



Invest
in Bavaria

Fachsymposium des
Virtuellen Ost-West-Kompetenznetzwerks Bayern

am 22.11.2007 im Medienzentrum Passau

Protokolle der Runden Tische



Inhaltverzeichnis

Tisch 1.) Nutzungsmöglichkeiten der Marktanalyse in Bay und MOE	3
Tisch 2.) Interkulturelle Kompetenz (1)	5
Tisch 2.) Interkulturelle Kompetenz (2)	6
Tisch 3.) Welche Qualifikationen brauchen Ost-West Experten? (1)	7
Tisch 3.) Welche Qualifikationen brauchen Ost-West Experten? (2)	8
Tisch 4.) „Best Practice“ erfolgreiche Expansion nach Osteuropa (1).....	10
Tisch 4.) „Best Practice“ erfolgreiche Expansion nach Osteuropa (2).....	11
Tisch 5.) Erste Schritte zur Geschäftstätigkeit in Bayern	13
Tisch 6.) Finanzierung der Internationalisierung von Unternehmen.....	14
Tisch 7.) Forschungsk Kooperation – Technologietransfer	15
Tisch 8.) Grenzüberschreitende Ausbildung – Berufsqualifizierung	16
Teilnehmerliste	17



Tisch 1.) Nutzungsmöglichkeiten der Marktanalyse in Bay und MOE (1+2)

1. Vorstellungsrunde

In einer kurzen Einführungsrunde stellten sich alle Teilnehmer der runden Tische vor. Die Moderation des Tisches übernahm freundlicherweise Herr Berislav Cizmek von der CBBS Management Consulting & Business Building Company. Die Teilnehmer der runden Tische waren sehr heterogen und die Vorstellungen wurden mit Interesse verfolgt. Erste Anknüpfungspunkte an die folgenden Erörterungen wurden sichtbar.

2. Aktivitäten in MOE

Die Teilnehmer schilderten die unterschiedlichen Aktivitäten in den MOE-Staaten und es wurde deutlich, dass die Marktbearbeitung oft, je nach Produkt und Unternehmen, höchst unterschiedlich angegangen wurde. Unterschiedliche Arten, wie der Markt in den MOE Staaten erschlossen wird oder wurde zeigten ein erhebliches Marktpotential für bayerische Unternehmen.

3. Erörterung der Defizite bei der Markterschließung

Folgende Gründe für die Defizite wurden angeführt:

- Umstellung von Plan-, auf Marktwirtschaft
- Die MOE-Staaten sind in ihrer Kultur selber sehr unterschiedlich, so dass es keine Einheitsstrategie für alle gibt. Es kommt auf den Einzelfall an.
- Oft noch Korruption an der Tagesordnungen, um einen Markt erfolgreich betreten zu dürfen
- Fehlende Informationen über die bürokratischen Regelungen und rechtlichen Hintergründe
- Fehlende Ansprechpartner bei den öffentlichen Verwaltungen in den MOE Staaten
- vor allem Sprachbarriere wirkt massiv bremsend
- interkulturelle Besonderheiten werden oft vernachlässigt
- Aufbau von Vertrauen zu ortsansässigen Fach- und Führungskräften schwierig
- Für KMU sind solche Anstrengungen oft nur unter Vernachlässigung der Aktivitäten im Heimatland zu stemmen

4. Wege in die neuen Märkte

Folgende Möglichkeiten wurden diskutiert:

- Vor allem der Weg über den Austausch von Praktikanten und Studenten wird als sinnvoll erachtet, um frühzeitig interkulturell gebildetes regionales Personal anwerben zu können.
- Zudem sollen in intensivierter Zusammenarbeit mit den Hochschulen Studenten mit entsprechender Studienausrichtung ins Unternehmen geholt werden. Dazu soll verstärkt das Wissen der staatlichen Institutionen gefordert sein.
- Der Mitarbeiteraustausch vor Ort in den MOE-Staaten über Expatriats wäre eine Möglichkeit den Wissenstransfer schneller zu vollführen.
- Geschäftsführer im Zielland suchen, Vertrauen aufbauen und anstellen.
- Die Nutzung von regionalen Messen in MOE-Staaten, um Kunden zu gewinnen.
- Unternehmerreisen zur Vorabinformation über die Länder
- Auf das Wissen von ehemaligen Mitarbeitern von erfolgreichen Unternehmen in den MOE Staaten zurückgreifen.



- Als besonders wichtig wurde die Beziehungsebene erachtet. Es ist ein langer Weg eine vertrauensvolle Beziehung zu Partnern in den MOE Staaten aufzubauen. Dazu kann die öffentliche Hand über bestehende Netzwerke einen Einstieg bieten.
- Die Firmeninformationen müssen gezielt an die potentiellen Kunden in den MOE-Staaten gebracht werden. Die Kommunikation der Produktinformationen und der Marke steht im Mittelpunkt.
- Erfahrene Vertriebsangestellte aus den Zielländern müssten gewonnen werden.

5. Fazit – Ergebnis - Aufgaben

Als Fazit der beiden Durchgänge kann festgehalten werden, dass das Marktpotential in den MOE-Staaten erheblich ist und es viele sehr erfolgreiche bayerische Unternehmen gibt. Was fehlt, ist vor allem die Kommunikation und die Darstellung der Erfolge in den Medien, um noch mehr, vor allem kleine und mittlere Unternehmen zu überzeugen. Die öffentliche Hand kann dazu unterstützend über die bestehende Netzwerke und offiziellen Kontakte in die MOE-Staaten einen wichtigen Beitrag zur Aktivierung leisten. Es herrschen aber diesbezüglich noch sehr viele Informationsdefizite, die durch gemeinsame Aktionen der Bayerischen Staatsregierung, der Landkreise und der Hochschulen noch stärker abgebaut werden könnten.



Tisch 2.) Interkulturelle Kompetenz (1)

Leitfrage war, was unter IK zu verstehen ist. Es bestand Übereinstimmung darüber, dass es sich hier um eine Sozialkompetenz handelt, die den richtigen Umgang mit Personen aus anderen Kulturkreisen betrifft und eine gewisse Anpassung eigener Verhaltensweisen erfordert. Von einigen Teilnehmern wurde allerdings betont, dass diese Anpassung von beiden Seiten kommen müsse um zu positiven Ergebnissen zu führen. Vor allem sei es gerade bei geschäftlichen Kontakten wichtig, nicht ausschließlich die fachliche Ebene im Auge zu haben sondern parallel von beiden Seiten persönliche Beziehungen aufzubauen und dabei auch Interesse für die jeweils andere Kultur zu zeigen.

Ferner wurde diskutiert, in wiefern IK erlernbar ist. Einige Teilnehmer waren diesbezüglich eher skeptisch und vermuteten z.B. bezogen auf die Beziehungen zwischen Tschechen und Deutschen im Grenzgebiet darauf, dass dies ein sehr langsamer Prozess sei, der vermutlich 1-2 Generationen in Anspruch nehmen werde. Andere Teilnehmer sahen dagegen durch Praktika oder auch innerbetriebliche Zusammenarbeit in jeweils anderen Kulturkreisen gute Möglichkeiten, hier IK zu lernen und zu praktizieren. Allerdings wurde bedauert, dass es gerade bei Praktika „über die Grenzen hinweg“ noch hohe administrative Hürden gebe. Diese gelte es abzubauen und es wurde auch eine entsprechende Frage an das Podium formuliert.



Tisch 2.) Interkulturelle Kompetenz (2)

Einstiegsfrage war, ob und wiefern man IK trainieren kann. Dazu wurde bezogen auf IK speziell im tschechisch-bayerischen Grenzgebiet von mehreren Teilnehmern festgestellt, dass sich dazu kaum Gelegenheiten bieten. Am ehesten nutzen noch bayerische Firmen die günstigen Arbeitskosten und Förderbedingungen in Tschechien als verlängerte Werkbank. Umgekehrt gibt es nur vereinzelt Vorstöße tschechischer Firmen im ostbayerischen Grenzraum Fuß zu fassen und da treffen sie nach wie vor häufig eher auf Ablehnung durch die dort ansässige Bevölkerung. Am ehesten gibt es noch private Kontakte, z.B. Verwandtenbesuche oder auch Aktivitäten von Sportvereinen.

Aus dieser Feststellung resultierte die Frage an das Podium, welche politischen Ansätze es gibt, IK im bayerisch-tschechischen Grenzraum zu fördern. Aus dem Kreis der Teilnehmer wurde auf das EU-Strukturfondsprogramm „INTERREG Bayern-Tschechien“ verwiesen, das nicht ausschließlich rein wirtschaftliche Projekte fördert, sondern z.B. auch eine zweisprachige Website der Bezirksregierung der Oberpfalz oder grenzüberschreitende Radwegesysteme. Ferner trägt auch die Arbeit der Euregios zur Annäherung und Verständigung bei. Auch gibt es bereits einige Projekte für gemeinsame Ausbildung von bayerischen und tschechischen Jugendlichen z.B. durch das Projekt „Tandem“, das Koordinierungszentrum für den deutsch-tschechischen Jugendaustausch.



Tisch 3.) Welche Qualifikationen brauchen Ost-West Experten? (1)

Thema

Was ist für einen Ost-West Experten wichtiger: Fachliche oder interkulturelle Kenntnisse?

Was kann man bei den Ost-Entsendungen schulen?

- Interkulturelle Kompetenz?
- Fachliche Seite?
- Soft Skills?

Projekt „Bayerischer Wald“ – tschechische Kunden werden berücksichtigt aber die Potenziale werden nicht ausgenutzt

→ Gegenbeispiel: Gesundheitsdienstleistungen für russische Patienten in deutschen Kliniken!

Nutzen

Die Hypo Vereinsbank arbeitet viel mit osteuropäischen Kunden.

→ Spezielle Programme für Auszubildende ausgearbeitet, die nach Osteuropa entsendet werden -für ca. 2 Wochen-, um das Gespür für die Osteuropäische Kultur zu entwickeln.

Interkulturelle Kompetenz ist v.a. in den Grenzregionen von sehr großer Bedeutung – nicht immer werden dort Potentiale ausgenutzt und Kunden, die eine andere Sprache sprechen, berücksichtigt.

Herausforderungen

Bei der Personaleinstellung:

Kandidaten bringen Kenntnisse der osteuropäischen Sprachen und Interkulturelle Kompetenz mit, wollen aber nicht nach Osteuropa entsendet werden, da sie es bevorzugen, mit ihren Qualifikationen, in Westeuropa zu arbeiten. (Bsp. Hypo Vereinsbank)

Tourismus:

Für osteuropäische Hotelkunden ist es sehr wichtig, dass man ihre Sprache beherrscht und ihre Kulturstandards kennt. Interkulturelle Kompetenz und Sprachkenntnisse der Fachleute dürfen bei solchen Projekten wie z.B. im Bayrischen Wald u.v. in den Grenzregionen nicht vernachlässigt werden!



Tisch 3.) Welche Qualifikationen brauchen Ost-West Experten? (2)

Thema

Sprachliche Kompetenz ist sehr wichtig, da es nicht immer möglich ist in Mittel- und Osteuropa auf Englisch zu kommunizieren. Dennoch sind englische und mittel- und osteuropäische Sprachkenntnisse Grundvoraussetzung.

Die Deutsch-Kenntnisse der Mittel- und Osteuropäer sind meist besser als im umgekehrten Fall.

An den Fachhochschulen sei es – nach der Meinung einer Teilnehmerin – schwierig sich mittel- und osteuropäische Sprachkenntnisse anzueignen. Mangels Teilnehmerzahl kommen oft nicht einmal die fortgeschrittenen Kurse zustande. An den Universitäten ist das Angebot besser.

Eine weitere wichtige Anforderung ist die Bereitschaft längere Zeit im Ausland aktiv zu sein.

Die Aktivitäten Mittel- und Osteuropäischer Investoren in Deutschland wird oft überschätzt, da viele Freiberufler in der Statistik enthalten sind.

Ein weiteres Problem ist, dass zu wenige Nachwuchskräfte nach Mittel- und Osteuropa möchten. Mittel- und Osteuropäer, die in Deutschland studiert haben, möchten oft nicht dorthin zurück. Die besten Kandidaten sind jedoch Muttersprachler, die zugleich eine Affinität zur Region haben.

Nutzen

Die Anforderungen an Sprachkenntnisse sind sehr hoch, weil man sich in einer Fremdsprache auch bei sehr guten Kenntnissen leicht im Ton vergreift.

Wer die thematisierten Anforderungen erfüllt, hat gute Chancen im Consulting und in der Industrie, insbesondere beim Aufbau internationaler Marktpräsenz. Je exotischer die Sprachkenntnisse seien, desto größer sei das Potential.

Beispiel: In der Gastronomie im Deutsch-Tschechischen Grenzgebiet, finden sich kaum tschechischsprachige Speisekarten. Hier wird ein touristisches Potential verschenkt, obwohl tschechische Touristen in Deutschland im Schnitt fast genau so viel Geld ausgeben, wie deutsche Touristen in Tschechien.

Erfolgreiche Beispiele für die Verwendung anderer Sprachen bei Angeboten in Deutschland sind, türkische Bankkonten bei der HypoVereinsbank oder die internationalen Büros (Japan, Russland, China etc.) bei Invest in Bavaria, dort werden Interessenten in der jeweiligen Muttersprache betreut.

Herausforderungen

Eine russische Werkstudentin bei Siemens äußerte die Erfahrung, dass für beruflichen Erfolg wesentlich mehr notwendig sei als die Sprachkenntnisse. Erforderlich seien zusätzlich fachliche Kenntnisse, z.B. Wirtschafts- oder IT-Kenntnisse.



Im Mittelstand ist (nach Dr. Elsner) die sprachliche und kulturelle Kompetenz, zusätzlich zu wirtschaftlichem Grundverständnis, besonders wichtig, da dieser keine eigenen Auslandsabteilungen hat, die diese abdecken. Berater sind für den Mittelstand oft zu teuer, so dass diesem oft jegliche kompetente Unterstützung fehlt. Das führt zu einer Blockade bei Entscheidungen über die Internationalisierungsstrategie. Als Ausweg bleibt dann, sich mit größeren Unternehmen zusammenzutun oder einen Partner im Ausland zu suchen. Markus Unterberger von der Personalberatung Hill International hatte die Erfahrung gemacht, dass auch große Unternehmen oft Nachholbedarf bei interkulturellen Kompetenzen haben.

Dr. Elsner sagte, dass man die Internationalität im Kopf tragen müsse. In Deutschland fehlt diese internationale Orientierung noch, was evtl. geschichtlich bedingt ist.

Soft Skills werden immer mehr gefragt, genau so wie unternehmerisches Denken. Auch Techniker sollten mehr Selbstverantwortung übernehmen.

Praktikumsplätze für deutsche Studierende in Unternehmen in Mittel- und Osteuropa sind noch zu schwer zu finden.

Mittel- und osteuropäische Absolventen deutscher Hochschulen benötigen nach dem Studium in Deutschland eine Arbeitsgenehmigung. Dieser bürokratische Aufwand schreckt die meisten Arbeitgeber ab.

In grenznahen Regionen (Tschechien) wird in deutschen Schulen zu wenig Tschechischunterricht angeboten.



Tisch 4.) „Best Practice“ erfolgreiche Expansion nach Osteuropa (1)

Thema

Tschechien wird zunehmend ein Absatzmarkt für bayerische Unternehmen. Die Lohnkosten in Tschechien liegen immer noch bei ca. 1/4 -1/5 der Lohnkosten in Deutschland. Dieser Wert stagniert nahezu in den letzten Jahren.

Die Kooperationsfähigkeit zwischen bayerischen und tschechischen Klein- und Mittelstandsunternehmen nimmt stetig zu.

Produktivitätsvorteile liegen auf deutscher Seite (v.a. bei der Einzelfertigung).

Tschechische Fördermittel stehen KMUs (Klein- und mittelständische Unternehmen) nicht zur Verfügung.

→ Gefördert werden in Tschechien v.a. Großunternehmen.

Nutzen

Die räumliche Nähe zu Tschechien (Bayern – Westböhmen) ist ein wichtiger Standortvorteil für bayerische Unternehmen.

Auslandsengagement (Kooperationen) von Unternehmen kann helfen in Bayern Arbeitsplätze zu sichern.

Herausforderungen

Das Ausbildungssystem in Tschechien muss verbessert werden (kein duales Ausbildungssystem).

Fachkräftemangel ist in Tschechien ein zunehmendes Problem (u.a. wegen der Abwanderung von Fachkräften).



Tisch 4.) „Best Practice“ erfolgreiche Expansion nach Osteuropa (2)

Thema

Wichtige Beispiele für eine erfolgreiche Expansion nach Osteuropa

1.) Mühlbauer Maschinenbau GmbH

Die Firma hat einen Teil der Produktion nach Tschechien verlagert, hatte jedoch Probleme beim Einstieg in den tschechischen Markt, welche aber gelöst werden konnten.

2.) Bayern Handwerk International (BHI)

BHI hat in Pilsen eine Niederlassung gegründet. Diese Repräsentanz des Bayerischen Handwerks hilft den bayerischen Firmen, eine Niederlassung in Tschechien zu gründen und in den Markt einzutreten.

→ Konkrete Fälle sind Automobilzulieferer, Fensterproduzenten oder Gebäudereinigungsfirmen (letztere haben sich alle für Tschechien entschieden).

Nutzen

Zu 1.)

Lohnkosten pro Mitarbeiter im Vergleich:

CZ	→	8 – 9 €
D	→	ca. 43 €

Produktivität im Vergleich D zu CZ:

- bei Prototypenherstellung 1:5
- bei Serienproduktion 1:1,5 bis 2 > deshalb Verlagerung nach CZ

Zu 2.)

Der tschechische Markt ist aufgrund niedriger Lohnkosten attraktiv. Die Produktivität ist jedoch im Vergleich zu Deutschland sehr gering.

Deutsche Unternehmen wählen bei Osterweiterungen bevorzugt Standorte, an denen sich andere Firmen (manchmal auch direkte Konkurrenten) bereits nieder gelassen haben.

Herausforderungen

Zu 1.)

Der Einstieg mit hochwertigen Produkten scheiterte. Gründe hierfür waren:

- ungenügend qualifizierte Mitarbeiter,
- lange Einarbeitungsphasen (meist bis zu 6 Monaten),
- tschechisches Ausbildungssystem zu theoretisch.

→ Eine Lösung war, die Einarbeitungsphase vor den Markteinstieg zu setzen (dadurch können Lücken im tschechischen Ausbildungssystem kompensiert werden).

Zu 2.)



Invest
in Bavaria

Auch hier das Problem des Fachkräftemangels.

→ Lösungen:

- Tschechische Hochschulabsolventen werden im Betrieb in Deutschland ausgebildet, um nach der Einarbeitungsphase wieder in Tschechien eingesetzt zu werden
- Deutsche Fachkräfte werden als „Trainer“ in Tschechien eingesetzt

Prinzipiell muss bei der Personalführung auch die Mitarbeitermotivation berücksichtigt werden – dies ist in Tschechien sehr wichtig! Geld steht hier nicht an der ersten Stelle – zusätzliche „Vorteile“ für Mitarbeiter zählen und sollten angeboten werden: Soziale Versicherungen, Abholservice, Betriebskindergarten usw.



Tisch 5.) Erste Schritte zur Geschäftstätigkeit in Bayern

Thema

Die Bedeutung Mittelosteuropas für Bayern steigt. Deutliches Anzeichen hierfür ist, die ständige Zunahme von Ausstellern und Besuchern aus Mittelosteuropa bei internationalen Messen (vor allem aus Tschechien, Polen und Russland).

Gibt es bei der Ansiedlung in Bayern Landes- bzw. Branchenspezifische Unterschiede?

Gerade im Immobiliensektor gibt es noch wenige Erfahrungen mit mittelosteuropäischen Investoren.

Welche konkreten Probleme bietet der Markteintritt in Bayern?

Nutzen

Mittelosteuropa ist wirtschaftlich wie politisch relativ unhomogen. Um den Markteintritt in Bayern zu erleichtern, muss differenzierter auf Landesspezifische Voraussetzungen eingegangen werden (wie z.B. die Sprache). Ein Vorschlag auf der begrifflichen Sphäre, wäre hierbei nicht mehr von Mittelosteuropa, sondern von den jeweiligen Ländern zu sprechen.

Prinzipiell ist die Ansiedlung aus Osteuropa nicht auf Branchen zentriert, es kristallisieren sich jedoch einige Branchen, als besonders gefragt, heraus. Diese Branchen sind, IT, Logistik, „Flug-“Technologien und Lebensmitteltechnologien.

Aktuell engagieren sich aus Russland zunehmend mittelständige und kleine Unternehmen in Bayern (laut Valentina Balakina).

Zentrale Anlaufstelle für Gründungsfragen in Bayern sind: IHKs, Steuerberater und Rechtsanwälte.

Herausforderungen

Generelle Probleme osteuropäischer Unternehmen beim Markteintritt sind, die Größe und Struktur des Marktes, das Einschätzen von relevanten und irrelevanten Geschäfts- bzw. Betätigungsbereichen und die Mentalität sowie die Sprache.

In Russland gibt es besondere Probleme wegen Mentalität und Rechtssystem und der besonderen Bedeutung der Sprache.

Es können nicht immer geeignete Mitarbeiter vor Ort gefunden werden.



Invest
in Bavaria

Tisch 6.) Finanzierung der Internationalisierung von Unternehmen

Thema:

- Fördermöglichkeiten öffentlicher Institutionen in Deutschland
- EU-lokale Fördermöglichkeiten in Mittel- und Osteuropa
- Aufstellung der Banken in Mittel- und Osteuropa

Herausforderungen:

Sicherheitsbedingungen der lokalen Banken in Mittel- und Osteuropa



Invest

in Bavaria

Tisch 7.) Forschungsk Kooperation – Technologietransfer (1+2)

Thema

Welche Risiken birgt der T-W (Technologie- und Wissenschafts-) Transfer?

Welche Partner kommen in Frage?

Wie finde ich die richtigen Partner?

Bedeutet Technologietransfer = Arbeitsplatztransfer?

Nutzen

Potentiale:

Durch gute Schulen/Hochschulen könnten die großen Qualifikationspotentiale wesentlich effektiver genutzt werden. Es wären Investitionen in erheblichem Umfang nötig.
→ Gerade Russland bietet hier große Potentiale wg. der Nähe zu Rohstoffen bei relativ hohem Wirtschaftswachstum.

T-W Transfers werden durch Kulturverwandtheit erleichtert (z.B. mit Russland), bzw. bei fehlender Verwandtheit erschwert (z.B. China).

Viele Ost- und Mitteleuropäische Wissenschaftler publizieren zu wenig auf Englisch → Sprachhürden

Lukrative, vor allem kommerziell relevante, Forschung wird oft aus Kooperationen ausgenommen. Dies vermindert in vielen Fällen Effektivität, Schnelligkeit und Qualität der Forschung.

Als Hightech-Standort dient Deutschland (respektive Bayern) oft als Stabilisierung des Unternehmens. Einfache Arbeiten werden jedoch gerne auf die „verlängerte Werkbank“ Osteuropa geschoben.

18 Forscher in Budapest haben im Moment Finanzierungsschwierigkeiten bei der Umsetzung von Patenten. Die Finanzierungsmoral im Technologiebereich muss noch weiter steigen!

Herausforderungen

Russland benötigt dringend T-W Kooperationen um aufzuschließen und Potentiale zu nutzen.

Es muss gelingen mittelständische Unternehmen vor Wirtschaftsspionage bzw. Patentverletzungen zu schützen, da dies oft ein Kooperationshemmnis darstellt.

Firmengründungen scheitern zu oft an kulturellen Hürden bzw. Mentalitäts-Unterschieden.



Invest

in Bavaria

Tisch 8.) Grenzüberschreitende Ausbildung – Berufsqualifizierung (1+2)

Thema / Nutzen

Ziele:

- Zertifizierte Ausbildung für beide Seiten mit Berücksichtigung der Hindernisse gegenüber der Berufsausbildung.
- Duale Berufsausbildung / Modularisierung:
Pilotprojekt im Kaufmännischen Bereich sowie in gewerblich-technischen Bereich. Beim letzteren ist die Ausführung des Projektes schwieriger. Aber ein Gewerbezentrum wird 2008/2009 gegründet. Höhere Kosten, da z.B. teure Maschinen und Einrichtungen benötigt werden. → Tschechisches Zeugnis + Zeugnis der IHK in Kooperation mit der DIHK.

Herausforderungen

Gut ausgebildete Fachkräfte sind in Osteuropäischen Ländern (z.B. Tschechien, Polen, Ungarn) schwerer zu finden. Die Ausbildungsstandards sind im Vergleich zu Deutschland deutlich niedriger.

→ Grund hierfür ist zu einem erheblichen Teil das Fehlen einer dualen Berufsausbildung (wurde in CZ 1992 abgeschafft!).

Hochschulausbildung wird eher gefördert, Berufsausbildung oft vernachlässigt.

Problem bei den Titeln (Abschlüsse).

Welche Titel sollen angeboten werden, damit die Ausbildung trotzdem attraktiv bleibt? Momentan liegt der Fokus auf Ingenieuren, welche aber wenig berufliche Praxis genießen, sondern nur gute Theoriekenntnisse. Oft finden ausgebildete Arbeitskräfte trotz Titel keine Arbeit, obwohl ein Fachkräftemangel besteht.

Es ist auch ein Problem Lehrwillige flächendeckend für z.B. kleine Betriebe zu finden. Pilotprojekte hierzu laufen noch in der Umgebung von Prag.

Viele denken, dass große Unternehmen die am besten qualifizierten Arbeitskräfte „aussaugen“, jedoch hängt Vieles vom Führungsstil des jeweiligen Unternehmens ab. Gut geführte Unternehmen haben weniger Schwierigkeiten bei der Personalakquise.

→ Wichtig sind die Kontakte von Unternehmen (Netzwerke/Universitäten/Berufsschulen).



Teilnehmerliste

Anrede	Vorname	Name	Firma	Funktion
	Tanja	Amtmann	Universität Passau	Studentin der Sprachen-, Wirtschafts- und Kulturraumstudien an der Universität Passau
	Barbara	Attenberger-Haimerl		
Dr.		Majecek	ICUnet. AG	
	Valentina	Balakina	Peter Fleschutz Graf von Carmer	
	Claudia	Barth		Dolmetscherin
	Bernhard	Bauer	Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer	Bayerischer Repräsentant in Tschechien
	Rainer	Beck	HWK Marktredwitz	Kooperationsberatung EU-Erweiterung
Dr.	Jan-Erik	Beuttel	Stadt Regensburg	Amt für Wirtschaftsförderung
	Bérénice	Burger	Invest in Bavaria	Projektmanagerin CEE
Dr.	Patricia	Callies	Invest in Bavaria	Projektmanagerin CEE
	Berislav	Čižmek	CBBS Management Consulting & Business Building Company	CEO
	Joachim	Czech	Your Own Brand GmbH	Gesellschafter
	Nikolas	Djukic	BAYHOST	Praktikumsbörse & Beratung
Dr.	Alexei	Dvorianov	METIS Management Group GmbH	Vice President CEE Markets
	Albert	Eckl	Hans Lindauer Institut	Vorstand
Dr.	Alexander	Elsner	METIS Management Group GmbH	Geschäftsführer
	Anna	Esz	Generalkonsulat der Republik Ungarn, München	Handelskonsulin
	Zdenek	Fajkus	Strategische Investitions- und Betreuungsgesellschaft bR	Geschäftsführer
	Monika	Fleischer		Dolmetscher
	Peter	Franke	PCA EDV-Consulting GmbH	Geschäftsführer
Prof.Dr.	Wolfgang	Gerke	Cluster Finanzdienstleistungen	
Dr.	Karl-Heinz	Hanne	Bayern Innovativ	Innovation Relay Center Bavaria, Bayern Innovativ
	Bernhard	Häring	Brücke Osteuropa	Mitglied des Vorstands
Dr.	Martina	Hartl	Invest in Bavaria	Leiterin der Projektgruppe Invest in Bavaria bei Bayern International
	Waldemar	Herfellner	Bayerwald Marketing GmbH	Wirtschaftsförderung Regen
	Christian	Hoffmann	Radisson SAS Resort Wutzschleife	
	Kata	Illessy	Verlagsgruppe Passau	



	Thomas	Jan	interfides Steuerberatungsgesellschaft mbH	Steuerberater
Dr.	Kotina	Jiri	Eu-Kooperation	
	Monika	Jurowicz- König	HypoVereinsbank AG	Area Manager
Prof.Dr.	Reinhold	Kiehl	RKI-Institute	Direktor
	Peter	Kiener	Erziehungsberatung Cham	
	Helmut	Kling	LfA Förderbank Bayern	Abteilungsleiter Außenwirtschaftsfinanzierung
	Martin	Koča	GO! Express & Logistics s.r.o.	Managing Director
	Lubomir	Kroupa	KCONSULT	Gründer
	Eva	Kudrnova	Czech Innovation Relay Centre	Project Manager
	Stefan	Kukla	DATEV eG	Leiter Internationale Märkte
	Laszlo	Lang	EuroVertical GmbH	Geschäftsführer
	Theresa	Langer	Universität Passau	Wissenschaftliche Mitarbeiterin
	Friedrich	Lankl	Filag s.r.o.	CEO
	Markus	Lemberger	Wirtschaftsförderungsgesellschaft Landkreis Cham	Wirtschaftsportal Regioport
	Tibor	Lévay	ATLAS Innoglobe Kft.	Geschäftsführer
	Fruzsina	Lévay	ATLAS Innoglobe Kft.	Manager Assistentin
	Erika	Levi		Dolmetscher
	Magdalena	Lieb	Universität Regensburg	Studentin der Ost-West- Studien an der Universität Regensburg
	Antal	Locher	Generalkonsulat der Republik Ungarn, München	Wirtschaftskonsul
	Günther	Loibl		Ministerialbeauftragter für die Realschulen in Niederbayern. a. D.
Lic.oec.int.	Tetyana	Lutsyk- Siemers	EBGA-Institut Hof	
	Regina	Mannanova	interfides Steuerberatungsgesellschaft mbH	
	Brigitte	Marcolla- Robert	Übersetzungsbüro Marcolla- Robert	Dolmetscherin
	Hans	Meyer	IHK für Niederbayern	Geschäftsfeld Starthilfe und Unternehmensförderung
	Karl-Heinz	Mißlinger	Allfinanz-Immobilien	
	Sebastian	Modlmayr	HypoVereinsbank AG	
	Willi	Mühlbauer	MKL Solid Technology	Verkaufsleiter
	Johann	Mühlbauer	Mühlbauer Maschinenbau GmbH	Geschäftsführer
	Sebastian	Naumann	Inline Sales GmbH	Geschäftsführender



				Gesellschafter
	Susanne	Neumann	Deutsch-Tschechische Industrie- und Handelskammer	Abt. Aus- und Weiterbildung
	Florian	Obermayer	Messe München	Referent Mittel- und Osteuropa
	Magdalena	Pekala	Universität Regensburg	Studentin der Ost-West-Studien an der Universität Regensburg
Dipl.-Ing.	Heinz	Plöchinger	THYRACONT VACUUM instr. GmbH	Geschäftsleitung
	Élise	Prézelin	Invest in Bavaria	Projektmanagerin
	Rainer	Ptok	Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e.V.	Leiter der Außenwirtschaft
	Heinrich	Ralph	Landratsamt Freyung-Grafenau	
	Svetlana	Remizova	Invest in Bavaria	
	Josef	Sauer	Sauer Immobilien	Inhaber
	Klaus	Schedlbauer	Landratsamt Cham	Wirtschaftsreferent
	Thomas	Scherer	schererdesign	Inhaber
	Marion	Schmid	VHS Cham	
	Birgit	Schulte		Dolmetscher
	Falk	Senger	Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie	Referatsleiter Außenwirtschaft MOE-/GUS-Staaten
	Jimmy	Sengl	Invest in Bavaria	
	Jana	Skovronkova	Filag s.r.o.	Projektleiterin
	Carola	Söllner	Perspektive Osteuropa	
	Peter	Sonnleitner	IHK Passau	Geschäftsführer Betriebswirt
	Pavla	Stará	GO! Express & Logistics s.r.o.	Sales Manager
	Éva	Szekeres	Innogate Consulting	Geschäftsführerin
	Ferenc	Szilágyi	GAMAXCOM	
	Árpád	Verres	Interregal Hungária Kft	Berater
Dr.	Tanja	Wagensohn	BAYHOST	Geschäftsführerin
Dr.	Günther	Wagner	Bayern Handwerk International Repräsentanz Pilsen	Repräsentant Bayern Handwerk
Dr.	Jürgen	Weber	Regierung von Niederbayern	Ltd. RD, Landes-Regionalplanung
Dipl.-Ing.	Ludwig	Wenzl	Staatliche Berufsschule	Seminarlehrer
Prof.Dr.	Thomas	Wünsch	Universität Passau	Professor Lehrstuhl für Neuere und Neueste Geschichte Osteuropas und seiner Kulturen
	Volker	Wüst	Wüstdesign GmbH	