

*Le bilinguisme en entreprise :*

# RECUEIL DES BONNES PRATIQUES

**f o r u m**

du bilinguisme

für die Zweisprachigkeit



## 1. INTRODUCTION

Le thème du bilinguisme est une *préoccupation quotidienne pour de nombreuses entreprises et institutions*, soit parce que la situation géographique les amène à fonctionner et à proposer des prestations en français et en allemand (comme c'est le cas de la ville de Biel/Bienne), soit parce que leurs clients sont répartis entre la Suisse romande et la Suisse allemande, voire la France et l'Allemagne.

### - Le Forum du bilinguisme: initiateur de la démarche -

La fondation suisse « Forum du bilinguisme » a décidé de récolter les bonnes pratiques en matière de bilinguisme *avec la volonté d'apporter un outil pragmatique aux intéressés*. L'encouragement et le soutien des initiatives en la matière entre dans la mission de la fondation.

### - L'objectif du recueil des bonnes pratiques en matière de bilinguisme -

L'objectif est de *donner des pistes de travail* aux personnes qui souhaitent renforcer le bilinguisme des établissements dans lesquels elles sont actives. Des conseils de base et d'autres plus élaborés sont recensés pour répondre aux besoins des différents utilisateurs. Que l'entreprise cherche à mettre en place ses premières mesures ou qu'elle souhaite renforcer des mesures existantes en faveur du bilinguisme, *le recueil a vocation à être avant tout une source d'inspiration. Il n'est pas exhaustif et totalement évolutif*.

## 2. MÉTHODE POUR LE RECUEIL DES BONNES PRATIQUES

### - Les labellisés comme source privilégiée d'information -

Les entreprises et institutions *titulaires du Label du bilinguisme* (voir annexe) *représentent des spécialistes reconnus du bilinguisme, ayant une expérience de son application dans le domaine public et privé*. La qualité de leur démarche est certifiée, ils sont donc logiquement à *la source des pratiques répertoriées*.

### - Processus -

Le Forum du bilinguisme a mandaté une entreprise externe, EPSILUS Consulting, pour mener des entretiens avec *7 représentants des entreprises labellisées de Biel/Bienne*, de tailles et domaines d'activités différents. Les exemples pratiques de leur application du bilinguisme sont répertoriés sous forme de liste. Les thèmes abordés lors des discussions sont traités plus loin. Le recueil a été remis au comité et aux experts de l'association Bilinguisme+ pour consultation. La version finale du document tient compte de leurs commentaires.

### - Rédaction -

Le recueil est réalisé en français. Les intitulés « personnes » « collaborateurs » « personnel » et autres généralités sous-entendent indifféremment « les hommes et les femmes ».

*Pour plus de lisibilité les raccourcis suivants sont employés:  
F = Français / D = Allemand.*

### 3. RECUEIL DES BONNES PRATIQUES

Les bonnes pratiques sont regroupées en catégories. Les mesures sont ensuite détaillées pour une meilleure compréhension, puis leur degré de facilité à les mettre en oeuvre est estimé. Le critère\* « facile/difficile » est lié au temps et/ou au coût de mise en oeuvre de la mesure.

- \* = facile à mettre en oeuvre
- = moyennement facile
- = plus difficile

N°	Thème	MESURE	DÉTAIL	Facilité de réalisation
<b>Organisation interne</b>				
1.	Le bilinguisme thématisé	Nommer une personne de référence « <b>chef de projet bilinguisme</b> », et lui donner la marge d'action nécessaire pour exercer sa mission	Définir le cahier des charges de la personne de référence, la situer clairement dans l'organigramme et lui donner les compétences nécessaires (lister les ressources disponibles, mettre des objectifs, évaluer, émettre des demandes à la direction...)	●●
2.		Mettre sur pied une <b>commission interne « Bilinguisme »</b> avec des représentants F/D	Chargée d'initier, de développer ou de faire vivre les mesures en faveur du bilinguisme dans l'entreprise	●●
3.		Tenir à jour <b>une liste des points où l'entreprise peut s'améliorer</b> et prendre des mesures deux fois par an	Par exemple: mission de la personne « chef de projet bilinguisme » ou de la commission interne bilinguisme	●
4.		Etablir une <b>charte du personnel</b> sur les « comportements bilingues » de l'entreprise	Avec 10 principes maximum. Par exemple: mission de la personne « chef de projet bilinguisme » ou de la commission interne bilinguisme	●●

<b>Communication interne</b>				
5.	Le bilinguisme thématisé	La direction et le management <b>donnent l'exemple</b> en matière de bilinguisme	Parler dans les deux langues Prendre des cours de langue	●●
6.		Proposer aux francophones et aux Alémaniques que chacun parle sa langue <b>dans l'entreprise</b>	Par habitude, certains parlent la langue de la majorité	●
7.		Alterner la <b>langue des séances internes</b>	Une semaine les séances sont en français, la suivante en allemand pour donner à chacun la chance de s'améliorer dans l'autre langue	●
8.	Ecrire / Traductions	Avoir recours à un <b>service de traduction externe professionnel</b> pour les documents clés	Prévoir une relecture systématique	●●
9.		Traduire seulement les <b>documents internes officiels</b> , mais pas forcément toutes les communications internes	Traduire ce qui concerne les règlements, sécurité, contrat de travail...	●●
10.		Mettre en place un <b>lexique F/D</b> des termes techniques	Mis en place par le personnel, pour le personnel	●
11.		Définir <b>en interne les compétences</b> disponibles en vue d'une traduction	Différencier les « traductions simples » possibles en interne, des traductions plus sensibles, éventuellement faites par des professionnels	●●
12.		Définir un processus de <b>relecture</b> des documents traduits en interne comme en externe	Faire systématiquement relire la traduction par une personne dont c'est la langue maternelle	●
13.		Traduire la signalétique <b>interne</b>	Mode d'emploi de la photocopieuse, archives...	●
14.		Demander un <b>résumé dans l'autre langue</b> lorsqu'un rapport n'est disponible que dans une langue	Après une analyse, des résultats complexes...	●●

## Ressources humaines / Formation

15. 16. 17. 18. 19. 20. 21. 22. 23. 24.	Recrutement	Voir le bilinguisme comme un <b>potentiel de développement personnel</b> pour les collaborateurs	Attractivité de l'entreprise renforcée	●
		Introduire la motivation à développer le bilinguisme de l'entreprise comme un <b>critère de recrutement</b>	Par habitude, certains parlent la langue de la majorité	●
		Engager du personnel dans la <b>langue minoritaire</b>	Recrutement plurilingue	●●
		Engager du <b>personnel bilingue F/D</b>	Dans l'annonce, se présenter comme entreprise bilingue	●●
		Engager des <b>cadres de la langue minoritaire</b>	Pour assurer un bilinguisme / une double culture au niveau stratégique de l'entreprise	●●●●
		<b>Associer des personnes F/D</b> dans les emplois « complémentaires »	Responsable + assistant Président + directeur Maître d'apprentissage + apprenti	●
		Proposer les <b>contrats de travail</b> dans la langue du signataire		●
		Associer des francophones et des Alémaniques dans les <b>équipes de projets</b>	Pour profiter des deux cultures et de deux fois plus d'idées	●
Attribuer officiellement une décharge avec un pourcentage de travail de deux collaborateurs pour créer un <b>service de traduction interne</b>		●●●●		
Demander un <b>résumé dans l'autre langue</b> lorsqu'un rapport n'est disponible que dans une langue	Après une analyse, des résultats complexes...	●●●●		

25. 26. 27. 28.	Formation	Engager <b>en alternance</b> un apprenti francophone et un alémanique	Ne pas exiger la maîtrise de l'autre langue au début de l'apprentissage, mais laisser le temps d'apprendre	●●●●
		Offre de <b>cours de langues</b>	Par habitude, certains parlent la langue de la majorité	●●
		Proposer aux employés une <b>rencontre « TANDEM »</b> avec un interlocuteur de la langue partenaire (à l'extérieur ou à l'intérieur de l'entreprise)	Par exemple 30 min de conversation dans chaque langue	●
		Proposer de la <b>formation continue</b> aux collaborateurs dans la langue partenaire	A la différence des cours de langue, c'est la profession qui est au coeur de la formation. Avantage de découvrir le vocabulaire technique	●●

## Communication externe

29. 30. 31. 32. 33. 34.	Relation clientèle	<b>Accueil téléphonique F/D</b>	Accueil par une personne bilingue ou deux personnes D/F en alternance	●●●●
		S'adresser au <b>client dans sa langue</b>		●●●●
		Demander à <b>rappeler le client plus tard</b> si l'information n'est pas disponible au moment voulu dans sa langue		●●
		Pour le contact client, avoir une <b>liste de phrases clés</b> dans la langue partenaire	En vue de transmettre un appel, demander de rappeler plus tard...	●
		Demander au client <b>dans quelle langue il souhaite recevoir sa correspondance</b>	Afin de tenir compte des différentes langues parlées dans la famille	●
		Introduire le <b>critère linguistique</b> dans la <b>base de données des clients</b>	Alternative: trier par M./Mme, Herr/Frau	●

35.	Marketing	Site <b>internet</b> F/D	Attractivité de l'entreprise renforcée	● ● ●
36.		Disposer des <b>documents de communication dans les deux langues</b>	Brochures, flyers, fiches produits, communiqués de presse...	● ●
37.		Mieux vaut parfois <b>interpréter le message</b> (notamment en marketing). <b>Toutes les notions ne se traduisent pas.</b>	Les représentations et notions ne sont pas les mêmes d'une langue à l'autre. Les informations techniques peuvent être traduites, pas les messages marketing qui se basent sur la culture du public.	● ●
38.		Demander systématiquement aux fournisseurs situés hors de la région bilingue <b>les versions F et D d'un document</b> qui doit être diffusé à une clientèle bilingue		● ● ●
39.		Prévoir <b>des vœux F/D à Noël</b>		●
40.	Signalétique	Organiser la <b>signalétique</b> de l'entreprise F/D	1. La signalétique destinée au public 2. La signalétique interne	● ●
41.		Prévoir d'apparaître F/D dans <b>l'annuaire téléphonique</b>	Disposer de l'adresse de l'entreprise en F/D et adapter la langue de l'adresse à celle du courrier	●
42.		<b>Cartes de visites</b> bilingues	Différentes possibilités: 1. recto verso F/D 2. Traduction de la fonction uniquement	●
43.	Conférences	Si une <b>conférence</b> est tenue dans une langue, prévoir <b>les supports powerpoint</b> dans l'autre langue	Permet de suivre soit l'écrit soit l'oral	● ●
44.		Durant une conférence, proposer des services de <b>traductions simultanées</b>	Permet de maintenir l'attention en continu	● ● ●
45.		Prévoir des <b>orateurs D</b> et des <b>orateurs F</b> pour l'organisation d'une manifestation bilingue		●

Projets				
46.		Demander une <b>expertise</b> « Label du bilinguisme »	Afin de connaître ses forces et ses faiblesses en matière de bilinguisme, de recevoir des recommandations, ...	●
47.		Organiser une fois par année dans l'entreprise une « <b>journée du bilinguisme</b> » avec une conférence ou une rencontre autour des langues		● ●
48.		Organiser les <b>sorties d'entreprises annuelles</b> en alternant la Suisse allemande ou la Suisse romande		●

### - Les 9 mesures principales -

Les mesures appliquées systématiquement par l'ensemble des entreprises interrogées sont :

Mesure 5 : La direction et le management **donnent l'exemple** en matière de bilinguisme

Mesure 6 : Proposer aux francophones et aux alémaniques que chacun parle sa langue **dans l'entreprise**

Mesure 12 : Définir un processus de **relecture** des documents traduits en interne comme en externe

Mesure 18 : Engager du **personnel bilingue F/D**

Mesure 21 : Proposer les **contrats de travail** dans la langue du signataire

Mesure 29 : **Accueil** téléphonique F/D

Mesure 30 : S'adresser au **client dans sa langue**

Mesure 35 : Site **internet** F/D

Mesure 36 : Disposer des **documents de communication dans les deux langues**

Les combinaisons des mesures appliquées dans les entreprises rencontrées sont répertoriées en annexe. Ces exemples permettent de comprendre les associations pratiquées et sont à considérer comme des réalisations possibles.

## 4. RÉFLEXIONS AUTOUR DU BILINGUISME

Les entretiens menés avec les entreprises labellisées ont permis de rassembler également des points de vue, des problématiques qui nourrissent au quotidien le thème du bilinguisme.

### - La définition du bilinguisme -

Deux courants principaux se distinguent quant à **la conception du bilinguisme**, dans la diversité des interprétations:

- « Le bilinguisme c'est permettre à chacun de vivre sa langue à 100% », soit deux « monolinguismes » juxtaposés,
- « Le bilinguisme c'est la compréhension et l'acceptation de l'autre langue, le contact quotidien avec l'une et l'autre culture.

**Le niveau de compétence dans l'autre langue n'est pas le seul élément qui détermine la conception du bilinguisme.** Les enjeux de la relation sont déterminants. Ainsi, une entreprise s'adapte à la langue de son client pour une prestation de qualité, deux collègues de travail parleront chacun dans leur langue maternelle.

Par ailleurs **les deux langues sous-entendues** dans la notion de bilinguisme sont soit:

- « le suisse-allemand et le français »
- « l'allemand et le français »

Dans ce cas également, les avis divergent, bien que dans la région de Biel/Bienne on entende plutôt par bilinguisme l'usage du suisse-allemand et du français.

### - Quelle philosophie ? -

Il y aurait beaucoup à dire sur l'état d'esprit, la volonté d'ouverture, l'intérêt aux autres cultures, le naturel des habitants des villes bilingues pour décrire la philosophie avec laquelle aborder le bilinguisme au niveau professionnel pour garantir des retombées positives.

L'essentiel réside pourtant dans les **recommandations suivantes**:

- *Ecouter et chercher à comprendre les points de vue de l'autre culture*
- *Accepter une part de différence*

- *L'essentiel des valeurs sont communes aux F et aux D: ne pas se bloquer sur ce qui différencie les francophones des Alémaniques, mais sur ce qui les rassemble.*
- *Se rappeler que des différences régionales existent aussi, indépendamment de la langue*
- *Rechercher le consensus*

Enfin, il est important d'encourager à parler l'autre langue, malgré les fautes et la gêne, pour favoriser le bilinguisme dans l'entreprise. C'est le point de départ des progrès à venir.

### -Le bilinguisme, avantage ou frein pour les entreprises ? -

Evidemment, le bilinguisme est à la fois un avantage et un frein pour les entreprises. Les arguments les plus développés dans les entretiens sont les suivants:

#### Avantages

*Marché plus large (F+D)*

*Le bilinguisme comme élément de la culture d'entreprise*

*Enrichissement personnel des salariés (langue+accès à l'autre culture acquis comme une compétence supplémentaire)*

*Motivation des salariés*

*Augmentation du respect envers l'autre culture pour le personnel (ouverture d'esprit)*

*Prestation améliorée pour le client (service qualité)*

*Les différentes cultures se complètent bien*

*Créativité*

#### Freins

*Demande plus de temps*

*Demande de s'organiser à l'avance et de programmer l'information (moins de spontanéité)*

*Plus compliquer à gérer*

*Demande plus de ressources humaines et financières*

*Risque de mauvaise compréhension même si l'on croit s'être bien compris.*

*Le suisse allemand est un frein supplémentaire pour les francophones*

*Chaque traduction peut induire des erreurs d'interprétation*

*Demande des efforts quotidiens*

Pour la majorité des entreprises interrogées, même si les avantages sont bien clairs, il est frappant de constater que le bilinguisme est **à la fois une obligation**, compte tenu de la situation géographique (Biel/Bienne) des entreprises (« Nous sommes ici, nous n'avons pas le choix ») **et une façon de travailler très naturelle** (« C'est normal, je ne me vois pas faire autrement »).

- Citations choisies -

**« On perd de l'argent avec le plurilinguisme, on en gagne avec la pluriculture »**

Laurent Sandoz, CEO Eclipse SA

**« Deux cultures sous le même toit apportent des idées et une grande créativité »**

Daniel Stähli, Directeur BFB Bildung Formation Biel/Bienne

**« Il est important d'avoir des personnes bilingues au niveau stratégique. »**

Antoine Romanens, Responsable du personnel de la Banque Cantonale région Bienne Seeland Jura bernois

**« On doit absolument avoir tous les documents en double. Il nous faut donc deux fois plus de présentoirs! Mais à Bienne, tous ces efforts sont spontanés, je ne me vois pas travailler autrement. »**

Patrick Calegari, Gérant Zollhaus Automobil Sàrl

**« Donner une traduction à l'externe prend du temps. Nous utilisons au maximum les compétences internes.»**

Chantal Laubscher, assistante réception Promotion économique du Canton de Berne

**« Pratiqué passivement ou activement, le bilinguisme est un véritable moteur dans de nombreux domaines, y compris pour l'économie. »**

Manfred Böbner, Chef de projet Promotion économique du Canton de Berne, Région Bienne-Seeland

**« C'est à nous, bilingues, d'expliquer aux gens que le bilinguisme est un enrichissement. C'est la possibilité de faire de belles rencontres. »**

Marc Despont, Gérant Despont SA

**« C'est avant tout par la direction et le personnel que passe le développement du bilinguisme. Cela ne fonctionne pas si l'on force la main. Cela doit être naturel. »**

Celine Ischi de Luca, Responsable de projets chez De Luca SA

## 5. QUELQUES FACTEURS CLÉS DU POSITIONNEMENT DE L'ENTREPRISE

### - Bilinguisme et culture d'entreprise -

Le bilinguisme est un projet qui se construit au quotidien, sur le long terme. C'est un des ingrédients de la culture de l'entreprise. Même si chacun des employés en est porteur, c'est ici clairement **l'équipe de direction qui donne l'impulsion** (voire souvent même le chef d'entreprise). Sans ligne de conduite forte ni stratégie précise, l'expérience montre que les résultats ne sont pas à la hauteur des efforts réalisés.

Le bilinguisme peut aller encore plus loin que la culture d'entreprise et **être à la base du modèle économique** de l'entreprise. Dans ce cas, il structure même le développement de l'entreprise.

### - Le marché: élément décisif -

Naturellement c'est en souhaitant **s'adapter à son marché ou s'adresser à de nouveaux clients** qu'une entreprise améliore son fonctionnement en matière de bilinguisme. A prestations équivalentes, la possibilité pour un client d'être servi ou de recevoir la correspondance dans sa langue peut permettre à l'entreprise de prendre l'avantage.

### - Deux langues et deux cultures -

En ce qui concerne la juxtaposition des deux langues, leur respect et leur importance, les entreprises bilingues sont unanimes. L'allemand/ou le suisse allemand et le français **ont la même valeur dans l'entreprise**. Les deux cultures sont également sur le même pied d'égalité.

Toutes les entreprises bilingues s'accordent pour dire que la **complémentarité des personnes de deux langues** maternelles différentes (comme celle des genres ou des âges d'ailleurs) apporte beaucoup, tant au niveau personnel que professionnel. En revanche, les positions divergent quant à la stratégie à avoir sur la tendance naturelle à se regrouper entre personnes de même langue maternelle.



En général, on remarque toutefois que lorsque la **collaboration à un niveau professionnel** est demandée, la mixité des équipes est bien acceptée, mais quand il s'agit de rencontres informelles (pauses café, sorties d'entreprises, cohabitation dans un même bureau) qui n'influencent pas la prestation professionnelle, la **création artificielle de groupes mixtes n'est pas souhaitée**.

Les **opportunités de rencontres et l'esprit d'ouverture** sont néanmoins de la responsabilité de l'entreprise qui cherche à profiter et à renforcer son fonctionnement bilingue. L'inscription d'une stratégie dans le temps est ici facteur de succès.

## 6. CONCLUSION

Le bilinguisme n'est pas la priorité des entreprises, mais celles qui le pratiquent en interne et/ou en externe sont très exigeantes dans la qualité des prestations fournies dans les deux langues. Le développement du bilinguisme (la volonté de tendre vers l'excellence sur deux marchés) est donc un **indicateur pertinent des exigences qualité en général dans l'entreprise**.

Pour être efficace, le développement du bilinguisme en entreprise nécessite au minimum quatre éléments : **la volonté de la direction, un marché, des moyens, l'adhésion et la motivation des salariés**. Les efforts sont permanents, la thématique est récurrente, mais aucune des entreprises interrogées à Biel/Bienne ne souhaiterait s'en passer. L'organisation d'une entreprise bilingue est compliquée, mais d'après les intéressés, **les retombées** en terme de clientèle et de développement personnel pour les salariés sont une conséquence positive dont ils ne sauraient se passer.

Le bilinguisme comme facteur de fidélisation des salariés et d'ouverture de marché.... Comment ne pas s'y intéresser ?

## ANNEXES

### Entreprises labellisées ou relabellisées Les entreprises et institutions suivantes ont, à ce jour, obtenu et maintenu le Label du bilinguisme :

#### 2001

- Crédit Suisse, succursale de Biel/Bienne
- Chambre économique Bienne-Seeland CEBS, Biel/Bienne

#### 2002

- Vaudoise Assurances, Biel/Bienne
- Eclipse SA, Biel/Bienne
- Spörri Optik SA, Biel/Bienne

#### 2003

- FMB/BKW Energie SA, délégation régionale
- Banque cantonale bernoise, Biel/Bienne
- Gymnase de la rue des Alpes, Biel/Bienne
- Despont SA, Biel/Bienne
- Matthey-Optique SA, Biel/Bienne
- Commune municipale d'Evilard et Macolin

#### 2004

- Museum Schwab, Biel/Bienne
- Université populaire Bienne-Lyss, Biel/Bienne
- Santé bernoise/Berner Gesundheit, Biel/Bienne
- Bildung Formation Bienne BFB, Biel/Bienne

#### 2005

- Mantegani & Wyssseier SA, Biel/Bienne
- Cinevital SA, Biel/Bienne
- Viasuisse AG/SA, Biel/Bienne
- Centre d'information et de consultation Femme et travail Bienne et région, FRAC
- Centre de formation professionnelle CFP, Biel/Bienne

#### 2006

- Administration de la Ville de Bienne (8 Services/Départements)
- BAL Immo Fiduciaire SA, Biel/Bienne
- Croix-Rouge Suisse, section Bienne-Seeland III<sup>e</sup> arrondissement d'ingénieurs en chef OPC3-région Jura bernois et Seeland, Biel/Bienne

#### 2008

- Section de la probation et des formes paritulières d'exécution de peines SPFP, Jura bernois-Seeland
- Caisse de chômage du canton de Berne, office de paiement de Bienne
- ORP région Seeland-Jura bernois
- Jura Promotion économique du canton de Berne

#### 2010

- OFCOM Office fédéral de la communication, Biel/Bienne
- De Luca Management SA, Biel/Bienne
- Energie Service Bienne Biel/Bienne
- Radio Canal 3 Biel/Bienne
- Garage Zollhaus AutomoBiel Sàrl, Biel/Bienne

#### 2012

- Bibliothèque municipale Biel/Bienne
- Manor Biel/Bienne

Les entreprises et institutions suivantes ont été relabellisées cinq ans au moins après l'obtention du Label du bilinguisme :

#### 2008

- Eclipse Technique de spectacles SA, Biel/Bienne
- Crédit Suisse, succursale de Biel/Bienne
- Chambre économique Bienne-Seeland
- FMB/BKW Energie AG, délégation régionale Bienne
- BCBE/BEKB Banque cantonale bernoise, Biel/Bienne
- Spörri Optik SA, Biel/Bienne

#### 2009

- Gymnase de la rue des Alpes, Biel/Bienne
- Despont SA, Biel/Bienne
- Matthey-Optique SA, Biel/Bienne/Biel
- Commune municipale d'Evilard et Macolin
- Université populaire Bienne-Lyss/Volkshochschule Biel-Lyss
- Santé bernoise, Biel/Bienne

#### 2011

- Bildung Formation Bienne BFB, Biel/Bienne
- Cinevital SA, Biel/Bienne
- Mantegani & Wyseier SA, Biel/Bienne
- Viasuisse AG/SA, Biel/Bienne

## LES ENTREPRISES BILINGUES SOUS LA LOUPE

Toutes les mesures recensées sont appliquées séparément. Les **combinaisons suivantes** ont néanmoins été observées dans les entreprises analysées (sur la base des informations recueillies en entretien) :

### CAS N°1 :

N°	MESURE
<b>Communication interne</b>	
5	La direction et le management <b>donnent l'exemple</b> en matière de bilinguisme
6	Proposer aux francophones et aux Alémaniques que chacun parle sa langue <b>dans l'entreprise</b>
12	Définir un processus de <b>relecture</b> des documents traduits en interne comme en externe
<b>Ressources humaines/ Formation</b>	
18	Engager du <b>personnel bilingue</b> F/D
21	Proposer les <b>contrats de travail</b> dans la langue du signataire
22	Associer des francophones et des alémaniques dans les <b>équipes de projets</b>
25	Engager <b>en alternance</b> un apprenti francophone et un alémanique
26	Offre de <b>cours de langues</b>
<b>Communication externe</b>	
29	<b>Accueil</b> téléphonique F/D
30	S'adresser au <b>client dans sa langue</b>
33	Demander au client <b>dans quelle langue il souhaite recevoir sa correspondance</b>
35	Site <b>internet</b> F/D
36	Disposer des <b>documents de communication dans les deux langues</b>
38	Demander systématiquement aux fournisseurs situés hors de la région bilingue <b>les versions F et D d'un document</b> qui doit être diffusé à une clientèle bilingue
39	Prévoir des <b>voeux F/D à Noël</b>
41	Prévoir d'apparaître F/D dans <b>l'annuaire téléphonique</b>
<b>Projets</b>	
46	Demander une <b>expertise</b> « Label du bilinguisme »

## CAS N°2 :

### N° MESURE

#### Organisation interne

- 2 Mettre sur pied une commission **interne « Bilinguisme »** avec des représentants F/D
- 3 Tenir à jour **une liste des points où l'entreprise peut s'améliorer** et prendre des mesures deux fois par an
- 4 Etablir une **charte du personnel** sur les « comportements bilingues » de l'entreprise

#### Communication interne

- 5 La direction et le management **donnent l'exemple** en matière de bilinguisme
- 6 Proposer aux francophones et aux alémaniques que chacun parle sa langue **dans l'entreprise**
- 8 Avoir recours à **un service de traduction externe professionnel** pour les documents clés
- 11 Définir en **interne les compétences** disponibles pour de la traduction
- 12 Définir un processus de **relecture** des documents traduits en interne comme en externe
- 13 Traduire la signalétique **interne**

#### Ressources humaines/ Formation

- 17 Engager du personnel dans la **langue minoritaire**
- 18 Engager du **personnel bilingue F/D**
- 19 Engager des **cadres de la langue minoritaire**
- 21 Proposer les **contrats de travail** dans la langue du signataire
- 22 Associer des francophones et des alémaniques dans les **équipes de projets**
- 23 Attribuer officiellement une décharge avec un pourcentage de travail de deux collaborateurs/trices pour créer un **service de traduction interne**
- 26 Offre de **cours de langues**
- 27 Proposer aux employés une **rencontre linguistique «TANDEM»** avec un interlocuteur de la langue partenaire (à l'extérieur ou à l'intérieur de l'entreprise)

#### Communication externe

- 29 **Accueil** téléphonique F/D
- 30 S'adresser au **client dans sa langue**
- 35 Site **internet** F/D
- 36 Disposer des **documents de communication dans les deux langues**
- 37 Mieux vaut parfois **interpréter le message** (notamment en marketing) **Toutes les notions ne se traduisent pas**
- 39 Prévoir **des vœux F/D à Noël**

- 40 Organiser la **signalétique** de l'entreprise F/D
- 41 Prévoir d'apparaître F/D dans **l'annuaire téléphonique**
- 42 **Cartes de visites** bilingues
- 43 Si une **conférence** est tenue dans une langue, prévoir **les supports powerpoint** dans l'autre langue
- 45 Prévoir des **orateurs D** et des **orateurs F** pour l'organisation d'une manifestation bilingue

#### Projets

- 46 Demander une **expertise** « Label du bilinguisme »

## CAS N°3 :

### N° MESURE

#### Communication interne

- 5 La direction et le management **donnent l'exemple** en matière de bilinguisme
- 6 Proposer aux francophones et aux alémaniques que chacun parle sa langue **dans l'entreprise**
- 8 Avoir recours à **un service de traduction externe professionnel** pour les documents clés
- 11 Définir en **interne les compétences** disponibles pour de la traduction
- 12 Définir un processus de **relecture** des documents traduits en interne comme en externe
- 14 Demander un **résumé dans l'autre langue** lorsqu'un rapport n'est disponible que dans une langue.

#### Ressources humaines/ Formation

- 15 Voir le bilinguisme comme un **potentiel de développement personnel** pour les collaborateurs
- 17 Engager du personnel dans la **langue minoritaire**
- 18 Engager du **personnel bilingue F/D**
- 19 Engager des **cadres de la langue minoritaire**
- 21 Proposer les **contrats de travail** dans la langue du signataire
- 22 Associer des francophones et des alémaniques dans les **équipes de projets**
- 26 Offre de **cours de langues**
- 27 Proposer aux employés une **rencontre linguistique «TANDEM»** avec un interlocuteur de la langue partenaire (à l'extérieur ou à l'intérieur de l'entreprise)

## Communication externe

29	Accueil téléphonique F/D
30	S'adresser au <b>client dans sa langue</b>
34	Introduire <b>le critère linguistique</b> dans la <b>base de données</b> des clients
35	Site <b>internet</b> F/D
36	Disposer des <b>documents de communication dans les deux langues</b>
37	Mieux vaut parfois <b>interpréter le message</b> (notamment en marketing) <b>Toutes les notions ne se traduisent pas</b>
38	Demander systématiquement aux fournisseurs situés hors de la région bilingue <b>les versions F et D d'un document</b> qui doit être diffusé à une clientèle bilingue
39	Prévoir <b>des vœux F/D à Noël</b>
40	Organiser la <b>signalétique</b> de l'entreprise F/D
41	Prévoir d'apparaître F/D dans <b>l'annuaire téléphonique</b>
42	<b>Cartes de visites</b> bilingues
43	Si une <b>conférence</b> est tenue dans une langue, prévoir <b>les supports powerpoint</b> dans l'autre langue
45	Prévoir des <b>orateurs D</b> et des <b>orateurs F</b> pour l'organisation d'une manifestation bilingue

## Projets

46	Demander une <b>expertise</b> « Label du bilinguisme »
----	--

## CAS N°4 :

N° MESURE

## Communication interne

5	La direction et le management <b>donnent l'exemple</b> en matière de bilinguisme
6	Proposer aux francophones et aux alémaniques que chacun parle sa langue <b>dans l'entreprise</b>
7	Alterner la <b>langue des séances interne</b>
11	Définir en <b>interne les compétences</b> disponibles pour de la traduction
12	Définir un processus de <b>relecture</b> des documents traduits en interne comme en externe

## Ressources humaines/ Formation

18	Engager du <b>personnel bilingue F/D</b>
21	Proposer les <b>contrats de travail</b> dans la langue du signataire

## Communication externe

29	Accueil téléphonique F/D
30	S'adresser au <b>client dans sa langue</b>
35	Site <b>internet</b> F/D
36	Disposer des <b>documents de communication dans les deux langues</b>
40	Organiser la <b>signalétique</b> de l'entreprise F/D
41	Prévoir d'apparaître F/D dans <b>l'annuaire téléphonique</b>
42	<b>Cartes de visites</b> bilingues

## Projets

46	Demander une <b>expertise</b> « Label du bilinguisme »
----	--

## CAS N°5 :

N° MESURE

## Communication interne

5	La direction et le management <b>donnent l'exemple</b> en matière de bilinguisme
6	Proposer aux francophones et aux alémaniques que chacun parle sa langue <b>dans l'entreprise</b>
7	Alterner la <b>langue des séances interne</b>
8	Avoir recours à <b>un service de traduction externe professionnel</b> pour les documents clés
11	Définir en <b>interne les compétences</b> disponibles pour de la traduction
12	Définir un processus de <b>relecture</b> des documents traduits en interne comme en externe
13	Traduire la signalétique <b>interne</b>

## Ressources humaines/ Formation

17	Engager du personnel dans la <b>langue minoritaire</b>
18	Engager du <b>personnel bilingue F/D</b>
19	Engager des <b>cadres de la langue minoritaire</b>
21	Proposer les <b>contrats de travail</b> dans la langue du signataire
22	Associer des francophones et des alémaniques dans les <b>équipes de projets</b>
23	Attribuer officiellement une décharge avec un pourcentage de travail de deux collaborateurs/trices pour créer un <b>service de traduction interne</b>
26	Offre de <b>cours de langues</b>
27	Proposer aux employés une <b>rencontre « tandem »</b> avec un interlocuteur de la langue partenaire (à l'extérieur ou à l'intérieur de l'entreprise)
28	Proposer de la <b>formation continue</b> aux collaborateurs dans la langue partenaire

## Communication externe

29	Accueil téléphonique F/D
30	S'adresser au <b>client dans sa langue</b>
34	Introduire le <b>critère linguistique</b> dans la <b>base de données</b> des clients
35	Site <b>internet</b> F/D
36	Disposer des <b>documents de communication dans les deux langues</b>
37	Mieux vaut parfois <b>interpréter le message</b> (notamment en marketing) <b>Toutes les notions ne se traduisent pas</b>
38	Demander systématiquement aux fournisseurs situés hors de la région bilingue <b>les versions F et D d'un document</b> qui doit être diffusé à une clientèle bilingue
39	Prévoir <b>des vœux F/D à Noël</b>
40	Organiser la <b>signalétique</b> de l'entreprise F/D
41	Prévoir d'apparaître F/D dans <b>l'annuaire téléphonique</b>
42	<b>Cartes de visites</b> bilingues

## Projets

46	Demander une <b>expertise</b> « Label du bilinguisme »
----	--

## CAS N°6 :

### N° MESURE

#### Communication interne

5	La direction et le management <b>donnent l'exemple</b> en matière de bilinguisme
6	Proposer aux francophones et aux alémaniques que chacun parle sa langue <b>dans l'entreprise</b>
11	Définir en <b>interne les compétences</b> disponibles pour de la traduction
12	Définir un processus de <b>relecture</b> des documents traduits en interne comme en externe

#### Ressources humaines/ Formation

15	Voir le bilinguisme comme un <b>potentiel de développement personnel</b> pour les collaborateurs
17	Engager du personnel dans la <b>langue minoritaire</b>
18	Engager du <b>personnel bilingue F/D</b>
19	Engager des <b>cadres de la langue minoritaire</b>
21	Proposer les <b>contrats de travail</b> dans la langue du signataire
25	Engager <b>en alternance</b> un apprenti francophone et un alémanique

## Communication externe

29	Accueil téléphonique F/D
30	S'adresser au <b>client dans sa langue</b>
34	Introduire le <b>critère linguistique</b> dans la <b>base de données</b> des clients
35	Site <b>internet</b> F/D
36	Disposer des <b>documents de communication dans les deux langues</b>
38	Demander systématiquement aux fournisseurs situés hors de la région bilingue <b>les versions F et D d'un document</b> qui doit être diffusé à une clientèle bilingue
39	Prévoir <b>des vœux F/D à Noël</b>
40	Organiser la <b>signalétique</b> de l'entreprise F/D
41	Prévoir d'apparaître F/D dans <b>l'annuaire téléphonique</b>
42	<b>Cartes de visites</b> bilingues

## Projets

44	Dans une conférence, proposer des services de <b>traductions simultanées</b>
46	Demander une <b>expertise</b> « Label du bilinguisme »

## CAS N°7 :

### N° MESURE

#### Communication interne

5	La direction et le management <b>donnent l'exemple</b> en matière de bilinguisme
6	Proposer aux francophones et aux alémaniques que chacun parle sa langue <b>dans l'entreprise</b>
11	Définir en <b>interne les compétences</b> disponibles pour de la traduction
12	Définir un processus de <b>relecture</b> des documents traduits en interne comme en externe
13	Traduire la signalétique <b>interne</b>

#### Ressources humaines/ Formation

15	Voir le bilinguisme comme un <b>potentiel de développement personnel</b> pour les collaborateurs
17	Engager du personnel dans la <b>langue minoritaire</b>
18	Engager du <b>personnel bilingue F/D</b>
20	<b>Associer des personnes F/D</b> dans les emplois « complémentaires »
21	Proposer les <b>contrats de travail</b> dans la langue du signataire
22	Associer des francophones et des alémaniques dans les <b>équipes de projets</b>

## Communication externe

- 29 Accueil téléphonique F/D
- 30 S'adresser au **client dans sa langue**
- 35 Site **internet** F/D
- 36 Disposer des **documents de communication dans les deux langues**
- 37 Mieux vaut parfois **interpréter le message** (notamment en marketing) **Toutes les notions ne se traduisent pas**
- 40 Organiser la **signalétique** de l'entreprise F/D
- 41 Prévoir d'apparaître F/D dans **l'annuaire téléphonique**
- 42 **Cartes de visites** bilingues

## Projets

- 46 Demander une **expertise** « Label du bilinguisme »

FRANÇAIS

DEUTSCH

## 1. EINFÜHRUNG

Für viele Unternehmen und Institutionen spielt die Sprachthematik eine wichtige Rolle. Dies gilt nicht nur für Firmen, die an der Sprachgrenze tätig sind, sondern für alle, deren Markt über die Sprach- und sogar Landesgrenzen hinausreicht.

### - Das Forum für die Zweisprachigkeit: Initiant -

Die Schweizer Stiftung „Forum für die Zweisprachigkeit“ mit Sitz in Biel/Bienne gab die Sammlung erprobter Massnahmen in Auftrag, um interessierten Unternehmen und Institutionen konkret aufzuzeigen, wie sie die Zwei- und Mehrsprachigkeit im internen und externen Gebrauch selber verbessern können. Die Förderung der Zwei- und Mehrsprachigkeit in allen Bereichen gehört zu den wichtigsten Zielen der Stiftung.

### - Das Ziel der Sammlung erprobter Massnahmen -

Diese erprobten Massnahmen sollen anderen als möglicher Lösungsweg Ideen für die praktische Umsetzung der Zwei- und Mehrsprachigkeit innerhalb eines Unternehmens dienen. Jeder Unternehmer kann auswählen, welche Massnahmen er sofort oder vielleicht erst mittelfristig umsetzen möchte. Die Sammlung hat nicht den Anspruch, vollständig zu sein. Sie soll vielmehr als Inspiration gelten und Ideen liefern, damit jedes Unternehmen entscheiden kann, welche Massnahme seinen Ansprüchen gerecht wird.

## 2. DAS VORGEHEN BEI DER SAMMLUNG ERPROBTER MASSNAHMEN

### - Die Erfahrungen der zertifizierten Firmen -

Die Geschäftsführer der zertifizierten Firmen sind Experten in Sachen Zweisprachigkeit im Unternehmen, da sie sich im Rahmen der Zertifizierung ausgiebig mit diesem Thema beschäftigt haben und dies auch weiterhin tun, um in fünf Jahren die Wiederzertifizierung zu erlangen. Sie setzen sich tagtäglich mit Fragen der Zwei- und Mehrsprachigkeit auseinander und sind deshalb bestens geeignet, ihre praktischen Erfahrungen als Anregung für weitere Interessierte vorzustellen.

### -Verfahren -

Im Auftrag des „Forums für die Zweisprachigkeit“ und des Vereins „Zweisprachigkeit+“ führte Sophie Ménard, Vizepräsidentin des Vereins „Zweisprachigkeit+“, Gespräche mit sieben der bisher rund dreissig zertifizierten Firmen. Die an der Umfrage beteiligten Firmen unterscheiden sich bezüglich Grösse, Branche und Markt, sind aber allesamt in Biel/Bienne zu Hause. Die Massnahmen, die sich aus ihrer Sicht als am geeignetsten erwiesen, wurden in Form einer Liste zusammentragen. Weitere Anregungen aus diesen Gesprächen sind am Schluss zusammengefasst.

Die Sammlung erprobter Massnahmen wurde auch dem Vorstand und den Experten für die Zertifizierung „Label für die Zweisprachigkeit“ des Vereins „Zweisprachigkeit+“ zur Beurteilung vorgelegt. Ihre Erfahrungen sind in die Schlussfassung eingeflossen.

### - Zum Text -

Im Sinne einer besseren Lesbarkeit verzichtet der vorliegende Bericht auf geschlechtsspezifische Bezeichnungen. Die Abkürzung F steht für Französisch, D für Deutsch.



### 3. SAMMLUNG ERPROBTER MASSNAHMEN

Die Massnahmen sind nach Bereichen gegliedert. Eine kurze Erklärung liefert wichtige Hinweise zur Umsetzung. Die Zeichen in der letzten Spalte vermitteln einen Hinweis auf die Umsetzbarkeit bzw. den Zeitaufwand und die Kosten für die Umsetzung.

- \* = *Einfache Umsetzung*
- = *mittlere Umsetzbarkeit*
- = *grösserer Aufwand*

N°	Bereich	MASSNAHME	ERKLÄRUNG	Umsetzbarkeit
<b>Interne Organisation</b>				
1.	Die Zweisprachigkeit wahrnehmen	Ernennung eines Verantwortlichen für die Zweisprachigkeit. Diese Funktion muss auch die notwendigen Kompetenzen für die Ausübung enthalten.	Erstellung eines Pflichtenhefts, klare Zuordnung im Organigramm, notwendige Kompetenzen erteilen (Zeitbudget, Ressourcen, Ziele, Befugnisse...)	●●
2.		Bildung eines Zweisprachigkeits-Gremiums mit deutsch- und französischsprachigen Mitgliedern.	Mit Auftrag, Massnahmen für die Förderung der Zweisprachigkeit innerhalb des Unternehmens zu erarbeiten.	●●
3.		Pendenzenliste mit den wichtigsten Punkten führen, bei denen sich das Unternehmen in Sachen Zweisprachigkeit verbessern kann; zweimal pro Jahr werden Massnahmen umgesetzt.	Z.B. Erfassung der Aufgaben und Kompetenzen des Zweisprachigkeitsverantwortlichen oder des Zweisprachigkeitsgremiums.	●
4.		Erstellung eines Zweisprachigkeit-Leitbilds in Bezug auf die Zweisprachigkeit im Unternehmen.	Mit höchstens 10 Leitgedanken.	●●

<b>Interne Kommunikation</b>				
5.	Mündlich	Die Geschäftsführung und die Kader sind ein Vorbild in Sachen Zweisprachigkeit.	In beiden Sprachen sprechen. Sprachkurs besuchen.	●●
6.		Vorschlagen, dass jeder in seiner Sprache sprechen soll.	Häufig sprechen die Mitarbeitenden von sich aus die Sprache der Mehrheit.	●
7.		Interne Sitzungen mal in dieser, mal in der anderen Sprache abhalten.	Während einer Woche finden die internen Sitzungen auf Französisch, in der nächsten auf Deutsch statt.	●
8.	Schriftlich / Übersetzungen	Wichtige Unterlagen und Dokumente werden von einem professionellen Übersetzer übersetzt.	Lektorat vorsehen.	●●
9.		Nur die offiziellen internen Informationen und nicht alle internen Memos werden übersetzt.	Reglemente, Pflichtenhefte, Verträge und Informationen zur Arbeitssicherheit müssen übersetzt werden.	●●
10.		Erstellung eines D/F-Lexikons für technische Begriffe.	Von den Mitarbeitenden für die Mitarbeitenden zusammengetragen.	●
11.		Festhalten, welche Mitarbeitenden sich für Übersetzungsarbeiten eignen.	Unterscheidung zwischen normalen internen Informationen, die korrekt übersetzt werden müssen, und offiziellen Dokumenten (Verträgen), die auch rechtlich in Ordnung sein müssen.	●●
12.		Bestimmung des Lektorats für alle Mitteilungen.	Übersetzungen sollen immer von einem Muttersprachler lektoriert werden.	●
13.		Interne Signaletik übersetzen.	Gebrauchsanweisung für Fotokopierer, Telefon, Maschinen usw.	●
14.		Eine Zusammenfassung in der anderen Sprache verlangen, wenn ein Bericht nicht vollständig übersetzt werden kann, oder in der anderen Sprache nicht verfügbar ist.	Analysen, Studien usw.	●●

## Personalmanagement / Personalentwicklung

Personalsuche	15.	Die Zweisprachigkeit als Entwicklungsmöglichkeit der Mitarbeitenden wahrnehmen.	Das Unternehmen wird als Arbeitgeber attraktiver.	●
	16.	Beim Anstellungsverfahren bewusst auf die Zweisprachigkeit des Unternehmens achten und dies bei der Wahl von neuen Mitarbeitenden berücksichtigen.		●
	17.	Vermeehrt Mitarbeitende in der Minderheitssprache anstellen.	Inserate in der Minderheitssprache schalten.	●●
	18.	Zweisprachige Mitarbeiter einstellen D/F.	In den Inseraten auf die Zweisprachigkeit in der Firma hinweisen, Inserate auf D und F publizieren.	●●
	19.	Kadermitarbeitende in der Minderheitssprache einstellen.	Damit kann sichergestellt werden, dass die Zweisprachigkeit auch auf der Führungsebene gelebt wird.	●●●●
	20.	Positionen mit Stellvertretung oder ergänzenden Funktionen bewusst so belegen, dass beide Sprachen vertreten sind.	Leiter und Vize-Leiter, Geschäftsführer und Assistent, Lehrlingsverantwortlicher und Lernende...	●
	21.	Arbeitsvertrag in der Sprache des Mitarbeitenden ausstellen.		●
	22.	In Arbeitsgruppen Mitarbeitende aus beiden Sprachgruppen einbinden.	Mehr Dynamik, mehr Ideen.	●
	23.	Geeignete Mitarbeitende von ordentlichen Aufgaben entlasten, damit sie in beschränktem Masse für interne Übersetzungen zur Verfügung stehen.		●●●●
	24.	Mitarbeitenden- und Lernenden-Austausch zwischen den Filialen	Die Mitarbeitenden für ein ein- bis sechsmonatiges Praktikum in eine Filiale in der anderen Sprachregion schicken.	●●●●

Entwicklung	25.	Abwechslungsweise einen deutsch- und einen französischsprachigen Lernenden einstellen.	Die zweite Sprache muss nicht bereits beim Lehranfang perfekt sein. Zeit lassen, damit der Lernende die Sprache besser lernen kann.	●●●●
	26.	Sprachkurse anbieten.		●●
	27.	SprachTANDEM organisieren, damit sich die Mitarbeitenden in der anderen Sprache verbessern können. Innerhalb oder ausserhalb des Unternehmens.	Während einer Stunde sprechen die beiden zuerst in der einen und anschliessend in der zweiten Sprache miteinander. Der Muttersprachler korrigiert und hilft.	●
	28.	Weiterbildungsangebote auch in der anderen Sprache anbieten.	Hier geht es um die beruflichen Qualifikationen und um technisches Wissen, nicht aber direkt um die Sprache selber.	●●

## Externe Kommunikation

Kundenbeziehung	29.	Telefonischer Empfang auf D/F.	Empfang mit zweisprachigen Mitarbeitenden besetzen.	●●●●
	30.	In der Sprache des Kunden sprechen.		●●●●
	31.	Vorschlagen, dass ein Sachbearbeiter beim Kunden zurückruft, wenn die gewünschte Information nicht in seiner Sprache vorhanden ist.		●●
	32.	Eine Liste mit den wichtigsten Sätzen in beiden Sprachen zusammenstellen und für alle verfügbar machen.	Damit jeder dem Kunden mitteilen kann, dass jemand zurückruft, er es später nochmals versuchen soll oder...	●
	33.	Den Kunden fragen, in welcher Sprache er kommunizieren möchte.		●
	34.	In der Kundendatenbank ein Feld für die Sprache einsetzen.	Oder nach Anrede unterteilen: Herr / M. , Frau / Mme.	●

35.	Marketing	Internetpräsenz in beiden Sprachen.		● ● ●
36.		Werbe- und Promotionsmaterial in beiden Sprachen verfügbar haben.	Broschüren, Flugblätter, Dokumentationen zu Produkten usw.	● ●
37.		Werbebotschaften können nicht immer 1:1 übersetzt werden.	Technische Informationen übersetzen, Werbebotschaften der jeweiligen Sprachkultur anpassen.	● ●
38.		Unterlagen von Zulieferanten immer auf Deutsch und Französisch verlangen.		● ● ●
39.		Zweisprachige Glückwunschkarten vorsehen.		●
40.	Signaletik	Zweisprachige Signaletik: Wegweiser zur Firma usw.	Signaletik für Kunden, Lieferanten.	● ●
41.		Zweisprachiger Eintrag im Telefonbuch und anderen Registern vorsehen.	Die Unternehmensadresse auf D/F zur Verfügung haben und die Sprache der Adresse derjenigen des Schreibens anpassen.	●
42.		Zweisprachige Visitenkarten	Verschiedene Möglichkeiten: 1. recto verso D/F 2. Nur Übersetzung der Funktion	●
43.	Tagungen, Anlässe	Findet eine Veranstaltung nur in einer Sprache statt, sicherstellen, dass die Unterlagen zur Tagung in beiden Sprachen erhältlich sind.	Powerpoint-Slides in der anderen Sprache oder zwei Präsentationen, eine auf Deutsch, die andere auf Französisch.	● ●
44.		Simultanübersetzung vorsehen.		● ● ●
45.		Bei der Auswahl der Referenten auf eine ausgeglichene Sprachverteilung achten.		●

Projekte				
46.		Die Zertifizierung „Label für die Zweisprachigkeit“ beantragen.	Die Zertifizierung zeigt die Stärken und Schwächen auf und erteilt Empfehlungen.	●
47.		Einmal pro Jahr einen internen Anlass zum Thema Mehrsprachigkeit organisieren.		● ●
48.		Den jährlichen Betriebsausflug einmal in die Westschweiz und einmal in die Deutschschweiz planen.		●

### - Die 9 wichtigsten Massnahmen -

**Alle befragten Firmen haben folgende Massnahmen umgesetzt:**

- Massnahme 5: Die Direktion und das Management gehen bezüglich Zweisprachigkeit **mit gutem Beispiel voraus**.
- Massnahme 6: Den Deutsch- und den Französischsprachigen wird vorgeschlagen, dass sich **im Unternehmen** jeder in seiner Sprache ausdrückt.
- Massnahme 12: Es wird ein Prozess festgelegt, bei dem die intern und extern übersetzten Dokumente **gegengelesen** werden.
- Massnahme 18: Es wird **zweisprachiges Personal D/F** eingestellt.
- Massnahme 21: Die **Arbeitsverträge** sind in der Sprache des Unterzeichneten verfasst.
- Massnahme 29: **Empfang** am Telefon D/F.
- Massnahme 30: Die **Kunden werden in ihrer Sprache** angesprochen.
- Massnahme 35: **Website** D/F.
- Massnahme 36: Die **Kommunikationsunterlagen liegen in beiden Sprachen vor**.

Der Beilage können Sie entnehmen, für welche Massnahmenkombination sich die befragten Unternehmen entschieden haben. Es müssen nicht alle Massnahmen umgesetzt werden - je nach Geschäft und Ziel reicht es, eine sinnvolle Auswahl zu treffen.

## 4. ÜBERLEGUNGEN ZUR ZWEI- UND MEHRSPRACHIGKEIT

In den Gesprächen wurde vielfach auf die Chancen und Herausforderungen der Zwei- und Mehrsprachigkeit im Unternehmen hingewiesen. Bereits zum Begriff „Zweisprachigkeit“ bestehen verschiedene Haltungen.

### - Was heisst „Zweisprachigkeit“? -

Zwei grundsätzliche Tendenzen zeichnen sich ab:

- „Die Zweisprachigkeit erlaubt es jedem, sich zu 100 % in seiner Sprache auszudrücken. Dies entspricht quasi zwei parallelen Sprachgemeinschaften.“ - „Die Zweisprachigkeit ist das Verstehen und der Respekt vor der anderen Sprache. Es ist der tagtägliche Umgang mit zwei verschiedenen Sprachen, die sich überall und immer wieder treffen - und ergänzen.“

**Dabei ist nicht nur die sprachliche Kompetenz für die eine oder andere Tendenz ausschlaggebend. Es ist vielmehr die Beziehung zwischen den Akteuren, die das Verständnis für die Zweisprachigkeit definiert.** So kann es zum Beispiel sein, dass der Mitarbeitende im Kundenkontakt in der Sprache des Kunden kommuniziert, mit seinem Arbeitskollegen hingegen das Prinzip „Jeder spricht seine Sprache“ lebt.

In diesem Kontext sind mit Zweisprachigkeit grundsätzlich zwei Varianten gemeint:

- „Schweizerdeutscher Dialekt und Französisch“ und
- „Deutsch Standardsprache und Französisch“

In Bezug auf die Verwendung der Mundart gehen die Meinungen auseinander. In Biel/Bienne spricht man grundsätzlich von der Zweisprachigkeit Mundart/Französisch.

### - Welche Einstellung? -

Viele Wege führen nach Rom. Dies gilt natürlich auch, wenn man die verschiedenen Strategien betrachtet, damit auch auf der beruflichen Ebene die Zweisprachigkeit gewinnbringend für alle umgesetzt werden kann. Grundsätzlich sollten aber folgende Kriterien erfüllt sein, und vor allem von der Geschäftsleitung und den Mitarbeitenden mitgetragen werden:

- *zuhören und versuchen, die Standpunkte der anderen Kultur zu verstehen*
- *akzeptieren, dass es Unterschiede zwischen den Sprachgruppen gibt*

- *D und F vertreten die gleichen Grundwerte. Man sollte sich nicht auf das versteifen, was die Deutsch- und Französischsprachigen voneinander unterscheidet, sondern darauf achten, was sie verbindet.*
- *sich in Erinnerung rufen, dass unabhängig von der Sprache auch regionale Unterschiede bestehen*
- *sich um einen Konsens bemühen*

Schliesslich ist es wichtig, trotz der Fehler und Hemmungen die andere Sprache zu sprechen. Nur so lässt sich die Zweisprachigkeit im Unternehmen fördern. Dies stellt die Grundlage für künftige Fortschritte dar.

### -Die Zweisprachigkeit : Erfolgs- oder Kostenfaktor? -

Die Zweisprachigkeit stellt einerseits natürlich einen Kostenfaktor dar. Andererseits überwiegen die positiven Effekte bei Weitem. Die Tabelle enthält die wichtigsten Faktoren.

#### **Erfolgsfaktor**

Grösserer Markt (D+F)

Die Zweisprachigkeit als Unternehmenskultur leben

Sie stellt eine Entwicklungsmöglichkeit für die Mitarbeitenden dar, welche die Sprache und Kultur der anderen Sprachgemeinschaft besser kennen lernen und ihren persönlichen Kompetenzen-Rucksack so erweitern können.

Bessere Motivation der Mitarbeitenden

Offenheit gegenüber der anderen Sprachgemeinschaft, öffnet allgemein den Horizont

Bessere Dienstleistungen für den Kunden, stärkere Kundenanbindung

Beide Kulturen ergänzen sich

Mehr Kreativität

#### **Kostenfaktor**

Zusätzlichen Zeitaufwand nicht unterschätzen

Prozesse müssen auf die Zweisprachigkeit Rücksicht nehmen (Arbeitsorganisation)

Höhere Anforderung an das Management

Mehr Mitarbeitende, mehr Kosten

Missverständnisse, da man denkt, man habe sich verstanden, dabei war die Kommunikation nicht für alle klar

Mundart stellt für die französischsprachigen Mitarbeitenden, die eher Hochdeutsch sprechen können (Schule), eine höhere Hürde dar.

In jeder Übersetzung können Fehler vorhanden sein.

Verlangt konstanten Einsatz und stetiges Engagement

Für die befragten Firmen überwiegen die Vorteile der Zweisprachigkeit ganz klar. Sie erleben die Zweisprachigkeit wegen der geografischen Lage an der Sprachgrenze aber auch als Pflicht („Wir sind hier, wir haben keine Wahl“). Die Zweisprachigkeit wird auch als ganz normal wahrgenommen („Für mich ist das ganz normal; ich könnte nicht anders arbeiten“).

### - Ausgewählte Zitate -

*„Man verliert Geld mit der Mehrsprachigkeit, aber man gewinnt mit dem Multikulturalismus.“*

Laurent Sandoz, CEO Eclipse SA

*„Zwei Kulturen unter dem gleichen Dach führen zu vielen Ideen und mehr Kreativität.“*

Daniel Stähli, Direktor BFB Bildung Formation Biel/Bienne

*„Es ist wichtig, auch auf der strategischen Führungsebene zweisprachige Personen zu haben.“*

Antoine Romanens, Personalverantwortlicher der Berner Kantonalbank, Region Biel Seeland Berner Jura

*„Wir müssen alle Unterlagen in beiden Sprachen haben. Also brauchen wir doppelt so viel Platz. Aber in Biel ist dies alles ganz spontan, ich kann mir nicht vorstellen, anders zu arbeiten.“*

Patrick Calegari, Geschäftsführer Zollhaus AutomoBiel Sàrl

*„Wenn man einen Text auswärts zum Übersetzen gibt, verliert man Zeit. Wir versuchen, so weit als möglich die Übersetzung intern machen zu lassen.“*

Chantal Laubscher, Assistentin, Wirtschaftsförderung des Kantons Bern

*„Passiv oder aktiv angewandt, die Zweisprachigkeit ist in vielen Bereichen, vornehmlich auch in der Wirtschaft, ein wichtiger Motor...“*

Manfred Böbner, Projektleiter Wirtschaftsförderung Kanton Bern, Region Biel-Seeland

*„Es liegt an uns Zweisprachigen, den anderen die Vorteile der Zweisprachigkeit zu erklären. Das gibt uns Gelegenheit für interessante Bekanntschaften.“*

Marc Despont, Geschäftsführer Despont SA

*„Die Zweisprachigkeit lebt dann, wenn es von der Geschäftsführung und den Mitarbeitenden gewünscht wird. Ohne ihre Unterstützung geht es nicht, man kann die Zweisprachigkeit nicht erzwingen. Es muss ganz natürlich sein.“*

Celine Ischi de Luca, Projektverantwortliche bei De Luca SA

## 5. AUSGEWÄHLTE SCHLÜSSELFAKTOREN ZUR POSITIONIERUNG DES UNTERNEHMENS

### - Zweisprachigkeit und Unternehmenskultur -

Die Zweisprachigkeit stellt ein Projekt dar, das im Alltag langfristig aufgebaut wird. Sie gehört zur Unternehmenskultur. Auch wenn sie von jedem Mitarbeitenden verkörpert wird, **erteilt die Geschäftsleitung den Impuls**. Die Erfahrung zeigt, dass ohne klare Marschrichtung und genaue Strategie die Resultate keineswegs den geleisteten Bemühungen entsprechen.

Die Zweisprachigkeit kann über die Unternehmenskultur hinaus **die Grundlage für das Wirtschaftsmodell** des Unternehmens darstellen. In einem solchen Fall strukturiert sie sogar die Entwicklung des Unternehmens.

### - Der Markt als entscheidendes Element -

**In vielen Fällen ist der Markt ausschlaggebend für die Mehrsprachigkeit im Unternehmen.** Kann die Unternehmung einen Kunden in seiner Sprache bedienen, gibt ihr das einen Wettbewerbsvorteil. Ein breitere Kundenpalette reduziert das Klumpenrisiko.

### - Zwei Sprachen und zwei Kulturen -

Was das Nebeneinander von zwei Sprachen, ihre Einhaltung und Bedeutung betrifft, sind sich die zweisprachigen Unternehmen einig. Deutsch und/oder Schweizerdeutsch sowie Französisch **haben im Unternehmen den gleichen Stellenwert**. Die beiden Kulturen sind sich ebenbürtig.

Alle befragten zweisprachigen Unternehmen stimmen in der Überzeugung überein, dass die **Komplementarität von Personen mit zwei** verschiedenen Muttersprachen (übrigens auch der Geschlechter oder Altersstufen) sowohl auf persönlicher als auch beruflicher Ebene sehr wertvoll ist. Hingegen gehen die Meinungen darin auseinander, wie das natürliche Bestreben gebremst werden kann, dass sich Personen mit der gleichen Muttersprache zusammenschliessen.

Im Allgemeinen stellt man nämlich fest, dass durchmischte Teams **bei der Zusammenarbeit auf einer beruflichen Ebene** gut funktionieren. Bei ungezwungenen Begegnungen (Kaffeepausen, Betriebsausflüge), welche die berufliche Leistung nicht beeinflussen, **wird die künstliche Bildung gemischter Gruppen aber nicht geschätzt.**

Nichtsdestotrotz sind die Unternehmen, die ihre zweisprachige Funktionsweise nutzen und stärken möchten, dafür zuständig, dass es genügend **Gelegenheiten gibt, bei denen man sich ungezwungen treffen kann. Auch ist die Unternehmensleitung verantwortlich, ein offenes und lebhaftes mehrsprachiges Klima zu schaffen.** Die Verfolgung einer langfristigen und kohärenten Strategie stellt diesbezüglich den Schlüssel zum Erfolg dar.

## 6. SCHLUSSFOLGERUNG

Die Zweisprachigkeit an und für sich hat bei den Unternehmen keine sehr hohe Priorität. Trotzdem sind diejenigen, welche sie intern und/oder extern betreiben, bezüglich der in beiden Sprachen erbrachten Leistungen sehr gewissenhaft. Die Entwicklung der Zweisprachigkeit (der Wille, auf beiden Märkten Exzellenz anzustreben) stellt somit einen **relevanten Indikator für die allgemeinen Qualitätsansprüche im Unternehmen dar.**

Um effizient zu sein, erfordert die Entwicklung der Zweisprachigkeit in einem Unternehmen mindestens vier Elemente: **das Bestreben der Direktion, einen Markt, genügend Mittel sowie die Beteiligung und Motivation der Mitarbeitenden.**

**Die Bemühungen erfolgen ständig** und die Thematik wiederholt sich häufig. Trotzdem möchte keines der in Biel/Bienne befragten Unternehmen darauf verzichten. Die Organisation eines zweisprachigen Unternehmens ist komplizierter. Laut den Aussagen der Betroffenen stellen die **Folgen** bezüglich Kundschaft und persönlicher Entwicklung für die Mitarbeitenden sehr positiv.

Die Quintessenz ist: Zweisprachigkeit im Unternehmen führt zu loyalen, motivierten, inspirierten Mitarbeitenden und zu mehr Markt, also mehr Erfolg für das Unternehmen.

## BEILAGEN

**Folgende Unternehmen und Institutionen haben das Label für die Zweisprachigkeit erhalten:**

### 2001

- *Crédit Suisse, Niederlassung Biel/Bienne*
- *Wirtschaftskammer Biel-Seeland, Biel/Bienne*

### 2002

- *Vaudoise Versicherungen, Biel/Bienne*
- *Eclipse SA, Biel/Bienne*
- *Spörri Optik AG, Biel/Bienne*

### 2003

- *BKW FMB Energie AG, Region Biel*
- *BEKB BCBE/ Berner Kantonalbank, Biel/Bienne*
- *Gymnasium Alpenstrasse, Biel/Bienne*
- *Despont SA, Biel/Bienne*
- *Matthey-Optique SA, Biel/Bienne*
- *Gemeinde Leubringen und Magglingen*

### 2004

- *Museum Schwab, Biel/Bienne*
- *Volkshochschule Biel Lyss, Biel/Bienne*
- *Santé bernoise/Berner Gesundheit, Biel/Bienne*
- *Bildung Formation Bienne BFB, Biel/Bienne*

### 2005

- *Mantegani & Wyss SA, Biel/Bienne*
- *Cinevital SA, Biel/Bienne*
- *Viasuisse AG/SA, Biel/Bienne*
- *FRAC Informations- und Beratungszentrum Frau und Arbeit Biel und Umgebung/FRAC*
- *Berufsbildungszentrum, Biel/Bienne*

### 2006

- *Stadtverwaltung Biel (8 Abteilungen)*
- *BAL Immo Treuhand AG, Biel/Bienne*
- *Schweizerisches Rotes Kreuz/Croix-Rouge, Sektion Biel-Seeland/Oberingenieurkreis III, Tiefbauamt Kanton Bern-Region Seeland und Berner Jura Stab Biel/Bienne*

### 2008

- *ABaS-Abt. Bewährungshilfe und alternativer Strafvollzug Berner Jura-Seeland Arbeitslosenkasse des Kantons Bern, Büro Biel*
- *Arbeitslosenkasse des Kantons Bern, Büro Biel*
- *RAV Region Seeland-Jura bernois*
- *Wirtschaftsförderung des Kantons Bern, Biel/Bienne*

### 2010

- *BAKOM Bundesamt für Kommunikation / Biel/Bienne*
- *De Luca Management SA, Biel/Bienne*
- *Energie Service Bienne Biel/Bienne*
- *Radio Canal 3 Biel/Bienne*
- *Garage Zollhaus AutoBiel Sàrl, Biel/Bienne*

### 2012

- *Stadtbibliothek Biel/Bienne*
- *Manor Biel/Bienne*

**Folgende Unternehmen haben die Wiederzertifizierung nach 5 Jahren erhalten:**

**2008**

- Eclipse Technique de spectacles SA, Biel/Bienne
- Crédit Suisse, Niederlassung Biel/Bienne
- Wirtschaftskammer Biel/Seeland
- BKW FMB Energie AG, Regionalvertretung Biel/Bienne
- BEKB BCBE/ Berner Kantonalbank, Biel/Bienne
- Spörri Optik SA, Biel/Bienne

**2009**

- Gymnasium Alpenstrasse, Biel/Bienne
- Despont SA, Biel/Bienne
- Matthey-Optique SA, Biel/Bienne/Biel
- Gemeinde Leubringen und Magglingen
- Volkshochschule Biel-Lyss
- Santé bernoise/Berner Gesundheit, Biel/Bienne

**2011**

- Bildung Formation Bienne BFB, Biel/Bienne
- Cinevital SA, Biel/Bienne
- Mantegani & Wyseier SA, Biel/Bienne
- Viasuisse AG/SA, Biel/Bienne

**DIE BEFRAGTEN ZWEISPRACHIGEN UNTERNEHMEN**

Die Firmen wenden nicht jede einzelne Massnahme an, sondern haben sich, je nach ihrer Ausgangslage, für die folgenden Kombinationen entschieden:

**FALL 1:**

N°	MASSNAHME
<b>Interne Kommunikation</b>	
5	Die Geschäftsführung und die Kader sind ein Vorbild in Sachen Zweisprachigkeit.
6	Vorschlagen, dass jeder in seiner Sprache sprechen soll.
12	Bestimmung des Lektorats für alle Mitteilungen.
<b>Personalmanagement / Personalentwicklung</b>	
18	Zweisprachige Mitarbeiter einstellen D/F.
21	Arbeitsvertrag in der Sprache des Mitarbeitenden ausstellen.
22	In Arbeitsgruppen Mitarbeitende aus beiden Sprachgruppen einbinden.
25	Abwechslungsweise einen deutsch- und einen französischsprachigen Lernenden einstellen.
26	Sprachkurse anbieten.
<b>Externe Kommunikation</b>	
29	Telefonischer Empfang auf D/F.
30	In der Sprache des Kunden sprechen.
33	Den Kunden fragen, in welcher Sprache er kommunizieren möchte.
35	Internetpräsenz in beiden Sprachen.
36	Werbe- und Promotionsmaterial in beiden Sprachen verfügbar haben.
38	Unterlagen von Zulieferanten immer auf Deutsch und Französisch verlangen.
39	Zweisprachige Glückwunschkarten vorsehen.
41	Zweisprachiger Eintrag im Telefonbuch und anderen Registern vorsehen.
<b>Projekte</b>	
46	Die Zertifizierung „Label für die Zweisprachigkeit“ beantragen.



## FALL 2 :

### N° MASSNAHME

#### Interne Organisation

- 2 Bildung eines Zweisprachigkeits-Gremiums mit deutsch- und französischsprachigen Mitgliedern.
- 3 Pendenzenliste mit den wichtigsten Punkten führen, bei denen sich das Unternehmen in Sachen Zweisprachigkeit verbessern kann; zweimal pro Jahr werden Massnahmen umgesetzt.
- 4 Erstellung eines Zweisprachigkeit-Leitbilds in Bezug auf die Zweisprachigkeit im Unternehmen.

#### Interne Kommunikation

- 5 Die Geschäftsführung und die Kader sind ein Vorbild in Sachen Zweisprachigkeit.
- 6 Vorschlagen, dass jeder in seiner Sprache sprechen soll.
- 8 Wichtige Unterlagen und Dokumente werden von einem professionellen Übersetzer übersetzt.
- 11 Festhalten, welche Mitarbeitenden sich für Übersetzungsarbeiten eignen.
- 12 Bestimmung des Lektorats für alle Mitteilungen.
- 13 Interne Signaletik übersetzen.

#### Personalmanagement / Personalentwicklung

- 17 Vermehrt Mitarbeitende in der Minderheitssprache anstellen.
- 18 Zweisprachige Mitarbeiter einstellen D/F.
- 19 Kadermitarbeitende in der Minderheitssprache einstellen.
- 21 Arbeitsvertrag in der Sprache des Mitarbeitenden ausstellen.
- 22 In Arbeitsgruppen Mitarbeitende aus beiden Sprachgruppen einbinden.
- 23 Geeignete Mitarbeitende von ordentlichen Aufgaben entlasten, damit sie in beschränktem Masse für interne Übersetzungen zur Verfügung stehen.
- 26 Sprachkurse anbieten.
- 27 SprachTANDEM organisieren, damit sich die Mitarbeitenden in der anderen Sprache locker verbessern können. Dies erfolgt innerhalb oder ausserhalb des Unternehmens.

#### Externe Kommunikation

- 29 Telefonischer Empfang auf D/F.
- 30 In der Sprache des Kunden sprechen.
- 35 Internetpräsenz in beiden Sprachen.
- 36 Werbe- und Promotionsmaterial in beiden Sprachen verfügbar haben.
- 37 Werbefortschaften können nicht immer 1 : 1 übersetzt werden.
- 39 Zweisprachige Glückwunschkarten vorsehen.

- 40 Zweisprachige Signaletik: Wegweiser zur Firma usw.
- 41 Zweisprachiger Eintrag im Telefonbuch und anderen Registern vorsehen.
- 42 Zweisprachige Visitenkarten
- 43 Findet eine Veranstaltung nur in einer Sprache statt, sicherstellen, dass die Unterlagen zur Tagung in beiden Sprachen erhältlich sind.
- 45 Bei der Auswahl der Referenten auf eine ausgeglichene Sprachverteilung achten.

#### Projekte

- 46 Die Zertifizierung „Label für die Zweisprachigkeit“ beantragen.

## FALL 3 :

### N° MASSNAHME

#### Interne Kommunikation

- 5 Die Geschäftsführung und die Kader sind ein Vorbild in Sachen Zweisprachigkeit.
- 6 Vorschlagen, dass jeder in seiner Sprache sprechen soll.
- 8 Wichtige Unterlagen und Dokumente werden von einem professionellen Übersetzer übersetzt.
- 11 Festhalten, welche Mitarbeitenden sich für Übersetzungsarbeiten eignen.
- 12 Bestimmung des Lektorats für alle Mitteilungen.
- 14 Eine Zusammenfassung in der anderen Sprache verlangen, wenn ein Bericht nicht vollständig übersetzt werden kann, oder in der anderen Sprache nicht verfügbar ist.

#### Personalmanagement / Personalentwicklung

- 15 Die Zweisprachigkeit als Entwicklungsmöglichkeit der Mitarbeitenden wahrnehmen.
- 17 Vermehrt Mitarbeitende in der Minderheitssprache anstellen.
- 18 Zweisprachige Mitarbeiter einstellen D/F.
- 19 Kadermitarbeitende in der Minderheitssprache einstellen.
- 21 Arbeitsvertrag in der Sprache des Mitarbeitenden ausstellen.
- 22 In Arbeitsgruppen Mitarbeitende aus beiden Sprachgruppen einbinden.
- 26 Sprachkurse anbieten.
- 27 SprachTANDEM organisieren, damit sich die Mitarbeitenden in der anderen Sprache locker verbessern können. Dies erfolgt innerhalb oder ausserhalb des Unternehmens.



## Externe Kommunikation

29	Telefonischer Empfang auf D/F.
30	In der Sprache des Kunden sprechen.
34	In der Kundendatenbank ein Feld für die Sprache einsetzen.
35	Internetpräsenz in beiden Sprachen.
36	Werbe- und Promotionsmaterial in beiden Sprachen verfügbar haben.
37	Werbepbotschaften können nicht immer 1 : 1 übersetzt werden.
38	Unterlagen von Zulieferanten immer auf Deutsch und Französisch verlangen.
39	Zweisprachige Glückwunschkarten vorsehen.
40	Zweisprachige Signaletik: Wegweiser zur Firma usw.
41	Zweisprachiger Eintrag im Telefonbuch und anderen Registern vorsehen.
42	Zweisprachige Visitenkarten
43	Findet eine Veranstaltung nur in einer Sprache statt, sicherstellen, dass die Unterlagen zur Tagung in beiden Sprachen erhältlich sind.
45	Bei der Auswahl der Referenten auf eine ausgeglichene Sprachverteilung achten.

## Projekte

46	Die Zertifizierung „Label für die Zweisprachigkeit“ beantragen.
----	---

## FALL 4 :

### N° MASSNAHME

#### Interne Kommunikation

5	Die Geschäftsführung und die Kader sind ein Vorbild in Sachen Zweisprachigkeit.
6	Vorschlagen, dass jeder in seiner Sprache sprechen soll.
7	Interne Sitzungen mal in dieser, mal in der anderen Sprache abhalten.
11	Festhalten, welche Mitarbeitenden sich für Übersetzungsarbeiten eignen.
12	Bestimmung des Lektorats für alle Mitteilungen.

#### Personalmanagement / Personalentwicklung

18	Zweisprachige Mitarbeiter einstellen D/F.
21	Arbeitsvertrag in der Sprache des Mitarbeitenden ausstellen.

## Externe Kommunikation

29	Telefonischer Empfang auf D/F.
30	In der Sprache des Kunden sprechen.
35	Internetpräsenz in beiden Sprachen.
36	Werbe- und Promotionsmaterial in beiden Sprachen verfügbar haben.
40	Zweisprachige Signaletik: Wegweiser zur Firma usw.
41	Zweisprachiger Eintrag im Telefonbuch und anderen Registern vorsehen.
42	Zweisprachige Visitenkarten

## Projekte

46	Die Zertifizierung „Label für die Zweisprachigkeit“ beantragen.
----	---

## FALL 5 :

### N° MASSNAHME

#### Interne Kommunikation

5	Die Geschäftsführung und die Kader sind ein Vorbild in Sachen Zweisprachigkeit.
6	Vorschlagen, dass jeder in seiner Sprache sprechen soll.
7	Interne Sitzungen mal in dieser, mal in der anderen Sprache abhalten.
8	Wichtige Unterlagen und Dokumente werden von einem professionellen Übersetzer übersetzt.
11	Festhalten, welche Mitarbeitenden sich für Übersetzungsarbeiten eignen.
12	Bestimmung des Lektorats für alle Mitteilungen.
13	Interne Signaletik übersetzen.

#### Personalmanagement / Personalentwicklung

17	Vermeht Mitarbeitende in der Minderheitssprache anstellen.
18	Zweisprachige Mitarbeiter einstellen D/F.
19	Kadermitarbeitende in der Minderheitssprache einstellen.
21	Arbeitsvertrag in der Sprache des Mitarbeitenden ausstellen.
22	In Arbeitsgruppen Mitarbeitende aus beiden Sprachgruppen einbinden.
23	Geeignete Mitarbeitende von ordentlichen Aufgaben entlasten, damit sie in beschränktem Masse für interne Übersetzungen zur Verfügung stehen.
26	Sprachkurse anbieten.
27	SprachTANDEM organisieren, damit sich die Mitarbeitenden in der anderen Sprache locker verbessern können. Dies erfolgt innerhalb oder ausserhalb des Unternehmens.
28	Weiterbildungsangebote auch in der anderen Sprache anbieten.

## Externe Kommunikation

29	Telefonischer Empfang auf D/F.
30	In der Sprache des Kunden sprechen.
34	In der Kundendatenbank ein Feld für die Sprache einsetzen.
35	Internetpräsenz in beiden Sprachen.
36	Werbe- und Promotionsmaterial in beiden Sprachen verfügbar haben.
37	Werbebotschaften können nicht immer 1 : 1 übersetzt werden.
38	Unterlagen von Zulieferanten immer auf Deutsch und Französisch verlangen.
39	Zweisprachige Glückwunschkarten vorsehen.
40	Zweisprachige Signaletik: Wegweiser zur Firma usw.
41	Zweisprachiger Eintrag im Telefonbuch und anderen Registern vorsehen.
42	Zweisprachige Visitenkarten

## Projekte

46	Die Zertifizierung „Label für die Zweisprachigkeit“ beantragen.
----	---

## FALL 6 :

### N° MASSNAHME

#### Interne Kommunikation

5	Die Geschäftsführung und die Kader sind ein Vorbild in Sachen Zweisprachigkeit.
6	Vorschlagen, dass jeder in seiner Sprache sprechen soll.
11	Festhalten, welche Mitarbeitenden sich für Übersetzungsarbeiten eignen.
12	Bestimmung des Lektorats für alle Mitteilungen.

#### Personalmanagement / Personalentwicklung

15	Die Zweisprachigkeit als Entwicklungsmöglichkeit der Mitarbeitenden wahrnehmen.
17	Vermeht Mitarbeitende in der Minderheitssprache anstellen.
18	Zweisprachige Mitarbeiter einstellen D/F.
19	Kadermitarbeitende in der Minderheitssprache einstellen.
21	Arbeitsvertrag in der Sprache des Mitarbeitenden ausstellen.
25	Abwechslungsweise einen deutsch- und einen französischsprachigen Lernenden einstellen.

## Externe Kommunikation

29	Telefonischer Empfang auf D/F.
30	In der Sprache des Kunden sprechen.
34	In der Kundendatenbank ein Feld für die Sprache einsetzen.
35	Internetpräsenz in beiden Sprachen.
36	Werbe- und Promotionsmaterial in beiden Sprachen verfügbar haben.
38	Unterlagen von Zulieferanten immer auf Deutsch und Französisch verlangen.
39	Zweisprachige Glückwunschkarten vorsehen.
40	Zweisprachige Signaletik: Wegweiser zur Firma usw.
41	Zweisprachiger Eintrag im Telefonbuch und anderen Registern vorsehen.
42	Zweisprachige Visitenkarten

## Projekte

44	Simultanübersetzung vorsehen.
46	Die Zertifizierung „Label für die Zweisprachigkeit“ beantragen.

## FALL 7 :

### N° MASSNAHME

#### Interne Kommunikation

5	Die Geschäftsführung und die Kader sind ein Vorbild in Sachen Zweisprachigkeit.
6	Vorschlagen, dass jeder in seiner Sprache sprechen soll.
11	Festhalten, welche Mitarbeitenden sich für Übersetzungsarbeiten eignen.
12	Bestimmung des Lektorats für alle Mitteilungen.
13	Interne Signaletik übersetzen.

#### Personalmanagement / Personalentwicklung

15	Die Zweisprachigkeit als Entwicklungsmöglichkeit der Mitarbeitenden wahrnehmen.
17	Vermeht Mitarbeitende in der Minderheitssprache anstellen.
18	Zweisprachige Mitarbeiter einstellen D/F.
20	Positionen mit Stellvertretung oder ergänzenden Funktionen bewusst so belegen, dass beide Sprachen vertreten sind.
21	Arbeitsvertrag in der Sprache des Mitarbeitenden ausstellen.
22	In Arbeitsgruppen Mitarbeitende aus beiden Sprachgruppen einbinden.

## Externe Kommunikation

29	Telefonischer Empfang auf D/F.
30	In der Sprache des Kunden sprechen.
35	Internetpräsenz in beiden Sprachen.
36	Werbe- und Promotionsmaterial in beiden Sprachen verfügbar haben.
37	Werbebotschaften können nicht immer 1:1 übersetzt werden.
40	Zweisprachige Signaletik: Wegweiser zur Firma usw.
41	Zweisprachiger Eintrag im Telefonbuch und anderen Registern vorsehen.
42	Zweisprachige Visitenkarten

## Projekte

46	Die Zertifizierung „Label für die Zweisprachigkeit“ beantragen.
----	---



für die Zweisprachigkeit

du bilinguisme

**f o r m**

SAMMLUNG  
ERPROBTER  
MASSNAHMEN

Die Zweisprachigkeit im Unternehmen: