijfsleven. Succesvolle communicatie bij uw internationale handelsactiviteiten*. 2011.

Gielis, T. *Vreemde-talenbehoefte in Limburgse KMO's*. Limburgs Universitair Centrum. 2000. Overgenomen uit: T. Leysen. *Vreemde-talenbehoefte in KMO's uit de Antwerpse Kempen. Accountancy- en boekhoudafdelingen*. Masterscriptie Universiteit Hasselt. 2007.

Houthuys, A. & Van den Eynde, H. 'Laat de gewone taalgebruiker bepalen wat goed Nederlands is.' Moet de norm Vlaamser?' *De Standaard*. 03/11/2014.

Leysen, T. *Vreemde-talenbehoefte in KMO's uit de Antwerpse Kempen. Accountancy- en boekhoudafdelingen*. Masterscriptie Universiteit Hasselt. 2007.

Marschan, R., Welch, D. & Welch, L. 'Language: The Forgotten Factor in Multinational Management.' *European Management Journal*. 15:5. 1997: 591-598. Overgenomen uit S. Rys. *Meertaligheid op de werkvloer. Case study: In welke mate heeft het bedrijf xperthis nood aan taalmanagement?* Masterscriptie Universiteit Antwerpen. 2012-2013.

Rys, S. *Meertaligheid op de werkvloer. Case study: In welke mate heeft het bedrijf xperthis nood aan taalmanagement?* Masterscriptie Universiteit Antwerpen. 2012-2013.

Spolsky, B. *Language Policy*. Cambridge University Press. 2004.

Spolsky, B. *Language Management*. Cambridge University Press. 2009.

Van Gorp, B. *Cursus Communicatie van Bedrijf en Overheid*. KU Leuven. 2013-2014.

Vlaamse overheid. *Vlaamse jongeren scoren gemiddeld voor Frans en uitstekend voor Engels in de 'European Survey on Language Competences'*. Persbericht. 21/06/2012. Online via <http://www.ond.vlaanderen.be/obpwo/links/eslc/Persbericht.pdf>. Toegang: 23/12/2014.

7.2. Websites

Anoniem. Taalproblemen veroorzaken werkongevallen. *Jobat*. S.d. Online via <http://www.jobat.be/nl/artikels/taalproblemen-veroorzaken-werkongevallen/>. Toegang: 23/12/2014.

Centraal Bureau voor de Statistiek. *Standaard Bedrijfsindeling*. 2013. Online via <http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/2183EAC5-3F8C-4889-BC54-DD8F89C131A5/0/sbi2008versie2013.pdf>. Toegang: 26/12/2014.

Europese Commissie. *Wat is een KMO/MKB?* http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_nl.htm. Toegang: 26/12/2014.

Europese Unie. *Meertaligheid*. http://europa.eu/pol/mult/index_nl.htm. Toegang: 24/12/2014.

ING Focus. *External Trade*. Februari 2012. Online via http://statbel.fgov.be/nl/binaries/1666_nl_tcm325-165709.pdf. Toegang: 23/12/2014.

Vlaams Agentschap voor Internationaal Ondernemen. *Cijfers en data*. Online via <http://www.flanderstrade.be/site/wwwnl.nsf/statistiekenhome?openform>. Toegang: 23/12/2014.

Wikipedia. *Europese Unie*. http://nl.wikipedia.org/wiki/Europese_Unie. Toegang: 24/12/2014.

Wikipedia. *Meertaligheid*. <http://nl.wikipedia.org/wiki/Meertaligheid>. Toegang: 22/12/2014.

8. Bijlagen

8.1. Verdeling vragen enquête over onderzoeksvragen

OV 1. Welke talen worden gebruikt binnen Vlaamse bedrijven, hoe vaak en waarvoor?

- Wat is/zijn de officiële talen van uw bedrijf? *
- Welke talen worden er in uw bedrijf ingezet voor interne communicatie? *
- Wat is/zijn de officiële taal (talen) van uw bedrijf voor externe communicatie? *
- Hoeveel procent van uw personeel heeft minstens éénmaal per week contacten in een andere taal? Dit kan zowel contact met ander personeel als extern contact zijn. (Druk uw antwoord uit in percentage) *
- In welke talen verloopt dit contact vooral? *
- Welke van de onderstaande taken worden soms binnen uw bedrijf in een vreemde taal uitgevoerd? Vink aan. *

OV 2. Worden Vlaamse bedrijven geconfronteerd met problemen door een gebrek aan taalkennis bij hun werknemers?

- Beïnvloedt de taalkennis van de werknemers de keuze voor bepaalde exportmarkten of voor bepaalde samenwerkingen? *
- Zijn er binnen uw bedrijf soms interne communicatieproblemen (vb.: door een gebrek aan taalkennis, doordat niet elke werknemer dezelfde taal spreekt ...)? *
- Heeft uw bedrijf al eens contracten of commerciële kansen gemist door een gebrek aan taalkennis van uw medewerkers? *
- Zijn er bepaalde kosten die uw bedrijf heeft door een gebrek aan taalkennis bij uw medewerkers? Zo ja, welke? *

OV 3. Doen Vlaamse bedrijven aan taalmanagement?

OV 3.1. Gebruiken bedrijven taalopleidingen als managementinstrument?

- Biedt uw bedrijf taalopleidingen aan? *
- Zo ja, vink aan voor welke talen dit van toepassing is. *
- Voor welke werknemersprofielen worden er taalopleidingen voorzien en voor welke talen? *
- Zijn werknemers verplicht om taalopleidingen te volgen als blijkt dat hun taalkennis onvoldoende is? *
- Wordt een verplichte taalopleiding betaald door de werkgever of door de werknemer? *
- Wat is het gemiddelde budget op jaarbasis voor taalopleidingen voor werknemers? *
- Maakt uw bedrijf gebruik van bepaalde subsidies om taalopleidingen te financieren? *
- Als een werknemer op eigen initiatief een taalopleiding wil volgen, kan dit dan met steun van uw bedrijf? *
- Zo ja, kunt u over deze steun wat meer uitleg geven? (financieel, onbetaald/betaald verlof om opleiding te volgen, ...)
- Kunnen werknemers aanmoedigingspremies of een andere beloning krijgen van uw bedrijf als ze taalcursussen volgen? *
- Welke vorm van taalopleiding kan de werknemer volgen? *
- Waarop richten de taalcursussen zich voornamelijk? *
- Kan een opleiding plaatsvinden binnen de werkuren of moet dit gebeuren tijdens de eigen tijd van de werknemer? *
- Wie kiest de talenpartner of opleidingsverstrekker? *

- Met welke taalopleidingscentra heeft u al samengewerkt? *
- Hoe/waar gaat u op zoek naar een talenpartner? *
- Bij een samenwerking tussen uw bedrijf en een vast talencentrum of een vaste taaltrainer, wat zijn de parameters die de keuze bepalen?
- Wat is de plaats van taalopleidingen binnen het globale opleidingsaanbod van uw bedrijf? *
- Zijn er nog andere initiatieven binnen het bedrijf om de taalkennis van medewerkers te verbeteren (buiten de taalopleidingen)? *

OV 3.2. Werven bedrijven personeel aan in functie van taalkennis?

- Hecht uw bedrijf veel belang aan talenkennis bij een sollicitatie? (1=helemaal niet belangrijk; 5 = onontbeerlijk) *
- Hoe wordt talenkennis getest bij een sollicitatie? *
- Worden er buitenlandse werknemers aangenomen specifiek omdat zij een andere taal beheersen? *
- Zo ja, voor welke talen? *
- Zo ja, voor welke functies? *
- Ondervindt het bedrijf soms moeilijkheden om iemand aan te werven voor een bepaalde functie door een gebrekkige talenkennis van de sollicitanten? *
- Zo ja, voor welke talen? *
- Zo ja, voor welke functies? *
- Maakt een meertalige werknemer meer kans op promotie dan iemand die slechts één taal kent?*

OV 3.3. Stellen bedrijven hun website ter beschikking in vreemde talen?

- Is de website van uw bedrijf beschikbaar in verschillende talen? *
- In welke talen is de website van uw bedrijf beschikbaar? *

[]Wat is/zijn de officiële taal (talen) van uw bedrijf voor externe communicatie? *

	Niet van toepassing	Nederlands	Engels	Frans	Duits	Spaans	Italiaans	Chinees	Andere
Promotie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Contacten met de klanten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Communicatie met leveranciers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Communicatie met arbeidsmarkt (concurrenten, uitzendkantoren, ...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[]Is de website van uw bedrijf beschikbaar in verschillende talen? *

Kies a.u.b. een van de volgende mogelijkheden:

- Ja
- Nee

[]In welke talen is de website van uw bedrijf beschikbaar? *

Beantwoord deze vraag alleen als aan de volgende voorwaarden is voldaan:

Antwoord was 'Ja' bij vraag '4 [1 4 a]' (Is de website van uw bedrijf beschikbaar in verschillende talen?)

Selecteer alle mogelijkheden:

- Nederlands
- Engels
- Frans
- Duits
- Spaans
- Italiaans
- Chinees
- Andere:

[]Hecht uw bedrijf veel belang aan talenkennis bij een sollicitatie? (1=helemaal niet belangrijk ; 5 = onontbeerlijk) *

Kies het toepasselijk antwoord voor elk onderdeel:

	als arbeider?	als bediende?	als middenkader?	als bedrijfsleiding?
Er werkt geen arbeider/bediende/middenkader/bedrijfsleiding in ons bedrijf.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

	als arbeider?	als bediende?	als middenkader?	als bedrijfsleiding?
3	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

In deze enquête wordt een arbeider beschouwd als een werknemer die voornamelijk handarbeid verricht.

In deze enquête wordt een bediende beschouwd als een werknemer die voornamelijk 'hoofdarbeid' verricht.

In deze enquête wordt een middenkader beschouwd als een leidinggevende die in het midden van een hiërarchie van een organisatie zit. Het middenkader houdt zich bezig met leidinggeven aan het uitvoerend personeel en is de schakel tussen de werkvloer en de leiding van de organisatie.

In deze enquête wordt bedrijfsleiding beschouwd als de leidinggevende(n) van het bedrijf (zowel afdelingsdirecteuren als een algemeen directeur).

[]Hoe wordt talenkennis getest bij een sollicitatie? *

(Afkortingen: ARB = arbeider; BED = bediende; MK = middenkader; BL = bedrijfsleiding)

	Er is geen arbeider/bediende/middenkader/bedrijfsleiding in ons bedrijf	Talenkennis wordt niet getest bij een sollicitatie	Gesprek voeren	Woordenschatproef afleggen	Grammaticatetest afleggen	Leestest afleggen (begripsvragen oplossen bij een tekst)	Zakelijke brief/ e-mail schrijven	Luisteroefening maken	Andere
ARB	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BED	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MK	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
BL	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[]Worden er buitenlandse werknemers aangenomen specifiek omdat zij een andere taal beheersen? *

Kies a.u.b. een van de volgende mogelijkheden:

- Ja
- Nee

[]Zo ja, voor welke talen? *

Beantwoord deze vraag alleen als aan de volgende voorwaarden is voldaan:

Antwoord was 'Ja' bij vraag '8 [1 5 c]' (Worden er buitenlandse werknemers aangenomen specifiek omdat zij een andere taal beheersen?)

Selecteer alle mogelijkheden:

- Nederlands
- Engels
- Frans
- Duits
- Spaans
- Italiaans
- Chinees
- Andere:

[[Zo ja, voor welke functies? *

Beantwoord deze vraag alleen als aan de volgende voorwaarden is voldaan:

Antwoord was 'Ja' bij vraag '8 [1 5 c]' (Worden er buitenlandse werknemers aangenomen specifiek omdat zij een andere taal beheersen?)

Vul uw antwoord hier in:

[[Ondervindt het bedrijf soms moeilijkheden om iemand aan te werven voor een bepaalde functie door een gebrekkige talenkennis van de sollicitanten? *

Kies a.u.b. een van de volgende mogelijkheden:

- Ja
- Nee

[[Zo ja, voor welke talen? *

Beantwoord deze vraag alleen als aan de volgende voorwaarden is voldaan:

Antwoord was 'Ja' bij vraag '11 [1 5 d]' (Ondervindt het bedrijf soms moeilijkheden om iemand aan te werven voor een bepaalde functie door een gebrekkige talenkennis van de sollicitanten?)

Selecteer alle mogelijkheden:

- Nederlands
- Engels
- Frans
- Duits
- Spaans
- Italiaans
- Chinees
- Andere:

[[Zo ja, voor welke functies? *

Beantwoord deze vraag alleen als aan de volgende voorwaarden is voldaan:

Antwoord was 'Ja' bij vraag '11 [1 5 d]' (Ondervindt het bedrijf soms moeilijkheden om iemand aan te werven voor een bepaalde functie door een gebrekkige talenkennis van de sollicitanten?)

Vul uw antwoord hier in:

[[Beïnvloedt de talenkennis van de werknemers de keuze voor bepaalde exportmarkten of voor bepaalde samenwerkingen? *

Kies a.u.b. een van de volgende mogelijkheden:

- Ja. Kan u hier een voorbeeld van geven in het opmerkingenveld?
- Nee.

Geef hier een toelichting op uw antwoord:

[[Zijn er binnen uw bedrijf soms interne communicatieproblemen (vb.: door een gebrek aan talenkennis, doordat niet elke werknemer dezelfde taal spreekt ...)? *

Kies a.u.b. een van de volgende mogelijkheden:

- Ja. Over welke problemen gaat het dan? U kan hiervoor het opmerkingenveld gebruiken.
- Nee.

Geef hier een toelichting op uw antwoord:

[[Heeft uw bedrijf al eens contracten of commerciële kansen gemist door een gebrek aan talenkennis van uw medewerkers? *

Kies a.u.b. een van de volgende mogelijkheden:

- Ja. Welke taal (talen) vormde(n) het probleem? U kan dit specificeren in het opmerkingenveld.
- Nee.

Geef hier een toelichting op uw antwoord:

[[Maakt een meertalige werknemer meer kans op promotie dan iemand die slechts één taal kent? *

Kies a.u.b. een van de volgende mogelijkheden:

- Ja
- Nee

[[Zijn er bepaalde kosten die uw bedrijf heeft door een gebrek aan talenkennis bij uw medewerkers? Zo ja, welke? *

Selecteer alle mogelijkheden:

- Neen
- Voor vertalingen
- Voor tolkdiensten
- Voor interim-personeel (dat dan de vereiste taal wel beheerst)
- Voor buitenlands personeel (dat dan de vereiste taal wel beheerst)
- Voor taalopleidingen
- Financiële bonus voor werknemers die wel meertalig zijn
- Andere:

	Niet van toepassing	Nederlands	Engels	Frans	Duits	Spaans	Italiaans	Chinees	Andere
Telefoongesprekken voeren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vergaderingen & meetings bijwonen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Presentaties houden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Evenementen organiseren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Klanten bedienen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Post beantwoorden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mails versturen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vertalingen maken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nota's maken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Verslagen schrijven	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Gelieve Nederlands/Engels/Frans... enkel aan te duiden als dit voor uw bedrijf een vreemde taal is en dus niet de taal is die men normaal gebruikt.

Opleidingsaanbod

[] Biedt uw bedrijf taalopleidingen aan? *

Kies a.u.b. een van de volgende mogelijkheden:

- Ja
- Nee

Hiermee wordt bedoeld dat het bedrijf (eventueel in samenwerking met partners zoals talencentra) de mogelijkheid biedt om taalopleidingen te volgen. De opleiding hoeft dus niet per se binnen het bedrijf plaats te vinden.

[] Zo ja, vink aan voor welke talen dit van toepassing is. *

Beantwoord deze vraag alleen als aan de volgende voorwaarden is voldaan:

Antwoord was 'Ja' bij vraag '22 [3 1]' (Biedt uw bedrijf taalopleidingen aan?)

Selecteer alle mogelijkheden:

- Nederlands
- Engels
- Frans
- Duits
- Spaans
- Italiaans
- Chinees

- Andere:

[] Voor welke werknemersprofielen worden er taalopleidingen voorzien en voor welke talen? *

Beantwoord deze vraag alleen als aan de volgende voorwaarden is voldaan:

Antwoord was 'Ja' bij vraag '22 [3 1]' (Biedt uw bedrijf taalopleidingen aan?)

	NE	ENG	FR	DU	SPA	IT	CH	Andere	N.v.t. (voor arbeiders/bedienden/middenkaders/bedrijfsleiding wordt geen opleiding voorzien)	N.v.t. (wij zetten geen arbeiders/bedienden/middenkaders/bedrijfsleiding in)
Arbeider	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bediende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Middenkader	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bedrijfsleiding	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

In deze enquête wordt een arbeider beschouwd als een werknemer die voornamelijk handarbeid verricht.

In deze enquête wordt een bediende beschouwd als een werknemer die voornamelijk 'hoofdarbeid' verricht.

In deze enquête wordt een middenkader beschouwd als een leidinggevende die in het midden van een hiërarchie van een organisatie zit. Het middenkader houdt zich bezig met leidinggeven aan het uitvoerend personeel en is de schakel tussen de werkvloer en de leiding van de organisatie.

In deze enquête wordt bedrijfsleiding beschouwd als de leidinggevende(n) van het bedrijf (zowel afdelingsdirecteuren als een algemeen directeur).

[] Zijn werknemers verplicht om taalopleidingen te volgen als blijkt dat hun taalkennis onvoldoende is? *

Kies a.u.b. een van de volgende mogelijkheden:

- Ja
- Nee

[] Wordt een verplichte taalopleiding betaald door de werkgever of door de werknemer? *

Beantwoord deze vraag alleen als aan de volgende voorwaarden is voldaan:

Antwoord was 'Ja' bij vraag '22 [3 1]' (Biedt uw bedrijf taalopleidingen aan?) en Antwoord was 'Ja' bij vraag '25 [3 3]' (Zijn werknemers verplicht om taalopleidingen te volgen als blijkt dat hun taalkennis onvoldoende is?)

Selecteer alle mogelijkheden:

- Door de werkgever.
- Door de werknemer.
- N.v.t.
- Andere:

[]Wat is het gemiddelde budget op jaarbasis voor taalopleidingen voor werknemers? *

Beantwoord deze vraag alleen als aan de volgende voorwaarden is voldaan:

Antwoord was 'Ja' bij vraag '22 [3 1]' (Biedt uw bedrijf taalopleidingen aan?) en Antwoord was 'Door de werkgever.' bij vraag '26 [3 4]' (Wordt een verplichte taalopleiding betaald door de werkgever of door de werknemer?)

Vul uw antwoord hier in:

[]Maakt uw bedrijf gebruik van bepaalde subsidies om taalopleidingen te financieren? *

Beantwoord deze vraag alleen als aan de volgende voorwaarden is voldaan:

Antwoord was 'Ja' bij vraag '22 [3 1]' (Biedt uw bedrijf taalopleidingen aan?) en Antwoord was 'Door de werkgever.' bij vraag '26 [3 4]' (Wordt een verplichte taalopleiding betaald door de werkgever of door de werknemer?)

Selecteer alle mogelijkheden:

- KMO portefeuille
- Opleidingscheques van de Vlaamse Overheid
- Opleidingssteun van de Vlaamse Overheid (voor grote bedrijven)
- Steun van vakbonden
- Betaald educatief verlof
- Neen
- Andere:

[]Als een werknemer op eigen initiatief een taalopleiding wil volgen, kan dit dan met steun van uw bedrijf? *

Kies a.u.b. een van de volgende mogelijkheden:

- Ja
- Nee

[]Zo ja, kunt u over deze steun wat meer uitleg geven? (financieel, onbetaald/betaald verlof om opleiding te volgen, ...)

Beantwoord deze vraag alleen als aan de volgende voorwaarden is voldaan:

Antwoord was 'Ja' bij vraag '29 [3 5]' (Als een werknemer op eigen initiatief een taalopleiding wil volgen, kan dit dan met steun van uw bedrijf?)

Vul uw antwoord hier in:

[[Kunnen werknemers aanmoedigingspremies of een andere beloning krijgen van uw bedrijf als ze taalcursussen volgen? *

Kies a.u.b. een van de volgende mogelijkheden:

- Ja. Kan u dit specificeren in het opmerkingenveld?
- Neen

Geef hier een toelichting op uw antwoord:

De vraag richt zich op extra beloningen die een werknemer krijgt om zich bij te scholen en slaat dus niet op de betaling van de cursus zelf.

[[Welke vorm van taalopleiding kan de werknemer volgen? *

Beantwoord deze vraag alleen als aan de volgende voorwaarden is voldaan:

Antwoord was 'Ja' bij vraag '22 [3 1]' (Biedt uw bedrijf taalopleidingen aan?)

Kies a.u.b. een van de volgende mogelijkheden:

- C-learning (classroom learning)
- E-learning (use of electronic media & ICT)
- Blended learning (combinatie C- & E-learning)
- Andere

C-learning = het traditionele leren in een klaslokaal.

E-learning = interactief gebruikmaken van een computer die verbonden is met internet (dit kan verschillende vormen aannemen).

Blended learning = mix van leerinterventies, in dit geval een combinatie van e-learning en traditionele klassikaal leren.

[[Waarop richten de taalcursussen zich voornamelijk? *

Beantwoord deze vraag alleen als aan de volgende voorwaarden is voldaan:

Antwoord was 'Ja' bij vraag '22 [3 1]' (Biedt uw bedrijf taalopleidingen aan?)

Selecteer alle mogelijkheden:

- Verwerven van algemene woordenschat en grammatica.
- Verwerven van toegepaste woordenschat (specifiek jargon, ...).
- Verwerven van communicatieve competenties (spreken).
- Verwerven van schriftelijke competenties.
- Verwerven van culturele competenties.
- Geen informatie.
- Andere:

[[Kan een opleiding plaatsvinden binnen de werkuren of moet dit gebeuren tijdens de eigen tijd van de werknemer? *

Kies a.u.b. een van de volgende mogelijkheden:

- De opleiding kan gevolgd worden binnen de werkuren.
- De werknemer moet de opleiding volgen in zijn eigen vrije tijd.

Geef hier een toelichting op uw antwoord:

[[Wie kiest de talenpartner of opleidingsverstrekker? *

Beantwoord deze vraag alleen als aan de volgende voorwaarden is voldaan:

Antwoord was 'Ja' bij vraag '22 [3 1]' (Biedt uw bedrijf taalopleidingen aan?)

Selecteer alle mogelijkheden:

- Het bedrijf kiest per project waar men de opleiding volgt.
- Het bedrijf werkt altijd samen met een vast talencentrum of een taaltrainer.
- De werknemer kan zelf kiezen waar hij een opleiding volgt.
- Andere:

[[Met welke taalopleidingscentra heeft u al samengewerkt? *

Beantwoord deze vraag alleen als aan de volgende voorwaarden is voldaan:

Antwoord was 'Ja' bij vraag '22 [3 1]' (Biedt uw bedrijf taalopleidingen aan?)

Selecteer alle mogelijkheden:

- Accent Languages
- Atolo
- Berlitz
- BLCC
- Call International
- Ceran
- CLL
- Elan
- Elohim
- Eurospeak
- Lerian
- Semantics
- N.v.t.
- Andere:

[[Hoe/waar gaat u op zoek naar een talenpartner? *

Beantwoord deze vraag alleen als aan de volgende voorwaarden is voldaan:

Antwoord was 'Ja' bij vraag '22 [3 1]' (Biedt uw bedrijf taalopleidingen aan?)

Selecteer alle mogelijkheden:

- Zoektocht op internet
- Informeren bij collega's
- Informeren op fora/sociale media
- Informeren bij werknemers (suggesties)
- Andere:

[[Bij een samenwerking tussen uw bedrijf en een vast talencentrum of een vaste taaltrainer, wat zijn de parameters die de keuze bepalen?

Beantwoord deze vraag alleen als aan de volgende voorwaarden is voldaan:

Antwoord was 'Ja' bij vraag '22 [3 1]' (Biedt uw bedrijf taalopleidingen aan?)

Selecteer alle mogelijkheden:

- Reputatie van het instituut / van de taaltrainer?
- Kosten voor een opleiding?
- Leermiddelen die gebruikt worden?
- Flexibiliteit van het instituut (Kan uw bedrijf zelf beslissen wanneer de training doorgaat? Zijn er mogelijkheden tot lastminutebeslissingen?)?
- Andere:

[[Wat is de plaats van taalopleidingen binnen het globale opleidingsaanbod van uw bedrijf? *

Beantwoord deze vraag alleen als aan de volgende voorwaarden is voldaan:

Antwoord was 'Ja' bij vraag '22 [3 1]' (Biedt uw bedrijf taalopleidingen aan?)

Kies a.u.b. een van de volgende mogelijkheden:

- 0-20% van het globale opleidingsaanbod bestaat uit taalopleidingen.
- 20-40% van het globale opleidingsaanbod bestaat uit taalopleidingen.
- 40-60% van het globale opleidingsaanbod bestaat uit taalopleidingen.
- 60-80% van het globale opleidingsaanbod bestaat uit taalopleidingen.
- 80-100% van het globale opleidingsaanbod bestaat uit taalopleidingen.
- Geen info.

[[Zijn er nog andere initiatieven binnen het bedrijf om de taalkennis van medewerkers te verbeteren (buiten de taalopleidingen)? *

Kies a.u.b. een van de volgende mogelijkheden:

- Ja. Kan u dit specificeren in het opmerkingenveld?
- Neen

Geef hier een toelichting op uw antwoord:

Bedrijfsprofiel

[[In welke stad is het hoofdkantoor van uw bedrijf gelegen? *

Vul uw antwoord hier in:

[[Zijn er nog andere vestigingen van uw bedrijf? *

Kies a.u.b. een van de volgende mogelijkheden:

- Zo ja: in België? Waar? (Specificeer in opmerkingenveld)
- Zo ja: in het buitenland? Waar? (Specificeer in opmerkingenveld)
- Nee.

Geef hier een toelichting op uw antwoord:

[[Is uw bedrijf werkzaam in ... *

Selecteer alle mogelijkheden:

- Enkel Vlaanderen?

- België?
- Europa?
- Buiten Europa?

[] Klantenbestand: druk in percentage de verdeling van uw klantenbestand over volgende regio's uit: *

Vul uw antwoord(en) hier in

- Vlaanderen (%)
- Wallonië (%)
- Europa (buiten België) (%)
- Buiten Europa (%)

Indien u geen klanten hebt in een of meerdere van de vermelde regio's kan u gewoon 0 invullen.

[] Tot welke sector kan uw bedrijf gerekend worden? *

Selecteer alle mogelijkheden:

- Landbouw, bosbouw, visserij, delfstoffen
- Industrie
- Nutsvoorzieningen
- Bouwnijverheid
- Groothandel en detailhandel
- Transport
- Horeca
- ICT
- Financiële instellingen
- Immobiliën
- Dienstensector
- Overheid
- Onderwijs & onderzoek
- Gezondheidszorg en welzijnszorg
- Cultuur, sport en recreatie
- Andere:

[] Tot welk paritair comité behoort uw bedrijf? (Indien u over deze informatie beschikt.)

Vul uw antwoord hier in:

[] Wat is de jaarlijkse omzet van uw bedrijf? *

Kies a.u.b. een van de volgende mogelijkheden:

- Minder dan € 1 miljoen
- Tussen € 1 miljoen en € 5 miljoen
- Tussen € 5 miljoen en € 10 miljoen
- Meer dan € 10 miljoen
- Geen info

[] Hoeveel procent hiervan wordt gerealiseerd in... *

Vul uw antwoord(en) hier in

- België?
- Europa?
- Buiten Europa?

Indien u geen omzet maakt in een of meerdere van de vermelde regio's kan u gewoon 0 invullen.

[[Als er omzet in het buitenland wordt gerealiseerd, in welke landen gebeurt dit dan? (In volgorde van belangrijkheid)

Vul uw antwoord(en) hier in

- Land 1
- Land 2
- Land 3
- Land 4
- Land 5

[[Telt uw bedrijf *

Kies a.u.b. een van de volgende mogelijkheden:

- Minder dan 10 werknemers?
- Tussen 10 en 50 werknemers?
- Tussen 50 en 250 werknemers?
- Meer dan 250 werknemers?

[[Welke werknemersprofielen worden er ingezet in uw bedrijf? *

Selecteer alle mogelijkheden:

- Arbeiders
- Bedienden
- Middenkader
- Bedrijfsleiding

In deze enquête wordt een arbeider beschouwd als een werknemer die voornamelijk handarbeid verricht.

In deze enquête wordt een bediende beschouwd als een werknemer die voornamelijk 'hoofdarbeid' verricht.

In deze enquête wordt een middenkader beschouwd als een leidinggevende die in het midden van een hiërarchie van een organisatie zit. Het middenkader houdt zich bezig met leidinggeven aan het uitvoerend personeel en is de schakel tussen de werkvloer en de leiding van de organisatie.

In deze enquête wordt bedrijfsleiding beschouwd als de leidinggevende(n) van het bedrijf (zowel afdelingsdirecteuren als een algemeen directeur)

[[Hoe zijn de werknemersprofielen verspreid in uw bedrijf? (In %) *

Vul uw antwoord(en) hier in

- Arbeiders (%)
- Bedienden (%)
- Middenkaders (%)

- Bedrijfsleiding (%)

Werknemersprofiel

[]Wat is het hoogste diploma dat u hebt behaald? *

Vul uw antwoord hier in:

[]Wat was uw studierichting? *

Vul uw antwoord hier in:

[]Wat is uw functie? *

Vul uw antwoord hier in:

[]Bent u zelf meertalig? *

Kies a.u.b. een van de volgende mogelijkheden:

- Ja
- Nee

[]Zo ja, welke talen beheerst u? *

Beantwoord deze vraag alleen als aan de volgende voorwaarden is voldaan:

Antwoord was 'Ja' bij vraag '56 [514]' (Bent u zelf meertalig?)

Selecteer alle mogelijkheden:

- Nederlands
- Engels
- Frans
- Duits
- Spaans
- Italiaans
- Chinees
- Andere:

[]Geslacht: *

Kies a.u.b. een van de volgende mogelijkheden:

- Vrouwelijk
- Mannelijk

[]Wat is uw leeftijd? *

Kies a.u.b. een van de volgende mogelijkheden:

- Tussen 20 - 30 jaar
- Tussen 31 - 40 jaar
- Tussen 41 - 50 jaar
- Tussen 51 - 60 jaar
- Boven 60 jaar

Gegevens bedrijf

[[Wat is de naam van uw bedrijf? (*Optioneel*)

Vul uw antwoord hier in:

[[Bent u bereid om deel te nemen aan eventuele vervolginterviews?

Kies a.u.b. een van de volgende mogelijkheden:

- Ja
- Nee

[[Zo ja, gelieve dan hier uw contactgegevens achter te laten (naam, e-mailadres, telefoonnummer). Deze gegevens zullen vertrouwelijk behandeld worden.

Beantwoord deze vraag alleen als aan de volgende voorwaarden is voldaan:

Antwoord was 'Ja' bij vraag '61 [522]' (Bent u bereid om deel te nemen aan eventuele vervolginterviews?)

Vul uw antwoord hier in:

[[Als u opmerkingen hebt bij deze enquête kan u die hier achterlaten.

Vul uw antwoord hier in:

Bedankt voor uw medewerking!

Indien u nog vragen hebt kan u ons bereiken op het volgende e-mailadres:

anke.dewinter@student.kuleuven.be

Verstuur uw enquête

Bedankt voor uw deelname aan deze enquête.

8.3. Begeleidende e-mail (21/10/2014)

Beantwoorden Allen beantwoorden Doorsturen  ?

Meertaligheid in bedrijven - Onderzoek masterproef

Anke De Winter

Aan: anke.dewinter@student.kuleuven.be dinsdag 21 oktober 2014 17:45

Geachte heer,
geachte mevrouw,

In de geglobaliseerde wereld van vandaag wordt alles internationaler. Essentieel voor contacten met andere landen is communicatie en taal. Voor communicatiestudenten is deze internationalisering een heel interessant fenomeen. Daarom hebben we, in het kader van onze masterthesis aan de KU Leuven (promotor Prof. Dr. Piet Desmet), een onderzoek opgezet naar het belang van vreemde talen in de Vlaamse en Brusselse bedrijfscontext.

We onderzoeken verschillende facetten van het taalgebruik binnen bedrijven. Is er ruimte voor meertaligheid binnen uw bedrijf? Gebeurt de interne en/of externe communicatie in meerdere talen? Welke rol speelt talenkennis bij de aanwerving van medewerkers? Is er ruimte voor taalopleiding? Gebruiken uw werknemers veel verschillende talen?

Via de volgende link kan u de enquête invullen: <https://websurvey.kuleuven.be/index.php/311839/lang-nl>.

De vragenlijst invullen neemt slechts 20 minuten in beslag en uw antwoorden blijven anoniem. Uw bijdrage tot dit onderzoek is essentieel: zonder voldoende respondenten kunnen we geen relevante conclusies trekken. Als u dat wenst, kan de enquête ook in het Engels of Frans ingevuld worden.

Indien u nog vragen hebt kan u mij steeds bereiken op het volgende e-mailadres: anke.dewinter@student.kuleuven.be.



Alvast van harte bedankt voor uw medewerking.

Met vriendelijke groeten,
Anke De Winter

Anke De Winter
Studente Bedrijfscommunicatie
KU Leuven

Alle wettelijke bepalingen inzake uw persoonlijke gegevens worden volledig gerespecteerd volgens de Belgische wet van 8 december 1992 met betrekking tot de bescherming van de persoonsgegevens.
Indien u geen boodschappen van ons meer wenst te ontvangen kan u dit melden door een reply te sturen op deze e-mail met in het onderwerp: !*EMAIL*! + unsubscribe

8.4. Herinneringse-mail (07/11/2014)

Beantwoorden Allen beantwoorden Doorsturen        

Meertaligheid in bedrijven - Herinnering onderzoek

Anke De Winter

Aan: Anke De Winter

vrijdag 7 november 2014 11:50

Geachte heer,
geachte mevrouw,

Een tijdje geleden werd u uitgenodigd om deel te nemen aan een onderzoek voor mijn masterproef aan de KU Leuven. Via een bevraging probeer ik een beeld te schetsen van het gebruik van talen in de Vlaamse bedrijven.

Als u al hebt deelgenomen, bent u van harte bedankt voor uw bijdrage. Om de enquête representatief te maken, ben ik echter op zoek naar nog meer respondenten. Alsnog deelnemen kan via de volgende link: <https://websurvey.kuleuven.be/index.php/311839/lang-nl>. Het invullen neemt ongeveer 20 min. in beslag en gebeurt volledig anoniem. De vragenlijst is beschikbaar in het Nederlands, Frans en Engels.

Indien u nog vragen of opmerkingen hebt kan u mij steeds bereiken op het volgende e-mailadres: anke.dewinter@student.kuleuven.be.

Alvast bedankt voor uw medewerking.

Met vriendelijke groeten,
Anke De Winter

Anke De Winter
Studente Bedrijfscommunicatie
KU Leuven

Alle wettelijke bepalingen inzake uw persoonlijke gegevens worden volledig gerespecteerd volgens de Belgische wet van 8 december 1992 met betrekking tot de bescherming van de persoonsgegevens.
Indien u geen boodschappen van ons meer wenst te ontvangen kan u dit melden door een reply te sturen op deze e-mail met in het onderwerp: ***EMAIL* + unsubscribe**

9. Biografie

Ik ben Anke De Winter en kom uit Tongeren (Limburg). De voorliggende masterproef kadert binnen de master Bedrijfscommunicatie die ik dit academiejaar (2014-2015) volg aan KU Leuven. Binnen deze opleiding heb ik verder Engelse en Nederlandse bedrijfscommunicatie gevolgd en de keuzevakken Online Marketing en Veranderingsmanagement. Stage heb ik gelopen bij uitgeverij LannooCampus, waarna ik bij hen ook vakantiewerk mocht doen.

Voor ik aan deze master begon, studeerde ik met onderscheiding af als master in de Westerse Literatuur (KU Leuven). Mijn masterproef handelde over Vlaamse literatuur in het buitenland en de rol hierin van het Vlaams Fonds voor de Letteren, en stond onder begeleiding van prof. dr. R. Meylaerts. In het bijzonder werd het buitenlandbeleid van het Fonds onder de loep genomen, dat bestaat uit een vertaalluik, waarvan het doel is zoveel mogelijk vertalingen uit het Nederlands te genereren, en een presentatieluik, waarmee men Vlaamse auteurs op buitenlandse podia wil krijgen. Omdat het presentatieluik nog nieuw is, focuste het onderzoek op de opinie en attitudes van de betrokken spelers over zo'n presentatiebeleid. Tijdens deze master verbleef ik in het kader van een Erasmusuitwisseling ook 6 maanden in Lille, waar ik studeerde aan de Université Charles De Gaulle. Ik volgde hier vakken over Engelse literatuur en over de boekensector.

Mijn vooropleiding is de bachelor Taal- en Letterkunde (KU Leuven), met als specialisaties Engels en Nederlands. Ter afsluiting van deze bachelor schreef ik een bachelorproef over de internationale zichtbaarheid van Vlaamse schrijvers, en meer specifiek over het werk van schrijfster Annelies Verbeke. Middelbaar onderwijs heb ik gevolgd aan de VIIO Humaniora Tongeren, richting Latijn-moderne talen.

Aanvullend volg ik dit jaar nog een cursus Frans in de avondschool van het Centrum voor Levende Talen (CLT) in Leuven.