



CORPORATE
LEARNING

POWERED BY *efekta*



DER EF-BERICHT ZUR REIFE VON UNTERNEHMENSSCHULUNGEN

KI, Personalisierung und der Weg zu wirkungsvollen Sprachprogrammen

Ein Rahmenkonzept zur Förderung
hochentwickelter Sprachschulungsprogramme,
die den Geschäftserfolg vorantreiben

Ausgabe
2026



Inhalt

Zusammenfassung	5
Wichtigste Ergebnisse	6
Einleitung	7
Wie definieren wir die Reife von Sprachprogrammen?	8
Verteilung der Reife nach Regionen.	9
Warum sollten Unternehmen in die Entwicklung ausgereifter Sprachprogramme investieren?	10
Ausgereifte Programme unterstützen die Rentabilität und das finanzielle Wachstum	11
Eine Kultur des Lernens stärkt das Engagement der Mitarbeiter und reduziert die Fluktuation.	13
Die Reife von Sprachprogrammen fördert Innovationspraktiken	14
Was zeichnet ausgereifte Programme aus?	16
Die Rolle von KI bei der Entwicklung ausgereifter Programme.	17
Eine personalisierte Lernerfahrung	19
Kulturelle Kompetenz und erweiterte Programmfunktionen	20
Überprüfung Messung und Ausrichtung auf die Unternehmensziele.	21
Fazit und Empfehlungen.	24
Über diesen Bericht	28

„[Die größte Auswirkung des Sprachenlernens ist], dass die Mitarbeiter selbstbewusster sind und besser für internationale Verhandlungen gerüstet sind, die Kunden zufriedener sind, weil sie sich verstanden fühlen, und dass die Bindung zwischen den Mitarbeitern stärker ist.“

– CEO einer Beratungsfirma in Brasilien mit einem Jahresumsatz von über 501 Millionen US-Dollar und mehr als 10.000 Mitarbeitern



Zusammenfassung

Führungskräfte in multinationalen Unternehmen wissen, dass Sprachkenntnisse, insbesondere in Englisch, die Qualität der täglichen Zusammenarbeit zwischen globalen Teams beeinflussen. Schwieriger ist es jedoch, die allgemeinen Auswirkungen von Sprachunterricht auf das Geschäft zu bewerten und zu bestimmen, wie dessen Wert in Geld ausgedrückt werden kann.

Im Jahr 2025 veröffentlichte EF Corporate Learning den ersten Reifegradbericht, der einen klaren Zusammenhang zwischen dem „Reifegrad“ oder Entwicklungsstand des Sprachprogramms eines Unternehmens und unternehmensweiten Geschäftskennzahlen wie Rentabilität, Wachstum und Mitarbeiterbindung aufzeigte.

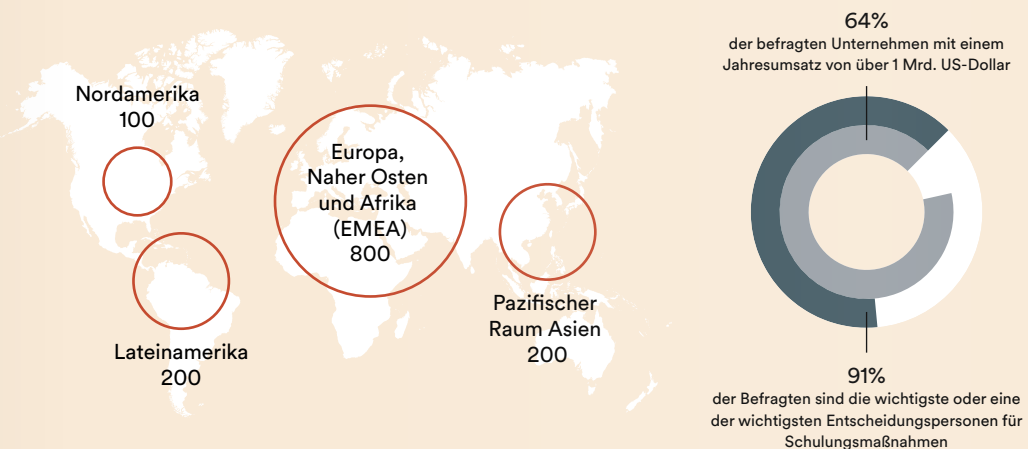
Auf dieser Grundlage verfolgt der diesjährige Bericht die Geschäftsergebnisse von 1.300 multinationalen Unternehmen und setzt sie in Beziehung zur Reife ihrer Sprachprogramme. Die Analyse zeigt eine noch stärkere Beziehung zwischen der Reife von Sprachprogrammen und der finanziellen Leistung als im letzten Jahr, wobei

die ausgereiftesten Programme durchweg mit höheren Gewinnmargen und nachhaltigem Geschäftswachstum verbunden sind.

In dieser Ausgabe wird auch untersucht, was Unternehmen in die Lage versetzt, auf der Reifekurve weiter voranzukommen, darunter die Rolle von KI und personalisiertem Lernen. Die meisten Unternehmen haben KI in gewissem Umfang in ihre Sprachschulungsprogramme integriert, aber die Wirksamkeit variiert je nach den genutzten Funktionen. Ebenso nannten Personalverantwortliche personalisiertes Lernen als das wichtigste Merkmal eines Sprachprogramms, aber nur eine Minderheit der Unternehmen bietet dies derzeit in der Praxis an.

Zusammen geben diese Ergebnisse Unternehmen ein klareres Verständnis dafür, wie sie ihre Sprachschulungen verbessern können. Wie die folgenden Seiten zeigen, verzeichnen Unternehmen, die auf der Reifeskala vorankommen, weiterhin eine stärkere finanzielle Leistung und ein höheres Mitarbeiterengagement.

Befragte Regionen und Unternehmensgröße (weitere Informationen finden Sie auf Seite 28)



Wichtigste Ergebnisse



Personalisierung und KI werden zu bestimmenden Merkmalen ausgereifter Programme

94%

der Unternehmen geben an, KI in ihren Sprachprogrammen zu verwenden, aber nur 29 % haben sie vollständig implementiert

10x

Unternehmen mit sehr hoher Reife haben eine zehnmal höhere Wahrscheinlichkeit, KI vollständig in ihren Sprachprogrammen implementiert zu haben (im Vergleich zur Kategorie mit geringer Reife).

Wichtigste Funktion

Führungskräfte aus den Bereichen Personalwesen und Weiterbildung nennen personalisiertes und individuelles Lernen als wichtigstes Merkmal eines Sprachtrainingsprogramms.

37%

der Unternehmen bieten personalisierte Lernwege an (bei sehr ausgereiften Unternehmen sind es sogar 89 %)



Ausgereifte Sprachschulungsprogramme korrelieren mit einer stärkeren finanziellen Performance

2x

Unternehmen mit sehr hoher Reife berichten von einer nahezu doppelt so hohen Nettogewinnmarge wie Unternehmen mit niedriger Reife (23 % gegenüber 12 % Nettogewinn)

95%

Von Unternehmen mit sehr hoher Reife verzeichneten im letzten Jahr einen Umsatzanstieg, und 98 % erwarten für das nächste Jahr ein weiteres Umsatzwachstum

86%

der Unternehmen mit sehr hoher Reife haben in den letzten zwei Jahren in zwei oder mehr neue Märkte expandiert (gegenüber 24 % in der Kategorie mit sehr geringer Reife)



Das Engagement und die Bindung der Mitarbeiter steigen mit der Reife des Sprachprogramms.

92%

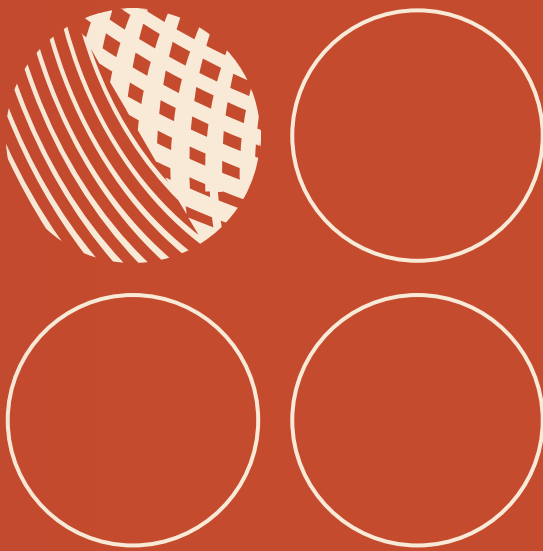
der Unternehmen mit sehr hoher Reife berichten von einem hohen oder sehr hohen Mitarbeiterengagement (gegenüber 39 % in der Kategorie mit sehr geringer Reife)

2x

Unternehmen mit sehr hoher Reife melden fast doppelt so häufig eine minimale Mitarbeiterfluktuation und eine hohe Mitarbeiterbindung (im Vergleich zur Kategorie mit sehr geringer Reife)

86%

der Unternehmen mit sehr hoher Reife verfügen über eine starke Unternehmenskultur (gegenüber 27 % bei Unternehmen mit sehr geringer Reife).



Einleitung

Wie definieren wir die Reife eines Sprachprogramms?

Unser Reifegradmodell ist ein Rahmenwerk, das den aktuellen Stand des Sprachschulungsprogramms einer Organisation bewertet. Sprachprogramme werden anhand der folgenden fünf Merkmale bewertet und je

nach Gesamtpunktzahl in fünf Stufen eingeteilt, von „sehr niedrig“ bis „sehr hoch“. Dieser Reifegrad kann dann anhand unternehmensweiter Kennzahlen wie Umsatz, Rentabilität und Mitarbeiterengagement verfolgt werden.

Wie bewerten wir Sprachprogramme von niedriger bis hoher „Reife“?

Merkmal	Bewertung
Programminhalt und Lernmethodik	1-5 Punkte
Personalisierung der Lernwege	0-5 Punkte
Regelmäßigkeit der Überprüfung und Aktualisierung des Schulungsprogramms	0-5 Punkte
Ausrichtung auf Geschäfts- und Leistungsziele	0-10 Punkte
Einbettung in die Lernkultur des Unternehmens	0-5 Punkte

Je ausgereifter („reifer“) das Merkmal, desto höher die Punktzahl

	Sehr geringer Reifegrad	Geringe Reife	Mäßige Reife	Hohe Reife	Sehr hohe Reife
Punkte	1 bis 15	16 bis 20	21 bis 23	24 bis 27	28 bis 30



Reifegradverteilung nach Region

Seit dem letzten Jahr wurden einige Fortschritte beim Gesamtreifegrad erzielt: 18 % der Unternehmen erreichen 2026 den Reifegrad „sehr hoch“, gegenüber 14 % im Jahr 2025.

In diesem Jahr hat Nordamerika die Führungsposition übernommen, da ein größerer Anteil der Unternehmen in die Kategorien „hohe“ und „sehr hohe“ Reife fällt. Die Region weist auch eine stärkere Nutzung von KI-Funktionen und eine tiefere Programmintegration auf.

Lateinamerika bleibt ein starker Performer, insbesondere bei der strategischen Ausrichtung: 93 % der Unternehmen in der Region geben an, dass ihre Programme vollständig oder weitgehend auf die Geschäftsziele abgestimmt sind.

EMEA zeigt einen stetigen Fortschritt. Verbesserungen sind in den Bereichen kulturelle Integration, Programmzugang und Ausrichtung auf die Unternehmensziele zu verzeichnen. Die Häufigkeit der Überprüfungen und die Personalisierung variieren jedoch je nach Markt.

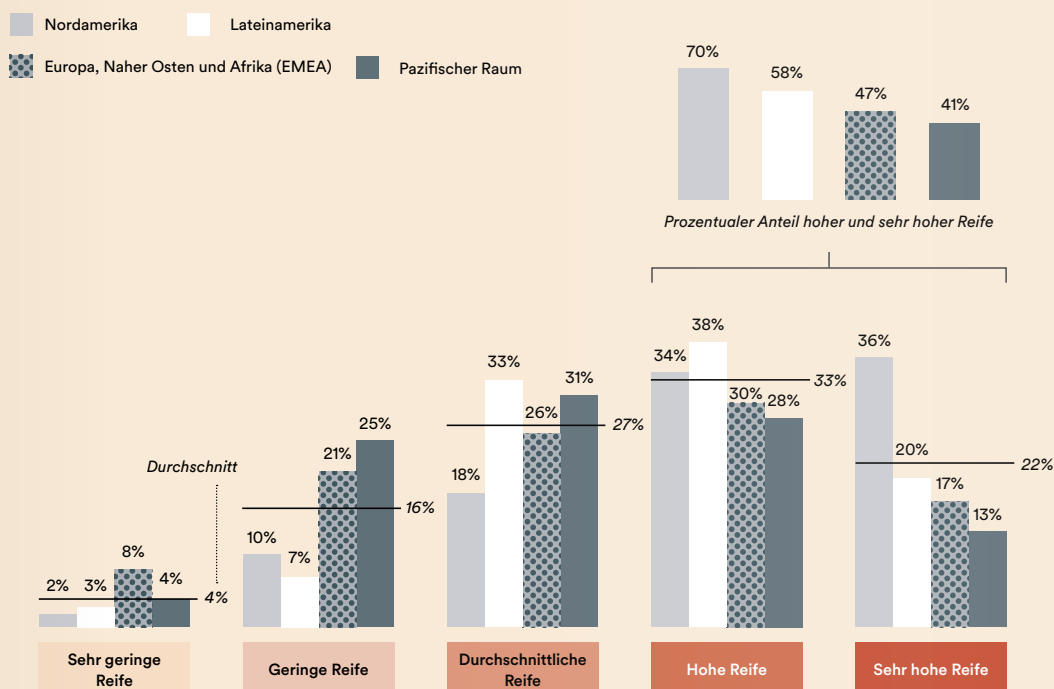
Die Region APAC verzeichnet in diesem Jahr eine eher schrittweise Entwicklung mit einem moderaten Wachstum in den Kategorien mit höherer Reife. Viele Unternehmen in der Region konzentrieren sich weiterhin auf grundlegende Programmelemente, wobei der Einsatz von KI und die Personalisierung im Vergleich zu anderen Regionen auf einem niedrigeren Niveau liegen.

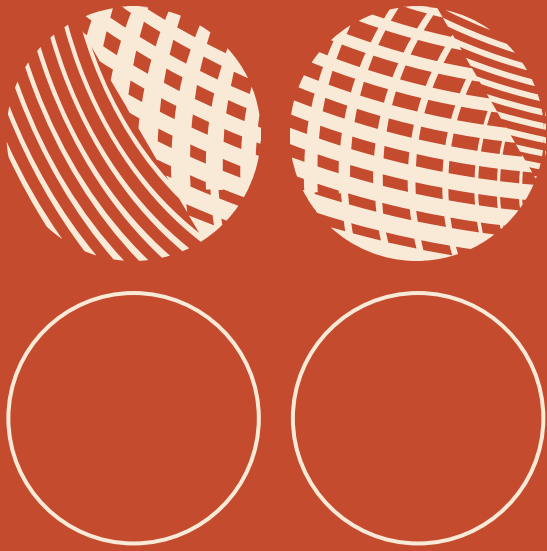
18 % der Unternehmen erreichen 2026 die Kategorie sehr hohe Reife, gegenüber 14 % im Jahr 2025



Nordamerika weist von allen Regionen den höchsten Reifegrad auf, gefolgt von Lateinamerika.

Darstellung des Anteils der Unternehmen in den einzelnen Reifegraden nach Region:





Warum sollten Unternehmen
in die Entwicklung ausgereifter
Sprachprogramme investieren?

Ausgereifte Programme unterstützen die Rentabilität und das finanzielle Wachstum

Unternehmen mit ausgereiften oder sehr ausgereiften Sprachprogrammen schneiden in Bezug auf Umsatz, Gewinn und Marktexpansion weiterhin besser ab als ihre Mitbewerber. Die diesjährigen Ergebnisse bestätigen das bereits 2025 festgestellte Muster, dass eine höhere Ausgereiftheit von Sprachprogrammen mit einer stärkeren Geschäftsleistung einhergeht.

Die finanzielle Kluft zwischen den Reifegraden hat sich von Jahr zu Jahr vergrößert. Während die Gewinnmargen insgesamt gestiegen sind, konzentrierten sich die stärksten Zuwächse auf Unternehmen mit sehr hohem Reifegrad, was darauf hindeutet, dass sich die Renditen im Zusammenhang mit fortgeschrittenen Programmen beschleunigen. Die Umsatzerwartungen folgen dem gleichen Verlauf, wobei die Unternehmen mit dem höchsten Reifegrad für das kommende Jahr ein anhaltendes Wachstum prognostizieren.

Umsatz, Nettogewinn und Marktexpansion stehen in engem Zusammenhang mit der Reife von Sprachprogrammen.



ABBILDUNG 1A

Hat sich der Umsatz Ihres Unternehmens im letzten Jahr erhöht oder verringert?

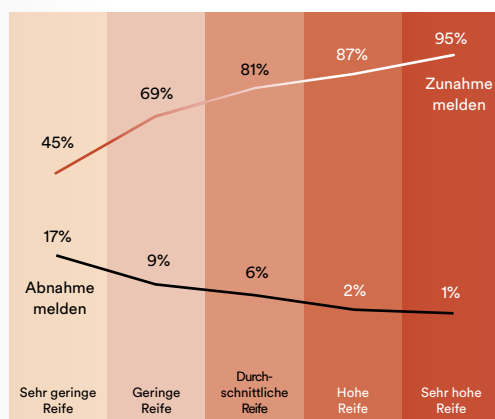


ABBILDUNG 1B

Prognostiziert Ihr Unternehmen für das nächste Jahr eine Umsatzzu- oder Abnahme?

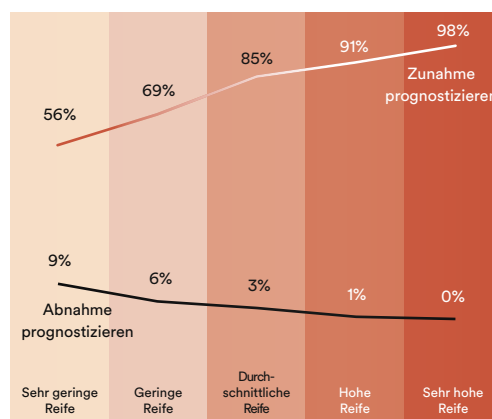
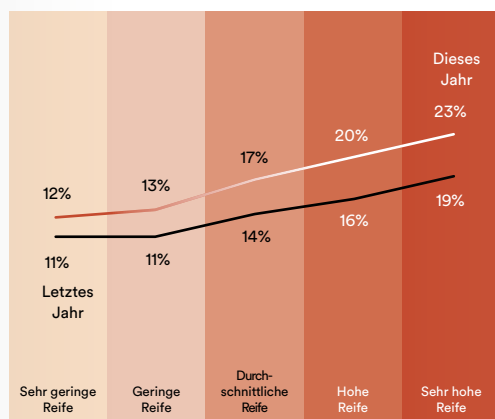


ABBILDUNG 2

Durchschnittlicher Nettogewinn im letzten Jahr im Vergleich zum diesjährigen



Durchschnittliche % Differenz im Nettogewinn im letzten Jahr im Vergleich zu diesem Jahr

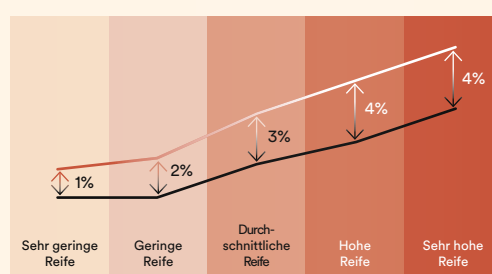
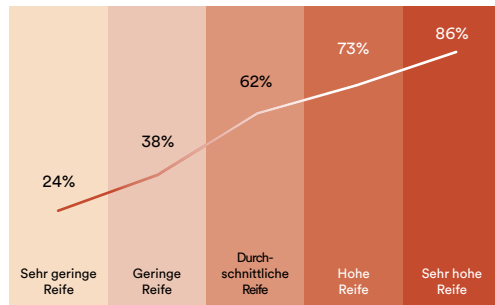


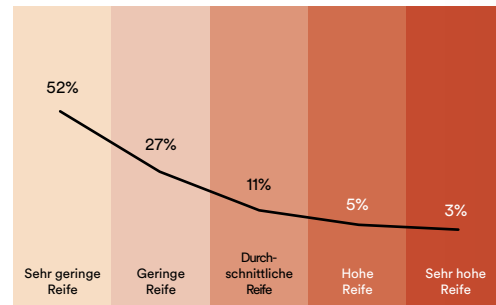
ABBILDUNG 3

In wie viele neue Märkte hat Ihr Unternehmen in den letzten 2 Jahren expandiert?

2+ neue Märkte



0 neue Märkte



Die internationale Expansion steht auch in engem Zusammenhang mit der Ausgereiftheit von Sprachprogrammen. Unternehmen mit weiter entwickelten Programmen sind in den letzten zwei Jahren deutlich häufiger in neue Märkte vorgedrungen, was darauf hindeutet, dass Sprachkenntnisse nach wie vor ein wichtiger Faktor für Internationalisierungspläne und Geschäftsmöglichkeiten sind. Unterdessen stagnieren Unternehmen in der Kategorie mit sehr geringer Ausgereiftheit: 52 % von ihnen haben in den letzten zwei Jahren keine neuen Märkte erschlossen (ein Anstieg gegenüber 32 % im Vorjahr).

„[Der größte Effekt des Sprachtrainings besteht darin], dass es unserem Team geholfen hat, authentische Beziehungen zu Kunden weltweit aufzubauen und Vertrauen zu schaffen, das sich nicht in Zahlen messen lässt.“

– Direktor eines Technologieunternehmens in den USA



Eine Kultur des Lernens stärkt das Engagement der Mitarbeiter und reduziert die Fluktuation

Die diesjährigen Ergebnisse zeigen erneut, dass Unternehmen mit ausgereiften Sprachprogrammen ein stärkeres Mitarbeiterengagement und eine größere Stabilität der Belegschaft aufweisen. Fast alle Unternehmen mit sehr hoher Reife geben an, dass das Engagement ihrer Belegschaft sehr hoch ist, während Unternehmen mit geringerer Reife eher Anzeichen von Desinteresse feststellen.

Unternehmen mit sehr hoher Reife berichten von einer stabileren Belegschaft. Sie geben fast doppelt so häufig wie Unternehmen mit sehr geringer Reife eine sehr geringe Mitarbeiterfluktuation an, was darauf hindeutet, dass gut konzipierte Sprachprogramme die Mitarbeiterbindung fördern.

Die Stärke der zugrunde liegenden Kultur scheint eine Rolle zu spielen. Etwa die Hälfte der befragten Unternehmen beschreibt ihre Kultur als stark und klar definiert. Unternehmen in der Gruppe mit hoher Reife tun dies deutlich häufiger.

Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass Sprachkompetenz eine Lernkultur fördert, die Talente anzieht und bindet, das Engagement erhöht und den Zusammenhalt in globalen Teams stärkt.

„[Der größte Effekt des Sprachenlernens ist], dass sich die Mitarbeiter nun stärker mit unserer Kultur identifizieren, was die Mitarbeiterbindung verbessert.“

– CEO eines Technologieunternehmens in China mit einem Jahresumsatz von über 5,1 Milliarden US-Dollar und mehr als 5.000 Mitarbeitern

ABBILDUNG 4
Unternehmen, die hohe oder sehr hohe Mitarbeitermotivation angeben

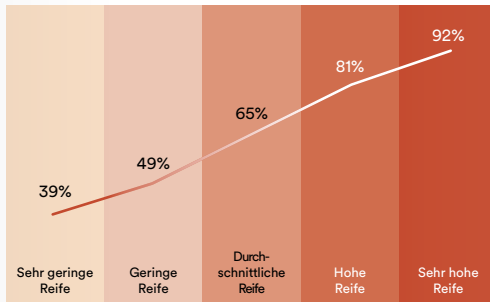


ABBILDUNG 5
Unternehmen, die eine minimale Mitarbeiterfluktuation und eine hohe Mitarbeiterbindung melden

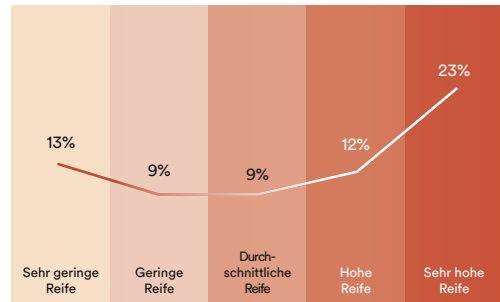


ABBILDUNG 6A
Unternehmen mit einer starken, gut definierten Kultur, die Zusammenarbeit, Innovation und Wohlbefinden betont

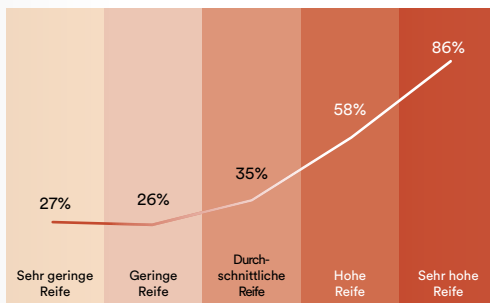
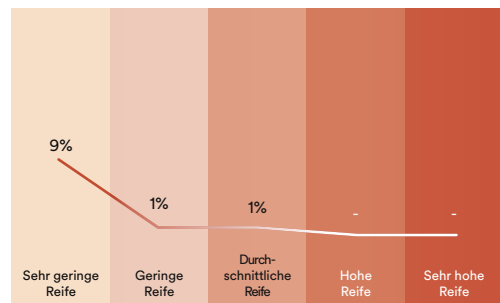


ABBILDUNG 6B
Unternehmen, die die Unternehmenskultur nicht priorisieren



Die Reife von Sprachprogrammen fördert Innovationspraktiken

Unternehmen mit ausgereiften Sprachprogrammen berichten von einer stärkeren Innovationsfähigkeit sowohl in ihrer Herangehensweise als auch in ihren Praktiken. Mehr als 80 % der Unternehmen mit sehr hoher Reife investieren in Forschung und Entwicklung, während Unternehmen mit geringerer Reife eher reaktiv auf Marktveränderungen reagieren.

Die diesjährige Studie führte eine Kennzahl ein, um zu bewerten, wie weit Innovation in der gesamten Organisation praktiziert wird. Die Ergebnisse zeigen, dass

ausgereifte Programme auch mit einer konsistenten, organisationsweiten Innovationspraxis einhergehen, die durch funktionsübergreifende Initiativen und klare Zuständigkeiten unterstützt wird. Ausgereifte Programme scheinen die Kommunikations-Infrastruktur und eine gemeinsame Arbeitssprache zu bieten, die einen effektiven Ideenaustausch und eine effektive Koordination zwischen globalen Teams ermöglichen.

„[Die größte Auswirkung des Sprachenlernens ist] die Verbesserung der Innovationsfähigkeit durch den Austausch aus verschiedenen Perspektiven.“

– CEO eines Transport- und Logistikunternehmens in Schweden mit einem Jahresumsatz von über 501 Millionen US-Dollar

ABBILDUNG 7A

Unternehmen, die angeben „aktiv in Forschung und Entwicklung (F&E) zu investieren, um neue Produkte, Dienstleistungen oder Prozesse zu schaffen oder in diese zu investieren“:

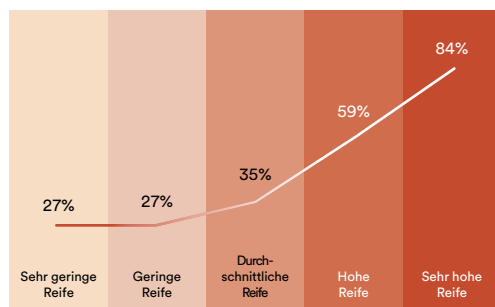
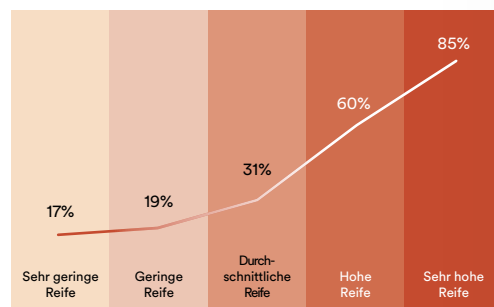


ABBILDUNG 7B

Unternehmen, die angeben dass „Innovation eine konsistente, organisationsweite Praxis mit funktionsübergreifenden Initiativen und klaren Verantwortlichkeiten“ ist:



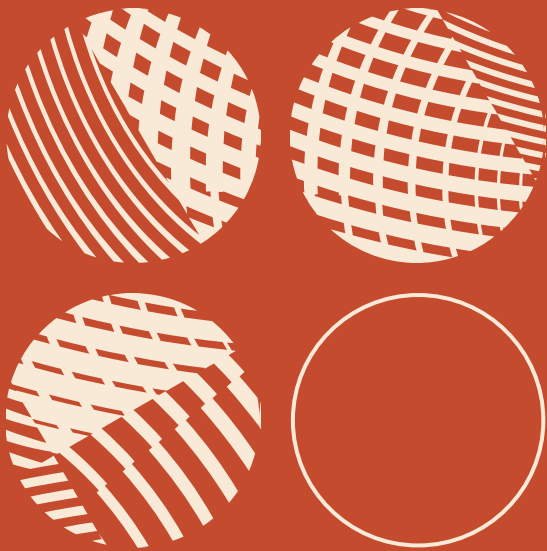
Unternehmen mit hoher Reife investieren in Forschung und Entwicklung, während Unternehmen mit geringerer Reife eher reaktiv auf Marktveränderungen reagieren.

Reifere Unternehmen zeigen auch Verhaltensweisen, die für innovative Kulturen innerhalb ihrer Sprachprogramme typisch sind. Sie überprüfen Inhalte regelmäßig, treffen Entscheidungen auf der Grundlage von Fakten und setzen neue Methoden oder Technologien ein, darunter auch den verstärkten Einsatz von KI in ihren Schulungsprogrammen. Diese Gewohnheiten spiegeln eine Arbeitsweise wider, die kontinuierliche Verbesserungen unterstützt.

„Dadurch können sich die Mitarbeiter weiterentwickeln, sodass sie an andere Standorte gehen und Ideen zur Verbesserung unseres Standorts mitbringen können.“

– Direktor eines Produktionsunternehmens in Frankreich mit einem Jahresumsatz von über 10 Milliarden US-Dollar und mehr als 10.000 Mitarbeitern





Welche Merkmale zeichnen ausgereifte Programme aus?

Die Ergebnisse der vorangegangenen Abschnitte zeigen einen klaren Zusammenhang zwischen der Reife von Sprachprogrammen und den Geschäftsergebnissen. In diesem Abschnitt werden die Merkmale untersucht, die am engsten mit einer hohen Reife verbunden sind, und wie sie zur Wirksamkeit des Programms beitragen.

Die Rolle von KI bei der Entwicklung ausgereifter Programme

Die diesjährige Studie untersuchte erstmals die Rolle von KI in Sprachprogrammen von Unternehmen. Die Ergebnisse zeigen, dass KI bereits zu einem wichtigen Bestandteil des Lernökosystems geworden ist, insbesondere in ausgereiften Sprachprogrammen. Die Akzeptanz steigt über alle Reifegrade hinweg stetig an, wobei vollständig implementierte KI nach wie vor auf die fortschrittlichsten Programme konzentriert ist.

Die Mehrheit der Unternehmen mit sehr geringem Reifegrad nutzt hingegen keine KI-Tools oder setzt diese nur in kleinen Testläufen oder Experimenten ein.

Dennoch hat die Unternehmensgröße einen erheblichen Einfluss auf den Einsatzgrad, da größere Unternehmen (mit mehr als 50.000 Mitarbeitern) doppelt so häufig angeben, keine KI zu nutzen, verglichen mit dem Durchschnitt aller Unternehmen. Dies ist möglicherweise auf die Komplexität der Einführung von KI an allen Standorten und für alle Mitarbeiter zurückzuführen.

Die verwendeten KI-Funktionen unterscheiden sich auch je nach Reifegrad. Fortgeschrittene KI-Funktionen wie KI-Sprechübungen, Sprach- und Schreibanalyse, KI-gesteuertes Feedback und personalisierte Lernwege sind eher in Programmen mit höherem Reifegrad vorhanden. Die Verwendung dieser Funktionen kann zu einem höheren Reifegrad dieser Programme beitragen, indem sie die Personalisierung sowie die Programminhalte und -methodik verbessern. Im Durchschnitt nutzen Unternehmen drei KI-Funktionen, was darauf hindeutet, dass sich der Einsatz von KI, sobald sie Teil des Programms wird, häufig auf mehrere Berührungspunkte innerhalb der Lernerfahrung ausweitet.

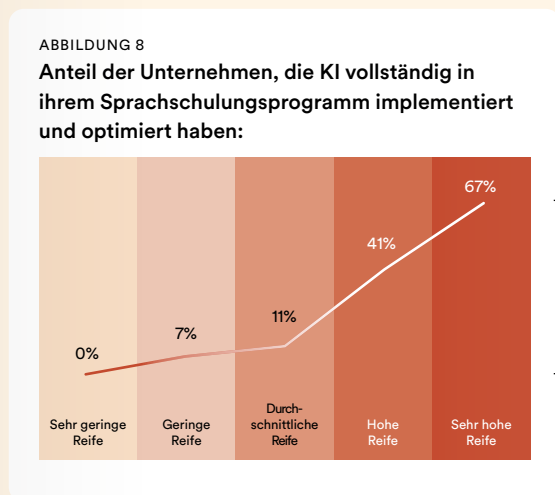
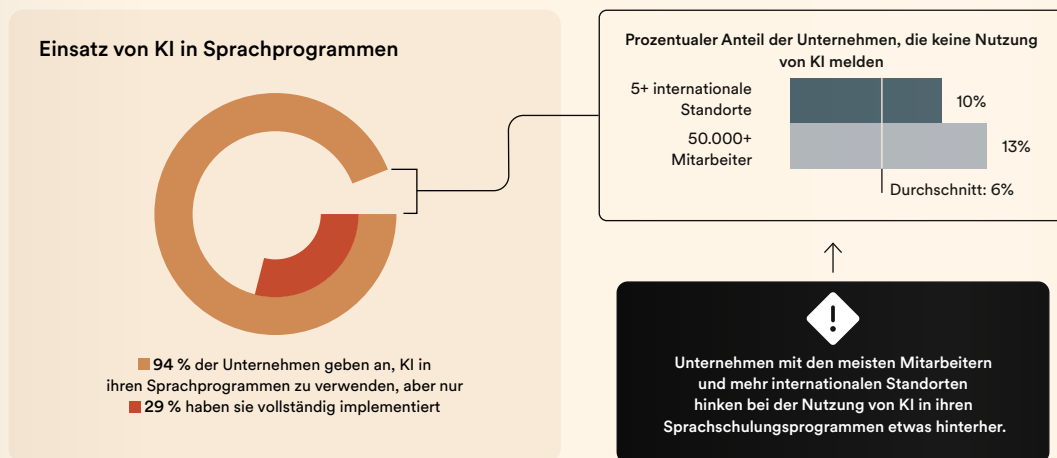
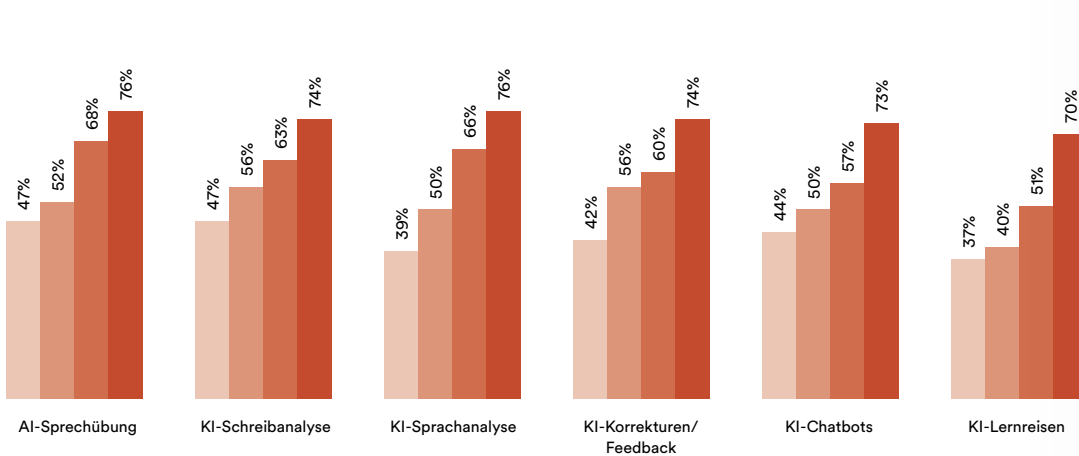


ABBILDUNG 9

Unternehmen in Prozent, die aktuell folgende KI-Funktionen nutzen



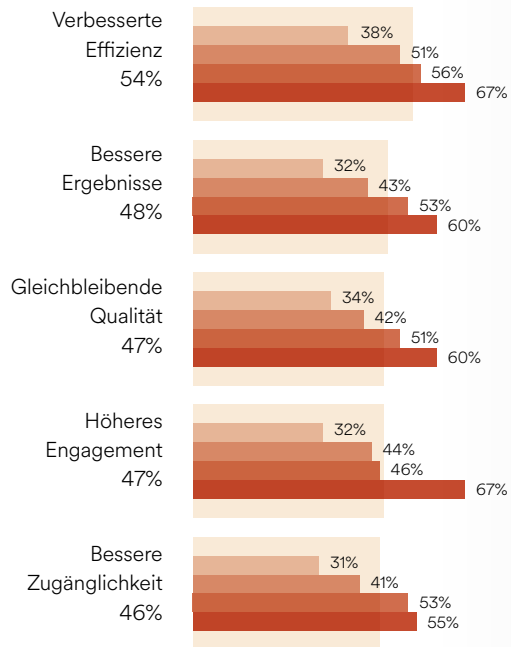
Hinweis: Zu den Befragten zählen nur diejenigen, die KI zumindest in einigen Bereichen der Ausbildung einsetzen (Basis 1.138).

Die Auswirkungen von KI werden in der gesamten Stichprobe allgemein anerkannt, wobei 99 % der Unternehmen, die KI einsetzen, mindestens einen positiven Effekt melden. Für Unternehmen mit geringer Reife scheinen niedrigere Kosten der wichtigste Effekt zu sein, was darauf hindeutet, dass KI in erster Linie zur Kostensenkung eingesetzt wird. In Unternehmen mit höherer Reife liegt der Schwerpunkt eher auf verbesserter Effizienz, höherem Engagement, schnellerem Feedback und besseren Ergebnissen. Dies deutet darauf hin, dass die Nutzung wirkungsvoller KI-Funktionen zur Verbesserung der Lernerfahrung und nicht die Konzentration auf Kostensenkung ein wichtiger Faktor für das Erreichen einer höheren Programmreife ist.

Die Nutzung wirkungsvoller KI-Funktionen zur Verbesserung der Lernerfahrung anstelle einer primären Fokussierung auf Kostensenkungen ist ein wichtiger Faktor für das Erreichen einer höheren Programmreife.

ABBILDUNG 10

Die 5 wichtigsten Auswirkungen des Einsatzes von KI in Sprachprogrammen, über alle Reifegrade hinweg



Reife Unternehmen erzielen durch eine umfassendere KI-Implementierung durchweg bessere Ergebnisse.

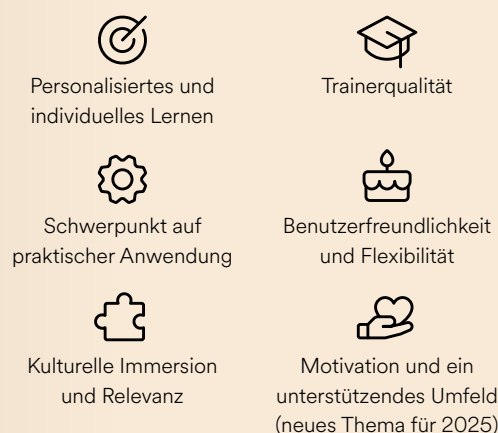
Eine personalisierte Lernerfahrung

Auch in diesem Jahr nannten Personalverantwortliche personalisiertes und individuelles Lernen erneut als wichtigstes Merkmal eines Sprachtrainingsprogramms, doch gehört dies nach wie vor zu den am wenigsten umgesetzten Merkmalen. Nur 37 % der Unternehmen bieten jedem Mitarbeiter eine personalisierte Erfahrung, die auf den Anforderungen seiner Abteilung und seinen individuellen Bedürfnissen sowie seinem Lernstil basiert. Dies ist zwar ein Fortschritt gegenüber dem Vorjahr, doch basieren die meisten Programme nach wie vor auf standardisierten Inhalten.

Größere Unternehmen haben eher eine Personalisierung in großem Maßstab eingeführt. Unter Unternehmen mit mehr als 50.000 Mitarbeitern steigt der Anteil derjenigen, die jedem Mitarbeiter eine personalisierte Erfahrung bieten, auf fast die Hälfte, was darauf hindeutet, dass eine stärkere Lerninfrastruktur ein maßgeschneidertes Design unterstützt.

KI beginnt, diese Lücke für Unternehmen zu schließen, die sie effektiv einsetzen. Unter den Unternehmen mit sehr hoher Reife geben 58 % an, dass KI die Personalisierung verbessert hat, und 61 % berichten, dass sie ein schnelleres, individuelleres Feedback ermöglicht. Bei Programmen mit geringer Reife sinken diese Zahlen auf 30 % bzw. 33 %, was darauf hindeutet, dass der Einsatz von KI zur Bereitstellung individueller Lernerfahrungen Unternehmen die Möglichkeit bietet, auf der Reifeskala weiter nach oben zu klettern.

Zu den wichtigsten Merkmalen gehören:

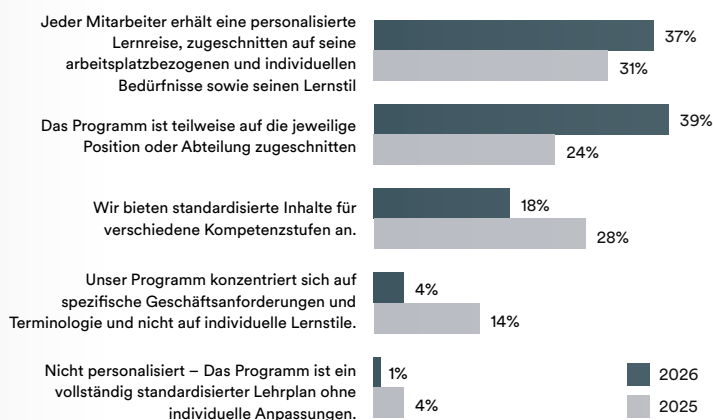


„Ein effektives Sprachtrainingsprogramm sollte personalisiertes Lernen, Sprechübungen in Echtzeit, sofortiges Feedback, multimodale Ressourcen und Gamification bieten, um das Engagement aufrechtzuerhalten..“

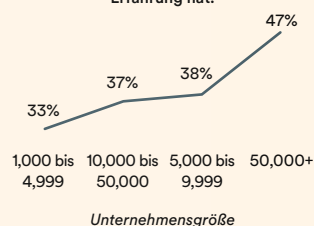
– Direktor eines Beratungsunternehmens in Brasilien mit einem Jahresumsatz von über 501 Millionen US-

ABBILDUNG 11

Wie Unternehmen ihr Sprachprogramm personalisieren:



Unternehmen, in denen jeder Mitarbeiter eine personalisierte Erfahrung hat:



Je größer ein Unternehmen ist, desto wahrscheinlicher ist es, dass es jedem Mitarbeiter ein personalisiertes Sprachprogramm anbietet.

Kulturelle Kompetenz und erweiterte Programmfunktionen

Kulturelle Kompetenz ist ein neuer Bereich, der in der diesjährigen Studie untersucht wurde, und die Ergebnisse zeigen einen klaren Zusammenhang mit der Reife. Mit zunehmender Reife des Programms legen Unternehmen eher Wert auf globales kulturelles Bewusstsein als Teil ihres Sprachtrainings, während weniger reife Unternehmen eher den lokalen Kontext oder einen gemischten Ansatz betonen.

Ein ähnliches Muster zeigt sich in Bezug auf die Marktexpansion. Unternehmen, die im vergangenen Jahr mehrere neue internationale Märkte erschlossen haben, legen deutlich häufiger Wert auf globale Kommunikationsfähigkeiten als Unternehmen ohne Expansion. Dies deutet darauf hin, dass eine globale Ausrichtung der Sprach- und Kulturschulungen die Marktbereitschaft unterstützt.

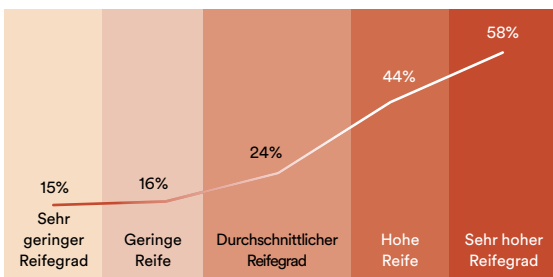
Die Nutzung fortschrittlicherer Funktionen unterstützt diesen Ansatz. Ausgereifte Programme beinhalten eher Einzelunterricht, Immersionssitzungen und kulturelles Lernen. Diese Elemente sind in der breiteren Stichprobe nach wie vor weniger verbreitet, was eine Chance für Unternehmen darstellt, die die Praxisrelevanz ihrer Programme stärken und Teams beim Eintritt in neue Märkte besser unterstützen möchten.

„Zu den wichtigsten Merkmalen sollten interaktive und immersive Sitzungen gehören, in denen die Kommunikation in realen Situationen geübt wird, sowie kulturelles Lernen, um den Kontext und die Nuancen des Sprachgebrauchs zu verstehen.“

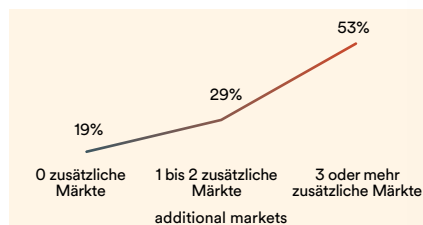
Führungskraft auf C-Level bei einem Fertigungsunternehmen in den Vereinigten Arabischen Emiraten mit einem Jahresumsatz von über 1 Milliarde US-Dollar

ABBILDUNG 12

Unternehmen mit Sprachprogrammen, die sich hauptsächlich auf globale Kommunikationsfähigkeiten und kulturelles Bewusstsein konzentrieren (im Gegensatz zu einer Fokussierung auf lokale Kommunikation und Kultur)



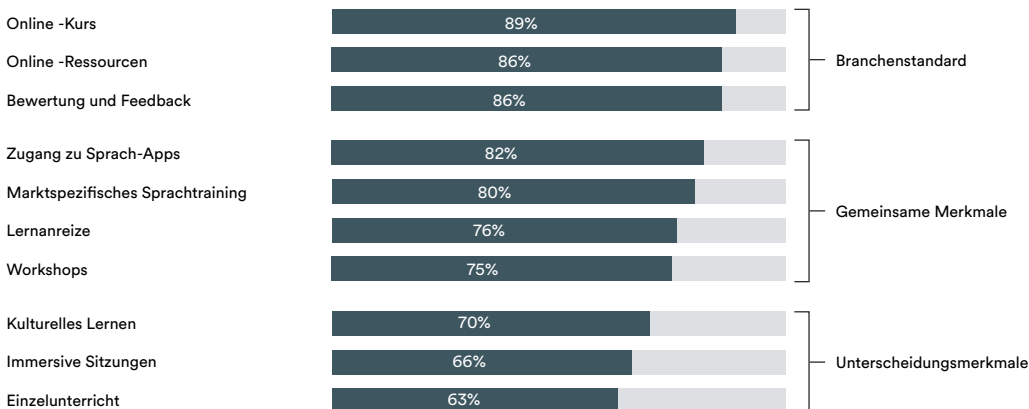
Korrelation zwischen der Fokussierung auf globale Kommunikation und kulturelles Bewusstsein durch Veränderungen auf internationalen Märkten:



Veränderungen auf den internationalen Märkten in den letzten 12 Monaten

ABBILDUNG 13

Welche Funktionen bietet Ihr Sprachprogramm?



Überprüfung, Messung und Abstimmung mit den Unternehmenszielen

Die diesjährigen Ergebnisse zeigen, dass viele Unternehmen ihre Sprachprogramme zunehmend bewusster verwalten und steuern, obwohl nach wie vor erhebliche Lücken bestehen. Fast alle Unternehmen messen die Effektivität ihres Sprachprogramms, meist anhand der Verbesserungen der Sprachkenntnisse ihrer Mitarbeiter. Allerdings vergleichen weniger als die Hälfte die Kosten des Programms mit dem Nutzen. Dieses Ungleichgewicht deutet darauf hin, dass die Messung zwar zur Routine wird, Unternehmen jedoch immer noch Schwierigkeiten haben, das Sprachenlernen mit geschäftlichen Ergebnissen wie Effizienz, Kundenbeziehungen und Fehlerreduzierung in Verbindung zu bringen. Die Stärkung dieser Verbindung bietet Unternehmen die Möglichkeit, eine höhere Programmreife zu erreichen.

ABBILDUNG 14

Wie Unternehmen die Effektivität ihres Sprachprogramms messen:

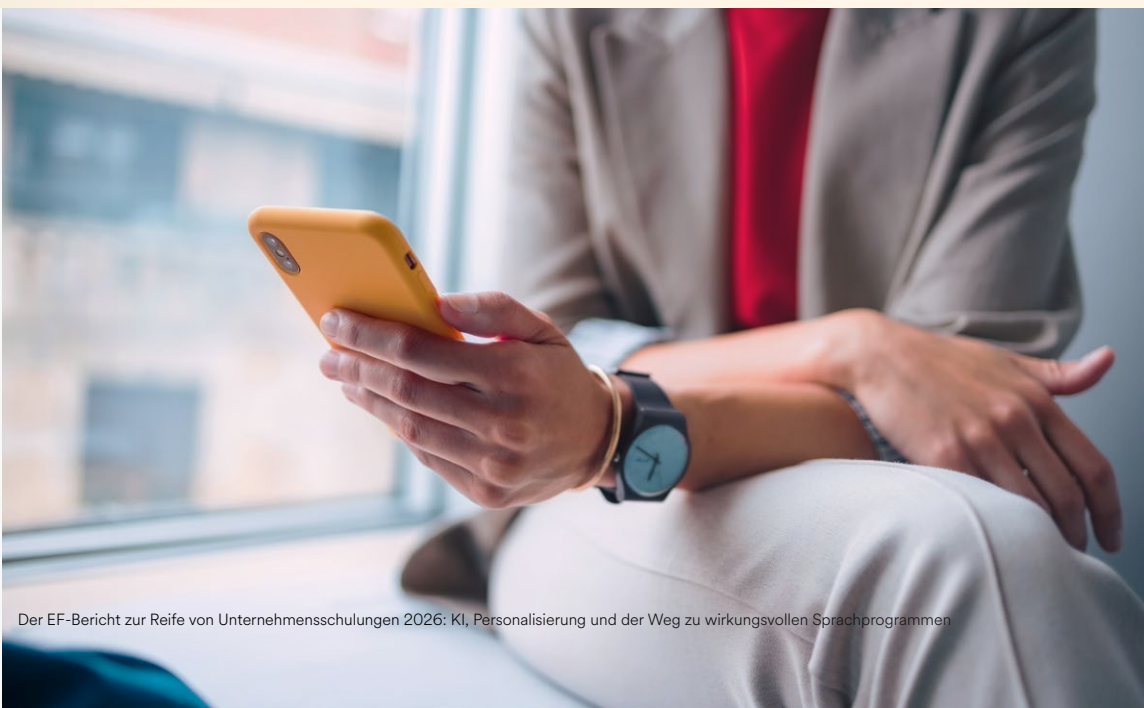
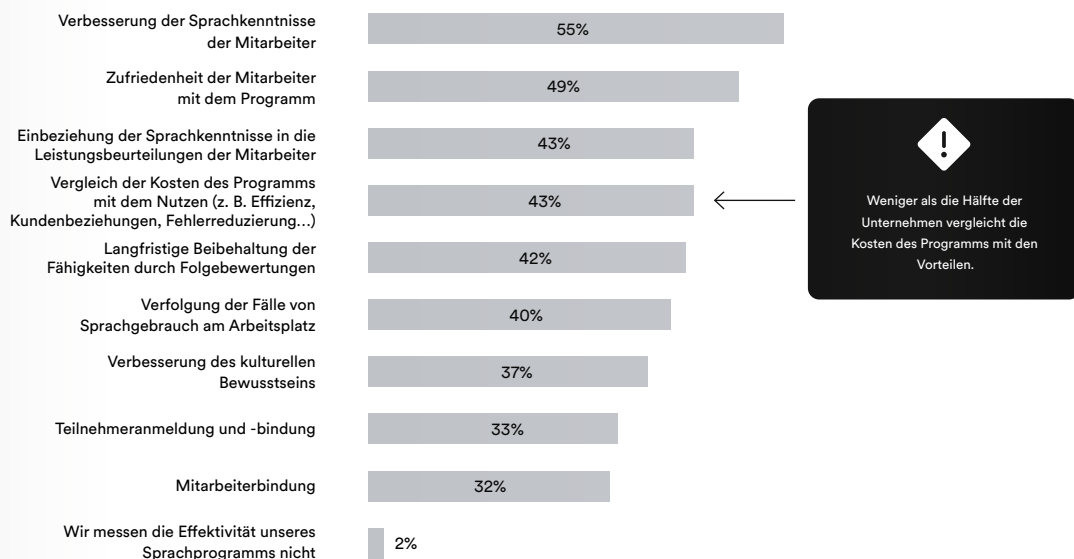
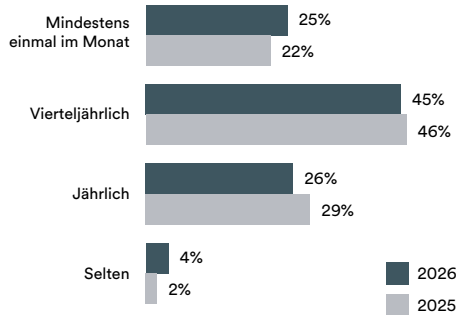
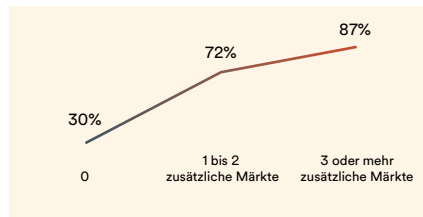


ABBILDUNG 15

Wie oft Unternehmen ihre Sprachprogramme überprüfen und aktualisieren:



Zeigt die Veränderungen für Unternehmen auf internationalen Märkten in den letzten zwei Jahren



Veränderungen auf den internationalen Märkten in den letzten 2 Jahren

Auch die Überprüfungszyklen entwickeln sich weiter. Mehr als zwei Drittel der Unternehmen überprüfen ihr Sprachprogramm mindestens einmal pro Quartal, und der Anteil derjenigen, die monatliche Überprüfungen durchführen, ist seit dem letzten Jahr gestiegen. Unternehmen, die in den letzten zwei Jahren in mehrere neue Märkte expandiert sind, überprüfen ihre Programme besonders häufig, was darauf hindeutet, dass regelmäßige Bewertungen Unternehmen dabei helfen, ihre Lernstrategien an neue Anforderungen anzupassen.

Auch die Ausrichtung auf übergeordnete Geschäftsziele nimmt zu. Der Anteil der Unternehmen, die angeben, dass ihr Programm vollständig oder weitgehend auf die Geschäftsziele

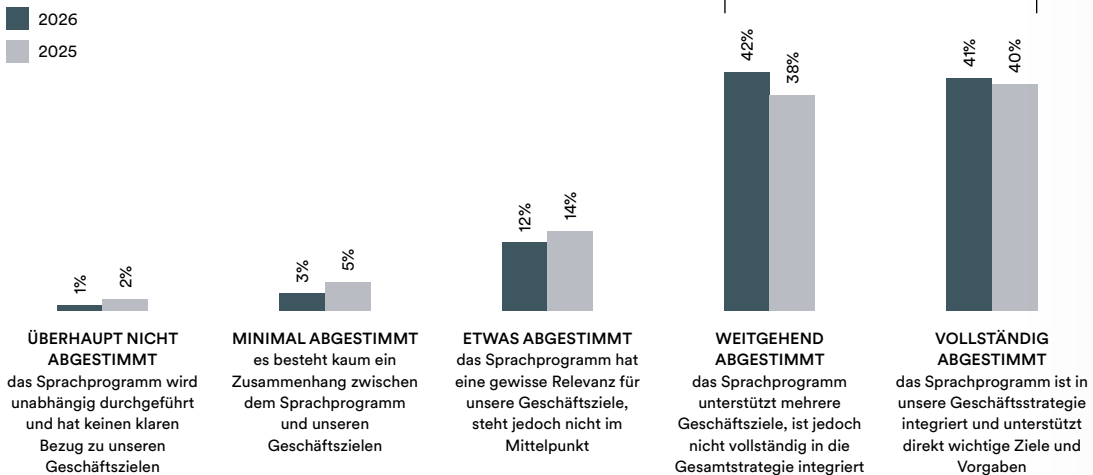
abgestimmt ist, ist in diesem Jahr von 79 % auf 84 % gestiegen. Diese Verschiebung könnte zu einer allgemeinen Zunahme der Reife beitragen, da eine engere Ausrichtung sicherstellt, dass das Sprachenlernen die geschäftlichen Prioritäten unterstützt und nicht davon abweicht.

Ein ähnliches Muster lässt sich bei den Leistungszielen der Mitarbeiter beobachten. Fast die Hälfte der Unternehmen stuft das Erlernen von Sprachen mittlerweile als wesentlichen Bestandteil der Leistungsziele ein. Die Ausrichtung ist besonders ausgeprägt in großen Unternehmen und schnell wachsenden Firmen, was darauf hindeutet, dass Sprachkenntnisse zu einem wesentlichen Element der Personalplanung werden.

ABBILDUNG 16

Inwieweit das Sprachprogramm eines Unternehmens mit seinen Zielen übereinstimmt:

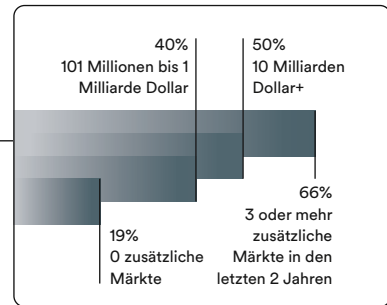
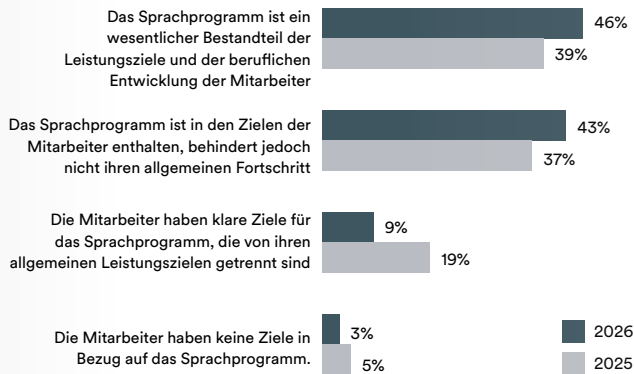
2026
2025



84% Vollständig/größtenteils abgestimmt vs 79% im Jahr 2025

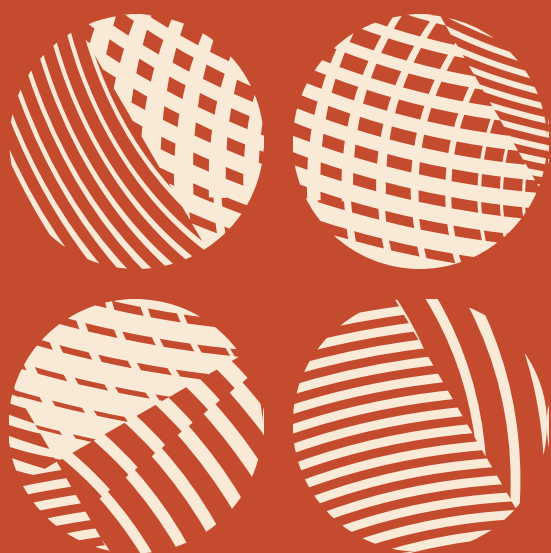
ABBILDUNG 17

Inwieweit Sprachprogramme mit Leistungszielen verknüpft sind:



Unternehmen mit höheren Umsätzen und solche, die in den letzten zwei Jahren auf drei oder mehr Märkte expandiert sind, integrieren Sprachprogramme eher in die Leistungsziele ihrer Mitarbeiter.





Fazit und Empfehlungen

Fazit

Die diesjährigen Ergebnisse bestätigen die zentrale Rolle, die Sprachkenntnisse für den Erfolg globaler Unternehmen spielen. Daher überrascht es nicht, dass Unternehmen von einem wachsenden Bedarf an Sprachschulungen in ihrer gesamten Belegschaft berichten: Der durchschnittliche Anteil der Mitarbeiter, die Sprachkenntnisse benötigen, um ihre Aufgaben effektiv auszuführen, ist im Vergleich zu 2025 um 10 % gestiegen.

Vor diesem Hintergrund bestätigen die Ergebnisse für 2026, dass die Auswirkungen auf das Geschäft weit über eine verbesserte Kommunikation hinausgehen, wenn Unternehmen in die Entwicklung ausgereifter Sprachprogramme investieren. Unternehmen mit hoher Reife erzielen weiterhin überdurchschnittliche Ergebnisse in Bezug auf Rentabilität, Marktexpansion, Innovation und Mitarbeiterengagement – und der Abstand bei den Gewinnmargen vergrößert sich mit der Zeit.

Die diesjährige Studie verdeutlicht, wie Unternehmen auf dem Weg zur Reife vorankommen, wobei Personalisierung und KI bedeutende Möglichkeiten dafür bieten. Personalverantwortliche schätzen Personalisierung sehr, doch wird sie nach wie vor zu wenig genutzt, während ausgereifte Unternehmen KI eher zur Verbesserung des Lernens einsetzen als nur zur Kostensenkung. Insgesamt zeigen die diesjährigen Ergebnisse, dass die Reife von Sprachprogrammen sowohl ein Indikator als auch ein Motor für den Erfolg eines Unternehmens ist.

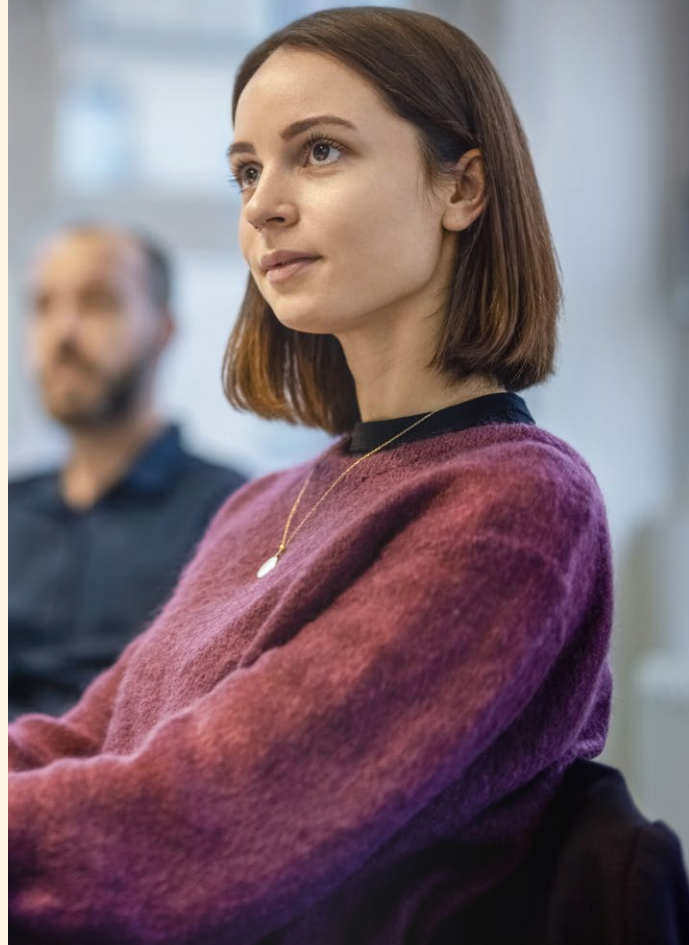
„[Die größte Auswirkung des Sprachenlernens ist] eine höhere Qualifikation und Kompetenz in der Branche im Vergleich zu anderen Mitarbeitern mit dem gleichen Profil oder der gleichen Laufbahn, eine bessere Kommunikationsfähigkeit, eine bessere Fähigkeit, das lokale und globale Umfeld zu sehen und zu verstehen, sowie eine bessere kognitive Entwicklung, um komplexere Aufgaben zu bewältigen.“

Direktor eines Produktionsunternehmens in Mexiko mit einem Jahresumsatz von über 1,1 Milliarden US-Dollar und mehr als 5.000 Mitarbeitern

Der Anteil der Mitarbeiter, die Sprachkenntnisse benötigen, um ihre Aufgaben effektiv auszuführen, stieg im Vergleich zu 2025 um 10 %

„[Sprachtraining] hat eine Brücke geschlagen, die direkt zum Herzen des Kunden führt. Wir sind nicht mehr nur ein „Lieferant“, der über einen Bildschirm spricht, sondern ein „Partner“, der sie in ihrer eigenen Sprache versteht und mit ihnen mitfühlt. Dieses Gefühl des Vertrauens kann keine Marketingstrategie ersetzen.“

Senior Manager bei einem Technologieunternehmen in China mit einem Jahresumsatz von über 1,1 Milliarden US-Dollar



Empfehlungen: Maßnahmen für Führungskräfte im Bereich Personalwesen und Weiterbildung

Damit HR- und L&D-Führungskräfte den größtmöglichen Nutzen aus ihren Sprachprogrammen ziehen können, finden Sie hier die wichtigsten Empfehlungen auf der Grundlage der Ergebnisse dieses Berichts:

#1

Nutzen Sie fortschrittliche KI-Funktionen, um die Lernerfahrung zu verbessern

Die meisten Unternehmen setzen KI mittlerweile in gewissem Umfang ein, aber nicht alle haben sie so implementiert, dass sie die Lernergebnisse verbessert. Konzentrieren Sie sich auf KI-Funktionen, die eng mit den Lehrplanzielen abgestimmt sind, wie z. B. Sprachanalyse, die die Satzlänge, die Verwendung einzigartiger Vokabeln, die Aussprachegenauigkeit und den Fortschritt im Hinblick auf die spezifischen Lernziele jeder Lektion misst. Diese Funktionen erweitern die Übungsmöglichkeiten und ermöglichen ein Feedback auf einem Detailniveau, das über das hinausgeht, was das menschliche Ohr erfassen kann, insbesondere in Gruppenlernsituationen. Wenn KI eingesetzt wird, um die Lernerfahrung zu verbessern und nicht nur um Kosten zu senken, wird sie zu einem bedeutenden Motor für die Reife des Programms.

#2

Differenzieren Sie Ihr Programm durch Personalisierung

Personalisierung ist nach wie vor das von HR-Führungskräften am meisten geschätzte Merkmal, doch nur eine Minderheit der Unternehmen bietet sie in der Praxis an. Selbst bescheidene Personalisierungsschritte führen zu bedeutenden Fortschritten auf der Reifeskala. Behandeln Sie Personalisierung als Standardkomponente Ihrer Programmgestaltung und nicht als eine Verbesserung, die bestimmten Lerngruppen vorbehalten ist. KI kann auch genutzt werden, um eine größere Personalisierung und maßgeschneidertes Feedback in großem Umfang anzubieten.

#3

Bauen Sie kulturelle Kompetenz mit einer globalen Grundlage auf

Reife Unternehmen legen größeren Wert auf globale Kommunikationsfähigkeiten und kulturelles Bewusstsein, und dieser Fokus steht in engem Zusammenhang mit der Marktexpansion. Ergänzende Programme mit differenzierenden Merkmalen, darunter Einzelunterricht, global ausgerichtetes kulturelles Lernen und Workshops, können die Praxisrelevanz des Lernens erhöhen und interkulturelles Bewusstsein aufbauen, um die Sprachkenntnisse zu ergänzen.

#4

Sprachunterricht an Geschäftsstrategie und Leistungszielen ausrichten

Unternehmen, die ihre Sprachprogramme mit ihren Geschäftszielen und der Leistungsplanung ihrer Mitarbeiter verknüpfen, berichten durchweg von besseren wirtschaftlichen Ergebnissen. Um den Wert des Sprachtrainings zu maximieren, integrieren Sie es in Ihre Geschäftsstrategie, um sicherzustellen, dass es direkt zur Erreichung Ihrer wichtigsten Ziele sowie zur Leistungsziele und Karriereentwicklung Ihrer Mitarbeiter beiträgt.

#5

Überprüfungszyklen und ROI-Kennzahlen stärken

Häufige Überprüfungen sind ein Zeichen für eine höhere Reife. Streben Sie mindestens vierteljährliche Überprüfungen der Leistung im Hinblick auf die strategischen Anforderungen an. Weniger als die Hälfte der Unternehmen vergleicht die Kosten des Programms mit den Vorteilen, wie z. B. Effizienz, Kundenbeziehungen und Fehlerreduzierung. Dies bietet die Möglichkeit, einen klareren Business Case für Investitionen und kontinuierliche Verbesserungen zu entwickeln.

Über diesen Bericht

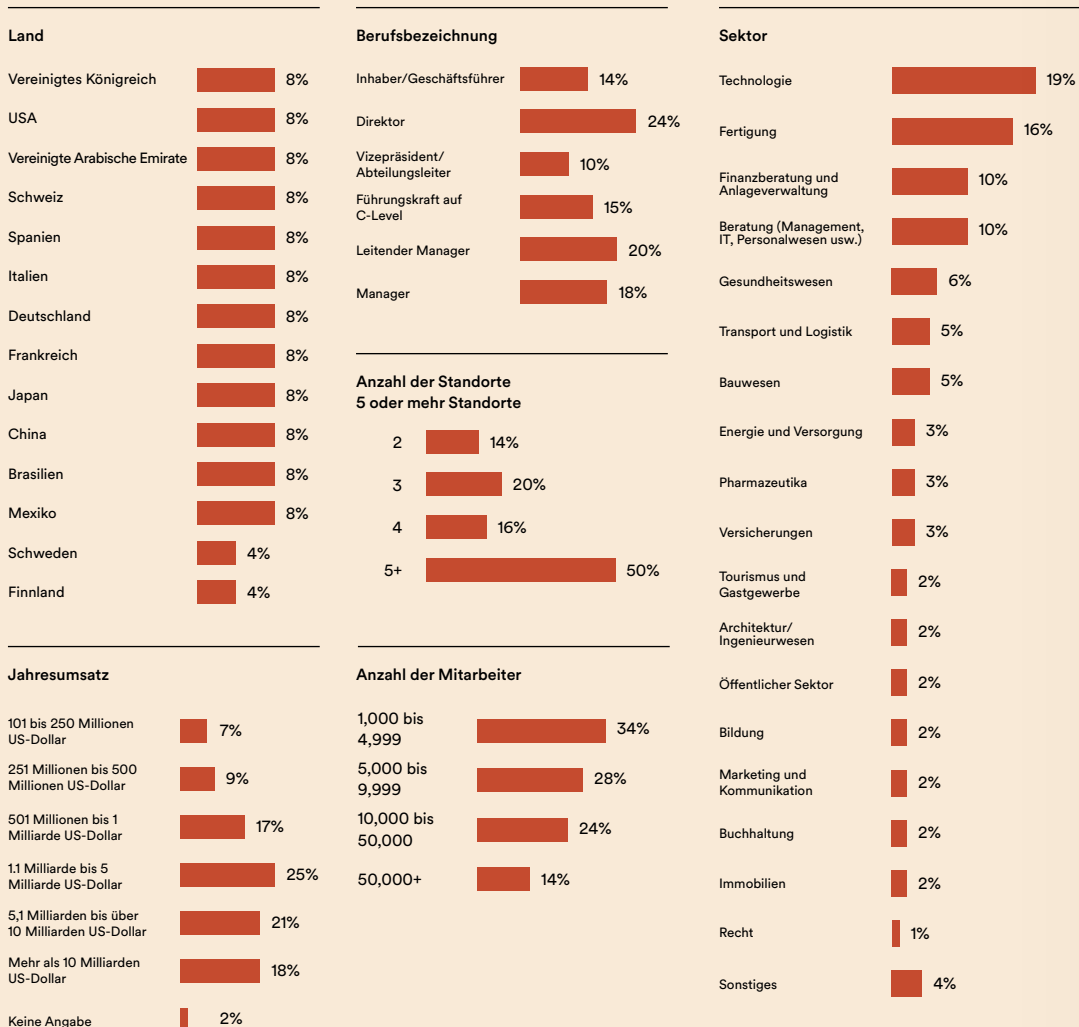
Im Herbst 2025 führte EF Corporate Learning eine Umfrage unter 1.300 Entscheidungsträgern und Einflussnehmern aus den Bereichen L&D und HR in internationalen Unternehmen mit mehr als 1.000 Mitarbeitern durch. 66 % der befragten Unternehmen beschäftigen mehr als 5.000 Mitarbeiter und 81 % haben einen Jahresumsatz von über 500 Millionen US-Dollar. 63 % der Befragten sind in Führungspositionen tätig, und 100 % der Unternehmen in der Umfrage bieten ihren Mitarbeitern irgendeine Form von Sprachunterricht an.

Dieser Bericht baut auf der ersten Ausgabe des EF Corporate Learning Maturity Report auf, der Anfang 2025 veröffentlicht wurde. Das Ziel der diesjährigen Studie war es, die Ergebnisse des Reifegradmodells aus dem letzten Jahr zu validieren und zu vertiefen,

die jährlichen Veränderungen der Geschäftsergebnisse im Zusammenhang mit dem Reifegrad von Sprachprogrammen zu verfolgen und den Umfang der Analyse zu erweitern, um Bereiche zu untersuchen, die an strategischer Bedeutung gewonnen haben, darunter die Einführung von KI, Personalisierung, kulturelle Kompetenz und Innovation.

Die Stichprobe umfasste eine Reihe von Branchen, wobei der Schwerpunkt auf den Bereichen Technologie, Fertigung, professionelle Dienstleistungen und Gesundheitswesen lag. Die Studie wurde in Brasilien, China, Frankreich, Deutschland, Italien, Japan, Mexiko, den nordischen Ländern, Spanien, der Schweiz, den Vereinigten Arabischen Emiraten, dem Vereinigten Königreich und den Vereinigten Staaten durchgeführt.

Demografische Daten der Befragten



EF Corporate Learning ist der weltweit erste und größte Anbieter für Sprachtrainings im Unternehmensbereich. Seit 1965 bieten wir Sprachtrainings für Unternehmen an und haben seit 1996 über 20 Millionen Lernende online geschult. Unser Erbe und unsere globale Reichweite sind unübertroffen. Viele der über 3.000 multinationalen Organisationen, die wir betreuen, arbeiten seit über 15 Jahren mit uns zusammen und berichten von einer dreimal höheren Beteiligung und Lernfortschritten im Vergleich zu anderen Anbietern.

