



TNS POLLING & SOCIAL FACTS AND FIGURES – EUROBAROMETER

Großbritannien im Rückstand bei Erreichung des EU-Ziels eines mehrsprachigen Europas

Berlin/ London, 14. März 2006 – Eine beunruhigende Mehrheit von zwei Drittel (62 Prozent) der britischen Staatsbürger kann nur englisch sprechen, während andere Länder der EU gute Fortschritte auf dem Weg zur Erreichung des EU-Zieles eines mehrsprachigen Europas machen.

Die Ergebnisse einer von TNS Opinion & Social für die Europäische Kommission durchgeführten Eurobarometer-Umfrage machen deutlich, dass Großbritannien weit hinter den anderen europäischen Ländern zurückliegt, wenn es darum geht, das Erlernen einer zweiten Sprache zu fördern. In ganz Europa sprechen 56 Prozent der Menschen zwei Sprachen – eine Erhöhung um neun Prozentpunkte seit 2001 – 28 Prozent sprechen sogar drei Sprachen. Demgegenüber beherrschen nur 38 Prozent der britischen Bürger eine Fremdsprache so gut, dass sie darin ein Gespräch führen können.

In Italien ist die Situation ähnlich wie in Großbritannien; hier sprechen 59 Prozent der Einwohner nur ihre Muttersprache. Danach kommt Portugal mit 58 Prozent. Nur in Irland (66 Prozent) spricht ein noch größerer Anteil der Bevölkerung als in Großbritannien nur eine Sprache.

Die Umfrage, an der fast 30.000 Menschen aus den 25 Mitgliedstaaten der EU und den vier Beitrittsländern und Kandidatenländern teilnahmen, zeigt, dass die Mehrheit der Europäer das Erlernen einer zweiten oder sogar dritten Sprache für den beruflichen und auch persönlichen Erfolg als ausschlaggebend ansehen. 73 Prozent der EU-Bürger führen bessere Arbeitsmöglichkeiten als Hauptgrund dafür an, dass die jungen Leute von heute eine Fremdsprache erlernen. 83 Prozent sind davon überzeugt, dass eine Fremdsprache ihnen auch privat von Nutzen ist. Die Gründe für das Erlernen von Sprachen werden zunehmend mit ganz praktischen Erwägungen verknüpft.

Englisch bleibt die in Europa am weitesten verbreitete Sprache: 51 Prozent der EU-Bürger sprechen Englisch entweder als Muttersprache oder als Fremdsprache. Das kann eine Ursache für die mangelnde Motivation der Briten sein, andere Sprachen zu erlernen. Als Gründe für das Nichterlernen von Fremdsprachen werden in ganz Europa die folgenden drei Faktoren angeführt: Zeitmangel (34 Prozent), Motivation (30 Prozent) und die Kosten für den Sprachunterricht (22 Prozent).

Zwei Drittel der Befragten (67 Prozent) glauben, dass die Vermittlung von Fremdsprachen in jedem Land politisch Priorität genießen sollte. Die Mehrheit meint sogar, dass die Kinder ab der Grundschule bereits zwei Fremdsprachen erlernen sollten. Für viele Europäer ist die Schule der einzige Ort, an dem sie jemals eine Fremdsprache lernen.

Die Hälfte der Europäer gibt an, dass jeder in der EU neben der Muttersprache noch zwei weitere Sprachen beherrschen sollte. 55 Prozent sind der Meinung, dass Kinder die erste Fremdsprache ab einem Alter von 6 Jahren erlernen müssten. Ein noch größerer Anteil (64 Prozent) meint, dass Kinder ab diesem Alter bereits in zwei Fremdsprachen unterrichtet werden sollten.

Interessanterweise herrscht in den Ländern darin Übereinstimmung, welche Fremdsprachen vermittelt werden sollten. Englisch steht an erster Stelle als die Fremdsprache der Wahl (77 Prozent), während Französisch den zweiten Platz einnimmt (33 Prozent).

Marita Carballo, Global Head von TNS Polling & Social kommentiert: "Es ist beunruhigend, dass die Menschen in Großbritannien in Bezug auf die Beherrschung von Fremdsprachen so weit hinter dem europäischen Durchschnitt zurück liegen. Ein erheblicher Anteil der Bevölkerung in allen Mitgliedstaaten bestätigt, dass eine Fremdsprache entscheidend für den Beruf und auch ein wichtiger Aspekt der persönlichen Entwicklung ist. Wenn Großbritannien sich dieses Problems nicht annimmt, werden die Menschen in dieser Hinsicht zu kurz kommen."

"Obwohl die vorherrschende Stellung der englischen Sprache als die am weitesten verbreitete Sprache Europas die Briten davon abhalten könnte, eine weitere Sprache zu erlernen, gilt es diese Einstellung zu ändern – insbesondere, wenn wir uns weiter in Richtung auf ein vereinigtes Europa hinzubewegen wollen."

Zwei Ergebnischarts zu den Facts & Figures aus dem Eurobarometer finden Sie unter:

http://www.tns-infratest.com/03_presse/Presse/2006_03_14_Ergebnischarts_Eurobarometer.pdf

Hinweis für Redakteure

Die Studie wurde zwischen dem 5. November und 7. Dezember 2005 durchgeführt. In den 25 EU Staaten, den beiden Beitrittsländern (Bulgarien und Rumänien), den beiden Kandidatenländern (Kroatien und Türkei) und im nicht von der zyprischen Regierung kontrollierten Nordzypern wurden insgesamt 28.694 Personen persönlich befragt.

Der Eurobarometer-Bericht „Europa und seine Sprachen“ ist seit dem 21. Februar 2006 unter http://europa.eu.int/comm/public_opinion/index_en.htm veröffentlicht.

Die Ergebnisse in allen 20 offiziellen Sprachen Europas finden Sie unter: http://www.europa.eu.int/comm/public_opinion/archives/eb_special_en.htm

Informationen zu TNS:

TNS ist eine Marktforschungsgruppe:

- Der weltweit größte Anbieter von kundenspezifischen Forschungsergebnissen und Analysen.
- Ein führender Anbieter von Umfragen zu politischen und gesellschaftlichen Themen.
- Einer der größten Anbieter von Verbraucher-Panelen, Medien-Intelligenz-Daten sowie von TV- und Radio-Einschaltquotenmessungen.

TNS verfügt in mehr als 70 Ländern über ein globales Netzwerk, das uns in die Lage versetzt, stets international abgestimmte, aktuelle und qualitativ hochwertige Informationen und Analysen bereitzustellen.

Die Angestellten der Gruppe zeichnen sich durch innovative Denkweisen aus und bieten den lokalen und multinationalen Kunden auf der ganzen Welt einen herausragenden Service an. Im Kundengeschäft kombinieren sie ihr weit reichendes Fachwissen mit einer umfassenden Kompetenz in den Bereich Neuproduktentwicklung, Positionierungs- und Segmentierungsforschung, Marken- und Werbeforschung sowie Stakeholder-Management.

TNS verfolgt das strategische Ziel, als das weltweit führende Unternehmen für die Bereitstellung von Mehrwert-Informationen und die Vermittlung von Einblicken anerkannt zu werden, die unsere Kunden dabei unterstützen, effektivere Entscheidungen zu treffen.

www.tns-global.com

Weitere Informationen sowie ausführliche nach Ländern aufgeschlüsselte Ergebnisse erhalten Sie bei:

Richard Hilmer, TNS Infratest

Tel.: +49 (0)30 53322-113 oder E-Mail: richard.hilmer@tns-infratest.com

Marita Carballo, Global Head of TNS Polling & Social

Tel.: +44 (0) 7739 856 902 oder E-Mail: marita.carballo@tns-global.com

Leendert de Voogd, Managing Director, TNS Opinion & Social

Tel.: +32 (0)10 24 5616 oder E-Mail: leendert.devoogd@tns-global.com

Katie Zurita, International PR Manager, TNS

Tel.: +44 (0) 208 967 4787 oder E-Mail: katie.zurita@tns-global.com

Liz Kearney / Paul Stelmaszczyk, Camargue

Tel.: +44 (0)20 7636 7366 oder E-Mail: ekearney@camarguepr.com

Haftungsausschluss

Die Ergebnisse beruhen auf einer von TNS Opinion & Social von Oktober bis November 2005 durchgeführten Umfrage. Alle in der oben stehenden Mitteilung besprochenen Daten basieren auf den Meinungen der befragten Personen. TNS steht nur für die Daten, die veröffentlicht wurden, und in dem Kontext, in dem wir sie präsentiert haben, sowie für unsere eigene Interpretation dieser Ergebnisse ein. Für davon abweichende Interpretationen können wir keine Verantwortung übernehmen.