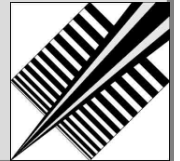
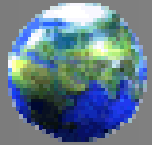


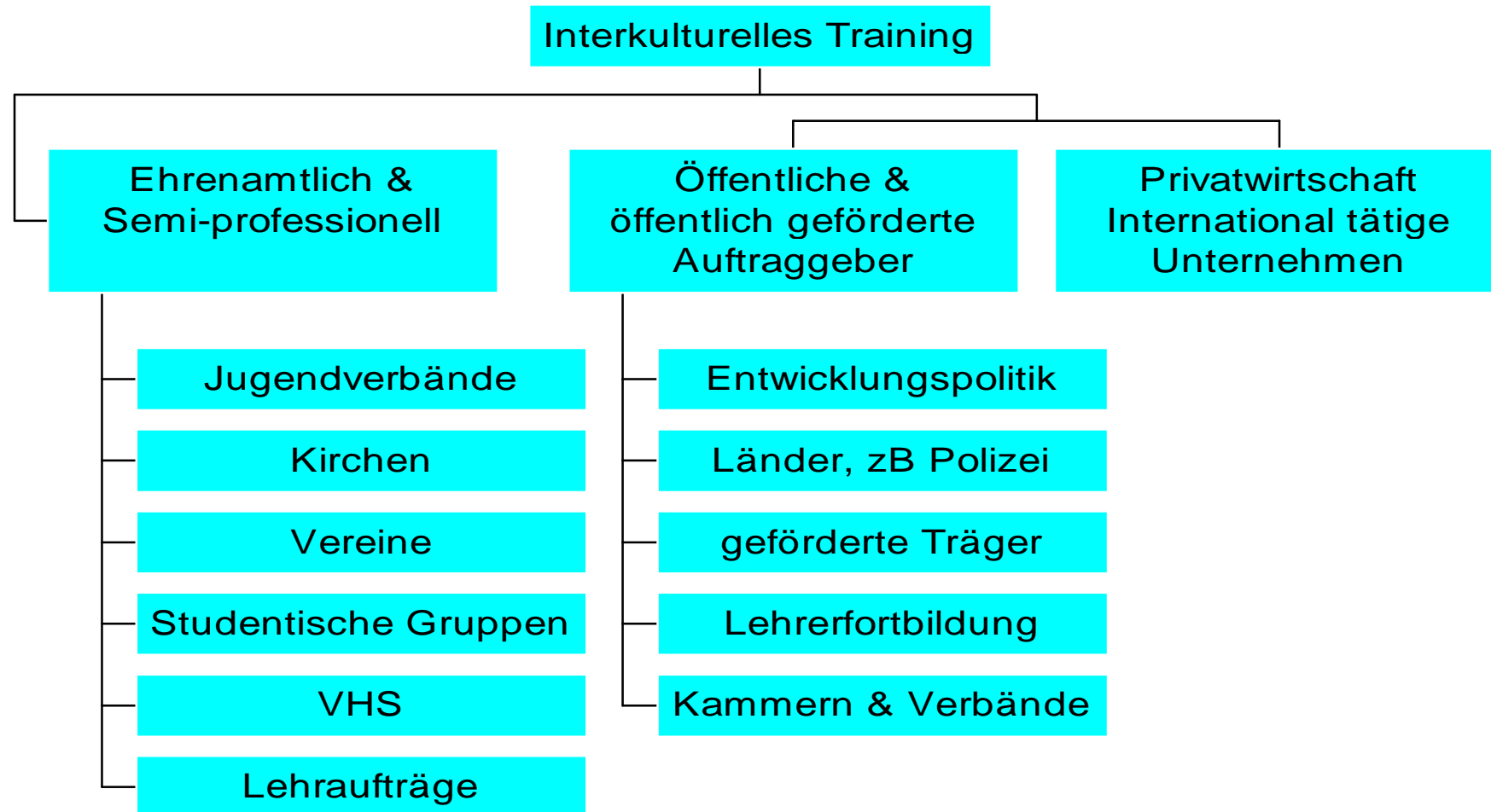
Berufseinstieg

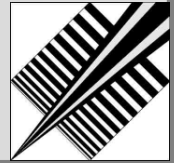
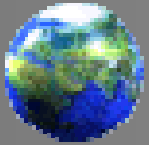
als

Interkulturelle/r Trainer/in



Marktsegmente



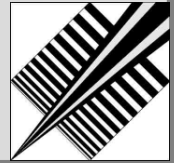
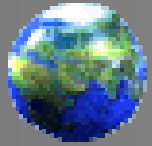


➔ Angestellt, z. B.

- bei interkulturellen Trainingsanbietern;
- bei (Groß-) Unternehmen (PE / OE / interne Consulting);
- bei staatsnahen Unternehmen u. Organisationen:
- bei Verbänden, Vereinen, Kammern (AHK bis VDA)

----- oder -----

➔ Freiberuflich bzw. Selbständig mit Firma

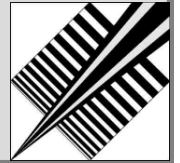
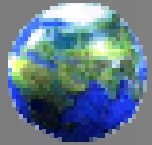


Veranstalter offener Seminare:

- ➔ hohe Vorlaufkosten (Werbung);
- ➔ hohe Risiken (Ausfallgebühren);
- ➔ hoher Management- und Organisationsanteil ;
- ➔ somit hohe Overhead-Kosten;
- ➔ hohe und regelmäßige Teilnehmerzahlen erforderlich;
- ➔ Erfordert breit gefächertes Angebot, somit (freie) Mitarbeiter.

Als Subunternehmer bzw. Anbieter von Firmenseminaren:

- ➔ geringer Einfluß auf Marketing und Werbung, Termine etc.
- ➔ leicht austauschbar
- ➔ kaum Einfluß auf Preisgestaltung / Kostenstruktur etc.
- ➔ hohe Abhängigkeit i.d.R. von wenigen Auftraggebern
- ➔ Sehr hoher Preis- und Konkurrenzdruck!



**erfordert i.d.R. Spezialisierungen;
übliche Formen sind:**

**Spezialisierung auf Länder bzw.
Regionen:**

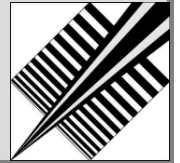
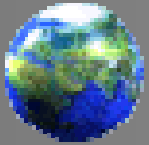
- Nordamerika
- Lateinamerika
- Westeuropa
- Osteuropa
- arabische Länder / Middle East
- Süd-/ Südost-/ Ostasien
- etc

**Je enger die Spezialisierung, desto
höher das Risiko!**

**Spezialisierung bedarf der lfd.
Aktualisierung!**

**plus inhaltliche oder methodische
Spezialisierung, z.B. auf**

- **Auslandsvorbereitung**
- **Projektbegleitende Trainings
(Integrationsprojekte, JV,
Teamentwicklung etc.)**
- **Aufgabenspezifische Trainings
(Verhandlung,
Projektmanagement etc.)**
- **PE-orientierte Trainings
(Nachwuchsgruppen)**
- **bestimmte Berufe /
Berufsgruppen (Lehrer,
Polizeibeamte, Juristen etc.)**

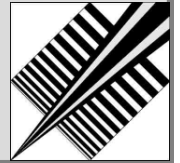
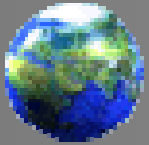


Daten Unternehmensbefragung 1999 (IFIM):

- ➔ *Welche Maßnahmen zur Qualifizierung auf internationale Aufgaben führen dt. Unternehmen regelmäßig durch?*
 - Support-Trainings für interkulturelle Teams 16 %
 - Vorbereitung auf Auslandseinsätze 13,1 %
 - AV auch für Mitausreisende (der 13,1%) 25 %

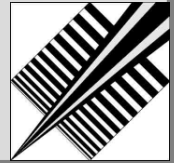
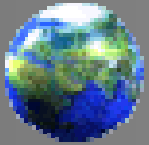
- ➔ *Gibt es systematische Erhebungen im Unternehmen über die Schwierigkeiten bei internationalen Einsätzen / Kooperationen?*
 - NEIN = 94,7 %

Leider hat sich an diesen Zahlen nichts wesentliches geändert!

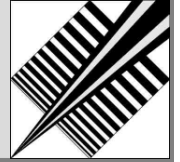
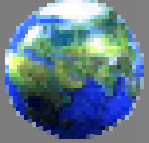


- ➔ ***Bietet das Unternehmen während Auslandseinsätzen spezifische interkulturelle Unterstützungs- oder Weiterbildungsmöglichkeiten?***
 - **Nein = 75 %**

- ➔ ***Bietet das Unternehmen Seminare zur Reintegration nach mehrjährigen Auslandseinsätzen?***
 - **regelmäßig = 0,0 %**
 - **meistens = 5,6 %**

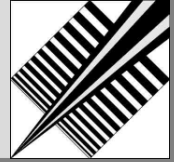
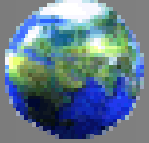


- ➔ **erhebliche konjunkturelle, saisonale und regionale Nachfrageschwankungen (Beispiele: Arabische Länder, Mexiko, Indien, Indonesien, China)**
- ➔ **Deutliche Verkürzung der durchschnittlichen Trainingsdauer; damit stark steigender Aufwand + Akquisitionskosten**
- ➔ **Interkulturelles Training**
 - **ist i.d.R. Teamarbeit (mit ausl. Kollegen); hoher Kostenfaktor!**
 - **haben einen sehr hohen Aktualisierungsaufwand und erfordern regelmäßige Auslandsreisen der Trainer; hoher Kostenfaktor!**
- ➔ **'Unikate' sind erwünscht, doch den Entwicklungsaufwand will niemand bezahlen!**
- ➔ **sinkende / stagnierende WB-Etats bei wachsenden Aufgaben**



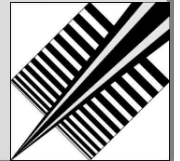
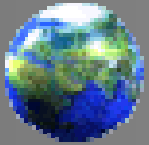
Eine Reihe von Kernproblemen liegt auf der Nachfrage-Seite:

- ➔ **Geringe Erfahrung / unrealistische Vorstellungen bei vielen Kunden!**
- ➔ **'Kunde' und 'Teilnehmer' sind fast nie identisch:
Leider hat der 'Kunde' häufig keine Ahnung von den Problemen der Teilnehmer!**
- ➔ **Erhebliche Strukturprobleme & unklare Zuständigkeiten bei vielen Kunden (Entscheidungskompetenz, Bezahlung, Modalitäten etc.).**
- ➔ **Erhebliche Kostenprobleme durch Umwandlung der WB-Abt. in 'Profit-Center' (Preisaufschläge 40-60%) → Preisdruck**



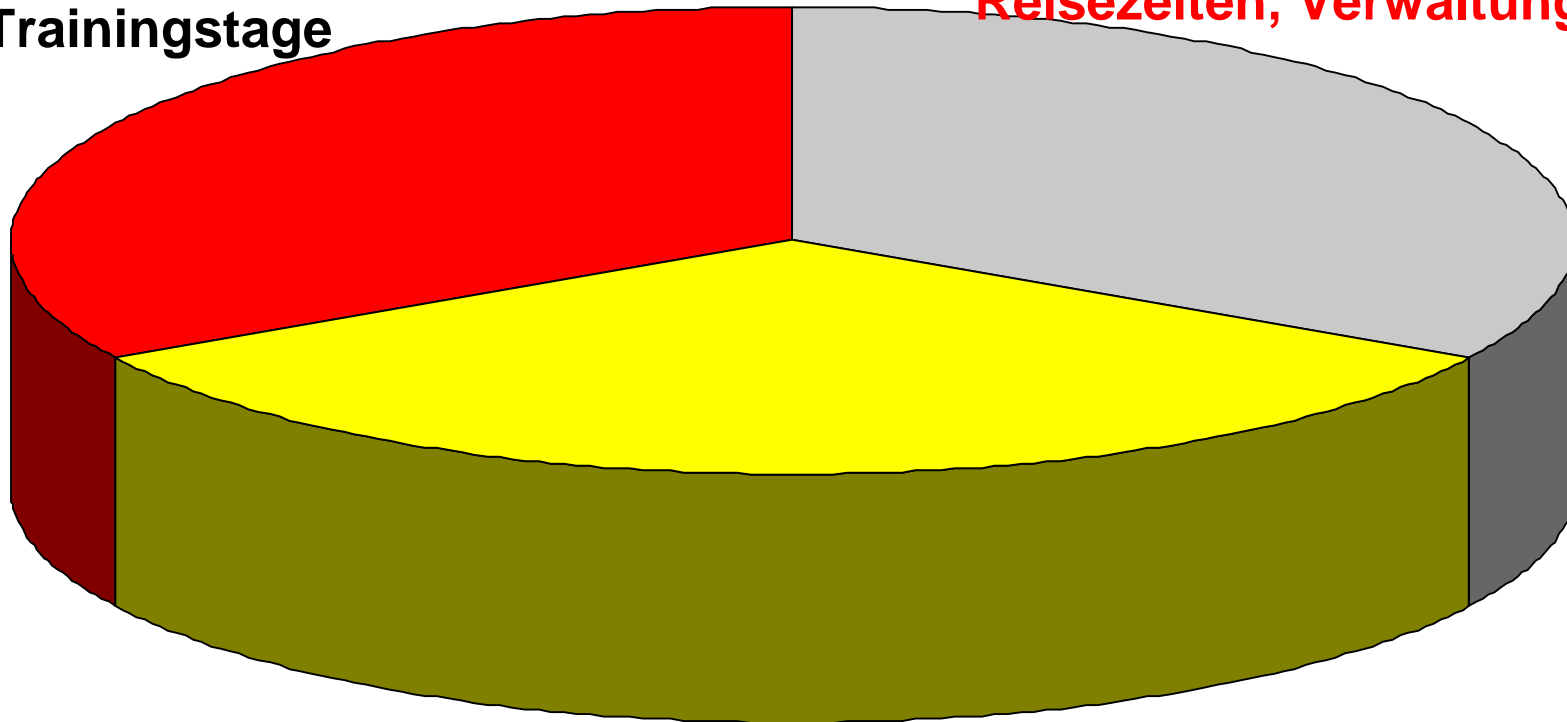
Andere Probleme resultieren aus der Anbieter-Struktur:

- **Extrem niedrige Kapitalisierung der meisten Anbieter:**
sind kaum in der Lage, 'branchenübliche' Ausgaben für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit zu bestreiten.
- **Ausgliederung von WB-Abt. in eigenständige Unternehmen;**
dadurch starke Veränderungen der Marktstruktur
- **Geringe Durchlässigkeit zwischen den einzelnen Marktsegmenten**
- **Extrem geringe Transparenz des Marktes**
- **Niedriger Professionalisierungsgrad auf Anbieterseite**
- **Viele 'Nebenerwerbs-Anbieter' auf dem Markt**



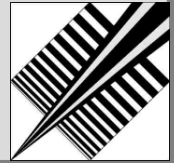
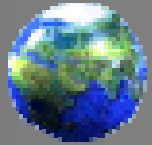
**1/3 verkaufbare
Trainingstage**

**1/3 Aufwand, Vorbereitung
Reisezeiten, Verwaltung etc.**



1/3 Akquise, Marketing & Werbung

Wer 75 (von 220) Arbeitstage verkauft, ist 'gut im Geschäft,!



Honorarentwicklung freie interkulturelle Trainer (Tagessätze) versus Gehaltsentwicklung Angestellte

➔ **Seit 1980:**

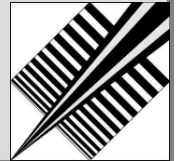
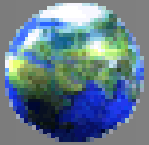
Segment:

Zuwachs in % in 20 Jahren (!)

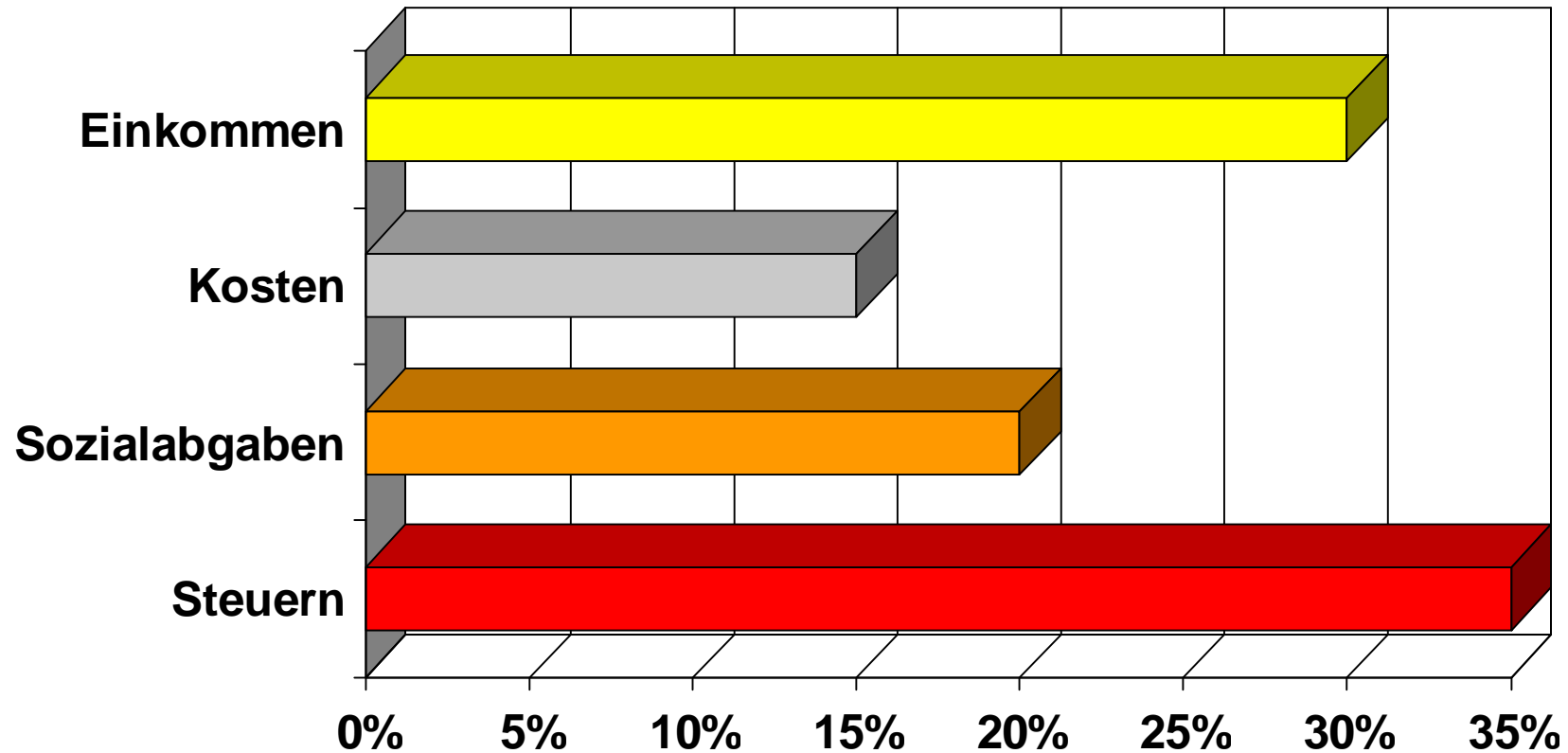
● BAKÖV (öffentl. Sektor Bund/Länder)	ca 17,5 %
● Einzeltrainer Privatwirtschaft	ca 35,0 %
● Angestellte im Mittel	ca 110,0 %



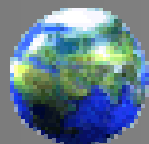
Die Belastungen für Soziale Sicherung, Steuern etc. sind bei Freiberuflern jedoch stärker gewachsen als bei Angestellten!



Von € 50.000.- Netto-Umsatz eines Freiberuflers entfallen ca. auf

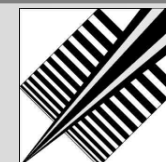


Freiberufler / Selbständige erhalten keine Arbeitgeber-Anteile
und zahlen ihre Sozialkosten aus versteuertem Einkommen!



Werbung: enorme Kosten z B. bei Anzeigen

IFIM



Wirtschafts
Woche

Need

Grundpreise 2003

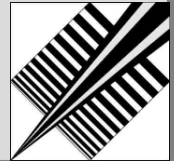
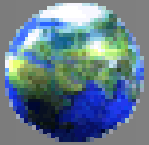
Preisliste Nr. 44, gültig ab 01.01.2003. Alle Preise in € zzgl. MwSt.

Grundformate Formate über Bund Sonderformate Rabatte Formatplan Electronic Directory
GWP Crossmedia

Grundformate 2003

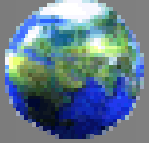
Größe in Seitenteilen		Satzspiegel		Anschnitt		s/w in €	farbig in €
		Breite in mm	Höhe in mm	Breite in mm	Höhe in mm		
1/1	Umschlag	190	254	210	280	-	21.555,00
1/1		190	254	210	280	15.310,00	20.668,00
2/3	2-spaltig	121	254	132	280	10.823,00	14.611,00
1/2	3-spaltig	190	123	210	137	8.697,00	11.741,00
3/6	2-spaltig	121	190	-	-	8.697,00	11.741,00
1/3	Editorial	58	254	69	280	6.100,00	8.882,00
1/3	1-spaltig	58	254	69	280	5.960,00	8.756,00
1/3	2-spaltig	121	124	-	-	5.960,00	8.756,00
1/3 q	3-spaltig*	190	82	210	96	6.192,00	9.906,00
3/12	1-spaltig	58	189	-	-	4.647,00	6.505,00
1/6	1-spaltig	58	125	-	-	3.123,00	4.372,00
1/6	2-spaltig	121	60	-	-	3.123,00	4.372,00
1/12	1-spaltig	58	60	-	-	1.652,00	2.245,00

* Die Anzahl pro Ausgabe ist aus technischen Gründen begrenzt.



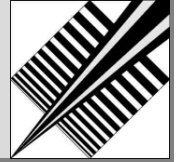
ist - nicht nur - für Marketing und Werbung unerlässlich:

- ➔ **Welche Ziele verfolge ich?**
- ➔ **Wer genau sind meine potentiellen Kunden?**
- ➔ **Wie erfahren diese, daß es mich gibt und was ich anbiete?**
- ➔ **Wie mache ich mich und mein Angebot attraktiv?**
- ➔ **Wie unterscheide ich mich positiv von anderen Anbietern?**
- ➔ **Wie entwickle ich ein 'Image'? Wie werde ich zu einem 'Markenzeichen' auf diesem Gebiet?**

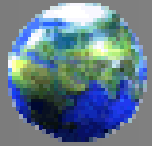


z.B. Ziele des IFIM (in Auszügen)

IFIM

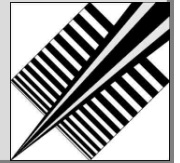


- ➔ **Qualitätsführerschaft im Bereich interkultureller Trainings ausbauen - Qualitätsgarantie für den Kunden**
- ➔ **Position als größter unabhängiger Anbieter halten**
- ➔ **Zentrale Zielgruppe = TOP 100 Unternehmen im internationalen Geschäft**
- ➔ **weiterer Ausbau des Angebots zum 'Systemlieferanten'**
- ➔ **gezielte Bindung ehemaliger Teilnehmer an das IFIM durch systematische Nachkontakte & 'after-sales-service'**
- ➔ **aktive Nutzung des Internets als Instrument der Kommunikation**
- ➔ **und des Marketings durch „Mehrwert-Angebot“ für Kunden und Teilnehmer des IFIM**

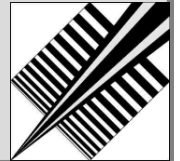
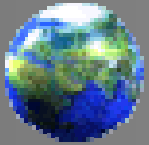


Akquisition: die wichtigsten Fehler / Fehleinschätzungen

IFIM



- **Nicht 'nein' sagen können**
- **Immer und jederzeit verfügbar zu sein**
- **Preise / Honorarsätze nennen, bevor Auftrag (Volumen, Ort etc.) geklärt sind**
- **Unkenntnis des Marktes und der marktüblichen Preise**
- **Fehlkalkulation: Aufwand unterschätzt**
- **Preisdumping via vermeintlicher 'Einstiegshonorare' oder via 'Probeveranstaltungen'**
- **Fehleinschätzung des eigenen Könnens und Wissens**
- **Fehleinschätzung der Gesprächspartner des Auftraggebers**



➡ **Unternehmerische Qualifikationen**

- Marketing & Werbung
- Betriebswirtschaft, Kalkulation, Business-Pläne etc.
- Rechtsfragen (von Steuern, Verträgen bis Unternehmensformen)

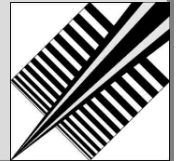
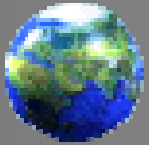
➡ **Konzeptionelle Fähigkeiten**

- Entwicklung von Trainingdesigns
- Entwicklung von Trainingsmaterialien

➡ **EDV - Kenntnisse (die über Anwender hinausgehen!)**

- z.B.: Internet / HTML-Programmierung

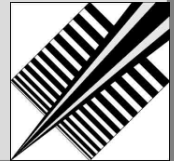
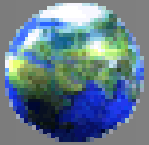




- ➔ **Grundlegende Trainerkompetenzen**
 - Didaktik, Gruppendynamik ...
 - Methodenkompetenz
 - Überzeugungs- & Argumentationsfähigkeit; „Standing“

- ➔ **Interkulturelles Know-how & Theoriekenntnis**
 - „Klassiker“ und Entwicklung
 - unterschiedliche Konzepte / Ansätze im Trainingsbereich
 - relevanter Forschungsstand

- ➔ **Arbeitserfahrung im Ausland & Kenntnis von Organisationen**
 - ca. 2 Jahre Arbeitserfahrung im Inland
 - mind. 1 Jahr Arbeitserfahrung im Ausland



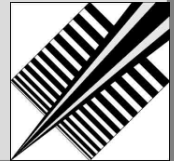
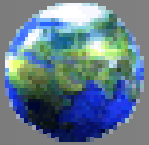
- ➔ Es gibt zuwenig interkulturelle Trainer, die ausreichend gut qualifiziert sind
- ➔ es gibt zuviele interkulturelle Trainer, die unzureichend qualifiziert sind

Beispiel:

- Bewerbungen bei IFM per anno ca. 100
- davon interessant max. 10

Hauptschwachpunkte:

- fehlende Trainerausbildung / Trainererfahrung (z.B. über ehrenamtliche Tätigkeiten); „Handwerkszeug“
- fehlende Organisations- / Unternehmens- / Arbeitserfahrung
- Fehlende / unzureichende Auslands-Arbeitserfahrung



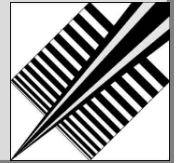
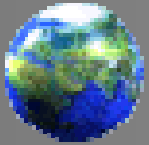
➔ Vorteile einer freien Tätigkeit als interkultureller Trainer:

- Interessantes Arbeitsfeld
- 'Ich-AG',
relativ selbstbestimmtes kreatives Arbeiten



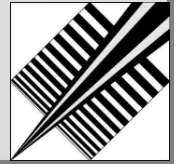
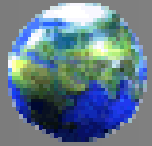
➔ Nachteile einer freien Tätigkeit als interkultureller Trainer:

- Hohe Markteintrittshürden
- Finanzielle Risiken
- Geringer Status
- Geringe Entwicklungsmöglichkeiten
- Dauerstress: Es darf nie etwas schief gehen!



Gerade in der Startphase werden oft Fehler gemacht, für die man ein Leben lang bezahlt:

- ➔ **Keine oder völlig unzureichende soziale Absicherung, insbesondere**
 - Rente (da keine Versicherungspflicht)
 - Krankheit (da keine 'Lohnfortzahlung im Krankheitsfall')
 - Berufsunfähigkeit und Invalidität
- ➔ **Verschuldung wird unterschätzt**
- ➔ **Arbeitslosigkeit (Langzeit), wenn`s nicht klappt**
(schon nach 2-3 Jahren ist man kaum noch vermittelbar)
- ➔ **Enorme Marktschwankungen werden unterschätzt (ein paar Jahre läuft`s gut, plötzlich ist Ende)**



Danke

für Ihre Aufmerksamkeit!