

Arbeitsmarkt *news* Mercato del lavoro

Beobachtungsstelle
für den Arbeitsmarkt

Osservatorio del
mercato del lavoro

www.provinz.bz.it/arbeit
www.provincia.bz.it/lavoro

3/2010
März/marzo

mit Daten November 2009
con dati novembre 2009

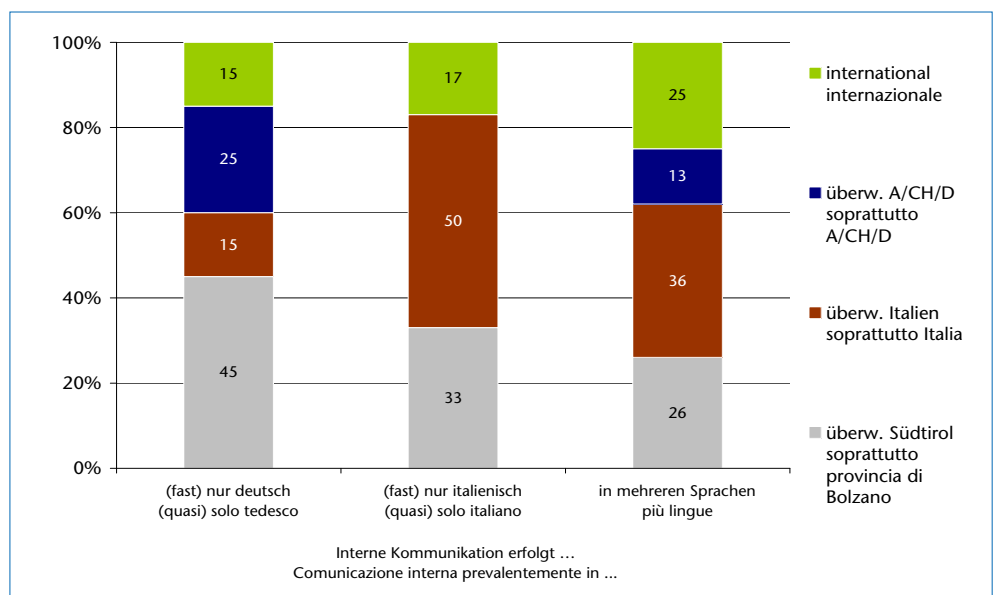
Sprachkompetenzen am Südtiroler Arbeitsmarkt

Durch die zunehmende Globalisierung der Märkte wird die Zwei- bzw. Mehrsprachigkeit immer mehr zu einem bedeutenden Wettbewerbsfaktor. Südtirol besitzt dabei durch seine Lage als Schnittstelle zweier Sprachkulturen einen wichtigen Vorteil, den es aber auch zu nutzen gilt. Eine Befragung von 84 Unternehmen und 490 Mitarbeitern im Tourismus, im verarbeitenden Gewerbe und im Handel hat dabei interessante Ergebnisse hervorgebracht und belegt zum einen den wachsenden Stellenwert der Sprachkompetenzen für die Unternehmen und die Beschäftigten und zeigt zum anderen auf, dass das Sprachenlernen in Südtirol in der Ausbildung und im Berufsleben noch gezielter unterstützt werden muss, damit sich die Mehrsprachigkeit als strategischer Wettbewerbsvorteil etablieren kann.

Competenze linguistiche sul mercato del lavoro in provincia di Bolzano

Nella crescente globalizzazione dei mercati il bi- e plurilinguismo diventano sempre più un fattore di competitività. La provincia di Bolzano, per la sua posizione fra due culture linguistiche differenti ha in questo senso un importante vantaggio che va però sfruttato. Un'indagine svoltasi presso 84 aziende e 490 lavoratori nei settori del turismo, delle attività manifatturiere e del commercio, ha prodotto risultati interessanti e mostra da un lato il ruolo crescente delle competenze linguistiche per le ditte e gli occupati e dall'altro che in provincia di Bolzano lo studio delle lingue, sia nella formazione che nella vita lavorativa, deve essere sostenuto in modo ancor più mirato, così che la competenza linguistica possa diventare un punto di forza strategico.

Hauptmärkte der Betriebe – Mercati principali delle aziende
Unterscheidung nach vorwiegender Sprache der internen Kommunikation
Analisi per lingua prevalente di comunicazione interna



Die Zuordnung zu einem Hauptmarkt erfolgt, wenn mehr als 90% des Umsatzes im jeweiligen Markt erzielt wird, die Zuordnung zu einer Sprache, wenn mehr als 95% der internen Kommunikation in dieser Sprache erfolgt.

Quelle: Studie "Sprachkompetenzen am Südtiroler Arbeitsmarkt"

L'attribuzione a un mercato principale avviene quando più del 90% del fatturato viene realizzato nel rispettivo mercato, l'attribuzione a un'unica lingua quando oltre il 95% delle comunicazioni interne si realizza in questa lingua.

Fonte: Studio "Competenze linguistiche sul mercato del lavoro in Alto Adige"



Abteilung Arbeit
Autonome Provinz Bozen - Südtirol
Ripartizione Lavoro
Provincia Autonoma di Bolzano - Alto Adige

Eine gute Kenntnis der beiden großen Landessprachen Deutsch und Italienisch bildet inzwischen eine selbstverständliche Basiskompetenz. Ihre angemessene Beherrschung eröffnet für den lokalen Arbeitsmarkt den Arbeitskräften einen Alleinstellungsvorteil, also einen Wettbewerbsvorteil gegenüber einem einsprachigen gesamtstaatlichen Arbeitsmarkt, wo die Konkurrenz um die freien Stellen umso härter ist. Immer deutlicher wird aber auch, dass diese Basiskompetenz durch die Aneignung zumindest einer europäischen oder internationalen Fremdsprache zu erweitern ist, um den Anforderungen der Unternehmen zu genügen. Insbesondere scheint sich Englisch als *lingua franca* in der internationalen Kommunikation auch in der heimischen Produktionswelt zu etablieren, die inzwischen vermehrt neue Marktchancen auch außerhalb der Landesgrenzen sucht.

Una buona conoscenza di entrambe le lingue tedesco ed italiano è diventata nel frattempo una competenza base considerata ovvia. La sua adeguata padronanza apre ai lavoratori per il mercato del lavoro locale un vantaggio esclusivo, che risulta essere un vantaggio competitivo rispetto ad un mercato del lavoro nazionale monolingue, dove la concorrenza per i posti liberi risulta tanto più dura. Ma sempre più chiaro diventa anche, che, per soddisfare le esigenze delle aziende, questa competenza di base deve essere allargata attraverso la conoscenza di almeno una delle lingue straniere europee o internazionali. In particolare l'inglese come lingua franca nella comunicazione internazionale gioca un ruolo sempre maggiore nelle imprese locali, che cercano sempre più spesso nuovi mercati fuori provincia.

Aus den verschiedenen Aspekten, die die Interviews beleuchtet haben, sind u. a. die Erkenntnisse zur Entwicklung des Sprachgebrauchs in den Unternehmen, zu den Möglichkeiten des Sprachenlernens in den Betrieben, zum Bedarf der Unternehmen, zu den Beschäftigungschancen der Stellenbewerber und zum gesellschaftlichen Umfeld erwähnenswert.

Fra i diversi aspetti che lo studio ha indagato, si trovano lo sviluppo dell'uso delle lingue nelle imprese, le possibilità di studiare le lingue in azienda, il fabbisogno stesso delle imprese, la possibilità d'occupazione dei candidati in cerca di lavoro, fino ad arrivare al ruolo svolto dalle lingue nel contesto sociale circostante.

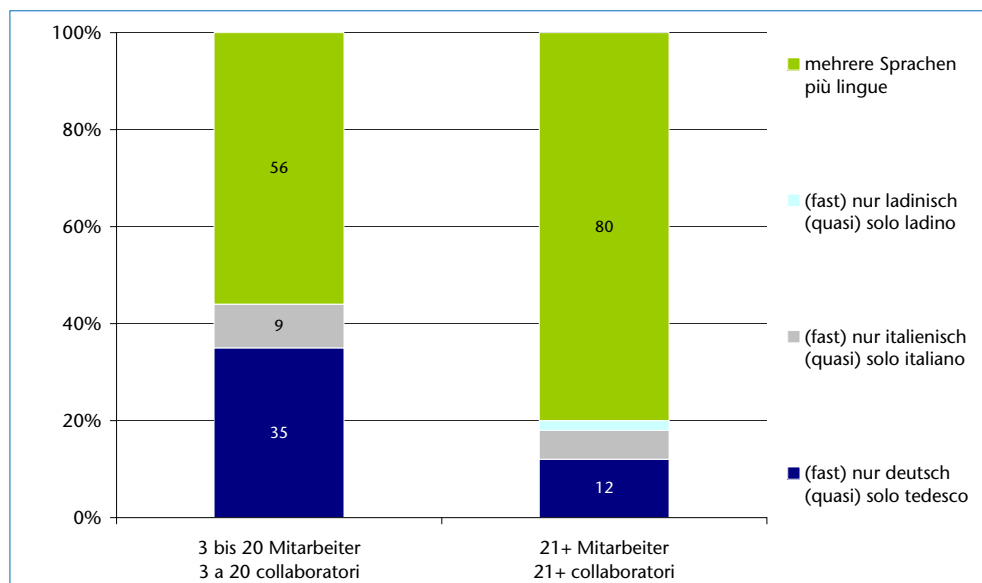
Der Sprachgebrauch wird vielfältiger

Si moltiplicano le sfaccettature dell'uso delle lingue

Vor allem in Betrieben mit mehr als 20 Mitarbeitern überwiegt mittlerweile intern die

Soprattutto nelle aziende con più di 20 dipendenti prevalgono oggi modalità di

Überwiegende Kommunikationssprachen im Betrieb
Lingue prevalenti di comunicazione in azienda
Unterscheidung nach Betriebsgröße – Analisi per dimensione dell'azienda



Die Zuordnung zu einer Sprache erfolgt, wenn mehr als 95% der internen Kommunikation in dieser Sprache geschieht.

L'attribuzione a un'unica lingua avviene, quando oltre il 95% delle comunicazioni interne si realizza in questa lingua.

Quelle: Studie "Sprachkompetenzen am Südtiroler Arbeitsmarkt"

Fonte: Studio "Competenze linguistiche sul mercato del lavoro in Alto Adige"



mehrsprachige Kommunikation. Die Kommunikations-sprache hängt jedoch nach wie vor stark mit bestimmten Faktoren zusammen wie dem Sprachgruppenanteil der Gemeinde, in der der Betrieb angesiedelt ist, der Erstsprache der Mitarbeiter und dem Absatzmarkt.

Der deutsche Dialekt ist die vorwiegende Kommunikations-sprache

In Kleinbetrieben überwiegt Deutsch deutlich als Kommunikations-sprache, vor allem in den ländlichen Gemeinden, wo der deutsche Sprachgruppenanteil sehr hoch ist und zugleich Deutsch auch vorwiegend die Erstsprache der Mitarbeiter darstellt. Dabei wird vor allem der Südtiroler Dialekt verwendet. Die Mitarbeiter messen den Dialektkenntnissen eine bestimmte Bedeutung für die aktuelle Arbeitsstelle und auch für die Karriere zu. Mitarbeiter mit italienischer Erstsprache halten sowohl ihre deutschen Dialektkenntnisse und vor allem die Beherrschung der deutschen Hochsprache für unzureichend, solche mit ladinischer Erstsprache betrachten ihre Kenntnis der deutschen Hochsprache als mangelhaft.

Unterschiedliche Voraussetzungen für das Sprachenlernen im Betrieb

Wer Deutsch als Erstsprache hat, sieht kaum einen Bedarf zur Verbesserung der Beherrschung des Hochdeutschen. Das Bewusstsein, dass die Pflege der Hochsprache seitens der

kommunikation interna multilingue. La lingua usata nella comunicazione continua tuttavia a dipendere notevolmente da determinati fattori, tra cui l'appartenenza linguistica prevalente nel comune nel quale opera l'azienda, la lingua madre dei dipendenti e quella usata nel mercato di riferimento.

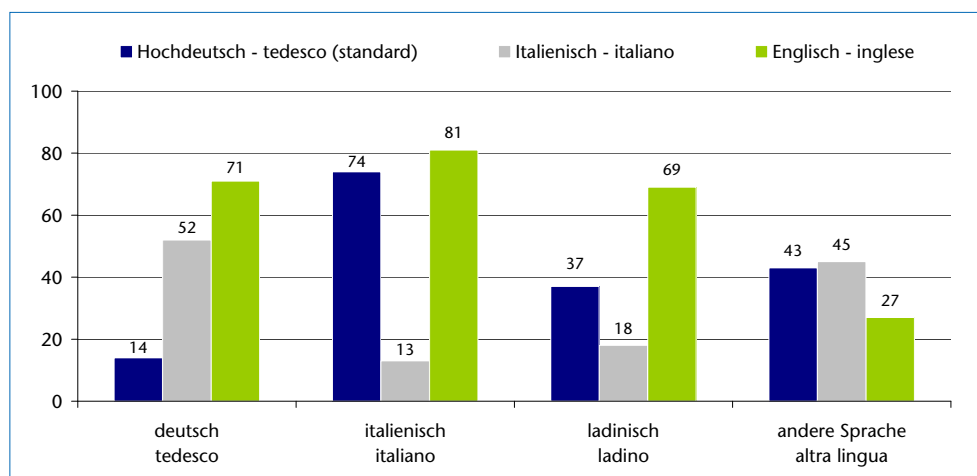
Nella comunicazione prevale il dialetto tedesco

Nelle piccole aziende prevale la comunicazione in lingua tedesca, soprattutto nei comuni rurali, dove il gruppo linguistico tedesco è molto consistente e il tedesco rappresenta in prevalenza la prima lingua dei dipendenti, i quali utilizzano soprattutto la forma dialettale altoatesina. I dipendenti attribuiscono alla conoscenza del dialetto una certa importanza in relazione al proprio posto di lavoro e anche ai fini della carriera. I dipendenti di madrelingua italiana ritengono insufficienti sia la propria conoscenza del dialetto tedesco che del cosiddetto "Hochdeutsch", e quelli la cui prima lingua è il ladino considerano carente la propria conoscenza del tedesco standard.

Requisiti diversi per l'apprendimento delle lingue in azienda

Le persone di madrelingua tedesca non ritengono necessario migliorare la propria padronanza dello "Hochdeutsch". Non sembra quindi diffusa la consapevolezza del fatto che

Sprachkenntnisse für diese Arbeit – Unterscheidung nach Erstsprache der Mitarbeiter Importanza kompetenze linguistiche per attuale lavoro – Analisi per prima lingua



Unzureichende Beurteilung der Kompetenzen in unterschiedlichen Sprachen für die derzeitige Beschäftigung, nach Erstsprache der Mitarbeiter aus Sicht der Mitarbeiter. Angaben bezogen nur auf jene Personen, welche die jeweilige Sprache tatsächlich verwenden.

Quelle: Studie "Sprachkompetenzen am Südtiroler Arbeitsmarkt"

Valutazioni insufficienti delle competenze in diverse lingue ai fini dell'attuale occupazione, distinte per lingua madre, dal punto di vista dei dipendenti. Dichiarazioni riferite solo a quelle persone che utilizzano effettivamente la lingua considerata.

Fonte: Studio "Competenze linguistiche sul mercato del lavoro in Alto Adige"

deutschsprachigen Südtiroler dazu beitragen kann, den italienischsprachigen Arbeitskolleginnen und -kollegen die Aneignung der deutschen Sprache zu erleichtern, scheint also nicht recht Fuß zu fassen. Das Lernen der italienischen Sprache am Arbeitsplatz fällt offenbar sowohl deutschsprachigen Arbeitnehmer als auch solchen mit einer Fremdsprache als Muttersprache leichter.

Die Marktorientierung funktioniert in der Privatwirtschaft als effizientes Anreizsystem für die Zwei- und Mehrsprachigkeit

Was im öffentlichen Dienst die Zweisprachigkeit als normative Zugangsvoraussetzung vorangetrieben hat, bewirkt in der Privatwirtschaft die Notwendigkeit für die Unternehmen, sich auf die potentiellen Kunden auszurichten. Der hohe Stellenwert der Kenntnis von Deutsch und Italienisch für die Einstellung von Mitarbeiter macht deutlich, dass die Sprachkenntnisse eine Zugangsvoraussetzung für die Eingliederung ins Arbeitsleben sind. Dies gilt insbesondere für jene betrieblichen Funktionen, wo die Mitarbeiter ständigen Kundenkontakt haben, sowie für Leitungsaufgaben.

Nur wer sich ausschließlich am lokalen Arbeitsmarkt orientiert, kann mit beschränkten Sprachkenntnissen einigermaßen zurecht kommen. Es wird aber immer deutlicher, dass für Betriebe mit weiter gefassten Marktambitionen künftig zumindest eine weitere europäische Sprache zum Standard der Ausbildung gehört. So sind Englischkenntnisse ab einem bestimmten Ausbildungsniveau bzw. aufgrund der spezifischen Erfordernisse auch auf der Ebene der Fachkräfte unbedingt erforderlich.

Stellenbewerber ohne entsprechende Sprachkenntnisse riskieren eine negative Antwort

Ein Fünftel bis zu einem guten Drittel der Bewerber für offene Stellen sind in den befragten Unternehmen bei den letzten Personaleinstellungen wegen mangelnder Sprachkenntnisse abgelehnt worden. Insbesondere in Geschäftsbereichen mit direktem Kundenkontakt sind entsprechende Sprachkenntnisse ein Muss, und zwar nicht nur für die Ebene der Geschäftsleitung oder das mittlere Management: Wer sich für Stellen in der Verwaltung, im Sekretariat, an der Rezeption oder in Marketing und Verkauf bewirbt, bringt offenbar bislang nur teilweise entsprechende Voraussetzungen mit. Damit wird

se gli altoatesini usassero con più attenzione la lingua standard potrebbero agevolare ai loro colleghi di lingua italiana l'apprendimento del tedesco. L'apprendimento dell'italiano sul posto di lavoro sembra invece risultare più facile sia per i lavoratori di lingua tedesca che per quelli di madrelingua straniera.

L'orientamento al mercato agisce, nell'economia privata, come efficiente sistema incentivante al bilinguismo e al multilinguismo

Ciò che nel pubblico impiego ha accelerato l'introduzione del bilinguismo quale requisito formale indispensabile per l'accesso, viene sospinto nell'economia privata dalla necessità per le imprese di orientarsi alla clientela potenziale. La notevole importanza della conoscenza del tedesco e dell'italiano ai fini dell'assunzione di collaboratori rende evidente che le competenze linguistiche rappresentano un requisito essenziale per l'inserimento nel mondo del lavoro. Ciò vale in particolare per le mansioni aziendali che richiedono ai dipendenti continui contatti con la clientela e per le funzioni dirigenziali.

Solo chi fa esclusivo riferimento al mercato del lavoro locale può pensare di potersi accontentare di limitate conoscenze linguistiche. Risulta però sempre più evidente che per le aziende con ambiziose prospettive in termini di espansione sul mercato sarà sempre più importante fare in modo che la padronanza di un'ulteriore lingua straniera entri a far parte dei propri standard formativi. Ad esempio, a partire da un certo livello d'istruzione o sulla base di specifiche esigenze, la conoscenza dell'inglese è ora indispensabile anche per gli operatori tecnici.

Chi aspira a un posto di lavoro senza avere adeguate competenze linguistiche rischia di sentirsi opporre un rifiuto

Una percentuale compresa tra un quinto e un terzo di coloro che si sono candidati alla copertura di un posto vacante in occasione delle ultime assunzioni nelle aziende interpellate, è stata respinta per mancanza di adeguate competenze linguistiche. In particolare in ambiti professionali in cui si è a diretto contatto con la clientela, le competenze linguistiche sono un imperativo non solo a livello dirigenziale o intermedio: a quanto pare, attualmente, chi aspira ad un'assunzione in ambito amministrativo, in segreteria, alla reception o nel campo del marketing e delle vendite, solo in parte è in possesso di adeguati requisiti. È quindi evi-

klar, dass im Ausbildungsbereich diesbezüglich noch Nachholbedarf besteht.

Das Freizeitverhalten ist deutlich nach der Erstsprache segmentiert

Ein entscheidender Faktor für die Schwierigkeiten bei der Aneignung von Deutsch und Italienisch für Arbeitnehmer mit der jeweils anderen Erstsprache liegt in dem Umstand, dass die Freizeit zu wenig genutzt wird, um einen lebendigen Kontakt mit der Zweitsprache zu suchen. Nur wenige italienischsprachige Arbeitnehmer schalten häufig deutschsprachige Radio- oder Fernsehsender ein oder lesen deutschsprachige Zeitungen oder Zeitschriften bzw. finden regelmäßig Gelegenheit, Deutsch zu sprechen. Etwas häufiger hingegen nutzen deutschsprachige Arbeitnehmer italienischsprachige Medien, sie kommunizieren auch deutlich öfter auf Italienisch.

Es besteht Handlungsbedarf auf vielen Ebenen

Die Studie belegt zum einen den wachsenden Stellenwert der Sprachkompetenzen und zeigt zum anderen auf, dass das Sprachenlernen in Südtirol in der Ausbildung und im Berufsleben noch gezielter unterstützt werden muss, damit sich die Mehrsprachigkeit als strategischer Wettbewerbsvorteil etablieren kann. Eine gute Kenntnis der beiden großen Landessprachen Deutsch und Italienisch bildet inzwischen eine selbstverständliche Basiskompetenz. Ihre angemessene Beherrschung eröffnet für den lokalen Arbeitsmarkt den Arbeitkräften einen Alleinstellungsvorteil, also einen Wettbewerbsvorteil gegenüber einem einsprachigen gesamtstaatlichen Arbeitsmarkt, wo die Konkurrenz um die freien Stellen umso härter ist. Immer deutlicher wird aber auch, dass diese Basiskompetenz durch die Aneignung zumindest einer europäischen oder internationalen Fremdsprache zu erweitern ist, um den Anforderungen der Unternehmen zu genügen. Insbesondere scheint sich Englisch als lingua franca in der internationalen Kommunikation auch in der heimischen Produktionswelt zu etablieren.

Anmerkungen:

Die Studie „Sprachkompetenzen am Südtiroler Arbeitsmarkt“ wurde im Auftrag der Landesabteilung Arbeit vom Arbeitsförderungsinstitut AFI-IPL in Zusammenarbeit mit apollis Sozialforschung und dem Sprachenzentrum alpha&beta durchgeführt. Die detaillierten Ergebnisse sind unter www.provinz.bz.it/arbeit/ in der Rubrik Publikationen einsehbar.

dente che nel campo dell'istruzione è ancora necessario colmare delle lacune al riguardo.

L'uso del tempo libero presenta una chiara segmentazione basata sulla lingua madre

Un fattore determinante in relazione alle difficoltà che i lavoratori di madrelingua italiana incontrano nell'apprendere il tedesco e quelli tedeschi nell'apprendere l'italiano risiede nel fatto che il tempo libero troppo raramente viene utilizzato per cercare un contatto attivo con l'altra lingua. Solo pochi lavoratori di lingua italiana ascoltano frequentemente programmi radiofonici o televisivi in lingua tedesca o leggono quotidiani o riviste in tedesco o hanno spesso occasione di parlare tedesco. Invece i lavoratori di madrelingua tedesca si servono un po' più spesso dei media di lingua italiana e comunicano molto più frequentemente in italiano.

È necessario intervenire a vari livelli

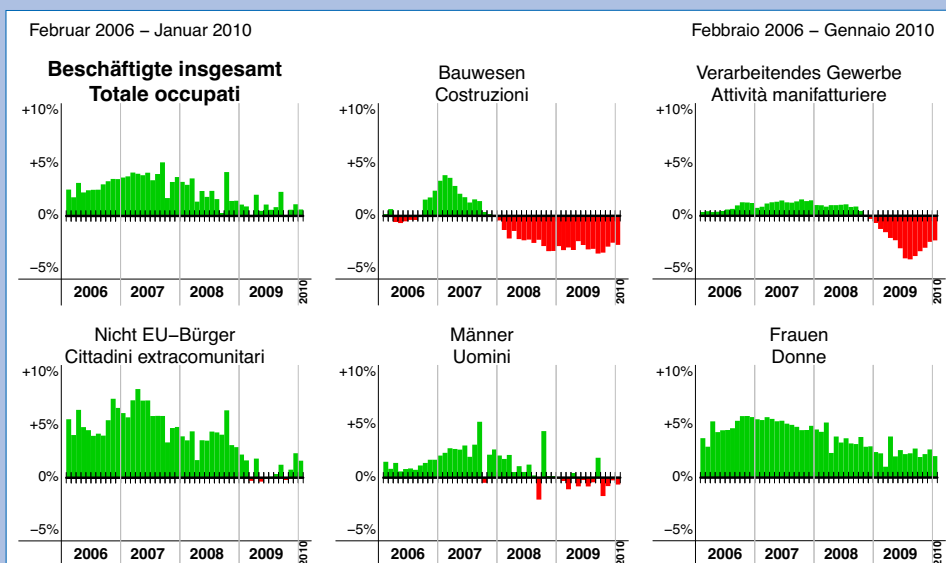
Lo studio esplorativo dimostra da un lato la crescente importanza attribuita alle competenze linguistiche e spiega d'altro canto come lo studio delle lingue in provincia di Bolzano debba essere incentivato in maniera ancora più mirata nel campo dell'istruzione e nel mondo del lavoro, in modo da sottolineare l'importanza del multilinguismo in quanto fattore strategico di competitività. Una buona conoscenza delle due principali lingue in uso in provincia, tedesco e italiano, costituisce oggi una competenza di base obbligatoria. Risulta però sempre più evidente il fatto che per soddisfare le esigenze delle imprese, questa competenza di base deve essere integrata con l'apprendimento quantomeno di un'altra lingua europea o extraeuropea. In particolare, l'inglese sembra essersi ormai consolidato come lingua franca di comunicazione internazionale anche nel mondo produttivo locale.

Annotazioni:

Lo studio „Competenze linguistiche sul mercato del lavoro in Alto Adige“ è stato realizzato su incarico della Ripartizione provinciale lavoro dall'Istituto per la Promozione dei Lavoratori IPL-AFI in collaborazione con il centro di ricerca sociale apollis e il centro linguistico alpha&beta. I risultati sono consultabili all'indirizzo www.provincia.bz.it/lavoro nella rubrica pubblicazioni.

Unselbständig Beschäftigte Occupati dipendenti				
	Männer Uomini	Frauen Donne	Gesamt Totale	
Beschäftigte insgesamt	97 470	85 402	182 871	Totale occupati
Veränderung zum Vorjahr	-760	+1 882	+1 123	Variatione rispetto anno prec.
	-0,8%	+2,3%	+0,6%	
Staatsbürgerschaft				Cittadinanza
Italien	85 561	75 742	161 303	Italiana
EU15	1 768	1 661	3 428	UE15
Neue EU-Länder	3 221	3 208	6 429	Nuovi Paesi comunitari
Andere Länder	6 920	4 791	11 711	Altri Paesi
Wirtschaftssektor				Settore economico
Landwirtschaft	3 962	1 985	5 948	Agricoltura
Verarbeitendes Gewerbe	23 465	6 106	29 571	Attività manifatturiere
Bauwesen	15 444	1 200	16 645	Costruzioni
Handel	13 957	12 852	26 809	Commercio
Hotel und Restaurants	5 690	8 660	14 350	Alberghi e ristorazione
Öffentlicher Sektor	17 284	36 314	53 599	Settore pubblico
<i>davon private Unternehmen</i>	1 252	4 430	5 682	<i>di cui imprese private</i>
Andere Dienstleistungen	17 667	18 283	35 950	Altri servizi

Prozentuelle Veränderung zum Vorjahr, für einige ausgewählte Gruppen
Variatione percentuale rispetto anno precedente, per alcuni aggregati



Arbeitslose Disoccupati				
	Männer Uomini	Frauen Donne	Gesamt Totale	
Arbeitslose insgesamt	5 062	6 059	11 121	Totale disoccupati
Veränderung zum Vorjahr	+1 523	+1 181	+2 704	Variatione rispetto anno prec.
	+43,0%	+24,2%	+32,1%	
Zugänge im Monat	1 377	2 201	3 578	Entrate durante il mese
Abgänge im Monat	664	889	1 553	Cessazioni durante il mese
Eintragungsdauer				Durata d'iscrizione
<3 Monate	2 289	3 496	5 785	<3 mesi
3-12 Monate	1 688	1 625	3 313	3-12 mesi
1 Jahr oder länger	1 085	938	2 023	1 anno o più
Davon				Di cui
Behinderte (G. 68/1999)	459	262	721	Persone disabili (L. 68/1999)
In der Mobilitätsliste	1 321	726	2 047	Iscritti nelle liste di mobilità
<i>Veränderung zum Vorjahr</i>	+568	+247	+815	<i>Variatione rispetto anno prec.</i>

Arbeitsmarkt aktuell:
Eingetragen beim Landesgericht Bozen,
Nr. 7/1990
Verantwortlicher Direktor:
Dr. Helmuth Sinn
Druck: Athesia Druck GmbH

Mercato del lavoro flash:
registrato al tribunale di Bolzano,
n. 7/1990
direttore responsabile:
Dr. Helmuth Sinn
Stampa: Athesia Druck srl