GD Bildung und Kultur
Programm für lebenslanges Lernen

KONZEPTENTWUF
WEITERBILDUNGSLEHRGANG
„DOING BUSINESS INTERNATIONAL FOR SME“

Inhaltsverzeichnis

0. Hintergrund
1. Bedürfnisse und Bedingungen der KMU für ein erfolgreiches internationales Geschäft
2. Weiterbildungskurs „Doing Business International for SME“
3. Zielgruppen der Weiterbildung / Unterschiedliche Bedürfnisse und Bedingungen / Mindestvoraussetzungen
4. Lern- und Lehrziele
5. Curriculum / Beschreibung der Module
6. Prüfung

Leonardo da Vinci

0. Hintergrund

Die Nord- und Osterweiterung der Europäischen Union hat zur Schaffung eines riesigen Binnenmarktes mit mehr als 450 Mio. Verbrauchern geführt. Der Abbau von Handelsschranken sowie ein besserer und günstigerer Zugang zu Kommunikations- und Informationstechnologien eröffnen enorme Wachstumschancen.

In aktuellen Studien wird ein direkter Zusammenhang zwischen Internationalisierung und höherer Leistungsfähigkeit von Unternehmen nachgewiesen. Die Auslandaktivitäten stärken Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit und sichern dadurch den langfristigen Bestand des Unternehmens.

Für viele kleine und mittelständische Unternehmen sowie für das Handwerk stellen Ländergrenzen jedoch immer noch eine nahezu unüberwindbare Barriere dar, die sie an der Ausweitung der Geschäftsaktivitäten hindert. Und so bleiben die meisten Betriebe hauptsächlich oder ausschließlich auf ihren Heimatmärkten tätig und von ihnen abhängig. Aber auch auf den Heimatmärkten müssen Firmen sich gegen eine starke internationale Konkurrenz behaupten.

In der Auslandstätigkeit sowie in der internationalen Zusammenarbeit liegen besonders auch für das Handwerk große Wachstumsreserven. Betrachtet man den Ostseeraum, so sind diese hier von Land zu Land unterschiedlich hoch und noch nicht annähernd ausgeschöpft. Während in Dänemark und Schweden bereits über 20% der Handwerksbetriebe international tätig sind, beträgt die Exportquote des deutschen und des polnischen Handwerks unter 4%. Daraus ergeben sich große Möglichkeiten des Lernens voneinander zur Stärkung der internationalen Zusammenarbeit von KMU, die unbedingt genutzt werden müssen.

1. Bedürfnisse und Bedingungen der KMU für ein erfolgreiches internationales Geschäft

Um die großen Chancen in der Außenwirtschaft zu nutzen, benötigen Handwerksunternehmen und KMU spezifische Hilfen und maßgeschneiderte Unterstützungsmaßnahmen.

In erster Linie brauchen sie dringend qualifizierte Führungs- und Fachkräfte, die über entsprechende Kenntnisse und Erfahrungen im internationalen Geschäft verfügen.
Sehr oft wird die Tatsache unterschätzt, dass internationale Geschäftsaktivitäten zusätzliche Kompetenzen und Fähigkeiten im Vergleich zur Geschäftstätigkeit auf dem Heimmarkt erfordern. Eine auch noch so gut z.B. in Deutschland ausgebildete Fachkraft wird im Ausland scheitern, wenn sie nicht die Unterschiede zu den geschriebenen und ungeschriebenen Normen in der Zielregion kennt.

Fach- und Führungskräfte benötigen in erster Linie ausreichende Kenntnisse der ausländischen Märkte sowie deren Besonderheiten. Darüber hinaus ist die Kenntnis und Auswahl der geeigneten Form der Auslandstätigkeit wichtig, denn diese muss sorgfältig geprüft und an die finanziellen und personellen Ressourcen angepasst werden. Im Gegensatz zu Großunternehmen darf Internationalisierung für KMU und Handwerksbetriebe nicht nur Export oder Import bedeuten, sondern sollte vielmehr verschiedene Ansätze beinhalten, die sich gegenseitig unterstützen und miteinander kombiniert werden: Kooperationen, Teilnahme an Netzwerken, Know-how und Technologietransfer, Joint Ventures, etc. Außerdem sind gute Kenntnisse der Gesetze und Vorschriften auf den Zielmärkten für eine erfolgreiche ausländische Tätigkeit unbedingt notwendig.

Eine weitere wichtige Voraussetzung für ein erfolgreiches Auslandsgeschäft sind Kontakte zu potentiellen Partnern und Kunden in der Zielregion. Ein starker und verlässlicher Partner vor Ort kann den Zugang zu ausländischen Märkten erleichtern. Gerade im Bereich Handwerk und KMU erfolgt die Aufnahme einer internationalen Tätigkeit häufig über persönliche Kontakte. Oft können Mitarbeiter mit Migrationshintergrund die notwendigen Brücken schlagen. Andere Möglichkeiten sind Messen, Kooperationsbörsen, Business-Foren, betriebliche Praktika und Hospitationen.

Die Zusammenarbeit mit ausländischen Partnern erfordert zudem die Kenntnis einer Fremdsprache, um reibungslos kommunizieren zu können. Dabei sind Kenntnisse des Englischen, als internationale Geschäftssprache, von besonderer Bedeutung. Leider sind Fremdsprachenkenntnisse in Handwerksbetreiben sowie KMU nur selten vorhanden, was oft dazu führt, dass internationale Möglichkeiten nicht optimal genutzt werden. Hier haben KMU entscheidende Nachteile gegenüber großen Firmen, weil sie keinesfalls so viele mehrsprachige Beschäftigte anstellen können, wie sie diese zur Nutzung potenzieller Chancen benötigen. Deshalb ist es dringend notwendig, durch entsprechende Schulungen und Kurse praktisches und berufsbezogenes Englisch zu vermitteln.

Die Tätigkeit auf ausländischen Märkten oder mit ausländischen Partnern/Kunden ist zudem oft mit interkulturellen Herausforderungen verbunden. Kulturelle Prägungen und unterschiedliche Mentalitäten haben einen erheblichen Einfluss auf die grenzüberschreitende Zusammenarbeit, werden jedoch sehr oft unterschätzt. Handwerk und KMU brauchen dringend Mitarbeiter mit interkulturellen Kenntnissen, die sie bei der Erschließung neuer Märkte und Kundenkreise unterstützen können, denn Sprach- und Landeskenntnisse sind ein entscheidender Faktor für langfristige und erfolgreiche Export- und Kooperationsbeziehungen.
Grundsätzlich ist es für KMU von großer Bedeutung, dass der Schritt ins Ausland gut durchdacht und vorbereitet ist. Eine klare Strategie, ein ausgereiftes Auslandskonzept sowie eine qualifizierte Beratung bereits in der Anfangphase der Internationalisierung erhöhen nachhaltig die Erfolgsaussichten.

2. Weiterbildungskurs „Doing Business International“

Im Bereich der beruflichen Weiterbildung werden zwar verschiedene Exportseminare, Sprachkurse, Trainings usw. angeboten, aber fehlen ganzheitliche Lehrgänge zu außenwirtschaftlichen Themen, die auf die spezifischen Bedingungen und Qualifikationsbedarfe der KMU und des Handwerks ausgerichtet sind.

Der Weiterbildungslehrgang „Doing Business International for SME“ versucht diese Marktlücke zu schließen. Er richtet sich an Inhaber, Führungs- und Fachkräfte in kleinen und mittleren Unternehmen, aber auch an Studenten, die eine Tätigkeit in KMU anstreben sowie an Arbeitslose und von der Arbeitslosigkeit bedrohte Personen, die mit diesen Qualifikationen ihre Chancen auf dem Arbeitsmarkt verbessern wollen.
Die Teilnehmer sollen im Rahmen des Lehrgangs, der mit einer offiziellen Prüfung abgeschlossen wird, u.a. folgende Kompetenzen erwerben:

- Fremdsprachenkompetenz (Business English)
- Kompetenzen im internationalen Business/Außenwirtschaft
- Soziokulturelle Kompetenzen (Kenntnisse im interkulturellen Management)

Außerdem absolvieren die Teilnehmer ein Praktikum von mindestens 3 Wochen in einem ausländischen Unternehmen. Damit knüpfen sie direkt persönliche Kontakte, die eine entscheidende Voraussetzung zur Aufnahme außenwirtschaftlicher Tätigkeit sind und den Schritt ins Ausland erleichtern sollen. Darüber hinaus erstellen die Teilnehmer mindestens ein umfassendes, konkretes Konzept für ihre internationale Tätigkeit.

Die Weiterbildungsmaßnahme „Doing Business International“ besteht aus insgesamt 6 Modulen:

- Modul 1 „Business English“
- Modul 2 „Internationales Business“
- Modul 3 “Baltic Business”
- Modul 4 “Interkulturelles Management”
- Modul 5 “Fallstudie”
- Modul 6 “Praktikum”

Die Inhalte in den Modulen 1,2 und 4-6 beziehen sich auf außenwirtschaftliche Themen und Problemstellungen, die allgemein alle Länder und Regionen betreffen. Im Modul 3 bildet der Ostseeraum den geografischen Schwerpunkt. Zahlreiche Studien und Analysen zeigen, dass im Bereich Handwerk und KMU ein großes Interesse besteht, neue Wettbewerbsfelder und Märkte im Ostsee-Wirtschaftsraum zu erschließen oder bestehende auszubauen. Die diesbezüglichen Wachstumsreserven sind groß, insbesondere in Osteuropa und in Skandinavien. Der Ostseeraum ist auf Grund seiner kulturellen Vielfalt sowie seiner starken Innovationskraft als eine Region mit herausragender Zukunft und Weltgeltung zu bezeichnen.
Der Lehrgang ist so konzipiert, dass er problemlos an andere Regionen oder Länder in Europa und auch weltweit transferiert werden kann. Das Modul 3 „Baltic Business“, das sich speziell mit dem Ostseeraum beschäftigt, müsste dann durch ein entsprechendes Modul zu einer anderen Region oder einem Land (z.B. Mittelmeerraum, China) ersetzt werden.

Der Weiterbildungslehrgang setzt sich aus einzelnen Qualifizierungsbausteinen zusammen, die im Rahmen der bisherigen Projektarbeit des Hanse-Parlamentes entwickelt wurden. Diese innovativen Ergebnisse werden nun zu einem anspruchsvollen Lehrgang gebündelt, um fehlende Inhalte ergänzt und von der Handwerkskammer Schwerin praktisch erprobt. Anschließend wird der Lehrgang in alle Ostseeländer transferiert.

3. Zielgruppen der Weiterbildung/Unterschiedliche Bedürfnisse und Bedingungen/Mindestvoraussetzungen

Um die großen Chancen in der Außenwirtschaft zu nutzen und die Herausforderungen optimal meistern zu können, benötigen kleine und mittelständische Unternehmen dringend qualifizierte Führungs- und Fachkräfte, die über Kenntnisse und Erfahrungen im internationalen Geschäft verfügen. Allerdings ist dies für KMU zunehmend problematisch. Der Wettbewerb um qualifizierte Fachkräfte zwischen den KMU auf der einen Seite sowie größeren Unternehmen, Universitäten/Hochschulen und Verwaltungen auf der anderen Seite nimmt zu und droht insbesondere das Handwerk zum Verlierer zu machen. Diese Situation wird sich durch die demografischen Herausforderungen in der nächsten Zeit noch weiter verschärfen.

Eine Antwort auf diese Herausforderungen ist der Weiterbildungslehrgang „Doing Business International for SME“.

Er richtet sich in erster Linie an Inhaber, Führungs- und Fachkräfte in kleinen und mittleren Unternehmen. Viele KMU-Unternehmer fungieren gleichzeitig als Eigentümer, Geschäftsführer und Mitarbeiter. Eine operative und strategische Trennung existiert oft nicht, der Unternehmer ist stark beansprucht vom Tagesgeschäft und hat somit wenig Zeit für die Analyse von neuen Wachstumsmöglichkeiten im Ausland. Im Rahmen der Weiterbildung sollen die Inhaber sowie Führungs- und Fachkräfte kleiner und mittelständischer Unternehmen auf das Auslandsgeschäft sowie dessen Chancen und Risiken sensibilisiert werden:

- Die Wichtigkeit des internationalen Engagements für die Erhaltung und Entwicklung des einheimischen Unternehmens;
- Entwicklung einer langfristigen Internationalisierungsstrategie, die verschiedene Ansätze (Export, Import, Kooperation, Technologietransfer, usw.) beinhaltet;
- Chancen der Veränderung/Globalisierung ergreifen gemäß dem Motto „Man kann Veränderungen nicht managen; man kann ihnen nur voraus sein";
- Innovative Wege im Auslandsgeschäft gehen;
- geeignete Mitarbeiter für das Auslandsgeschäft finden bzw. vorhandene Mitarbeiter entsprechend vorbereiten/weiterbilden

Da aber KMU sowie das Handwerk auf Grund der breiten Palette ihrer Gewerke und Berufe Personal mit verschiedenen Qualifikationen und Vorkenntnissen brauchen, werden mit dem Lehrgang auch Arbeitslose oder von der Arbeitslosigkeit bedrohte Personen angesprochen, die mit diesen Qualifikationen ihre Chancen auf dem Arbeitsmarkt verbessern wollen.
Durch die Teilnahme an dieser Weiterbildung erhalten diese Personen gezielt die von den KMU benötigten Kompetenzen und verbessern somit ihre Chancen auf dem Arbeitsmarkt. Dies ist insofern wichtig als in vielen Ostseeregionen als Folge des Strukturwandels viele Arbeitskräfte z.B. aus der Landwirtschaft freigesetzt wurden. Dieser Weiterbildungslehrgang verbessert die Chancen auf eine Wiedereingliederung in das Arbeitsleben und die KMU sowie das Handwerk gewinnen das dringend benötigte Personal.

Auf Grund des hohen Wettbewerbes zwischen den Wirtschaftsbereichen um die besten Köpfe, entscheiden sich immer weniger junge Menschen für eine Tätigkeit bei KMU oder in einem Handwerksbetrieb. Deshalb richtet sich dieser Lehrgang gezielt auch an Studenten, um ihnen gute und innovative Perspektiven aufzuzeigen und sie für eine Tätigkeit in KMU zu gewinnen. Studierende verfügen oft über gute theoretische Kenntnisse, oft fehlt jedoch der direkte Bezug zur Praxis. Auch werden oft an den Universitäten und Hochschulen Kenntnisse und Fähigkeiten vermittelt, die eher an Großunternehmen und Konzernen angelehnt sind. Studenten, die eine Tätigkeit in KMU anstreben, werden in diesem praxisorientierten Lehrgang die KMU- Strukturen kennen lernen und umfangreiche internationale Kenntnisse vermittelt bekommen.

Da die Zielgruppe des Lehrgangs heterogen ist, müssen bei der Durchführung die unterschiedlichen Bedürfnisse und Bedingungen der einzelnen Teilnehmergruppen berücksichtigt werden. Die Maßnahme soll insgesamt ca. 250 Stunden Präsenzunterricht + 150 Stunden Praktikum umfassen und soll alternativ erbracht werden im:
- Tagesunterreicht/Blockunterricht: diese Form eignet sich z.B. für die Zielgruppe arbeitslose Personen, die teilweise ganze fünf Tage in der Woche zur Verfügung stehen. Zusätzlich ist es für diese Gruppe möglich einen 1-2 wöchigen Vorbereitungskurs in die Maßnahme zu integrieren, um diese Personen gezielt auf KMU- und Handwerkspezifische Themen und Inhalte einzustimmen und vorzubereiten.

- Berufsbegleitend (Abend- /Wochenendunterricht): besonders geeignet für Inhaber und Geschäftsführer von KMU, die oft sehr stark in das Tagesgeschehen des Unternehmens eingebunden sind und es sich nicht leisten können, zu den normalen Geschäftszeiten dem Unternehmen fern zu bleiben.
- Kombination von Tages- und Abendunterricht: ideal für die Zielgruppe Studenten: Unterreicht teilweise Abends + Blockunterricht z.B. in den Ferien während der vorlesungsfreien Zeit.

Die einzelnen Module der Weiterbildungsmaßnahme sind so konzipiert, dass sie jeweils in sich geschlossene Lerneinheiten umfassen. Sie bauen überwiegend nicht strikt aufeinander auf und können so in unterschiedlicher Zeitabfolge absolviert werden. Damit besteht die Möglichkeit, dass einzelne Teilnehmer gemäß ihrer Interessenslage jeweils nur bestimmte Module belegen. Sie erhalten dafür dann eine qualifizierte Teilnehmerbescheinigung; bei Vorlage solcher Teilnahmebestätigungen für alle Module kann die offizielle Abschlussprüfung abgelegt werden.
Die Teilnehmeranzahl je Weiterbildungskurs soll mindestens 15 und maximal 25 Personen umfassen.

Mindestvoraussetzungen für die Teilnahme an dem Lehrgang:
- abgeschlossene Berufsausbildung und 3 jährige Berufserfahrung oder Abitur und eingeschrieben an einer Hochschule/Universität
- Grundkenntnisse der englischen Sprache
- kaufmännische Grundkenntnisse

4. Lern- und Lehrziele

Lernziele Internationales Business + Baltic Business

Die Teilnehmenden sollen nach erfolgreicher Beendigung des Lehrgangs eigenständig in der Lage sein:
- verschiedene Formen von internationaler Zusammenarbeit in der Außenwirtschaft in ihrer Bedeutung für den Betrieb zu erkennen und einzuordnen;
- eine Internationalisierungsstrategie, die verschiedene Formen und Ansätze beinhaltet, für den eigenen Betrieb entwickeln zu können;
- Produkte und/oder Dienstleistungen ihres Betriebes in Drittländer zu exportieren;
- Produkte und/oder Dienstleistungen ihres Betriebes von Drittländern zu importieren;
- die Markttauglichkeit ihrer Produkte/Leistungen im „Aufnahmeland“ einzuschätzen bzw. zu wissen, wo und wie sie die notwendigen Informationen (Marktanalyse) beschaffen können;
- Die wichtigsten Rahmenbedingungen des Aufnahmelandes kennen bzw. recherchieren können
- die wesentlichen Anforderungen an ein „Export-Konzept inklusive Businessplan“ kennen und ein solches Konzept erstellen können;
- Vorhandene Fördermöglichkeiten (Messen, Kooperationsbörsen, finanzielle Unterstützung) erkunden und wahrnehmen können;
- Die regionalen, nationalen und internationalen Unterstützungs- und Beratungsinstitutionen kennen oder zumindest herausfinden können

Lernziele Business English

- Vertiefung der mündlichen und schriftlichen Kommunikationsfertigkeiten unter Berücksichtigung von realen berufsbezogenen Sprachsituationen
- Erweiterung des Business-Wortschatzes
- Telefontraining in Englisch
- Verhandlungstraining in Englisch
- Präsentationen auf English vorbereiten und halten

Lernziele interkulturelles Management

- Sensibilisierung bezüglich national/kultureller Unterschiede und deren Auswirkungen im Arbeitskontext
- Kennen von kulturellen Spezifika auf regionaler/nationaler Ebene
- Verstehen eigener Verhaltensweisen im Umgang mit kulturellen Unterschieden
- Kennen möglicher Verhaltensstrategien im Umgang mit kulturellen Unterschieden
- Kenntnisse der Einflussfaktoren auf gelungene interkulturelle Kommunikation und Zusammenarbeit besitzen
- Die Entwicklung der Migration in Europa kennen und hinsichtlich der Probleme und Chancen für KMU-Betriebe bewerten können

Lehrziele:

Die Teilnehmenden sollen:

- umfangreiche Kenntnisse im internationalen Business vermittelt bekommen
- Sensibilität für Themen der Internationalisierung entwickeln
- Chancen und Risiken des internationalen Geschäftes erkennen bzw. bewältigen können
- lernen, den Ostseeraum als einen starken Raum mit herausragenden Zukunftsperspektiven zu betrachten
- die eigene Selbstbeobachtungskompetenz stärken/reflektieren lernen
- lernen, die Mitarbeiter mit internationalen und interkulturellen Kenntnissen und Fähigkeiten als zentralen Erfolgsfaktor für das Auslandsgeschäft zu betrachten
- befähigt werden, sich Wissen zu anderen Regionen und Räumen anzueignen
- ihre Fremdsprachenkompetenz (Englisch) deutlich verbessern

5) Curriculum/Beschreibung der Module

Grundstruktur:

Module	Inhalte	Umfang/Anzahl der Stunden
Modul 1	**Modul 1.1** **Business English I** **Modul 1.2** **Business English II**	**40 Std.** **20 Std.**
Modul 2	**Internationales Business**	**35 Std.**
Modul 3	**Baltic Business**	**45 Std.**
Modul 4	**Interkulturelles Management/Kommunikation**	**30 Std.**
Modul 5	**Fallstudie**	**16 Std.**
Modul 6	**Modul 6.1 Vorbereitung Praktikum** **Modul 6.2 Praktikum** **Modul 6.3 Internationales Mentoring**	**20 Std.** **150 Std.** **30 Std.**
	Stunden gesamt	**386 Std.**
	Selbststudium (u.a. Abschlussarbeit: Außenwirtschaftskonzept)	**300 Std.**
	Stunden insgesamt	**686 Std.**

Beschreibung der Module

Modul 1.

Modul 1.1. Business English I **40 Std.**

Dieses Modul basiert auf dem Lehrbuch „Simply English". Es handelt sich um ein Buch für Lernende mit Englischkenntnissen auf Anfängerniveau, es bietet praktisch anwendbares Englisch, wie es der Lernende in kleinen und mittleren Betrieben im Alltag benötigt. Mit Ausnahme des englisch/deutsch/polnisch/russischen Vokabelteils ist Simply English ausschließlich in englischer Sprache gehalten, was für den Lernenden schon in der frühen Lernphase wichtig ist. Die polnischen/russischen Vokabelteile können je nach Bedarf von Unternehmen mit Zielmärkten in diesen Ländern verwendet werden. Das Lehrbuch ist nicht überladen mit komplizierter, unnützer Sprache und hat klare grammatische Strukturen, die sich in den schriftlichen Aufgaben, den Texten und den Höraufgaben widerspiegeln. Es eignet sich hervorragend auch zum Selbststudium, da mit Hilfe eines Lösungsschlüssels die Lernerfolge selbst kontrolliert werden können. Als Unterstützung stehen CDs zur Übung der Aussprache zur Verfügung. Simply English bietet Material für einen Kurs von mindestens 36 Lehrstunden abhängig von der Gruppengröße und dem Wissensstand der Teilnehmer.

Modul 1.2. Business English II **20 Std.**

In diesem Modul werden die im Modul I erworbenen Kenntnisse situationsorientiert vertieft. Alltags- und berufsrelevante Situationen werden hauptsächlich in kleinen Arbeitsgruppen (Rollenspiele, Simulationen) trainiert. Schwerpunkte werden dabei auf folgende Inhalte gelegt:

- Vorstellung der Firma und ihrer Produkte/Dienstleistungen
- Korrespondenz (Geschäftsbriefe, Faxe, E-Mails; z.B. Angebote, Bestellungen, Reklamationen, etc)
- Telefontraining (Angebote einholen, Absprachen treffen, Termine vereinbaren, etc.)
- Verhandlungstraining
- Präsentationen vorbereiten und halten

Darüber hinaus kann für die Zielgruppe Arbeitslose oder von der Arbeitslosigkeit bedrohte Personen je nach Bedarf auch das Thema Bewerbungsunterlagen auf Englisch verfassen und Vorbereitung auf ein Vorstellungsgespräch in Englisch behandelt werden.

Modul 2. Internationales Business **35 Std.**

Inhalte

a) Trends der Weltwirtschaft

Weltweite Trends in Wirtschaft und Gesellschaft gewinnen auch für das Handwerk und KMU an Bedeutung und stellen diese vor neuen Herausforderungen. Europäischer Binnenmarkt, technische Innovationen, Globalisierung, Regionalisierung, demografische Entwicklung, Internet und Outsourcing - dies sind nur ein paar Beispiele für die rasante Veränderung der Weltwirtschaft, die hier besprochen werden.

b) Gründe und Voraussetzungen für Internationalisierung
Internationalisierung ist zu einer Voraussetzung für das Überleben von KMU in einem von Wettbewerb beherrschten Umfeld geworden. Untersucht und diskutiert werden Gründe und Voraussetzungen, die im Vordergrund fast jedes Engagements im Ausland stehen: Sicherung bestehender und Erschließung neuer Märkte, Erfüllung von Kundenwünschen, Nähe zum Kunden, Gewinnung von qualifiziertem Personal, besserer Zugang zu Kapitalmärkten, etc.

c) Verschiedene Formen der Auslandstätigkeit
Kleine und mittelständische Unternehmen wählen oft auf Grund ihrer spezifischen Bedürfnisse andere Formen der Auslandstätigkeit als Großunternehmen. Die gewählte Lösung soll ihren finanziellen und personellen Ressourcen angepasst sein. Eine erfolgreiche Auslandstrategie für KMU soll sich nicht nur auf den Export und Import als häufigste Formen der Auslandstätigkeit konzentrieren, sondern vielmehr verschiedene Ansätze, die sich gegenseitig unterstützen, kombinieren. Besprochen werden neben Import und Export u.a. grenzüberschreitende Kooperationen, Joint-Ventures, Teilnahme an Netzwerken und Clustern, Know-how und Technologietransfer, usw.
In diesem Untermodul kann auf Konzepte zurückgegriffen werden, die im Rahmen des EU-Projektes „Chancen für KMU durch die EU-Osterweiterung“ ausgearbeitet wurden: „Exportseminar für Anfänger“ und „Export Aufbauseminar“.

d) Internationales Marketing
Das Potential von Marketing wird von kleinen und mittelständischen Unternehmen oft nicht ausgeschöpft und oft nur auf Werbung reduziert, wenngleich es gerade im internationalen Geschäft sehr wichtig ist. Analyse, Planung, Durchführung, Koordination und Kontrolle von marktbezogenen Aktivitäten im Ausland bilden die Schwerpunkte im internationalen Marketing. Die Teilnehmer lernen die internationalen Märkte im kulturellen Kontext zu analysieren und zu segmentieren sowie Markt beeinflussende Instrumente (Marketing-Mix) im Rahmen eines Marketingplans auszuarbeiten und einzusetzen.

e) E-Business
Das Internet ist ein wichtiges Instrument und eine herausragende Hilfe bei der Internationalisierung eines Unternehmens. Die Schwerpunkte bilden hier der webbasierte Verkauf, Internet-Marketing und Kommunikationsnetzwerke. Sie sind wichtige Elemente auf dem Weg ins Ausland und ermöglichen den Zugang zu größeren und weit entfernten Märkten bei relativ geringen Investitionskosten.

f) Projekt Management
Zahlreiche Prozesse in KMU treten in Form von Projekten auf. Ein herausragendes Projektmanagement hat sich zu einem Erfolgsfaktor, besonders im Auslandsgeschäft entwickelt. Die Teilnehmer lernen die unterschiedlichen Projektarten, Projektziele, Projektplanungsmodelle sowie Methoden der Projektleitung und der Projektfortschrittskontrolle lernen. Die vermittelten Inhalte, Methoden und Kompetenzen sind abgestimmt auf die Anforderungen die sich sowohl aus internen als auch externen Projekten mit internationalen Hintergrund ergeben.

g) Qualitätsmanagement
Die Qualität von Waren und erbrachten Leistungen ist für das Handwerk sowie KMU einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren auf den internationalen Märkten. Qualitäts-

management führt zur Sicherung der Qualität und somit zu einer hohen Kundenzufriedenheit und Kundenbindung. Vermittelt werden Kenntnisse zu den Systemen, Verfahren und Modellen des Qualitätsmanagements im internationalen Kontext.

Modul 3. Baltic Business **45 Std.**

Inhalte

a) Länderinformationen
Die Grundlage für dieses Untermodul bilden Länderinformationen, die im Rahmen des EU-geförderten Projektes „Chancen für KMU durch die EU-Osterweiterung" vom Hanse-Parlament in Zusammenarbeit mit „Haus-Rissen" erarbeitet wurden. Es liegen Studien vor zu folgenden Ländern: Deutschland, Polen, Litauen, Lettland, Estland, Russland, Belarus, Finnland, Schweden, Norwegen und Dänemark. Sie beinhalten Informationen, Analysen und Prognosen zu:
- Wirtschaft sowie Wirtschafts- und Arbeitsrecht
- Politik und Verwaltung
- Wirtschaftsgeografische und historische Informationen
- Grundwortschatz und Verhandlungstipps.

Die Studien stehen jeweils in Deutsch, Englisch und Polnisch zur Verfügung.

b) Baltic Markets/Law/Taxation
Eine herausragende Kenntnis der ausländischen Märkte sowie deren rechtlicher und steuerliche Systeme gehört zu den Voraussetzungen für eine erfolgreiche Internationalisierung. Die Teilnehmer lernen die Besonderheiten auf den Ostseemärkten kennen und werden mit ausgewählten Aspekten der jeweiligen rechtlichen Systeme vertraut gemacht, u.a.:
- Unternehmensrecht,
- unterschiedliche Formen der Ausübung der Wirtschaftstätigkeit,
- Rahmenbedingungen für ausländische Investitionen,
- Bestimmungen beim Immobilienerwerb, etc.

Im Bereich der steuerlichen Bestimmungen werden u.a. besprochen:
- Körperschaftssteuer,
- Einkommensteuer,
- Umsatzsteuer,
- Lohnsteuer,
- Immobiliensteuer.

In diesem Modul kommt es nicht darauf an, rechtliche und steuerliche Kenntnisse umfassend für alle 11 Ostseeländer zu vermitteln. Ziel ist es vielmehr auf rechtliche und steuerliche Fragen, die mit einer internationalen Tätigkeit in den einzelnen Ländern verbunden sind, aufmerksam zu machen, zu sensibilisieren sowie Vorgehensweisen und Beratungsinstitutionen zu den einzelnen Ländern zu vermitteln.

c) Förder-/Beratungs- und Kooperationsmöglichkeiten
Bei den wesentlichen Problemen und Barrieren der Internationalisierung werden häufig mangelnde Förder- und Beratungsmöglichkeiten genannt. Vorgestellt werden hier Maßnahmen und Instrumente auf regionaler, nationaler sowie EU-Ebene, die zur Förderung der Auslandstätigkeit beitragen sollen (z.B. Exportförderung durch die KfW,

Messeförderung durch die AUMA). Darüber hinaus werden Möglichkeiten für die Anbahnung und Knüpfung von Kontakten mit möglichen Kooperationspartnern vorgestellt (z.B. Baltic Cooperation).

Model 4. Interkulturelles Management/Kommunikation **30 Std.**

Die Internationalisierung bringt für das Handwerk und KMU die Notwendigkeit zur Zusammenarbeit mit ausländischen Partnern und Kunden mit sich. Eine interkulturelle Mitarbeiterschaft kann KMU bei der Erschließung neuer Märkte und Kundenkreise sowie bei der Gestaltung von Kooperationen unterstützen. Gleichwohl ist die Zusammenarbeit mit Ausländern aufgrund von interkulturellen Besonderheiten häufig mit neuen Herausforderungen verbunden. Die Teilnehmer sollen in diesem Modul die Grundlagen interkultureller Kommunikation und Kooperation erfahren (eigene kulturelle Prägungen, kulturelle Unterschiede, Kulturdimension und Betriebsordnung/Betriebskulturen, Arbeit in interkulturellen Teams – innerbetrieblich und überbetrieblich). Darüber hinaus werden interkulturelle Aspekte des Personaleinsatzes vorgestellt (Grundlagen der Migration, Probleme und Chancen der Beschäftigung von Migranten, EU-Regelungen und ihre Auswirkungen auf KMU, Beschäftigung von Migranten planen und vorbereiten). Außerdem werden an praktischen Beispielen Aspekte interkultureller Kommunikation und Kooperation vorgestellt und in Gruppenarbeiten, Rollenspiele und Video-Case-Studies geübt (interkulturelle Interaktionssituationen, interkulturelle Kommunikationsstrategien, interkulturelle Grundregeln des internationalen Business, interkulturelle Führung und Verhandlung). In diesem Modul können Konzepte verwendet werden, die von der Handwerkskammer Hamburg für den Bachelor-Studiengang „Betriebswirtschaft KMU“ erarbeitet wurden.

Modul 5. Fallstudie **16 Std.**

Die Fallstudie ist ein wichtiger, praxisorientierter Bestandteil des Lehrgangs in dem die Teilnehmer mit einem realen Fall eines Unternehmens konfrontiert werden.
Die durchführende Handwerkskammer wählt 1-2 Unternehmer aus, die im Bereich Außenwirtschaft tätig sind und die ihre Erfahrungen an die Teilnehmer weitergeben.
Die jeweils vorgestellten Fälle/Beispiele sollen folgenden Anforderungen entsprechen:
1) Die Beispiele sollen authentisch sein;
2) Die Beispiele sollen nach Möglichkeit branchenspezifisch sein;
3) Die Beispiele sollen so gefasst sein, dass ein Bezug zu dem vermittelten Wissen und den bisherigen Kenntnissen/Erfahrungen hergestellt werden kann.

Im Rahmen der Fallstudie schildert der Unternehmer seine Erfahrungen im Auslandsgeschäft, besprochen werden u.a.:
- Vorbereitung auf das Auslandsgeschäft (Informationsbeschaffung, etc.);
- Auswahl des Ziellandes (Analysen, etc.);
- Entscheidung über die Form der außenwirtschaftlichen Tätigkeit;
- Analyse des Zielmarktes (Wettbewerbssituation);
- Auswahl geeigneter Partner/Vertriebskanäle;
- Finanzierung;
- Erfolge/Misserfolge.

Im Rahmen der Fallstudie sollen die Teilnehmer zur Diskussion ermuntert werden und anhand des vorgestellten Beispiels und der Einflussfaktoren nach Alternativen suchen. Außerdem sollen in kleinen Arbeitsgruppen die Stärken und Schwächen der vorgestellten Beispiele ermittelt werden sowie Strategien zur Chancenerhöhung und Risikominimierung erarbeitet werden.

Modul 6. Auslandspraktikum 200 Std.

Erfahrungswerte und durchgeführte Studien zeigen, dass die Aufnahme einer internationalen Tätigkeit durch KMU in erster Linie über persönliche Verbindungen und Kontakte verläuft. Aus diesem Grunde wurde in den Weiterbildungslehrgang ein Modul „Auslandspraktikum“ integriert, das auch die Erstellung eines Außenwirtschaftskonzeptes beinhaltet. Das Praktikum hat zwar keinen obligatorischen Charakter, aber den Teilnehmern wird dringend geraten, dieses zu absolvieren.
Für Teilnehmer, die aus irgendwelchen Gründen das Praktikum nicht absolvieren können (z.B. Betriebsinhaber, die aufgrund angespannter Geschäftslage ihr Unternehmen nicht verlassen können) wird als Wahlpflicht die Möglichkeit gegeben, anstelle des Praktikums ein umfassendes, praxisorientiertes Außenwirtschaftskonzept für das eigene Unternehmen zu erstellen.

Modul 6.1. Vorbereitung auf das Auslandspraktikum

Vor Aufnahme des Praktikums findet eine intensive, betreute Vorbereitungsphase statt, in der u.a. die vorhandenen Informationen zu dem jeweiligen Land, der Region und der ausgewählten Branche gezielt vertieft werden. Anhand von Checklisten werden organisatorische und inhaltliche Fragen geklärt.

Modul 6.2. Auslandspraktikum

Das Auslandspraktikum findet am Ende des Lehrgangs statt, nach erfolgreicher Beendigung der Module 1-5. Die Dauer richtet sich nach den individuellen Vorkenntnissen und Erfahrungen des Teilnehmers, soll aber mindestens 3 Wochen betragen. Die Praktikumsplätze in ausländischen Betrieben werden von der HWK Schwerin in Zusammenarbeit mit den anderen Mitgliedern des Hanse-Parlamentes vermittelt. Die Vermittlung von Praktikumsplätzen erfolgt für den Teilnehmer kostenfrei und berücksichtigt nach Möglichkeit seine Präferenzen hinsichtlich des Landes, der Branche sowie der Größe des Betriebes.

Im Rahmen des Praktikums lernen die Teilnehmer das ausländische Unternehmen im „training on the job“ kennen und machen sich mit seinen Tätigkeitsbereichen, Arbeitsstrategien, Prozessen sowie Produkten und Dienstleistungen vertraut. Der Auslandsaufenthalt soll aber auch dazu dienen sich mit der anderen Kultur auseinander zu setzen, mit einer fremden Sprache umzugehen und die Fremdsprachenkenntnisse zu verbessern. Darüber hinaus werden durch das Praktikum persönliche, internationale Kontakte zwischen den KMU hergestellt, die in der mittelständischen Wirtschaft entscheidende Voraussetzung zur Aufnahme außenwirtschaftlicher Tätigkeit darstellen. Somit soll eine direkte Zusammenarbeit zwischen den Betrieben ermöglicht und erleichtert werden.

Langfristig soll eine Datenbank, in der die Praktikanten und die Praktikumsbetriebe aufgeführt sind, eingerichtet werden. Ein solches Verzeichnis soll helfen die geknüpften Verbindungen langfristig aufrechtzuerhalten und eine Kontaktanbahnung zwischen kooperationswilligen Unternehmen zu ermöglichen.

Während und nach Beendigung des Praktikums erstellen die Teilnehmer einen praxisorientierten Praktikumsbericht. Dieser soll ein professionelles, fertiges Außenwirtschaftskonzept für das jeweilige Unternehmen beinhalten.

Anforderungen an den Praktikumsbericht/Außenwirtschaftskonzept:
In dem Praktikumsbericht sollen die Beobachtungen, Erfahrungen und Erkenntnisse, die in dem jeweiligen Betrieb und Land gemacht wurden, beschrieben werden. Es soll ein professionelles Konzept für eine von dem Teilnehmer nach Absprache mit dem Unternehmen gewählte internationale Tätigkeit erstellt werden. Ein Konzept (z.B. für den Export eines Produktes/einer Dienstleistung) soll mindestens folgende Inhalte beinhalten:
- Beschreibung der Ausgangslage des Unternehmens
- Beschreibung des Produktes/der Dienstleistung
- Beschreibung und Analyse des Zielmarktes
- Beschreibung und Analyse der Zielgruppe
- Beschreibung und Analyse der Wettbewerbssituation
- Auswahl der geeigneten Form der Auslandstätigkeit
- Beschreibung der möglichen Vertriebskanäle
- Informationen zur konkreten Realisierung/Zeitplan/
- Finanzierungsplan
- Risiken und wie man diese minimieren kann.

Modul 6.3. Internationales Mentoring
Dieses Untermodul dient der individuellen Nachbereitung des Auslandsaufenthaltes und einer gezielten Analyse und Begleitung des Unternehmens im Hinblick auf die Aufnahme einer Auslandstätigkeit oder ihrer Erweiterung. Das Mentoring wird strukturiert und individuell für jedes Unternehmen oder in kleinen Gruppen von erfahrenen Beratern durchgeführt und beinhaltet u.a. folgende Inhalte:
- Stärken/Schwächen Analyse;
- Individuelle Beratung zur Nutzung der Chancen und Risikominimierung;
- Weitergabe von informellem Wissen und Kontakten; Einführung in Netzwerke.

6. Prüfung und Dokumentation

Die Weiterbildungsmaßnahme endet mit einer anerkannten Weiterbildungs-Prüfung der Handwerkskammer Schwerin. Die Teilnehmer erhalten ein Zertifikat „Doing Business International for SME“.

Soweit noch nicht vorhanden, wird für jeden Teilnehmer der EU Qualifizierungspass „Europass“ beantragt und ausgestellt. Darin werden auch alle vorangegangenen Qualifizierungen aufgenommen sowie Inhalte und Ergebnisse der Weiterbildung „Doing Business International for SME“ dokumentiert. Grundlage dazu bilden die Regeln und Verfahren, die vom Hanse-Parlament für den Ostseeraum im Rahmen des Projektes „Baltic Education“ entwickelt wurden.