

Deutschkenntnisse als Vorteil und Notwendigkeit bei der Arbeitssuche in den deutschsprachigen Firmen in der Zliner Region

Karolína Strouhalová

Bachelorarbeit
2014



Tomas Bata University in Zlín
Faculty of Humanities

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta humanitních studií

Ústav moderních jazyků a literatur

akademický rok: 2013/2014

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Karolína Strouhalová**
Osobní číslo: **H11833**
Studijní program: **B7310 Filologie**
Studijní obor: **Německý jazyk pro manažerskou praxi**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Znalosti německého jazyka jako výhoda a nutnost při hledání práce v německy mluvících firmách ve zlínském regionu**

Zásady pro vypracování:

Teoretická část:

Zpracování kritické rešerše vztahující se k danému tématu.

Popis souvislostí jazykové vybavenosti s hledáním práce.

Praktická část:

Dotazníková šetření a interpretace vyhodnocených dat.

Analýza výsledku výzkumu.

Diskuze k výsledku a závěr.

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam odborné literatury:

GESTER, Silke. Quo vadis, DaF? Betrachtungen zu Deutsch als Fremdsprache in der Tschechischen Republik. Zlín: VeRBuM, 2011. ISBN 978-80-87500-13-2.

HARTZ, Peter. Job revolution: nové trendy ve světě práce. Praha: Management Press, 2003. ISBN 8072610678.

MURRAY, Julie. Beschäftigung durch Ausbildung: Die Berufsbildungspolitik in Europa. Luxemburg: Amt für amtliche Veröffentlichungen der Europäischen Gemeinschaften, 2003. ISBN 92-896-0227-9.

Vedoucí bakalářské práce:

Mgr. Ivana Vodvářková

Centrum jazykového vzdělávání

Datum zadání bakalářské práce:

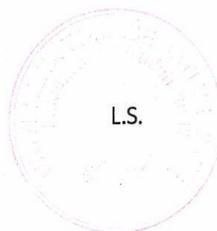
29. listopadu 2013

Termín odevzdání bakalářské práce:

2. května 2014

Ve Zlíně dne 7. února 2014


doc. Ing. Anežka Lengálová, Ph.D.
děkanka




PhDr. Katarína Nemčoková, Ph.D.
ředitelka ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že

- elektronická a tištěná verze bakalářské práce jsou totožné;
- na bakalářské práci jsem pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně 30.4.2014


.....

¹⁾ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

2) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

3) zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst.

3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRACT

Heutzutage wird immer intensiver darüber gesprochen, dass die Fremdsprachen besonders wichtig sind. Ich befasse mich in meiner Bachelorarbeit mit dem Bedarf der deutschen Sprache bei der Arbeitssuche in den deutschsprachigen Firmen in der Zliner Region. Diese Arbeit besteht aus zwei Teilen. Im ersten theoretischen Teil erfährt der Leser etwas über die deutsche Sprache in den Zusammenhängen, über Arbeitsmarkt, Arbeitslosigkeit und die europäische Strategie der Beschäftigung. Der praktische Teil enthält eine ausführliche Analyse des Bedarfs der deutschen Sprache in den deutschsprachigen Firmen in der Zliner Region. Diese Analyse habe ich mit Hilfe einer Befragung erstellt. Das Ziel meiner Bachelorarbeit besteht vor allem darin, die Bedeutung der deutschen Sprache in diesen deutschsprachigen Firmen darzulegen.

Schlüsselwörter: Deutsche Sprache, Arbeitslosigkeit, Ausbildung, Unternehmen

ABSTRACT

Nowadays, we have been discussing the importance of foreign languages quite intensively; therefore I have dealt with requirement of German language when searching for a job in German Companies in Zlin Region in my thesis. The thesis consists of two parts. In the first part, which is theoretical, the reader learns something about German language in connections, labor market, unemployment and European strategy of employment. The practical part contains the detailed analysis of requirement of German language in German companies in Zlin Region. I have used the results of survey to accomplish this analysis. The aim of the bachelor thesis is to determine the position of the German language in these companies.

Keywords: German language, unemployment, education, company

Ich möchte mich an dieser Stelle bei meiner Betreuerin Frau Mgr. Ivana Vodvářková für ihre Hilfe bei der Anfertigung meiner Bachelorarbeit und für die wertvollen Ratschläge und Hinweise, die sie mir gegeben hat, herzlich bedanken.

Ein besonderer Dank gilt Herrn Ing. Petr Hala dem Mitarbeiter der Firma Mitas a.s. für seine Hilfsbereitschaft beim Recherchieren.

Zuletzt möchte ich mich bei meinen Eltern und Freunden bedanken, die mich während meiner Studienzeit und besonders während der Bearbeitungsphase dieser Bachelorarbeit moralisch unterstützt haben.

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG	10
I THEORETISCHER TEIL	11
1 DEUTSCHE SPRACHE IN DEN ZUSAMMENHÄNGEN	12
1.1 ENTWICKLUNG DER DEUTSCHEN SPRACHE ALS FREMDSPRACHE WÄHREND DER JAHRE.....	12
1.2 ROLLE DER DEUTSCHEN SPRACHE IN DER WIRTSCHAFT	13
1.2.1 Bedeutung der Fremdsprachen für die Unternehmen	14
1.3 UNTERSTÜTZUNG DER DEUTSCHEN SPRACHE.....	14
1.3.1 Operationsprogramm Ausbildung für Wettbewerbsfähigkeit.....	15
1.3.1.1 Sprachliche Ausrüstung	15
1.3.1.2 Angebot der Ausbildungsinstitutionen und Bedarfe des Arbeitsmarkts..	16
1.3.2 Deutsch für die erfolgreiche Karriere	16
2 ARBEITSMARKT	19
2.1 SUBJEKTE DES ARBEITSMARKTS	19
2.1.1 Arbeitsnachfrage auf dem Arbeitsmarkt.....	20
2.1.2 Arbeitsangebot auf dem Arbeitsmarkt.....	20
2.2 TYPOLOGIE DES ARBEITSMARKTS.....	21
2.2.1 Primärer und sekundärer Arbeitsmarkt.....	21
2.2.2 Formaler und formloser Arbeitsmarkt	21
2.2.3 Externer und interner Arbeitsmarkt	21
3 ARBEITSLOSIGKEIT	22
3.1 DEFINITION DES ARBEITSLSEN	23
3.2 ARTEN DER ARBEITSLOSIGKEIT	23
3.2.1 Friktionelle Arbeitslosigkeit	23
3.2.2 Strukturelle Arbeitslosigkeit	24
3.2.3 Zyklische Arbeitslosigkeit	24
3.2.4 Saisonale Arbeitslosigkeit	24
3.2.5 Freiwillige Arbeitslosigkeit	24
3.2.6 Unfreiwillige Arbeitslosigkeit	24
4 EUROPÄISCHE STRATEGIE DER BESCHÄFTIGUNG	25
4.1 ARBEITSMARKT IN DER TSCHECHISCHEN REPUBLIK	25
4.2 VERÄNDERUNGEN AUF DEN ARBEITSMÄRKTEN	26
II PRAKTISCHER TEIL	27
5 EINFÜHRUNG DES PRAKTISCHEN TEILS	28
5.1 GESTALTUNG DES FRAGEBOGENS	29
5.2 ANALYSE DER UMFRAGEERGEBNISSE	30
5.2.1 Sind für ihre Firma die Fremdsprachenkenntnisse ihrer Angestellten wichtig?.....	30
5.2.2 Welche von den angeführten Fremdsprachen sind für ihre Firma wichtig?	31

5.2.3	Welches Niveau der deutschen Sprache verlangen Sie von ihren Angestellten/würden Sie von ihren Angestellten verlangen?	32
5.2.4	Für welche Positionen in ihrer Firma sind/wären die Deutschkenntnisse wichtig?.....	33
5.2.5	Wie bewerten Sie die Zugänglichkeit der potentiellen deutschsprechenden Angestellten?	34
5.2.6	Haben Sie in den letzten Jahren einen Wechsel in der Zugänglichkeit der potentiellen deutschsprechenden Angestellten bemerkt?	35
5.2.7	Wie viele Angestellte hat ihre Firma in der Tschechischen Republik?.....	36
5.2.8	In welchem Bereich der Wirtschaft unternimmt vorwiegend ihre Firma?	37
5.2.9	In welcher Branche unternimmt ihre Firma?.....	38
5.2.10	Mit wem arbeitet ihre Firma zusammen?	39
5.2.11	Können ihre Angestellten an den Sprachkursen auf ihrem Arbeitsplatz teilnehmen?.....	40
5.2.12	Trägt ihre Firma den Angestellten zu diesen Kursen bei?.....	41
5.2.13	Mit wem arbeitet ihre Firma bei der Suche nach neuen Angestellten zusammen?	42
5.2.14	Welche minimale Ausbildung soll der Bewerber um die Arbeit in ihrer Firma haben?	43
5.3	ANALYSE DER FIRMA MITAS A.S.....	44
5.3.1	Firma Mitas a.s.	44
5.3.1.1	Grundinformationen über die Firma	44
5.3.1.2	Historie der Firma	45
5.3.2	Stellung der deutschen Sprache in der Firma Mitas a.s.	45
6	ZUSAMMENFASSUNG.....	48
	SCHLUSSBETRACHTUNG.....	49
	LITERATURVERZEICHNIS	50
	SYMBOL- UND ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS.....	52
	ABBILDUNGSVERZEICHNIS.....	53
	TABELLENVERZEICHNIS	54
	ANHANGSVERZEICHNIS	55

EINLEITUNG

Meine Bachelorarbeit widmet sich dem Bedarf der deutschen Sprache in den deutschsprachigen Firmen in der Zliner Region. Ich möchte in meiner Arbeit auf Grund der Fragebogenuntersuchung beweisen, dass nicht nur die englische Sprache in der heutigen Zeit wichtig ist, sondern dass auch die deutsche Sprache als Notwendigkeit gilt. Als Einleitung möchte ich die Wahl des Themas etwas genauer begründen.

Wenn man „deutsche Sprache“ sagt, stellt man sich zweifellos eine der schwierigsten Weltsprachen vor und es ist nicht einfach diese Sprache zu lernen. Es ist aber die Frage, ob die Leute mit der Deutschsprachkenntnis eine größere Chance auf die Betätigung haben. Die Beschäftigung mit diesem Thema liegt nahe, denn ich studiere an der Fakultät für Humanwissenschaften der Thomas-Bata-Universität in Zlín das Fach Deutsch für Managerpraxis und möchte wissen, welche Aussichten ich auf eine gute Stelle habe.

Die Arbeitslosigkeit ist in vielen Ländern ein oft diskutiertes Thema. Auch der Arbeitsmarkt in Tschechien erlebt die Krise. Junge Akademiker werden mit der Arbeitslosigkeit oft kurz nach dem Studienabschluss konfrontiert. Als Hochschulabsolventen erwarten junge Leute gute Berufsaussichten, stattdessen fühlen sie die Enttäuschung.

Im ersten Teil der Arbeit wird die Entwicklung der deutschen Sprache als Fremdsprache während der Jahre, die Rolle der deutschen Sprache in der Wirtschaft und die Unterstützung der deutschen Sprache beschrieben. Dann definiere ich die Begriffe Arbeitsmarkt, Arbeitslosigkeit, europäische Strategie der Beschäftigung und der Arbeitsmarkt in der Tschechischen Republik.

Der zweite praktische Teil umfasst die Befragung zum Thema Deutschkenntnisse als Vorteil und Notwendigkeit bei der Arbeitssuche in den deutschsprachigen Firmen in der Zliner Region.

I. THEORETISCHER TEIL

1 DEUTSCHE SPRACHE IN DEN ZUSAMMENHÄNGEN

Amtssprache in der Tschechischen Republik ist Tschechisch. Die Europäische Union hat im Jahre 2006 auf Grund einer europaweiten Befragung angeführt, dass etwa 85 Millionen Menschen auf dem Alten Kontinent Deutsch sprechen. Die tschechische Sprache im Vergleich zum Deutsch hat in der Europäischen Union nur eine kleine Rolle. Deswegen ist die steigende Nachfrage nach den Fremdsprachen absolut natürlich (vgl. GESTER, 2011, S. 9).

Realität zeigt uns etwas Anderes. Nur 22 Prozent der Menschen sprechen relativ gut deutsch. Und die Anzahl der Menschen, die zwei Fremdsprachen sprechen, ist noch niedriger. Auf der anderen Seite haben Tschechen eine bestimmte Neigung zur Unterschätzung. Also wahrscheinlich ist die Nummer der Menschen, die relativ gut deutsch sprechen um etwas höher. Diese Angaben sind im Mai 2010 mit der Hilfe des Goethe-Instituts, vom Zentrum für Meinungsforschung im Auftrag des Instituts für soziale und ökonomische Analysen (ISEA) und des Deutsch-Tschechischen Zukunftsfonds entstanden (vgl. GESTER, 2011, S. 10).

1.1 Entwicklung der deutschen Sprache als Fremdsprache während der Jahre

Beziehungen zwischen Tschechen und Deutschen oder Österreichern waren in der Vergangenheit nicht immer freundlich. Noch heute empfinden wir bestimmte Aversion zur deutschen Sprache.

Nichtsdestoweniger hat deutsche Sprache nach dem Zweiten Weltkrieg eine sehr bedeutende Rolle gehabt. Für die Tschechen war das eine einzigartige Möglichkeit die Muttersprache der Nachbarn zu lernen und die Kontakte anzuknüpfen. In dieser Zeit war die Rolle der englischen Sprache nicht so wichtig.

Die Wichtigkeit der deutschen Sprache hat sich nach 1990 verändert. Die Samtene Revolution hat zwar eine riesige Zunahme des Interesses an Fremdsprachen gebracht, aber Englisch steht schon an erster Stelle (vgl. GESTER, 2011, S. 11).

Die Statistik, die auf Grund des Auswärtigen Amtes, des Goethe-Instituts, des Deutschen Akademischen Austauschdienstes und der Zentralstelle für das Auslandsschulwesen zur

Förderung von Deutsch als Fremdsprache entstanden ist, zeigt die Entwicklung der deutschen Sprache als Fremdsprache. In der Statistik aus 2010 steht, dass die Zahl der Leute, die Deutsch lernen, 14.042.789 ist. Leider ist diese Zahl um 2.675.912 niedriger als im Jahr 2005.

Dieses Ergebnis hat viele Diskussionen ausgelöst. In der Grafik sind die Schülerzahlen dargestellt, die in den Jahren von 1995/1996 bis 2009/2010 Deutsch und Englisch gelernt haben (vgl. GESTER, 2011, S. 14).

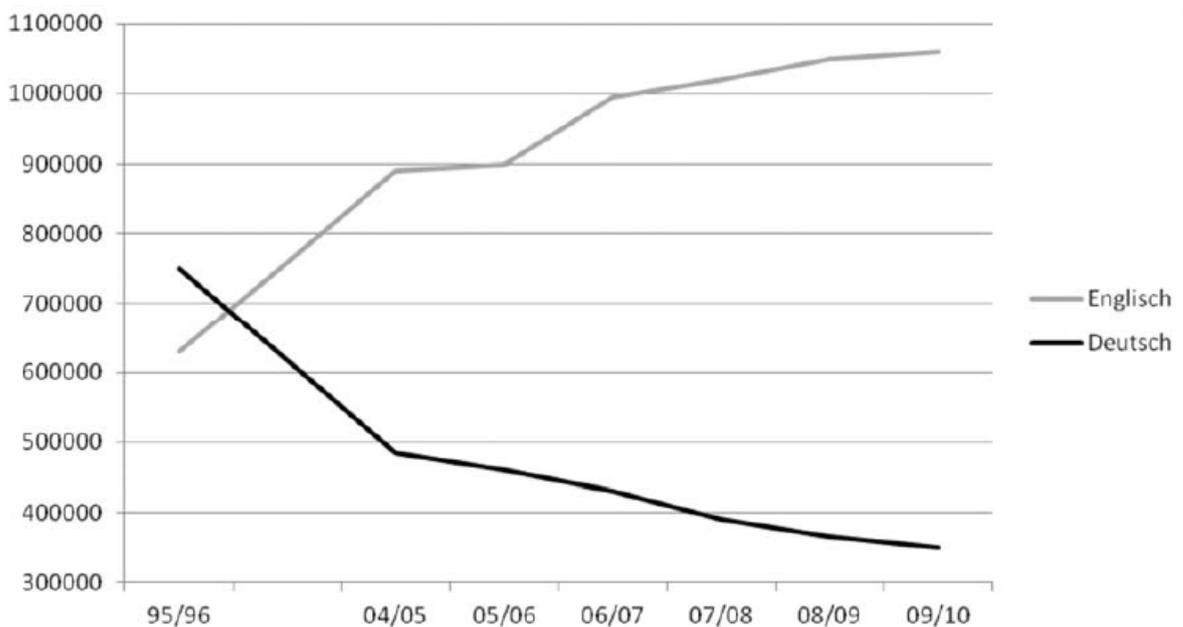


Abbildung 1: Entwicklung der Schülerzahlen im Deutsch- und Englischunterricht zwischen 1995/1996 und 2009/2010

1.2 Rolle der deutschen Sprache in der Wirtschaft

Man muss in Erwägung ziehen, dass die Rolle der deutschen Sprache nicht nur in der Kommunikation der Menschen in der Gesellschaft besteht, sondern auch in der Kommunikation der Menschen in der Wirtschaft. Unser Land befindet sich in der Mitte Europas. Diese Lage macht aus unserem Land einen wichtigen Punkt des Außenhandels.

Unser größter Handelspartner ist Deutschland und unsere Zusammenarbeit bezieht sich auf Export und auch auf Import. Der Auslandshandel mit Österreich ist für uns nicht minder

wichtig und für Österreich bedeuten wir den drittichtigsten Handelspartner (vgl. GESTER, 2011, S. 84).

1.2.1 Bedeutung der Fremdsprachen für die Unternehmen

Je größer ein Unternehmen ist, desto höher ist die Nachfrage nach den Fremdsprachen. Unternehmen, die eine Niederlassung oder eine Tochtergesellschaft im Ausland besitzen, haben einen größeren Fremdsprachenbedarf als Unternehmen, die keine Niederlassung oder Tochtergesellschaft haben.

1.3 Unterstützung der deutschen Sprache

Die Tschechische Republik kann nach dem Beitritt zur Europäischen Union die Unterstützung ausnutzen, die im Rahmen der Wirtschaftspolitik und des Sozialzusammenhaltens gewährt ist. In der Gegenwart legt die Unterstützung den großen Nachdruck auf die Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit für die Länder, die ein Mitglied der Europäischen Union sind.

Europäische und auch tschechische Gesellschaft muss in Erwägung dynamisch wachsende Bedingungen der Globalökonomik ziehen. Damit hängen Ansprüche auf Kenntnisse, Fertigkeiten und Flexibilität jeder Einzelpersonlichkeit zusammen. Globalkonkurrenz und Unbeständigkeit auf dem Arbeitsmarkt nötigt jede Einzelpersonlichkeit, sich lebenslang auszubilden.¹

Zur Verschlimmerung der Situation beiträgt auch die Wirklichkeit, dass es zum demographischen Rückgang der tschechischen Bevölkerung geschieht. Es ist nötig, die Jahrgänge, die in Rente gehen, zu ersetzen. Man muss auf diese Bedingungen effektiv reagieren. Im

¹ Vgl. Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy. *Operační program: Vzdělávání pro konkurenceschopnost* [online]. c2006 [Stand 2014-04-10]. URL: http://www.msmt.cz/uploads/soubory/ESF/070305_OP_VK_Brusel.pdf

Gegenteil entstehen ernsthafte Probleme im Bereich der Beschäftigung und der Wettbewerbsfähigkeit in der Tschechischen Republik.²

1.3.1 Operationsprogramm Ausbildung für Wettbewerbsfähigkeit

Die Tschechische Republik wird sich bewusst, dass sie die Entwicklung des menschlichen Potenzials unterstützen muss. Das menschliche Potenzial gehört zu den Grundfaktoren des dauerhaften Wirtschaftswachstums in den entwickelten Ländern.

Das Ausbildungssystem gilt als Hauptpfeiler des zukünftigen wirtschaftlichen Erfolgs und des Sozialzusammenhaltes. Die Hauptaufgabe des Ausbildungssystems ist, den Bildungsgrad der Bevölkerung effektiv zu erhöhen und die Adaptabilität und die Flexibilität der Einzelpersonlichkeit auf dem Arbeitsmarkt zu stärken.³

Mit Rücksicht auf die oben genannten Tatsachen hat die Tschechische Republik für den Zeitraum 2007-2013 das Operationsprogramm Ausbildung für Wettbewerbsfähigkeit vorbereitet. Dieses Operationsprogramm spezialisiert sich auf die Unterstützung in den bestimmten Bereichen. Diese Bereiche tragen zur Entwicklung des Potenzials der Bevölkerung in der Tschechischen Republik bei. Sie erschaffen auch geeignete Bedingungen für die Ausbildung.⁴

1.3.1.1 Sprachliche Ausrüstung

Die Tschechische Republik hat im Vergleich zu anderen Mitgliedsländern der Europäischen Union einen niedrigen Anteil der Bevölkerung, die Englisch beherrschen. Obwohl Englisch für eine nützlichere Sprache gehalten ist. Auch Erweiterung der anderen Sprachen ist in der Tschechischen Republik nicht hinreichend. Wenigstens eine Fremdsprache (ohne slowakische Sprache) beherrscht zirka 67 % der Bevölkerung.

² Vgl. Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy. *Operační program: Vzdělávání pro konkurenceschopnost* [online]. c2006 [Stand 2014-04-10]. URL: http://www.msmt.cz/uploads/soubory/ESF/070305_OP_VK_Brusel.pdf

³ Ebenda.

⁴ Ebenda.

Hauptbarriere der sprachlichen Ausbildung ist Mangel an guten Lektoren und veraltete Methoden des Unterrichtes. Diese Methoden entwickeln nicht alle Aspekte der sprachlichen Ausbildung.⁵

1.3.1.2 Angebot der Ausbildungsinstitutionen und Bedarfe des Arbeitsmarkts

Es ist nicht möglich, einen absoluten Einklang zwischen dem Angebot der Ausbildungsinstitutionen und dem schnell wechselnden Bedarf der Arbeitgeber zu erreichen. Die Ausbildungsinstitutionen müssen flexibel und effektiv auf Bedarfe der Ökonomik reagieren. Die Umfragen deuten in den letzten Jahren an, dass die Ausbildungsinstitutionen nicht fähig sind, auf Bedarfe des Arbeitsmarkts zu reagieren.⁶

Große Vorbehalte haben die Arbeitgeber zu den Sprachkenntnissen, zu den IT-Fertigkeiten und zu den sog. weichen Fertigkeiten – z. B.

- Fähigkeit im Team zu arbeiten
- Probleme lösen
- Führende und schöpferische Fähigkeit
- Kommunikation mit den Leuten

1.3.2 Deutsch für die erfolgreiche Karriere

Deutschkenntnis ist in der Tschechischen Republik ein Vorteil für eine erfolgreiche Laufbahn. Es geht aus der aktuellen Umfrage der Deutsch-Tschechischen Industrie- und Handelskammer hervor. : für 73 % der befragten Unternehmen spielt Deutschkenntnis eine bedeutende Rolle – vor allem für Manager, Ingenieure und Verkäufer.

⁵ Vgl. Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy. *Operační program: Vzdělávání pro konkurenceschopnost* [online]. c2006 [Stand 2014-04-10]. URL: http://www.msmt.cz/uploads/soubory/ESF/070305_OP_VK_Brusel.pdf

⁶ Ebenda.

Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer ist die größte bilaterale ausländische Wirtschaftskammer in der Tschechischen Republik und hat etwa 570 Mitglieder. Sie unterstützt die Bildung der geschäftlichen Beziehungen zwischen tschechischen und deutschen Firmen. Sie wirkt auch in der Politik und bei den Verwaltungsorganen. Ebenfalls bemüht sie sich um günstige Unternehmungsbedingungen in der Tschechischen Republik. Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer gehört ins Netz der deutschen ausländischen Wirtschaftskammern (AHK) und der deutschen geschäftlichen Industriekammern (IHK).

In der Tschechischen Republik haben 222 Firmen vorwiegend mit der deutschen und tschechischen Teilnahme an der Umfrage über Verwendung der Fremdsprachen in der ökonomischen Sphäre teilgenommen. Das Ergebnis der Umfrage ist eindeutig: fast 95 % der befragten Firmen halten Deutschkenntnisse für wichtig. Englischkenntnisse sind wichtig nur für die Hälfte der Befragten. Noch mehr hinken Französisch und Russisch hinterher.

Nur 15 % der befragten Firmen bewerten die Anzahl der deutschsprachigen Angestellten auf dem tschechischen Arbeitsmarkt als gut, 41 % der befragten Firmen bewerten die Anzahl als befriedigend und fast die Hälfte als ungenügend. Mit Rücksicht auf diesen Fakt ist es beunruhigend, dass die Anzahl der deutschsprachigen Leute in der Tschechischen Republik sinkt.⁷

Mehr als 4.000 deutschen Firmen bieten zusammen mit den österreichischen und schweizerischen Unternehmen in der Tschechischen Republik über 100.000 Arbeitsplätze an. Unsere Umfrage hat schon zum zweiten Mal gezeigt, dass Deutschkenntnisse einen wichtigen Vorteil für die Laufbahn darstellen. Das Angebot berücksichtigt nicht ausreichend in vielen tschechischen Schulen diese Nachfrage, deshalb unterstützt die Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer alle Initiativen, die sich bemühen diesem Trend standzuhalten.

⁷ Vgl. Česko-německá obchodní a průmyslová komora. *Průzkum ČNOPK: němčina je v České republice důležitá pro úspěšnou kariéru* [online]. c2011 [Stand 2014-04-12]. URL: http://tschechien.ahk.de/fileadmin/ahk_tschechien/Presse/PM_2011/110629_TZ_Nemcina_pro_uspesnou_karieru.pdf

Gerade solche Initiative nimmt zurzeit die Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer zusammen mit dem Goethe-Institut und mit der Zentrale für das deutsche Schulwesen im Ausland unter dem Kennwort „Deutsch für die erfolgreiche Laufbahn“ auf. Dieses Projekt unterstützt die Zusammenarbeit zwischen Schulen und Firmen, Messen oder Fachpraktikum. Man bildet sich so praktische Anlässe zum Unterricht der deutschen Sprache. Dieses Projekt ist unter der Schirmherrschaft von deutschem Botschafter in der Tschechischen Republik, vom Ministerium für Bildung, Jugend, Sport und vom Ministerium für Industrie und Handel der Tschechischen Republik.⁸

⁸ Vgl. Česko-německá obchodní a průmyslová komora. *Průzkum ČNOPK: němčina je v České republice důležitá pro úspěšnou kariéru* [online]. c2011 [Stand 2014-04-12]. URL: http://tschechien.ahk.de/fileadmin/ahk_tschechien/Presse/PM_2011/110629_TZ_Nemcina_pro_uspesnou_karieru.pdf

2 ARBEITSMARKT

Die Suche nach der Arbeit hängt mit dem Arbeitsmarkt zusammen. Der Arbeitsmarkt ist ein Markt, der sich nicht so viel von den anderen Märkten unterscheidet. Trotzdem ist der Arbeitsmarkt durch etwas spezifisch, weil die Arbeitsfähigkeit mit dem Menschen zusammenhängt. Jeder Mensch ist einzigartig und disponiert über andere Fertigkeit oder Begabung. Auch die Arbeitserfahrungen und Arbeitsanforderungen der Leute sind meistens nicht gleich. Die Unterschiede bestehen in den Entscheidungen, die jeder Mensch trifft. Jemand ist zielbewusst und zuverlässig, aber jemand anderer kann auch verantwortungslos sein (vgl. BROŽOVÁ, 2012, S. 13).

Es geht nicht um einen einfachen Handel zwischen den Arbeitnehmern und den Arbeitgebern, sondern es geht um die Transaktion, die viel schwieriger zu verstehen ist. Der Arbeitnehmer interessiert sich nicht nur für den Lohn, sondern auch für Karrierewachstum, für Vorteile, für Weiterbildung, für Sicherheit, für Kollegen usw.

Der Arbeitnehmer gewährt nicht nur der Firma seine Zeit und hauptsächlich seine Kenntnisse, sondern was ist wesentlicher, man fordert von ihm das Wachstum seiner Fertigkeiten und die Überlieferung dieser Fertigkeiten den jungen Mitarbeitern (vgl. BROŽOVÁ, 2012, S. 13).

Der Sozialstatus, die Selbstachtung und die Unabhängigkeit des Menschen hängen völlig von den Charakteristiken des Arbeitsplatzes ab (vgl. MCCONNELL, BRUE, 1992, S. 3).

Dem Verkäufer der Ziegelsteine kommt nicht darauf an, ob die Ziegelsteine für den Bau des Palasts oder des Kanals benutzt werden, aber dem Verkäufer der Arbeit, der komplizierte Handlungen verrichtet, kommt darauf an, ob die Arbeitsstelle angenehm ist und seine Mitarbeiter nach seinem Wunsch sind. (vgl. MARSHALL, 2006, S. 566).

2.1 Subjekte des Arbeitsmarkts

Der Arbeitsmarkt hat drei wichtige Teile:

- Arbeitsnachfrage
- Arbeitsangebot
- Arbeitspreis (Lohn)

Auf dem Arbeitsmarkt wirken auf sich die Nachfrage und das Angebot ein. Der Arbeitssucher oder der Angestellte stellen das Angebot der Arbeitskraft dar und auf der anderen Seite steht die Firma, die die Arbeitskraft der Angestellten nachfragt (vgl. VÁCLAVÍKOVÁ, KOLIBOVÁ, KUBICOVÁ, 2009, S. 23).

2.1.1 Arbeitsnachfrage auf dem Arbeitsmarkt

Erste Frage, die man stellen muss, ist: „Nach etwas entscheidet sich die Firma über die Arbeitnehmerzahl?“ Die Firma bemüht sich um die Herstellung der Ware bei den niedrigsten Kosten und um den Verkauf dieser Ware mit dem höchsten Gewinn. Für die Firma ist Vorteil, wenn sie nur so viele Arbeitskräfte verwendet, wie hoch der Gewinn für die Firma ist. Vergleich der Kosten für die Arbeit mit dem Gewinn hat daher aus der Ansicht der Arbeitsnachfragen eine Schlüsselbedeutung.

Auf dem Arbeitsmarkt kann man die Markt- und individuelle Arbeitsnachfrage unterscheiden. Die Marktnachfrage symbolisiert die Horizontalsumme der individuellen Nachfrage der allen Firmen, die die Arbeit nachfragen (vgl. VÁCLAVÍKOVÁ, KOLIBOVÁ, KUBICOVÁ, 2009, S. 25).

2.1.2 Arbeitsangebot auf dem Arbeitsmarkt

Individuelle Leute, die ihre Arbeitskraft verkaufen, bilden das Angebot auf dem Arbeitsmarkt. Jeder Mensch steht vor der Wahl, ob er auf dem Arbeitsmarkt sein will. Die Wahl betrifft auch die Anstrengung, die der Mensch auf dem Arbeitsmarkt aufwenden will.

Man muss den Arbeitspreis mit dem Preis der Freizeit vergleichen. Der Lohn symbolisiert den Arbeitspreis und der entgangene Lohn symbolisiert den Preis der Freizeit. Das bedeutet, wie viel Geld während der Zeit hätten wir, wenn wir uns entschieden haben, nicht zu Hause zu bleiben. Das Arbeitsangebot hängt eng mit der Nachfrage nach der Freizeit zusammen. Arbeitspreis und Preis der Freizeit spielen eine wichtige Rolle (vgl. VÁCLAVÍKOVÁ, KOLIBOVÁ, KUBICOVÁ, 2009, S. 25).

2.2 Typologie des Arbeitsmarkts

2.2.1 Primärer und sekundärer Arbeitsmarkt

Primärarbeitsmarkt bezeichnet sich als ein Markt der besseren Arbeitsgelegenheiten. Er enthält sowohl das Karrierewachstum, die Arbeitssicherheit als auch bessere Arbeitsbedingungen. Im Vergleich zum Primärarbeitsmarkt ist der Sekundärarbeitsmarkt nicht so hoch finanziell bewertet (vgl. VÁCLAVÍKOVÁ, KOLIBOVÁ, KUBICOVÁ, 2009, S. 24).

Auf dem Sekundärarbeitsmarkt kommen folgende Gruppen der Bevölkerung vor:

- Unqualifizierte Leute
- Junge Leute
- Leute vor der Pensionierung
- Gesundheitlich behinderte Leute

2.2.2 Formaler und formloser Arbeitsmarkt

Auf dem formalen Arbeitsmarkt befinden sich offizielle Arbeitsgelegenheiten. Die Staatsorganisationen beaufsichtigen die Arbeitsplätze, die auf diesem Arbeitsmarkt sind. Im Gegensatz zum formalen Arbeitsmarkt steht der formlose Arbeitsmarkt außer der Staatskontrolle. In diesem Zusammenhang redet man über die graue und schwarze Ökonomik. Beide Märkte repräsentieren andere Möglichkeiten und hängen sehr stark zusammen. Formaler Arbeitsmarkt garantiert die Sozialstellung und formloser Arbeitsmarkt garantiert größere Verdienste.

2.2.3 Externer und interner Arbeitsmarkt

Diese Einteilung hat aus der Perspektive der Ansicht auf den Arbeitsmarkt bestanden. Externer Arbeitsmarkt funktioniert als ein offener Markt, in welchem die einzelnen Firmen konkurrieren. Interner Arbeitsmarkt ist ein interner Markt bestimmter Firma. Dank dieser Differenzierung können wir die Mobilität der Arbeitskräfte verfolgen (vgl. VÁCLAVÍKOVÁ, KOLIBOVÁ, KUBICOVÁ, 2009, S. 24).

3 ARBEITSLOSIGKEIT

Die ganze Welt verwandelt sich in einen großen Marktplatz. Überall wächst neue Konkurrenz auf, deshalb muss man aktiv für neue Perspektiven der Beschäftigung eintreten. Die Schlüsselaufgabe ist, die intelligente Form der Beschäftigung zu schaffen. Es ist nötig aktiv den Stand der Beschäftigung zu beeinflussen (vgl. HARTZ, 2003, S. 27).

Die Arbeitslosigkeit wird als das unausführbare Arbeitsangebot auf dem Arbeitsmarkt definiert. Es handelt sich um das Ungleichgewicht auf dem Arbeitsmarkt, wo die Struktur des Angebots nicht der Struktur der Nachfrage entspricht. Unter diesen Umständen haben die Leute keine Chance die Arbeit zu finden (vgl. VÁCLAVÍKOVÁ, KOLIBOVÁ, KUBICOVÁ, 2009, S. 46).

Die Hauptursachen, die zur Arbeitslosigkeit führen, sind:

- Dynamik der Ökonomik und Wechsel der Wirtschaftszyklen
- Strukturveränderungen
- Missverhältnis zwischen Angebot und Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt
- Demographische Einflüsse
- Lohnpolitik
- Entwicklung der Inflation
- Staatseingriffe auf dem Arbeitsmarkt
- Betragen der Gewerkschaften
- Usw.

Die bestimmte Höhe der Arbeitslosigkeit ist der untrennbare Teil des funktionierenden Arbeitsmarkts, Mehrheit der Leute fürchtet sich vor ihr. Die Arbeitslosigkeit stellt für die Leute die Sorge und die unerwünschte Erfahrung dar (vgl. BROŽOVÁ, 2012, S. 227).

Verlust der Beschäftigung bedeutet auch den Rückgang des Lebensstandards, die ökonomische Unsicherheit in der Zukunft, sogar den Verlust der Beziehungen und Kontakte. Für einige ist die Arbeit nicht nur die Quelle der persönlichen Rente, sondern eine sinnvolle Tätigkeit, die einen Teil ihrer Lebenszeit ausfüllt. Die Ausschaltung aus dem Arbeitspro-

zess verstehen einige Leute als das absolute Versagen ihrer Fähigkeiten auf (vgl. BROŽOVÁ, 2003, S. 76).

Die Arbeitslosigkeit gehört zu den diskutiertesten Erscheinungen der Marktwirtschaft (vgl. MALOVANÁ, 2004, S. 17).

3.1 Definition des Arbeitslosen

Arbeitslosen sind die Personen, die älter als 15 Jahre sind und erfüllen gleichzeitig 3 Grundbedingungen (sog. Arbeitslosigkeit nach der Definition ILO): (vgl. KUCHAR, 2007, S. 117).

- Stehen nicht im Beruf – d. h. sie arbeiten nicht für den Lohn
- Aktivität – man sucht aktiv die Beschäftigung mit Hilfe vom Arbeitsamt, von den privaten Agenturen, von der Insertion, von der Verwandten u.a.
- Bereitschaft die Arbeit sofort oder spätestens in 14 Tagen antreten

3.2 Arten der Arbeitslosigkeit

Der Arbeitsmarkt funktioniert als ein pulsierendes System, in dem einige als Angestellte und andere als Arbeitslose gelten. Jemand verliert die Arbeitsstelle und andere finden die Arbeitsstellen (vgl. BROŽOVÁ, 2012, S. 231).

3.2.1 Friktionelle Arbeitslosigkeit

Aus der Ansicht der Wirtschaftswissenschaftler ist dieser Typ der Arbeitslosigkeit fast problemlos. Die friktionelle Arbeitslosigkeit ist kurzfristig, unumgänglich und in sicherem Maße funktionell. In dieser Arbeitslosigkeit geht um die Personen, die sich aus der persönlichen und ökonomischen Gründe die Arbeit wechseln entscheiden haben. Auch die Absolventen der Schulen, die ihre erste Arbeit suchen, zählen hier (vgl. VÁCLAVÍKOVÁ, KOLIBOVÁ, KUBICOVÁ, 2009, S. 50).

3.2.2 Strukturelle Arbeitslosigkeit

In dieser Art der Arbeitslosigkeit geht es um ein Missverhältnis zwischen der beruflichen Struktur der Arbeitslosen und der Struktur der Nachfrage. Arbeitslose erfüllen nicht die Anforderungen der Nachfrage, deshalb sind nicht viele Arbeitsstellen besetzt.⁹

3.2.3 Zyklische Arbeitslosigkeit

Zyklische Arbeitslosigkeit hängt mit den Wirtschaftszyklen zusammen. Sie ist die Folge der niedrigen aggregierten Nachfrage. Anzahl der Arbeitsstellen sinkt in der Zeit der Wirtschaftsrezession. Angestellte müssen warten, bis die Expansion neue Arbeitsstellen bringt (vgl. BROŽOVÁ, 2012, S. 235).

3.2.4 Saisonale Arbeitslosigkeit

Wechsel der Jahreszeiten beeinflusst die saisonale Arbeitslosigkeit. Es geht um die Schwankungen im Verbrauch der bestimmten Ware und der bestimmten Dienstleistungen (vgl. VÁCLAVÍKOVÁ, KOLIBOVÁ, KUBICOVÁ, 2009, S. 52).

3.2.5 Freiwillige Arbeitslosigkeit

In diese Gruppe gehören die Leute, die die Arbeit nur mit dem höheren Lohn aufnehmen, als der gleichgewichtige Lohn auf dem Arbeitsmarkt ist.

3.2.6 Unfreiwillige Arbeitslosigkeit

Sie suchen eine neue Stelle und sind zufrieden auch mit dem Lohn, der auf dem Markt vorherrscht (vgl. BROŽOVÁ, 2012, S. 234).

⁹ Vgl. WILLKE, G. SCHAECHTERLE, L. *Arbeitslosigkeit: Ursachen und Abhilfen* [online]. c2003 [Stand 2014-04-16]. URL: <http://www.bpb.de/shop/lernen/themenblaetter/36742/arbeitslosigkeit?blickinsbuch>

4 EUROPÄISCHE STRATEGIE DER BESCHÄFTIGUNG

Im Jahre 2004 ist die Tschechische Republik in die Europäische Union eingetreten. Deshalb haben die Prozesse auf dem europäischen Arbeitsmarkt einen Einfluss auf die Prozesse auf dem tschechischen Arbeitsmarkt (vgl. ŘEHOŘ, 2010, S. 14).

Die Vorbereitungen auf die Mitgliedschaft haben schon seit einigen Jahren vor der Aufnahme begonnen. Im Bereich der Beschäftigung wurde der erste Nationalplan der Beschäftigung in der Tschechischen Republik schon im Jahre 1999 aufgenommen. Daraus lässt sich folgern, dass wir das System der europäischen Strategie der Beschäftigung angeglichen haben (vgl. KOTÝNKOVÁ, 2006, S. 107).

Im Jahre 2000 wurde die Strategie für Erneuerung und Entwicklung der Europäischen Union (Die Lissabon-Strategie) für den Zeitraum 2001-2014 aufgenommen. Sie definiert die Grundziele, die die Europäische Union im Bereich des Arbeitsmarkts und der Beschäftigung erreichen will. Erstes Ziel ist z. B. die Erhöhung des Beschäftigungsmaßes bis 2010 bis zu 70 % (vgl. ŘEHOŘ, 2010, S. 15).

Zurzeit leben die Europäer im konkurrenzfähigsten und dynamischsten Wirtschaftsraum der Welt. Sie haben bessere Arbeitsstellen und größere soziale Zusammenhalt (vgl. BAINBRIDGE, MURRAY, 2003, S. 3).

4.1 Arbeitsmarkt in der Tschechischen Republik

Die Arbeitslosigkeit ist bei uns als ein neues Phänomen am Anfang der 90er Jahre aufgetaucht (vgl. BROŽOVÁ, 2003, S. 88).

Auf dem Arbeitsmarkt in der Tschechischen Republik überwiegen die Leute, die dauernd Arbeit suchen. Dieser Arbeitsmarkt ist durch eine kleine Mobilität und Flexibilität charakteristisch. Die Reihe der strukturellen Probleme überdauert hier und diese Probleme wirken sich im Wachstum der Arbeitslosigkeit aus (vgl. ŘEHOŘ, 2010, S. 15).

Der Arbeitsmarkt muss sich auf die Umstrukturierung vorbereiten und so die besseren Umschulungen ermöglichen. Wegen der Umstrukturierung erhöhen sich der Bildungsgrad und die Produktivität der Arbeit. Die Produktivität der Arbeit muss sich erhöhen, damit die Firmen auf dem Markt wettbewerbsfähig sind (vgl. ŘEHOŘ, 2010, S. 16).

Es wäre nutzbringend, wenn die Arbeitgeber motiviert wären, damit sie ihre Mitarbeiter schulen und ausbilden. Die Haupttrichtung der Arbeitsämter ist das qualitative Verbinden der Arbeitsnachfrage und des Arbeitsangebots. Die Arbeitnehmer sollen auch ihre Qualifikation systematisch erhöhen.

Die Europäische Union möchte nicht nur die höhere Anzahl der Arbeitsstellen auf dem Arbeitsmarkt schaffen, sondern sie unterstützt auch die Schaffung der neuen Arbeitsstellen von höherer Qualität. Die Tschechische Republik konzentriert sich in dieser Hinsicht auf das Hauptproblem des Arbeitsmarkts, auf die Übersteigerung des Angebots der Arbeitskräfte über die Nachfrage. Die Entwicklung der Arbeitslosigkeit in der Tschechischen Republik ist nämlich in den letzten Jahren nicht positiv (vgl. ŘEHOŘ, 2010, S. 16).

4.2 Veränderungen auf den Arbeitsmärkten

Risiko, Unsicherheit und Veränderungen auf den Märkten hängen mit ihrer Integration und mit ihrer Globalisierung zusammen und formulieren neue Konkurrenzumgebung der Arbeitsmärkte. Schaffen, Lernen und Adaptation sind Grundsteine des Konkurrenzvorteils auf diesen Arbeitsmärkten. Man erwartet, dass die Anzahl der Arbeitsstellen, die auf Fachkenntnissen gegründet sind (z. B. Manager oder professionelle Fachmänner) und auch die Anzahl der gut bezahlten Stellen schneller wachsen werden als niedrig bezahlte und qualifizierte Stellen. Diese Tendenz kann man ebenfalls in der Tschechischen Republik beobachten. Es handelt sich um die Struktur der Arbeitsnachfrage aus der Seite der ausländischen Firmen, die in der Tschechischen Republik investieren (vgl. BROŽOVÁ, 2003, S. 134).

II. PRAKTISCHER TEIL

5 EINFÜHRUNG DES PRAKTISCHEN TEILS

Zur Einleitung des praktischen Teils meiner Bachelorarbeit will ich ein paar Informationen über die Gestaltung dieses Teils angeben. Mein praktischer Teil besteht aus zwei Teilen.

Der erste und der Hauptteil beschäftigen sich mit den Ergebnissen der Fragebogenuntersuchung „Deutschkenntnisse als Vorteil und Notwendigkeit bei der Arbeitssuche in den deutschsprachigen Firmen in der Zliner Region“. Die Methodik und detaillierte Beschreibung des Fragebogens werden auf den nächsten Seiten erwähnt. Der Fragebogen enthält 14 Fragen. Es wurden 28 deutschsprachige Firmen in der Zliner Region angesprochen. Ich musste überlegen, auf welche Weise ich meine Fragen stelle, damit sie für meine Untersuchung auch förderlich sind.

Im zweiten Teil wird ein Gespräch mit einem Führungsmitarbeiter einer deutschsprachigen Firma geführt. Es geht um die Fragen, die das Thema meiner Bachelorarbeit betreffen. Man konnte tiefer in die Problematik meines Themas eindringen.

Das Ziel meiner Umfrage war festzustellen, ob die Deutschkenntnisse als ein Vorteil oder eine Notwendigkeit bei der Arbeitssuche in den deutschsprachigen Firmen in der Zliner Region gelten und ob diese Kenntnisse von der Seite des Arbeitgebers unterstützt werden.

Die deutsche Sprache interessiert mich schon von Kindheit an, deshalb möchte ich erfahren, welche Stellung diese Sprache heutzutage hat. Und das ist nicht der einzige Grund. Ein anderer Grund geht aus meinem Studium hervor. Ich studiere die deutsche Sprache an der Humanwissenschaftlichen Fakultät an der Tomas-Bata-Universität in Zlín und es ist für mich auch sehr wichtig zu wissen, welche Chancen ich in der Anwendung in diesem Bereich nach dem Abschluss meines Studiums habe. Selbstverständlich habe ich die Untersuchung der Stellung von der deutschen Sprache gerade in der Zliner Region durchgeführt, weil ich hier lebe.

5.1 Gestaltung des Fragebogens

Die folgenden Seiten des praktischen Teils widmen sich der Fragebogenuntersuchung, die sich auf die Deutschkenntnisse als Vorteil und Notwendigkeit bei der Arbeitssuche in den deutschsprachigen Firmen in der Zliner Region konzentriert. Dieser Abschnitt spielt die Schlüsselrolle, weil die Meinungen der Befragten hier offensichtlich sein werden.

Der Name dieser Untersuchung entspricht dem Name dieser Arbeit - Deutschkenntnisse als Vorteil und Notwendigkeit bei der Arbeitssuche in den deutschsprachigen Firmen in der Zliner Region. Der Fragebogen wurde online im Internet veröffentlicht und ist in Google Docs kostenlos entstanden. Die Google-Gesellschaft ermöglicht den Benutzern eine Form des Fragebogens nach ihren Wünschen zu wählen. Es geht um die visuelle Seite, Konnektivität, Zusammenhänge zwischen den Fragen usw.

Die Aufgliederung des Fragebogens ist einfach. Auf der ersten Seite befindet sich die Einleitung zu dieser Untersuchung. Ich stelle mich hier vor und auch die Ziele und der Zweck dieser Forschung werden hier beschrieben. Dann folgt selbstverständlich der Dank für die Hilfe der Befragten. Nach dieser Einleitung kommt der Hauptteil. Wie man schon gesagt hat, enthält der Fragebogen 14 Fragen und diese Fragen werden in fünf Teile geteilt. Auf der Hauptseite gibt es außer der Einleitung noch die erste Frage. Auf den nächsten Seiten wird die Untersuchung aufgeteilt. Es hängt davon ab, ob die Antwort auf die erste Frage positiv oder negativ ist. Die von mir angesprochenen Firmen sind zwar deutschsprachig, aber sie befinden sich in der Zliner Region, deshalb wurde mein Fragebogen tschechisch aufgeschrieben.

Der Fragebogen wurde per E-Mail an die deutschsprachigen Firmen in der Zliner Region versendet. Die Angaben über die Firmen und die Anzahl der Firmen wurden mir von der Referentin aus der Deutsch-Tschechischen Industrie- und Handelskammer mitgeteilt. Der Fragebogen war im Umlauf knapp zwei Monate und man konnte die Anzahl der durchlaufenden Antworten in der Tabelle in Google verfolgen. Die Menge der Antworten war aber nicht genügend. Also musste man persönlich ein paar Firmen besuchen. In der letzten Phase der Untersuchung hat man 23 Antworten von 28 deutschsprachigen Firmen gewonnen und mit diesem Ergebnis bin ich sehr zufrieden.

5.2 Analyse der Umfrageergebnisse

Dieser Teil beschäftigt sich mit der Analyse der festgestellten Antworten auf die Fragen des Fragebogens.

5.2.1 Sind für ihre Firma die Fremdsprachenkenntnisse ihrer Angestellten wichtig?

Die erste Seite des Fragebogens enthält außer der Einleitung nur diese Frage. Die Befragten hatten zur Wahl zwei Antworten „Ja“ oder „Nein“.

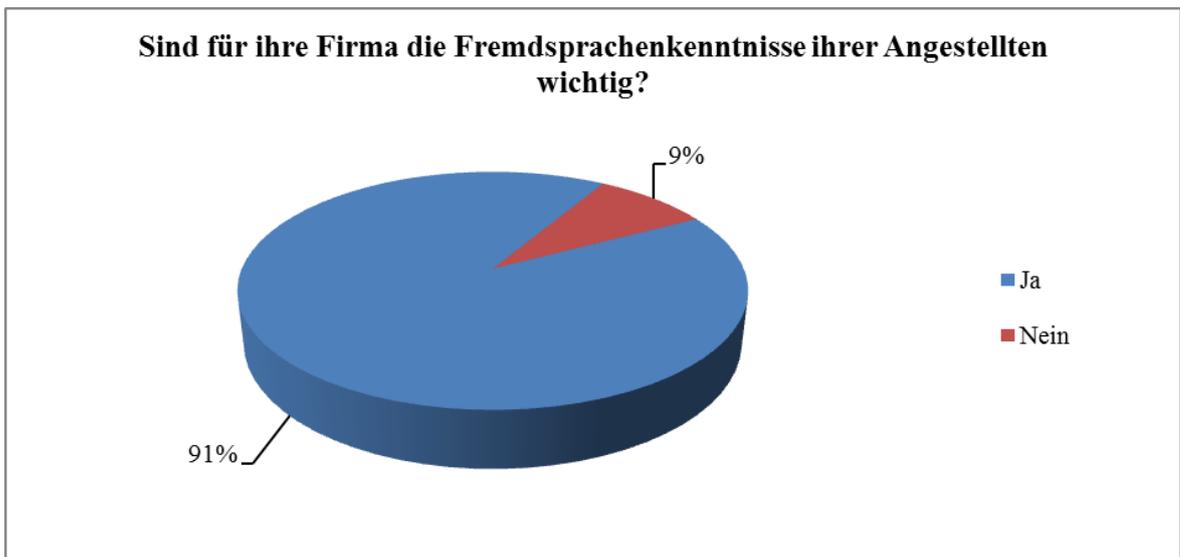


Abbildung 2: Fremdsprachenkenntnisse

Quelle: Eigene Forschung

Von 23 Befragten ist für 21 Befragten (91 %) die Fremdsprachenkenntnis wichtig. Das ist für mich nichts Überraschendes, weil die Fremdsprachenkenntnisse eine Schlüsselrolle in der heutigen Zeit spielen. In den Firmen geht es hauptsächlich z. B. um den Außenhandel mit den Lieferanten oder mit den Abnehmern, Kommunikation mit der Leitung im Ausland usw.

Nur 9 % der Befragten halten die sprachliche Ausrüstung ihrer Angestellten für nicht wichtig. Meine Begründung ist, dass in diesen Firmen nur der Führungsarbeiter sich in einer Fremdsprache verständigt und es wird bei den anderen Arbeitsstellen nicht verlangt.

5.2.2 Welche von den angeführten Fremdsprachen sind für ihre Firma wichtig?

Die zweite Frage ist auf Seite 2 des Fragebogens und knüpft an die vorhergehende Antwort an. Nur die Befragten, die auf die erste Frage „Ja“ geantwortet haben, können auch diese Frage beantworten. Die Befragten haben von mehreren Möglichkeiten gewählt und es wurden mehr Antworten erlaubt.

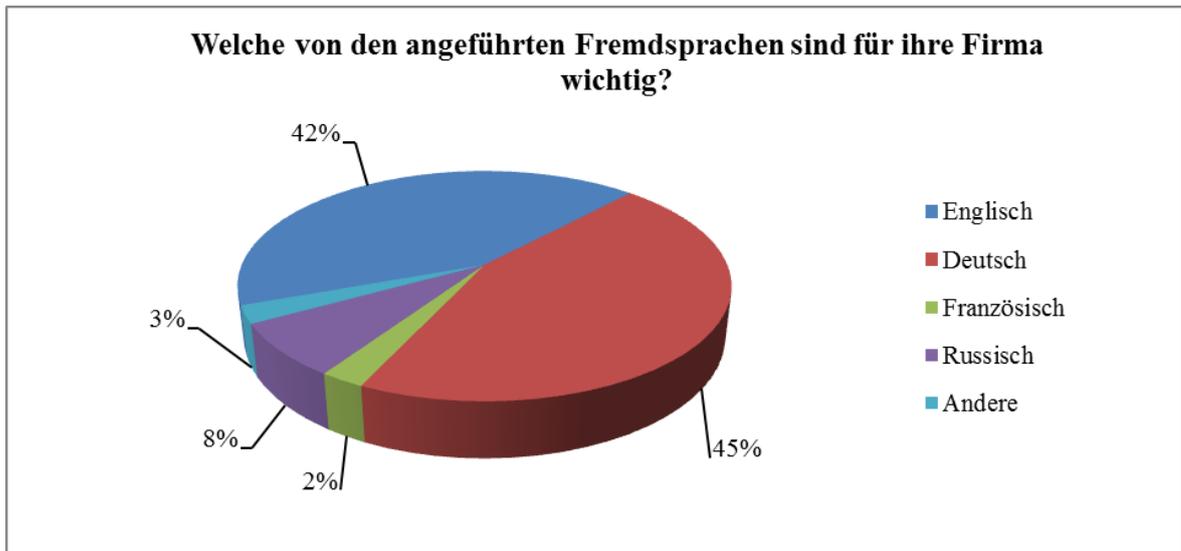


Abbildung 3: Fremdsprachen

Quelle: Eigene Forschung

An der Spitze steht die deutsche Sprache mit 45 % und um 2 % niedriger liegt die englische Sprache. Dieses Ergebnis habe ich erwartet, denn man führt die Fragebogenuntersuchung in den deutschsprachigen Firmen durch und es ist klar, dass die deutsche Sprache zur Priorität wird. Natürlich auch die englische Sprache hat ihre Position der Weltsprache in den ausgewählten deutschsprachigen Firmen bestätigt.

Die Firmen knüpfen die Kontakte nicht nur mit den deutschsprachigen Ländern an. Es ist zu sehen, dass auch die russische Sprache eine Rolle spielt. Sie steht an dritter Stelle mit 8 %. Dann folgen die französische Sprache und andere Sprachen. Sie haben nur eine Antwort gewonnen.

5.2.3 Welches Niveau der deutschen Sprache verlangen Sie von ihren Angestellten/würden Sie von ihren Angestellten verlangen?

Die Seite 3 enthält die Frage Nr. 3. Die Befragten haben von drei Antworten gewählt, die das Niveau der deutschen Sprache betreffen haben. Die Möglichkeiten waren „Grundniveau“, „Mittelniveau“ oder „Fortgeschrittenes Niveau“.

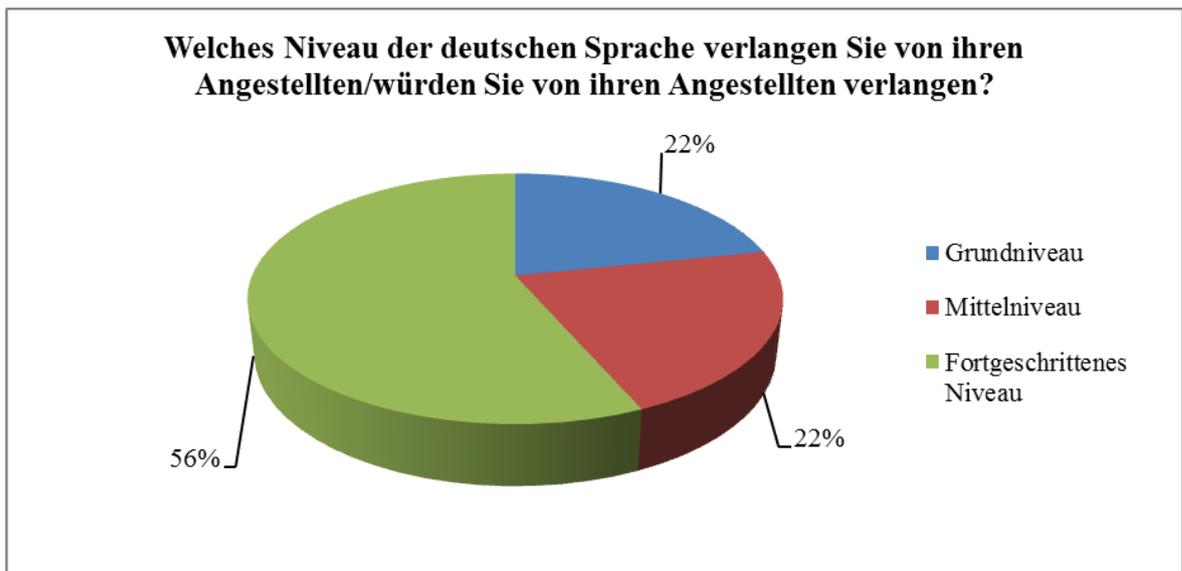


Abbildung 4: Niveau der deutschen Sprache

Quelle: Eigene Forschung

Aus den Zahlen geht hervor, dass 56 % der Befragten (13 Firmen) nicht nur mit dem Grundniveau oder mit dem Mittelniveau der Deutschkenntnisse ihrer Angestellten zufrieden sind. Die Fragebogen, die an die Firmen versendet wurden, haben die deutschsprachigen Firmen ausgefüllt. Es ist also offenkundig, dass diese Firmen vorwiegend fortgeschrittene Kenntnisse der deutschen Sprache verlangen.

Die gleiche Wertung (22 %) haben das Mittelniveau wie auch das Grundniveau der Deutschkenntnisse bekommen. Es war für mich überraschend, dass das Grundniveau der Deutschkenntnisse so hoch sein wird. Es handelt sich aber wahrscheinlich um die Arbeiter in der Herstellung. Bei diesen Leuten wird nicht das fortgeschrittene oder Mittelniveau verlangt.

5.2.4 Für welche Positionen in ihrer Firma sind/wären die Deutschkenntnisse wichtig?

Auf die vierte Frage konnte jeder Befragte antworten. Die Anzahl der Antworten ist 9 und der Befragte muss nicht nur eine Möglichkeit markieren.

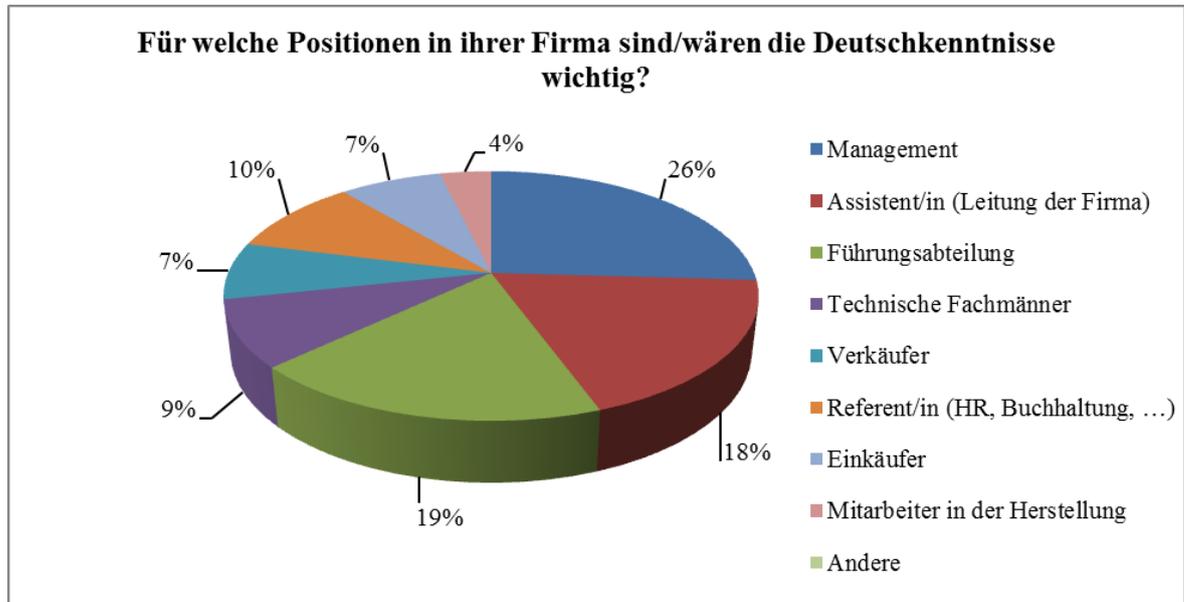


Abbildung 5: Wichtigkeit der Deutschkenntnisse

Quelle: Eigene Forschung

Aus dem Schaubild geht hervor, dass die Deutschkenntnisse am wichtigsten für Management, für Assistent/in (Leitung der Firma) und für Führungsabteilung sind. Die Leitung der Firma braucht selbstverständlich ein hohes Niveau der deutschen Sprache, weil diese Leute am häufigsten mit den Geschäftspartnern kommunizieren. Und die Geschäftspartner wenden sich meistens an diese Leute in diesen Funktionen mit ihren Fragen oder Bemerkungen an.

Im Gegensatz zu diesen Positionen brauchen die Mitarbeiter in der Herstellung fast keine Deutschkenntnisse, wie ich schon auf der vorhergehenden Seite gesagt habe. Die Positionen wie Verkäufer, Referent/in, Einkäufer oder technische Fachmänner sind durch fast gleiche Bewertung (7 % - 10 %) gekennzeichnet.

5.2.5 Wie bewerten Sie die Zugänglichkeit der potentiellen deutschsprachigen Angestellten?

Die fünfte Frage ist subjektiv. Es geht rein um die Ansichten der Befragten, wie sie die Zugänglichkeit der potentiellen deutschsprachigen Angestellten bewerten. Die Befragten haben die Frage wie in der Schule benotet.

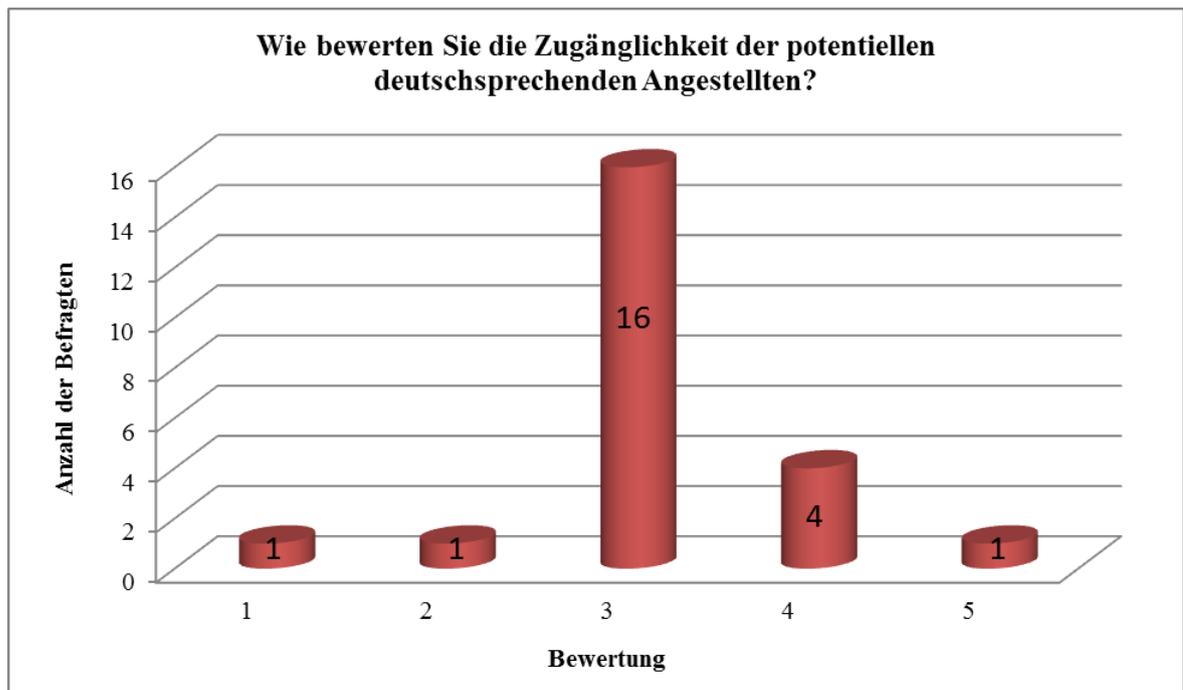


Abbildung 6: Zugänglichkeit der potentiellen deutschsprachigen Angestellten

Quelle: Eigene Forschung

Die überwiegende Mehrheit der Befragten (16) hat die Zugänglichkeit der potentiellen deutschsprachigen Angestellten mit der Note drei benotet und einige (4 Befragten) noch schlechter, mit der Note vier. Ich habe das vorausgesetzt, weil die deutsche Sprache meiner Meinung nach allmählich verfällt und diese Ergebnisse beweisen das nur.

Die englische Sprache wird mehr erweitert und die Anzahl der potentiellen deutschsprachigen Angestellten ist niedrig. Schon die Schüler in der Schule widmen sich heutzutage eher dem Englischen (bzw. den anderen Sprachen) als dem Deutschen.

Es verwundert mich, dass die Noten eins und zwei in diesem Schaubild vertreten wurden. Diese Varianten haben zwei Firmen gewählt.

5.2.6 Haben Sie in den letzten Jahren einen Wechsel in der Zugänglichkeit der potentiellen deutschsprachigen Angestellten bemerkt?

Auf die sechste Frage hat jeder Befragte antworten können und zusammen mit der fünften Frage konnte jeder Mensch das klare Bild von der Zugänglichkeit der potentiellen deutschsprachigen Angestellten machen. Vier Antworten wurden angeboten.

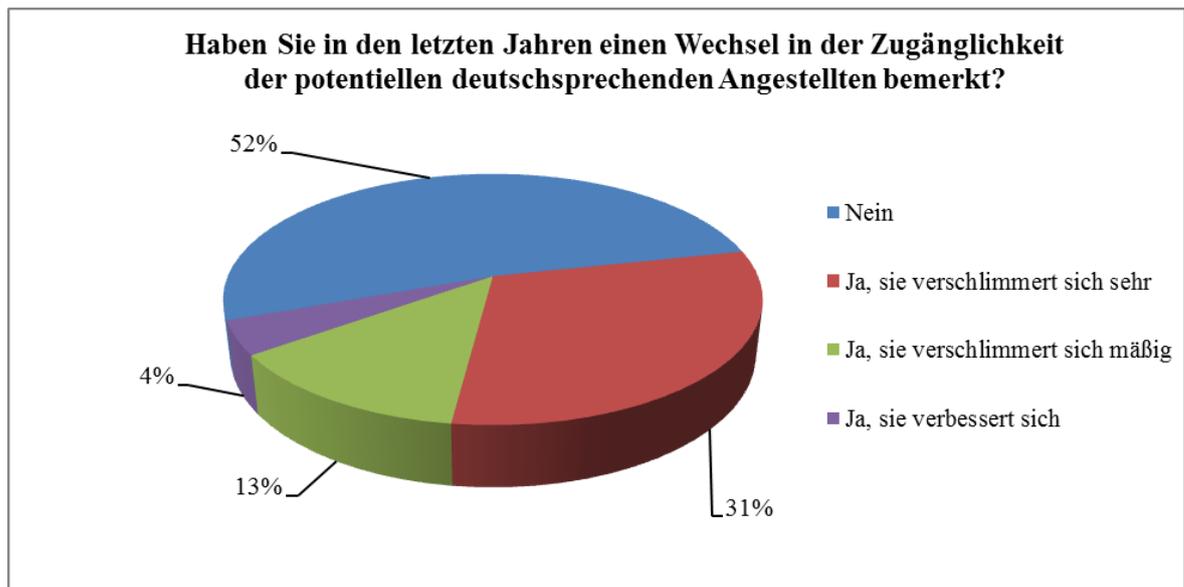


Abbildung 7: Wechsel in der Zugänglichkeit

Quelle: Eigene Forschung

Man sieht im Schaubild, dass ungefähr die Hälfte der Befragten keinen Wechsel in der Zugänglichkeit der deutschsprachigen potentiellen Angestellten bemerkt hat. Das bedeutet, dass sich die Stellung der deutschen Sprache auf dem Markt nicht verbessert, aber auch nicht verschlimmert. Es ist nicht sicher, ob diese Situation sich irgendwann in der Zukunft verändern wird. Es wäre notwendig viele Veränderungen durchzuführen.

Der Anteil der Firmen, die einen Wechsel im negativen Sinne des Wortes bemerkt haben, ist 44 %. Ich verstehe nicht die Tatsache, dass sich für 4 % der Befragten die Zugänglichkeit der deutschsprachigen Angestellten verbessert hat. Denn es wurde schon früher angeführt, dass es schwierig ist, einen deutschsprachigen Angestellten zu finden, aber es geht nur um eine Meinung.

5.2.7 Wie viele Angestellte hat ihre Firma in der Tschechischen Republik?

Die siebte Frage findet man auf Seite 3 des Fragebogens und enthält drei Möglichkeiten der Antwort. Es geht darum, die Anzahl der Angestellten in jeder Firma in der Tschechischen Republik festzustellen. Die Antworten sind „1 bis 49“, „50 bis 249“ und „250 und mehr“.

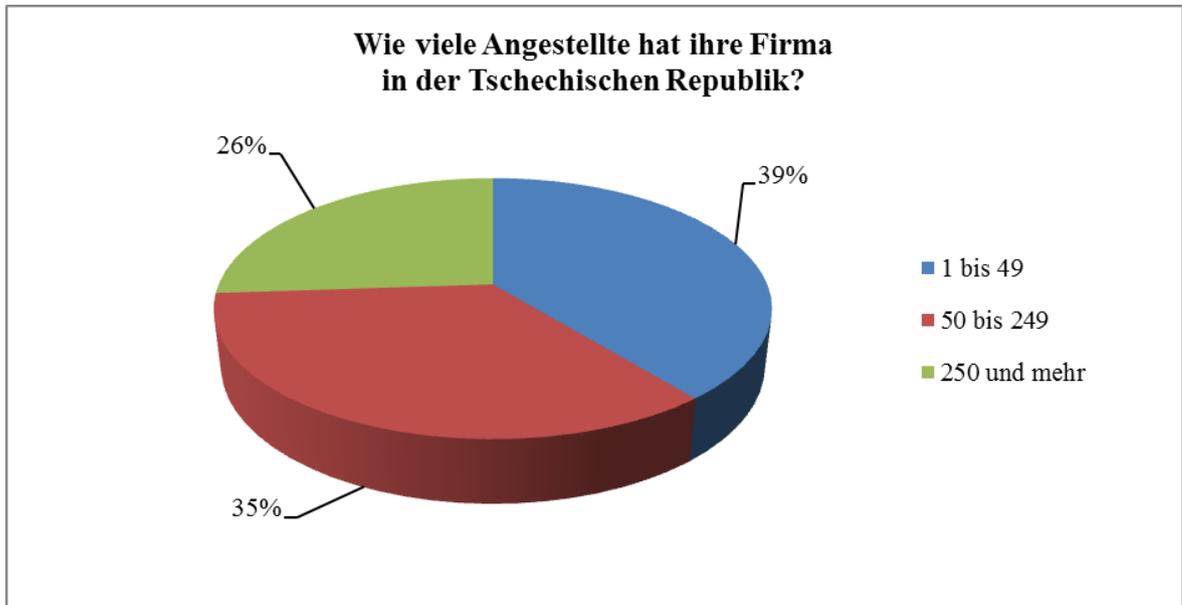


Abbildung 8: Anzahl der Angestellten

Quelle: Eigene Forschung

Es ist zu erkennen, dass die Mehrheit der Firmen (39 %) 1 bis 49 Angestellten einstellt. Daraus lässt sich folgern, dass das nur kleine Unternehmen sind. Auf dem zweiten Platz liegen die Firmen mit 50 bis 249 Angestellten und auf Platz drei stehen die Firmen, die 250 und mehr Angestellte einstellen. Die Unternehmen sind meistens die Tochtergesellschaften oder die Niederlassungen.

Es ist diskutabel, ob die Größe der Firma von der Anzahl der Angestellten entscheidet, die die deutsche Sprache beherrschen. Auf jeden Fall ist es klar, dass die Führungsarbeiter (im Management usw.) in jeder Firma wenigstens gut deutsch sprechen müssen. Der Rest ist individuell.

Es ist gut zu wissen, dass wenn einer über gute Deutschkenntnisse verfügt, hat in einer größten Firma höhere Chancen auf den Karriereaufstieg.

5.2.8 In welchem Bereich der Wirtschaft unternimmt vorwiegend ihre Firma?

Die dritte Seite des Fragebogens enthält die Frage Nr. 8. Diese Frage beschäftigt sich mit der Feststellung des Bereichs der Wirtschaft von den einzelnen Firmen. Drei Antworten wurden angeboten – „Handel“, „Dienstleistungen“ und „Herstellung“.

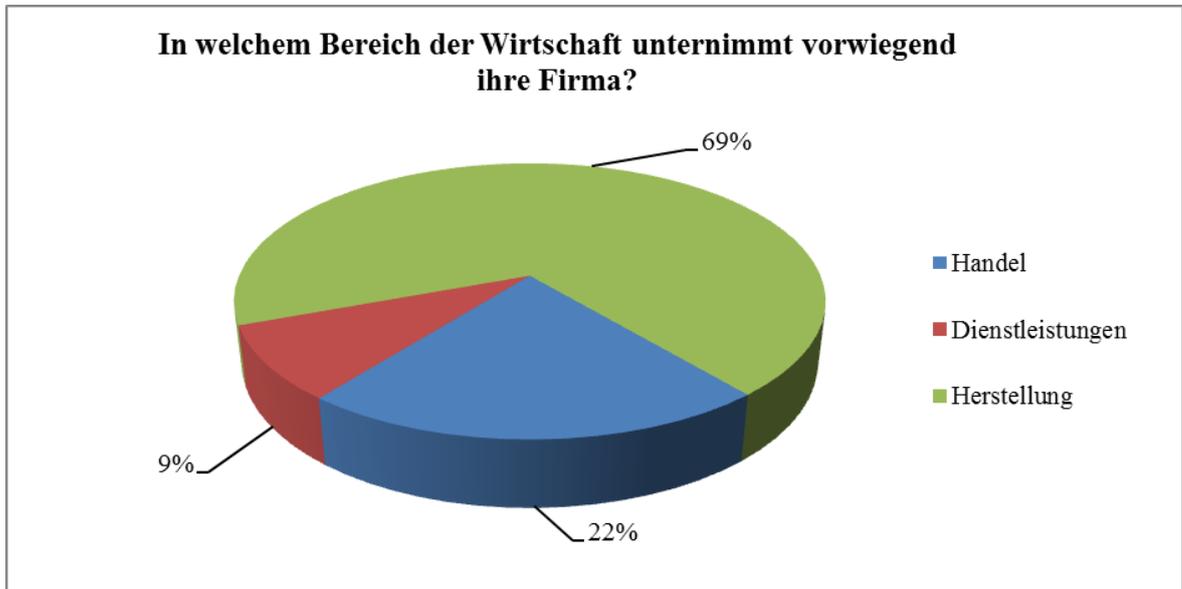


Abbildung 9: Bereich der Wirtschaft

Quelle: Eigene Forschung

Die Unterlagen zeigen, dass die absolute Mehrheit der Befragten (69 %) in der Herstellung unternehmen. Um 47 % weniger der Firmen unternehmen im Handel und nur 9 % der Firmen unternehmen in den Dienstleistungen.

Dieses Schaubild ist eher informativ. Man kann nur vermuten, ob der Bereich der Wirtschaft der einzelnen Firmen von der Anzahl der deutschsprachigen Angestellten entscheidet.

Aber ich bin der Meinung, dass im Vergleich zum Bereich der Wirtschaft „Herstellung“ der Bereich „Handel“ die breitere Verwendung für die deutsche Sprache hat. Denn die Kommunikation während des Imports und des Exports verlangt immer das Fremdsprachkenntnis.

5.2.9 In welcher Branche unternimmt ihre Firma?

In der neunten Frage des Fragebogens haben die Befragten von mehreren Antworten wählen können. Im Fall, dass sie nicht ihre passende Antwort gefunden haben, konnten sie die Möglichkeit „Andere“ markieren.

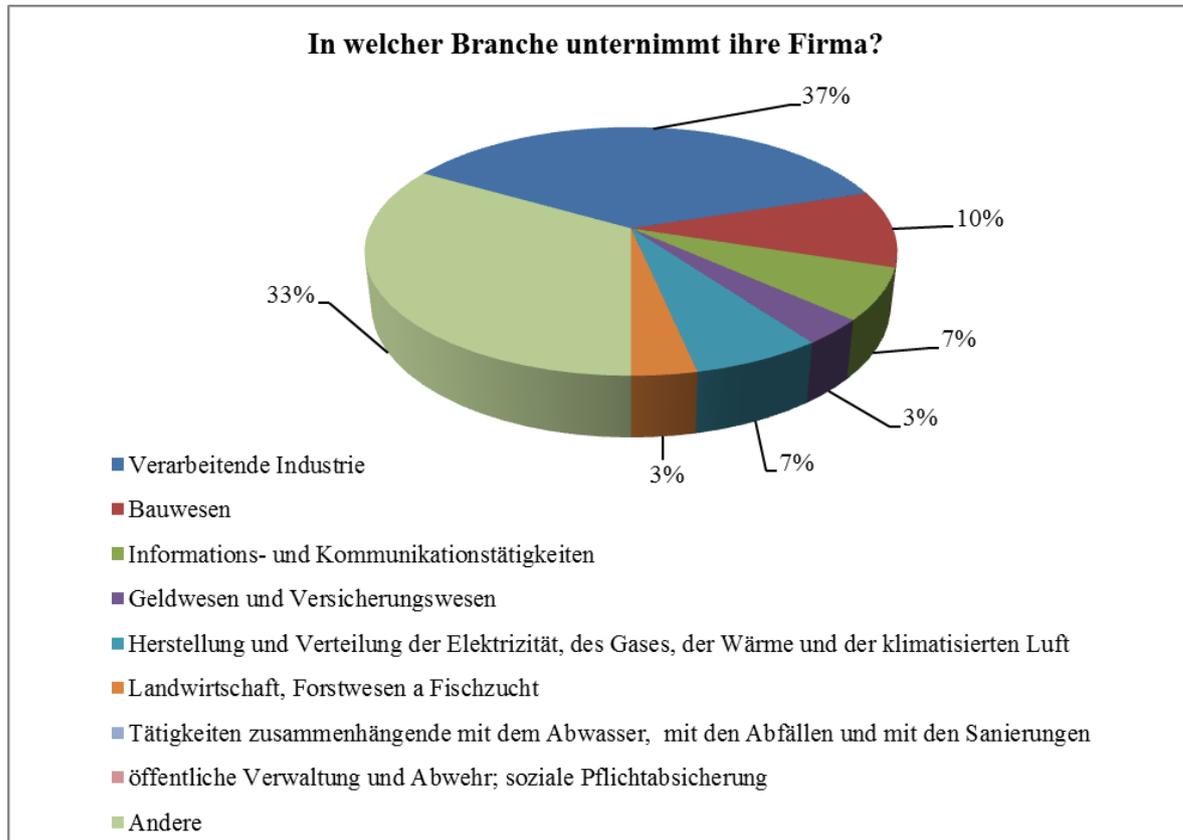


Abbildung 10: Branchen

Quelle: Eigene Forschung

Dieses Schaubild informiert uns, in welcher Branche die einzelnen Firmen wirken. Die häufigste Antwort war die erste Möglichkeit „Verarbeitende Industrie“, die im Zusammenhang mit der Herstellung steht. Ich glaube, dass diese Antwort an erster Stelle liegt, weil Deutschland ein Industrieland ist und viele Firmen in der Tschechischen Republik mit Deutschland kooperieren. Die zweithäufigste Antwort war die Möglichkeit „Andere“ mit 33 %. Also nur um 4 % weniger als die erste Antwort. Es ist nicht einfach festzustellen, in welchen anderen Branchen die Firmen noch unternehmen. Auf jeden Fall ist es sicher, dass sie die deutsche Sprache für wichtig halten.

5.2.10 Mit wem arbeitet ihre Firma zusammen?

Die nächste Frage des Fragebogens steht auf Seite 3 und die Befragten konnten wieder von mehreren angebotenen Möglichkeiten auswählen. Es wurden sechs Antworten angeboten - „Deutschland“, „Österreich“, „Schweiz“, „Andere europäische Länder“, „Asien“ und „Amerika“.

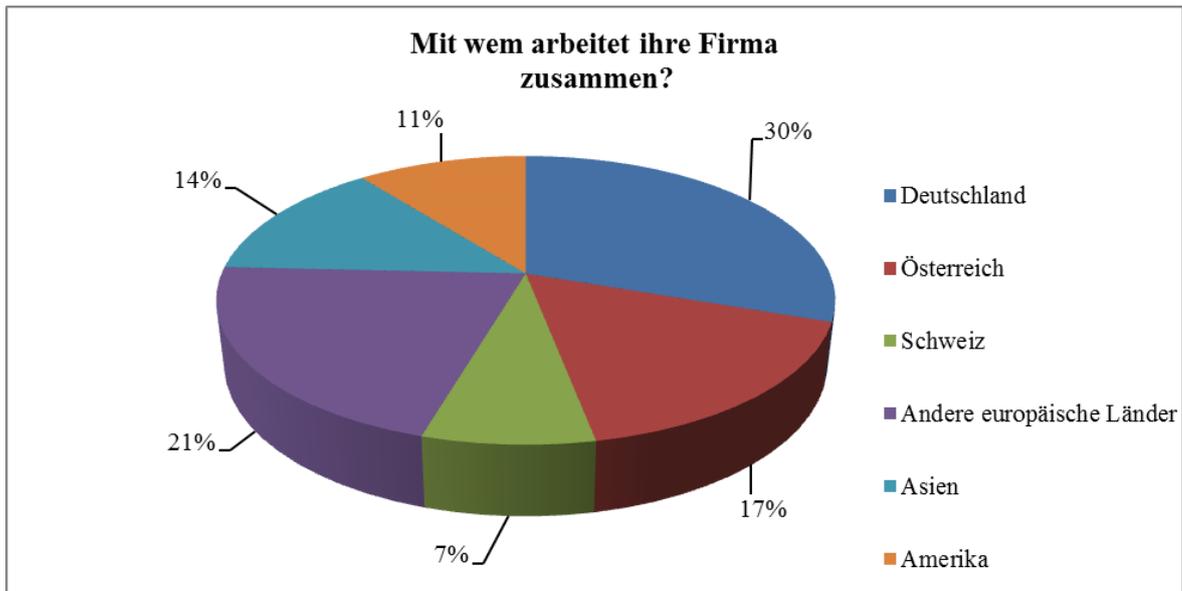


Abbildung 11: Internationale Zusammenarbeit

Quelle: Eigene Forschung

Aus dem Schaubild geht hervor, dass der vorwiegende Teil der Firmen (30 %) mit Deutschland zusammenarbeitet. Das ist nicht überraschend, weil nur die deutschsprachigen Firmen angesprochen wurden. Auf der anderen Seite fürchte ich mich, dass die kleinen Deutschkenntnisse die Expansion der deutschen Firmen in Tschechien verlangsamen. Das ist unser Nachteil beim Locken der deutschen Investoren.

An zweiter Stelle stehen andere europäische Länder mit 21 % und dann folgt Österreich mit 17 %. Die Firmen wollen nicht nur auf die deutschsprachigen Länder beschränkt sein, deshalb liegen sie nicht im Rückstand und expandieren auch nach Amerika und nach Asien. Diese zwei Antworten haben die vierte und fünfte Stelle besetzt. Zuletzt kommt die Schweiz, die 7 % gewonnen hat.

5.2.11 Können ihre Angestellten an den Sprachkursen auf ihrem Arbeitsplatz teilnehmen?

Die elfte Frage schließt die dritte Seite des Fragebogens ab. Den befragten Firmen wurden zwei Antworten angeboten – „Ja“ oder „Nein“.

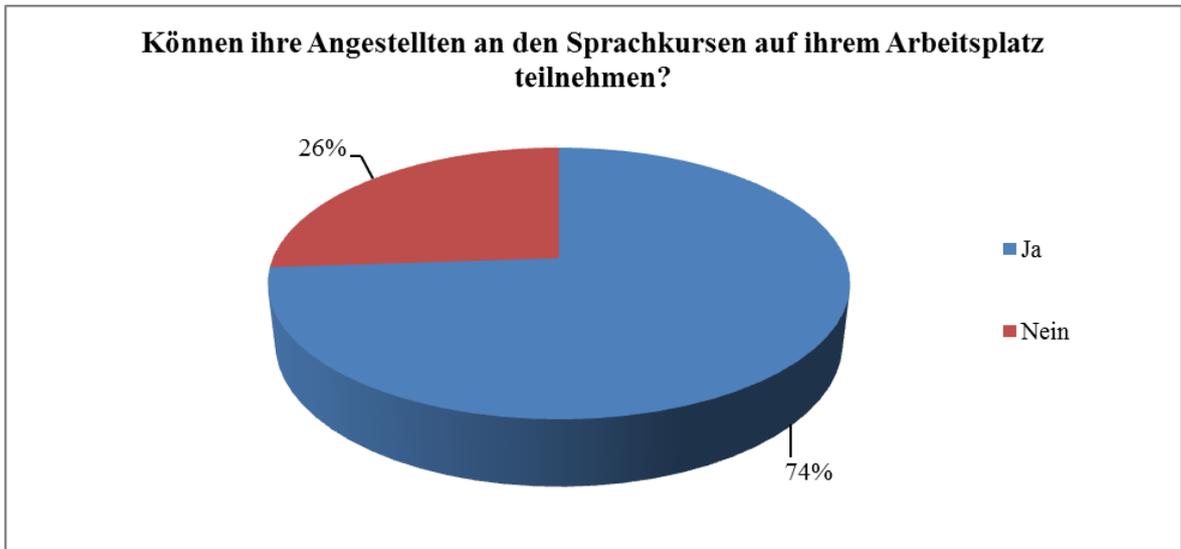


Abbildung 12: Sprachkurse

Quelle: Eigene Forschung

Die absolute Mehrheit der Befragten (74 %) hat angeführt, dass sie für ihre Angestellten die Sprachkurse veranstalten. Was die deutsche Sprache betrifft, sind sich die Firmen in der Zliner Region der Tatsache voll bewusst, dass es in der heutigen Zeit sehr schwierig ist, einen gut deutschsprechenden Angestellten zu finden. Dieses Fakt wurde schon in den letzten Antworten dieser Untersuchung bestätigt. Deshalb unterstützen die Firmen ihre Angestellten im Sprachunterricht.

Der Vorteil dieser Sprachkurse besteht auch in der Orientierung auf den Wortschatz der Firma. Die Angestellten konzentrieren sich nicht nur auf den allgemeinen Wortschatz, sondern vor allem auf den Fachwortschatz, der in einem Unternehmen nötig ist.

Nur 26 % der befragten Firmen organisieren die Sprachkurse nicht. Das lässt sich dadurch erklären, dass einige Angestellte die Fremdsprache zur Ausübung ihrer Funktion nicht brauchen oder geht es um die finanzielle Lage der Firma.

5.2.12 Trägt ihre Firma den Angestellten zu diesen Kursen bei?

Nur die befragten Firmen, die auf die vorhergehende Frage „Ja“ geantwortet haben, sollten auch diese Frage ausfüllen. Die Möglichkeiten der Antwort waren „Ja“ oder „Nein“ und man findet diese Frage auf Seite 4 dieser Untersuchung.

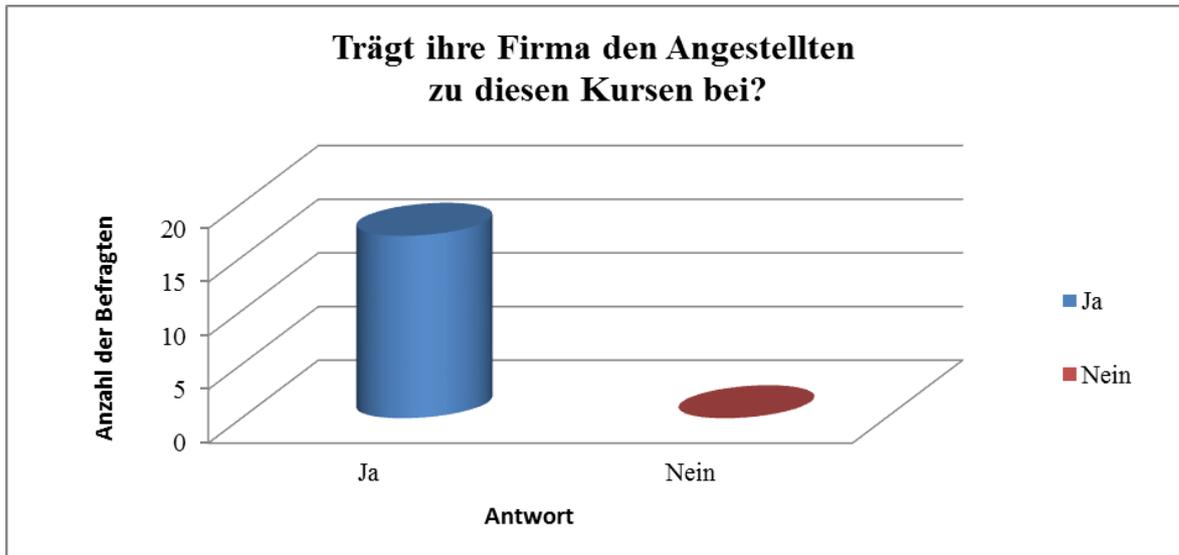


Abbildung 13: Beitrag auf die Kurse

Quelle: Eigene Forschung

Es ist zu sehen, dass alle Befragten den Angestellten zu den Sprachkursen beitragen. Ich habe nicht erwartet, dass das Ergebnis so eindeutig sein wird. Denn es ist keine Pflicht der Firma diese Kurse zu finanzieren. Auf der anderen Seite ist es gut zu wissen, dass die Firma ihre Angestellten schätzt und deshalb will sie ihre Kenntnisse unterstützen und entwickeln. Es handelt sich auch um die Bewahrung des bestimmten Niveaus der Sprache, weil einige Arbeitsplätze die ständige Verbesserung in der Fremdsprache verlangen.

Die Firmen tragen entweder gesamt oder nur teilweise zu diesen Kursen bei. Einen Teil deckt der Arbeitgeber und anderen Teil der Arbeitnehmer. Der Arbeitgeber kann auch zu anderer Form der Ausbildung außer den Sprachkursen (z. B. Schulung oder Seminare) beitragen.

5.2.13 Mit wem arbeitet ihre Firma bei der Suche nach neuen Angestellten zusammen?

Die dreizehnte Frage ist für alle befragten Firmen bestimmt. Die Befragten hatten zur Wahl drei Möglichkeiten – „Arbeitsamt“, „Personalagentur“ und „Wir suchen selbst“. Sie konnten mehrere Antworten markieren.

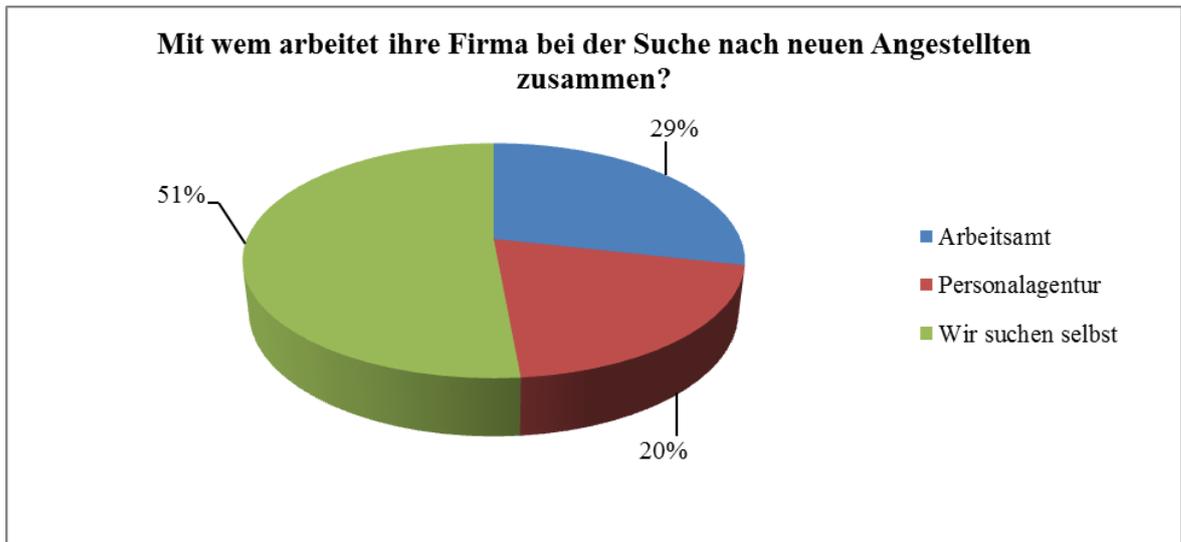


Abbildung 14: Suche nach Angestellten

Quelle: Eigene Forschung

Aus den Zahlen geht hervor, dass die Firmen am häufigsten ihre neuen Angestellten selbst suchen. Der zweite Platz gehört dem Arbeitsamt mit 29 % und auf dem dritten Platz liegen die Personalagenturen mit 20 %. Der Unterschied zwischen der zweiten und der dritten Stelle ist nicht so groß.

Die Firma verlässt sich meistens auf sich selbst und will die potentiellen Bewerber selbst überprüfen. In einigen Fällen können die Firmen keinen passenden Bewerber finden und wenden sich an eine Personalagentur. Die Personalagentur verfügt über verschiedene Datenbestände, wo sie schnell jemanden passenden für die Firma aufsuchen kann. Es geht aber um eine bezahlte Dienstleistung und nicht jede Firma will der Personalagentur diesen Betrag bezahlen. Im Gegensatz zur Personalagentur sind die Dienstleistungen des Arbeitsamts kostenfrei und es hängt nur von den Bewerbern um die Arbeit ab, ob sie diese Informationen über potentielle Arbeitsangebote verfolgen.

5.2.14 Welche minimale Ausbildung soll der Bewerber um die Arbeit in ihrer Firma haben?

Meine Fragebogenuntersuchung wurde mit der vierzehnten Frage beendet und diese Frage befindet sich auf Seite 5 des Fragebogens. Drei Antworten wurden den Befragten angeboten und die Befragten konnten nur eine Möglichkeit wählen.



Abbildung 15: Ausbildung des Bewerbers

Quelle: Eigene Forschung

Dieses Schaubild informiert uns über die minimale verlangte Ausbildung, die die Bewerber um die Arbeit in den Firmen haben müssen und zeigt, dass die deutschsprachigen Firmen in der Zliner Region minimal entweder Grundausbildung oder Mittelausbildung verlangen. Die Ergebnisse dieser zwei Möglichkeiten waren fast gleich. Die dritte Möglichkeit „Hochausbildung“ hat keine Antwort gewonnen.

In Anbetracht der hoch angeführten Wirklichkeiten folgt, dass die Ansprüche an die Ausbildung der Angestellten dem Arbeitsinhalt der einzelnen Firmen entsprechen – z. B. der Arbeiter in der Herstellung brauchen nicht so hohe Ausbildung und die Firmen, die ich angesprochen habe, unternehmen vorwiegend in der Herstellung.

Soviel man weißt, sollten die Bewerber um die Arbeit mit dem Hochschultitel auch ein höheres Anfangsgehalt bekommen.

5.3 Analyse der Firma Mitas a.s.

Im zweiten praktischen Teil meiner Arbeit wurde ein Gespräch mit einem Führungsmitarbeiter einer deutschsprachigen Firma geführt. Es geht um die Firma Mitas a.s.

5.3.1 Firma Mitas a.s.

Die Firma Mitas a.s. ist der führende europäische Hersteller von Landwirtschaftsreifen. Diese Landwirtschaftsreifen werden in aller Welt unter drei Markennamen hergestellt und verkauft. Die Marken der Firma sind Mitas, Cultor und auch Continental Reifen, die unter Lizenz hergestellt werden. Mitas distribuiert und produziert weiter die Motorrad- und Industriereifen. Mitas besitzt drei Produktionsstätten in der Tschechischen Republik, in Serbien, in den USA und hat auch ein globales Vertriebsnetzwerk. Die Firma hat die Vertretung in Deutschland, Dänemark, Benelux, Finnland, Norwegen, Schweden, Frankreich, Großbritannien, Italien, Mexico, Österreich, Russland, in der Schweiz, Spanien, Portugal, Tschechien, in den USA und in Kanada.

5.3.1.1 Grundinformationen über die Firma

Name der Firma	MITAS a.s.
Teilhaber der Firma	JUDr. Jaroslav Čechura (Generaldirektor), Andrew Mabin (Vertriebs- und Marketingdirektor), Dipl. Ing. Jaroslav Musil (Market Manager von Mitas International), Dipl. Ing. Tomáš Chytil (Marketing-Manager)
Jahr der Gründung	1991
Firmensitz	Švehlova 1900/3, 160 00 Praha 10
Identifikationsnummer	00012190
Gegenstand des Unternehmens	Verarbeitung der Gummimischung
Kontaktinformationen	www.cgs.cz

Tabelle 1: Grundinformationen über die Firma

Quelle: www.mitas.eu

5.3.1.2 *Historie der Firma*

Im Jahre 1932 hat Tomáš Baťa mit der Reifenproduktion in Zlín begonnen und ein Jahr später wurde Pneumichelin a.s. im Prager Bezirk Strašnice gegründet. Im Jahre 1947 ist der neue Name der Firma „Mitas“ aus einer Kombination von „Michelin“ und „Veritas“ entstanden und im Jahre 1974 wurde ein neues Reifenwerk in Otrokovice gebaut. 17 Jahre später wurde Barum Holding a.s. Besitzer von Mitas a.s. und im Jahre 1997 wurde Mitas zu einer Marke mit globalem Vertriebsnetz.

Das 21. Jahrhundert hat viele Wendungen gebracht – z. B. die Verlegung der Herstellung von Landwirtschaftsreifen in eine neue Produktionshalle oder die Erwerbung des Geschäftsbereichs Landwirtschaftsreifen der Continental A.G. Im Jahre 2011 wurde das Mitas Vertriebsnetz in „Mitas“ umbenannt. Ein Jahr später hat Mitas die vierzehnte Niederlassung in Uden und in den Niederlande eröffnet und im gleichen Jahr hat Mitas Agrarreifen-Produktion in Charles City (Iowa) begonnen.

5.3.2 **Stellung der deutschen Sprache in der Firma Mitas a.s.**

Die folgenden Informationen über die Stellung der deutschen Sprachen in der Firma Mitas a.s., wurden mir vom Führungsarbeiter dieser Firma gegeben. Herr Ingenieur Petr Hala hat in der Firma als Product Manager der Industriereifen gearbeitet.

Auf die erste Frage, ob die Fremdsprachenkenntnisse der Angestellten für die Firma wichtig sind, hat Herr Ingenieur sofort „Ja“ geantwortet. Mitas a.s. ist ein globales Unternehmen und alle Besprechungen im Mittel- oder im Topmanagement werden in einer Fremdsprache geführt. Wenn man keine Fremdsprachenkenntnisse beherrscht, hat man keine Chance in eine bessere Stellung hinaufkommen. Der Vertriebs- und Marketingdirektor ist Engländer und der Entwicklungsdirektor ist Deutscher.

Die deutsche, englische und russische Sprache gelten für die Firma als die wichtigsten Sprachen. Die Benutzung der konkreten Sprachen hängt vom Klienten ab. In Deutschland benutzt man natürlich bei der Geschäftsverhandlung hauptsächlich Deutsch, aber selbstverständlich auch Englisch. Denn auf jeden Fall hat die englische Sprache in der Firma die Hauptposition.

Wenn es sich um das Niveau der deutschen Sprache handelt, das die Firma von ihren Angestellten verlangt, liegt das an der Position. Der territoriale Verkäufer oder das Mittelmanagement brauchen das Niveau C1, aber der Referent nur das Niveau B1. Denn der Referent benutzt die deutsche Sprache nur in der schriftlichen Kommunikation und handelt nicht persönlich mit dem Kunden. In der heutigen Zeit ist es nach Herrn Ingenieur sehr schwierig, einen Angestellten mit einem hohen Niveau der deutschen Sprache zu finden. Auf der anderen Seite vermutet Herr Ingenieur, dass das z. B. in Prag nicht so großes Problem wäre.

Die Deutschkenntnisse sind bestimmt für die (territorialen) Verkäufer, Management oder Assistenten wichtig. Das Standardverfahren für die Auswahl von den territorialen Verkäufern z. B. für Österreich kommt auf die unabhängige Agentur an. Die Agentur gibt den Bewerbern um die Arbeit einen Test, der dann ausgewertet wird. Man bewertet auch die Geschäfts- und Sprachkenntnisse des Bewerbers.

Herr Ingenieur hält die Englischkenntnisse für eine Selbstverständlichkeit und die Deutschkenntnisse für einen Vorteil bei der Arbeitssuche. Die Zugänglichkeit der potentiellen deutschsprechenden Angestellten bewertet er wie in der Schule mit der Note 4.

10 Jahre hat Herr Ingenieur in der Firma Mitas a.s. gearbeitet und seiner Meinung nach sinkt das Niveau der deutschen Sprache und in der Zukunft wird es sich nicht verbessern. Denn die Welt globalisiert sich und die englische Sprache wird bevorzugt.

Die Angestellten haben die Möglichkeit, an den Sprachkursen auf ihrem Arbeitsplatz teilzunehmen. Die Firma trägt den Angestellten zu diesen Kursen bei, aber der Betrag hängt wieder von der Position ab. Dem Meister in der Herstellung trägt die Firma z. B. nur 2 000 Kronen bei, weil die Teilnahme an den Sprachkursen nur aus seiner Initiative hervorgeht. Er braucht die Sprachkenntnis für die Ausübung seines Berufes nicht. Auf der anderen Seite sind in der Firma die Leute, die die Sprachkenntnis unbedingt brauchen. Die Firma trägt diesen Angestellten bis 6 000 Kronen an den Sprachkursen bei. Es geht um das Management, territoriale Verkäufer usw.

Bei der Suche nach neuen Angestellten bemüht sich die Firma zuerst um das interne Auswahlverfahren. Denn diese Arbeiter kennen das System innerhalb der Firma und die Firma investiert nicht so viel in die Schulung des neuen Arbeiters. Wenn die Firma keinen geeigneten Angestellten findet, spricht sie die externe Agentur an.

Die minimale Ausbildung, die der Bewerber um die Arbeit in der Firma haben soll, ist wieder der Position bestimmt. Ein Verkäufer soll nur das Abitur abgelegt haben, aber z. B. ein Ökonom soll schon den Bachelortitel haben.

In Anbetracht der gegenwärtigen Situation bietet sich die Frage, ob die deutschsprachigen Firmen mit dem Niveau der deutschen Sprache von den Angestellten in der Tschechischen Republik zufrieden sind. Die deutschsprachigen Firmen sind nach Herrn Ingenieur zufrieden.

Zum Schluss wurde ihm die Frage gestellt, welchen Chancen die Absolventen unserer Fakultät hätten, eine Arbeitsstelle in seiner Firma zu finden. Die Absolventen unserer Fakultät hätten eine große Chance der Unterbringung in der Geschäftsabteilung der Firma.

6 ZUSAMMENFASSUNG

Man kann aufgrund der Umfrage feststellen, dass die Fremdsprachenkenntnisse für die Mehrheit der Firmen wichtig sind. Für die deutschsprachigen Firmen, die angesprochen wurden, spielen die deutsche und englische Sprache die Hauptrollen. Die Benutzung dieser zwei Sprachen hängt von der Situation oder vom Klienten ab. Was das Niveau der deutschen Sprache betrifft, verlangen die von mir angesprochenen Firmen meistens das fortgeschrittene Niveau. Für Management, für Assistent/in (Leitung der Firma) und für Führungsabteilung sind die Deutschkenntnisse wesentlich. Die Umfrage hat außerdem gezeigt, dass die Zugänglichkeit der potentiellen deutschsprachigen Angestellten als schlecht bewertet wird. Die Firmen haben in den letzten Jahren keinen Wechsel in der Zugänglichkeit der potentiellen deutschsprachigen Angestellten bemerkt und die Firmen, die einen Wechsel bemerkt haben, bewerten diesen Wechsel in der Zugänglichkeit sehr schlecht. Es ist für sie sehr schwierig, einen guten deutschsprachigen Arbeiter zu finden. Mehr als die Hälfte der befragten Firmen stellt über 49 Angestellte ein. Je mehr Angestellten die Firma hat, desto besser wertet sie in den letzten Jahren die Zugänglichkeit der deutschsprachigen Angestellten und der Mitarbeiter hat auch eine größere Chance auf den Karriereaufstieg. Es ist nicht überraschend, dass Deutschland zu den Haupthandelspartnern für die deutschsprachigen Firmen gehört. Daraus folgt, dass die deutsche Sprache für die Firmen wirklich nutzbringend ist. Für die Unterstützung der Fremdsprachenkenntnisse ihrer Mitarbeiter veranstaltet die absolute Mehrheit der Firmen die Sprachkurse und trägt auch zu diesen Kursen bei. Die Angestellten sollen sehr dankbar für die Gelegenheit sein, an den Sprachkursen teilnehmen zu können. Die Umfrage zeigt, dass die Firmen am häufigsten ihre neuen Angestellten selbst suchen. Diese Weise der Untersuchung der Angestellten soll nicht immer klappen und in solchem Fall wenden sich die Firmen an eine Personalagentur. Die deutschsprachigen Firmen in der Zliner Region verlangen wenigstens Grundausbildung oder Mittelausbildung. Je niedriger die minimale verlangte Ausbildung der Bewerber ist, desto schlechter ist die Zugänglichkeit der potentiellen deutschsprachigen Angestellten.

SCHLUSSBETRACHTUNG

Das Ziel meiner Bachelorarbeit war die Stellung der deutschen Sprache in den deutschsprachigen Firmen in der Zliner Region festzustellen und zu beweisen, dass der Nachdruck nicht nur auf die englische Sprache gelegt wird. Es ist sehr wichtig zu wissen, ob die deutsche Sprache in der heutigen Zeit als ein Vorteil oder eine Notwendigkeit gilt.

In dem ersten Teil der Arbeit wurde die deutsche Sprache in den Zusammenhängen angeführt. Der Leser konnte etwas über die Entwicklung der deutschen Sprache während der Jahre erfahren und auch über die Rolle der deutschen Sprache in der Wirtschaft oder Unterstützung der deutschen Sprache. Angesichts des Themas habe ich diese Informationen für den wesentlichen Teil der Arbeit gehalten. Die Kapitel der Arbeitsmarkt, die Arbeitslosigkeit und die europäische Strategie der Beschäftigung, die die Charakteristik des Arbeitsmarkts in der Tschechischen Republik enthält, wollten dem Leser diese Begriffe nahebringen. Denn sie haben die Problematik der Arbeitssuche betroffen.

Der praktische Teil beschäftigte sich mit dem Gebrauch der deutschen Sprache in den deutschsprachigen Firmen in der Zliner Region. Aufgrund der Umfrage habe ich festgestellt, dass die deutsche Sprache für die Firmen in der Zliner Region eine wichtige Rolle spielt. Die englische Sprache hat selbstverständlich auch die Vertretung, aber hauptsächlich steht das Deutsche steht nicht im Hintergrund. Auf der anderen Seite geht weiter aus der Umfrage hervor, dass es ein Problem in der Zugänglichkeit der potentiellen deutschsprechenden Angestellten gibt. Die Arbeitgeber sollen große Anstrengungen machen, damit sie einen guten deutschsprechenden Mitarbeiter finden.

An dieser Stelle möchte ich einen Wunsch äußern, und zwar, dass meine Bachelorarbeit möglicherweise neue interessante Auskünfte gebracht hat und ich hoffe, dass sich die Situation in Bezug auf die Stellung und die Zugänglichkeit der deutschen Sprache verbessern wird.

LITERATURVERZEICHNIS

MONOGRAPHIE

[1] BAINBRIDGE, S. MURRAY, J. *Beschäftigung durch Ausbildung: die Berufsbildungspolitik in Europa; Zusammenfassung*. 1. vyd. Thessaloniki: CEDEFOP, 2003. 128 s. ISBN 92-896-0227-9.

[2] BROŽOVÁ, D. *Společenské souvislosti trhu práce*. 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 2003. 140 s. ISBN 80-864-2916-4.

[3] BROŽOVÁ, D. *Kapitoly z ekonomie trhů práce*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2012. 288 s. ISBN 978-80-245-1880-0.

[4] GESTER, S. *Quo vadis, DaF?: Betrachtungen zu Deutsch als Fremdsprache in der Tschechischen Republik*. 1. vyd. Zlín: VeRBuM, 2011. 128 s. ISBN 978-80-87500-13-2.

[5] HARTZ, P. *Job revolution: Nové trendy ve světě práce*. 1. vyd. Praha: Management Press, 2003. 176 s. ISBN 80-726-1067-8.

[6] KOTÝNKOVÁ, M. *Trh práce na přelomu tisíciletí*. 1. vyd. V Praze: Oeconomica, 2006. 256 s. ISBN 80-245-1149-5.

[7] KUCHAR, P. *Trh práce: sociologická analýza*. 1. vyd. Praha: Karolinum, 2007. 183 s. ISBN 978-802-4613-833.

[8] MALOVANÁ, L. *Transformační dopady ekonomiky a školství ČR na trh práce na Zlínsku – možné perspektivy řešení: diplomová práce*. 2004. 96 l., [4] l. příl. Vedoucí práce Libor Šnědar.

[9] MARSHALL, A. *Principles of economics*. New York: Cosimo, 2006. ISBN 15-960-5985-0.

[10] MCCONNELL, C. BRUE, S. *Contemporary labor economics: sociologická analýza*. 3. vyd. New York: McGraw-Hill, 1992. 660 s. ISBN 00-704-5555-4.

[11] ŘEHOŘ, P. *Metody hodnocení potenciálu regionů se zaměřením na trh práce: vědecká monografie*. 1. vyd. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 2010. 110 s. ISBN 978-807-2047-352.

[12] VÁCLAVÍKOVÁ, A. KOLIBOVÁ, H. KUBICOVÁ A. *Problematika trhu práce a politiky zaměstnanosti: [studijní materiály pro kombinované studium Veřejná správa a regionální politika]*. 1. vyd. Opava: Optys, 2009. 149 s. ISBN 978-808-5819-762.

INTERNETQUELLEN

[13] ČESKO-NĚMECKÁ OBCHODNÍ A PRŮMYSLOVÁ KOMORA. *Průzkum ČNOPK: němčina je v České republice důležitá pro úspěšnou kariéru* [online]. 29.6.2011 [cit. 2014-04-12]. Dostupné z: http://tschechien.ahk.de/fileadmin/ahk_tschechien/Presse/PM_2011/110629_TZ_Nemcina_pro_uspesnou_karieru.pdf

[14] MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ, MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY. *Operační program: Vzdělávání pro konkurenceschopnost* [online]. 20.11.2006 [cit. 2014-04-10]. Dostupné z: http://www.msmt.cz/uploads/soubory/ESF/070305_OP_VK_Brusel.pdf

[15] WILLKE, G. SCHAECHTERLE, L. *Arbeitslosigkeit: Ursachen und Abhilfen*. Erscheinungsort: Bonn, 2003. 64 S. Dostupné z: <http://www.bpb.de/shop/lernen/themenblaetter/36742/arbeitslosigkeit?blickinsbuch>

SYMBOL- UND ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

z. B. zum Beispiel

S. Seite

Nr. Nummer

d. h. das heißt

usw. und so weiter

u.a. und andere

bzw. beziehungsweise

sog. so genannt

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abbildung 1: Entwicklung der Schülerzahlen im Deutsch- und Englischunterricht zwischen 1995/1996 und 2009/2010.....	13
Abbildung 2: Fremdsprachenkenntnisse.....	30
Abbildung 3: Fremdsprachen.....	31
Abbildung 4: Niveau der deutschen Sprache.....	32
Abbildung 5: Wichtigkeit der Deutschkenntnisse	33
Abbildung 6: Zugänglichkeit der potentiellen deutschsprechenden Angestellten.....	34
Abbildung 7: Wechsel in der Zugänglichkeit	35
Abbildung 8: Anzahl der Angestellten	36
Abbildung 9: Bereich der Wirtschaft.....	37
Abbildung 10: Branchen.....	38
Abbildung 11: Internationale Zusammenarbeit	39
Abbildung 12: Sprachkurse.....	40
Abbildung 13: Beitrag auf die Kurse	41
Abbildung 14: Suche nach Angestellten.....	42
Abbildung 15: Ausbildung des Bewerbers	43

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Grundinformationen über die Firma	44
--	----

ANHANGSVERZEICHNIS

Anhang A 1: Fragebogen

ANHANG A I: FRAGEBOGEN

Znalosti německého jazyka jako výhoda a nutnost při hledání práce v německy mluvících firmách ve Zlínském kraji

Vážené respondentky, vážení respondenti,

jmenuji se Karolína Strouhalová a jsem studentkou třetího ročníku bakalářského studia Fakulty humanitních studií, Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně a provádím dotazníkové šetření. Získané informace budou zdrojem pro moji bakalářskou práci, která se zabývá Znalostmi německého jazyka při hledání práce v německy mluvících firmách ve Zlínském regionu.

Cílem tohoto šetření je zjistit, jak velký důraz je kladen na německý jazyk ve firmách Zlínského kraje.

Jeho vyplnění by nemělo zabrat více než 5 minut. Dotazník slouží výhradně pro akademické účely, cílem je pouze získat potřebné informace. Informace o respondentech jsou tedy anonymní. Zároveň Vás ale prosím o zamyšlení se.

Děkuji za Vaši pomoc a věnovaný čas.

Karolína Strouhalová

student oboru Německý jazyk pro manažerskou praxi

Fakulta humanitních studií

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

1. Jsou pro Vaši firmu důležité znalosti cizího jazyka Vašich zaměstnanců?

- a. Ano
- b. Ne

2. Které z uvedených cizích jazyků jsou pro Vaši firmu důležité?

Můžete vybrat více odpovědí.

- a. Anglický jazyk
- b. Německý jazyk
- c. Francouzský jazyk
- d. Ruský jazyk
- e. Jiný

3. Jakou úroveň německého jazyka požadujete/byste požadovali od svých zaměstnanců?

- a. Základní
- b. Střední
- c. Pokročilá

4. Pro jaké pozice ve Vaší firmě jsou/by byly znalosti německého jazyka důležité?

Můžete vybrat více odpovědí.

- a. Management
- b. Asistent/ka (vedení firmy)
- c. Vedoucí oddělení
- d. Techničtí odborníci
- e. Prodejci
- f. Referent/ka (HR, účetnictví atd.)
- g. Nákupčí
- h. Pracovníci ve výrobě
- i. Ostatní

5. Jak hodnotíte dostupnost německy hovořících zaměstnanců?

Oznámkujte jako ve škole.

Výborná 1 - 2 - 3 - 4 - 5 Nedostatečná

6. Zaznamenal/a jste v posledních letech nějakou změnu v dostupnosti německy hovořících zaměstnanců?

- a. Ne
- b. Ano, velmi se zhoršila
- c. Ano, mírně se zhoršila
- d. Ano, zlepšila se

7. Kolik má Vaše firma zaměstnanců v ČR?

- a. 1-49
- b. 50-249
- c. 250 a více

8. V jakém oboru hospodářství Vaše firma převážně podniká?

- a. Obchod
- b. Služby
- c. Výroba

9. Ve kterém odvětví Vaše firma podniká?

Můžete vybrat více odpovědí.

- a. Zpracovatelský průmysl
- b. Stavebnictví
- c. Informační a komunikační činnosti
- d. Peněžnictví a pojišťovnictví
- e. Výroba a rozvod elektřiny, plynu, tepla a klimatizovaného vzduchu
- f. Zemědělství, lesnictví a rybářství
- g. Zásobování vodou; činnosti související s odpadními vodami, odpady a sanacemi
- h. Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení
- i. Jiné

10. S kým Vaše firma spolupracuje?

Můžete vybrat více odpovědí.

- a. Německo
- b. Rakousko
- c. Švýcarsko
- d. Ostatní země Evropy
- e. Asie
- f. Amerika

11. Mohou se Vaši zaměstnanci účastnit jazykových kurzů na pracovišti?

- a. Ano
- b. Ne

12. Přispívá Vaše firma zaměstnancům na tyto kurzy?

- a. Ano
- b. Ne

13. S kým Vaše firma spolupracuje při hledání nových zaměstnanců?

Můžete vybrat více odpovědí.

- a. Úřad práce
- b. Personální agentura
- c. Hledáme si sami

14. Jaké minimální vzdělání musí mít uchazeč o práci ve Vaší firmě?

- a. Základní
- b. Středoškolské
- c. Vysokoškolské