



xPORT

Das iMOVE-Exportmagazin

Schwerpunktthema:

.....
Das Markterschließungs-
programm im Spiegel der
Bildungswirtschaft

**iMOVE**[®]

TRAINING – MADE IN GERMANY

Ausgabe 2 | Oktober/November 2022

xPORT Inhalt

<i>Editorial</i>	3
Zehn Jahre Türöffner für internationale Märkte von Christian Weigert und Josefine Hintze, GTAI, Geschäftsstelle Markterschließungsprogramm.....	4
„Onlinedating“ mit Folgen von Astrid Friedrich, Handwerkskammer Südhüringen.....	8
„Reibungsloser Ablauf sorgt für gute Stimmung“ Interview mit Marcus Klemt, Lucas-Nülle GmbH.....	10
Business ist keine Safari von Harald Fleischmann, FOSH, im Auftrag von Dr.-Ing. Paul Christiani GmbH & Co. KG.....	12
„Sämtliche MEP-Projekte sind offen für die Bildungswirtschaft“ Interview mit Martina Kollberg, Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK)	14
Tunesien erleben und gleichzeitig Geschäftspotenziale ausloten von Irina Einert und Manja Hübner, Bildungswerk der Sächsischen Wirtschaft gGmbH [bsw].....	17
Foren für den regelmäßigen Austausch Interview mit Dr. Askim Bozkurt, Berufsförderungswerk der Bauindustrie NRW gGmbH.....	19
Ein gut gelaunter Wanderzirkus von Dr. Andreas Kastner, LD DIDACTIC GmbH.....	21
Aus dem iMOVE-Netzwerk	24
Impressum.....	27

Editorial



Liebe Leserin, lieber Leser,

als Fachpartner für Projekte der Aus- und Weiterbildung begleitet iMOVE Angebote im Rahmen des Markterschließungsprogramms [MEP], das vor zehn Jahren vom Bundeswirtschaftsministerium ins Leben gerufen wurde. Die Branche Aus- und Weiterbildung hat sich über die Jahre als ein Schwerpunktbereich des MEP entwickelt. Viele Anbieter aus dem iMOVE-Netzwerk haben die Informationsveranstaltungen sowie Markterkundungs- und Geschäftsanbahnungsreisen bis heute erfolgreich genutzt und berichten darüber in der vorliegenden Ausgabe von xPORT mit dem Schwerpunktthema „Das Markterschließungsprogramm im Spiegel der Bildungswirtschaft“.

Bei allen Autorinnen und Autoren und unseren Interviewpartnerinnen und -partnern bedanken wir uns sehr herzlich. Ihre sehr eindrücklichen Schilderungen bieten einen nützlichen Überblick, wie die konkreten Veranstaltungen im Rahmen des MEP ablaufen, wie die Teilnehmenden vom Programm auf unterschiedliche Weise profitieren und wie Kontakte zu Partnern und Kunden aufgebaut werden können.

In der nächsten Ausgabe von xPORT möchten wir uns gern dem Bildungsexport nach Europa zuwenden. Wie wir in unserer jüngsten Herbstbefragung der Bildungswirtschaft festgestellt haben, steht Europa als Ziel für Bildungsexporte aktuell hoch im Kurs – obwohl ein Krieg auf europäischem Boden geführt wird, Flüchtlingsströme in Nachbarstaaten ankommen und viele Länder unter Energieengpässen leiden.

Dennoch ist Europa für viele Anbieter (wieder?!) ein attraktives Exportziel. Liegt es an zunehmend schwierigen Lieferketten? Erscheint die Situation in anderen Regionen der Welt noch extremer, instabiler und unberechenbarer? Wir würden gern von Ihnen wissen, ob und wie Sie sich geschäftlich in Europa betätigen. Nehmen Sie eine generelle Verschiebung der Märkte und deren [Re-]Europäisierung wahr? Können Sie sich aktuell neue Geschäftsfelder und Kundenkreise in Europa erschließen? Tragen in diesem Zusammenhang gesamteuropäische Maßnahmen der EU-Kommission Früchte?

Wir würden uns freuen, wenn Sie bei unserer Schwerpunktausgabe von xPORT 1/2023 mit dem Titel „... Sieh, das Gute liegt so nah – Bildungsexport nach Europa“ mit einem Artikel oder einem Interviewbeitrag dabei wären. Bitte senden Sie uns Ihren Text bis Ende Dezember 2022 zu. Ihre Ansprechpartnerin ist Silvia Niediek aus unserem iMOVE-Team.

Wir hoffen, dass Sie von den Informationen der vorliegenden xPORT-Ausgabe profitieren können – und möglicherweise auch inspiriert werden, selbst einmal am MEP teilzunehmen. Wie immer freuen wir uns auf Ihre Rückmeldungen.

Für den Austausch und neue Projekte mit Ihren internationalen Geschäftspartnern wünschen wir Ihnen weiterhin viel Erfolg!

Dr. Andreas Werner
[Universidade de São Paulo, Brasilien]
Leiter „iMOVE: Training – Made in Germany“



Schwerpunktthema „Das Markterschließungsprogramm im Spiegel der Bildungswirtschaft“

Zehn Jahre Türöffner für internationale Märkte

Das Markterschließungsprogramm im Überblick – insgesamt 2,5 Mrd. Euro Umsatz in Unternehmen generiert

Christian Weigert und Josefine Hintze

Das Markterschließungsprogramm (MEP) des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) feiert 2022 ein Jubiläum: Seit mittlerweile einem Jahrzehnt unterstützt es Unternehmen bei der Erschließung und Sicherung ausländischer Märkte und Wachstumsfelder.

Die Förderung richtet sich nach der Art der jeweiligen Maßnahme und erfolgt insbesondere durch:

- Vermittlung von fach- und länderbezogenen Informationen und Spezialwissen
- Beratung auf der Grundlage von zielmarktbezogenen Branchenprofilen sowie länderspezifischen Marktinformationen und -analysen
- Identifizierung von und Kontaktabahnung zu potenziellen Geschäftspartnern
- Vorbereitung und Durchführung von Geschäftstreffen in den Zielländern und in Deutschland
- Nachbereitung für die Teilnehmenden

Die Ausrichtung des Programms ist breit angelegt und sowohl branchen- als auch themenoffen. Es kann von allen Firmen der gewerblichen Wirtschaft sowie Angehörigen der freien Berufe und wirtschaftsnahen Dienstleistern genutzt werden. KMU haben dabei Vorrang vor Großunternehmen.

Jedes der rund 150 Projekte pro Jahr ist auf ein Thema fokussiert. Hier spielen wichtige Zukunftsthemen wie Umwelttechnologien, zivile Sicherheit oder die Gesundheitswirtschaft ebenso eine Rolle wie die traditionellen Bereiche, in denen der deutsche Mittelstand führend ist: der Maschinen- und Anlagenbau, die Fahrzeug- und Zuliefererindustrie oder die Chemie- und Elektroindustrie.

Schwerpunktbereiche im MEP
[alle Branchen unter www.ixpos.de/mep]

- Aus- und Weiterbildung
- Exportinitiative Umwelttechnologien
- Exportinitiative Zivile Sicherheitstechnologien und -dienstleistungen
- Exportinitiative Gesundheitswirtschaft
- Maritime Wirtschaft
- Luftfahrtindustrie
- Digitalisierung/Industrie 4.0/ Smart City
- Verkehr/Infrastruktur
- Kreativwirtschaft
- Handwerk
- Start-ups



Christian Weigert
Senior Manager



Josefine Hintze
Manager

GTAI, Geschäftsstelle
Markterschließungsprogramm

www.gtai.de


10 JAHRE MEP
ERFOLGREICHE AUSLANDS-
MARKTERSCHLIESSUNG

Das Programm berücksichtigt Zielmärkte weltweit: Länder und Regionen mit sehr dynamischer Wirtschaftsentwicklung (Asien), Wachstumssegmente in traditionellen Märkten (USA und andere westliche Industrieländer) sowie Zukunfts- und Nischenmärkte (Afrika, Zentralamerika).

Um die Vielzahl relevanter Themen und Zielmärkte zu bearbeiten, kommen bei der Durchführung der verschiedenen Veranstaltungen standardisierte Leistungsangebote zum Einsatz – bedarfsorientiert und flexibel. Die konkrete Programmplanung erfolgt jedes Jahr auf der Grundlage eines Ideenwettbewerbs aus der verfassten Wirtschaft zusammen mit den Akteuren der deutschen Außenwirtschaftsförderung.

Nicht zuletzt wegen des breiten Angebotspektrums ist die Bilanz des MEP nach zehn Jahren Programmdauer positiv, wie die Zahlen beweisen: Rund 16.000 Unternehmen aus Deutschland haben seit der Gründung 2012 an Veranstaltungen des MEP teilgenommen. Mehr als 1.300 dieser Veranstaltungen fanden vor Ort statt, also in einem der 110 Länder, in denen die Teilnehmenden der MEP-Events unterwegs waren. Die potenziellen Geschäftspartner führen pro Jahr circa 10.000 Gespräche – und zwar mit Erfolg: Die Unternehmen konnten nach Berechnungen aus dem Monitoring des Programms bislang Umsätze in Höhe von etwa 2,5 Mrd. Euro generieren, weil sie am MEP teilgenommen hatten.

BEDARFSORIENTIERTE UND FLEXIBLE LEISTUNGSANGEBOTE

Konkret umfasst das Programm mehrtägige Reisen ins jeweilige Zielland. Im Rahmen von Geschäftsanbahnungen präsentieren deutsche Unternehmen ihre Produkte oder Dienstleistungen und führen Gespräche mit potenziellen Geschäftspartnern. Auf Leistungsschauen stellen sie sich bei einem Fachsymposium vor. Während der Markterkundungen sondieren die Teilnehmenden ihre Geschäftschancen und bauen ein Netzwerk mit Ansprechpartnern auf. Außerdem im Angebot sind ganztägige Informationsveranstaltungen in Deutschland

oder mehrstündige Webinare zu einem bestimmten Markt. Darüber hinaus führen Informationsreisen ausländische Einkäufer nach Deutschland.

Die Teilnahme an Informationsveranstaltungen und -reisen ist kostenlos. Für die anderen Events beträgt der Eigenanteil zwischen 500 Euro und 1.000 Euro – je nach Firmengröße – plus Kosten für Reise, Unterkunft und Verpflegung.

DIE BRANCHE AUS- UND WEITERBILDUNG IM MEP

Von Anfang an ist die Aus- und Weiterbildungsbranche im MEP berücksichtigt und vertreten. Durch die zielgerichtete Exportflankierung wird die internationale Wettbewerbsfähigkeit der deutschen beruflichen Bildungswirtschaft gestärkt – vor allem von kleinen und mittelständischen Unternehmen mit Sitz in Deutschland.

Die Auswahl der jeweiligen Zielmärkte und Themenschwerpunkte richtet sich nach dem allgemeinen Marktpotenzial, dem Bedarf der Bildungswirtschaft und den bildungspolitischen Entwicklungen im Zielland. Sofern Erfahrungswerte oder Anknüpfungsmöglichkeiten an vorherige Markterschließungsprojekte vorliegen, werden auch diese berücksichtigt.

Unterbranchen im Bereich Aus- und Weiterbildung des MEP

- Lernmaterialien
- E-Learning
- Lernsoftware
- Lernlaborausstattungen
- Trainingsangebote, Kurse und Ausbildungsprogramme
- Trainingskonzepte und Systeme
- Qualitätsmessung und Zertifizierung
- Beratungsdienstleistungen

Allein von 2018 bis 2022 wurden 46 Projekte im Bereich der Aus- und Weiterbildung durchgeführt, davon:

- 26 Geschäftsanbahnungen
- 11 Informationsveranstaltungen
- 4 Markterkundungen
- 5 Informationsreisen

Verteilt waren die Projekte auf vier Kontinente:

- Afrika: 20 Projekte in 14 Ländern
- Asien: 15 Projekte in 12 Ländern
- Europa: 9 Projekte in 7 Ländern
- Amerika: 2 Projekte in 1 Land

An den 46 Projekten nahmen 341 Unternehmen teil, davon 69 mehrfach; der Spitzenwert liegt bei 16 Teilnahmen eines einzelnen Unternehmens. Insgesamt wurden 524 Projektteilnahmen zwischen 2018 und 2022 gezählt, durchschnittlich elf Unternehmen pro Projekt.

341 Unternehmen (davon 87 Prozent KMU und 32 Prozent Kleinunternehmen) beteiligten sich an einer Bewertung des Programms: Über 85 Prozent urteilten mit „sehr gut“ und „gut“, davon über 45 Prozent mit „sehr gut“.

Das engmaschige Monitoring des Programms bestätigt die Erfolge durch höheren Umsatz, Beschäftigung zusätzlicher Mitarbeitender und zahlreiche qualitative Effekte für die teilnehmenden Unternehmen. So wurden etwa aus den rund 1,1 Mio. Euro Fördermitteln, die von 2018 bis 2022 für die 46 Projekte im Bereich Aus- und Weiterbildung eingesetzt wurden, 13 Mio. Euro Umsatzerlöse erzielt. Als häufigste Wirkungen und Exporterfolge des MEP nennen die Teilnehmenden:

- Informationen aus erster Hand
- Ausbau des Netzwerks
- Markt- und Risikoabschätzungen
- konkrete Kontakte zu Geschäftspartnern
- Gewinnung von Aufträgen und anderen Geschäftsbeziehungen

Weitere Informationen:

Alle aktuellen MEP-Projekte und -Analysen sowie den Veranstaltungskalender listet das Außenwirtschaftsportal iXPOS auf: www.ixpos.de/mep

Suchen Sie internationale Kunden für Ihre Trainingsangebote?



Präsentieren Sie Ihr Unternehmen kostenlos in unserer Anbieter-Datenbank

► www.imove-germany.de



Schwerpunktthema „Das Markterschließungsprogramm im Spiegel der Bildungswirtschaft“

„Onlinedating“ mit Folgen

Eine erfolgreiche digitale Geschäftsanbahnung in Indonesien soll im kommenden Jahr in Präsenz vertieft werden.

Astrid Friedrich

Die Corona-Pandemie hat die internationale Arbeit auf allen Gebieten stark beeinflusst und verändert. Dieses Schicksal blieb natürlich auch der internationalen Berufsbildungszusammenarbeit (iBBZ) nicht erspart.

Die Handwerkskammer Südthüringen arbeitet bereits seit 2010 sehr eng mit Berufsbildungspartnern aus Asien zusammen. Regelmäßig fanden Trainings, Schulungen und Weiterbildungen auf dem Campus der HWK Südthüringen BTZ-Rohr

Kloster statt – eine schöne Tradition, die dem gegenseitigen Erfahrungsaustausch und natürlich auch dem Wissenstransfer im Handwerk diente, aber leider mit dem Ausbruch der Pandemie im Frühjahr 2020 ein abruptes Ende fand.

Glücklicherweise gelang es den meisten Akteuren der iBBZ, sich mit ihren Programmen und Projekten relativ rasch auf digitale Ausweichformate umzustellen. Dies galt auch für das Markterschließungsprogramm des Bundeswirtschaftsministeriums, das iMOVE für die Bildungsbranche seit Jahren als Fachpartner begleitet. Durch den Newsletter von iMOVE wurde ich auf die digitale Geschäftsanbahnung in Indonesien aufmerksam, die die AHK Indonesien vom 22. bis 26. November 2021 veranstaltete.

iMOVE bewarb während der Pandemie verschiedene virtuelle Geschäftsanbahnungsreisen in Kooperation mit internationalen Partnern. Da ich die Stelle der Referatsleiterin Internationales bei der Handwerkskammer Südthüringen genau mit Beginn der Pandemie antrat, musste ich mir umgehend Gedanken machen, wie das Auslandsgeschäft und die internationale Berufsbildungszusammenarbeit meiner Organisation in der pandemischen und nachpandemischen Zeit aussehen sollte. Deshalb analysierte ich die Ausgangslage in den von den Partnern angebotenen virtuellen Geschäftsanbahnungen genaueres und meldete mich zu den für uns interessanten Veranstaltungen an. Dadurch war es mir möglich, kostengünstig und effektiv ein breites internationales Netzwerk an Kooperationspartnern aufzubauen, mit denen wir jetzt postpandemisch die reguläre Berufsbildungszusammenarbeit aufnehmen können.

Die Veranstaltung der AHK Indonesien mit dem Fachpartner iMOVE war für mich ein gutes Beispiel dafür, dass internationale Kontakte durchaus auch erfolgreich online geknüpft werden können. Ich erlebte die digitale Geschäftsanbahnung als ausgesprochen gut organisiert und wirkungsvoll. Zur effektiven Vorbereitung im Vorfeld zählten unter anderem ein ausführlicher Fragebogen sowie ein Gespräch zur Bedarfsanalyse mit Stephan Blocks von der AHK Indonesien. Zudem erhielten die Teilnehmenden die „Zielmarktanalyse Indonesien 2021“, um sich mit den aktuellen Rahmenbedingungen des Landes vertraut zu machen. Eine virtuelle Eingangsveranstaltung dien-

te der vertiefenden Vorstellung der Kultur, der Geschichte und der Wirtschaftsdaten Indonesiens und war gut geeignet, um die Teilnehmenden auf die folgenden Treffen mit indonesischen Partnern vorzubereiten. Die von mir kommunizierten Bedarfe wurden durch die AHK Indonesien passgenau umgesetzt. Ich führte in der Woche, in der ich mich virtuell mit Indonesien bekannt machen durfte, mit sechs Firmen Einzelgespräche, die von einem Mitarbeiter der AHK begleitet und moderiert wurden. Die angesetzte Zeit von jeweils einer Stunde war ausreichend für einen intensiven Austausch. Am Ende der virtuellen Treffen erhielt ich die Kontaktdaten der potenziellen Geschäftspartner.

Besonders positiv fand ich, dass die Gesprächsbegleitung durch einen muttersprachlichen AHK-Mitarbeiter sehr schnell eventuelle kulturelle Gesprächsbarrieren ausräumte und auch half, inhaltliche Missverständnisse zu vermeiden. Ich hatte die Möglichkeit, interessierte Geschäftspartner virtuell kennenzulernen, zunächst mit Skepsis betrachtet, wurde aber im Laufe der Veranstaltung eines Besseren belehrt.

In einem abschließenden Gespräch holte Herr Blocks mein Feedback zur Veranstaltung ein. Im Laufe dieser Evaluation entwickelten wir gemeinsam die Idee zu einer Geschäftsanbahnungsreise in Präsenz, sobald es die pandemische Situation wieder zulässt. Die virtuelle Anbahnung war ein voller Erfolg, aber um sie in belastbare Partnerschaften zu überführen, sind persönliche Treffen weiterhin unabdingbar.

Während meiner digitalen Reise habe ich gute Ideen entwickelt, wie man mit den indonesischen Bildungsanbietern im Rahmen des Berufsbildungsexports kooperieren könnte, und möchte sie mit den indonesischen Partnern Anfang 2023 vor Ort besprechen. Da sich noch weitere Unternehmen aus Südthüringen für den Zielmarkt Indonesien interessieren, planen wir eine gemeinsame Reise mit mehreren Firmenvertreterinnen und -vertretern. Dabei freue ich mich auf die weitere kompetente Unterstützung durch die AHK Indonesien.



Astrid Friedrich
Referatsleiterin Internationales

Handwerkskammer Südthüringen

www.hwk-suedthueringen.de





Schwerpunktthema „Das Markterschließungsprogramm im Spiegel der Bildungswirtschaft“

„Reibungsloser Ablauf sorgt für gute Stimmung“

Interview mit Marcus Klemt, Area Sales Director der Lucas-Nülle GmbH, der vor allem den persönlichen Austausch vor Ort schätzt

iMOVE: Herr Klemt, mit welcher Motivation haben Sie am Markterschließungsprogramm für KMU teilgenommen?

Marcus Klemt: Hochwertige Bildung ist der Schlüssel zu Wohlstand. Die Unternehmen der LN EDUCATION GROUP – Lucas-Nülle GmbH, PHYWE Systeme GmbH und Co. KG und Vocanto GmbH – haben sich nachhaltigen Entwicklungszielen verschrieben und möchten im Bildungsmarkt einen grundlegenden Beitrag zur erfolgreichen Realisierung der globalen Nachhaltigkeitsziele

der Agenda 2030 leisten – ein Thema, das auch in der letzten Ausgabe 01/2022 dieses Magazins adressiert wurde.

Unsere Mission ist es, bei der Schulung, Qualifizierung und Lösung von technischen und naturwissenschaftlichen Bildungsaufgaben und deren zielgerichteter Umsetzung zu helfen und dabei bestmögliche Ergebnisse zu erzielen. Für die Umsetzung sind starke Partner, die richtigen Multiplikatoren und das Erreichen der Zielgruppe notwendig. Unternehmerreisen

sind dabei eine gute Gelegenheit, sowohl neue Geschäftsbeziehungen zu knüpfen als auch bereits bestehende Beziehungen zu festigen.

Das MEP als Plattform bietet in seinen vielfältigen Ausbaustufen (Markterkundungs-, Geschäftsanbahnungs-, Informationsreisen, Leistungsschau und Informationsveranstaltungen) in Präsenz und digital verschiedene Ansatzpunkte, um Chancen zu erkennen und zu nutzen. Die Megatrends und Zukunftsthemen (beispielsweise Digi-

alisierung, Industrie 4.0, erneuerbare Energien) mit wachsendem Geschäftspotenzial stehen dabei im Fokus. Genau hier setzen auch wir in der LN EDUCATION GROUP mit unseren Lernsystemen und -lösungen an.

iMOVE: Sie nannten bereits die verschiedenen Arten der Veranstaltungen im Rahmen des MEP. An welchen Reisen haben Sie teilgenommen?

Marcus Klemt: Ich selbst habe an zwei Reisen teilgenommen: Zagreb [Kroatien] 2019 und Norwegen 2020, letztere aufgrund der COVID-19-Situation online. Kollegen bei Lucas-Nülle haben am Programm in den vergangenen Jahren in anderen Regionen teilgenommen.

iMOVE: Wie unterschieden sich Ihre beiden Reisen?

Marcus Klemt: Der größte Unterschied war die Kontaktmöglichkeit mit den Besucherinnen und Besuchern und die Zeit zur Vertiefung der Gespräche. Die Gesprächspartner, überwiegend Berufsschulen für technische Berufe, wurden im Vorfeld von der lokalen AHK ausgewählt. Bei der digitalen Reise präsentierten die Teilnehmer/-innen ihre Firmen und Produkte bzw. Dienstleistungen im Rahmen eines Online-Seminars. Nach einem digitalen Rundgang durch ein beispielhaftes Labor mit Industrie-4.0-Anlage gab es die Möglichkeit, in virtuellen Meetingräumen Einzelgespräche zu führen. Bei der Präsenzreise nach Kroatien gab es zusätzlich in Pausen und nach den Veranstaltungen die Möglichkeit, sich mit anderen auszutauschen. So konnte man mit potenziellen Partnern und Kunden intensiver über individuelle Themen sprechen.

iMOVE: Hat das digitale Format also nicht Ihren Erwartungen entsprochen?

Marcus Klemt: Doch, auch bei der digitalen „Reise“ sind gute Kontakte entstanden. Und es war bereits im Vorfeld klar, dass es eine neue Form des Austauschs ist. Allerdings ist der direkte, persönliche Kontakt vor Ort weiterhin sehr wichtig, um Beziehungen aufzubauen. Bei Lucas-Nülle bieten wir individuelle Produktzusammenstellungen, unsere modularen Lernsysteme passen sich den spezifischen Bedürfnissen der Kunden an. Da ist es schon gut, wenn man sich persönlich kennt und detailliert

austauschen kann. Bei der Reise nach Zagreb hat jedes Unternehmen am dritten Tag individuelle Einzelgespräche über Schwerpunktthemen geführt, begleitet durch Organisatorinnen und Organisatoren der AHK und Übersetzer/-innen. Diese Termine ermöglichten es, die Kooperationsmöglichkeiten zu konkretisieren und neue Verbindungen zu potenziellen Kunden zu knüpfen.

iMOVE: Wie waren die Reisen außerdem organisiert?

Marcus Klemt: Für die Unternehmerreise nach Kroatien stellten uns die Organisatorinnen und Organisatoren im Vorfeld eine umfassende und themenspezifische Zielmarktanalyse mit relevanten Marktinformationen zur Verfügung. Zusätzlich halfen Informationen zu den politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, ein Überblick über den aktuellen Stand der beruflichen Aus- und Weiterbildung in Kroatien sowie regelmäßige Updates zu den Teilnehmenden, sich auf die Reise vorzubereiten. Diese gute Organisation zog sich durch die gesamte Reise, die mit reibungslosen Abläufen vor Ort mit Sicherheit zur guten Stimmung unter allen Teilnehmenden beitrug. Nach einer Auftaktveranstaltung folgte am zweiten Tag die Möglichkeit, sich vor einem ausgewählten Fachpublikum zu präsentieren und in anschließenden persönlichen Gesprächen individuelle Erstkontakte zu knüpfen. Durch den Austausch mit den anwesenden Mitgliedern des Bildungsministeriums, Institutionsleitungen und Fachlehrkräften wurden Kooperationsmöglichkeiten identifiziert. Diese konnten wir dann in den Einzelgesprächen vertiefen.

iMOVE: Haben die Reisen bei Ihnen zu konkreten nachhaltigen Geschäftsbeziehungen geführt?

Marcus Klemt: Durch die Kontakte, die sowohl in Zagreb als auch im Online-Meeting mit Partnern aus Norwegen entstanden sind, konnten einige konkrete Projekte bearbeitet werden. Diese wurden teilweise bereits umgesetzt, weitere werden sicherlich noch folgen. Bei anderen Teilnehmenden sind ebenfalls die ersten Projekte in der Vorbereitungs- oder Bearbeitungsphase.

iMOVE: Vielen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Silvia Niediek.



Marcus Klemt
Area Sales Director

Lucas-Nülle GmbH

www.lucas-nuelle.de



Business ist keine Safari

Die professionelle Organisation einer Markterkundungsreise nach Botswana weckte das Interesse an einem neuen Bildungsmarkt.

Harald Fleischmann

Das Bildungsunternehmen Christiani gibt es seit 1931. Beständigkeit ist daher sozusagen „in der Firmen-DNA verankert“. Für unsere Kunden, Lieferanten und Partner sind wir der verlässliche Anbieter für die technische Bildung - von Deutschland aus in die ganze Welt.

Zum 100-jährigen Firmenjubiläum in neun Jahren haben wir uns ein klares Ziel gesetzt: unseren Exportanteil auf 50 Prozent des Gesamtumsatzes zu steigern. Gemäß unserem Slogan „#wirbildenvoraus“ möchten wir in Zukunft noch mehr Menschen auf ihrem lebenslangen Bildungsweg begleiten. Diese Strategie umfasst unter anderem einen Markteinstieg im südlichen Afrika, um von dort aus den afrikanischen Kontinent zu erschließen.

Als ich im Rahmen einer Geschäftsanbahnungsreise in Südafrika von meiner Kollegin Nadja Parcsami gefragt wurde, ob ich für eine Markterkundungsreise nach Botswana zur Verfügung stände, waren meine ersten Gedanken:

1. Warum gerade Botswana? Botswana ist doch kein Markt für Christiani.
2. Und wenn Botswana, was können iMOVE bzw. die Reisedurchführer AHP International und Zurcom einem alten Hasen wie mir, der seit über 25 Jahre in Südafrika lebt und Botswana gefühlt schon 30 Mal bereist hat, schon Neues erzählen?
3. Diese Reise wäre Zeit- und Geldverschwendung.

Dennoch habe ich meine Teilnahme zugesagt. Denn ich weiß, wie schwer es ist, ein solides und funktionierendes Geschäftsnetzwerk aufzubauen, vor allem für einen Ausländer. Nachdem es mich ohne professionelle Hilfe mehrere Jahre und viel Mühe

gekostet hat, in Südafrika geschäftlich Fuß zu fassen, wollte ich Christiani diese Erfahrung im Hinblick auf Botswana ersparen.

Die viertägige Reise begann sonntagmittags mit einem Briefing der Teilnehmenden durch den Reisedurchführer AHP International in Kooperation mit Zurcom. Es folgte eine kurze Vorstellung der Reiseteilnehmer mit einem abschließenden gemeinsamen Abendessen. Bereits hier begann sich meine anfängliche Skepsis aufzulösen und ich war mir sicher, dass es eine sehr interessante und vor allem erfolgreiche Reise werden würde - und das, nicht zu vergessen, verbunden mit dem Eintauchen in eine fremde Kultur in einem der schönsten Länder des südlichen Afrikas.

Der Montag startete mit einem German-Botswana Bildungssymposium mit anschließenden B2B-Gesprächen. Vor dem offiziellen Teil des Symposiums fand noch ein Austausch der Reiseteilnehmer mit der deutschen Botschaft statt. In einem sehr erfrischenden, ehrlichen und mit wirtschaftlichen Fakten gespickten Gespräch bekamen wir einen ungeschönten Überblick darüber, wie Botswana funktioniert - oder eben auch nicht.

Im offiziellen Teil der Veranstaltung hatte jeder Teilnehmende die Möglichkeit, in einer kurzen Präsentation seine Firma einem ausgewählten Publikum vorzustellen und anschließend in Einzelgesprächen erste Geschäftskontakte zu knüpfen. Bildungsexpertinnen und -experten aus Botswana stellten die örtliche Bildungslandschaft, laufende und geplante Projekte bzw. Kooperationsmöglichkeiten vor. Kurz zusammengefasst: an einem Tag alle Entscheidungsträger/-innen der zuständigen Ministerien und Institutionen eines Landes in einem Raum zu haben - priceless!

Auf diesem Niveau ging es dann auch in den folgenden drei Tagen mit einem vollgepackten Programm weiter: Besuch der Universität BUAN, der Botswana Open University, des Construction Industry Trust Funds, der Chamber of Mines, der Debswana Mining Company, der Botswana International University of Science and Technology und des Francistown College of Technical & Vocational Education. Jeder der Besuche ermöglichte den Teilnehmenden eine individuelle Firmenpräsentation vor den jeweiligen Entscheidungsträgern mit anschließenden B2B-Gesprächen.

Mein Fazit – und gleichzeitig der Kommentar zu meinen anfänglichen Bedenken:

1. Botswana ist durch seine stabile politische Situation ein Land, das man im Auge behalten sollte, aber auch wegen seiner Nähe zu Südafrika, was die Bearbeitung etwas vereinfacht. Ähnlich wie in anderen afrikanischen Staaten hat die technische Ausbildung in Botswana nicht den Stellenwert, den sie verdient. Die sehr akademisch ausgerichtete Struktur, gepaart mit dem starken Einfluss der Regierung, erklärt den von der deutschen Botschaft angesprochenen etwas schwerfälligen und langwierigen Entscheidungsprozess. Mit einem lokalen Partner ist Botswana aber ein interessantes Land für Christiani.

2. Die Reise zeichnete sich durch eine professionelle Organisation mit einer detaillierten Zielmarktanalyse und weiteren sehr interessanten Vorabinformationen aus. Die besuchten Einrichtungen und Institutionen waren sehr gut und auf der Grundlage des Wissens um die lokalen Gegebenheiten und Zuständigkeiten ausgewählt. Business ist eben doch keine Safari.

3. Verglichen mit meiner kosten- und zeitintensiven Erfahrung beim Markteinstieg in Südafrika waren diese vier Tage definitiv weder Zeit- noch Geldverschwendung.

Zusätzlich zu den vor Ort geknüpften Kontakten in Botswana konnte ich viele sehr aufschlussreiche Gespräche mit den anderen Teilnehmerinnen und Teilnehmern führen. Einige von ihnen hatten schon intensive Erfahrungen mit Projekten und Partnern in Botswana gemacht und haben diese gern und im Detail mit der restlichen Gruppe geteilt.

Vielen Dank an iMOVE, AHP International und Zurcom für einen tollen und lohnenswerten Einblick in einen neuen und für Christiani sehr interessanten Markt.



Harald Fleischmann
Geschäftsführer FOSH

Im Auftrag von
Dr.-Ing. Paul Christiani
GmbH & Co. KG

www.christiani.de
www.christiani-international.com

Christiani

seit 1931

„Sämtliche MEP-Projekte sind offen für die Bildungswirtschaft“

Interview mit Martina Kollberg, Referat VIIB6, „Spezielle Fragen der Fachkräftesicherung Inland, Ausbildungsallianz“, Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK), über Praxis und Perspektiven des Markterschließungsprogramms

iMOVE: Aus welchem Anlass bzw. mit welchen Absichten hat das Bundeswirtschaftsministerium das Markterschließungsprogramm ins Leben gerufen?

Martina Kollberg: Mit dem "Markterschließungsprogramm für KMU" [MEP] unterstützt das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz [BMWK] seit nunmehr zehn Jahren insbesondere kleine und mittlere Unternehmen bei der Erschließung neuer, ausländischer Märkte. Das Programm wurde seinerzeit aufgesetzt, um die Exportförderprogramme des Bundeswirtschaftsministeriums zu bündeln und zu standardisieren. Seither leistet das MEP einen wichtigen Beitrag, damit deutsche Unternehmen erfolgreich im Außenhandel tätig sein können. Die teilnehmenden Unternehmen erhalten durch die Projekte Marktinformationen aus erster Hand, sie können fremde Märkte sondieren, Auslandskontakte knüpfen und potenzielle Geschäftspartner vor Ort treffen.

iMOVE: Wie hat sich das Programm im Laufe der Jahre entwickelt?

Martina Kollberg: Wir feiern dieses Jahr das zehnjährige Jubiläum – ein toller Erfolg! Das Programm ist 2012 als branchen- und länderoffenes Programm gestartet, mit dem das BMWK flexibel und schnell auf aktuelle Entwicklungen reagieren kann. Ursprünglich lag der Fokus auf den traditionellen Industriezweigen Maschinen- und Anlagenbau, Fahrzeug- und Zuliefererindustrie sowie Chemie- und Elektroindustrie. Das

Programm berücksichtigt aber auch Zukunftsbereichen wie Umwelttechnologien, Gesundheitswirtschaft und zivile Sicherheitstechnologien sowie Megatrends mit steigenden Geschäftspotenzialen für kleine und mittlere Unternehmen. Die enge Einbindung der Branchenverbände und anderer Partner der Außenwirtschaftsförderung ermöglicht eine passgenau am Bedarf der Wirtschaft ausgerichtete Projektplanung.

Das BMWK hat 2017 eine Studie zum Thema „Analyse der deutschen Bildungswirtschaft im Zeichen der Digitalisierung – Wirtschaftliche Bedeutung, Potentiale und Handlungsbedarf“ vergeben. Diese Studie zeigt, dass die Bildungswirtschaft die Potenziale internationaler Märkte noch nicht hinlänglich nutzt. Im Nachgang zu dieser Studie hat das BMWK die Beteiligung der Bildungswirtschaft am MEP deutlich ausgeweitet.

Das deutsche duale System der Berufsbildung ist in den vergangenen Jahren weltweit in den Fokus gerückt. Viele Regierungen interessieren sich dafür, wie sie in Orientierung an der deutschen Berufsbildung ihr eigenes Berufsbildungssystem bedarfsorientiert und zukunftssicher weiterentwickeln können. Das bietet gute Geschäftsmöglichkeiten für deutsche Anbieter von Dienstleistungen und Produkten im Bereich Aus- und Weiterbildung. Damit stellt dieser Bereich inzwischen eine der neueren Schwerpunktbranchen des Markterschließungsprogramms dar. Aus gutem Grunde: Berufsbildung ist ein wichtiges Wirtschaftsthema. Der wirtschaftliche Erfolg der Unter-

nehmen steht und fällt mit den richtigen Fachkräften.

iMOVE: Wie sind Ihre Erfahrungen mit dem Fachpartner iMOVE?

Martina Kollberg: iMOVE unterstützt deutsche Anbieter beruflicher Aus- und Weiterbildung mit einem umfangreichen Serviceangebot bei der Erschließung internationaler Märkte. Es bietet sich daher an, hier Synergien zu nutzen und gemeinsam für die Kompetenz der deutschen Bildungswirtschaft im Ausland zu werben. Wir freuen uns daher, mit iMOVE als Programmpartner bereits seit mehreren Jahren erfolgreich zusammenzuarbeiten.

Die Bildungsbranche – unsere gemeinsame Zielgruppe – profitiert dadurch, beispielsweise von ausführlichen Marktstudien, die als erster Einstieg sehr wichtig sind, um den Weg in Auslandsmärkte vorzubereiten. iMOVE begleitet auch viele Informationsveranstaltungen und Geschäftsanbahnungsreisen und bringt sich dabei mit Know-how zum deutschen dualen System und als Netzwerkplattform für den deutschen Berufsbildungsexport ein.

iMOVE: Welche Rollen spielen die verschiedenen Stakeholder, neben iMOVE beispielsweise Auslandshandelskammern [AHKs] und Wirtschaftsverbände, bei der Planung, Organisation und Durchführung der jeweiligen Maßnahmen?

Martina Kollberg: Eine ganz entscheidende! Der Erfolg des MEP hängt wesentlich davon ab, dass wir die Projekte eng am Bedarf der Wirtschaft ausrichten. Daher binden wir unsere Partner frühzeitig in den Planungsprozess ein. Über eine jährliche Abfrage können sie Vorschläge für Projekte einreichen, die anschließend in einem umfangreichen Verfahren unter Einbeziehung der Expertinnen und Experten bei Germany Trade and Invest [GTAI] ausgewählt werden. Viele unserer Partner begleiten die Projekte später als Durchführer oder als Fachpartner und tragen so zum Gelingen der einzelnen Maßnahmen bei.

iMOVE: Was sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten Erfolgsfaktoren des Programms?

Martina Kollberg: Speziell beim Thema Aus- und Weiterbildung sind für uns natürlich geplante Reformen des Berufsbildungssektors, aber auch Förderungen für Investitionen, etwa für den Ausbau und die Ausstattung von Berufsschulen, ein wichtiges Kriterium. Bereitstehende Mittel zur Finanzierung erhöhen die Marktchancen für deutsche Anbieter signifikant!

Darüber hinaus ist eine Unterstützung durch das Programm besonders da erfolgreich, wo über die AHKs bereits Strukturen für Berufsbildungsdienstleistungen aufgebaut wurden und das deutsche Modell eine gewisse Bekanntheit erlangt hat. Es ist hilfreich, einen lokal gut vernetzten Ansprechpartner für das Thema Aus- und Weiterbildung vor Ort zu haben, der beispielsweise bei der oft aufwändigen Beantragung von Fördermit-





Martina Kollberg
Referat VII B6, „Spezielle Fragen
der Fachkräftesicherung Inland,
Ausbildungsallianz“

Bundesministerium für Wirtschaft
und Klimaschutz (BMWK)

www.bmwk.de



teln unterstützen kann. Da Konzeption und Beschaffung im Bereich Bildung in vielen Ländern politische Themen sind, kann eine institutionelle Begleitung durch die AHK hier sinnvoll flankieren und ein wertvoller „Türöffner“ sein. Herzstück der Geschäfts-anbahnungsreisen sind die B2B-Gespräche mit potenziellen Geschäftspartnern. Auch hier leisten die Kolleginnen und Kollegen der AHKs mit ihren guten Kontakten zu den lokalen Entscheidungsträgern und Akteuren vor Ort wertvolle Unterstützung.

iMOVE: Welche Erfahrungen wurden mit virtuellen Reisen gesammelt, die während der Corona-Pandemie durchgeführt werden mussten?

Martina Kollberg: Leider hatten wir ja nun fast zwei Jahre lang Gelegenheit, Erfahrungen mit virtuellen Reisen zu sammeln. Eines vorweg: Solche Reisen können natürlich kein vollwertiger Ersatz für eine „echte“ Reise mit persönlichen Eindrücken und Kontakten sein. Aber virtuelle Formate ermöglichen einen niedrigschwelligen Einstieg. Insbesondere bei Informationsveranstaltungen, die sich an Unternehmen richten, die erstmals in ein bestimmtes Zielland exportieren wollen, stellen sie eine echte Alternative dar. Auch bei Markterkundungsreisen, in deren Verlauf die deutschen Unternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen in einer Informationsveranstaltung einem ausländischen Publikum vorstellen, funktioniert das sehr gut. Diese Formate erfordern auf beiden Seiten nicht viel Zeit und Aufwand und lassen sich leichter in den Arbeitsalltag integrieren als eine einwöchige Auslandsreise. Aus diesem Grund wurden digitale Informationsveranstaltungen als Webinare und digitale Geschäfts-anbahnungsreisen nun standardmäßig als neue Module in das MEP aufgenommen. Für einen konkreten Geschäftsabschluss ist meiner Ansicht nach allerdings das Get-together, der persönliche Austausch unverzichtbar.

iMOVE: Sind Sie insgesamt mit der Entwicklung des MEP zufrieden und wo sehen Sie noch Verbesserungspotenzial? Wie sehen die Zukunftspläne für das MEP aus?

Martina Kollberg: Den Themen Fachkräfte und berufliche Bildung – auch im Ausland – messen wir im BMWK eine große Bedeutung bei. So haben wir insbesondere das Angebot des Markterschließungsprogramms mit dem Schwerpunkt Aus- und Weiterbildung zum aktuellen und erfolgreichen Format weiterentwickelt. Die weitere Verzahnung der verschiedenen Förderprogramme liegt mir dabei besonders am Herzen. Sie ist für das Markterschließungs- und Auslandsmesseprogramm bereits in weiten Teilen gelebte Praxis. Die Verbindung der virtuellen Geschäfts-anbahnung Aus- und Weiterbildung Ghana 2020 mit der Berufsbildungsmesse EducataGhana ist dafür ein gutes Beispiel. Ich würde mir daher wünschen, Unternehmensreisen mit dem Schwerpunkt Aus- und Weiterbildung zukünftig noch stärker mit internationalen Berufsbildungsmessen zu verbinden. Darüber hinaus sollten wir das Thema berufliche Bildung als Querschnittsthema auch bei klassischen Markterschließungsreisen anderer Branchen mitdenken. Sämtliche MEP-Projekte sind auch für Unternehmen der Bildungswirtschaft offen! Projekte geeigneter Themenschwerpunkte, beispielsweise zur Markteinführung innovativer deutscher Technologien etwa aus dem Bereich Klimaschutz, könnten wir so von Beginn an durch entsprechende Angebote der Bildungswirtschaft flankieren. Ich lade alle Unternehmen der Branche daher ganz herzlich ein, sich auf ixpos.de über das Angebot des MEP zu informieren und an einer Reise teilzunehmen!

iMOVE: Vielen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Silvia Niediek.



Schwerpunktthema „Das Markterschließungsprogramm im Spiegel der Bildungswirtschaft“

Tunesien erleben und gleichzeitig Geschäftspotenziale ausloten

Eine Geschäftsanbahnungsreise nach Tunesien veranschaulichte die Bedarfe des örtlichen Bildungsmarktes

Irina Einert und Manja Hübner

Die zunehmende Globalisierung der Wirtschaft eröffnet neue Märkte – eine Chance auch für sächsische Unternehmen, in deren Auftrag wir, das Bildungswerk der Sächsischen Wirtschaft (bsw), seit 1992 international unterwegs sind. Neben Ländern der Europäischen Union spielen dabei auch Schwellen- und Entwicklungsländer eine

immer wichtigere Rolle. Nordafrika stand bisher noch nicht im Fokus unserer Projekt- und Kooperationsarbeit, weshalb wir im Juni 2022 die Geschäftsanbahnungsreise zum Thema Aus- und Weiterbildung nach Tunesien als Möglichkeit nutzten, um Marktinformationen zu gewinnen und erste Geschäftskontakte zu knüpfen.

Gleich am ersten Tag hatten wir im Rahmen einer Netzwerkveranstaltung die Möglichkeit, vor mehr als 70 tunesischen Gästen unsere Bildungsleistungen und Angebote wie zum Beispiel unseren internationalen Sommercampus für Berufsschüler/-innen, die Lehrkräfteweiterbildung und auch unsere Lehrgänge zum [digitalen] Schwei-



Irina Einert
Leiterin der Management Akademie
Sachsen International im bsw



Manja Hübner
Projektleiterin der Management
Akademie Sachsen International im bsw

Bildungswerk der Sächsischen
Wirtschaft gGmbH (bsw)

www.bsw-mas.de



ßen zu präsentieren. Sehr aufschlussreich war für uns der Beitrag eines Vertreters der Direction Générale de l'Innovation & de Développement Technologique des Industrieministeriums, der den tunesischen Entwicklungsplan 2023–2025 für die Berufsbildung vorstellte. Dass das tunesische Ausbildungssystem in den nächsten Jahren auch finanziell stärker gefördert werden soll, hören wir als Dienstleister für Aus- und Weiterbildung natürlich gern. Auch die Fokussierung auf den Ausbau der Partnerschaften zwischen Berufsbildungseinrichtungen und Unternehmen begrüßen wir als Bildungswerk der Wirtschaft sehr.

Unterschiedliche Zuständigkeiten

Noch am gleichen Nachmittag wurde unsere Delegation im Ministerium für Beschäftigung und Berufliche Bildung empfangen, wo die Bedarfe Tunesiens deutlich wurden. Bedarfsanalysen in der Berufsbildung, die Evaluation von Kompetenzen sowie die Ausbildung der Ausbilder sind Themen, die uns vertraut sind, hat das bsw doch dazu bereits erfolgreich Projekte u. a. in Kasachstan, in China und jüngst in Usbekistan durchgeführt. Vorgestellt wurde außerdem eine Reihe zuständiger Stellen – von Behörden, über weitere Ministerien, wo ebenfalls branchenspezifische Teilbereiche der Berufsbildung angesiedelt sind, bis hin zu staatlichen und privaten Bildungseinrichtungen sowie Instituten. Diese Vielzahl an Zuständigkeiten vermittelte uns den Eindruck, dass in puncto Strukturierung der Berufsbildung durchaus noch Entwicklungspotenzial bestehen könnte.

Auf unserer Agenda standen auch Besuche von Berufsbildungszentren verschiedener Fachrichtungen. Vor allem das von der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH initiierte überbetriebliche Ausbildungszentrum in Bizerte war ein sehr transparentes Beispiel dafür, was mit guter internationaler Projektarbeit erreicht werden kann. Heute werden dort Textilfachkräfte für die in Tunis und Umgebung produzierenden Unternehmen pilothaft ausgebildet.

Die Besuche bei Unternehmen in Monastir, Sousse und Teboulba nutzten wir, um uns ein Bild von den Bedarfen der Betriebe zu machen. Weiterbildung und Qualifizierung für Mitarbeiter/-innen kam dabei stets an erster Stelle. Dieser Eindruck verstärkte sich auch bei anschließenden individuellen Treffen mit Unternehmen. Besonders hoch erschien uns dieser Bedarf in der Textilindustrie, bei der Kfz-Zulieferer-Industrie sowie im Hotel- und Gaststättengewerbe.

Nächste Schritte sind angebahnt

Insgesamt wurde uns deutlich, dass der tunesische Bildungsmarkt vielversprechend ist und es einen hohen Bedarf an beruflicher Bildung gibt. Kooperationspotenziale sehen wir vor allem im Bereich der Ausbildung von Ausbildern sowie dem Erwerb didaktischer und technischer Kenntnisse beim Lehrpersonal. Auch auf das Thema Berufsorientierung lohnt sich ein näherer Blick.

„Tunesien, wie es lebt und lebt“ konnten wir am Ende unserer Reise noch einmal ungewollt hautnah erleben. Aufgrund eines Generalsstreiks des Transportsektors verspätete sich unsere Heimreise um 24 Stunden. Wir nutzten die Gelegenheit, um Land und Leute noch ein wenig besser zu verstehen und kennenzulernen. Wir freuen uns schon jetzt auf die angebahnten nächsten Schritte der Bildungszusammenarbeit mit Partnern aus Tunesien.

Wir danken der Deutsch-Tunesischen Industrie- und Handelskammer (AHK Tunis), allen voran Souad Mami und Kira Kromrey, für die tolle Durchführung und Unterstützung vor Ort! Auch an Martina Ziebell von MENA Business geht ein herzlicher Dank für die Organisation im Vorfeld.



Schwerpunktthema „Das Markterschließungsprogramm im Spiegel der Bildungswirtschaft“

Foren für den regelmäßigen Austausch

Interview mit Dr. Askim Bozkurt, Bereichsleiterin Projekte des Berufsförderungswerks der Bauindustrie NRW gGmbH, die Maßnahmen zur Verstärkung internationaler Geschäftskontakte vorschlägt

iMOVE: Frau Dr. Bozkurt, konnten Sie von Ihrer Teilnahme am MEP profitieren und wenn ja, wie?

Dr. Askim Bozkurt: In den letzten fünf Jahren haben wir innerhalb des BFW NRW

gGmbH unser Engagement zur Internationalisierung in der bauindustriellen Berufsbildung durch die Teilnahme am Markterschließungsprogramm verstärkt. Iran, Oman, Ghana, Dubai und zuletzt Südafrika und Namibia waren unsere Reiseziele.

Eine besondere Geschäftsmöglichkeit ergab sich durch die Geschäftsanhängerreise nach Ghana im Juli 2019, bei der wir als Berufsbildungsanbieter die damalige Bundesbildungsministerin Anja Karliczek begleiten konnten. Zwei Jahre später und



Dr. Askim Bozkurt
Bereichsleiterin Projekte

Berufsförderungswerk der
Bauindustrie NRW gGmbH

www.bauindustrie-nrw.de

BAUINDUSTRIE
Nordrhein-Westfalen

mit Unterstützung eines externen Beraters erhielt das BFW NRW eine erfolgreiche Projektgenehmigung für ein PartnerAfrika-Projekt der Entwicklungsorganisation sequa gGmbH, das durch das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung gefördert wird. Das PartnerAfrika-Projekt wird im Rahmen der Sonderinitiative Ausbildung und Beschäftigung durch uns, das Accra Technical Training Centre und das National Vocational Training Institute von Oktober 2021 bis September 2024 durchgeführt.

Das Hauptziel des Projektes besteht darin, eine wirtschaftsnahe Aus- und Weiterbildung im ghanaischen Bausektor zu fördern und damit den Mittelstand zu stärken, Arbeitsplätze im Bausektor zu fördern und die Beschäftigungsfähigkeit der lokalen Fachkräfte zu erhöhen. Dabei hat das Projekt in der Region Greater Accra pilothaft seinen Ausgang genommen und soll im weiteren Projektverlauf auf weitere Regionen wie Ashanti und Central Province ausgedehnt werden. Die Projektaktivitäten fokussieren auch auf die Qualifizierung und die Beschäftigungsförderung von Frauen, die bislang nur ca. 2,5 Prozent der Beschäftigten im Bausektor ausmachen.

iMOVE: Ergaben sich durch das Markterschließungsprogramm weitere Geschäftschancen für Sie?

Dr. Askim Bozkurt: In jeder Geschäftsanhaltungsreise ergaben sich neue Geschäftskontakte - auch unter den Mitreisenden, die als Projekt- und/oder Geschäftspartner gemeinsam in den anvisierten Zielregionen Ideen entwickelten und umsetzten. So bahnte sich beispielsweise in Südafrika eine Zusammenarbeit mit der dortigen AHK und dem örtlichen Schwesterzentrum des BFW NRW, Bau Bildung Sachsen, an.

iMOVE: Wie war die Atmosphäre unter den Teilnehmenden?

Dr. Askim Bozkurt: Die Stimmung unter den Mitreisenden war generell beherrscht von der Hoffnung auf eine relativ schnelle Vernetzung und Umsetzung einer Zusammenarbeit mit internationalen Partnern. Gleichzeitig waren wir uns alle aber auch

der Tatsache bewusst, dass die Zeitspanne von einer Geschäftsanhaltung bis zur Geschäftsabwicklung mindestens zwei bis fünf Jahre beträgt.

iMOVE: Haben Sie Verbesserungsvorschläge für die Ausgestaltung des Programms?

Dr. Askim Bozkurt: Den Schwerpunkt der Geschäftsanhaltungsreisen bildete die gegenseitige Kontaktaufnahme der Interessentinnen und Interessenten aus den jeweiligen Ländern. Alle weiteren Schritte wurden den potenziellen Partnerinnen und Partnern selbst überlassen. Um zu einer nachhaltigeren Kontaktaufnahme und Kontaktpflege beizutragen, wäre eine politische Begleitung bei allen Reisen wünschenswert. Außerdem sollten Geschäftsanhaltungen unabhängig von politischen Lagebildern ermöglicht und gefördert werden. Ein fester Bestandteil der Reisen sollte zudem die Information über finanzielle Fördermöglichkeiten darstellen und Unterstützung, um sie zu erlangen.

Im Sinne einer nachhaltigen Kontaktpflege sollte außerdem der ständige Austausch, beispielsweise einmal pro Jahr, ermöglicht werden. Einige europäische Berater/-innen in den europäischen Fördermittelgeber-Institutionen heben die Bedeutung der Dissemination und Pilotierung der auf EU-Ebene entwickelten Ergebnisse auch auf internationaler Ebene hervor. Dies könnte beispielsweise durch Mobilitätsprogramme der EU erfolgen.

Das BFW NRW beteiligt sich an der Conference on Project Development. Diese Organisation verfolgt das Ziel, für die Aus- und Weiterbildung in der Bauindustrie inhaltlich und finanziell nachhaltigere Strukturen auf internationaler Ebene aufzubauen und internationale Projekte zu entwickeln. Regelmäßige Foren bieten Gelegenheit für den Austausch und die Entwicklung von innovativen Ideen, langfristige Partnerschaftschwerpunkte und -kooperationen werden erleichtert, Fördermittelgeber werden zur Beratung hinzugezogen. Dieses europäische Partnerschaftsformat wäre sicherlich auch für andere Branchen interessant.

iMOVE: Vielen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Silvia Niediek.

Ein gut gelaunter Wanderzirkus

Um die wesentlichen Reiseziele zu erreichen, sind eine umfassende Reiseorganisation, gut vorbereitete Teilnehmende und die nachträgliche Kontaktpflege entscheidend.

Dr. Andreas Kastner

Trotz der vielen digitalen Möglichkeiten, in Kontakt zu bleiben, haben die beiden COVID-Jahre 2020 und 2021 Geschäftskontakte nachhaltig gestört. Einige Geschäftspartner sind ganz vom Markt verschwunden, weil sie sich in der Zeit des Online-Lernens vom Lehrmittel-Markt abgewandt und in neue Bereiche orientiert haben.

So ist es eine der wichtigsten Aufgaben im Jahr 2022, Netzwerke wieder aufzubauen, und nach wie vor sind persönliche Kontakte die beste (in machen Kulturen sogar die einzige) Methode, um dies zu realisieren. Daher hat es uns sehr gefreut, dass in diesem Jahr die wiedererlangten Reismöglichkeiten genutzt wurden, um besonders viele Veranstaltungen im Rahmen des Markterschließungsprogramms [MEP] vor Ort durchzuführen. An den meisten haben wir teilgenommen.

Mit der Teilnahme verbinden sich in der Regel drei wesentliche Ziele:

1. Kenntnisse über die Bildungssysteme vor Ort und die entsprechenden Lösungsbedarfe erlangen. Dazu müssen Fragen beantwortet werden wie: Welche Themen sollen bearbeitet werden? Welche Lernniveaus gilt es einzuhalten? Wie groß ist die Nachfrage nach digitalen Formaten? Wie groß ist die Notwendigkeit der Lehrerfortbildung?

2. Netzwerken mit den lokalen Stakeholdern wie Ministerien und Verbänden zur Berufsbildung. Hierbei geht es nicht nur darum, die unter 1. genannten Themen zu besprechen, sondern auch darum, Informationen über neue Möglichkeiten weiterzugeben und zu neuen Bildungswegen und -methoden anzuregen.

3. Neue Geschäftspartner finden. Falls wir in dem betreffenden Land nicht bereits einen Geschäftspartner haben, gehört dies zu den wichtigsten Zielen.

DIE MISCHUNG MACHT'S

Pauschal lassen sich die Markterkundungs- und Geschäftsanbahnungsreisen nicht bewerten. Die Qualität ist einerseits stark abhängig von der jeweiligen Organisation der Reise, andererseits von der Art und Zusammensetzung der Teilnehmenden. Die deutschen Teilnehmenden waren 2022 bei verschiedenen Reisen häufig dieselben. Ursache dafür ist, dass bisher alle Reisen in diesem Jahr, an denen wir teilgenommen haben, nach Afrika gingen und die teilnehmenden Firmen und Institutionen natürlich meistens die gleichen Gebietsverantwortlichen geschickt haben. So kommt es häufig zu einem frohen Wiedersehen. Man kennt sich und die Atmosphäre hat manchmal etwas von einem gut gelaunten Wanderzirkus.

Wenn die Mischung stimmt, kann die Zusammenstellung der Teilnehmenden eine beeindruckende Darstellung der deutschen

Bildungswirtschaft sein. Deshalb ist es schade, wenn seitens des besuchten Landes manchmal nicht die richtigen Partner dabei sind oder wenn diese nicht richtig vorbereitet sind.

So kommt es gelegentlich zu (kurzfristigen) Änderungen bei den lokalen Kontakten und statt der erwarteten hochrangigen Vertreter/-innen aus dem Bildungsministerium kommen nur die stellvertretenden Sekretäre oder Sekretärinnen des Hausmeisters des Bildungsministeriums – überspitzt formuliert. Umgekehrt: Wenn der Hauptverantwortliche für die berufliche Bildung mit seinem Team teilnimmt, darf er auch erstklassige Vorträge erwarten und nicht den Foliensatz aus dem (vor)letzten Jahr, bei dem man schnell den Titel angepasst hat (was auch schon vorgekommen sein soll).

DIE „REISE-NACHSORGE“ IST WICHTIG

Wie sehen nun die Ergebnisse der diesjährigen Reisen aus? Zu Punkt 1 [Kenntnisse über die Bildungssysteme] gab es immer etwas zu lernen (falls vorhanden, sind hier auch die hervorragenden Marktstudien zu ausgewählten Ländern von iMOVE sehr nützlich). Zu den Punkten 2 und 3 [Netzwerken mit lokalen Stakeholdern und Auffinden neuer Geschäftspartner] ist es ein wenig wie ein Glücksspiel: Passen die aktuellen lokalen Bedürfnisse zu der Lösung, die man mitbringt, oder besser zu einer von den anderen teilnehmenden Firmen oder Institutionen?



*Dr. Andreas Kastner
Sales Director Export*

LD DIDACTIC GmbH

www.ld-didactic.de



So gab es für uns bei einer Reise direkt einen „Treffer“, indem wir einen langgesuchten Partner zum Vertrieb unserer Lösungen für die Automobiltechnik, speziell Elektromobilität, in einem Land gefunden haben. Außerdem konnten wir in einem anderen Fall mit unserer Lösung zur digitalen Organisation von Berufsschulen Interesse bei einem Ministerium wecken.

Natürlich verdient man nicht gleich am ersten Tag nach der Reise Geld, sondern es liegt noch ein weiter Weg vor einem, be-

vor aus einer ersten Idee ein tragfähiges Geschäft wird, durch das die Bildung innerhalb des Landes nachhaltig verbessert werden kann. Die besondere Herausforderung nach einer Reise liegt dann darin, trotz der Rückkehr in den Arbeitsalltag (der natürlich noch durch die Arbeit, die sich während der Reise angestaut hat, „bereichert“ wird), die neuen Kontakte zu pflegen und die Ideen zu Konzepten auszubauen.

Das ist Kernarbeit der teilnehmenden Firmen. Allerdings gab es in einem Fall auch



eine sehr nützliche Unterstützung: Die Organisationsleitung der betreffenden Reise unterstützte im Nachgang von sich aus bei der Nachverfolgung der Kontakte. Ein Service, der Schule machen sollte!

WISSENSGEWINN IST STETS GEWÄHRLEISTET

Sind nun Reisen im Rahmen des MEP zu empfehlen? Die Antwort ist ein klares „Es kommt darauf an“. In Ländern, in denen

wir bereits über ein gutes lokales Netzwerk verfügen, sehen wir nur einen geringen Bedarf für unsere Teilnahme. Für Länder, in denen wir aber nur schlechte oder gar keine lokalen Kontakte haben, sind die MEP-Reisen für uns das erste Mittel der Wahl. Selbst mit einer guten Vorbereitung kann man die hohe Anzahl an Kontakten sowohl bei Entscheidern als auch bei lokalen Partnern, die eine MEP-Reise bietet, nur schwer erreichen.

Gleichwohl brachten nicht alle Reisen ein Ergebnis. Manchmal passten lokale Bedarfe und unsere Lösungen nicht zusammen. Dies ändert aber nichts daran, dass unter dem Strich der Wissensgewinn aus allen und Kontakte aus einzelnen Reisen für uns so erfolgreich waren, dass wir auch zukünftig an weiteren Reisen des Programms teilnehmen werden.

neuen Future Lab. Die tschechischen Gäste wurden zu verschiedenen Themen der 2019 beschlossenen Nationalen Weiterbildungsstrategie informiert und zeigten großes Interesse an den Maßnahmen zu deren Umsetzung. Carina Adam vom ÜBZO präsentierte die Aufgaben eines überbetrieblichen Bildungszentrums und erklärte die Zusammenarbeit zwischen der Agentur und den Bildungsträgern. Abgerundet wurde die Veranstaltung durch einen Rundgang durch die Ausbildungswerkstätten.

Westermann entwickelt Moodle-Kurse für Nordrhein-Westfalen

Das Ministerium für Schule und Bildung des Landes Nordrhein-Westfalen hat den Bildungsmedienanbieter Westermann nach einer europaweiten Ausschreibung beauftragt, für alle Schulformen und -stufen digitale Unterrichtskurse zu erstellen. Westermann ist in diesem wichtigen Ausschreibungsprojekt exklusiver Partner für digitale Bildungsmedien.

Die insgesamt 26 Unterrichtskurse werden von Westermann mit der Software Moodle direkt für das nordrhein-westfälische Lernportal *LOGINEO NRW LMS* entwickelt und den Schulen darüber zur Verfügung gestellt. Der Auftrag umfasst digitale Unterrichtseinheiten für allgemeinbildende Schulen in den Fächern Deutsch, Mathematik, Englisch und Informatik. Für die berufliche Bildung werden berufsübergreifende Inhalte bereitgestellt. Jeder Kurs wird ein lehr- bzw. bildungsplanbasiertes Unterrichtsthema abdecken. Westermann stellt die Module für das Ministerium für Schule und Bildung bereit und unterstützt

mit Webinaren, Tutorials und weiteren Serviceangeboten Lehrkräfte beim Onboarding und bei der Nutzung.

ZWH erhielt Comenius-EduMedia-Siegel

Am 23. Juni 2022 wurden die Web-based Trainings [WBTs] der ZWH zur Meistervorbereitung auf den Teil IV mit dem „Comenius-EduMedia-Award“ 2022 in Berlin ausgezeichnet. Diese Auszeichnung wird seit 1995 europaweit von der Gesellschaft für Pädagogik, Information und Medien e. V. [GPI] für pädagogisch, inhaltlich und gestalterisch herausragende Bildungsmedien verliehen.

Die ZWH erhielt das „Comenius-EduMedia-Siegel“ in der Kategorie „Didaktische Multi-Mediaprodukte [DMP]“. Die Begutachtung und Zertifizierung fand durch das Institut für Bildung und Medien der GPI und durch die Gutachter/-innen der GPI-Jury statt.



**Finden Sie frische
Informationen und
Kontakte für Ihren
Bildungsexport!**

www.imove-germany.de



IMPRESSUM

xPORT – Das iMOVE-Exportmagazin

7. Jahrgang, Heft 2/2022, Oktober/November 2022
Redaktionsschluss: 31.08.2022

Herausgeber

Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB)
Arbeitsbereich iMOVE: Training – Made in Germany
Robert-Schuman-Platz 3, 53175 Bonn

Redaktion

Silvia Niediek [verantw.]
Telefon: (0228) 1 07 - 17 02
E-Mail: niediek@imove-germany.de
Internet: www.imove-germany.de

Gestaltung

Andrea Wendeler

Copyright

Auszug/Nachdruck bei Nennung der Quelle gestattet.

Manuskripte gelten erst nach Bestätigung der Redaktion als angenommen. Beiträge, die nicht von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des BIBB stammen, stellen nicht unbedingt die Meinung des Herausgebers dar. Unverlangt eingesandte Rezensionsexemplare werden nicht zurückgesandt.

ISSN 2367-2145

Erscheinungsweise zweimal jährlich

Bildnachweise

Jonathan Erasmus/istockphoto.com, Cover,
Anke Köller/iMOVE, S. 3;
VladTeodor/istockphoto.com, S. 2;
skynesher/istockphoto.com, S. 4/5;
fizkes/istockphoto.com, S.8;
nd3000/istockphoto.com, S. 10;
graphixel/istockphoto.com, S. 12/13
123ArtistImages/istockphoto.com, S. 15;
antikainen/istockphoto.com, S. 17
Vasyl Dolmatov/istockphoto.com, S. 19
KarepaStock/istockphoto.com, S. 22/23

Druck

Barbara Budrich Verlag
Gedruckt auf 100 % Recyclingpapier mit dem Blauen Engel

Bitte bestellen Sie iMOVE-Publikationen unter:
info@imove-germany.de



 **iMOVE**[®]

TRAINING – MADE IN GERMANY

www.imove-germany.de

EINE INITIATIVE VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

bibb Bundesinstitut für
Berufsbildung