

# **In der Welt der Wirtschaft: VHS-Sprachkurse an Firmen**

**Sprachenexpo VHS Hamburg**

**06. Februar 2010**

Dr. Astrid Krake,

Münchner Volkshochschule GmbH

# Quiz:

## 1. Wen beauftragen Firmen mit der Durchführung von Sprachtrainings?

- Honorarkräfte (41,9%)
- (Sprach-)Schulklasse (35,5%)
- private Einzelsprachschule (29%)
- öffentliche Institution (VHS) (19,3%)

## 2. Wie wird die Qualität vor dem Kurs gesichert?

- Einstufungstests (60%)
- Bildung homogener Lerngruppen (47,3%)
- Einstufung nach GER, Bedarfsanalyse und Zuschnitt auf Mitarbeiter/-innen (32,7%)
- internes Einstufungssystem (21,8%)

### 3. Wie wird die Qualität nach dem Kurs gesichert?

- Feedbackformular (62,8%)
- Erwerb eines Zertifikats (31,4%)
- internes Einstufungssystem (21,8%)
- gar nicht (11,8%)

## 4. Welche Zertifikate müssen die Mitarbeiter/-innen erwerben?

- Cambridge-Zertifikate (71,4%)
- TOEFL (21,4%)
- TOEIC (14,3%)
- telc (28,6%)
- Zertifikat Deutsch (28,6%)

## 5. Gründe für Erhöhung der Ausgaben für Fremdsprachentrainings

- Intensivierung der Auslandsaktivitäten (63,6%)
- Steigerung des allgemeinen Bedarfs an Fremdsprachentraining (54,6%)
- Entscheidung für Englisch als Firmensprache (9,1%)

Quelle: Skylight work-flow-competence, September 2007



# Charakteristika von Firmenkursen:

- oft durch MA der Personalabteilung eingerichtet, der keine Sprachkompetenz besitzt
- wenig Zeit zur Einrichtung > schnelle Lösung gesucht
- Preis- Leistungsverhältnis wichtig
- heterogene Gruppen, wenig Verbindlichkeit der Teilnahme, oft geht Arbeit vor
- Zertifikat am Kursende ideal

- a) Was unterscheidet die Zielgruppe „Teilnehmer/-innen in Firmenkursen“ von Teilnehmer/-innen im normalen Programm? Was müssen Volkshochschulen beachten?**
- b) Wie könnten Volkshochschulen in diesem Markt Fuß fassen?  
(Alleinstellungsmerkmale)**
- c) Welche Eigenschaften hat der ideale Dozent/die ideale Dozentin für Firmenkurse?**

## a) Charakteristika Firmenkurse:

- ergebnisorientiert >Zertifikat
- heterogene Gruppen, unverbindliche Teilnahme (Arbeit geht vor)
- oft diffuse Vorstellung von Inhalten auf Seiten der Firmen
- entweder sehr spezialisierte Fachterminologie gewünscht oder vermeintlich „Business English“ vonnöten

## b) Alleinstellungsmerkmale:

- qualifizierte Dozent/-innen
- große Anzahl an Dozent/-innen  
gewährleistet regelmäßigen Unterricht, z.B.  
bei Krankheit
- bieten breites (Sprach-)Angebot
- Zertifikate in der VHS erwerben
- Zuschnitt des Kursinhalts auf Firmen-  
bedürfnisse, keine festen Kursinhalte

## c) Der ideale Dozent/Die ideale Dozentin:

- qualifiziert für den Unterricht in der Erwachsenenbildung
- hat bereits viel Lehrerfahrung > hilfreich beim Umgang mit heterogenen Gruppen und deren Bedürfnissen
- hat als Arbeitnehmer/-in in der Wirtschaft gearbeitet, kennt die Vorgänge
- genießt das Vertrauen der VHS und vertritt ihre Interessen

# Tipps und Tricks:

- schnell erstes Angebot verschicken, Hinweis auf Feinabstimmung der Inhalte
- Vollkostenkalkulation, evtl. Mischkalkulation bei unterschiedlichen Angeboten (z.B. EDV- und Sprachkurse)
- Wahl des Dozenten/der Dozentin unter Berücksichtigung von fachlichen Fähigkeiten und Persönlichkeit, sicherem Auftreten
- Besuch in der Firma gemeinsam mit Dozent/-in für Einstufungstest und inhaltliche Feinabstimmung
- der erste Eindruck zählt!

- Prüfungsangebot der VHSen nutzen (telc, Cambridge etc.), evtl. gemeinsam mit dem Verband
- Akquisemappe für Firmenbesuche erstellen
- Hinweis auf weiteres Angebot (Rhetorik, Präsentationstechniken, EDV-Kurse, ...)  
> VHS bietet umfassendes Schulungsangebot, ein Partner für alle Schulungen
- innerhalb der VHS ein Ansprechpartner für Firmenkunden
- Seien Sie präsent, überlassen Sie die Abstimmungen nicht ausschließlich dem Dozenten/der Dozentin vor Ort!

**ABER:**

Sie benötigen viel Geduld und einen  
laaaangen Atem!

# Ergebnisse der Gruppenarbeit:

## a) Charakteristika Firmenkurse:

- Motivation der Teilnehmenden: freiwillig (intrinsisch) oder extrinsisch
- Zielorientierung
- Fachsprache bzw. Auslandsvorbereitung
- Lernen unter Zeitdruck
- Leistungsdruck

## b) Alleinstellungsmerkmale:

Werbung über

- Zeitung
- Internet
- persönliche Kontaktaufnahme (Telefon, E-Mail, Brief)

Qualitätssicherung:

- Veränderung des Images
- Ausbildung

- Material

## **c) Dozent/-in:**

- fachliche Kompetenz
- beherrscht ggf. Geschäftssprache
- erfahrene/-r Dozent/-in
- gepflegte Erscheinung
- erfolgreiche Gruppenleitung

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

Wenn Sie Fragen haben:

[astrid.krake@mvhs.de](mailto:astrid.krake@mvhs.de)

Tel. 089/48 00 66-152