

Foreign Trade Manager

—

Zertifikatslehrgang

Auszug

Industrie- und Handelskammer

Kassel-Marburg

in

Kooperation mit den

Kaufmännischen Schulen Marburg

Alle Module auf einen Blick



Import-Export I+II



Logistics und Supply Chain I+II



Finance I+II und Risk-Management



Business Communication



Intercultural Competence



International Sales I+II

Basisportfolio Zoll und Außenwirtschaft

Modul 1: Import-Export (10 h)

Relevanz

Unternehmen in Deutschland, die vom grenzüberschreitenden Warenhandel nicht betroffen sind, stellen heutzutage die Ausnahme dar. Vielmehr sind Unternehmen oftmals in globale Wirtschaftsketten eingebunden, die kompetentes Handeln über die Grenzen Deutschlands hinaus verlangen. Dazu sind Kenntnisse und Fertigkeiten im Zoll- und Außenwirtschaftsrecht nötig, die letztlich die erfolgreiche Umsetzung internationaler Geschäfte erst ermöglichen. Zahlen belegen, dass durch diese enge Bindung an die Weltwirtschaft fast ein Drittel aller Arbeitsplätze im Handel direkt oder indirekt vom Export abhängen, in der Industrie steigt dieser Anteil sogar auf 50%.

Für Kaufleute in einer der exportstärksten Nationen der Welt sind daher grundlegende Kenntnisse der rechtlichen Rahmenbedingungen ebenso wichtig wie der sichere Umgang mit Dokumenten im Außenhandel, seien diese in digitaler Form oder papiermäßig auszustellen.

Gerade die globalen Ereignisse der letzten Jahre machen es notwendig, dass Politik mit Vorschriften auf diese sicherheitsrelevanten Veränderungen eingeht. Auch wenn der Außenwirtschaftsverkehr grundsätzlich frei ist, bleiben eine Vielzahl außenwirtschaftlicher Handlungen verboten. Diese zu kennen und zu berücksichtigen ist eine unbedingte Notwendigkeit.

Grundlegende Kenntnisse im Zollrecht bei der Ein- und Ausfuhr runden das Basisportfolio ab und vernachlässigen dabei nicht den immer höher werdenden Anteil innergemeinschaftlicher Warenbewegungen.

Grundlagen im internationalen Geschäft

- Einordnung und Bedeutung des Außenhandels
- Wichtige Institutionen bei der Abwicklung internationaler Geschäfte
- Anbahnung internationaler Kaufverträge
- Rechtliche Grundlagen
- Das 1x1 bei jedem Geschäft: Währungsrechnen und INCOTERMS

Wichtige Dokumente für die Abwicklung internationaler Geschäfte

- Einsatz und Bedeutung von Dokumenten im Außenhandel
- Das Konnossement
- Der Seefrachtbrief
- Das FBL
- Die Proforma-Rechnung
- Die Handelsrechnung
- Die Warenverkehrsbescheinigung EUR.1 und A.TR.



Grundlegende Schritte bei der zollrechtlichen Ausfuhr

- Exportkontrolle
- Das 2-stufige Normalverfahren

Grundlegende Schritte bei der zollrechtlichen Einfuhr

- Mögliche Zollverfahren bei der Einfuhr und deren Anwendungsfälle
- Versandverfahren
- Verwendung
- Berechnung der Einfuhrabgaben

EU-Binnenmarkt

- Begrifflichkeiten im innergemeinschaftlichen Warenverkehr
- Basiswissen zur Abwicklung einer innergemeinschaftlichen Lieferung

Modul 2: Logistics und Supply Chain I (10 h)

Relevanz

National und international arbeitende Unternehmen erkennen zunehmend die Bedeutung der Logistik. Neben einer hervorragenden Produkt- und Servicequalität geht es auch darum, ein optimiertes Lieferkettenmanagement zu etablieren.

Die Absolventen des Basiskurses sind in der Lage, die Geschäftsleitung bei wichtigen Fragen der logistischen Abwicklung zu unterstützen. Hierbei erkennen sie, dass die Logistik die Aufgabe hat, die richtigen Waren, Güter und Informationen zur richtigen Zeit, am richtigen Ort und in der richtigen Qualität und Menge bereitzustellen – und das alles zum günstigsten Preis. Sie überblicken, wie Waren- und Lieferketten aufgebaut sind, denken analytisch und treffen erste Entscheidungen hinsichtlich der Planung, Durchführung und Kontrolle von Logistikprozessen. Mit ihrem Wissen unterstützen sie den reibungslosen Ablauf in der Lieferkette.

Die Absolventen können nachvollziehen, wie Supply-Chain-Management- und Enterprise-Resource-Planning-Systeme die Planung und Durchführung logistischer Prozesse unterstützen. Sie sind über die Leistungen verschiedener Verkehrsträger und KEP-Dienstleister informiert. Sie sind in der Lage, die Kriterien bei der Wahl unterschiedlicher Spediteure und Frachtführer aufzuzeigen und diese für die Geschäftsleitung aufzubereiten. Daneben analysieren sie Lagerprozesse mit Hilfe von Kennzahlen.

Waren- und Informationsfluss

- Funktionsweise einer ERP-Software
- Interne und externe Lieferkette

Planung von Transportlösungen

- Verkehrsträger (Straße, Luft, See, Eisenbahn, Binnenschiff)
- Typische Luftfrachtgüter und internationale Warenströme im Luftfrachtsektor (Frachtaufkommen, Frachtflughäfen)
- Verträge und Frachtpapiere
- Haftung und Schadensabwicklung
- Spediteure und Frachtführer als Dienstleister auswählen und einbinden
- KEP-Dienstleister
- Containerverkehr
- Überblick über europäische Wirtschaftsräume
- nationale und internationale Warenströme und Transportrouten
- Lagerungsprozesse
- Lagerarten und Lagersysteme
- Kommissionierung
- Wirtschaftlichkeit in der Lagerhaltung

Modul 3: Finance (10 h)

Relevanz

Durch den Einfluss der Digitalisierung und die sich wandelnden Prozesse im Güter- und Dienstleistungsmarkt kommt der Finanzierung von Außenhandelsgeschäften eine wachsende Bedeutung zu. Maßgeschneiderte Finanzierungen sowohl auf der Absatz- als auch auf der Produktionsseite entscheiden über den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens im Außenhandel. Gerade der gezielte Einsatz von Finanz- und Absicherungsinstrumenten trägt dem Abwägen von Risiken und Sicherheiten Rechnung.

Die Absolventen kennen wichtige Unterschiede in dokumentären Außenhandelsfinanzierungen sowie nicht-dokumentären Geschäften. Dabei wirken sie beim gezielten Einsatz dieser Zahlungssicherungsgeschäfte mit und beraten mit ihrem Hintergrundwissen die Entscheidungsträger im Unternehmen. Sie sammeln erste Erfahrungen mit dem Einsatz von Finanzierungsinstrumenten der öffentlichen Hand und können Risiken im Außenhandel klassifizieren. Sie beschaffen Informationen zu relevanten Fragestellungen hinsichtlich des Einsatzes geeigneter Zahlungsinstrumente und können Dokumente auf ihre Zweckmäßigkeit prüfen. Ihre Bewertung unterstützt die Entscheider in der Anwendung von geeigneten Absicherungsinstrumenten wie beispielsweise Hermes-Deckungen und Bankavalen.

Zahlungsformen und Zahlungsbedingungen im Außenhandel im Überblick

- Dokumentäre Geschäfte (Akkreditiv und Inkasso)
- Nicht-dokumentäre Zahlungsabwicklung (Auslandsüberweisung, Schecks, Wechsel)
- Überblick über weitere Zahlungsformen (insbesondere SEPA-Lastschrift und PayPal)

Finanzierung im Auslandsgeschäft

- Kreditarten und Kreditsicherheiten im Außenwirtschaftsverkehr
- Besondere Aspekte in der Finanzierung (Überblick)
- KfW-Angebote, Bestellerkredit
- Leasing und Factoring

Sicherungs- und Risikomanagementsysteme

- Finanzielle Risiken im Außenhandel
- Bankavale – Überblick und Einsatz
- Euler-Hermes-Angebote und weitere Kreditversicherer
- Terminkontrakte (z.B. im Währungsmanagement)

Modul 4: Business Communication (10 h)

Relevanz

In der Kommunikation mit internationalen Partnern wird Englisch als Brückensprache genutzt. Das Modul Business Communication wird daher vollständig in englischer Sprache durchgeführt. Die Teilnehmer üben die wichtigsten Redewendungen im formellen geschäftlichen Austausch via E-Mail, Brief und Telefon. Sie verschaffen sich einen Überblick über den nötigen Wortschatz des Geschäftsverkehrs und ihrer Branche. Sie tauschen sich über nützliche Tools zum Training von Fachvokabular und Redewendungen aus und stellen sich einen entsprechenden eigenen Werkzeugkasten zusammen. Sie eignen sich wesentliche Konventionen sowohl im Hinblick auf mündliche und schriftliche Kommunikation als auch in Bezug auf angemessenes Verhalten in bestimmten Situationen an.

Kompetentes Handeln in einem multikulturellen Umfeld setzt Interesse an anderen Kulturen, Wissen über diese und Sensibilität im Umgang mit dem Unvertrauten voraus. Angesichts der wachsenden weltweiten wirtschaftlichen, politischen und kulturellen Verflechtungen erweist sich interkulturelle Kompetenz als Schlüsselqualifikation. Die Teilnehmer machen sich nationale, regionale und soziale Unterschiede bewusst. Haltungen und Handlungen, die den Geschäftspartner irritieren, sollten vermieden werden. Auswirkungen von Stereotypen und Vorurteilen auf Handlungssituationen werden beleuchtet.

Die Teilnehmer lernen die wichtigsten Ansätze zur Klassifizierung kultureller Muster kennen. Dadurch erweitern und strukturieren sie ihre Kompetenz, kulturelle Unterschiede wahrzunehmen und wertungsfrei zu akzeptieren. Sie reflektieren ihre eigenen Reaktionen auf kulturelle Besonderheiten, erkennen eigene Bewertungsmuster. Sie machen sich bewusst, dass Geschäftspartner auch ihnen gegenüber kulturell geprägte Erwartungen haben können. Sie beachten wesentliche kulturelle Unterschiede im persönlichen Gespräch und vermeiden Tabuthemen.

Geschäftliche Korrespondenz rezeptiv und produktiv (Brief & E-Mail)

- Unterschiede beim Briefaufbau
- Textbausteine für unterschiedliche Geschäftsanliegen

Telefonische Kommunikation

- Begrüßung / Anrede / Warming-Up
- Höflichkeit
- Feststehende Redewendungen für typische Anliegen



Persönliches Gespräch

- extralinguistische Aspekte: Sprechgeschwindigkeit, Pausen, Blickkontakt
- Konventionen in formellen beruflichen Gesprächen

Aufbau von Fachvokabular und Wortschatz für Small-Talk

- Nützliche Tools und Websites
- Internettrainings

Wahrnehmen und Reflektieren kultureller Prägungen

- Betrachtung von Stereotypen und Vorurteilen
- Überblick über bekannte Ansätze zur Klassifizierung kultureller Muster und Unterschiede (Kulturdimensionen von Hofstede und Trompenaar, Eisberg-Modell von Hall)

Expertenportfolio Foreign Trade

Modul 1: Import-Export II (10 h)

Relevanz

Aufbauend auf den grundlegenden Kompetenzen im Import- und Exportgeschäft werden in diesem Modul vertiefende Kenntnisse und Fertigkeiten erworben, die die Teilnehmer dazu befähigen, internationale Geschäfte nicht nur effektiv abzuwickeln, sondern die damit verbundenen Prozesse zu optimieren. Dies beginnt bereits mit dem Erkennen der mit dem Kauf oder Verkauf verbundenen Risiken, setzt sich über eine Vor- und Nachkalkulation der Preise fort und berücksichtigt grundlegende Rechtsfragen, die ein internationaler Kaufvertrag aufwirft. Zudem wird auf die Absicherung der Transportrisiken eingegangen.

Der Umgang mit weiteren Dokumenten im Außenhandel ist gleichermaßen Gegenstand des Moduls wie die Besonderheiten bei der zollrechtlichen Einfuhr und Ausfuhr. Dabei lernen die Teilnehmer die Vorteile von Zollbewilligungen bei der Verfahrensabwicklung kennen. Weitere Zollverfahren (Zolllager, Veredelung) bei der Ein- und Ausfuhr werden abgegrenzt.

Die Teilnehmer können mit Kenntnissen im Warenursprung- und Präferenzrecht Kostenvorteile generieren.

Vertiefung im internationalen Geschäft

- Risiken und deren Absicherungsmöglichkeiten
- Frachtrechnen (verkehrsträgerspezifisch)
- Vor- und Nachkalkulation eines internationalen Geschäfts
- Internationale Gerichtsbarkeit (Internationales Kaufrecht, Schiedsgerichtverfahren)

Weitere Dokumente für die Abwicklung internationaler Geschäfte

- Der Luftfrachtbrief
- Der internationale Frachtbrief für die Straße
- Der internationale Eisenbahnfrachtbrief
- Internationale Spediteurspapiere

Internationale Transportversicherungsbedingungen und -klauseln anwenden

- Institute Cargo Clauses und DTV-Güterversicherung
- Einsatz von Versicherungen in Verbindung mit INCOTERMS
- Versicherungswert und Prämienberechnung

Besonderheiten bei der zollrechtlichen Ausfuhr

- Vorteile vereinfachter Ausfuhrverfahren nutzen
- Überblick über zollrechtliche Bewilligungen

Besonderheiten bei der zollrechtlichen Einfuhr

- Anwendung und Nutzung eines Zolllagers
- Chancen der aktiven und passiven Veredelung
- Wiederausfuhrverfahren
- Zollarten

Besonderheiten der Warenlieferungen im EU-Binnenmarkt

- Das Zollgebiet der EU
- Internationale Handelsabkommen

Warenursprung und Präferenzen

- Ursprungsarten
- Präferenzräume
- Richtiger Einsatz von Dokumenten zum Nachweis der Ursprungseigenschaft
- Registrierter Ausführer, Ermächtigter Ausführer
- Einblick in Praxisfälle (Einreihung, Verarbeitungsliste, Kumulierung)

Modul 2: Finance und Risk-Management (10 h)

Relevanz

Die Außenhandels- und Auslandsfinanzierung ist von entscheidender Bedeutung, da sich in internationalen Geschäften häufig die Frage des Geschäftsabschlusses an der maßgeschneiderten Finanzierung bemisst.

Gerade Unternehmen, die diese Lösungen anbieten, haben einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Ist der Vertrieb mit Kenntnissen über die zahlreichen Modalitäten, beispielsweise der Absatzfinanzierung - auch mit Hilfe der öffentlichen Hand - informiert, sind teure Preisnachlässe oft nicht nötig.

Zudem lassen sich mit einem geschickten Einsatz zum einen Bankgebühren sparen und zum anderen die Aspekte Risikoabsicherung und Zahlungssicherheit verknüpfen.

Die Absolventen lernen den Einsatz und die Anwendung von dokumentären Zahlungsinstrumenten insbesondere unter der Maßgabe der Anpassung an die aktuelle Situation einschließlich von branchenüblichen Usancen kennen. Sie analysieren die Angebote und Absicherungsmöglichkeiten der staatlichen Stellen (KfW, AKA, Euler Hermes) und entwickeln alternative Finanzierungsideen, die durch eine Partnerschaft auf Augenhöhe mit Hilfe der begleitenden Banken klar vorgezeichnet sind. Mit Blick auf die Finanzierung im Vorfeld stellen die Teilnehmer auch Überlegungen hinsichtlich der geeigneten Finanzierungsarten an. Die Absolventen bewerten diese unter Kosten-Nutzen-Aspekten unter Berücksichtigung von zu tragenden Risiken.

Zahlungsabwicklungsinstrumente im Außenhandel

- Einsatz und Abwicklung von Akkreditiven
- Bestätigte und unbestätigte Akkreditive
- Akzeptakkreditive und weitere Sonderformen
- Besonderheiten bei Zahlbarkeit und Benutzbarkeit
- Checklisten und praktische Umsetzung im Unternehmen
- Einsatz und Abwicklung von Dokumenteninkassi
- Zahlungs- und Akzeptinkasso
- Gemeinsamkeiten und Unterschiede zum Akkreditiv
- Kosten-Risiko-Rechnungen
- Fremdwährungsschecks (Ein- und Ausgang)
- Wechselzahlungen im internationalen Geschäft

Finanzierungsarten

- Eigen- und Selbstfinanzierung
- Fremdfinanzierung
- Darlehensabrechnung und Zinsrechnen
- Spezielle Absatzfinanzierung im AußenhandelBestellerkredit, AKA-Angebote, KfW-Angebote
- Factoring und Forfaitierung
- Leasing / Cross-Border-Leasing / Sale-and-lease-back-Modelle



Sicherungsinstrumente

- Kreditversicherer und Euler Hermes
- Kosten-Nutzen-Rechnung anhand von praktischen Fällen
- Bankavale – Kosten, Einsatz, Nutzen
- Termingeschäfte und Hedging
- Devisentermingeschäfte, Devisenoptionsgeschäfte

Modul 3: Logistics und Supply Chain II (10 h)

Relevanz

Die Anforderungen an einen effizienten und effektiven Austausch von Waren und Gütern sowie von Dienstleistungen und Informationen über die Unternehmensgrenzen und Ländergrenzen hinaus sind heutzutage komplexer denn je. Die ganzheitliche und integrierte Betrachtung dieser Wertschöpfungsketten und -netzwerke erfordert zunehmend komplexe Sicht auf logistische Prozesse und Transportketten.

Die Absolventen erwerben in diesem Baustein vertiefende Kenntnisse, die bei der Abwicklung von internationalen Geschäften aus logistischer Sicht bedeutsam sind. Im Transportmanagement stehen neben den Abwicklungen von Luft- und Seegeschäften auch mögliche Schäden und deren Bearbeitung im Fokus. Die Teilnehmer können aktiv Transportlösungen vergleichen und aus Kosten- und Zeitaspekten bewerten. Insbesondere die notwendigen Papiere und Dokumente, die für die reibungslose Abwicklung mit Spediteuren und Frachtführern gebräuchlich sind, werden aus praktischer Sicht analysiert. Daneben erkennen sie den Nutzen von Transportversicherungen und unterscheiden deren Bedeutung bei unterschiedlichen Verkehrsträgern.

Im Bereich der Intralogistik werden Kommissionierung und Kommissioniersysteme thematisiert und unter deren Bedeutung unter Kostengesichtspunkten beleuchtet.

Warenwirtschaftssysteme und Lieferkettenmanagement

- SCM-Modelle
- Varianten des SCM am Beispiel
- CRP; ECR; VMI; QR; CFPR

Transportlogistik und Transportlösungsmanagement

- Verträge und Frachtpapiere (deutsche und internationale Frachtbriefe im Vergleich)
- Haftung und Schadensabwicklung
- Transportversicherungen anbieten und managen
- Abwicklung von Seetransporten und Containerverladungen
- Konnossemente vs. Sea-Way-Bill
- Abwicklung einer Havarie Grosse
- Luftfracht: Der AWB in der praktischen Abwicklung
- Haftung, Höherdeklarierung und Versicherung
- KEP-Dienstleister
- Internationale Hauptverkehrsrouen und Warenströme

Intralogistik und Logistiksysteme

- Lagerumschlagsgeräte und Kommissioniersysteme
- RFID-gestützte Kommissionierung
- Pick-by-light, Pick-by-Vision, Pick-by-Voice

Modul 4: International Sales I (10 h)

Relevanz

Für agile Unternehmen ist es wichtig, Marktchancen zu erkennen und zu nutzen. Die Absolventen unterstützen die Geschäftsleitung bei der Wahrnehmung und Beurteilung von Entwicklungen in vorhandenen und potenziellen Zielmärkten. Sie nutzen ihre Kontakte als Informationsquelle für wichtige Marktinformationen. Bedeutende Portale und Datenbanken für Länder- und Marktinformationen sind ihnen bekannt, sie beherrschen die angebotenen Such- und Filterfunktionen. Die Absolventen kennen das Angebot der staatlichen Einrichtungen, der IHK und der Auslandshandelskammern. Wenn der Zielmarkt sich stark vom Heimatmarkt unterscheidet und/oder das Produkt kulturabhängig ist, müssen professionelle Dienstleister eingebunden werden. Die Absolventen verfügen über Kriterien zur Auswahl geeigneter Partner.

Märkte und Kundenanforderungen unterliegen raschen Veränderungen. Eine sorgfältige Beobachtung des Marktes ist wichtig, um potenzielle Kundenanforderungen und neue Geschäftsmöglichkeiten zu identifizieren. Die Absolventen kennen zentrale Kriterien zur Beschreibung, Bewertung und Beobachtung von Märkten und Marktentwicklungen. Sie sind in der Lage, eine SWOT-Analyse durchzuführen. Sie beschaffen und bewerten allgemeine, branchenspezifische und unternehmensbezogene Konjunkturdaten. Die Teilnehmer können Produkt- und Wettbewerbs-Benchmarks durchführen und bewerten.

Der Erfolg eines Unternehmens auf den internationalen Märkten hängt wesentlich von einem innovativen Produktsortiment, einem gut angepassten Kundenservice und einer gelungenen Marketingkommunikation ab. Die Wahl der Instrumente orientiert sich dabei an den Besonderheiten der Zielmärkte. Die Entwicklung und Umsetzung der Kommunikations- und Distributionspolitik setzt tiefes Wissen über den Zielmarkt voraus. Geografische, soziodemografische, politische, rechtliche, wirtschaftliche und kulturelle Unterschiede sind zu berücksichtigen. Die Absolventen entwickeln Kriterien, mit denen sie die Marketinginstrumente hinsichtlich ihrer Empfindlichkeit für kulturelle Dissonanzen beurteilen können.

Informationsbeschaffung und Marktbeurteilung

- Informationsquellen für Markterkundung und Marktbeobachtung
- Kriterien der Marktbeschreibung
- Kriterien der Marktbewertung
- SWOT-Analyse

Marktbeobachtung

- allgemeine Konjunkturdaten
- branchenspezifische Konjunkturdaten
- Wettbewerbsbenchmarks
- Sortiment
- POS Aktivitäten
- Investitionen
- Vertriebsmaßnahmen
- Preisniveau
- strukturierte Analyse Auftragseingang, Auftragsbestand
- Absatzprognose

Motive und Marktziele

- Einflussfaktoren (Push-/Pull-Faktoren)
- Marktpositionierungsziele
- Kostenziele
- Gewinnziele
- Finanzziele
- Sicherheitsziele
- Soziale Ziele
- Einflussnahme und Prestigeziele

Internationaler Marketing-Mix

- Standardisierung versus Differenzierung
- Länderspezifische Gegebenheiten
- Adäquate Kommunikationspolitik

Modul 5: International Sales II (10 h)

Relevanz

Ein Unternehmen, das international auftritt, entscheidet für jedes Geschäftsfeld und jedes Zielland, welche Vertriebssystem passt. Je nach Produkt, Volumen, Zielgruppe, Zielmarkt, Investitionsbedarf und politisch-rechtlichen Rahmenbedingungen eignen sich eher direkte oder eher indirekte Formen des Vertriebs. Mittelständische Unternehmen arbeiten häufig mit selbständigen Importeuren oder Vertriebspartnern im Zielland zusammen. Hier gilt es passende Vertriebspartner zu finden und bestehende Geschäftsbeziehungen zu überprüfen. Klare Absprachen und Vertragsregelungen zu treffen vermeidet Konflikte zwischen dem Unternehmen und dem Vertriebspartner. Klare Regelungen stabilisieren die Zusammenarbeit und beeinflussen damit den Erfolg wesentlich.

Die Absolventen erhalten einen Überblick über die verschiedenen Formen der Präsenz auf den Auslandsmärkten und können die Vor- und Nachteile der einzelnen Formen aufzeigen. Sie lernen Kriterien zur Erstellung eines Vertriebspartner-Profiles kennen, um so die Auswahl von möglichen Vertriebspartnern unterstützen zu können Sie nutzen die Ergebnisse von Best Practice Studien und Benchmarking, um Verbesserungsvorschläge für die Beziehung zwischen Unternehmen und Vertriebspartner zu erarbeiten.

Anpassung der Vertriebsaktivitäten an Markt- und Kundenanforderungen

- Formen der Präsenz auf Auslandsmärkten
- Vor- und Nachteil ausgewählter Vertriebsformen
- Auswahl eines Vertriebspartners

Unterstützen von Kundenakquise und Kundenpflege

- Kundenanforderungen systematisch erfassen
- Die Customer Journey begleiten
- Networking
- Ausstellungen, Messen, Events

Modul 6: Intercultural Competence (10 h)

Relevanz

Die Teilnehmer kennen die wichtigsten Ansätze zur Klassifizierung kultureller Muster. Die Bedeutung regionaler und sozialer Unterschiede ist ihnen bewusst; sie kennen Beispiele für nationale Stereotypen und Vorurteile. Im Aufbaulehrgang geht es darum, konkrete Aspekte zu betrachten, die eine positive Kommunikation im interkulturellen Kontext ermöglichen und erleichtern.

Critical Incidents werden zur Illustration kulturell geprägter Wertvorstellungen, Erwartungen, Konventionen etc. herangezogen. Sie sind dazu geeignet, die jeweils eigenen Kulturstandards bewusst zu machen. Sie werden auch als Methode verwendet, um interkulturelle Missverständnisse und Irritationen zu erfassen sowie Strategien der Bewältigung solcher Situationen zu entwickeln.

Interkulturelle Kompetenz kann allerdings nicht als universelle und allgemeine Kompetenz verstanden werden, sondern sie ist auf eine oder mehrere fremde Kulturen bezogen. Daher werden die Teilnehmer sich im Rahmen des Aufbaulehrgangs individuell ein Zielland auswählen und über dieses Land tiefere Kenntnisse erwerben.

Die Teilnehmer präsentieren ihre Ergebnisse in englischer Sprache. Die Präsentation sollte auf (inter-)kulturell relevante Informationen zielen, wozu neben grundlegenden landeskundlichen Informationen auch Sitten und Gebräuche bzw. maßgebliche Verhaltensregeln (Dos & Don'ts) gehören.

Erfolgreich interkulturell agieren

- Geschäftspraktiken/professionelles Verhalten in anderen Kulturen
- kulturspezifische Werte & Einstellungen kennen und berücksichtigen
- kulturspezifische Handlungen und Rituale kennen und berücksichtigen
- verbale und nonverbale Kommunikation
- Auftreten und Vermeidung kultureller Missverständnisse

Interkulturelle Kompetenz (gewähltes Zielland)

- Geeignete Informationsquellen
- Landeskunde (Geographie, Politik, etc.) des Ziellandes
- Sitten und Gebräuche des Ziellandes
- Dos & Don'ts