

Saksan kieli pohjalaismaakuntien yritysten viestinnässä: kielitaito, käyttö ja merkitys¹

Margit Breckle & Marleena Rinne
Saksan kieli ja kirjallisuus
Vaasan yliopisto

Der vorliegende Beitrag beschäftigt sich mit Deutsch in der Unternehmenskommunikation. Dabei werden ausgewählte Ergebnisse einer Befragung mittels Fragebogen präsentiert, die im Rahmen des Projekts Unternehmenskommunikation zwischen Pohjanmaa und den deutschsprachigen Ländern durchgeführt wurde. Hierfür wurden 145 Unternehmen in den finnischen Regionen Pohjanmaa, Etelä-Pohjanmaa und Keski-Pohjanmaa befragt, die Geschäftskontakte in die deutschsprachigen Länder haben. Im Fokus des vorliegenden Beitrags stehen Sprachkenntnisse in Deutsch sowie die Verwendung und die Bedeutung von Deutsch. Dabei werden auch Vergleiche zu Ergebnissen früherer Untersuchungen gezogen. Die Untersuchung zeigt, dass Deutsch immer noch eine wichtige Rolle bei den Geschäftskontakten mit Unternehmen in den deutschsprachigen Ländern und deutschsprachigen Geschäftspartnern spielt, auch wenn die Verwendung von Deutsch im Vergleich zu früheren Untersuchungen deutlich abgenommen hat. Deutsch wird von den Befragten eine große Bedeutung, auch zukünftig, beimessen und wird beim Schreiben und Lesen verschiedenster Textsorten sowie in unterschiedlichen mündlichen Kommunikationssituationen verwendet.

Avainsanat: pohjalaismaakunnat, Pohjanmaa, saksan kieli, saksankieliset maat, yritysviestintä

1 Johdanto

Liikesuhteet muuttuvat jatkuvasti kansainvälisemmiksi, ja Suomessa erityisesti Pohjanmaa on tunnettu vahvasta suuntautumisestaan vientiin. Englanti toimii kiistatta nykyään *lingua francana* kansainvälisissä yrityksissä (esim. Louhiala-Salminen, Charles & Kankaanranta (2005), jotka puhuvat BELF:stä, *Business English as Lingua Franca*). Myös Vaasan seudun kymmenen suurimman yrityksen edustajat korostavat englannin kielen roolin merkitystä (Martin, Metsälä, Suojanen & Vainio 2013). Mutta miltä näyttää kielten käyttö ja siten myös kielten tarve työntekijöillä, jotka ovat yrityksissään vastuussa suhteista saksankielisiin maihin? Tämä on sikäli kiinnostavaa, että saksankieliset maat ovat Suomen ulkomaankaupan kannalta tärkein maaryhmä, mutta saksan kieltä opiskellaan sekä kouluissa että korkeakouluissa tänä päivänä huomattavasti vähemmän kuin aiemmin.²

Vaikka Müntzel ja Tiittula (1995) osoittivat, että suomalais-saksalaisessa yritysviestinnässä käytetään pääasiassa saksaa (ks. luku 2), on edellä mainittujen lähtökohtien takia

¹ Tutkimusta rahoittivat kauppias Gustaf Svanljungin lahjoitusrahaston säätiö sekä Vaasan Aktiasäätiö.

² Esimerkiksi ylioppilaskirjoituksissa saksan kielen kirjoittajien määrä on laskenut melkein 70 % viimeisen kymmenen vuoden aikana (Ylioppilastutkintolautakunta 2016).

perusteltua kysyä, onko saksan kielellä tänä päivänä merkitystä työntekijöille pohjanmaalaisissa yrityksissä, joilla on liikesuhteita saksankielisiin maihin, millaisissa tilanteissa kieltä mahdollisesti käytetään ja miten kielen käyttö on muuttunut viimeisen 20 vuoden aikana.

Näistä lähtökohdista tutkimushanke *Yritysviestintä pohjalaismaakuntien ja saksankielisten maiden välillä* sai alkunsa. Laajemman ja siten myös luotettavamman aineiston takaamiseksi otettiin Pohjanmaan lisäksi tarkasteluun Keski- ja Etelä-Pohjanmaalla sijaitsevia yrityksiä. Tutkimuksen kohderyhmänä olivat sellaiset yritykset, joilla on liikesuhteita Saksaan, Itävaltaan ja/tai Sveitsiin eli Suomen ulkomaankaupan kannalta tärkeisiin maihin. Hankkeen tavoitteena oli tutkia kielten käyttöä ja merkitystä pohjalaismaakuntien yrityksissä, joilla on liikesuhteita saksankielisiin maihin (Breckle & Rinne 2016).

Tutkimus toteutettiin kyselyn avulla, ja tässä artikkelissa käsitellään kyselyn tuloksia liittyen saksan kielen taitoon, käyttöön ja merkitykseen. Kyselyt ja haastattelut ovat yleinen menetelmä tarkasteltaessa yritysten viestintätilanteita jälkikäteen (ks. luku 2). Tässä artikkelissa selvitetään (i) vastaajien saksan kielen taitoa, (ii) missä määrin saksaa käytetään yritysten suullisessa ja kirjallisessa viestinnässä ja (iii) mikä on saksan kielen merkitys työelämässä. Tuloksia verrataan aikaisempien tutkimusten tuloksiin, sekä tarkastellaan kielen käytön kehityssuuntia ja mahdollisia syitä kehitykselle.

Artikkeli rakentuu siten, että johdannon jälkeen luodaan katsaus aikaisempiin tutkimuksiin luvussa 2. Kysely esitellään luvussa 3, ja luvussa 4 käsitellään kyselyn tuloksia liittyen saksan kielen taitoon, käyttöön ja tarpeeseen. Luvussa 5 tehdään vielä yhteen-veto.

2 Aikaisemmat tutkimukset

Yritysviestintä suomalaisten ja saksalaisten tai saksankielisten maiden yritysten välillä oli ensimmäistä kertaa tieteellisen tarkastelun kohteena reilu 20 vuotta sitten. Müntzel ja Tiittula (1995) tutkivat saksan kielen käyttöä ja erityisesti saksankielistä kirjallista viestintää yrityksissä, jotka ovat Saksalais-Suomalaisen Kauppakamarin jäseniä. Heidän tutkimuksensa toteutettiin tekemällä kysely, joka lähetettiin 744 suomalaiselle ja 322 saksalaiselle yritykselle. Kyselyyn vastasi 44 % suomalaisista ja 34 % saksalaisista yrityksistä. Tutkimuksen mukaan vastaajat käyttivät saksankielisten liikekumppaneidensa kanssa kaikissa viestintätilanteissa pääasiassa saksaa. Saksankielisistä tekstilajeista he kirjoittivat ja lukivat eniten liikekirjeitä.

Minkinen ja Reuter (2001) puolestaan ovat tutkineet saksankielistä yritysviestintää Pirkanmaalla. Heidän kohderyhmänään olivat pirkanmaalaiset yritykset, joilla on liikesuhteita saksankielisiin maihin. Heidän tavoitteenaan oli selvittää, millaista

saksankielistä viestintää näissä yrityksissä tapahtuu ja kuinka paljon, sekä mitä ongelmia tähän viestintään liittyy. Tutkimuksen yhteydessä toteutettu kysely lähetettiin 273 pirkanmaalaiselle yritykselle, joista 114 (41,6 %) vastasi kyselyyn. Tulokset osoittivat, että vastaajat käyttivät saksankielisten liikekumppaneidensa kanssa saksaa ja englantia lähes yhtä paljon, saksan osuuden ollessa kuitenkin erityisesti suullisissa viestintätilanteissa hieman suurempi. Ongelmia saksankielinen viestintä aiheutti eniten silloin, kun yrityksessä ei ollut riittävästi kielitaitoista henkilökuntaa.

Minkkinen (2006) esitteli väitöskirjassaan Minkkisen ja Reuterin (2001) tutkimuksen pohjalta vuonna 2001 toteutetun laajemman kyselyn tuloksia. Siinä Minkkinen keskittyi yhtäältä saksan kielen käyttöön ja toisaalta saksankielisen yritysviestinnän ongelmiin pirkanmaalaisissa yrityksissä. Tämän toisen kyselyn vastausprosentti oli 38,4 % (104 kyselylomaketta). Tulokset osoittivat, että vastaajat käyttivät saksankielisten liikekumppaneiden kanssa sekä suullisissa että kirjallisissa viestintätilanteissa enemmän saksaa kuin englantia. Yleisimmin kirjoitettu sekä luettu tekstilaji oli liikekirjeet ja yleisin suullinen viestintätilanne oli puolestaan puhelut. Vastaajat kokivat tarvitsevansa neuvontaa eniten käänöksissä sekä käänösten tarkastuksissa ja koulutusta eniten suullisessa viestinnässä kuten puheluissa.

Kantanen (2010) selvitti pro gradu -tutkielmassaan kielten (erityisesti saksan) merkitystä ja käyttöä suomalaisissa yrityksissä osana Jyväskylän yliopiston *FinGer*-projektia. Tutkimuksen aineisto kerättiin kyselyllä, joka lähetettiin 4334 sattumanvaraisesti valitulle suomalaiselle yritykselle, joista 619 (17 %) vastasi kyselyyn. Vastauksista selvisi, että yritykset pitivät kieliosaamista tärkeänä, ja erityisesti englannin kielen merkitystä korostettiin. Saksaa ei käytetty mitenkään merkittävästi, mutta mikäli yrityksissä käytettiin saksaa, käytettiin sitä melko paljon, erityisesti suullisissa viestintätilanteissa.

Vaasan yliopiston Levón-instituutissa on tutkittu kielten merkitystä työelämässä Vaasan seudulla (Martin, Metsälä, Suojanen & Vainio 2013). Tutkimuksessa oli neljä kohde-ryhmää: Vaasan seudun suurimmat työnantajat, Vaasan yliopiston asiantuntijat sekä Vaasan yliopiston opiskelijat ja alumnit. Työnantajaryhmä painotti englannin kielen merkitystä ja osaamista, kun taas saksa puolestaan korostui erityisesti yliopiston asiantuntijoiden, opiskelijoiden ja alumnien näkemyksissä. Tutkimuksessa kävi myös ilmi, että vieraita kieliä (englantia lukuun ottamatta) opiskellaan yhä vähemmän, ja kielitaito jää helposti riittämättömäksi työelämän vaatimuksiin nähden.

3 Kysely

3.1 Kyselyn toteuttaminen

Tämän tutkimuksen kysely toteutettiin syksyllä 2015. Kyselylomakkeen kysymykset pohjautuivat pääosin Müntzelin ja Tiittulan (1995), Minkkisen ja Reuterin (2001) sekä

Kantasen (2010) tutkimuksiin. Kysely oli saatavilla sekä suomeksi että ruotsiksi ja se koostui kuudesta osasta: 1. Yritysten taustatiedot; 2. Vastaajien taustatiedot; 3. Työkielet ja saksan kielen taito; 4. Kirjallinen viestintä; 5. Suullinen viestintä; 6. Kielipalvelut.

Kysely lähetettiin 145 yritykselle, jotka sijaitsivat pohjalaismaakunnissa ja joilla tiedettiin olevan liikesuhteita saksankielisiin maihin. Yritysten yhteystiedot koottiin Finpron tietokannasta (12.5.2015) ja Saksalais-Suomalaisen Kauppakamarin yritysrekistereistä (kesäkuu 2015). Lisäksi Etelä-Pohjanmaan kauppakamari välitti kyselyn 40 yritykselle. Kuten Müntzelin ja Tiitulán (1995) sekä Minkkisen ja Reuterin (2001) tutkimuksissa, myös tässä tutkimuksessa kyselylomake lähetettiin henkilöille, jotka ovat yllä mainittujen listojen mukaan vastuussa yrityksensä liikesuhteista saksankielisiin maihin. Vastaanottajia pyydettiin myös välittämään kysely tarvittaessa eteenpäin oikeille henkilöille. Arvioitavaksi saatiin 36 lomaketta (vastausprosentti 24,8 %), joista 21 oli suomenkielistä ja 15 ruotsinkielistä. Vastausten arvioinnissa käytettiin Excel-ohjelmaa.

3.2 Vastaajien ja yritysten taustatietoja

Tärkeimmät taustatiedot vastaajista ja yrityksistä voidaan tiivistää seuraavasti: Vastaajat työskentelevät pääosin teollisuusalan (72 %), esimerkiksi metallialan (25 %) yrityksissä, ja yritykset ovat valtaosin joko pieniä (10–49 työntekijää, 36 %) tai keskisuuria (50–249 työntekijää, 44 %). Kyselyn vastaajat ovat vastuussa yrityksensä liikesuhteista saksankielisiin maihin, ja heistä lähes kaikki työskentelevät johtotehtävissä (89 %). Suurimassa osassa yrityksistä (86 %) saksankielisten maiden osuus liikevaihdosta on alle 25 %.

Müntzelin ja Tiitulán (1995) maanlaajuisessa tutkimuksessa ainoastaan noin kolmasosa vastaajista työskentelee teollisuusalan yrityksissä ja toinen kolmannes työskentelee kaupan alan yrityksissä, kun taas Pirkanmaalla (Minkkinen & Reuter 2001)³ ja Pohjanmaalla (Breckle & Rinne 2016) tehdyissä alueellisissa tutkimuksissa kummassakin noin kolme neljäsosaa vastaajista työskentelee teollisuusalan yrityksissä ja heistä noin neljännes metallialalla. Erityisesti siis teollisuusalan yrityksillä on paljon liikekumppaneita saksankielisissä maissa, kuten myös Suomen ja Saksan välisen ulkomaankaupan tilastot osoittavat (Tulli 2016: 13). Brecklen ja Rinteen (2016) tutkimuksessa vastaajat ovat isommista yrityksistä kuin aikaisemmissa tutkimuksissa, ja mikroyritysten (0–9) edustajien määrä on 14 % aiemman 32 % sijaan. Kaikissa kolmessa tutkimuksessa kuitenkin suurin osa vastaajista (86–89 %) työskentelee johtotehtävissä. Koska kyselylomake lähetettiin kaikissa kolmessa tutkimuksessa työntekijöille, jotka ovat edellä mainittujen listojen mukaan vastuussa yritystensä suhteista saksankielisiin maihin, voidaan päätellä, että liikesuhteita saksankielisiin maihin hoitavat usein johtotehtävissä työskentelevät henkilöt. Ainakin pienissä yrityksissä tämä johtuu siitä, ettei henkilökuntaa ole paljon.

³ Tilasyistä artikkelissa otetaan vertailuun Minkkisen (2006) tulokset vain, jos ne eroavat selvästi Minkkisen ja Reuterin (2001) tuloksista.

Müntzelin ja Tiittulan (1995) tutkimuksessa 51,6 %:lla yrityksistä on saksankielisten maiden osuus liikevaihdosta alle 25 % kun taas Brecklen ja Rinteen (2016) tutkimuksessa kyseisten yritysten määrä on noussut 86,1 %:iin. Puolestaan yritysten, joilla saksankielisten maiden osuus liikevaihdosta on yli 50 %, määrä on laskenut 29,0 %:sta 0,0 %:iin. Tästä voidaan päätellä, että Brecklen ja Rinteen (2016) tutkimukseen vastanneet yritykset ovat pääasiassa kansainvälisiä yrityksiä, joidenka liikesuhteet eivät rajoitu ainoastaan yhteen maaryhmään, kuten saksankielisiin maihin.

4 Tuloksia

4.1 Saksan kielen taito

Tässä alaluvussa esitellään vastaajien arvioita omasta saksan kielen taidostaan yleisesti (ks. taulukko 1).

Taulukko 1. Vastaajien saksan kielen taito (n=36) (%)

heikko	välttävä	tydyttävä	hyvä	erittäin hyvä	sujuva	äidinkieli	ei vast.
22,2	16,7	13,9	13,9	11,1	13,9	0,0	8,3

Vastaajat saivat arvioida omaa kielitaitoaan asteikolla *heikko – välttävä – tyydyttävä – hyvä – erittäin hyvä – sujuva – äidinkieli*. Vastaajista 91,7 % ilmoitti osaavansa jonkin verran saksaa, ja heistä yli puolet (52,8 %, 19) osaa sitä vähintään tyydyttävästi. Minkkinen (2006) toteutti kyselyn vuonna 2001 ja siinä vastaajat saivat arvioida omaa saksan kielen taitoaan 5-tasoisella asteikolla. Verrattuna Minkkinen (2006) tutkimukseen on vastaajien saksan kielen taito vähentynyt noin 7 %:lla ja taidot ovat muuttuneet heterogeenisimmiksi. Heikosti saksaa osaavien vastaajien määrä on kaksinkertaistunut 11 %:sta 22:een. Yksi syy tälle muutokselle voi olla se, että saksan kieltä opiskellaan vähemmän kuin aiemmin (ks. luku 1). Toisena syynä voidaan nähdä se, että englannin asema *lingua franca* on vahvistunut viimeisen 20 vuoden aikana, eivätkä työntekijät välttämättä käytä (enää) saksan kielen taitoaan, jolloin kielitaito pääsee ruostumaan. Tähän viittaavat vastaajien kommentit kuten ”Koska en ole käyttänyt kieltä se on unohtunut aikä harjaantunut käytön myötä.” ja ”Käytän harvoin niin ei ole rutiinia.”

4.2 Kirjallinen viestintä saksan kielellä

Kyselyssä tarkasteltiin, kuinka usein vastaajat käyttävät saksaa kirjallisessa viestinnässä saksankielisten liikekumppaneiden kanssa.

Taulukko 2. Saksan kielen käyttö kirjallisessa viestinnässä saksankielisten liikekumppaneiden kanssa (n=36) (%)

lähes aina	melko paljon	jonkin verran	ei lainkaan	ei vastausta
25,0	5,6	22,2	41,7	5,6

Saksaa kirjallisessa viestinnässä ainakin jossain määrin käyttää 52,8 % vastaajista, ja heistä 30,6 % käyttää sitä lähes aina tai melko paljon. Verrattuna Müntzelin ja Tiittulan (1995), Minkkisen ja Reuterin (2001) sekä Minkkisen (2006) tutkimuksiin on havaittavissa, että saksan kielen käyttö on vähentynyt huomattavasti viimeisen 20 vuoden aikana. Saksaa jossain määrin käyttävien vastaajien määrä on vähentynyt 96 %:sta 53 %:iin, ja lähes aina tai melko paljon käyttävien määrä on laskenut 85 %:sta 31 %:iin. Syynä tähän on esimerkiksi englannin kielen käytön lisääntyminen. Tästä selkeästä vähenemisestä huolimatta ei saksan kielen käytön merkitystä kirjallisessa viestinnässä saksankielisten liikekumppaneiden kanssa voida kuitenkaan väheksyä, sillä yli puolet vastaajista käyttää saksaa yhä jossain määrin ja kolmannes vastaajista käyttää sitä lähes aina tai melko paljon.

Seuraavissa saksankielistä kirjallista viestintää koskevissa kysymyksissä on huomioitu vain ne 24 vastaajaa, jotka ilmoittavat käyttävänsä saksaa kirjallisessa viestinnässä saksankielisten liikekumppaneiden kanssa. Seuraavaksi tarkastellaan sitä, kuinka usein vastaajat kirjoittavat (ks. taulukko 3) ja lukevat (ks. taulukko 4) eri tekstilajeja saksaksi. Tekstilajeista virallisilla kirjeillä tarkoitetaan kirjeitä, jotka kuuluvat normaaliin liike-toimintaan ja jotka ovat vakimuotoisia ja usein virallisia, kun taas epäviralliset kirjeet ovat muodollisesti ja kielellisesti vapaamuotoisempia.

Taulukko 3. Saksankielisten kirjallisten viestien kirjoittamisen yleisyys (n=24) (%)

Tekstilaji	viikoittain	kuukausittain	vuosittain	ei lainkaan	ei vast.
epäviralliset kirjeet (s.posti)	41,7	12,5	4,2	16,7	25,0
viralliset kirjeet (s.posti)	16,7	25,0	8,3	20,8	29,2
esitteet (tuote / yritys)	12,5	20,8	12,5	29,2	25,0
käyttöohjeet	8,3	16,7	12,5	33,3	29,2
sopimukset	8,3	4,2	29,2	33,3	25,0
pöytäkirjat / muistiot	0,0	16,7	29,2	29,2	37,5
nettisivut	0,0	16,7	12,5	37,5	33,3
raportit	0,0	16,7	8,3	37,5	37,5
artikkelit ammattilehdissä	0,0	16,7	8,3	45,8	29,2
epäviralliset kirjeet (paperi)	0,0	12,5	12,5	41,7	33,3
sosiaalinen media	0,0	12,5	8,3	41,7	37,5
lehdistöiedotteet	0,0	12,5	8,3	50,0	29,2
viralliset kirjeet (paperi)	0,0	4,2	33,3	29,2	33,3

Kun vastaajia pyydettiin ilmoittamaan, kuinka usein he kirjoittavat annettuja tekstilajeja saksaksi, selvisi, että yleisimmin kirjoitettu tekstilaji on epäviralliset sähköpostikirjeet. Niitä kirjoittaa 41,7 % vastaajista viikoittain ja yhteensä eli vähintään vuosittain niitä

kirjoittaa 58,4 %. Virallisia sähköpostikirjeitä puolestaan kirjoittaa yhteensä 50,0 % vastaajista, joista 16,7 % kirjoittaa niitä viikoittain. Se on näin ollen toiseksi yleisin tekstilaji. Kolmanneksi yleisin tekstilaji on esitteet, joita kirjoittaa viikoittain 12,5 % vastaajista ja yhteensä 45,8 %. Vuositasolla moni vastaajista kirjoittaa saksaksi myös sopimuksia, pöytäkirjoja/muistioita sekä virallisia kirjeitä paperisena.

Viralliset kirjeet (Breckle & Rinne 2016) voidaan rinnastaa Müntzelin ja Tiittulan (1995) sekä Minkkisen ja Reuterin (2001) rutiini(liike)kirjeisiin, sillä Müntzelin ja Tiittulan (1995: 32) määritelmä niistä ei juuri eroa edellä mainitusta virallisten kirjeiden määritelmästä: ”*Rutiiniliikekirjeillä* tarkoitamme usein varsin vakiomuotoisia ja normaalissa liiketoiminnassa toistuvia viestejä kuten tarjouksia, tilauksia, tilauksen vahvistuksia sekä perintä- ja reklamaatiokirjeitä.” Verrattuna aikaisempiin Müntzelin ja Tiittulan (1995) sekä Minkkisen ja Reuterin (2001) tutkimuksiin, voidaan todeta, että viisi tärkeintä saksaksi kirjoitettua tekstilajia ovat pysyneet viimeisen kahdenkymmenen vuoden aikana samoina: epäviralliset kirjeet/muut kirjeet, viralliset kirjeet/rutiini(liike)kirjeet, pöytäkirjat/muistiot, esitteet ja sopimukset. Tuloksissa on kuitenkin samanaikaisesti nähtävissä myös tieto- ja viestintätekniikan kehitys tänä aikana, sillä Brecklen ja Rinteen (2016) tutkimuksessa sähköisillä kirjeillä on selkeästi suurempi merkitys kuin paperisilla. Huomattavaa on myös, että vastaajat Brecklen ja Rinteen (2016) tutkimuksessa ilmoittavat kirjoittavansa eniten epävirallisia sähköpostikirjeitä, kun taas viralliset sähköpostikirjeet mainitaan harvemmin. Koska sähköpostien kirjoittaminen on osa normaalia liiketoimintaa, voidaan kysyä, kirjoitetaanko epävirallisia kirjeitä todellakin huomattavasti enemmän kuin aikaisemmin, vai löytyykö Brecklen ja Rinteen (2016) kyselyn tuloksille jokin muu selitys. Vastaajien kommentit viittaavat siihen, että aikaisemmin rutiini(liike)kirjeiksi käsitetyt tekstilajit, kuten tarjoukset, käsitetään tänä päivänä epävirallisina sähköpostikirjeinä. Sen takia yksi tulevissa tutkimuksissa testattavista hypoteeseista olisi se, onko digitalisaatio muuttanut vastaajien käsitystä siitä, mitkä kirjeet nähdään liikekirjeinä ja siten myös virallisina kirjeinä.

Taulukko 4. Saksankielisten kirjallisten viestien lukemisen/vastaanottamisen yleisyys
(n=24) (%)

Tekstilaji	viikoittain	kuukausittain	vuosittain	ei lainkaan	ei vast.
epäviralliset kirjeet (s.posti)	45,8	16,7	4,2	12,5	20,8
viralliset kirjeet (s.posti)	25,0	16,7	20,8	12,5	25,0
pöytäkirjat / muistiot	12,5	16,7	12,5	25,0	33,3
nettisivut	12,5	16,7	12,5	25,0	33,3
epäviralliset kirjeet (paperi)	8,3	25,0	8,3	25,0	33,3
viralliset kirjeet (paperi)	8,3	20,8	16,7	25,0	29,2
raportit	8,3	20,8	12,5	25,0	33,3
esitteet (tuote / yritys)	8,3	20,8	12,5	33,3	25,0
artikkelit ammattilehdissä	8,3	16,7	12,5	29,2	33,3
käyttöohjeet	8,3	16,7	8,3	41,7	25,0
sopimukset	8,3	8,3	37,5	20,8	25,0
sosiaalinen media	8,3	0,0	12,5	41,7	37,5
lehdistötiedotteet	4,2	16,7	16,7	29,2	33,3

Vastaajilta kysyttiin myös, kuinka usein he lukevat tai vastaanottavat eri tekstilajeja saksaksi. Eri tekstilajeja luetaan useammin kuin kirjoitetaan, ja niitä myös lukee suurempi osuus vastaajista kuin kirjoittaa. Yleisin tekstilaji on tässäkin epäviralliset sähköpostikirjeet. Niitä lukee 45,8 % vastaajista viikoittain ja yhteensä 66,7 %. Toiseksi luetuin tekstilaji on viralliset sähköpostikirjeet: 25,0 % vastaajista lukee niitä viikoittain ja yhteensä 62,5 % lukee niitä vähintään vuosittain. Pöytäkirjoja ja muistioita sekä nettisivuja lukee viikoittain 12,5 % vastaajista ja yhteensä 41,7 %, ja ne ovat kolmanneksi luetuimmat saksankieliset tekstilajit. Vuositasolla vastaajat lukevat myös paljon sopimuksia.

Kuten Müntzelin ja Tiittulan (1995) sekä Minkkisen ja Reuterin (2001) tutkimuksissa myös Brecklen ja Rinteen (2016) tutkimuksessa on nähtävissä, että vastaajat lukevat enemmän saksaksi kuin mitä he itse kirjoittavat ja että jokaisessa tutkimuksessa kysytyjä tekstilajeja luetaan kaikkia viikoittain. Kaikissa tutkimuksissa kolme luetuinta tekstilajia ovat epäviralliset kirjeet/ muut kirjeet, viralliset kirjeet/rutiini(liike)kirjeet ja sopimukset. Sekä kirjoitetuissa tekstilajeissa että saksaksi luetuissa tekstilajeissa on huomattavissa viimeisen 20 vuoden aikana tapahtunut tieto- ja viestintäteknikan kehitys, sillä Brecklen ja Rinteen (2016) tutkimuksessa sähköisiä kirjeitä luetaan huomattavasti enemmän kuin paperisia kirjeitä ja myös internetsivuja luetaan paljon viikkotasolla. Huomattavaa on jälleen se, että vastaajat Brecklen ja Rinteen (2016) tutkimuksessa ilmoittavat pääosin lukevansa epävirallisia sähköpostikirjeitä, kun taas 20 vuotta sitten painopiste oli rutiini(liike)kirjeissä. Joten myös luettujen tekstilajien kohdalla tulisi testata hypoteesia, onko digitalisaatio muuttanut vastaajien käsitystä siitä, millaisia kirjeitä pidetään liikekirjeinä ja siten myös virallisina kirjeinä.

4.3 Suullinen viestintä saksan kielellä

Kyselyssä tarkasteltiin myös sitä, kuinka usein vastaajat käyttävät saksaa suullisissa viestintätilanteissa saksankielisten liikeympäryiden kanssa.

Taulukko 5. Saksan kielen käyttö suullisissa viestintätilanteissa saksankielisten liikeympäryiden kanssa (n=36) (%)

lähes aina	melko paljon	jonkin verran	ei lainkaan	ei vast.
25,0	5,6	33,3	16,7	19,4

Saksaa suullisessa viestinnässä käyttää 63,9 % vastaajista, mikä on n. 10 % enemmän kuin kirjallisessa viestinnässä, missä jonkin verran saksaa käyttäviä vastaajia oli vähemmän (ks. taulukko 3). Lähes aina tai melko paljon saksaa käyttää 30,6 % vastaajista. Kuten jo kirjallisessa viestinnässä myös suullisessa viestinnässä on saksan kielen käytössä havaittavissa selkeää vähentymistä verrattuna Müntzelin ja Tiittulan (1995) sekä Minkkisen ja Reuterin (2001) tutkimuksiin, joskaan ei aivan niin huomattavaa kuin kirjallisessa viestinnässä. Müntzelin ja Tiittulan (1995) tutkimuksessa 95 % vastaajista käyttää vielä jossain määrin saksaa suullisessa viestinnässä, mutta 20 vuotta myöhemmin käyttäjiä on 64 %. Lähes aina ja melko paljon saksaa käyttävien vastaajien määrä on vähentynyt yhtä paljon niin suullisessa (83 %:sta 31 %:iin) kuin kirjallisessakin viestinnässä. Myös suullisen saksan käytön väheneminen on osittain selitettävissä englannin kielen käytön lisääntymisellä. Koska kansainvälisessä yritysviestinnässä tehokas viestintä on suuressa arvossa, valitaan sekakielisissä ryhmissä usein käytettäväksi kieli, jota kaikki ymmärtävät (ks. BELF luvussa 1). Tästä selkeästä vähenemisestä huolimatta myös suullisessa viestinnässä voidaan todeta, että saksan kielellä on yhä merkittävä rooli viestinnässä saksankielisten liikeympäryiden kanssa, sillä lähes kaksi kolmasosaa vastaajista käyttää yhä jossain määrin saksaa, ja lähes kolmannes käyttää sitä lähes aina tai melko paljon.

Seuraavissa saksankielistä suullista viestintää koskevissa kysymyksissä vastaajien määrä on 26; nämä vastaajat ilmoittavat käyttävänsä saksaa suullisissa viestintätilanteissa saksankielisten liikeympäryiden kanssa.

Taulukko 6. Saksankielisten suullisten viestintätilanteiden yleisyys (n=26) (%)

Viestintätilanne	viikoittain	kuukausit- tain	vuosittain	ei laink.	ei vast.
puhelut	38,5	15,4	7,7	11,5	26,9
asiakaspalvelutilanteet	26,9	23,1	11,5	7,7	30,8
neuvottelut	11,5	23,1	30,8	7,7	26,9
kokoukset	7,7	30,8	23,1	11,5	26,9
tuote-esittelyt	3,8	34,6	19,2	11,5	30,8
epäviralliset tapaamiset	3,8	23,1	42,3	3,8	26,9
Adobe Connect, Skype-pu- helut tms.	3,8	11,5	7,7	34,6	42,3
yritysesittelyt	0,0	38,5	23,1	11,5	26,9
messut	0,0	19,2	46,2	3,8	30,8

Yleisimpiä saksankielisiä viestintätilanteita ovat vastaajien mukaan puhelut, asiakaspalvelutilanteet sekä neuvottelut. Vastaajista 38,5 % puhuu viikoittain saksaa puhelimesta ja yhteensä 61,6 %. Asiakaspalvelutilanteita on 26,9 %:lla vastaajista työssään viikoittain ja yhteensä 61,5 %:lla on niitä vähintään vuosittain. Saksaksi neuvotteluita puolestaan käy viikoittain 11,5 % vastaajista ja yhteensä 65,4 %. Kuukausitasolla merkittäviä viestintätilanteita ovat kokoukset sekä tuote- ja yritysesittelyt, vuositasolla puolestaan neuvottelujen lisäksi epäviralliset tapaamiset sekä messut. Kyselyyn vastanneista suurin osa (69,2 %) ilmoittaa käyttävänsä saksaa epävirallisissa tapaamisissa.

Viimeisen 15 vuoden ajalta on huomattavissa seuraavia muutoksia: Minkkisen ja Reuterin (2001) tutkimuksen mukaan 64–85 % vastaajista käyttää saksaa puheluissa, epävirallisissa tapaamisissa, neuvotteluissa, kokouksissa sekä tuote- ja yritysesittelyissä, kun taas Brecklen ja Rinteen (2016) tutkimuksessa määrä on 58–69 %. Saksan kielen käytön vähentyminen näkyy siis myös yksittäisissä suullisissa viestintätilanteissa. Syitä tähän ovat jälleen englannin kielen käytön lisääntyminen (ks. BELF luvussa 1), kuten myös saksan opiskelun vähentyminen (ks. luku 1) ja saksan kielen taitojen heikkeneminen (ks. luku 4.1). Huomattavaa on, että Minkkisen ja Reuterin (2001) kyselyssä ei mainita asiakaspalvelutilanteita eikä messuja, mutta Brecklen ja Rinteen (2016) tutkimuksessa 62–65 % vastaajista kohtaa niitä työssään, ja asiakaspalvelutilanteet ovat jopa toiseksi yleisin saksankielinen suullinen viestintätilanne viikkotasolla. Brecklen ja Rinteen (2016) tutkimuksessa epäviralliset tapaamiset on yleisin viestintätilanne, mikä viittaa siihen, että saksalla on tänä päivänä erityisesti liikeyhteyksien suhdeviestinnässä tärkeä rooli.

4.4 Saksan kielen merkitys työelämässä

Lopuksi käsitellään vielä sitä, mikä on vastaajien käsitys saksan kielen merkityksestä työelämässä. Tarkastelussa ovat vastaajien arviot siitä, parantaako saksan kielen taito

työnsaantimahdollisuuksia (ks. taulukko 7) ja kasvaako saksan kielen merkitys tulevaisuudessa (ks. taulukko 8)

Taulukko 7. Parantaako saksan kielen taito työnsaantimahdollisuuksia vastaajien toimialoilla (n=36)

Saksan kielen taito parantaa työnsaantimahdollisuuksia	n=36	%
kyllä	15	41,7
ehkä	9	25,0
ei	11	30,6
ei vastausta	1	2,8

Vastaajista 30,6 % on sitä mieltä, että saksan kielen taidolla ei ole positiivista vaikutusta työnsaantimahdollisuuksiin heidän toimialallaan. He perustelivat kantaansa sillä, että he kokevat, että saksankielisten kanssa tulee toimeen myös englanniksi, tai että heidän yrityksessään käytetään pääasiassa englantia (BELF, ks. luku 1). He ovat myös sitä mieltä, että palkkaukseen vaikuttavat niin monet muutkin tekijät kuin pelkkä saksan kielen taito.

Vastaajista puolestaan 66,7 % on sitä mieltä, että saksan kielen taito saattaa parantaa työnsaantimahdollisuuksia, ja heistä 41,7 % on sitä mieltä, että saksan kielen taito parantaa niitä selkeästi. Vastaajat perustelivat kantaansa sillä, että liikesuhteet saksankielisiin maihin toimivat paremmin, kun osaa puhua saksaa, tai että heidän yrityksellään on paljon liikesuhteita saksankielisiin maihin ja saksankieliset maat ovat yrityksen kaupankäynnin kannalta tärkeitä. Yksi perustelu oli myös se, että Saksassa heidän toimialansa on laajempaa. Lisäksi vastaajat totesivat, että saksankielistä henkilökuntaa on vaikea saada, mitä tukee myös Saksalais-Suomalaisen kauppakamarin saksalaisille yrityksille Suomessa hiljattain teettämän kyselyn tulokset:

Suurimmalla osalla yrityksistä, jotka tarvitsevat saksankielistä henkilökuntaa, on haasteita löytää sopivia työntekijöitä Suomessa: 69 prosentilla on suuria tai joitain vaikeuksia, vain seitsemällä prosentilla ei ole ollenkaan vaikeuksia. Suurimmista vaikeuksista ilmoittavat kaupan alan yritykset, joista 76 prosentilla on suuria tai joitain vaikeuksia löytää saksan kielen osaajia. Teollisuusalan yrityksistä 54 prosentilla on haasteita saksankielisen henkilökunnan löytämisessä. (Saksalais-Suomalainen Kauppakamari 2016: 30)

Taulukko 8. Vastaajien mielipide saksan kielen merkityksen kasvusta tulevaisuudessa omalla toimialallaan (n=36) (%)

kyllä	ei	en osaa sanoa	ei vastausta
50,0	27,8	8,3	13,9

Puolet (50,0 %) vastaajista on sitä mieltä, että saksan kielen merkitys kasvaa tulevaisuudessa heidän toimialallaan. Syynä voi olla esimerkiksi saksan talouden tämänhetkinen vahva asema EU:ssa, ja/tai se, että Suomen ja Saksan välisen kaupankäynnin voidaan odottaa jatkavan kasvamistaan.

5 Yhteenveto

Esiteltyjen tulosten perusteella voidaan tehdä seuraavia johtopäätöksiä: saksan kielen käyttö on vähentynyt viimeisen 20 vuoden aikana verrattuna aikaisempiin tutkimuksiin. Tätä muutosta voidaan selittää BELF:n vahvistuneella asemalla kansainvälisissä yrityksissä, kuten myös sillä tosiasialla, että saksaa opiskellaan vähemmän kuin aiemmin ja saksan kielen taidot ovat heikentyneet viimeisen 20 vuoden aikana. Kaikesta huolimatta saksan kielellä on yhä tärkeä rooli liikesuhteissa saksankielisiin maihin ja liikekumppaneihin: sitä käytetään monipuolisesti eri tekstilajien kirjoittamiseen ja lukemiseen sekä useissa erilaisissa suullisissa viestintätilanteissa, ja vastaajat pitävät saksan kielen merkitystä tärkeänä myös tulevaisuudessa. Suhteessa aikaisempiin tutkimuksiin erityisesti kirjallisessa viestinnässä on havaittavissa muutoksia, mikä on selitettävissä tieto- ja viestintäteknikan kehityksellä. Missä määrin digitalisaatio on vaikuttanut siihen, mitä vastaajat pitävät liikekirjeinä ja siten myös virallisina kirjeinä, täytyisi selvittää tulevissa tutkimuksissa.

Lähteet

- Breckle, Margit & Marleena Rinne (2016). *Yritysviestintä pohjalaismaakuntien ja saksankielisten maiden välillä / Unternehmenskommunikation zwischen Pohjanmaa und den deutschsprachigen Ländern*. Vaasa: Vaasan Yliopisto.
- Kantanen, Hanna-Maria (2010). *Sprachen in der Wirtschaft. Eine Umfrage unter finnischen Unternehmen mit besonderer Berücksichtigung der Rolle des Deutschen*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Louhiala-Salminen, Leena, Mirjaliisa Charles & Anne Kankaanranta (2005): English as a lingua franca in Nordic corporate mergers: Two case companies. In: *English for Specific Purposes*, 24, 401–421.
- Martin, Anna, Riia Metsälä, Otto Suojanen & Arttu Vainio (2013). *Kieliosaamisen tarpeet Vaasan seudulla ja Vaasan yliopistossa*. Vaasa: Vaasan yliopisto.
- Minkkinen, Eila & Ewald Reuter (2001). *Suomalais-saksalainen yritysviestintä Pirkanmaalla*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Minkkinen, Eila (2006). *Telefongespräche in der finnisch-deutschen Unternehmenskommunikation. Bestandsaufnahmen und Gesprächsanalysen*. Tampere: Tampereen yliopisto.
- Müntzel, Uta & Liisa Tiittula (1995). *Saksan kieli suomalais-saksalaisessa kaupassa. Saksankielisen viestinnän tarvetutkimus*. Helsinki: Helsingin kauppakorkeakoulu.
- Saksalais-Suomalainen Kauppakamari (2016). *Suomessa toimivien saksalaisomisteisten yritysten nykytilanne ja tulevaisuudennäkymät 2015/2016*. Saksalais-Suomalaisen Kauppakamarin yrityskysely huhtikuussa 2016. [online]. [lainattu 7.9.2016]. Saatavilla: http://www.dfhk.fi/fileadmin/ahk_finnland/pics/Publikationen/Unternehmensumfrage/2016/Yrityskysely_2016.pdf.
- Tulli (2016). *Ulkomaankauppa 2015. Taskutilasto*. [online]. [lainattu 7.9.2016]. Saatavilla: <http://www.tulli.fi/fi/tiedotteet/ulkomaankauppatilastot/katsaukset/tiedotteet/taskutilasto2015/liitteet/Tasku2015.pdf>.
- Ylioppilastutkintolautakunta (2016): *Ilmoittautuneet eri kokeisiin tutkintokerroittain 2007 – 2016. 19.1.2016*. [online]. [lainattu 7.9.2016]. Saatavilla: https://www.ylioppilastutkinto.fi/images/sivuston_tiedostot/stat/FS2016A2007T2010.pdf.