



xPORT

Das iMOVE-Exportmagazin

Bildungsmarkt Iran
.....

Bildung 4.0
.....

Zertifizierung
.....

Internationale Kommunikation

15
Jahre  iMOVE



xPORT Inhalt

Editorial3

Bildung 4.0

„Künftig wird es keine festen
Lösungswege mehr geben.“.....4

Nachgelegt7

Bildungsmarkt Iran

„Berge begegnen sich nicht,
aber Menschen“8

Das [Berufs-]Bildungssystem
in Iran18

Volkswirtschaft auf
Wachstumskurs20

Kurz und bündig25

Internationale Kommunikation

Webpräsenz auf Chinesisch26

Zertifizierung

Mehr Wert?.....32

Impressum35

Editorial

Liebe Leserin, lieber Leser,

dass die Menschen in Iran gern mit Deutschen zusammenarbeiten, ist unübersehbar. Sie sind vor allem deshalb so beliebt, weil sie gut mit dem Klima und der Infrastruktur zurechtkommen. Überall in Iran verlässt man sich darauf, dass sie Hitze, Staub und schlechten Straßen trotzen, vielfach seit Jahrzehnten. Selbst hoch be- (und oft über-)laden verrichten sie zuverlässig ihren Dienst – pausbäckig und mit einem breiten Lächeln.

Die Rede ist von Mercedes-Lkw, speziell den legendären Rundhaubern aus den 1960er-Jahren, die bis heute in Iran (und weltweit nur noch dort) vom Band laufen. Das soll sich allerdings bald ändern, wenn es nach dem Willen von Daimler-Vorstand Wolfgang Bernhard geht, Chef von Daimlers Lkw-Sparte. Neue Modelle sollen jetzt zügig nachrücken. Für die Mercedes-Lkw steht Daimler in abschließenden Verhandlungen mit der Iran Khodro Industrial Group. Mit deren Tochter, dem Nutzfahrzeughersteller Iran Khodro Diesel, [IKD] hat Daimler bereits mehr als 50 Jahre zusammengearbeitet.

Laut Bernhard will das Unternehmen stufenweise von anfänglichen Komplettlieferungen auf vor Ort produzierte Teile umsteigen – von Motoren über Getriebe und Achsen bis hin zu kompletten Lkw. Diese Entwicklung entspricht dem Wunsch der Mehrzahl aller iranischen Geschäftspartner, die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer vor Ort in Produktion und Verwaltung einzubinden. Diesem Wunsch muss sich nicht nur Daimler stellen, sondern alle Unternehmen, die Marktanteile in Iran gewinnen wollen.

Der damit verbundene Qualifizierungsbedarf ist enorm – und betrifft eine äußerst aufnahmebereite Zielgruppe. In ihrem Buch *Der Iran: Die verschleierte Hochkultur* schreibt die Journalistin Andrea Claudia Hoffmann: „Die iranische Jugend ist wie ein schlafender Tiger, der die Zukunft des Gottesstaates demnächst in die eigene Hand nehmen wird. Schon jetzt besitzen die Jugendlichen ein ungeheures ... Potenzial, das vor allem in ihrer großen Zahl begründet ist. Immerhin stellen die Menschen unter dreißig Jahren, also diejenigen, die nach der Revolution geboren wurden, mehr als zwei Drittel der Gesamtbevölkerung. [...] Die 15 Millionen Schüler und über drei Millionen Studenten Irans haben nicht mehr viel mit der revolutionären Generation von einst gemein.“

Mit unserer Berichterstattung über Iran, die den Schwerpunkt der aktuellen Ausgabe von xPORT bildet, laden wir Sie ein, sich diesen Bildungsmarkt mit seinen vielen jungen Menschen einmal näher anzusehen. Mehrere Bildungsanbieter aus dem iMOVE-Netzwerk steuern ihre Erfahrungen mit Partnern aus Iran bei. Sie berichten von zahlreichen Herausforderungen, aber gleichzeitig einem großen Entwicklungspotenzial, für das sich der Einsatz lohnt – auch um an frühere Erfolge anzuknüpfen.

Dazu passt übrigens auch der Name, den Gottlieb Daimler 1896 seinem ersten motorisierten Lkw gab: „Phönix“.



Ulrich Meinecke
Leiter „iMOVE: Training – Made in Germany“



„Künftig wird es keine festen Lösungswege mehr geben.“

Dr. Theodor Niehaus, Vorstand der Festo Didactic SE, beschreibt, wie Menschen in einer vollintegrierten Lernfabrik systematisch auf das Arbeiten in dynamischen und komplexen Industrieumgebungen vorbereitet werden können.

iMOVE: Herr Dr. Niehaus, welche neuen Kompetenzen brauchen Fachkräfte in der Industrie 4.0?

Dr. Theodor Niehaus: Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der Industrie werden in Zukunft an ihrem Arbeitsplatz mit zwei Phänomenen konfrontiert sein, die es in dieser massiven Ausprägung in der Vergangenheit nicht gab: einer überwältigenden Datenflut und einer hochkomplexen Vernetzung von Anlagen- und Unternehmensbereichen. Nur wer die Struktur digitaler, voll-automatisierter Produktionstechnologien durchschaut, kann auch für ihren reibungslosen Betrieb sorgen. Damit darüber hinaus das volle Potenzial der Anlagen für ihre ständige Optimierung ausgeschöpft werden kann, müssen vertiefte Kenntnisse über den Aufbau und die Programmierung von digitalen Netzwerken hinzutreten. Kenntnisse in den Bereichen Elektronik und Mechanik müssen ganz selbstverständlich flankiert werden durch Wissen über IT und virtuelle Realität.

Im digitalen Zeitalter gibt es keine festen Lösungswege mehr. Stattdessen müssen in den Unternehmen auch die technischen Fachkräfte immer öfter Entscheidungen von großer Tragweite selbstständig treffen. Dabei werden sie von Assistenz- und Wissensdiensten unterstützt.

Welche konkreten Kompetenzen die einzelnen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erwerben, muss sich aus der Unternehmensstrategie ihrer jeweiligen Arbeitgeber ableiten. Unsere neue Lernfabrik ist eine sehr offene und flexible Lösung, die den Auf- und Ausbau unterschiedlicher Qualifikationen ermöglicht und den Lernenden auf allen Ebenen einbindet.

iMOVE: Was zeichnet die neue Lernfabrik aus? Inwieweit unterscheidet sie sich von anderen Lernangeboten des Unternehmens Festo Didactic?

Dr. Theodor Niehaus: Wir bieten Qualifizierungslösungen auf drei verschiedenen Stufen an: von Grundlagenpaketen über Module für einzelne industrielle Prozesse bis zur vollintegrierten Lernfabrik, wo die Lernenden alle Aspekte einer automatisierten Arbeitsumgebung live und didaktisch aufbereitet erleben können.

Dr. Theodor Niehaus,
Vorstand Festo Didactic SE



Das Ineinandergreifen von Produktionsvorgängen läuft normalerweise im Hintergrund, quasi unsichtbar ab. In unserer Lernfabrik haben wir das Unsichtbare sichtbar gemacht. Das nimmt den Lernenden die Angst im Umgang mit Anlagenprogrammierung und Datenmanagement, vor allem beim Testen von Software-Lösungen. Das Lernen an realen Produktionsanlagen ist im Vergleich dazu teuer und gefährlich.

„Industrie 4.0‘ ist eine Reise, an deren Anfang wir stehen.“

iMOVE: Für welche Lernenden ist die Lernfabrik geeignet?

Dr. Theodor Niehaus: Im integrierten Ausbildungskonzept von Festo bildet die Lernfabrik inzwischen eine feste Lernstation für fortgeschrittene Auszubildende. Aber auch für Anfänger eignet sie sich, um ihnen einen Überblick über all die Möglichkeiten zu eröffnen, die „Industrie 4.0“ bietet. Im Rahmen der Lernfabrik werden darüber hinaus Fach- und Führungskräfte in sogenannten „One-Point Lessons“ kurz-zyklisch und prozessnah von internen oder externen Expertinnen und Experten qualifiziert. Dabei geht es um aktuelle Anforderungen in den Bereichen Mechatronik, Logistik und Prozessoptimierung sowie um organisations- und menschenbezogene Trainings wie interdisziplinäres Handeln, Lernfähigkeit und Wandlungsfähigkeit.

In Zukunft wird mehr kreative Problemlösungskompetenz neben den fachlichen „Skills“ gebraucht. Die Lernfabrik kann nicht nur dazu beitragen, den theoretischen Hintergrund zu vertiefen, sondern auch, praxisorientierte Umsetzungsmöglichkeiten zu entwickeln. Ein lernfördernder Leistungsanreiz besteht beispielsweise darin, Fehler in die Prozesse einzubauen und einen Wettbewerb zu veranstalten, wer den Fehler am schnellsten findet.

iMOVE: Die integrierte Lernfabrik hat Festo nicht nur im eigenen Werk in Ostfildern realisiert, sondern exportiert Konzept und Gerät auch in alle Welt. Wer sind Ihre internationalen Kunden?

Dr. Theodor Niehaus: „Industrie 4.0“ ist eine Reise, an deren Anfang wir stehen und die wir in Deutschland aktiv mitgestalten. Hier und auch bei den entsprechenden Bildungskonzepten sind wir Pionier. Das internationale Interesse an unseren Angeboten ist gewaltig. Davon zeugen die vielen ausländischen Delegationen, die uns besuchen. Sogar die birmanische Politikerin und Friedensnobelpreisträgerin Aung San Suu Kyi war schon bei uns, weil sie möchte, dass ihr Land den Anschluss an die Industrie der Zukunft nicht verpasst. Wir sind aktuell im Dialog mit staatlichen Partnern aus Myanmar, die sich für die Ausstattung eines Trainingszentrums interessieren.

Die Kunden der Lernfabrik kommen vor allem aus Ländern, die ihre Produktion ausbauen wollen, wie Großbritannien und die USA, oder aus Regionen, die ihre Produktion auf einem hohen Niveau stabilisieren wollen. Dazu zählen Südostasien und China.

Die Lernfabrik kommt in Unternehmen, Universitäten und technischen Schulen beziehungsweise Berufsschulen zum Einsatz. Unsere industriellen Kunden kommen ganz überwiegend aus der Automobilindustrie. Audi hat beispielsweise ein Lernzentrum bei Festo Didactic gekauft, um Mitarbeiter im mexikanischen Werk Puebla fit für den Bau des neuen Q5 zu machen. Zu unseren Kunden im akademischen Bereich zählen die Universität Aalborg in Dänemark und ein College im chinesischen Hangzhou.

Das Interview führte Silvia Niediek.

Nachgelegt

Integral

Die digitale Transformation gibt die Herausforderungen vor, denen sich Unternehmen weltweit stellen müssen. Immer mehr setzen auf digitales Lernen als integralen Bestandteil betrieblicher Weiterbildung, um ihre Belegschaft darauf vorzubereiten. Das ist das Ergebnis einer neuen europäischen Benchmark-Studie, die das europäische Marktforschungsinstitut Fefaur für die Haufe Akademie und CrossKnowledge durchgeführt hat. An der Studie nahmen 114 Verantwortliche aus der Personalentwicklung sowie für Aus- und Weiterbildung aus den 1.000 größten Unternehmen Europas teil.

Kompakt

Mit dem Frankfurt Mini MBA legt die Frankfurt School of Finance & Management, Mitglied im iMOVE-Netzwerk, ein kompaktes Executive-Education-Programm auf, mit dem Fach- und zukünftige Führungskräfte von überall auf der Welt ihr Management-Know-how entwickeln sowie ihr Wissen zu zentralen Strategiethemata wie Innovation, Marketing oder Operations ausbauen können. Die Frankfurt School setzt dabei auf Blended Learning: Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer absolvieren ein Präsenz-Modul auf dem Campus in Frankfurt am Main. Alle weiteren Module sind online-basiert und werden flexibel im Selbststudium durchlaufen.

Repräsentiert

Der Didacta Verband errichtet in enger Kooperation mit dem Verein Bündnis für Bildung (BfB) eine Repräsentanz in Berlin. Die Geschäftsführung dieser Repräsentanz hat am 15. August Martin Hüppe übernommen. Seine Arbeitsschwerpunkte werden im Bereich der digitalen Bildung liegen. Im Zuge dieser Erweiterung hat der Vorstand Reinhard Koslitz zum Hauptgeschäftsführer des Didacta Verbandes ernannt. Die Aufgaben und Kompetenzen des langjährigen Geschäftsführers bleiben unverändert. Er wird auch in Zukunft die Geschäftsstelle des Didacta Verbandes und der Didacta GmbH in Darmstadt leiten.

Ausgezeichnet

Die deutschen E-Learning-Anbieter Ghostthinker GmbH und Speexx wurden mit dem International-E-Learning-Award ausgezeichnet. Die Preise im Rahmen des Awards werden jährlich vergeben und wurden diesmal anlässlich der „International Conference on E-Learning in the Workplace“ ICELW im Juni in New York verliehen. Die Ghostthinker GmbH aus Hamburg erhielt den Preis als Sieger in der Kategorie „Blended Learning“ für ihren edubreak®Sportcampus, eine Online-Lernumgebung für die kompetenzorientierte Aus- und Weiterbildung im Sport. Das Unternehmen Speexx aus München erhielt in der Kategorie „Blended Learning“ die Würdigung „Runner-up“. Speexx ist langjähriges Mitglied im iMOVE-Netzwerk.

Schlecht versorgt

Eine repräsentative Studie der Bertelsmann Stiftung zeigt, dass der Einsatz digitaler Lernmedien zur Steigerung der Attraktivität und Qualität der Ausbildung oft an unzureichendem WLAN und an didaktischen Konzepten scheitert. Dem „Monitor Digitale Bildung“ zufolge erkennen viele Rektorinnen und Direktoren der Berufsschulen sowie Ausbildungsleiter/-innen in den Betrieben im Einsatz digitaler Lernhilfen weniger eine strategische Herausforderung als vielmehr einen Imagefaktor. 53 Prozent der Lehrkräfte und 43 Prozent der Ausbilder/-innen vermissen Orientierungshilfen im Angebot digitaler Lernhilfen, 60 Prozent beider Gruppen klagen über Zeitmangel und fehlende Anrechnung des Mehraufwands. Fast ebenso viele Lehrkräfte bemängeln zu hohe Kosten für Lehrinhalte sowie Anschaffung und Wartung von Geräten. Laut Studie haben überhaupt nur 38 Prozent aller Berufsschulen eine gute WLAN-Versorgung, während 40 Prozent überhaupt kein WLAN haben. Damit stehen die 1,34 Millionen Auszubildenden in Deutschland der digitalen Welt sehr viel offener gegenüber als ihre Lehrer/-innen und Ausbilder/-innen. Berufsschüler/-innen setzen digitale Medien beim Lernen zu Hause wesentlich häufiger ein als im Unterricht oder im Betrieb.

Expansiv

Der Online-Bildungsanbieter Udacity expandiert international und ist jetzt auch im deutschsprachigen Markt vertreten. Dabei wird die Lern- und Weiterbildungsplattform von der Bertelsmann Education Group unterstützt. Die Bildungssparte von Bertelsmann steht dem Unternehmen unter anderem mit Marktexpertise, Online-Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen sowie Kontakten zur Entwicklung strategischer Partnerschaften zur Seite. Udacity entwickelt gemeinsam mit Technologieunternehmen Online-Weiterbildungskurse. Durch den Erwerb fachspezifischer Zertifikate („Nanodegrees“) können sich Studierende auf Berufe im Technologiesektor vorbereiten. Aktuell ist das Unternehmen in Nordamerika, Asien und Europa aktiv. Zuletzt startete der Dienst sein Angebot in China, auch hier unterstützt von Bertelsmann. Laut Kay Krafft, CEO der Bertelsmann Education Group, haben beide Unternehmen das gemeinsame Ziel, „den hohen Bedarf an qualifizierten IT-Fachkräften für die Industrie 4.0 abzudecken – und dies kostengünstig sowie auf fachlich höchstem Niveau“.

Gemeinschaftlich

„Eine Bildungs-Cloud für alle“ fordert Prof. Dr. Christoph Meinel, Direktor des Potsdamer Hasso-Plattner-Instituts. Als Jurymitglied des Wettbewerbs „ausgezeichnete Orte im Land der Ideen“ prämiiert er 2016 gemeinsam mit der Initiative „Deutschland – Land der Ideen“ und der Deutschen Bank Projekte, die den Mehrwert von gemeinschaftlichem Handeln für die Gesellschaft aufzeigen. Er plädiert auch dafür, dass neue digitale Bildungsangebote den sozialen Faktor stärker in den Mittelpunkt stellen sollen, um so gemeinsames und damit besseres Lernen zu stärken.



„Berge begegnen sich nicht, aber Menschen“

... lautet ein iranisches Sprichwort. Der Zeitpunkt für Kennenlernen und Austausch ist so günstig wie lange nicht in der deutsch-iranischen Zusammenarbeit. Auch die wirtschaftliche Kooperation nimmt neu Fahrt auf. Projektvorhaben mit Bildungskomponente haben Vorteile im Wettbewerb.

Silvia Niediek

Nach der Atom-Einigung zwischen dem Westen und Iran, unterzeichnet im Juli 2015 in Wien, wurde zum 16. Januar dieses Jahres ein Teil der zuvor verhängten Sanktionen ausgesetzt. Voraussetzung dafür war eine Richtlinie, mit der sich Iran, die fünf ständigen Mitglieder des UN-Sicherheitsrates plus Deutschland und die Europäische Union über den Um- und Rückbau der iranischen Atomanlagen geeinigt haben, der Joint Comprehensive Plan of Action (JCPOA). Er sieht auch vor, dass bei erneuten Sanktionen bereits geschlossene Verträge erfüllt werden dürfen.

Deutsche Firmen sowie Bund und Länder prüfen vermehrt Kooperationsmöglichkeiten mit der iranischen Seite. Dabei hängt die Wettbewerbsfähigkeit deutscher Angebote auch davon ab, nicht nur isolierte Produkte anzubieten, sondern auch darauf abgestimmte Dienstleistungen – integrierte Problemlösungen aus einer Hand. Hybride Leistungsbündel aus Sachgütern und Dienstleistungen führen zu neuen Wertschöpfungsformen und damit neuen Marktchancen.

Einen deutlichen Mehrwert erkennen potenzielle iranische Kunden nicht nur in Qualität, Zuverlässigkeit und Innovationsgrad deutscher Produkte sowie einem umfassenden Serviceangebot. Sie erwarten zunehmend auch Aus- und Weiterbildungskomponenten als Teile deutscher Projektangebote. Ein frühzeitiges gemeinsames Vorgehen deutscher Industrieunternehmen mit deutschen Bildungsanbietern für den Eintritt in den iranischen Markt birgt daher große Win-win-Potenziale für alle Beteiligten.

Bildungsreform auf den Weg gebracht

Bildung hat in Iran einen hohen Stellenwert. Die Alphabetisierungsrate liegt bei 98 Prozent. Der Abschluss der höheren Schule, vergleichbar dem Abitur, ist für Jugendliche in den Städten selbstverständlich, ebenso die anschließende Hochschulausbildung. Vor allem technische und medizinische Fakultäten genießen in Iran ein hohes Ansehen. Mit etwas mehr als 240.000 Absolventinnen und Absolventen in den Studiengängen Ingenieurwissenschaften, Produktion und Bauwesen liegt Iran nach Russland und USA im internationalen Vergleich auf dem dritten Platz.



Dr. Helge Körner,
DrKoernerConsult

„Bauen Sie
Netzwerke auf!“

„Im Jahr 2008 haben wir erste Iran-Erfahrungen sammeln können. In der Stadt Bam haben wir weibliche Lehrkräfte an einer Berufsfachschule für Mädchen zu aktuellen Unterrichtsmethoden geschult. An einer zentralen Ausbildungsstätte in Karadsch konnten wir Leitungspersonal der beruflichen Bildung auf dem Gebiet der Curriculum-Revision qualifizieren. Außerdem haben wir Master-Trainer weitergebildet und auch im Berufsalltag gecoacht. In derartigen Trainingsmaßnahmen würden wir uns gern auch zukünftig engagieren.“

Da nach wie vor Handelshemmnisse bestehen, ist die Lieferung von Trainingstechnik gegenwärtig noch nicht unbeschränkt möglich, was die notwendige Modernisierung der Lernumgebungen in Iran erschwert. Ein deutscher Lehrmittelproduzent durfte eine umfangreiche Versuchsanordnung nicht nach Iran exportieren, weil die enthaltenen 0,2 Gramm reines Nickel als zu gefährlich eingestuft wurden. Auch die Verschlechterung der Staatseinnahmen durch den niedrigen Ölpreis und die Unzuverlässigkeit der Kommunikationsmittel vor Ort bereiten Schwierigkeiten beim Markteintritt.

Von der Bundesregierung wünschen wir uns Vereinbarungen zur Berufsbildungs-Kooperation mit allen iranischen Ministerien, die sich auf dem Gebiet der Aus- und Weiterbildung engagieren, und das sind – für die jeweiligen Branchen – fast alle. Unseren Kolleginnen und Kollegen empfehlen wir: Engagieren Sie sich in der Berufsausbildung, auch wenn es immer noch widrige Umstände gibt. Bauen Sie Netzwerke auf!“

Allerdings liegt die offizielle Arbeitslosenrate bei elf Prozent, wobei vorrangig die jüngeren Arbeitnehmer/-innen und Akademiker/-innen betroffen sind. Verschärft wird die Situation, weil die Erwerbsbevölkerung in Iran jährlich um geschätzte 0,6 Millionen ansteigt. Nach der letzten Erhebung im Jahr 2014 sind fast ein Viertel der Iraner/-innen jünger als 14 Jahre, jede/-r Fünfte ist zwischen 15 und 24 Jahre, 60 Prozent sind unter 35.

Nur sehr selten arbeiten Absolventinnen und Absolventen später in dem Beruf, der ihrem Studienabschluss entspricht. Ein Großteil der als erwerbstätig klassifizierten Personen ist unterbeschäftigt. Spezialistinnen und Spezialisten, wie sie die Industrie heute benötigt, sind in Iran äußerst selten.

Für Unternehmen ist es nicht einfach, passende Fachleute zu finden. Gerade Executive-Positionen in der Industrie, etwa für Produktion, Marketing, Finanzen und Controlling können nur schwer mit Iranerinnen und Iranern besetzt werden. Bei vielen auch einschlägig eingesetzten Fachkräften fehlt Administrationskompetenz.

Wegen der langen Abschirmung fehlen den Arbeitnehmerinnen/Arbeitnehmern auch Kenntnisse, die allgemein für die Umsetzung moderner Betriebsabläufe und speziell für die internationale Zusammenarbeit notwendig sind. Nur im IT-Bereich arbeiten iranische Expertinnen und Experten auf Weltniveau.

Die interne Aus- und Weiterbildung ist für Unternehmen, die iranische Mitarbeiter/-innen einstellen wollen, daher ein Muss. Die Deutsch-Iranische Industrie- und Handelskammer schätzt den Bedarf der deutschen Unternehmen in Iran an berufsnaher Ausbildung als sehr groß ein. Die hohe Anzahl von Akademikerinnen und Akademikern geht vor allem einher mit einem Mangel an praxisnaher Qualifizierung. Diesem branchenübergreifenden Problem widmen sich die Unternehmen bislang allerdings weitgehend individuell. Daher ist das Abwerben von gut ausgebildeten Angestellten in Iran derzeit eine gängige Praxis.

Laut Amir Radfar, Iran-Experte bei DrKoernerConsult, zeigen sich große Diskrepanzen im bestehenden Berufsbildungssystem zwischen den Ausbildungsstandards, den durchgeführten Kursen und den Bedarfen des Arbeitsmarktes. Die zentralen Herausforderungen sind:

- Fehlen eines zentralen politischen Entscheidungsträgers und Koordinators für Berufsbildung auf nationaler Ebene
- Fehlende Kenntnisse der qualitativen und quantitativen Bedarfe des Marktes
- Fehlende Berufsberatung in den weiterführenden Schulen
- Fehlende Beteiligung der Privatwirtschaft an der Berufsbildung
- Überalterte Lehrpläne
- Fehlende Ausbildungsprogramme für weibliche Teilnehmer in den ländlichen Gebieten
- Fehlen eines einheitlichen Qualitätssicherungssystems
- Mangel an qualifiziertem Ausbildungspersonal
- Veraltete Trainingseinrichtungen und Ausbildungsmaterialien



Bernd Kütscher,
Akademie Deutsches
Bäckerhandwerk
Weinheim:

„Manchmal sollte man „Fünfe gerade sein lassen.“

„Die Menschen in Iran essen gern Brot, und zwar nicht nur die traditionellen Fladenbrote. Gerade die jüngere Generation wünscht sich volumenreiche, lockere Brote, wie wir sie in Deutschland kennen. Weil diese den traditionellen Bäckern oft unbekannt sind, entsteht ein Schulungsbedarf.

Auf der Internationalen Bäckereiausstellung iba wurde der iranische Bäckerverband auf die Akademie Deutsches Bäckerhandwerk Weinheim aufmerksam und schon seit 2007 besuchen regelmäßig Gruppen von iranischen Bäckerei-Unternehmen unsere Bildungseinrichtung, bisher 135 Personen. Wir bieten eine Kombination aus Demonstration und ‚Hands-on‘-Training, denn gerade in der Backstube ist es wichtig, die Beschaffenheit der unterschiedlichen Teige und die handwerklichen Techniken zu ‚begreifen‘.

Leider kommt es bei der Ausreise der iranischen Teilnehmer/-innen nach Deutschland immer wieder zu Visaproblemen. Dabei hat in all den Jahren noch keiner unserer ausländischen Seminarbesucher den Aufenthalt in Deutschland genutzt, um sich abzusetzen. Oft reisen mehrere Mitglieder einer angemeldeten Teilnehmergruppe nicht an, weil sie kein Visum erhalten haben. Manche von ihnen erfahren dies erst kurz vor dem Abflug, was unsere Planungen entsprechend anspruchsvoll gestaltet. Leerstände im Gästehaus und Einnahmeausfälle sind die Folge, weil wir oft bis zuletzt nicht wissen, wer anreist und wer nicht.

Grundsätzlich sind unsere Erfahrungen mit mit Teilnehmerinnen und Teilnehmern aus Iran gut. Ihre Werte und Einstellungen sind für uns teilweise ungewohnt. So besteht ein erhöhter Kommunikationsbedarf. Intensive und zuweilen kontroverse Diskussionen der Teilnehmer untereinander sind keine Seltenheit. Bei Unterrichtszeiten und -inhalten gilt es, flexibel zu bleiben. Manchmal möchte eine Gruppe kurzfristig etwas ganz anderes sehen und lernen als das, was von langer Hand mit der iranischen Organisation vereinbart und eingeplant war. Besonders in solchen Fällen ist es hilfreich, wenn der Ausbilder auch mal ‚Fünfe gerade sein lassen‘ kann.“



Da überrascht es nicht, dass das iranische Berufsbildungssystem gegenwärtig – nach mehreren Reformen in den letzten Jahren – erneut auf dem Prüfstand steht. Diverse Reformansätze wurden durch das Parlament ausgearbeitet und im März 2016 dem „Wächterrat“ unterbreitet, dessen Zustimmung noch aussteht. Die wichtigsten Verbesserungsvorschläge:

- Einrichtung eines neuen nationalen „TVET Center“, das als politischer Entscheidungsträger für die gesamte Verwaltung des iranischen Berufsbildungssystems zuständig ist
- Einrichtung einer neuen Abteilung für Qualifizierung und Zertifizierung in der Berufsbildung auf nationaler Ebene, die dem TVET Center unterstellt ist
- Einbeziehung aller wichtigen Akteure der Berufsbildung
- Neue Qualifizierungsstufen







Rüdiger Focks,
Carl Duisberg Centren
(CDC):

„Informationen in persischer Sprache sind ein echter Wettbewerbsvorteil.“

„Seit fast drei Jahrzehnten pflegen wir enge und vielfältige Berufsbildungs-Kooperationen mit Iran. Dabei konzentrieren wir uns auf Lehrgänge zur technisch-gewerblichen Berufsausbildung und auf Management-Training für Gruppen von Fach- und Führungskräften. Internationales Projektmanagement und Personalmanagement sind bei der iranischen Kundschaft aktuell besonders gefragt.“

Wir arbeiten in Iran mit zahlreichen Unternehmen, Institutionen und nachgeordneten Organisationen der Ministerien zusammen. Zu unseren wichtigsten Partnern vor Ort zählen die Technical and Vocational Training Organization (TVTO), die Organization for Investment, Economic and Technical Assistance of Iran (OIETAI), das Technology Transfer Institute (TTI) sowie verschiedene Verbände. Für die TVTO haben wir beispielsweise die Neuorganisation von 14 technisch-gewerblichen Ausbildungsberufen umgesetzt, während wir für das TTI Schweißfachleute weitergebildet haben.


Seitdem die Sanktionen teilweise aufgehoben wurden, haben wir wieder eine eigene Repräsentanz in Teheran. Dort informiert unser Vertreter Interessenten in persischer Sprache. Obwohl viele Menschen in Iran sehr gut Englisch sprechen und verstehen, genießen wir damit einen echten Wettbewerbsvorteil.

Iranerinnen und Iraner sind sehr anspruchsvolle Bildungskunden aus einer ambitionierten Lernkultur. Es gilt, immer den persönlichen Kontakt zu suchen, gut zuzuhören und die Erwartungen in passende Bildungsprodukte zu übersetzen. Je nach Kundenwunsch bieten wir unsere maßgeschneiderten Bildungsmaßnahmen in Iran oder in Deutschland an und integrieren in die Trainings hierzulande Besuche bei deutschen Unternehmen. Dabei berücksichtigen wir grundsätzlich die ausgeprägte Hierarchieorientierung in der iranischen Geschäftskultur. Hocharrangige Vertreter iranischer Unternehmen bringen wir dabei mit Geschäftsführern der deutschen Unternehmen zusammen, um einen Austausch auf der gleichen Ebene zu ermöglichen.“



Checkliste: Wichtig für die Geschäftsanhahnung in Iran

- ✓ Kennenlernen der gesellschaftlichen Strukturen und Gepflogenheiten
- ✓ Fachlich versierte Übersetzer/-innen, die vor allem auf den jeweils betroffenen technischen Gebieten bewandert sind
- ✓ Kompetente, vertrauenswürdige und vor Ort vernetzte Mittelsleute
- ✓ Gespräche mit Vertreterinnen und Vertretern von Ministerien, die für Wirtschaftssektoren zuständig sind, in denen Bildungsmaßnahmen angeboten werden können
- ✓ Gelegenheiten zur Beteiligung an Leistungsschauen für die sehr Messe-affinen Iraner/-innen nutzen
- ✓ Möglichkeiten zur Ausstellung international gültiger Zertifikate erwägen
- ✓ Vom Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA) prüfen lassen, ob Lehr- und Lernmittel von der gültigen Iran-Embargoverordnung betroffen sind (www.bafa.de)
- ✓ Prüfen, ob gegen Unternehmen und Personen, mit denen eine Zusammenarbeit geplant ist, Finanzsanktionen verhängt wurden (www.finanz-sanktionsliste.de)



Impulse für die deutsch-iranische Berufsbildungskooperation – eine kurze Chronik der aktuellen Entwicklungen

03.05.
2016

In Vertretung des erkrankten Bundeswirtschaftsministers Sigmar Gabriel leitete der Parlamentarische Staatssekretär Uwe Beckmeyer Anfang Mai 2016 ein **Deutsch-Iranisches Wirtschaftsforum** in Teheran. Er reiste in Begleitung von Repräsentantinnen und Repräsentanten aus über 100 deutschen Firmen. Aus Teilnehmerkreisen verlautete, dass Aufträge und Verträge in Millionenhöhe unterzeichnet wurden, unter anderem in den Bereichen Gas, Maschinenbau, Stahl und Gesundheit. Sowohl Beckmeyer als auch der Vorstandsvorsitzende des Nah- und Mittelost-Vereins [NUMOV] Burkhard Dahmen und der Vorsitzende der Nordafrika Mittelost Initiative der Deutschen Wirtschaft [NMI] Professor Dr. Siegfried Russwurm betonten die Bedeutung der Berufsbildung für die weitere Entwicklung des Landes.

16.11.
2015

„Iran-Horizonte: Chancen für die Zukunft“ heißt ein neues Hospitationsprogramm, das die Wirtschaftsbeziehungen und den interkulturellen Austausch mit Iran fördern soll. Getragen wird die Gemeinschaftsinitiative vom Auswärtigen Amt, dem Goethe-Institut, dem Deutschen Industrie- und Handelskammertag und dem Bundesverband der Deutschen Industrie mit Unterstützung der Deutsch-Iranischen Industrie- und Handelskammer. Im Rahmen des Projekts nahmen erstmals im Frühjahr 2016 deutsche Unternehmer insgesamt acht Wochen lang jeweils eine junge und hochmotivierte Fachkraft auf. Sie verfügt in der Regel über erste einschlägige Berufserfahrung und fortgeschrittene Deutschkenntnisse. Die Teilnehmenden aus Iran lernten so deutsche Unternehmensstrukturen kennen und bekamen einen Einblick in wirtschaftliche Entscheidungsprozesse. Die Unternehmen konnten Kontakte zu künftigen iranischen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern knüpfen. Am 24. Oktober ging das Programm in die zweite Runde.

Im Zuge des Forums in Teheran moderierte iMOVE-Leiter Ulrich Meinecke gemeinsam mit Farzad Goudarzi von Festo Didactic am 3. Mai einen **Bildungs-Workshop** mit dem Schwerpunkt berufliche Bildung. Im Vorfeld hatte iMOVE um die Beteiligung deutscher Bildungsanbieter geworben, von denen sechs an der Veranstaltung teilnahmen. Ihre Ansprechpartner auf iranischer Seite waren Ali Mousavi, Vizepräsident Bildung der Technical Vocational Training Organization [TVTO], und Frazaneh Akvan von Business Training Center [BTC]. Die TVTO ist dem Ministerium für Kooperation, Arbeit und Soziales angeschlossen und betreibt 703 eigene Ausbildungsstätten. Außerdem hat sie die Aufsicht über 12.500 private kleinere Einrichtungen. Die 37 Zentren von BTC sind über das gesamte Land verteilt und unterstehen dem Ministerium für Wirtschaft, Minen und Handel. Sowohl Mousavi als auch Akvan unterstrichen ausdrücklich ihr Interesse an einer intensiven Zusammenarbeit mit deutschen Berufsbildungspartnern.



12.05.
.....
2016

Am 12. Mai besuchte eine dreiköpfige **Delegation der iranischen University of Applied Science and Technology (UAST)** das BIBB. Ziel der Gespräche war die Erkundung möglicher Kooperationen, vor allem auf dem Gebiet der Curriculaentwicklung und der Ausbildung von Lehrkräften. Die 1992 gegründete Hochschule ist mit einer halben Million Studierenden die größte öffentliche Universität des Landes. Sie hat ihren Hauptsitz in Teheran und mehr als 1.000 Zweigstellen im Land, die größtenteils anderen (sowohl öffentlichen als auch privaten) Organisationen und Unternehmen angehören, aber unter der Aufsicht der UAST arbeiten. Der Hochschule obliegt damit die Aufsicht über Teile der privaten und staatlichen Aus- und Weiterbildung in Iran.

29.05.
.....
2016

Ende Mai 2016 unternahm trAIDe eine **Markterschließungsreise nach Iran**. Sie richtete sich an Teilnehmer/-innen, die Produkte und Dienstleistungen für die Industrie 4.0 und andere relevante Industriezweige anbieten, aber auch an entsprechende Bildungsunternehmen und Ausstatter. Auf der Grundlage der Kooperation von iMOVE und trAIDe nahmen an der Reise drei Repräsentanten von Bildungsunternehmen teil. Sie hatten unter anderem Gelegenheit zu einem Gespräch mit Vertretern des Tehran Institute of Technology, einer Einrichtung der höheren beruflichen Bildung. Die Bildungsanbieter nutzten die Chance, nicht nur iranische, sondern auch potenzielle deutsche Geschäftspartner aus der Industrie kennenzulernen. Eine weitere Reise von trAIDe zur Geschäftsanbahnung im Bereich Medizintechnik führt vom 3. bis 7. Dezember 2016 nach Iran.

11.07.
.....
2016

In den Räumlichkeiten des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) in Bonn trafen sich am 11. Juli 2016 auf Einladung von iMOVE Iran-interessierte Bildungsanbieter im Rahmen eines **iMOVE-Specials Iran** zum Erfahrungsaustausch und zur Vorbereitung einer für August geplanten Factfinding-Tour des BMBF. Die Anbieter haben Maßnahmen zu Trainingsausstattung, Curriculaentwicklung, Online-Training, Lehrkräfte-Ausbildung und zur Realisierung von Ausbildungszentren im Gepäck. Damit unterstützen sie Branchen wie das Bauhandwerk, Wasserver- und Abwasserentsorgung, Werkzeugmaschinen, Personalmanagement, Pflege sowie Hotellerie und Gastronomie.

Von den anwesenden elf Bildungsanbietern konnten sieben über zurückliegende Erfahrungen im Iran-Geschäft berichten. Diese waren bis zum Beginn der Sanktionen durchweg positiv. Einigkeit bestand im Hinblick auf den großen Lernwillen der Teilnehmenden. Schwierigkeiten bereiteten hingegen Hierarchieprobleme, vor allem in gemischten Lerngruppen, Korruption und das schlechte Image technischer Fachkräfte, die vielerorts als eine Art „Handlanger“ der Ingenieurinnen und Ingenieure betrachtet und behandelt werden. Konkrete Pläne oder Strategien verfolgten nur einige Bildungsanbieter, während die Mehrzahl noch die Lage sondierte und die weiteren Entwicklungen abwartete.

Von der deutschen Politik wünschten sie sich Unterstützung bei der Vermittlung ihrer Angebote, etwa zur Management-Weiterbildung oder zur Modernisierung von Bildungszentren, an die richtigen Ansprechpartner/-innen (auch auf Ebene der Ministerien) und Vereinbarungen über Referenzprojekte. Angeregt wurden eine Round-Table-Veranstaltung in Teheran und eine zentrale Anlaufstelle vor Ort, die auf die Anliegen deutscher Bildungsanbieter spezialisiert ist.

08.08.
.....
2016

Unter Leitung von BMBF-Abteilungsleiter Volker Rieke reiste vom 8. bis zum 12. August 2016 eine **Delegation nach Teheran**, um vor Ort Kooperationsfelder und -möglichkeiten in den Bereichen Wissenschaft und Forschung sowie Berufsbildung zu erkunden. Unter anderem besuchte die Delegation die vier Ministerien für Bildung, Wissenschaft, Arbeit und Energie. Alle bekundeten ein ausgeprägtes Interesse an einer Zusammenarbeit mit deutschen Partnern, aufbauend auf den guten Erfahrungen in der Vergangenheit.

Marian Schuegraf, stellvertretende Botschafterin der Deutschen Botschaft Teheran, und René Harun, Geschäftsführer der Deutsch-Iranischen Industrie und Handelskammer (AHK Teheran), unterstrichen den drängenden Handlungsbedarf bei Aus- und Weiterbildung in den Bereichen Wasser, Umwelt, Energie und Abfallwirtschaft. Die geplante Expansion deutscher Unternehmen in Iran erhöht aus ihrer Sicht die Notwendigkeit und die Chancen, in Qualifikationsprozesse zu investieren.

Auch der Generaldirektor für Planung in der Abteilung Wasser und Abwasser des iranischen Energieministeriums sowie Vertreter der Wissenschaftsfakultät der Tehran University hoben die Bedeutung der Wasserver- und Abwasserentsorgung besonders hervor. Die Relevanz dieses Themas wird unterstrichen durch die Konferenz „Education and Capacity Building Water and Environment“ vom 3. bis 5. Dezember 2016 in Teheran. Mitveranstalter sind der Deutsche Akademische Austauschdienst (DAAD) und die Universität Duisburg-Essen. Das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) bot an, auf der Veranstaltung einen Workshop durchzuführen, in dem die deutschen „Wasserberufe“ sowie Praxisbeispiele für Kooperationen vorgestellt werden.

Im Zuge der Gespräche wurde eine Reihe von Kooperationsmöglichkeiten zwischen iMOVE und der AHK Teheran erörtert. Dazu zählen eine Delegationsreise deutscher Bildungsanbieter nach Iran und fachlicher Input von iMOVE über die deutsche Berufsbildung und die deutsche Bildungswirtschaft bei AHK-Delegationsreisen nach Deutschland. Noch in diesem Jahr wollen iMOVE und die AHK Teheran eine Round-Table-Veranstaltung zu den Ausbildungsbedarfen deutscher Unternehmen durchführen.



NEU
in 2017

14.12.
.....
2016

Vom 14. bis zum 17. Dezember 2016 findet erstmals die **Education Technology Iran** in Teheran statt, auf der die meisten westlichen Länder vertreten sein werden. Auch iMOVE plant eine Teilnahme. Gemeinsam mit GEE – Global Education Events bietet der Didacta-Verband Interessierten eine Messebeteiligung unter dem Dach des DIDACTA INTERNATIONAL PAVILION an. Unterstützt wird die Messe vom iranischen Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Technologie.

2017

Auch im kommenden Jahr werden die Aktivitäten zum Ausbau der deutsch-iranischen Berufsbildungskoooperationen fortgesetzt. Anfang 2017 erscheint die neue **iMOVE-Marktstudie Iran**.

Das (Berufs-)Bildungssystem in Iran

Ulrich Meinecke und Silvia Niediek

Aufbau

In Iran gibt es ein differenziertes schulisches Berufsbildungssystem sowie ein privates und öffentliches Angebot für Aus- und Fortbildungskurse. Das System ist nicht dual aufgebaut, hat wenig Bezug zur Wirtschaft und das Land verfügt nicht über genügend qualifiziertes Berufsbildungspersonal

Das Bildungssystem ist zentralstaatlich organisiert. Bis zum Abschluss der Sekundarstufe I durchlaufen die Schüler/-innen die Grundschule (fünf Jahre) und die Sekundarschule (drei Jahre). Nach Abschluss der Sekundarstufe I mit einem Mittelschulabschluss können sie die Ausbildung an einer allgemeinbildenden Oberschule fortsetzen. Alternativ können sie mit einer beruflichen Ausbildung beginnen, und zwar entweder an einer Technischen Oberschule oder an einer Berufsschule.

Die Berufsbildung an Technischen Oberschulen und Berufsschulen dauert drei Jahre und wird mit einem Zertifikat abgeschlossen. Speziell die Schulform Berufsschule bereitet direkt auf den ersten Arbeitsmarkt in den Bereichen Handel, Landwirtschaft und Industrie vor. Alternativ zum Arbeitsmarkteintritt kann nach dem Abschluss ein Universitätsvorbereitungsjahr angeschlossen werden, um an Eingangsprüfungen der Universität teilzunehmen. Für die Schulbildung bis zum 18. Lebensjahr ist grundsätzlich das Ministerium für Bildung zuständig.

Darüber hinaus bieten die Technischen Berufsfachschulen der TVU [Technical and Vocational University, landesweit vertreten mit rund 180.000 Studierenden, davon 30 Prozent weiblich, in 172 Instituten] und die Institute der Universität für angewandte Wissenschaft und Technologie [University of Applied Science and Technology, UAST, landesweit vertreten mit rund 560.000 Studierenden in 1.020 UAST-zertifizierten Instituten] zweijährige Ausbildungsprogramme für Absolventinnen und Absolventen vornehmlich der technischen Oberschulen an, die mit einem Fachschulabschluss auf Sekundarstufe-II-Niveau [Associate Degree] beendet werden. Die TVU und die UAST unterstehen dem Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Technologie.

Auf postsekundärem und tertiärem Niveau bieten die TVU und die UAST Programme und Ausbildungsgänge mit einer Dauer von zwei bis sechs Jahren an, die beispielsweise mit einem Bachelor Degree abschließen. Ferner bieten sie Kurzzeitprogramme der Aus- und Weiterbildung an. Die UAST lizenziert landesweit etwa 1.000 öffentliche und private Ausbildungsinstitutionen. Davon gehören nur 23 unmittelbar zur Universität. Die übrigen gehören zu Organisationen und Unternehmen, die unter Aufsicht der UAST arbeiten. Diese Ausbildungseinrichtungen zielen auf die Förderung technischer und wissenschaftlicher Kenntnisse von Arbeitskräften ab, die als gering Qualifizierte oder Angelernte in verschiedenen Bereichen der Wirtschaft tätig sind.

Die Eingangs- bzw. Aufnahmeprüfung für Universitäten entscheidet über die Aufnahme an der UAST. Mitarbeiter/-innen von Organisationen, die den Ministerien unterstehen, sowie Angestellte halbstaatlicher Unternehmen können an von der UAST genehmigten Programmen ohne Aufnahmeprüfung teilnehmen.

Nach Abschluss der Sekundarstufe I mit einem Mittelschulabschluss können sich Jugendliche und Erwachsene alternativ durch Kurse an einem Institut der Technical and Vocational Training Organization (TVTO) beruflich qualifizieren. Die Ausbildung im Rahmen solcher Kurse dauert einen bis 18 Monate und kann auf drei Qualifikationsebenen mit Zertifizierung abgeschlossen werden. Die TVTO umfasst 703 staatliche und 12.500 private Ausbildungszentren. An den staatlichen Zentren arbeiten mehr als 8.000 Lehrkräfte, an den privaten mehr als 19.500. Die TVTO betreibt zudem ein mit deutscher Hilfe aufgebautes Ausbildungszentrum für Trainingspersonal und ist der größte Träger der beruflichen Aus- und Weiterbildung. Die TVTO untersteht dem Ministerium für Kooperativen, Arbeit und Soziales.

Kosten

Im akademischen System übernimmt die Regierung die Kosten für die Ausbildung an beruflichen Schulen. An der Universität müssen die Studierenden ein Semestergeld und manchmal eine niedrige Studiengebühr bezahlen, wobei die Studiengebühr je nach gewähltem Kurs unterschiedlich ist. Grundsätzlich liegen die Kosten pro Semester nicht höher als 400 Euro. Das entspricht in etwa einem durchschnittlichen Netto-Monatseinkommen.

Bei den Kursen hängen die Preise von der Kursdauer ab. Für kurze Maßnahmen werden etwa 50 Euro fällig, während längere Kurse bis zu 650 Euro kosten können. Die Trainingskosten für Techniker liegen allgemein zwischen 100 und 500 Euro, je nach Dauer der Kurse (60-800 Stunden).

Zuständigkeiten

Viele Fachministerien betreiben eigene Weiterbildungsprogramme für die Wirtschaftssektoren in ihrer Verantwortung. Drei Ministerien nehmen eine Schlüsselrolle im Berufsbildungssystem des Iran ein:

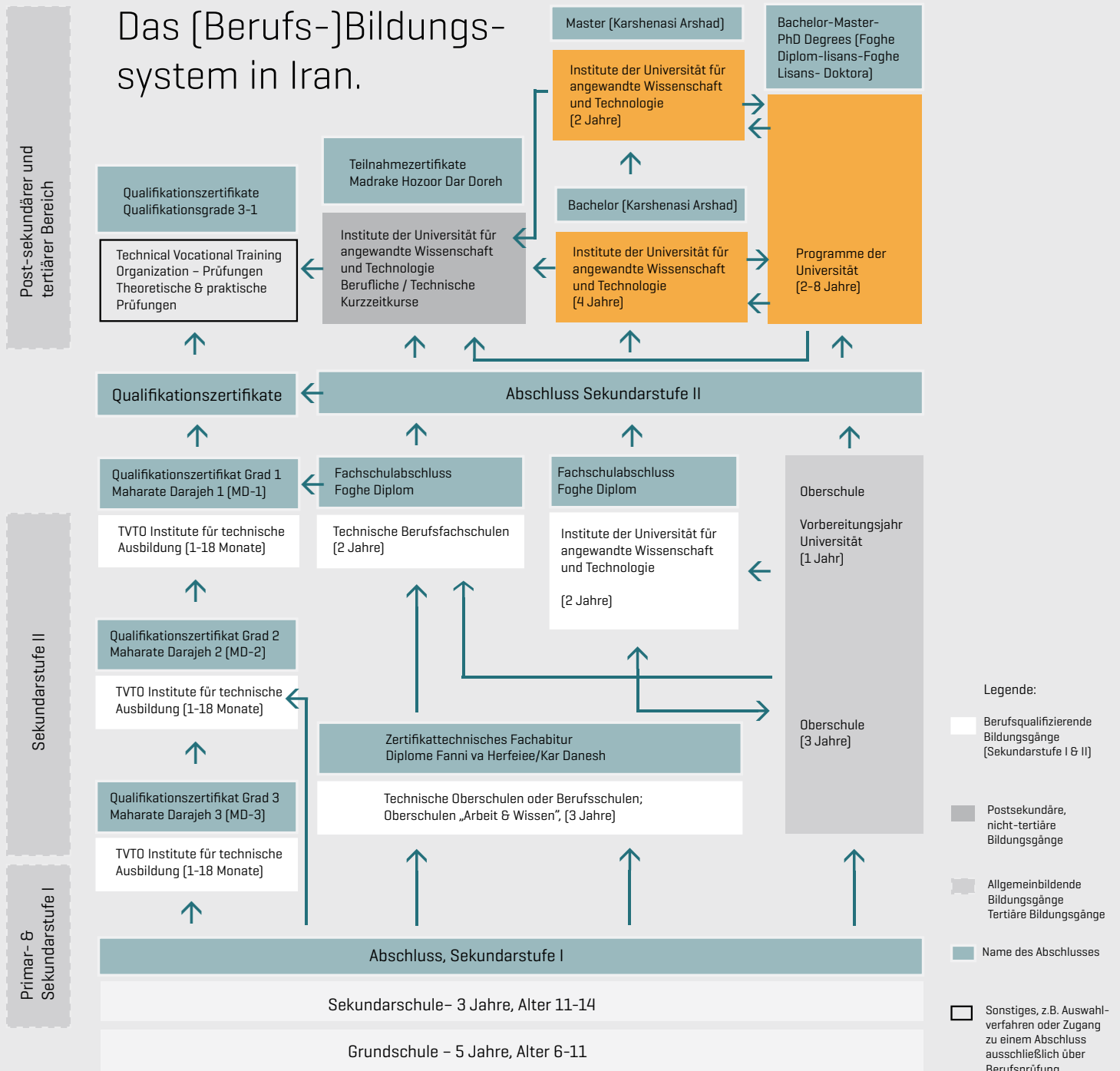
Dem Ministerium für Kooperativen, Arbeit und Soziales ist die [TVTO] angegliedert. Die TVTO fungiert als Hauptorganisation des Ministeriums für Kurse in der technisch-beruflichen Bildung und agiert als oberstes Gremium für die non-formale technische Ausbildung. Dem Gremium gehören zehn Ministerien, Organisationen sowie Arbeitgeber- und Arbeitnehmerverbände an. Die TVTO betreibt ein Trainingszentrum für Berufsbildungspersonal.

Dem Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Technologie sind die TVU und die UAST unterstellt, die insbesondere im postsekundären und tertiären Bereich Maßnahmen der höheren Berufsbildung anbieten. Sie führen ferner Bildungsgänge durch, die auf eine Höherqualifizierung von Arbeitskräften entsprechend den Bedarfen der jeweiligen Arbeitgeber und Wirtschaftszweige zielen. Diese weisen laut der UAST einen Praxisanteil von 60 bis 70 Prozent auf. Diese Art der Weiterbildung wird durch die Arbeitgeber

finanziert. Darüber hinaus verfügt die UAST über ein Lehrausbildungszentrum, an dem regelmäßig die Lehrkräfte der Universität didaktisch fortgebildet werden.

Das Ministerium für Bildung beaufsichtigt die K-12-Bildung [Kindergarten bis Abitur] sowie die Technischen Oberschulen und die Berufsschulen mit Vollzeitausbildung. Es entscheidet über Lehrpläne, Lernmaterialien, Finanzierung und Prüfungen.

Das (Berufs-)Bildungssystem in Iran.



Quelle: bq-Portal, Informationsportal für ausländische Berufsqualifikationen



Volkswirtschaft auf Wachstumskurs

Zwar ist Iran der weltgrößte Safran-Produzent, aber die wirtschaftlichen Stärken des Landes liegen vor allem in seinen großen Öl- und Gasreserven sowie einer strategisch günstigen Lage mit 15 Nachbarländern und Zugang zu einem Markt von rund 500 Millionen Menschen in der Region.

Silvia Niediek

Im iranischen Geschäftsjahr 1394, nach christlicher Zeitrechnung vom 21. März 2014 bis 20. März 2015, belief sich das Bruttoinlandsprodukt (BIP) des Landes auf rund 407 Milliarden US-Dollar. Damit lag das Wachstum trotz herrschender Sanktionen bei real drei Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Jetzt könnte die zweitgrößte Volkswirtschaft im Nahen Osten nach einer Prognose der Weltbank in den kommenden Jahren um jeweils sieben Prozent wachsen. Wirtschaftsreformen und die zügige Umsetzung von Großprojekten mit internationalen Partnern sollen den Wirtschaftsaufschwung weiter beflügeln. Dabei geht es der iranischen Seite nicht nur um reine Liefergeschäfte, sondern vorrangig um die Steigerung der lokalen Produktion.

Zwischen März 2014 und März 2015 importierte Iran Waren im Wert von 52,4 Milliarden US-Dollar, eine Steigerung von rund sechs Prozent gegenüber dem Vorjahr, davon fast 70 Prozent aus China, den Vereinigten Arabischen Emiraten, Südkorea, der Türkei sowie Indien. Deutschland musste die traditionelle Rolle als Irans führender Lieferant 2007 abgeben, blieb aber wichtigster Lieferant aus der Europäischen Union (EU). Nach Angaben der Deutsch-Iranischen Industrie- und Handelskammer übersteigt das chinesische Exportvolumen nach Iran dasjenige Deutschlands mittlerweile um das Fünffache.

Die fünf Hauptabnehmerländer für iranische Produkte waren zuletzt China, Irak, die Vereinigten Arabischen Emirate, Indien und Afghanistan. Sie empfangen über ein Drittel der iranischen Exporte. Die Hauptexportgüter des Landes sind Mineralölprodukte, chemische Erzeugnisse sowie Automobile und landwirtschaftliche Erzeugnisse.

Staatliche Lenkung und Privatisierungstendenzen

Die Wirtschaft Irans, deren Entwicklung im Rahmen von Fünfjahresplänen konzipiert und analysiert wird, liegt überwiegend in den Händen des Staates und religiöser Stiftungen. Zwar bilden kleine und mittelständische Unternehmen die Fundamente der iranischen



Volker Falch,
Bildungswerk der
Bayerischen Wirtschaft
(bbw):

„Wer schnell sein Ziel erreichen will, sollte lieber Lotto spielen.“

„In Iran bieten wir seit 2015 Seminare für Führungskräfte an, und zwar Managementkurse im Banken- und Finanzwesen sowie im IT-Bereich. Für diese Weiterbildungen mit einer Dauer von bis zu einer Woche konnten wir bereits mehrere hundert Teilnehmer/-innen akquirieren. Auf der Grundlage unserer Erfahrungen entwickeln wir gegenwärtig praxisorientierte Langzeitlehrgänge, die sich über sechs bis zwölf Monate erstrecken und an Hochschullehrgänge angebunden sind. Im Rahmen dieser Lehrgänge sind alternierende Aufenthalte in Teheran und München geplant. Außerdem erweitern wir unser Portfolio in Iran um Bildungsmaßnahmen für Kleinunternehmer und Unternehmensgründer sowie um Ausbildungen in gewerblich-technischen Berufen.“

Neben der Deutsch-Iranischen Industrie- und Handelskammer in Teheran sind private iranische Banken unsere wichtigsten Partner vor Ort. Die Banken haben ein ausgeprägtes Interesse daran, ihre Kundschaft beim Kompetenzaufbau zu unterstützen, und schätzen uns als qualifizierten und zuverlässigen Bildungspartner. Daher übernehmen sie eine wichtige Multiplikatorenfunktion für unsere Bildungsangebote.

Im September wurde durch die bbw-Gruppe im Beisein von Ilse Aigner, Bayerische Staatsministerin für Wirtschaft und Medien, Technologie und Energie, in Teheran ein Rahmenabkommen über die zukünftige Zusammenarbeit im Bildungsbereich mit iranischen Partnern unterzeichnet. Wir wünschen uns darüber hinaus baldmöglichst eine zuverlässige Klärung und zügige Öffnung des Zahlungsverkehrs zwischen Iran und Deutschland.

Partner vor Ort sind das A und O bei der Geschäftsanbahnung in Iran. Sie helfen dabei, die Kontaktnetzwerke vor Ort zu durchdringen und zu verstehen. Am besten ist es, mit mehreren Ratgebern zu sprechen, um unterschiedliche Sichtweisen kennenzulernen. Ohne Beziehungen bekommt man oft noch nicht einmal ein Hotelzimmer. Aber selbst mit Beziehungen muss man viel Geduld mitbringen. Wer schnell sein Ziel erreichen will, sollte lieber Lotto spielen.“

Wirtschaft. Die meisten Firmen im Industriesektor sind in Privatbesitz, nur zwei Prozent sind Eigentum des Staates. Zu diesen zwei Prozent zählen allerdings die größten und bedeutendsten Unternehmen.

Der Staat beeinflusst die Wirtschaft merklich. Hohe Subventionen und Regulierungen zugunsten der Verbraucher/-innen sind Kernelemente der iranischen Wirtschaftspolitik. Zwar will die amtierende Regierung den Privatsektor entwickeln und hat dafür eigens die sogenannte „Iranian Privatization Organization“ gegründet, um den Verkauf der staatlichen Unternehmen an den privaten Sektor zu verwalten. Doch ihre Interventionspolitik will die Regierung beibehalten. Neue Marktteilnehmer müssen ein dichtes Geflecht aus staatlichen und halbstaatlichen Distributoren, Mittelsleuten, Geschäftspartnern sowie religiösen Stiftungen, den sogenannten Bonyads, durchdringen. Im kürzlich verabschiedeten sechsten Entwicklungsplan (2016-2021) sind Reformen in Bezug auf staatliche und quasi-staatliche Unternehmen sowie des Finanz- und Bankensektors vorgesehen.

Die Wirtschaftsbeziehungen zwischen Deutschland und Iran

Die offiziellen Wirtschaftsbeziehungen zwischen Iran und Deutschland reichen über 130 Jahre zurück. Deutschland zählte insbesondere zu den größten Lieferanten von Maschinen und Industrieanlagen nach Iran, wo bis heute Wirtschaftszweige wie Öl und Gas, Energie und die Schwerindustrie nach deutschen Technikstandards arbeiten. Laut Auswärtigem Amt stammen rund 30 Prozent der industriellen Infrastruktur in Iran aus deutscher Produktion. Nicht zuletzt deshalb wissen die Menschen in Iran die hohe Qualität deutscher Produkte sehr zu schätzen. Nach einer Studie von Roland Berger finden 87 Prozent der Iraner/-innen „Made in Germany“ gut.

1975 wurde die Deutsch-Arabisches Industrie- und Handelskammer in Teheran eröffnet. Sie hat über 2.000 Mitgliedsunternehmen, von denen 90 Prozent iranische Firmen sind. Etwa 90 deutsche Firmen haben eine eigene Niederlassung in Iran und rund 1.000 deutsche Firmen sind über iranische Vertretungen präsent. Laut Aussage von AHK-Geschäftsführer René Harun betrug 2015 das Gesamt-Handelsvolumen zwischen Deutschland und Iran 2,6 Milliarden Euro. Kurzfristig wird ein Anstieg auf fünf und in wenigen Jahren auf zehn bis zwölf Milliarden Euro erwartet.

Erste Projekte unter deutscher Beteiligung laufen an. Siemens hat mit der iranischen MAPNA-Gruppe eine stärkere Zusammenarbeit zur Modernisierung der iranischen Stromversorgung unterzeichnet. Unter anderem wird MAPNA im Rahmen einer Lizenzvereinbarung Siemens-Gasturbinen in Iran produzieren. Das Unternehmen Wintershall hat eine Absichtserklärung mit der National Iranian Oil Company (NIOC) unterzeichnet. Demnach will die BASF-Tochter eine künftige mögliche Zusammenarbeit bei der Erschließung



Karen Schmidt,
Berufsförderungswerk e. V.
des Bauindustrieverbandes
Berlin-Brandenburg e. V.:

„Wir mussten unsere Trainingsmaßnahmen an andere Werkzeuge und Techniken anpassen.“

„Von 2008 bis 2014 haben wir im Mega-Cities-Projekt der TU Berlin namens ‚Young Cities - Developing Energy Efficiency, Urban Fabric in the Tehran Karaj Region‘ im Team für berufliche Bildung mitarbeiten können. Unser Partner vor Ort war das Building and Housing Research Center (BHRC), das direkt dem iranischen Bauministerium unterstellt ist. Im Rahmen des Gesamtprojektes waren wir für drei Arbeitspakete zuständig.

In einem ersten Schritt ging es darum, ein inhaltliches Konzept für ein Trainingszentrum des Bauhandwerks zu entwickeln. Außerdem stellten wir über Baustellensichtungen fest, welcher konkrete Weiterbildungsbedarf besteht. Unsere Ergebnisse mündeten in die Entwicklung von Trainingseinheiten für Ausbilder, etwa zu Themenbereichen wie Mauerwerksbau, Fliesen- und Estricharbeiten sowie Vollwärmeschutz von Gebäuden. Zweimal hatten unsere Ausbilder die Möglichkeit, auf iranischen Baustellen die praktische Ausbildung zu demonstrieren. Die Trainingseinheiten sind als Videosequenzen auf Englisch und Farsi im Internet abrufbar.

Iraner sind auf Baustellen eher in leitenden Positionen tätig und verfügen meist nur über geringe praktische Kompetenzen. Handwerkliche Tätigkeiten werden in der Regel von Menschen aus Afghanistan und Pakistan ausgeführt. Die Baukultur vor Ort ist viele Tausend Jahre alt. Die Menschen arbeiten mit anderen Werkzeugen und anderen Techniken als die, an die wir gewöhnt sind. Darauf müssen sich Trainingsmaßnahmen einstellen und auf dem Vorhandenen aufbauen. Multiplikatorenschulungen sind nach unseren Erfahrungen besonders dringend. Wir hoffen, dass die iranischen Arbeits- und Bauministerien wieder Projekte zur handwerklichen Ausbildung in der Baubranche auflegen werden.

Iraner sind sehr freundlich gegenüber uns Deutschen und man kann sich gut mit ihnen über Deutschland unterhalten. Beim Aufbau von Geschäftsbeziehungen ist dennoch ein sehr „langer Atem“ notwendig, um zu Ergebnissen zu gelangen. Gerade als Frau muss man sich vor einer Reise nach Iran sehr deutlich vor Augen führen, dass in der Gesellschaft Frauen und Männer viel stärker voneinander getrennt sind als bei uns. Wenn man sich darauf einlässt, dass sich Vieles vor Ort deutlich von den Verhältnissen bei uns unterscheidet, kann man eine sehr interessante Kultur kennenlernen.“

von vier Ölfeldern im Westen des Irans prüfen lassen. Die TÜV Süd AG beteiligt sich neben anderen deutschen Unternehmen und der iranischen Maharem Group an dem Vorzeigeprojekt der Satellitenstadt Parand New Town für den Einsatz von grünen Technologien im Städtebau. TÜV Süd wird dabei die Anwendung und Einhaltung der „Green-City-Standards“ überprüfen und im ersten Schritt eine Machbarkeitsstudie sowie einen Masterplan erstellen. Bosch hat im Mai in Teheran eine neue Repräsentanz eröffnet, die bis Ende dieses Jahres rund 50 Mitarbeiter/-innen umfassen soll. Das Unternehmen wird in Iran mit allen Unternehmensbereichen aktiv sein.

Wirtschaftsbranchen in Iran und ihre Entwicklungschancen

Die Sektoren Industrie, Bergbau und Bauwirtschaft hatten 2014/15 einen 23-prozentigen Anteil am Bruttoinlandsprodukt (BIP), der Ölsektor lag bei 15 Prozent, die Landwirtschaft bei 9,3 Prozent. Den größten Anteil umfasste der Dienstleistungssektor mit 53,8 Prozent.

Im Dienstleistungssektor arbeitet knapp die Hälfte der Beschäftigten, im Industriesektor gut ein Drittel. Gemessen an der Zahl der Betriebe und Beschäftigten sind die führenden produzierenden Branchen in Iran die Lebensmittel- und Getränkeindustrie, der Fahrzeugbau, die Baustoff-, die Metall- und die Chemieindustrie sowie die Herstellung von Kokereierzeugnissen.

Erdöl, Erdgas und petrochemische Produkte sind die Hauptexportgüter Irans. Das Land verfügt über Ölreserven von 158 Milliarden Barrel und belegt damit weltweit den vierten Rang. Bei den erschließbaren Gasvorkommen liegt Iran international auf dem zweiten Platz. Einkünfte aus Rohstoffexporten machen mehr als 40 Prozent des iranischen BIP aus. Trotz des niedrigen Ölpreises soll das Wachstum auch in den nächsten Jahren wesentlich von diesem Sektor getragen werden, und zwar durch eine deutliche Erhöhung der Förderkapazität. Vor allem Erdöl- und Erdgasexporte erfahren gegenwärtig noch keine große Wertsteigerung durch Weiterverarbeitung und werfen deshalb nur wenig Gewinn für das Land ab. Die Weiterverarbeitung der Rohstoffe zu komplexeren petrochemischen Produkten ist daher ein wichtiges Anliegen des Landes. Experten rechnen mit einem Investitionsbedarf von mindestens 130 Milliarden US-Dollar bis 2020.

Die **Automobilindustrie** Irans ist mit zehn Prozent des BIP der größte Nicht-Öl-Sektor des Landes. Eine 2015 von einem lokalen Fernsehsender durchgeführte Abstimmung, an der sich über 71.000 Personen beteiligten, ergab, dass deutsche Fahrzeuge mit rund 64 Prozent in der Beliebtheit dominieren. Die in Iran verkauften Fahrzeuge stammen zu über 90 Prozent aus lokaler Produktion. Die Jahreskapazität der iranischen Automobilindustrie liegt bei zwei Millionen Fahrzeugen. Durch hohe Importzölle, Abgaben und verschiedene andere Einfuhrrestriktionen wird der lokale Kfz-Sektor, der nach Öl und Gas wichtigste Industriezweig des Landes, bislang vor ausländischer Konkurrenz geschützt. Die offiziell registrierten Vertretungen ausländischer Hersteller hatten 2014/15 an

den Pkw-Einfuhren nur einen Anteil von etwa einem Drittel. Durch den Wegfall der Sanktionen könnte dieser Anteil rasch steigen. Alle deutschen Marken führen derzeit Gespräche mit möglichen Repräsentanten. Auf iranischer Seite besteht vor allem großes Interesse an der lokalen Fertigung und Montage deutscher Marken.

Bei der eigenen **Energieversorgung** will die iranische Regierung in Zukunft mehr auf erneuerbare Energien und die Steigerung der Energieeffizienz setzen. Im Rahmen des geplanten Ausbaus von Windkraft, Solarthermie, Photovoltaik, Geothermie und Biomasse-nutzung bieten sich gute Geschäftsaussichten für Unternehmen, die die hierfür benötigten Technologien und Anlagen bereitstellen können. In ländlichen Gebieten, die nicht an das nationale Netz angeschlossen sind, sollen Photovoltaik-Systeme gefördert werden.

Das hohe Bevölkerungswachstum und die Ausweitung der industriellen und landwirtschaftlichen Produktion haben für einen stark gestiegenen Wasserbedarf gesorgt. Außerdem hat der Iran im Abwassersektor einen erheblichen Entwicklungsrückstand; 60 Prozent des Abwassers bleiben gegenwärtig unbehandelt. Daher besteht im **Wasser- und Abwassersektor** ein hoher und teilweise sehr akuter Investitionsbedarf: Das iranische Energieministerium hat im Januar 2016 eine Liste mit über 150 Projekten zum Bau von Wasseraufbereitungsanlagen, Klärwerken sowie Trink- und Abwassernetzen vorgelegt. Private Investoren sollen zudem für den Bau von Staudämmen gewonnen werden.

Für die **Bauwirtschaft** wird in den kommenden fünf Jahren ein durchschnittliches Wachstum von vier Prozent prognostiziert. Auch im Verkehrsinfrastrukturbau wird eine deutliche Belebung erwartet. Im Straßenbausektor besteht ein hoher Investitionsbedarf. Auf dem Plan der iranischen Regierung stehen die Erweiterung und Modernisierung von Flughäfen, Häfen sowie schienengebundenen Nah- und Fernverkehrssystemen.

Auch beim **Maschinen- und Anlagenbau** wird von internationalen Firmen erwartet, dass sie das in Iran vorhandene Know-how nutzen und durch Technologietransfer erweitern, indem sie gemeinsam mit Partnern Maschinen vor Ort fertigen. Dabei stehen sie vielfach vor dem Problem, dass nicht nur geliefert und montiert werden soll, sondern ebenfalls zu klären ist, wer als privater Betreiber oder Finanzier der Projekte zur Verfügung steht. Das iranische Interesse an hochwertigen Maschinen aus westlichen Ländern wird zudem überschattet durch die deutlich niedrigeren Preise der starken chinesischen Konkurrenz.

Quelle: Germany Trade and Invest

Kurz und bündig

Vernetzt



Projekterfahrungen aus der Berufsbildung in der Wasserwirtschaft beschreibt die neue Studie **„Berufliche Bildung im Wassersektor“**. Sie wurde vom Sektorvorhaben Berufliche Bildung der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit [GIZ] im Auftrag des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung [BMZ] veröffentlicht. Darin konnte die Deutsche Vereinigung für Wasserwirtschaft, Abwasser und Abfall e. V. [DWA], Mitglied im iMOVE-Netzwerk, erstmals ihre umfangreichen Erfahrungen aus der internationalen Bildungsarbeit in einer Studie des Ministeriums einbringen. In der Studie werden die Schnittstellen zwischen dem Bildungs- und dem Wassersektor beschrieben und Handlungsempfehlungen für eine bessere Vernetzung und Intensivierung dieser beiden Sektoren gegeben. Die Studie steht im Internet zum Download bereit: <http://de.dwa.de/veranstaltungen.html> > Publikationen.

Direkter Zugang



Mit der Eröffnung einer **Außenstelle der Auslandshandelskammer in der sambischen Hauptstadt Lusaka** steht deutschen Unternehmen seit Mai 2016 eine direkte Anlaufstelle für das südliche Afrika zur Verfügung. Sambia engagiert sich gegenwärtig stark für die Diversifizierung der Wirtschaft – weg vom Kupferbergbau, der über 70 Prozent der Exporterlöse einbringt. Mit Abstand aussichtsreichster Wirtschaftszweig ist die Landwirtschaft, gefolgt vom Wassersektor und erneuerbaren Energien.

Eröffnet



Anfang Juni wurde das Trainingszentrum der Shanghai Bavarian Vocational Training Consulting [sbvtc] feierlich eröffnet. Es beruht auf einer **Kooperationsvereinbarung** zwischen der Bezirksregierung des Yangpu-Bezirktes und dem Bildungswerk der Bayerischen Wirtschaft [bbw], Mitglied im iMOVE-Netzwerk.

Handwerks-Strategie



Im Mai 2016 starteten der Zentralverband des deutschen Handwerks [ZdH] und die Zentralstelle für die Weiterbildung im Handwerk [ZWH] das vom Bundesbildungsministerium [BMBF] geförderte Projekt „Skilled Crafts Sector – International Vocational Education and Training“ [SCIVET]. Damit wird die Strategie der Bundesregierung zur „internationalen Berufsbildungszusammenarbeit aus einer Hand“ um ein zweijähriges **Förderprojekt des Handwerks** erweitert. Ziel ist es, die internationalen Aktivitäten deutscher Akteure im Themenfeld aufeinander abzustimmen und strategisch auszurichten. SCIVET bildet das dritte BMBF-Strategieprojekt neben VETnet des Deutschen Industrie- und Handelskammertags [DIHK] und Unions4VET des Deutschen Gewerkschaftsbunds [DGB].

Know-how-Austausch



Volkswagen hat erstmals den „Education Award“ verliehen. Mit dieser Auszeichnung in vier Kategorien gibt der Konzern einen Anreiz, Projekte zu starten, die den Wissenstransfer zwischen Standorten und Märkten sowie die Fortbildung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verbessern. Der **Preis der Volkswagen Group Academy** wurde in den vier Kategorien Wissenstransfer, Qualifizierung, Berufsausbildung und Weiterbildung vergeben. Die Auszeichnung in der Kategorie „Exzellente Bildungsbedarfsanalyse“ wurde für ein Projekt von Audi México San José Chiapa verliehen. Dabei wurden für das gesamte Audi-Werk Zielgruppen- und Kompetenzanalysen erstellt, die als Basis für 470 Qualifizierungswege mit individuellen Lernzielen dienen.

Mittelständisch



iMOVE-Netzwerkmitglied Machwüth Team International [MIT] wurde bereits zum dritten Mal als eines der besten Beratungsunternehmen für den Mittelstand mit dem **TOP CONSULTANT** ausgezeichnet. Verliehen wurde der Preis im Rahmen des Deutschen Mittelstands-Summit in Essen.

Exklusiv



Die Eckert-Schulen, Bayerns größter privater Weiterbildungsanbieter und Mitglied im iMOVE-Netzwerk, ist neuerdings **Premiumpartner des Deutschen Bildungspreises** unter der Schirmherrschaft des Bundesministeriums für Bildung und Forschung [BMBF]. Die Initiative Deutscher Bildungspreis hat sich zum Ziel gesetzt, wissenschaftlich fundierte und praxisnahe Qualitätsstandards im Bildungs- und Talentmanagement zu etablieren. Sie konzentriert sich auf Unternehmen, Institutionen und Behörden, die ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Rahmen eines strategischen Bildungs- und Talentmanagements nachhaltig fördern und weiterentwickeln wollen. Mehr als 600 Unternehmen haben seit Beginn der Initiative im Jahr 2012 am Deutschen Bildungspreis teilgenommen. Der weitere Premiumpartner Christiani gehört ebenfalls zum Netzwerk von iMOVE.

Inspirierend



Herausragendes soziales Engagement deutscher Firmen in China würdigen die deutsche Auslandshandelskammer Schanghai, die Bertelsmann Stiftung und das Generalkonsulat Schanghai. Die in diesem Jahr erstmalig vergebene Auszeichnung der Initiative „More than a Market“ erhielten Krones Machinery [Taicang] Co., Merck China, Bayer [China] und die Taicang-Sino-German Handicapped Technology Co. Ltd. Der Preis soll als Inspiration für Projekte dienen und die Verwurzelung deutscher Unternehmen in der chinesischen Gesellschaft fördern. Die Themen der ausgezeichneten Projekte reichen von Berufsausbildung über Trinkwasserversorgung in Grundschulen bis zur Behindertenwerkstätte.



Internationale Kommunikation

Webpräsenz auf Chinesisch

Was ist zu beachten, damit der Internetauftritt eines deutschen Bildungsanbieters im chinesischen Zielmarkt verstanden und auch akzeptiert wird? Eine „Übersetzung „eins zu eins“ reicht jedenfalls nicht. Zum Erfolg führt: Lokalisierung.

Anke Köller

Der mehrsprachige Internetauftritt gehört für die deutsche Bildungsbranche zu den wichtigsten Marketingaktivitäten, um das Exportgeschäft voranzutreiben. Laut iMOVE-Trendbarometer 2016 nutzen 54 Prozent der befragten Unternehmen dieses Instrument und 52 Prozent planen, fremdsprachige Internetauftritte in den nächsten Jahren verstärkt zur Unterstützung ihrer Exportaktivitäten einzusetzen.

Dass die exportierende Bildungswirtschaft bezüglich der Ausrichtung ihrer Internetseiten auf ausländische Märkte noch Defizite aufweist, zeigt die aktuelle Bestandsprüfung der iMOVE-Anbieter-Datenbank. Rund ein Fünftel der Mitglieder verfügt nicht über ein fremdsprachiges Internetangebot oder es ist nicht ausreichend, um den Qualitätskriterien für den Anbieter-Pool zu genügen. Die Unternehmen müssen entsprechend nachbessern – oder werden mittelfristig aus der Anbieter-Datenbank gelöscht.

Ein fremdsprachiger Auftritt allein nutzt das Potenzial des Internets zur Kundengewinnung allerdings nicht voll aus. Idealerweise erfüllt er auch die kulturell geprägten Erwartungen der Besucher/-innen. Das kann die Lokalisierung leisten, die gerade bei der Vermarktung von Bildungsdienstleistungen eine wichtige Rolle spielt.

Bildung umfasst nicht Produkte, die sich vorrangig durch ein schickes Design, bessere Materialeigenschaften oder eine vereinfachte Handhabung auszeichnen. Bildungsleistungen sind erklärungsbedürftig und sprechen spezielle emotionale Bereiche an. Potenzielle Kundinnen und Kunden wollen die Produktivität ihrer Mitarbeiter/-innen verbessern oder sie befähigen, neue Technologien im Leistungsangebot des Unternehmens zu meistern. Für die Teilnehmer/-innen an einer Bildungsmaßnahme geht es darum, neue Fähigkeiten zu erwerben, um eine Arbeitsstelle zu finden oder mehr Einkommen zu erzielen.

Die angepriesene Bildungsleistung kann dazu maßgeblich beitragen – das muss der Internetauftritt den den Besuchern und Besucherinnen vermitteln. Speziell in China ist es sinnvoll, den Wert einer Bildungsmaßnahme – also die Höherqualifikation des Einzelnen – in einen gesellschaftlichen Kontext zu stellen, denn in der chinesischen Kultur zählen die Gemeinschaft und das persönliche Netzwerk mehr als das Individuum.

Internationalisierung vor Lokalisierung

Vor der Lokalisierung einer Internetseite steht die Internationalisierung. Sie bereitet das Internetangebot für die Aufnahme verschiedener Sprachen mit lokalisierten Inhalten vor. Dieser eher technische Prozess wird idealerweise in der Konzeption der Internetpräsenz berücksichtigt.

Die Internationalisierung sorgt beispielsweise dafür, dass das Layout des Webauftritts auch bei unterschiedlichen Textlängen stimmig ist. Ein chinesischer Text ist weitaus kürzer als der gleiche Text in Deutsch, trotz breiterer Einzelzeichen und größerem Zeilenzwischenraum. Diese Textreduktion darf die Wirkung des Layouts nicht beeinträchtigen.

Checkliste: Lokalisierung auf Chinesisch

- | | |
|---------------------|---|
| Interaktives | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Forum oder Chatroom mit Absolventinnen und Absolventen ✓ Direktkontakt per Telefon ✓ Apps |
| Illustratives | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Viele Bilder, Buttons und Animationen, auch als Elemente zur Strukturierung ✓ Videos ✓ Gruppenmotive bevorzugt ✓ Ausschließliche Darstellung von eindeutigen Gesten ✓ Farbenfroh ✓ Farben Rot und Gelb bevorzugt ✓ Positiv besetzte Symbole |
| Vertrauensbildendes | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Informationen über Geschichte und Tradition des Bildungsanbieters ✓ Schnupperkurs ✓ Kommunikation zwischen Nutzer und Anbieter in Echtzeit ✓ Referenzen wie Statements und Veröffentlichungen ehemaliger Teilnehmer/-innen |
| Technisches | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Responsive Design ✓ Zahlungsmethode Alipay ✓ Suchmaschine Baidu, für ausländische Angebote Bing |

Eine internationalisierte Seite berücksichtigt die unterschiedlichen Gepflogenheiten in den Zielländern, etwa bei Formularfeldern für Personennamen. Die Feldbezeichnung muss Raum für unterschiedliche Textlängen bieten. Gleiches gilt für das Eingabefeld selbst. In Deutschland wählt man gewöhnlich die Reihenfolge: Vorname, dann Nachname. In China hingegen ist sie: erst Familienname, dann Vorname. Zudem sind die Namen in chinesischen Schriftzeichen nicht durch Leerzeichen getrennt. Die Internetseite kann als Lösung ein einziges Eingabefeld „vollständiger Name“ anbieten.

Die Internationalisierung betrifft außerdem die Darstellung der im Zielland gängigen Maßeinheiten, Währungsangaben, Datumsformate und Zeitangaben. Auch die Navigation, Texte in Bildern, Schaltflächen und Hilfetexte müssen durchgängig in der Zielsprache erscheinen. Für die Internationalisierung der Internetseite bietet der *Leitfaden Internationalisierung des Internetauftritts*, der im iMOVE-Internetportal kostenlos heruntergeladen werden kann, viele wertvolle Tipps und Hinweise.

Übersetzung als Inspiration

Die einfache Übersetzung eines deutschen Ausgangstextes wird keinen chinesischen Besucher ermuntern, Bildungsdienstleistungen bei einem deutschen Anbieter in Anspruch zu nehmen. Erst seine Lokalisierung macht den Text für den chinesischen Leser „genießbar“.

Zunächst stellt sich die Frage, ob die Internetseite in vereinfachtem oder in traditionellem Chinesisch angeboten wird. In der Schriftsprache wird vereinfachtes Chinesisch auf dem chinesischen Festland verwendet, das traditionelle Chinesisch hingegen in Taiwan, Macau und Hongkong. Es gilt also zu klären, wo genau die Kundinnen und Kunden ansässig sind, die erreicht werden sollen.

Die Ausgangstexte sollten dann sorgsam ausgewählt werden und weder Dialekt noch Sprichwörter und umgangssprachliche Formulierungen enthalten. Der Zieltext hingegen kann durchaus in China übliche (und oftmals „blumige“) Redewendungen enthalten und so die Bedeutung einer Aussage unterstreichen.

Die Zusammenarbeit mit Muttersprachlern erleichtert es besonders, landestypische Aspekte in lokalisierten Texten zu berücksichtigen. Die gesamte Qualitätssicherung des Internetauftritts im Hinblick auf die Kernfrage „Würde meine Zielkundschaft diese Bildungsdienstleistung kaufen?“ kann eine Chinesin oder ein Chinese am besten leisten.

Interaktion ein Muss

Chinesinnen und Chinesen erwarten interaktive Elemente auf einer Internetseite. Chatrooms und Foren beispielsweise ermöglichen neuen Kundinnen und Kunden den direkten Austausch mit ehemaligen Teilnehmerinnen und Teilnehmern einer Trainingsmaßnahme und schaffen Vertrauen.

Darüber hinaus möchten Chinesinnen und Chinesen dem Bildungsanbieter ihre Fragen zu einer Qualifizierung in Echtzeit stellen und beantwortet haben. „Viele chinesische Webseiten, insbesondere Seiten für Produkte oder Dienstleistungen, bieten Plattformen für die unmittelbare und direkte Beantwortung der Fragen von potenziellen Kunden“, erklärt Zheng Jian, Gastwissenschaftler vom China Central Institute for Vocational & Technical Education, der für einige Monate im Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) forscht. Für seine Fragen greift der chinesische Nutzer gern zum Smartphone, mit dem heute besonders die jüngeren Chinesinnen und Chinesen ihren kompletten Alltag organisieren.

E-Mails sind nicht das geeignetste Kommunikationsmittel, denn nach der automatisierten Response dauert die eigentliche Beantwortung so lange, dass der konkurrierende Trainingsanbieter schon längst reagiert hat. In der Konsequenz benötigt der deutsche Bildungsanbieter eine Kontaktperson mit Direktwahl-Telefonnummer vor Ort, die Fragen ohne Verzögerungen durch Zeitverschiebung oder Übersetzung sofort beantwortet. Ein Foto der Kontaktperson schafft zusätzlich Vertrauen.

Unmissverständliche Bildsprache

Untersuchungen zeigen, dass sich chinesische Nutzer/-innen vorrangig an Bildern orientieren, während sich Deutsche eher vom Text und der Navigation leiten lassen. Wichtige Botschaften werden daher über Bilder transportiert. Es ist sinnvoll, für den chinesischen Markt farbenfrohe Internetseiten mit vielen visuellen Elementen wie hochwertigen Bildern, Buttons und Animationen zu erstellen. Gerade technische Trainings lassen sich sehr gut mit den genannten Elementen darstellen: Der Klick auf einen Button leitet eine kurze Schweiß-Videoszene ein oder der letzte Button in einer Zeitleiste öffnet die kleine Bildergalerie einer feierlichen Zeugnisvergabe. Hier können einzelne Teilnehmerinnen und Teilnehmern auch gleich ein Statement über den erfolgreich abgeschlossenen Kurs abgeben. Dabei liegt der Wert einer Qualifizierung in China nicht auf „dem Grundstein für meine Karriere“ sondern eher auf „Meine Familie ist sehr stolz, dass ich die zusätzliche Qualifikation erworben habe“.

Wegen des hohen Stellenwerts der Gemeinschaft in China überzeugen eher Bilder, die eine Gruppe Lernender statt Einzelpersonen zeigen. Ein Bild mit mehreren chinesischen Teilnehmer/-innen im Schulungsraum eignet sich besser als ein Ausbilder mit nur einem Trainee.

Bilder mit Gesten sind für interkulturelle Missverständnisse prädestiniert. Für den chinesischen Kontext gibt es dafür ein gutes Beispiel: Während die Faust mit abgespreizten Daumen und Zeigefinger in Deutschland für die Zahl zwei steht, ist es in China die Zahl acht. In anderen Kulturkreisen gibt es Beispiele für noch weitaus gravierendere Bedeutungsunterschiede bei Gesten.





Auch die Farbwahl für die Internetseite kann den Wert der dargestellten Bildungsmaßnahme positiv unterstützen. Die Farbe Rot steht in China für Freude, festliche Stimmung sowie für Reichtum, Macht und Einfluss. Gelb steht unter anderem für Weisheit, Weiß hingegen ist mit Tod und Trauer verbunden. Wenn das Corporate Design (CD) des Bildungsanbieters mit den Bedeutungen der Farben in China harmonisiert, ist das von Vorteil. Wenn es nicht passt, sollten die notwendigen CD-Elemente weiter genutzt werden, aber möglichst häufig die für China besser passenden Farben gewählt werden.

Bewegtbilder sind in China beliebt. Ein Video, in dem eine Gruppe chinesischer Auszubildender ein Interview über das laufende Training gibt, wirkt ansprechender als Personen, die Englisch sprechen oder Chinesisch mit starkem deutschem Akzent. Videos können auch auf lokale chinesische Videoportale geladen werden und die Bekanntheit des Anbieters fördern.

Vertrauen bilden

Beim Text gilt: Weniger ist mehr. Einige Textteile der Internetseite sollten aber ausführlich sein, um Vertrauen beim eher zögerlichen chinesischen Kunden zu schaffen. Dies kann ein ausführlicher Bereich „Über uns“ mit Hintergrundinformationen leisten. Chinesische Nutzerinnen und Nutzer würdigen die Geschichte und Tradition eines Unternehmens als Quell der Expertise und Erfahrung in den angebotenen Dienstleistungen. Auch ein – digitaler – Schnupperkurs und die Bewertungen von Absolventinnen und Absolventen können die vorsichtigen Chinesinnen und Chinesen von der Qualität einer Trainingsmaßnahme überzeugen. Die Auflistung von Veröffentlichungen der ehemaligen Teilnehmer/-innen nach der Weiterbildung ist ein unschlagbares Argument für die Wahl einer Qualifizierung bei genau diesem Bildungsanbieter.

In China gibt es viele glückverheißende Sprüche, Zahlen, Daten und Tiere. Die Symbolik unterscheidet sich stark von der deutschen. So ist ein Drache in China ein glückbringendes Tier, während es in Deutschland negativ besetzt ist. Die Symbolik sollte sowohl in der Sprache als auch in allen sonstigen Elementen Berücksichtigung finden. Auch wenn die traditionelle Bedeutung der Zeichen heute in China schwächer wird, beschreibt Zheng Jian es so: „Wenn ich auf eine Wand mit Hunderten von Fotos blicke, fällt meine Aufmerksamkeit zuerst auf Bilder mit traditionellen Symbolen wie dem chinesischen Drachen oder auf das chinesische Rot.“

Alipay und Baidu

Die übliche bargeldlose Zahlungsmethode in China ist Alipay (chinesisch: Zhi Fubao), die gerade junge Chinesinnen und Chinesen fast ausschließlich nutzen. Es handelt sich um eine Lösung des chinesischen E-Commerce-Unternehmens Alibaba und funktioniert ähnlich wie das in Deutschland genutzte PayPal. Ein Bildungsanbieter, der die Bezahlung über seine Internetseite abwickelt, muss diese in China akzeptierte und weit verbreitete Zahlungsmethode als Bezahloption ermöglichen.

Die meistgenutzte Suchmaschine für Informationen aus dem Inland ist der chinesische Marktführer Baidu. Für Informationen aus dem Ausland verwenden Chinesinnen und Chinesen häufig Bing, die Suchmaschine von Microsoft. Google ist in China nicht jederzeit verfügbar. Angebote ausländischer Bildungsanbieter werden also eher über Bing recherchiert und verglichen, ein Aspekt, der beim Betrieb der Internetseite nicht vergessen werden darf.

Zu beachten sind darüber hinaus die beiden wichtigsten sozialen Internetplattformen in China: Sina Weibo und WeChat. Beide betreibt der chinesische Konzern Tencent Holdings Ltd. Der Mikroblogging-Dienst Sina Weibo ist das „chinesische Twitter“; verschiedene Quellen nennen Nutzerzahlen von 600 Millionen und mehr. Für den Messaging-Dienst WeChat verzeichnet das Statistik-Portal „statista“ 762 Millionen Nutzer/-innen allein im ersten Quartal 2016.

Kleine Anpassungen verbessern Kundenansprache

Die Lokalisierung einer Internetseite für den chinesischen Markt ist ein aufwändiger Prozess, der noch einige weitere Überlegungen erfordert. Neben dem Trend, dass junge Chinesinnen und Chinesen inzwischen ihren Alltag nahezu komplett über Smartphones abwickeln, was ein responsives Design und die Entwicklung von Apps erfordert, spielen Faktoren wie Internetgeschwindigkeit, Zensur, Blockierung von Inhalten durch Firewalls, Affinität der Chinesinnen und Chinesen zu sozialen Medien, Zulassung von Webseiten in China und natürlich chinesische Regulierungen und Gesetze eine wichtige Rolle für den Betrieb einer Internetseite.

Hinzu kommen strategische Überlegungen des Bildungsunternehmens. Diese umfassen zum Beispiel Fragen wie: Soll die gleiche Seite in unterschiedlichen Sprachen für mehrere Zielmärkte gültig sein oder gibt es für jeden Zielmarkt eine eigene Seite? Werden in allen Zielmärkten die gleichen Trainings angeboten oder verschiedene?

Wenn die wichtigsten Fragen beantwortet sind, ist die perfekt lokalisierte Internetseite ein hoch gestecktes, aber erreichbares Ziel. Schon die Berücksichtigung einiger der genannten Elemente verbessert die Ansprache der Kundinnen und Kunden aus China deutlich.

Zum Weiterlesen

IMOVE beim Bundesinstitut für Berufsbildung [Hrsg.]: Leitfaden Internationalisierung des Internetauftritts. Bonn 2010, als kostenloser Download unter www.imove-germany.de/leitfaden-internet oder www.imove-germany.de > Know-how > Publikationen > Leitfäden

Statistiken: **Statista** und **Internet World Stats**



Zertifizierung

Mehr Wert?

Zertifikate spielen für deutsche Bildungsexporteure eine wichtige Rolle. Auf dem internationalen Bildungsmarkt sind Nachweise für die Qualität einer Aus- oder Weiterbildung gefragt. Das Zertifizierungsmodell von AHKs, IHKs und DIHK ist in erster Linie als zusätzlicher Service für die international aktiven Mitgliedsunternehmen der Kammerorganisationen gedacht. Es könnte allerdings auch dazu beitragen, die Wettbewerbsfähigkeit von Bildungsanbietern im Ausland zu erhöhen.

Silvia Niediek

Im iMOVE-Trendbarometer 2016 für die Exportbranche Aus- und Weiterbildung berichteten von den befragten Bildungsunternehmen 47 Prozent, dass sie eigene Zertifikate ausstellen. 22 Prozent verzichten auf Zertifikate und 23 Prozent überlassen die Zertifizierung einem lokalen Partner, wenn dessen Zertifikat staatlich anerkannt ist. 20 Prozent der befragten Bildungsexporteure nutzen die Zertifikate einer deutschen Kammer, 15 Prozent Zertifikate eines Industrieunternehmens. Es sind vor allem die größeren Bildungseinrichtungen, die Kammerzertifikate nutzen, während sich die kleineren Unternehmen auf die eigenen Zertifikate konzentrieren oder ganz auf die Ausstellung eines Zertifikats verzichten.

Nicht nur Befragte im Rahmen des Trendbarometers bezeichnen es als Wettbewerbsnachteil, dass ein umfassend gültiges und bekanntes Zertifizierungssystem für Bildungsgänge aus Deutschland bislang fehlt. Zahlreiche Anbieter beruflicher Aus- und Weiterbildung wünschen sich eine möglichst explizite, allgemein anerkannte Kennzeichnung, dass ihr Produkt dual aufgebaut ist und praxisorientierte Elemente enthält. Als Mehrwert einer Zertifizierung bezeichnen sie einen verbesserten Marktzugang und eine bessere Sichtbarkeit im Markt.

Um internationalen Kundinnen und Kunden die Zuordnung hiesiger Bildungsanbieter zu „Qualität aus Deutschland“ zu erleichtern, führt iMOVE bereits seit Jahren ein eigenes Gütezeichen für Bildungsträger, das seit Kurzem in einem moderneren Design für „Training – Made in Germany“ wirbt. Die Mitglieder im iMOVE-Anbieter-Pool können das Label für ihre Internetseite, Flyer und Poster nutzen und damit zum Ausdruck bringen, dass sie den Qualitätskriterien des iMOVE-Netzwerks entsprechen. Dazu zählt etwa die Anforderung, ein Qualitätsmanagement-System zu nutzen und beispielsweise nach den Standards der Internationalen Organisation für Normung [ISO] oder der Akkreditierungs- und Zulassungsverordnung Arbeitsförderung [AZAV] zu arbeiten.

Während iMOVE ein Gütezeichen für Anbieter entwickelt hat, verfolgen die deutschen Kammerorganisationen den folgenden Ansatz: Mit einem gemeinsamen Zertifizierungsmodell wollen die Auslandshandelskammern [AHKs], die Industrie- und Handelskammern [IHKs] und der Deutsche Industrie- und Handelskammertag [DIHK] nicht die Anbieter, sondern die Bildungsdienstleistungen anhand eigener Standards kategorisieren und zertifizieren.

Drei Qualitätskorridore

Im Dezember 2015 begann der Roll-out des Konzepts, das AHKs, IHKs und der DIHK für die Zertifizierung internationaler Berufsbildungs-Maßnahmen entwickelt haben und dessen Implementierung bis 2018 abgeschlossen werden soll. Es konzentriert sich auf wesentliche qualitative Kernelemente der deutschen Berufsbildung, die trotz erforderlicher Anpassungen an regionale und kulturelle Besonderheiten im Ausland Bestand haben und umgesetzt werden können.



Das iMOVE-Gütezeichen

Laut einer Umfrage von IHK und AHK engagieren sich jede zweite IHK in der internationalen Berufsbildung und sogar zwei Drittel der AHKs, die vorrangig Unterstützungsstrukturen für Industrieunternehmen bieten, welche im Ausland Fachkräfte qualifizieren möchten. Bisher liegt dabei der Fokus auf der Erstausbildung, vor allem in gewerblich-technischen Berufen. Aber die Bedeutung der Weiterbildung wächst. Für jede dritte IHK ist sie ebenfalls ein Handlungsfeld im Ausland. Bei den AHKs trifft dies auf rund 60 Prozent zu. Aktuell werden jährlich 8.000 Auslandszertifikate ausgestellt – mit einem Steigerungspotenzial bis 2018 auf 11.000.

Weil sich Berufsbildungs-Maßnahmen, die im Ausland durchgeführt werden, stark voneinander unterscheiden, wurden drei Qualitätskorridore geschaffen. Dabei entspricht die Kategorie A im Wesentlichen einer Berufsausbildung in Deutschland, die Kategorie B kennzeichnet eine lokale duale Berufsbildungsmaßnahme nach deutschem Vorbild und die Kategorie C markiert eine duale berufliche Qualifizierung mit deutschen Systemelementen. Die deutsche Berufsbildung gemäß dem Berufsbildungsgesetz [BBiG] steht für ganzheitliche berufliche Qualifikationen und Kompetenzprofile. Während sich die systemischen und inhaltlichen Standards in Kategorie A in erster Linie am BBiG, den deutschen Aus- und Fortbildungsordnungen sowie den deutschen Prüfungsordnungen orientieren, richten sie sich in Kategorie B verstärkt an den lokalen Gegebenheiten aus und sind in Kategorie C überwiegend lokal geprägt.

Die Kategorien unterscheiden sich hinsichtlich der Mindeststandards, die für Kernelemente einzuhalten sind. Zu diesen Elementen zählen die Ausbildungsinhalte und -dauer, die Eignung der Ausbilder und der Ausbildungsstätte, das Zeitverhältnis Schule/Betrieb und die Standards der Prüfung. In zwei der drei Kategorien zertifizieren AHKs und DIHK gemeinsam. Alle drei Kategorien sollen die existierenden Formen dualer Berufsbildung im Ausland abbilden und den dualen Charakter der Qualifizierung betonen, wobei „Dualität“ im Konzept der Kammern mehrere Bedeutungsebenen berührt:

- Mindestens zwei Lernorte
- Lernen im Arbeitsprozess
- Zertifiziertes Ausbildungspersonal
- Wirtschaft und Staat kooperieren
- Qualifizierung beschäftigungsfähiger Fachkräfte

Internationale Empfehlung des deutschen Systems

Ende Mai 2016 bot iMOVE den Mitgliedern des eigenen Netzwerks die Möglichkeit, sich über dieses Konzept der Zertifizierung von Bildungsprodukten aus erster Hand zu informieren. Steffen Gunnar Bayer und Yorck Sievers vom DIHK stellten ihr Zertifizierungsmodell für Berufsbildungsaktivitäten im Ausland anlässlich eines iMOVE-Specials in Berlin vor. Sie bekräftigten die Absicht ihrer Organisation, mit der Strategie mehr Klarheit und Transparenz in der internationalen Berufsbildung zu schaffen, lokale Ausprägungen und Möglichkeiten beruflicher Qualifizierung flexibel abzubilden sowie das erfolgreiche deutsche System der Berufsbildung international zu empfehlen.

Damit soll das Konzept auch Impulse für Systemveränderungen geben mit dem Ziel, Doppelzertifizierungen (durch AHK/DIHK und das jeweilige Land) zu ermöglichen, um die Anschlussfähigkeit von Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen zu gewährleisten. Letztlich soll das Konzept auch als Plattform dienen, auf der internationale Berufsbildungsstandards erarbeitet werden können.

Zwar haben sich alle IHKs und AHKs grundsätzlich zu dem Konzept bekannt, aber einige Organisationen werden noch Zeit brauchen, ihre Prozesse so anzupassen, dass die Zertifizierungen vor Ort umgesetzt werden können. Daher müssen Bildungsanbieter jeweils mit der AHK vor Ort klären, welche Möglichkeiten der Realisierung aktuell bestehen. Ein gemeinsames Preisgeflecht existiert nicht.

Anknüpfungspunkte

Die rund 30 Bildungsanbieter im Plenum bescheinigten dem Konzept eine Reihe nützlicher Ansätze und Potenzial für die weitere Ausgestaltung. Großen Anklang fand der Impuls, der internationalen Bildungskonkurrenz mit einem kohärenten Gegenentwurf zu begegnen. Für mehrere Exporteure bot das Konzept gute Chancen, Partnerländer bei der „Dualisierung“ ihrer Berufsbildungssysteme besser als bislang zu unterstützen.

Anknüpfungspunkte für die eigenen Auslandsaktivitäten wurden vor allem in den Kategorien B und C gesehen. Mehrere Unternehmensvertreter begrüßten den Vorstoß, Qualifizierungsmodule überzeugender zu erfassen und zu standardisieren und bezeichneten das Konzept als geeignetes Werkzeug auf diesem Weg. In diesem Zusammenhang kam die Frage auf, ob im Rahmen des Konzepts auch Qualifikationsmaßnahmen berücksichtigt werden könnten, die eine kürzere Dauer als 240 Stunden haben.

Um konkrete Umsetzungsmöglichkeiten für ihre Unternehmen zu prüfen, waren für die Anbieter genaue Informationen darüber wichtig, welche AHKs bereits Zertifizierungen anbieten und zu welchen Preisen sie dies tun. Neben der Erstellung von Anbieter- und Preislisten regten sie an, bei der Preisgestaltung die lokalen Preise für Bildungsmaßnahmen zu berücksichtigen, um die Wettbewerbsfähigkeit nicht zu gefährden. Sie schlugen auch vor, nur die Prüfungen selbst mit AHK-Beteiligung durchführen zu lassen, um den Preisdruck zu mindern. Ein Vorschlag des DIHK zur Verbesserung der Kostenstruktur lautete, dass mehrere Anbieter mit wenigen Prüflingen diese zu gemeinsamen Klassen zusammenfassen, um den Zertifizierungsservice kostengünstiger in Anspruch nehmen zu können.

Problematisch erschien einigen Anbietern, dass die AHKs in einigen Ländern selbst als Bildungsanbieter auftreten und damit in direkter Konkurrenz zu anderen deutschen Bildungsdienstleistern stehen. Damit sei die Gefahr einer Wettbewerbsverzerrung gegeben. Dies gelte besonders dann, wenn ein wachsender Druck entstünde, das Zertifizierungskonzept zu übernehmen, für dessen Einsatz je nach Kategorie und Anzahl der Teilnehmenden Lizenzgebühren in Höhe von mehreren Tausend Euro fällig werden könnten. Mehrere Teilnehmer betonten, dass sie sich die AHKs vor allem in der Position neutraler Dienstleister der deutschen Wirtschaft wünschten.

Die anwesenden Bildungsanbieter begrüßten die Informationen aus erster Hand und den angeregten Austausch über die Kammerstrategie. Inwieweit die von ihnen geäußerten Wünsche bei der Weiterentwicklung des Konzepts berücksichtigt werden und welche Praxiserfahrungen die Bildungsbranche mit dem Zertifizierungsmodell macht, bleibt abzuwarten.



Suchen Sie internationale
Kunden für Ihre Trainings-
angebote?

Präsentieren Sie Ihr
Unternehmen kostenlos
in unserer Anbieter-
Datenbank

► www.imove-germany.de

IMPRESSUM

xPORT – Das iMOVE-Exportmagazin

1. Jahrgang, Heft 2/2016, Oktober 2016
Redaktionsschluss: 05.09.2016

Herausgeber

Bundesinstitut für Berufsbildung [BIBB]
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 Rezen-
sionsexemplare werden nicht zurückgesandt.

ISSN 2367-2145

Erscheinungsweise zweimal jährlich

Bildnachweise

Juanmonino/iStockphoto.com [Umschlag]
Zurijeta/Shutterstock.com [S.2, 8]
Festo Didactic SE [S.4/5, 6]
DrKoernerConsult [S.9]
Akademie Deutsches Bäckerhandwerk
Weinheim [S.10]
Kertu/iStockphoto.com [S.11, oben]
Andreas Poertner/Shutterstock.com [S.11, unten]
Marcin Szymczak/Shutterstock.com [S.12]
Carl Duisberg Centren [S.13, links]
BOLDG/Shutterstock.com [S.13, rechts]
Borna_Mirahmadian/Shutterstock.com [S.14/15]
SJ Travel Photo and Video/Shutterstock.com [16/17]
Travel mania/Shutterstock.com [S.20/21]
Bildungswerk der Bayerischen Wirtschaft [S.22]
Berufsförderungswerk e. V. des Bauindustrie-
verbandes Berlin-Brandenburg e. V. [S.23]
imtmphoto/Shutterstock.com [S. 26]
Prasit Rodphan/Shutterstock.com [S. 29]
Pieter Beens/Shutterstock.com [S. 30, oben]
Fentino/iStockphoto.com [S. 30, unten]
Daniel Jedzura/Shutterstock.com [S. 29]

Druck

W. Bertelsmann Verlag

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



15 Jahre  **MOVE**

TRAINING – MADE IN GERMANY

www.imove-germany.de

EINE INITIATIVE VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Bundesinstitut
für Berufsbildung **BIBB**

- Forschen
- Beraten
- Zukunft gestalten