

# Němčina pro kariéru



S německým jazykem se to má tak trochu jako s věkem: každý chce dlouho žít, ale nikdo nechce být starý. A němčina?

Ne každý – ale mnozí ji chtějí umět, jsou přesvědčeni o významu tohoto jazyka. Stále méně lidí v České republice se však chce učit „jazyk básníků a myslitelů“ stejně jako nejvýznamnějšího hospodářského partnera. Německé firmy přitom důrazně podtrhují, jak důležitá je znalost němčiny v jejich podnicích. Podle ankety Německo-české průmyslové a obchodní komory ČNOPK přes 90% německých firem v České republice klade velký důraz na znalosti němčiny. A nikdo nemůže říct, že český národ o významu těchto jazykových znalostí neví: nedávno uveřejněná studie ISEA ukazuje, že tři čtvrtiny Čechů považují němčinu za důležitou pro úspěšnou kariéru.

A přesto počet těch, kdo se učí němčinu, stále klesá. Podle údajů Německé tiskové agentury v uplynulých pěti letech celosvětově ze 17 na 14,5 milionu. V České republice za několik let asi z půl milionu na méně než 300.000. A počet dále klesá. V dlouhodobém horizontu se to může stát i problémem pro německé firmy usazené v České republice. Mnohé podniky již nyní zoufale hledají spolupracovníky se znalostí němčiny.

Goethe-Institut, kulturní institut Spolkové republiky Německo s celosvětovou působností, a Centrála pro zahraniční školství (ZfA) jsou zodpovědné za přípravu a získání Německého jazykového diplomu na více než 20 českých gymnáziích. Společně s nimi nyní ČNOPK zahajuje projekt pod heslem „Němčina pro kariéru“, který chce iniciovat a rozvíjet spolupráci škol a firem. Velvyslanec Spolkové republiky Německo v České republice převzal nad projektem záštitu.

Záměr: rodiče a žáci se mají dozvědět „z první ruky“ od firemních zástupců německých podniků ve svých regionech, jak může být znalost němčiny důležitá pro kariéru v jejich blízkém okolí. Goethe-Institut a ZfA úzce spolupracují s českými vzdělávacími institucemi a zprostředkovávají přes svou síť partnerským školám kontakty s podniky, které chtějí budoucím absolventům přiblížit možnosti jejich kariéry.

V Německu je partnerství vzdělávacích institucí již tradicí a v České republice nabývá užší spojení školy a hospodářství také na významu. Jestliže firmy chodí do škol radit, umožňují praxi (někdy dokonce v mateřské firmě v Německu), odstraňují přetrvávající obavy z kontaktu či nástupu do těchto firem a otevírají se i jinak zainteresovaným školám a žákům, tak to slouží také reklamě pro image podniku. Ve střednědobém i dlouhodobém horizontu se má tímto projektem zvýšit počet německy mluvícího personálu.