



FORUM

DU BILINGUISME
FÜR DIE ZWEISPRACHIGKEIT

ZWEI- UND MEHRSPRACHIGKEIT IN UNTERNEHMEN ODER ORGANISATIONEN

ERFOLGSMASSNAHMEN



FORUM

DU BILINGUISME
FÜR DIE ZWEISPRACHIGKEIT

Robert-Walser-Platz 7
Postfach 439
2501 Biel/Bienne

zweisprachigkeit.ch
forum@zweisprachigkeit.ch

+41 32 323 22 80

Ausgabe 2023

INHALTSÜBERSICHT

EINFÜHRUNG	4
INTERNE ORGANISATION	7
INTERNE KOMMUNIKATION	8
EXTERNE KOMMUNIKATION	10
WERBUNG/MARKETING	12
PERSONALWESEN, AUS-/WEITERBILDUNG	13
SPRACHGRENZEN ÜBERWINDEN	16
ZU BEACHTEN: 14 HAUPTPRINZIPIEN	17
EINE STRATEGIE, EINE POSITIONIERUNG EIN UNTERNEHMENS CREDO	19
SCHLUSSBEMERKUNGEN	23

EINFÜHRUNG

VORWORT

Die sprachliche Vielfalt Ihrer Mitarbeiter*innen ist einer der Reichtümer Ihres Unternehmens oder Ihrer Organisation. Möchten Sie diese Vorteile hervorheben? Diese Broschüre kann Ihnen dabei helfen, sich weiterzuentwickeln.

WER SIND WIR?

Die 1996 in Biel/Bienne ins Leben gerufene Stiftung Forum für die Zweisprachigkeit befasst sich mit den besonderen Herausforderungen des Zusammenlebens verschiedener Sprachgruppen und das Verständnis zwischen den einzelnen Personen.

UNSERE ERFAHRUNG

Die Grundlage für die vorliegenden Erfolgsmassnahmen bildet eine vom Forum für die Zweisprachigkeit ausgearbeitete Liste konkreter Empfehlungen und Massnahmen für Unternehmen oder Organisationen, welche aufgrund von einschlägigen Erfahrungen über 25 Jahre Stiftungstätigkeit entstanden sind. Diese basieren hauptsächlich auf den Berichten, welche bei den regelmässigen Zertifizierungen von Unternehmen und Organisationen mit dem «Label für die Zweisprachigkeit», dem «Label für die Mehrsprachigkeit» oder dem «Engagement Zweisprachigkeit» durch die Experten der Stiftung verfasst werden.

Über eine Strategie hinsichtlich Sprachen zu verfügen, ungeachtet der Grösse eines Unternehmens oder einer Organisation, ermöglicht nicht nur, neue Märkte jenseits der Sprachgrenzen zu erobern, sondern auch den Zusammenhalt und das Verständnis unter den Mitarbeitenden zu fördern. Das Unternehmen resp. die Organisation wird auf diese Weise den Grad an Zufriedenheit unter den Angestellten und der Kundschaft steigern und damit auch seine Produktivität.

Die vorliegende Zusammenstellung von bewährten Erfolgsmassnahmen versteht sich als Leitfaden für die Unternehmen und Organisationen bei der Umsetzung von Massnahmen zur kurz-, mittel- und langfristigen Förderung der Zwei- oder Mehrsprachigkeit. Es geht hier in erster Linie um den Umgang mit den vier Landessprachen. Die Empfehlungen und Massnahmen lassen sich aber zu einem grossen Teil generell auf Fragen im Umgang mit Sprachdiversität übertragen.

Je nach Tätigkeitsbereich und geografischer Lage eines Unternehmens oder einer Organisation lassen sich verschiedene Ausgangslagen in Bezug auf den Umgang mit der Zwei- oder Mehrsprachigkeit definieren.

VON DER ZWEI- ODER MEHRSPRACHIGKEIT PROFITIEREN?

Es gibt verschiedene Organisationen oder Unternehmen, die von den folgenden Erfolgsmassnahmen profitieren können, um die Zwei- oder Mehrsprachigkeit zu fördern.

- Befindet sich Ihre Organisation oder Ihr Unternehmen auf einer Sprachgrenze?
- Ist Ihre Organisation oder Ihr Unternehmen in einer zweisprachigen Stadt oder einem zweisprachigen Kanton tätig?
- Ist Ihre Organisation oder Ihr Unternehmen auf nationaler oder internationaler Ebene tätig und bietet daher Dienstleistungen oder Produkte in mehreren Sprachen an?

Wenn Sie eine der Fragen mit ja beantwortet haben, könnten die folgenden Erfolgsmassnahmen an der strategischen Entwicklung Ihres Unternehmens oder Ihrer Organisation mitwirken.

UMSETZUNG (UM)

Die vorgeschlagenen Massnahmen sind unterschiedlich schwierig umzusetzen und nicht alle gleich wichtig. Wählen Sie diejenigen aus, die am besten zu Ihrer Strategie passen.

Leicht umzusetzen		●
Mittelleicht umzusetzen		● ●
Schwierig umzusetzen		● ● ●
PRIORITÄRE MASSNAHMEN (PM)	Massnahmen, die mit der grössten Priorität umgesetzt werden müssten	

INTERNE ORGANISATION

NR	MASSNAHME/THEMA	DETAILS	UM	PM
1	Eine*n Delegierte*n für die Zwei- oder Mehrsprachigkeit ernennen (< 100 Angestellte)	• Pflichtenheft erstellen	● ●	
		• Notwendige Kompetenzen erteilen	● ●	
		• Angliederung an Direktion oder HR	● ●	
2	Kommission für die Zwei- oder Mehrsprachigkeit bilden mit Vertreter*innen der jeweiligen Sprachgruppen (Landessprachen) (> 100 Angestellte)	• Zwei- oder Mehrsprachigkeit im Betrieb anregen, entwickeln und täglich anwenden	● ●	
		• Eine verbindliche Strategie für die Zwei- oder Mehrsprachigkeit und einen Massnahmenkatalog erstellen	● ●	
		• Jahresplanung mit Aktivitäten ausarbeiten	● ●	
		• Notwendige Kompetenzen erteilen, Glaubwürdigkeit vermitteln	● ●	
3	Leitfaden für Zwei- oder Mehrsprachigkeit erarbeiten (max. 10 Prinzipien)	• Formelle interne Kommunikation festlegen	● ●	
		• Informelle interne Kommunikation festlegen	● ●	
		• Formelle externe Kommunikation festlegen	● ●	
		• Publikationen	● ●	
		• Ausgeglichenheit in der sprachlichen Zusammensetzung des Personals usw.	● ●	
4	Arbeitsinstrumente	• Wenn Benutzerprogramme in den betroffenen Sprachen zur Verfügung stehen, hilft dies Fehlerrisiken zu verringern und das Arbeitstempo zu Erhöhen	● ●	

INTERNE KOMMUNIKATION

NR	MASSNAHME/THEMA	DETAILS	UM	PM
5	Gutes Beispiel der Geschäftsleitung und Kader	• Die/den Angestellte*en in seiner/ihrer bevorzugten Sprache (D, F, evtl. I oder R) ansprechen	●	
		• In Anwesenheit von Mitarbeitenden die betroffenen Sprachen wo möglich abwechselnd sprechen	●	
6	Zwei- oder mehrsprachige Sitzungen	• Powerpoint-Präsentationen zwei- oder mehrsprachig	●	
		• Präsentation in einer Sprache und Powerpoint in einer anderen Sprache	●	
		• Zwei- oder mehrsprachigen Dialog anwenden	●	
		• Englisch als Ausweichsprache vermeiden	●	
7	Zwei- oder mehrsprachige Arbeitsgruppen	• Projektgruppen bilden, in denen alle betroffenen Sprachen vertreten sind – zur Förderung der generellen Diversität und der sprachlichen Vielfalt im Projekt	● ●	
8	Diskrete Korrektur	• Gesprächspartner *in in anderen Sprachen als der Muttersprache sprechen lassen, trotz Fehlern, und vorsichtig auf richtige Ausdrücke aufmerksam machen	●	
		• Fragen, ob Korrekturen erwünscht sind	●	

NR	MASSNAHME/THEMA	DETAILS	UM	PM
9	«Jeder spricht in der eigenen Sprache»	• Funktionale Zwei- oder Mehrsprachigkeit praktizieren, sobald Sprachkompetenzen ausreichen	●	
10	Zwei- oder Mehrsprachigen Austausch	• Informell: Zwei- oder mehrsprachige Kaffeepausen	●	
		• Formell: Einsprachige Vormittage, abwechselnd in den betroffenen Sprachen	●	
11	Diglossie	• Anregung: Anderssprachige ermutigen, Schweizerdeutsch zu sprechen, mit einfachen Ausdrücken beginnen	●	
		• Praxis: Deutschsprachige bitten, eher Schriftdeutsch als Schweizerdeutsch zu sprechen.	●	
12	Übersetzungen optimieren	• Zwei- oder mehrsprachiges Fachwörterverzeichnis erstellen	● ●	
		• Benutzerverfahren und Handbücher in mehreren Sprachen zur Verfügung stellen	● ●	
		• Interne Sprachkompetenzen ermitteln für etwaige Übersetzungen	●	
		• Übersetzungen systematisch von Muttersprachlern durchlesen/korrigieren lassen	●	
		• Interne Beschilderung übersetzen (Bedienungsanleitungen, Archiv usw.)	●	
13	Intranet	• Informationen auf Intranet möglichst in allen betroffenen Sprachen veröffentlichen	●	

EXTERNE KOMMUNIKATION

NR	MASSNAHME/THEMA	DETAILS	UM	PM
14	Empfang	Am Telefon		
		• Mehr- oder zweisprachige Person oder je eine Person pro Sprache	● ●	
		• Kleines Glossar mit den wichtigsten Wendungen in den betroffenen Sprachen erstellen	● ●	
		• Vorschlag, später anzurufen, wenn die Information in der verlangten Sprache nicht verfügbar ist	●	
		• Die Mitteilung des Telefonbeantworters in den betroffenen Sprachen aufnehmen	●	
		• Digitales Telefonprogramm mit Sprachwahltafel	● ● ●	
15	Kundendienst optimieren	Vor Ort		
		• Personal einsetzen, das Kunden in allen betroffenen Sprachen bedienen resp. dabei Unterstützung holen kann	●	
		• Sich automatisch an die Sprache des/der Gesprächspartners*in anpassen	● ●	
		• Fragen, in welcher Sprache die Korrespondenz gewünscht wird	●	
		• Mindestens Textbausteine für Grundelemente der Korrespondenz in den betroffenen Sprachen anlegen	● ●	
		• Datenbank mit Kriterium «Sprache» anlegen und Anrede der Kundschaft in der jeweiligen Sprache eintragen	●	

NR	MASSNAHME/THEMA	DETAILS	UM	PM
16	Informationen der Lieferanten	• Von Lieferanten systematisch alle Sprachversionen der Dokumente Verlangen	●	
		• Falls Dokumente nicht in allen betroffenen Sprachen verfügbar sind, wo nötig und möglich, Übersetzung anfertigen	● ●	
17	Digitale Unterschrift und Signaturen	• Digitale Unterschrift (Firmenbezeichnung/-funktion usw.) resp. Signaturen wählbar in den betroffenen Sprachen oder auf den Empfänger angepasst	●	
18	Visitenkarten	• Zwei- oder mehrsprachige Visitenkarten	●	
19	Online Telefonbuch	• Eintragung in elektronische Plattformen konsequent in allen betroffenen Sprachen	●	
20	Beschilderung	• Sprache der Beschilderung je nach Zielpublikum	●	
21	Webseite	• Webseite idealerweise konsequent in allen betroffenen Sprachen mit durchgehender Sprachwahloption. Mindestens aber Einleitung in der jeweiligen Landessprache	● ●	
22	Soziale Netzwerke	• Informationen für Konsumenten und das breite Publikum in allen betroffenen Sprachen veröffentlichen	● ●	

WERBUNG/MARKETING

NR	MASSNAHME/THEMA	DETAILS	UM	PM
23	Kommunikationsmittel	• Broschüren, Flyer, Faltblätter usw. in allen betroffenen Sprachen drucken oder Verweis auf eine Online-Version mit QR-Code	● ●	
		• Pressemitteilungen in allen betroffenen Sprachen verfassen	● ●	
		• Internetseite mit Sprachwahl anbieten	● ●	📶
24	Werbetexte	• Redewendungen der jeweiligen Sprache benutzen	● ● ●	
		• Werbeslogans nicht wörtlich übersetzen (sonst unverständlich statt wirksam)	● ● ●	
		• Werbetexte auf die Besonderheiten der jeweiligen Sprachkultur abstimmen	● ● ●	
25	Veranstaltungen und Vorträge	• Einladungen in allen betroffenen Sprachen verfassen	●	📶
		• Powerpoint-Präsentationen in anderen Sprachen als jener des Vortragenden anbieten (erhöht Verständlichkeit)	● ●	
		• Falls erforderlich, Simultanübersetzung anbieten	● ● ●	
		• Referenten aus allen betroffenen Sprachgruppen einladen	● ●	

PERSONALWESEN, AUS-/WEITERBILDUNG

NR	MASSNAHME/THEMA	DETAILS	UM	PM
26	Rekrutierung	• Personal gemäss lokaler Sprachverteilung und/oder nach Geschäftsbedürfnissen anstellen	● ● ●	📶
		• Bei gleichen Kompetenzen eine Person der sprachlichen Minderheiten anstellen	● ● ●	
		• Kader möglichst aus allen betroffenen Sprachgruppen rekrutieren, um Zwei- oder Mehrsprachigkeit und zwei- oder mehrsprachige Kultur auf strategischer Ebene zu gewährleisten	● ● ●	
		• Zwei- oder Mehrsprachigkeit als Rekrutierungsfaktor, dennoch flexibel entscheiden bei Funktionen, die keine besonderen Kompetenzen in den Sprachen erfordern	● ●	
		• Stellen in allen betroffenen Sprachen ausschreiben	●	
		• Die für eine Stelle erforderlichen Sprachkenntnisse präzisieren	●	
27	Lehrstellen	• Beherrschte Sprachen der Mitarbeitenden kennen	●	
		• Mut zeigen und Lehrlinge anderer Sprachen anstellen, Sprachkenntnisse sind Teil der Berufsausbildung	● ● ●	
		• Lehrmeister*innen in allen betroffenen Sprachen ausbilden	● ● ●	
		• Lehrstellen auch für sprachliche Minderheiten anbieten	● ● ●	
		• Abwechselnd Lehrlinge in unterschiedlichen Landessprachen einstellen	● ● ●	
		• Künftige Lehrlinge dazu anregen, ihre Berufsausbildung, wenn möglich in einer zweisprachigen Klasse zu absolvieren	●	
		• Während der Ausbildung den Austausch fördern	●	📶

PERSONALWESEN, AUS-/WEITERBILDUNG

NR	MASSNAHME/THEMA	DETAILS	UM	PM
28	Weiterbildung	• Dazu motivieren, die eigenen Sprachkompetenzen in weiteren Landessprachen zu verbessern	● ●	
		• Sprachkurse anbieten, v.a. für Angestellte, die zwei- oder mehrsprachige Kontakte haben	● ● ●	
		• Kostenlose E-TANDEM Plattform anbieten	●	
		• Interne SprachTANDEMs® einführen	● ● ●	
		• Weiterbildung anbieten, um die Angestellten ans Unternehmen zu binden	● ●	
		• Immersions-Praktika in Filialen der anderen Sprachregionen oder im Ausland anbieten	● ● ●	
29	Evaluierungsgespräche	• Mitarbeitergespräche (Evaluierungsgespräche) in der Landessprache führen, die dem/der Angestellten am geläufigsten ist	● ●	
		• Kompetenzen des/der Angestellten in allen betroffenen Sprachen als besonderen Gesprächspunkt integrieren, falls notwendig, Schulungsplan erstellen	● ●	
30	Administratives	• Anstellungsverträge in der Landessprache des/der Angestellten abfassen	● ●	
		• Gleiches gilt für monatliche Lohnabrechnungen	● ●	
		• Administrative Dokumente (Pensionskasse, Versicherungen usw.) sind in der geläufigsten Landessprache der jeweiligen Mitarbeitenden erhältlich	● ●	

NR	MASSNAHME/THEMA	DETAILS	UM	PM
31	Entwickeln einer zwei- oder mehrsprachigen Betriebskultur	• Bei Veranstaltungen (z. B. Betriebsfest) Animationen organisieren, die allen betroffenen Sprachkulturen entsprechen	● ●	
		• Betriebsausflüge abwechselnd in alle Sprachregionen der Schweiz organisieren	● ●	
		• Alle betroffenen Sprachgruppen an der Veranstaltungsplanung beteiligen für mehr Kreativität	● ●	
		• Publikationen in allen betroffenen Sprachen redigieren, sich auf ein mehrsprachiges Redaktionsteam abstützen	● ● ●	
		• Regelmässig spielerische Elemente (Wettbewerbe, Monatsspruch, Weihnachtskalender usw.) einbringen, um eine zwei- oder mehrsprachige Betriebskultur zu fördern	● ●	
		• Einen «Tag der Sprachen» oder «Tag der Zwei- oder Mehrsprachigkeit» einführen	● ●	

SPRACHGRENZEN ÜBERWINDEN

NR	MASSNAHME/THEMA	DETAILS	UM	PM
32	Kultur	• Die anderen Kulturen kennenlernen zur besseren Akzeptanz	●	
		• Kulturelle Unterschiede mit Humor behandeln	●	
33	Unternehmen	• Sich klar festlegen, dass die Kundschaft zwei- oder mehrsprachig bedient wird	●	
		• Eröffnen einer Filiale (auch nur postalisch) in anderen Sprachregionen, um Präsenz zu markieren	●●●	
34	Belegschaft	• Für optimalen Kundenservice die Sprachkompetenzen aller Angestellten einsetzen, unabhängig von deren Funktion	●	
		• Im Sekretariat, Verkauf und Kundendienst ein zwei- oder mehrsprachiges Team zusammenstellen	●	
		• Für die Eroberung neuer Märkte Verkaufsberater*innen anstellen und ausbilden, die dieselbe Sprache wie die potenziellen Kunden sprechen	●●	
		• Verkaufssitzungen mit Beteiligung aller betroffenen Sprachgruppen organisieren	●●	
		• Mitarbeitende in der spezifischen Fachsprache eines Wirtschaftssektors schulen	●●	
35	Produkte/ Dienstleistungen	• Broschüren in allen betroffenen Sprachen bereithalten	●●	
		• Technische Datenblätter in allen betroffenen Sprachen verfassen	●●	
		• Produkteschulungen in der Sprache der Kunden anbieten	●●	
		• Gezielte Dienstleistungen für geographisch entlegene Kunden anbieten	●●	

ZU BEACHTEN: 14 HAUPTPRINZIPIEN

- 1** Hinsichtlich Zwei- oder Mehrsprachigkeit müssen **Geschäftsleitung** und **oberes Kader** mit gutem Beispiel voran gehen.
- 2** Konkrete, betriebseigene **Sprachenregelung** ausarbeiten.
- 3** Den Angestellten **Arbeitsinstrumente** in den jeweiligen Landessprachen gemäss ihren Vorlieben zur Verfügung stellen.
- 4** Den Angestellten **persönliche Unterlagen** (Arbeitsverträge, Reglemente, Zeugnisse usw.) in den jeweiligen Landessprachen gemäss ihren Vorlieben zur Verfügung stellen.
- 5** Gleiche **Qualität** im Kundendienst in jeder betroffenen Landessprache.
- 6** Erstellen einer benutzerfreundlichen **zwei- oder mehrsprachigen Webseite** mit Sprachauswahl.
- 7** Ausarbeitung einer **Marketingstrategie** (Werbung, Merchandising, Kommunikation usw.), die sich gezielt an die jeweiligen Sprachgruppen richtet.
- 8** Anstellungspolitik, die eine **gleichwertige Rekrutierung** von Angestellten aller betroffenen Sprachgruppen gewährleistet.
- 9** **Gleichwertige Ausbildungsmöglichkeiten** (Lehre, Praktikum, Weiterbildung) in mehrsprachigen Regionen unseres Landes für Lernende aller Sprachgruppen.
- 10** **Chancengleichheit** für Mitarbeitende aller Sprachgruppen bei **Beförderungen**.
- 11** **Sitten und Gebräuche** der anderen Kulturen kennenlernen, bevor versucht wird, in einer anderen Sprachregion Fuss zu fassen.
- 12** **Produkte- und Dienstleistungsangebot** an die Bedürfnisse des anderssprachigen Marktes anpassen.
- 13** Schrittweise eine **zwei- oder mehrsprachige, gelebte Betriebskultur** entwickeln, die zu **formellem und informellem Austausch** zwischen den Sprachgruppen anregt.
- 14** **Zertifizierungsverfahren** zur Erlangung des «Labels für die Zweisprachigkeit», des «Labels für die Mehrsprachigkeit» oder des «Engagements Zweisprachigkeit»

DIE ZERTIFIZIERUNGEN DES FORUMS FÜR DIE ZWEISPRACHIGKEIT



EINE STRATEGIE EINE POSITIONIERUNG EIN UNTERNEHMENS CREDO

STRATEGIE

Positionierung, Aufwertung, Wettbewerbsfähigkeit – ein Label oder Engagement ist für Unternehmen, Institutionen oder Verwaltungsbehörden ein sicheres Marketinginstrument, um sich von den Konkurrenten auf dem Markt abzuheben. Das «Label für die Zweisprachigkeit», das «Label für die Mehrsprachigkeit» oder das «Engagement Zweisprachigkeit» sind Mittel, um die Glaubwürdigkeit einer Organisation in ihrem lokalen, regionalen und nationalen Umfeld zu stärken. Es bescheinigt den Partnern, dass diese die offiziellen Schweizer Landessprachen auf einem zertifizierten Sprachniveau brauchen.

POSITIONIERUNG

Mit einem Label oder dem Engagement wird bestätigt, dass die Organisation die Sprachenvielfalt pflegt und über die notwendigen Kompetenzen verfügt, um den sprachlichen Bedürfnissen eines anspruchsvollen Publikums zu entsprechen – in Bezug auf Produkte, Dienstleistungen und Kommunikation. Es bezeugt auch die Öffnung der Organisation gegenüber einer sprachlichen Minderheit und die Wertschätzung der Sprachkompetenzen seiner Mitarbeitenden.

UNTERNEHMENS CREDO

Wer ein Label oder Engagement erhalten will, muss zuerst einmal die Bedeutung des jeweiligen Original-Sprachgebrauchs im Unternehmen sowie den langfristigen Mehrwert einer Zertifizierung erkennen. Dieses Unternehmenscredo betreffend Mehrsprachigkeit muss auch im Leitbild Eingang finden, damit die Zwei- oder Mehrsprachigkeit im ganzen Unternehmen und von allen Mitarbeitenden im Alltag gelebt wird.

DAS LABEL FÜR DIE ZWEISPRACHIGKEIT

Das Label für die Zweisprachigkeit wurde 2001 in der zweisprachigen Stadt Biel/Bienne lanciert. Zunächst wurden hauptsächlich Bieler Unternehmen zertifiziert. Seit 2013 hat das Label auch über die Kantons-grenzen hinaus in anderen Regionen der Schweiz, wo die Landessprachen im Alltag eine wichtige Rolle spielen, Fuss gefasst. Bis heute haben über 50 Institutionen die Auszeichnung erhalten.

Das Label kann grundsätzlich von allen Unternehmen, Institutionen oder öffentlichen Verwaltungen erlangt werden, die sich in einem zweisprachigen Umfeld bewegen und intern wie extern regelmässig zwei Landessprachen verwenden.

DAS LABEL FÜR DIE MEHRSPRACHIGKEIT

2015 lancierte das Forum für die Zweisprachigkeit das «Label für die Mehrsprachigkeit», das in erster Linie den Bundesämtern und der Bundesverwaltung vorbehalten war, sich für die Zertifizierung auf das Sprachengesetz und die Sprachenverordnung des Bundes (SpG, SpV) abstützte und vor allem die Nutzung der drei Landessprachen Deutsch, Französisch und Italienisch analysierte.

KRITERIEN

Für das Label wird die Qualität der Zwei- (oder Mehr-)sprachigkeit auf vier Ebenen geprüft:

- Externe Dienstleistungen und Kommunikation
- Sprachliche Zusammensetzung und Sprachkompetenzen des Personals
- Interne Kommunikation
- Beurteilung der Sprachkultur

Die Kriterien zur Erlangung des Labels für die Zwei- bzw. Mehrsprachigkeit sind klar definiert und sind auf Anfrage beim Forum für die Zweisprachigkeit erhältlich.

ENGAGEMENT FÜR DIE ZWEISPRACHIGKEIT

Das Engagement Zweisprachigkeit ist ein Prozess in mehreren Etappen, dessen Kriterien wie das Label für die Zweisprachigkeit sind, jedoch weniger restriktiv, insbesondere was die Zusammensetzung und die Sprachkenntnisse des Personals und die interne Kommunikation betrifft. Die Zertifizierung «Engagement Zweisprachigkeit» richtet sich mehrheitlich an öffentliche Verwaltungen, Organisationen und Unternehmen und Unternehmen, die nicht an einer Sprachgrenze ansässig sind und/oder deren sprachliche Personalzusammensetzung nicht den Anforderungen des Labels für die Zweisprachigkeit entspricht.

ZERTIFIZIERUNGSVERFAHREN

Die Zertifizierung erfolgt in mehreren Schritten. Gemäss einer Vereinbarung zwischen dem beantragenden Unternehmen und dem Forum für die Zweisprachigkeit erstellt das Unternehmen eine dokumentierte Selbstbewertung.

Anschliessend führt ein*e Experte*in des Forums für die Zweisprachigkeit ein Audit in der Organisation durch – mit Hilfe von Evaluierungskriterien, anhand einer anonymen Online-Befragung des gesamten Personals sowie persönlicher Gespräche mit speziell ausgewählten Personen und Besuchen vor Ort.

Der Expertenbericht wird von einer Evaluationsgruppe verabschiedet. Diese setzt sich aus der Leitung des Forums für die Zweisprachigkeit, sowie einem oder mehreren Fachpersonen zusammen, je nach Ausmass und Komplexität des Zertifizierungsverfahrens. Der Bericht enthält die quantitativen und qualitativen Ergebnisse sowie eine Liste der spezifischen Erfolgsmassnahmen und nützlichen Empfehlungen.

In Zusammenarbeit mit dem zertifizierten Unternehmen resp. der zertifizierten Organisation organisiert das Forum für die Zweisprachigkeit eine öffentliche zur Übergabe der Zertifizierung, an der auch die wichtigsten Medienpartner teilnehmen.

WIEDERZERTIFIZIERUNG NACH FÜNF JAHREN

Nach fünf Jahren führt das Forum für die Zweisprachigkeit in den zertifizierten Organisationen, Unternehmen eine Wiederzertifizierung durch – zur Überprüfung, ob immer noch alle Bedingungen für das Label oder Engagement erfüllt sind. Je nach Grösse oder Entwicklung der Organisation wird das Verfahren vereinfacht oder komplex sein, um die aktuelle Sprachenpraxis des Zertifizierten zu evaluieren.

Selbst wenn die Zwei- resp. Mehrsprachigkeit erfahrungsgemäss nicht zu den Hauptsorgen von Unternehmen und Organisationen gehört, ist sie dennoch ein sehr wichtiger Faktor im Arbeitsalltag zahlreicher Firmen und Institutionen, die entweder in einer Region ansässig sind, in der zwei oder mehrere verschiedene Sprachen und Kulturen aufeinandertreffen oder dann auf nationaler Ebene tätig sind. Diese schweizerischen Besonderheiten bieten zahlreiche Entwicklungsmöglichkeiten, sowohl für die Unternehmen und Organisationen selbst als auch für deren Mitarbeitende. Zwei- resp. Mehrsprachigkeit fördern heisst auch, den Zusammenhalt unter den Mitarbeitenden intern zu verstärken – und dadurch eine zwei- oder mehrsprachige Betriebskultur zu entwickeln, die Austausch und Teilnahme zwischen den Kulturen unseres Landes anregt, die geographisch gesehen zwar nahe beieinander liegen, im Alltagsleben jedoch verschieden funktionieren. Indem sich ein Unternehmen oder eine Organisation diese Ressourcen zunutze macht, eröffnen sich ihm neue Perspektiven beim Überwinden der Sprachbarrieren und beim Versuch, sich eine konkurrenzfähige Position in einer anderen Sprachregion zu sichern.

Durch qualitative Gespräche mit den Wirtschaftsakteuren und dank der langjährigen Erfahrung des Forums für die Zweisprachigkeit konnten vorliegend verschiedene Empfehlungen und Erfolgsmassnahmen auf nationaler Ebene formuliert werden zuhänden all jener Unternehmen und Organisationen, die ihre Möglichkeiten hinsichtlich Zwei- oder Mehrsprachigkeit maximal entwickeln bzw. erweitern möchten. Dabei handelt es sich um pragmatische Hilfsmittel, die in einem Unternehmen schrittweise eingesetzt bzw. verstärkt werden können, ohne dass dabei ein unabänderlicher Zwang besteht. Für die Einen bedeuten sie eine tägliche Auseinandersetzung, für die Andern einen Mehrwert, den zu entwickeln sich eventuell lohnt, für andere wiederum eine viel zu komplexe Problematik, um auf allen Ebenen wirklich umgesetzt werden zu können. Es ist an den Unternehmen und Organisationen, das richtige Gleichgewicht zu finden, um vom Plus der Zwei- resp. Mehrsprachigkeit wirklich voll zu profitieren.

Das Forum für die Zweisprachigkeit unterstützt Sie gerne bei der Umsetzung Ihrer Vorhaben.