

Sprogkundskaber skaber vækst



LENE ELS
cand.mag.
selvstændig kommunikations-
konsulent og ekstern lektor på
CBS og SDU

Som ekstern lektor begyndte jeg i september med nye hold på universitetet inden for business communication. Undervisningen foregår på engelsk og er et af hovedfagene på denne specifikke uddannelse. Som sædvanlig begyndte jeg med at fortælle de studerende om væsentligheden af at kunne kommunikere såvel skriftligt som mundtligt på et ordentligt niveau.

Da jeg var færdig med præsentationen rakte en studerende hånden op for at spørge, om jeg virkelig mente, at det var vigtigt, at de skrev og talte korrekt engelsk – det var vel o.k., hvis modtageren nogenlunde forstod, hvad meningen var. Den studerende satte ord på den trend, der hersker såvel inden for uddannelsessystemet som inden for erhvervslivet, nemlig at et minimum af sprogkompetencer er godt nok.

Vi bryster os i Danmark af at være gode til engelsk. Ja, de fleste mennesker i Danmark kan klare sig på

engelsk, men der er langt fra at kunne klare sig og til at beherske engelsk på et niveau, som med succes kan bruges i erhvervslivet. Før i tiden skrev forskellige medarbejdere deres forretningsbreve, hvorefter en korrespondent (uddannet inden for det pågældende sprog) enten oversatte det eller i hvert fald læste korrektur.

Efter internettets indtog sender alle og enhver mails rundt i verden på mere eller mindre korrekt engelsk. Det er bare ikke godt nok til at få succes på globalt plan. En del danske virksomheder har sågar engelsk som koncernsprog, men også her er der udfordringer, da der ofte bliver en forskydning i magtbalancen, fordi nogle medarbejdere er bedre end andre til engelsk.

Vi taler meget om kommunikationsstrategier, og jeg er helt på det rene med, at det giver god mening at have en overordnet strategi for virksomhedens kommunikation. Men hvor bliver sprogstrategien af? Denne er nemlig lige så vigtig. F.eks. har vi et marked på ca. 82 millioner liggende som nabo – det marked hedder Tyskland, og her tales tysk. Det vil sige, at det er en rigtig god idé at have nogle medar-

bejdere, som taler og skriver tysk på et professionelt niveau, hvis danske virksomheder gerne vil ind på dette marked.

Vi tror, at vi kan klare os med et nogenlunde forståeligt engelsk, men hvis vi vil satse på vores nærmeste marked, er vi nødt til at have fokus på både sprog og kultur. Tysk kulturforståelse går nemlig hånd i hånd med tysk sprogforståelse, så begge dele skal beherskes, hvis vi skal undgå at stå i vejen for

vores egen succes. Det samme gælder naturligvis for alle andre sprogområder.

Universiteterne lukker sproguddannelser som f.eks. tysk på stribe på trods af, at erhvervslivet råber vagt i gevær. F.eks. lavede Dansk Industri sidste år en analyse, "Behov for fremmedsprogskompetencer og dansk eksport går hånd i hånd", hvoraf det fremgår, at tyske sprogområder (Tyskland, Østrig og Schweiz) ligger nr. 3 på listen over sprogområder, hvor danske virksomheder har aktiviteter. Af ovennævnte rapport fremgår det, at manglen på sprogkompetencer kan skabe betydelige problemer for virksomhederne, som f.eks. har oplevet at komme til kort i en forhandlingssituation, har måttet opgive markedsfremstød eller har tabt ordrer.

Virksomhedernes besvarelser viser tydeligt, at sprog er en forudsætning for at få succes på det internationale marked, og så sent som i oktober slog Dansk Industri igen alarm.

Det interessante ved at opgradere på den sproglige front i virksomhederne er, at disse tiltag som oftest kan ses direkte på bundlinjen.

”

Vi tror, at vi kan klare os med et nogenlunde forståeligt engelsk, men hvis vi vil satse på vores nærmeste marked, er vi nødt til at have fokus på både sprog og kultur.

KORT SAGT

Datacenter kan opvarme hele Sønderjylland

Statsminister Lars Løkke Rasmussen nævnte i sin åbningstale det flotte i, at Danmark kan tiltrække det ene datacenter efter det andet – bl.a. det største og senest tilkomne ved Aabenraa.

Det er flot og perspektivrigt. Men der er lige nu en lovgivningsmæssig barriere for at udnytte den megen spildvarme fra de kommende datacentre til grøn omstilling. Derfor er Udviklingsråd Sønderjylland og Dansk Fjernvarme enige om, at elvarmeafgiften på kollektive varmepumper bør sænkes.

En sådan afgiftsændring vil ikke blot være en gevinst for miljøet og energiudnyttelsen. Det vil også give de mange virksomheder, der arbejder med energiteknologi nye muligheder. Ikke bare i Sønderjylland, hvor der er mange af den slags virksomheder, men i hele Danmark. Og det vil styrke den grønne profil, som ejerne af datacentre er meget interesserede i.

En sænkning af elvarmeafgiften på kollektive varmepumper vil bidrage til den udvikling. Det vil understøtte udviklingen af nye teknologier inden for vores erhvervs- og videnskabelige styrkeposition på dette felt. Og det vil komme klimaet, erhvervslivet og samfundsøkonomien til gavn.

Det er ikke teknologien, der er barrieren – tværtimod. For at udnytte spildvarmen fra datacentre og industrien i fjernvarmen, er det nødvendigt at varme den yderligere op fra 35-40 grader til ca. 60-70 grader. Det gøres mest effektivt og miljørigtigt ved at benytte store kollektive

eldrevne varmepumper. Men elvarmeafgiften er så høj, at det lige nu ikke er rentabelt.

Derfor er vi i Udviklingsråd Sønderjylland og Dansk Fjernvarme enige om, at elvarmeafgiften på kollektive varmepumper bør sænkes.

En sådan afgiftsændring vil ikke blot være en gevinst for miljøet og energiudnyttelsen. Det vil også give de mange virksomheder, der arbejder med energiteknologi nye muligheder. Ikke bare i Sønderjylland, hvor der er mange af den slags virksomheder, men i hele Danmark. Og det vil styrke den grønne profil, som ejerne af datacentre er meget interesserede i.

En sænkning af elvarmeafgiften på kollektive varmepumper vil bidrage til den udvikling. Det vil understøtte udviklingen af nye teknologier inden for vores erhvervs- og videnskabelige styrkeposition på dette felt. Og det vil komme klimaet, erhvervslivet og samfundsøkonomien til gavn.

Leif Friis Jørgensen
direktør, Naturmælk,
formand for Udviklingsråd Sønderjylland (URS)
Kim Mortensen
direktør, Dansk Fjernvarme

Mægtige udnytter mindre mægtige

Uanset hvad man har foreslået tidligere er nu foreslår eller forarges over, er de offentlige ledere og politikere lønninger og honorarer steget og steget og vil fortsætte med at stige.

Hvorfor?
Fordi pengene åbenbart er der, og fordi det er et tag selv-bord, hvor alle tager, hvad de kan og

rager til sig, fordi de kan. Det har intet med kvalifikation eller mangel på ledere at gøre. Det er ren og skær mangel på moral og adelens udnyttelse af folket. Intet nyt under solen, historien gentager sig. Mægtige udnytter mindre mægtige.

Steen Sørensen
Horsens

Politiske tv-reklamer hjem i stuerne

Den kommunale og regionale valgkamp buldrer derudaf, og vi bliver mødt af reklamer for politiske partier og kandidater overalt. Men ét sted er dog undtaget: tv-skærmen.

Her er der nemlig dømt adgang forbudt for de politiske partier og kandidater. Det er et udtryk for forældet lovgivning. Og vi har brug for at ændre den, så den følger med tiden.

Der føres efterhånden valgkampe og reklameres for politiske holdninger på et hav af forskellige medieplatforme.

Tv'et har for længst mistet status som monopol på reklamer, og det er langt fra den eneste platform, hvor de politiske partier og kandidater kan møde vælgerne. Men alligevel er tv'et fortsat det eneste, der er reguleret.

Der er så nogle, der vil mene, at hvis vi tillader politiske tv-reklamer, så vil det kun være de partier og kandidater med mange penge, der kan kommunikere med borgerne gennem tv-skærmen. Til dette kan man jo så undre sig over,

hvorfor det lige nøjagtig kun gælder for tv'et.

Hvad med Facebook? Google? Flyers? Avisannoncer?

Der kan være gode grunde til at regulere partiernes indtægter. Men at regulere og bestemme, i hvilke medier partierne og kandidaterne lægger deres penge, det kan og skal ikke være statens opgave. Derfor har vi brug for et opgør med en lovgivning, der tager udgangspunkt i fortiden.

Parallelt med den igangværende valgkamp forud for kommunal- og regionsvalget hører vi om manglende politisk engagement. Og meningsmålinger placerer gang på gang politikere nederst på troværdighedsbarometre. Så hvorfor afskræmme borgerne for politiske budskabet i tv'et?

Måske har vi mere end nogensinde før brug for, at den politiske samtale kommer hjem i stuerne. Og det kan politiske tv-reklamer være med til.

Daniel Møller Jensen
politisk konsulent
Dansk Erhverv

Ingen bekymrer sig om moskébyggeri

Det kan undre, hvorfor der ikke er nogen, der viser bekymring over moskébyggeriet i Roskilde.

Hvorfor ingen stiller spørgsmål til, hvad konsekvenserne for dette vil blive for Roskilde Domkirke? Og da specielt nu, hvor man ikke behøver at være dansk statsborger for at få sæde i Roskilde Byråd.

Kurt Larsen
Herlev

DELTAG I DEBATTEN PÅ NETTET

Find alle disse indlæg og flere til på jp.dk/debat, og skriv din mening i kommentarfeltet.

UDDRAG FRA JP.DK/BLOGS

HOLGER K. NIELSEN
folketingsmedlem (SF)



Valgretten sikrer med sin bredde netop, at alle kan komme til orde, at alle kan blive hørt. Der stemmes, med en af andelsbevægelsens gamle principper, efter hoveder og ikke efter høveder.

LARS BOJE MATHIESEN

medlem af Aarhus Byråd,
folketingskandidat
for Nye Borgerlige



Stadig flere partier sætter desværre taktik og strategisk positionering før vælgerne.

MIKAEL JALVING
historiker, forfatter



De mænd og kvinder, der muliggør ødelæggelsen af Nyborg Slot, hader ikke kulturarven. De tænker mere på deres eftermæle, og det kan dårligt blive stort nok.

MORTEN UHRSKOV JENSEN

formand, Dansk Samling
cand.mag., forfatter



Vi skal tale varmt for håndværket og for teknikken og generelt for naturvidenskaberne. Gør vi det, vil vi kunne løse problemet med fremtidens mangel på bestemte typer arbejdskraft. Fri os for det evindelige råb om udenlandsk arbejdskraft.