

**Pressekontakt:**

Michael Knippelmeyer  
 t +49 (0) 521 9257 687  
 f +49 (0) 521 9257 333  
 e michael.knippelmeyer@tns-infratest.com  
 www.tns-infratest.com

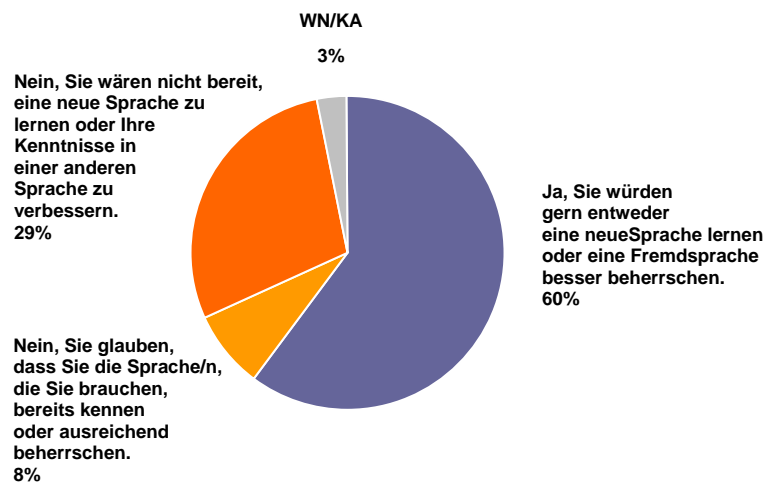
## Sechs von zehn Europäern würden gern eine neue Sprache erlernen

### TNS Polling & Social Facts and Figures – EUROBAROMETER

Berlin/London, 17. Dezember 2007 – Mit 60 Prozent der Befragten erklärte die Mehrheit der EU-Bürger, dass sie gerne eine neue Sprache lernen oder ihre Kenntnisse in einer Sprache, die sie bereits sprechen, verbessern würden. Dieses Ergebnis geht aus der Standard Eurobarometer Umfrage von TNS Opinion im Auftrag der Europäischen Kommission hervor, in der über 26.000 Bewohner der 27 EU-Mitgliedsstaaten befragt wurden.

#### Bereitschaft, neue Sprachen zu lernen – Anteilswerte EU 27

*Wären Sie bereit, eine neue Sprache zu lernen oder Ihre Kenntnisse in einer oder mehreren anderen Sprachen zu verbessern?*



**Quelle:** TNS Opinion für die Europäische Kommission – Eurobarometer 67.1

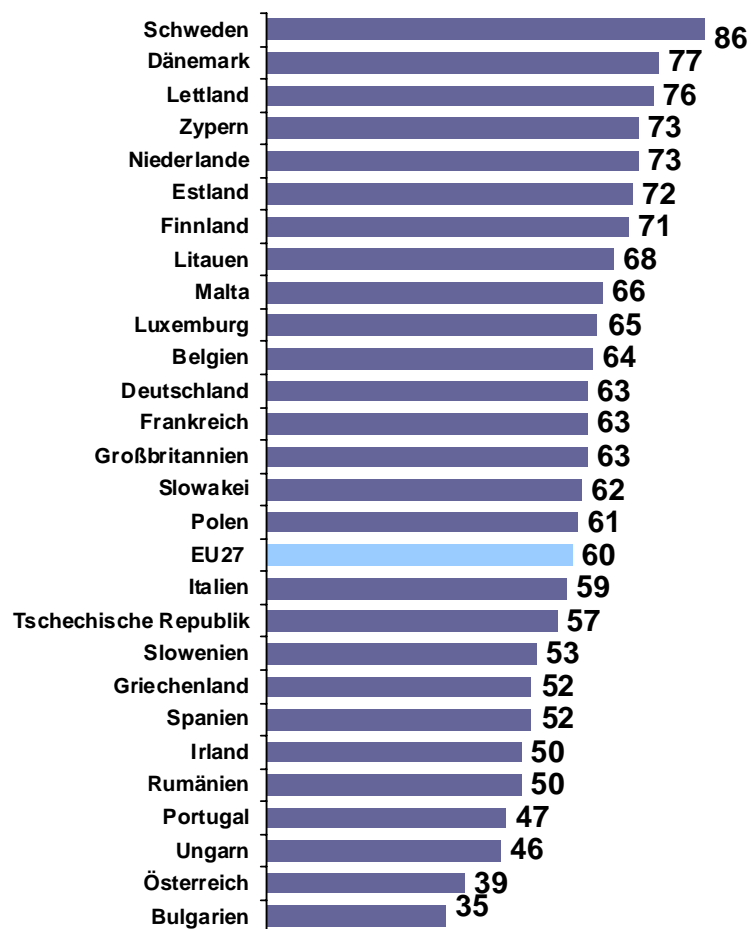
Die Studie zeigt weiter, dass unter den EU-Bürgern, die keine neue Sprache erlernen oder eine bekannte Sprache verbessern wollen, der Haupthinderungsgrund mit 29 Prozent eher die mangelnde Bereitschaft ist, als der Glaube an die eigenen ausreichenden Sprachfähigkeiten (acht Prozent).

Im Ländervergleich haben die EU-Bürger in Schweden (86 Prozent), Dänemark (77 Prozent), Lettland (76 Prozent), den Niederlanden und Zypern (beide 73 Prozent) das größte Interesse, ihre Sprachkenntnisse zu verbessern oder eine neue Sprache zu erlernen. Das geringste Interesse hierfür zeigen die Bürger in Bulgarien (35 Prozent), Österreich (39 Prozent), Ungarn

(46 Prozent) und Portugal (47 Prozent). Deutschland liegt mit 63 Prozent knapp über dem Durchschnitt der EU-Bürger.

### Bereitschaft, neue Sprachen zu lernen – Anteilswerte EU 27

*Wären Sie bereit, eine neue Sprache zu lernen oder Ihre Kenntnisse in einer oder mehreren anderen Sprachen zu verbessern?*



Quelle: TNS Opinion für die Europäische Kommission – Eurobarometer 67.1

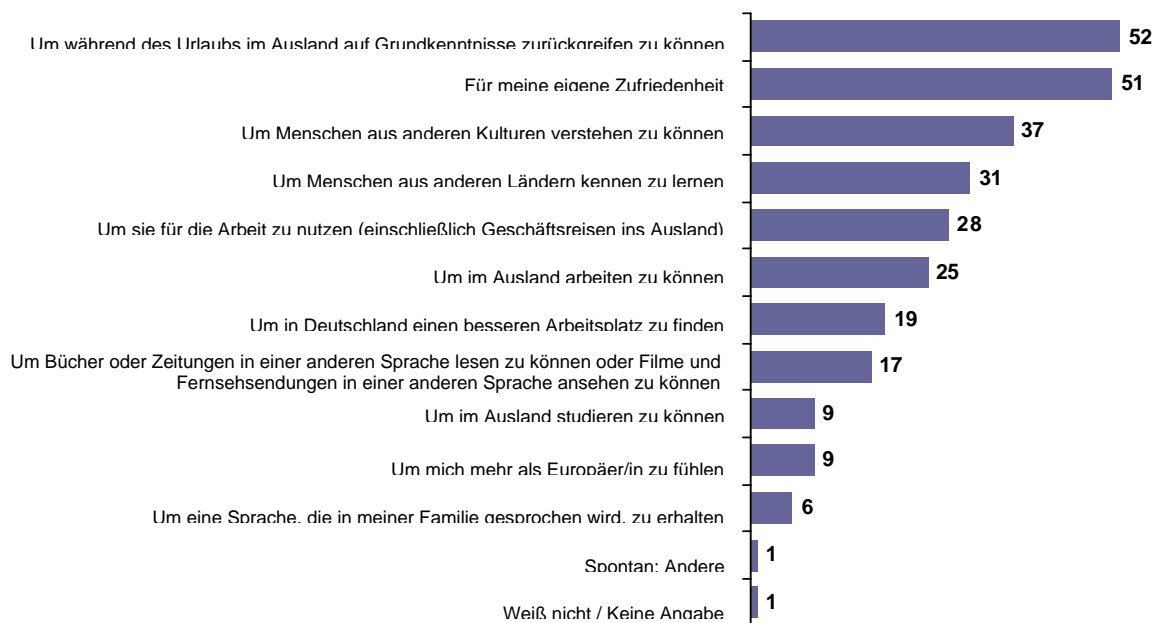
In den Ergebnissen der von TNS Opinion durchgeführten Studie fallen zwischen den soziodemografischen Gruppen deutliche Unterschiede auf. Die jüngste Gruppe ist mit 83 Prozent fast zweieinhalbmal so stark daran interessiert, eine andere Sprache zu lernen, wie die älteste Gruppe (34 Prozent). Eine ähnliche Differenz findet man zwischen den Befragten mit der längsten (77 Prozent) und denen mit der kürzesten Ausbildungsdauer (32 Prozent). Von den außerhalb Europas geborenen Befragten möchten 76 Prozent besonders wahrscheinlich eine andere Sprache als die eigene lernen oder ihre Kenntnisse darin verbessern.

Den Befragten, die gerne eine neue Sprache lernen oder ihre Sprachkenntnisse verbessern würden, wurde eine weitere Frage nach den Gründen dafür gestellt.

Aus den Antworten geht erstens klar hervor, dass die vorherrschenden Gründe für einen Neuerwerb oder die Verbesserung der Sprachkenntnisse das Zurechtkommen im Urlaub (52 Prozent), oder die eigene Zufriedenheit (51 Prozent) sind. Zweitens ist der Wunsch nach kulturellem Austausch ein wichtiger Aspekt für die Arbeit an den eigenen Sprachkenntnissen. Über ein Drittel der Befragten (37 Prozent) würde dies gerne tun, um Menschen aus anderen Kulturen besser verstehen zu können, und 31 Prozent sagen, dass sie gerne ihre Sprachkenntnisse verbessern würden, um Menschen aus anderen Ländern kennen zu lernen. Drittens spielt auch die berufliche Karriere eine Rolle beim Erlernen von Fremdsprachen. Jeweils rund ein Viertel strebt mehr Fremdsprachenkompetenz an, um sie für den aktuellen Arbeitsplatz zu nutzen oder um auch einmal im Ausland arbeiten zu können. Weitere 19 Prozent der Bürger wollen ihre Sprachfähigkeiten erweitern, um ihre beruflichen Perspektiven im eigenen Land zu verbessern.

### Gründe neue Sprachen zu lernen – Anteilswerte EU 27

*Was wären für Sie die Hauptgründe, eine neue Sprache zu lernen oder Ihre Sprachkenntnisse zu verbessern?*



Quelle: TNS Opinion für die Europäische Kommission – Eurobarometer 67.1

„Die Ergebnisse dieser Eurobarometer Umfrage zeigen ein ausgeprägtes Interesse einer Mehrheit der Europäer, die eigenen Fremdsprachkenntnisse zu erweitern. Im Vordergrund steht dabei der Wunsch, mit Menschen anderer Kulturen besser kommunizieren zu können. Viele Berufstätige versprechen sich davon auch eine Verbesserung ihrer beruflichen Perspektive. Beides kann als Beleg dafür gelten, dass Europa auch auf der zwischenmenschlichen Ebene sowohl im privaten wie im beruflichen Bereich zusammenwächst.“ kommentiert Richard Hilmer, Geschäftsführer von TNS Infratest Sozialforschung.

Der Eurobarometer-Bericht ist seit Oktober 2007 unter [http://europa.eu.int/comm/public\\_opinion/index\\_en.htm](http://europa.eu.int/comm/public_opinion/index_en.htm) veröffentlicht.

Die Europäische Kommission hat Daten dieses Berichts seit seiner ersten Veröffentlichung den betreffenden Medien zur Verfügung gestellt. Soweit uns bekannt ist, wurden die in der beiliegenden Pressemitteilung genannten Ergebnisse nicht veröffentlicht.

#### **Haftungsausschluss**

Die Ergebnisse beruhen auf einer von TNS Opinion & Social in der Zeit vom 14. Februar bis 18. März 2007 durchgeführten Umfrage mit insgesamt 26.466 persönlichen Interviews in den 27 Mitgliedstaaten der EU. Alle in der oben stehenden Mitteilung dargestellten 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.

#### **Informationen zu TNS**

Die Marktforschungsgruppe TNS ist das weltweit größte Unternehmen für kundenspezifische Marktforschung und ein führender Anbieter von Umfragen zu gesellschaftlichen und politischen Problemstellungen. Darüber hinaus gehört TNS zu den größten Anbietern von Verbraucher-Panelen, TV-Einschaltquotenmessungen und Media-Intelligence-Services. TNS beschäftigt mehr als 13.000 Angestellte in einem globalen Netzwerk, das 70 Länder umfasst. Das Unternehmen stellt lokalen und multinationalen Unternehmen und Einrichtungen Marktforschungsdaten und Marktmessungen zur Verfügung, vermittelt Einblicke und führt Analysen durch. TNS verbindet das Fachwissen in Spezialbereichen mit einer umfassenden Kompetenz in den Bereichen Neuproduktentwicklung, Motivationsforschung, Marken- und Werbeforschung und Stakeholder Management, um seinen Kunden stets hochaktuelle und international gültige Daten liefern zu können.

#### **Zu TNS Infratest**

TNS Infratest ist Mitglied der TNS Gruppe (Taylor Nelson Sofres, London) und gehört damit zu einem der führenden Marktforschungs- und Beratungsunternehmen der Welt. Für unsere Auftraggeber aus Automobil und Verkehr, Pharmamarkt, IT/(Tele-) Kommunikation und Neue Medien, Finanzforschung, Konsumgüter, sowie der Medien-, Politik- und Sozialforschung liefert TNS Infratest „Beratung durch Forschung“ und damit den innovativen Management Support für Wissensvorsprung und Entscheidungssicherheit. Weitere Informationen unter [www.tns-infratest.com](http://www.tns-infratest.com)

**Kontakt und weitere Informationen:**

Richard Hilmer  
TNS Infratest Sozialforschung GmbH  
t +49 (0)30 53322 110  
e [richard.hilmer@tns-infratest.com](mailto:richard.hilmer@tns-infratest.com)

Leendert de Voogd, Global Head of TNS Political & Social  
Tel: +32 (0) 2 66 118 66 or email: [leendert.devoogd@tns-global.com](mailto:leendert.devoogd@tns-global.com)

Stuart Ridsdale, International PR Manager, TNS  
Tel: +44 (0) 208 967 4787 or email: [stuart.ridsdale@tns-global.com](mailto:stuart.ridsdale@tns-global.com)