

Von Business Englisch bis Chinesisch – Sprachlernangebote am österreichischen Markt

Von Bettina Wallbrecht

Wer heute eine Fremdsprache erlernen oder seine Sprachkenntnisse aus der Schulzeit aufpolieren möchte, hat viel mehr Möglichkeiten als noch vor zehn Jahren. Neben Kursen in einer Sprachschule oder in der eigenen Firma, bieten viele klassische Anbieter auch digitale und mobile Kursunterlagen an. Zudem haben sich eine Reihe von Start-ups ganz auf Online- bzw. Mobile-Sprachvermittlung spezialisiert, so haben Lernwillige heute ihren Sprachtrainer in Form ihres Smartphones immer in der Hosentasche dabei. Wer den persönlichen Kontakt zu einem Sprachtrainer bevorzugt, findet ein breites Angebot: Vom klassischen Unterricht daheim in Österreich über das vollständige Eintauchen in die Sprache im Ausland bis zum persönlichen Lerncoach und dem Unterricht im virtuellen Klassenzimmer reicht die Bandbreite, die Interessierten zur Verfügung steht. Über die aktuellen Trends im Sprachenlernen haben wir mit unterschiedlichen Anbietern auf dem österreichischen Markt gesprochen.

Sprachenlernen ist selbstverständlicher geworden

„Der Grundstein für Fremdsprachenkenntnisse wird noch in der Schule gelegt. Hier hat sich in den letzten Jahren in den Schulen viel getan wie zum Beispiel mit Sprachreisen, Schüleraustauschprogrammen und Auslandsschuljahren“, erklärt Michael Landertshammer, Institutsleiter des WIFI Österreich, das mit über 20 Sprachen zu den größten Sprachlehrinstituten Österreichs zählt. Lernende und Unternehmen finden dort berufsbegleitende Kurse, themenspezifische Sprachtrainings, Business-Sprachkurse sowie firmeninterne Trainings und E-Learning-Angebote.

„Die Generationen, die jetzt nachwachsen, lernen mit einer höheren Selbstverständlichkeit eine Zweit- oder Drittsprache“, hat auch Heino Sieberath, Geschäftsführer der Berlitz Austria GmbH, beobachtet. Viele seien es durch Auslandsaufenthalte gewohnt, in Fremdsprachen zu agieren und brächten in der Regel auch bessere Vorkenntnisse mit als es noch vor zehn Jahren der Fall war. Bei Berlitz können Lernende aus mehr als 25 Sprachen auswählen und im Live-Unterricht vor Ort, im virtuellen Klassenraum sowie in E-Learning- und Blended-Learning-Programmen ihre Sprachkenntnisse verbessern.

„Auch aufgrund der Globalisierung werden Sprachen immer wichtiger“, erklärt Sabine Schnorr, Director Deutschland, Österreich und Schweiz bei der Rosetta Stone GmbH, die Sprachtrainings zu 100 Prozent online anbietet. Zudem hätten sowohl Studierende als auch Mitarbeiter in Unternehmen im Englischen bereits ein ganz gutes Fundament und häufig auch den Anspruch, Expertenniveau zu erreichen, so Schnorr. Unterstützung erhalten sie dabei von Rosetta Stone mit Online-Sprachkursen in 30 Sprachen, berufs-, fach- und unternehmensspezifischen Content sowie Online-Einzel- oder Gruppenunterricht mit Sprachlehrern.

Englisch mit Abstand vorne

Die beliebteste Fremdsprache in Österreich ist bei allen befragten Anbietern Englisch. „Es wird sogar mehr als früher nachgefragt, weil es viel stärker im täglichen Gebrauch ist“, berichtet Elisabeth Sekulin-Kosmath, Country Manager Austria, Slovakia, Hungary bei EF. Auch im Beruf werde ab einer

bestimmten Ebene einfach vorausgesetzt, dass man Englisch beherrsche. „Es ist kein Add-On mehr, sondern eine Grundvoraussetzung, auch bei Berufen, bei denen das früher nicht so war.“ Mit EF lernen Teilnehmer eine von sieben angebotenen Fremdsprachen im Sprachunterricht im Ausland.

„Englisch ist im Berufsleben zu einer absoluten Voraussetzung geworden“, unterstreicht auch Michael Landertshammer. „Mehrsprachigkeit gilt als Schlüsselqualifikation von der Sekretärin über den Facharbeiter bis hin zum Management – und zwar nicht nur in internationalen Großkonzernen, sondern auch in Klein- und Mittelbetrieben.“ Die Notwendigkeit von weiteren Sprachen neben dem Englischen werde zwar oftmals eingesehen, führe aber noch viel zu selten dazu, dass etwa südosteuropäische Sprachen auch wirklich erlernt würden. „Harte Geschäftsverhandlungen mit internationalen Gesprächspartnern werden meist auf Englisch geführt. Kenntnisse der Landessprache sind vor allem im atmosphärisch wichtigen Smalltalk von großem Wert“, gibt Landertshammer zu Bedenken.

Französisch nimmt ab, Deutsch als Fremdsprache legt zu

Immerhin werden zum Beispiel beim BFI und bei Berlitz österreichweit Kurse in regionalen Minderheiten- und Nachbarsprachen wie Slowakisch, Slowenisch, Tschechisch und Ungarisch belegt. Auch Türkisch, Russisch und Japanisch fänden wachsenden Zulauf, berichtet Valerie Höllinger, Geschäftsführerin des BFI Wien, wo Lernende zwischen klassischen Abendseminaren, Tagesintensivkursen, Konversationsklassen und speziell auf Berufsgruppen zugeschnittenen Sprachkursen mit Fachvokabular wählen können.

An zweiter Stelle werden bei den meisten Anbietern romanische Sprachen, also Spanisch, Italienisch oder Französisch gebucht, wobei Spanisch etwas zugelegt und Französisch an Nachfrage verloren habe. Auch die Zuwanderung nach Österreich macht sich bemerkbar: eine Reihe von Anbietern verzeichnet starke Zuwächse in der Nachfrage nach Deutsch als Fremdsprache.

Neue Methoden und Herangehensweisen

Gerade bei jüngeren Sprachkursteilnehmern habe sich auch die Art des Unterrichts geändert. Er sei viel interaktiver geworden, so Elisabeth Sekulin-Kosmath. „Die Teilnehmer arbeiten zum Beispiel im Laufe des Auslandsaufenthaltes verschiedene Aufgaben ab, in denen sie ihre Sprachkenntnisse anwenden müssen, und schließen jeden Kurs mit einem gemeinsamen Projekt ab, zum Beispiel mit einem Video oder einem Scrapbook.“

„Während früher die klassische Methode des Lehrbuch-Lernens bevorzugt wurde, werden heute verstärkt Medien im Sprachunterricht eingesetzt“, erklärt Evelin Striegler, Inhaberin des Sprachinstituts WWT World Wide Teaching, das ausschließlich maßgeschneiderte individuelle Sprachtrainings anbietet. Zudem sei früher sehr strukturorientiert gelernt worden, heute liege der Schwerpunkt stärker auf Kommunikation: „Das Motto: keine Angst vor Fehlern, viel sprechen und sich verständlich machen!“

„Wir sehen zu, dass unsere Lerner die Sprache in einer Form lernen, die sie auch im Alltag gebrauchen können, daher auch der starke Fokus auf Kommunikation im virtuellen Klassenraum oder am Telefon“, erklärt Catherine Higginson, Head of Corporate Communications beim Sprachlernanbieter speexx, das einen Mix aus einer Online-Lösung, persönlicher Begleitung durch einen Coach, virtuellem Klassenraum, Telefontraining und klassischem Präsenztraining anbietet.

„In der Vergangenheit stand vielerorts die Vermittlung von Grammatik im Vordergrund des Sprachenlernens. Grammatik ist sehr wichtig. Wer aber nur die Grammatik perfekt beherrscht, kann noch keine Sprache sprechen“, unterstreicht auch Valerie Höllinger. Mit einem Grundwortschatz könne man sich hingegen auch ohne Grammatikregeln verständlich machen – und je größer der Wortschatz, desto besser spreche man auch eine Sprache. „Daher wird bei der Sprachvermittlung ein weit größerer Fokus als früher auf Wortschatz- und Konversationstraining gelegt.“

Digitale Sprachlernunterstützer im Kommen

Gerade im Bereich Wortschatztraining habe sich die Digitalisierung am gravierendsten auf die Gestaltung des Sprachenlernens ausgewirkt, so Höllinger weiter. Habe man früher Vokabeln auf Kärtchen oder in eigene Hefte eingetragen, würden heute von sehr vielen Menschen Software-Vokabeltrainer zur Unterstützung herangezogen. „Digitale Lernmaterialien sind stark im Kommen und werden nicht mehr nur von einer jungen Zielgruppe genutzt“, erklärt auch Michael Landertshammer. Dass Softwarelösungen inzwischen mehr können als nur Vokabeln abfragen, zeigen die Online-Anbieter auf dem Markt: „50 Prozent des Onlinekurses erfolgt mit Spracherkennung, es gibt virtuelle Dialoge, man kann sogar das freie Sprechen und Schreiben trainieren – all das war früher in der Software kaum möglich, aber mittlerweile geht das“, erklärt Sabine Schnorr.

Zudem sind die Online-Angebote jederzeit und an jedem Ort verfügbar: „Lerner möchten nicht mehr warten, bis ihre wöchentliche Unterrichtsstunde stattfindet, sondern jederzeit ihr Smartphone aus der Tasche nehmen und weiterlernen können“, so Catherine Higginson. „Nicht nur beim Lernen müssen sich innovative Plattformen heute an die veränderten Lebens- und Nutzungsgewohnheiten der Menschen anpassen“, bekräftigt Martin Schlichte, CEO und Gründer von Lecturio, einer E-Learning-Plattform, die Video-basierte Kurse etwa in Business Englisch oder Englisch für Juristen anbietet. Mit dem Smartphone als ständigem Begleiter und Apps, die auch offline funktionieren, werde nicht nur das Sofa zu Hause, sondern auch jedes Wartezimmer, Zugabteil oder Flugzeug zum persönlichen Seminarraum, so Schlichte.

„Gerade für Berufstätige wird es so einfach, das Lernen in ihren Alltag zu integrieren, erklärt Christian Hillemeier, Director of PR and Internal Communications beim Online-Lerndienst Babbel, der ursprünglich als Vokabeltrainer gestartet war. Via Webzugang im Browser oder mobil per Smartphone und Tablet werden bei Babbel sowohl Vokabeltraining und Grammatik als auch Aussprache in 14 Sprachen abgedeckt. „Im Fokus steht grundsätzlich, den Lerner schnellstmöglich zu befähigen, erste Gespräche in seiner Wahlsprache zu führen. Das bringt Erfolgserlebnisse, die extrem wichtig sind, um die Motivation dauerhaft aufrecht zu erhalten.“

Knackpunkt Motivation

Auf kleine Lerneinheiten in insgesamt zwölf Sprachen, spielerische Elemente und eine weltweite Sprachlern-Community setzt zudem die Sprachlern-App Busuu, um Lerner zu motivieren. „Nutzer sammeln beim Bearbeiten von Übungen Punkte und können sich mit anderen Lernern vergleichen“, erklärt der aus Österreich stammende Mitgründer Bernhard Niesner. „Eine Sprache ist komplex und kann nicht in wenigen Stunden gelernt werden. Den Sprachtrainer quasi immer in der Hosentasche zu haben, ist da schon sehr hilfreich.“ Über Push-Notifications auf dem Smartphone oder die Kommunikation mit Muttersprachlern, die zu geschriebenen Texten des Lerners Feedback geben, werden die Nutzer motiviert, am Ball zu bleiben. „Wir beschäftigen uns sehr ausgiebig mit dem

Thema Motivation, weil fehlende Motivation einer der Hauptgründe ist, mit dem Sprachenlernen aufzuhören“, so Niesner.

„Neue Technologien leisten einen großen Beitrag dazu, den Lerner motiviert zu halten“, bekräftigt Christian Hillemeier. „Wenn ich eine Woche jeden Tag sechs Stunden lerne, danach aber wieder in meinen Berufsalltag zurückkehre, ist das ermüdend. Wenn jemand mit dem Joggen anfangen möchte, läuft er ja auch nicht am ersten Tag einen Marathon.“ Das Lernen müsse Stück für Stück zum Teil des täglichen Lebens werden. „Und das schafft man am besten, wenn man die Kurse per App immer dabei hat und auch mit wenig Zeit sinnvoll lernen kann.“ Bei Rosetta Stone übernimmt auf Wunsch ein persönlicher Lerncoach die Motivation. „Das ist mein persönlicher Begleiter, der mich anruft und motiviert, mir Reminder schickt und mit mir meine Lernziele bespricht“, so Sabine Schnorr. Kunden könnten die Art der Unterstützung, die sie benötigen, selbst bzw. für ihre Mitarbeiter bestimmen.

Interkulturelles Know-how als Zugabe

Wer eine Fremdsprache lernt, um sich für Verhandlungen mit internationalen Geschäftspartnern, eine Auslandsentsendung oder die Leitung eines internationalen Teams fit zu machen, braucht dafür mehr als nur reine Sprachkenntnisse. „Das Erlernen jeder Sprache ist untrennbar mit der Vermittlung von kulturellem Wissen verbunden“, so Evelin Striegler. Deswegen werde bei WWT in jedem Sprachkurs auch Landeskunde vermittelt. Gerade bei Sprachen wie Arabisch oder Chinesisch seien interkulturelles Wissen, Umgangsformen oder andere Länderspezifika von größter Bedeutung, insbesondere für Mitarbeiter, die ins Ausland entsendet werden.

„Wir besprechen mit unseren Kunden immer vorab, welche Themen interessant für die Lerner sind, und stellen auch angepasste Kurse zusammen, die einer bestimmten Industrie, Abteilung oder Position entsprechen. Das ginge auch im Falle eines Mitarbeiters, der ins Ausland ziehen soll oder ein internationales Team führen wird“, so Catherine Higginson. Aus erster Hand und quasi automatisch erwerbe man solche Kenntnisse, wenn man die Sprache für eine gewisse Zeit im Ausland erlerne, so Elisabeth Sekulin-Kosmath. Interkulturelles Wissen, Umgangsformen und Länderspezifika würden beim BFI vor allem durch die Lehrenden, größtenteils Native Speaker, vermittelt, so Valerie Höllinger. „Sie können den Studierenden einen Einblick aus erster Hand liefern und sehr detailliert auf die kleinen aber feinen Unterschiede der diversen Länder eingehen.“ Es gehe darum, die Sprache kulturell angemessen einzusetzen, erklärt Michael Landertshammer. „Denn auch wenn im internationalen Geschäftsverkehr vorwiegend Englisch gesprochen wird, kommunizieren die Gesprächspartner jeweils in den Kommunikations-Codes ihrer Kultur“, so der Geschäftsführer des WIFI Österreich.

Video-Chats mit Muttersprachlern würden von den Lernenden bei Busuu gerne genutzt, um landesspezifische Themen zu besprechen, berichtet Bernhard Niesner. Bei Babbel würden kulturelle Besonderheiten wie die richtige Begrüßung in Frankreich oder besondere Unterschiede zwischen Spanien und Lateinamerika als Teil des Sprachunterrichts vermittelt, so Christian Hillemeier.

Spezielle interkulturelle Kurse bietet Rosetta Stone in Kooperation mit Aperian™ Global an. Bei Berlitz können Kunden spezielle Trainings belegen, zum Beispiel zu Führungstechniken, die in Bezug auf internationales Arbeiten auf Englisch unterrichtet würden. Auch bei Lecturio gibt es verschiedene Kurse, die speziell für Mitarbeiter im Auslandseinsatz oder im internationalen Vertrieb konzipiert

wurden. „Das Angebot reicht dabei von interkulturellen Softskills und Kommunikationstrainings bis hin zu Besonderheiten, die bei internationalen Projektteams zu beachten sind“, so Martin Schlichte.

Löst digital bald den Face-to-Face-Unterricht ab?

Die sehr günstigen reinen Online-Angebote auf dem Markt seien aus seiner Sicht eher „nice to have“, sagt Heino Sieberath: Man könne damit spielerisch und mit Spaß Vokabeln, aber nicht richtig eine Sprache lernen. „Struktur und Grammatik fehlen oft, zudem brauchen Lerner eine enorm hohe Eigenmotivation“, so der Geschäftsführer von Berlitz Austria. Auch Valerie Höllinger, Geschäftsführerin des BFI Wien, sieht aktuell noch keine gravierende Verschiebung von den klassischen Face-to-Face-Kursen in Richtung Online-Angebote. Es seien gerade die direkte Interaktion zwischen Lehrenden und Schülern sowie die individuelle Abstimmung auf die Bedürfnisse der Einzelnen, die den Lernerfolg maßgeblich förderten. Diese könnten derzeit noch nicht gänzlich durch neue Technologien ersetzt werden. Mittelfristig würden aber vor allem Videokonferenzen, Videochat und Social Media die Interaktion zwischen Lehrenden und Schülern ortsunabhängiger machen und somit auch das Thema individuelles Sprachtraining bis zu einem gewissen Grad revolutionieren, so Höllinger. „Die Face-to-Face-Kurse werden keinesfalls an Bedeutung verlieren, sondern durch digitale Medien bereichert und interessanter gemacht“, erklärt Evelin Striegler, Inhaberin von WWT. Online-Angebote würden eher unterstützend genutzt, meint auch Elisabeth Sekulin-Kosmath, Country Manager Austria, Slovakia, Hungary von EF, und das häufig auch nicht regelmäßig. Für das Sprachenlernen sei es besser, vor Ort oder mit Native Speakern zu lernen, weil Lerner zusätzlich zur Spracherwerb auch internationale Kontakte knüpfen könnten.

„Aus meiner Sicht geht der Trend eindeutig in Richtung Online-Lernen: Online ist nicht nur die Zukunft, sondern auch die Gegenwart“, so Sabine Schnorr, Director Deutschland, Österreich und Schweiz bei Rosetta Stone. „Das schließt für mich Verlagerung von Präsenztrainings in den virtuellen Klassenraum mit ein.“ Gerade in Unternehmen, in denen Mitarbeiter oft unterwegs seien, gebe es häufig auch gar keine Räume mehr, in denen Sprachtrainings stattfinden könnten. „Der Arbeitsplatz wird immer flexibler – virtuelle Meetings, Home Office, Dienstreisen – da muss die Weiterbildung mithalten können und genauso flexibel gestaltet werden“, gibt Catherine Higginson, Head of Corporate Communications bei speexx, zu Bedenken. Ihr Unternehmen nehme einen steigenden Bedarf an Cloud-basierten Lösungen wahr, die sich in jedes HRM-System einbinden lassen und Lernern eine flexible Lernmethode bieten. Der Präsenzunterricht habe zudem gegenüber Onlinekursen den Nachteil, dass er den Personalteams nicht die von der Geschäftsleitung geforderten Zahlen, Fakten und ROI liefern könne, so Higginson.

Busuu-Mitgründer Bernhard Niesner sagt große Verschiebungen im Markt voraus. Wenn man den Markt des Fremdsprachlernens mit einem Digitalanteil von rund vier Prozent etwa mit der Travel Industry vergleiche, in der Flug- und Reisebuchungen schon fast zu 90 Prozent digital erfolgten, gebe es da noch viel Luft nach oben. „Dennoch ist empirisch bewiesen, dass Blended Learning – also die Kombination von Offline- und Online-Lernen – der effizienteste Weg ist, eine Sprache zu lernen.“ „Wir beobachten schon seit Längerem den Trend, dass sich die betriebliche Weiterbildung immer mehr in Richtung digital unterstützte Lernprogramme verschiebt“, so Martin Schlichte, Gründer von Lecturio. Neben reinen E-Learning-Lösungen fänden immer mehr Blended-Learning-Angebote Einsatz. „Neue Technologien bieten natürlich immer Potenzial zur Weiterentwicklung und spannende Innovationen.“ Wie hoch die Akzeptanz solcher Tools in der betrieblichen Weiterbildung ausfalle, werde sich allerdings erst noch beweisen müssen, so Schlichte. „Wearables oder das Internet der

Dinge werden in Zukunft große Rollen spielen“, nennt Christian Hillemeier, Director of PR and Internal Communications bei Babbel, ein Beispiel für neue Technologien im Lernbereich. Die neuen Smartwatches böten spannende Einsatzmöglichkeiten etwa für situations- und ortsbezogenes Lernen.

Der Lerner im Zentrum

„Jeder Mensch und jeder Mitarbeiter ist ein Individuum und hat seine ganz spezifischen Fähigkeiten, Interessen und Bedürfnisse“, so Evelin Striegler. Das Lernprogramm individuell auszurichten, werde im Hinblick auf die stärkere Effizienz zukünftig sogar noch an Bedeutung gewinnen. Bestätigt wird dieser Trend durch die flexiblen Anpassungsmöglichkeiten der Sprachtrainings der befragten Anbieter, bei den klassischen wie bei den Online-Angeboten.

Hinsichtlich der Individualität könne Lerntechnologie den Prozess des Sprachenlernens dramatisch verbessern, unterstreicht Bernhard Niesner: „Mit Adaptive Learning werden die einzelnen Datenpunkte eines jeden Nutzers ständig gemessen und gespeichert, sodass man ihm einen komplett individualisierten Kurs anbieten kann. Dies geschieht auf Basis seines Levels, des Zieles, für das er seine Sprachkenntnisse verbessern möchte, persönlichen Interessen, seines Fachgebiets und der individuellen Stärken und Schwächen, die aus seiner Learning History hervorgehen.“ Diese Möglichkeiten würden im Weiterbildungsbereich stark diskutiert, auch in Abwägung zum Thema Datenschutz, welcher besonders im betrieblichen Kontext eine wichtige Rolle spiele.

„Die Tendenz beim Sprachenlernen geht klar zu immer stärkerer Selbstbestimmtheit und Flexibilität des Lernalters“, bekräftigt Christian Hillemeier. „Dennoch ist und bleibt es essenziell, Technologien mit einer ausgereiften Lernmethodik und guten Kursinhalten zu verbinden. Das eine ist ohne das andere nicht möglich.“

Fazit:

Welches Angebot zu einem Lerner oder den Mitarbeitern eines Unternehmens am besten passt, entscheidet sich sicherlich an vielen Aspekten – vorhandenes und angestrebtes Sprachlevel, finanzielle und Zeitressourcen, um nur einige zu nennen – und jede Methode, ob Online, Face-to-Face oder im Blended Learning-Mix, bietet jeweils ihre Vorteile. In jedem Fall können Unternehmen und private Lerner heute aus einem großen Angebot wählen und sich ein genau passendes Sprachlernprogramm zusammenstellen.