

Bereichernder Erfahrungsaustausch

Chilenische Auszubildende des INSALCO zu Gast am Berufsbildungszentrum

Die Auszubildenden des Instituto Superior Alemán de Comercio (INSALCO) von der Deutschen Schule Santiago de Chile und des Berufsbildungszentrums (BBZ) des Instituto Ballester verbrachten nun schon zum 13. Mal eine gemeinsame Woche, diesmal in Buenos Aires. Dieser Austausch hat bereits eine lange Tradition und wird seit 1992 von den Lehrkräften und dem Verwaltungspersonal der beiden Berufsbildungszentren organisiert. Weltweit gibt es außerhalb von Deutschland 13 Berufsbildungszentren, die eine kaufmännische duale Berufsausbildung anbieten. Die Zusammenarbeit zwischen dem INSALCO und dem BBZ ist dabei besonders intensiv im Bereich des Schüleraustauschs und der Lehrerfortbildung.

Während der Woche wurden gemeinsame Besuche bei Volkswagen und Cencosud und bei Organisationen wie der deutsch-argentinischen Handelskammer und der Wertpapier-

börse durchgeführt.

An einem Tag arbeiteten die 22 Auszubildenden aus Chile und die 29 Auszubildenden aus Argentinien und Uruguay im BBZ zusammen. Zunächst stellten wir uns gegenseitig die Organisation der dualen Ausbildung am BBZ und im INSALCO vor: In Argentinien ist die theoretische Ausbildung in Blöcken von 4-5 Wochen organisiert, das heißt, ein Monat Praxis im Betrieb und ein Monat Theorie im BBZ. In Chile ist die duale Ausbildung innerhalb der Woche aufgeteilt, zwei Tage in der Berufsschule statt und die anderen drei Tage im Unternehmen.

Anschließend erarbeiteten wir in multinationalen Gruppen wirtschaftspolitische Themen, die sich mit den Ländern des Mercosur, Chile und Deutschland befassten und präsentierten sie anschließend mit Power Point. Während der Gruppenarbeiten gab es auch Gelegenheit,



Abschlussfahrt auf die Insel des Ex-Schülervereins Instituto Ballester.

sich gegenseitig kennenzulernen und Erfahrungen über die Arbeit in den Ausbildungsbetrieben auszutauschen.

Den Abschluss der Woche verbrachten wir gemeinsam auf der Insel der Ex-Schüler des Instituto Ballester im Tigre. Bei niedrigen Temperaturen aber strahlendem Sonnenschein besuchten wir vorher noch das Museum Sarmiento. Anschließend wurde Volley und Fußball gespielt und zum Abschluss gegrillt.

Insgesamt war es eine sehr interessante Erfahrung, weil wir festgestellt haben, dass die Ausbildung in anderen Ländern sehr ähnlich wie bei uns organisiert ist und überall die gleiche hohe Anerkennung genießt.

Mara Holgerson (Bayer Argentina)
Agustina Bochert (Boehringer
Ingelheim Argentina)
María Sol Pacio (Bayer Argentina)



Gruppenarbeit im Berufsbildungszentrum.



Chilenische Auszubildende im Handelssaal der Wertpapierbörse Buenos Aires.

Berufsbildungszentrum Buenos Aires (BBZ)

Das Berufsbildungszentrum (BBZ) bildet in Zusammenarbeit mit der Deutsch-Argentinischen Industrie- und Handelskammer seit fast 30 Jahren kaufmännische Auszubildende aus. Nach einer erfolgreichen Ausbildung haben die Absolventen hervorragende Chancen einen qualifizierten Arbeitsplatz in der Industrie, bei Logistik- und Transportunternehmen, bei Außenhandelsunternehmen oder im Bereich sonstiger Dienstleistungsunternehmen zu finden.

Ausbildungsberufe: Industriekaufmann/-frau (IK)
Kaufmann/-frau im Groß- und Außenhandel (GK)
Kaufmann/-frau für Bürokommunikation (KB)

Ausbildungsdauer: 2 Jahre

Ausbildungsorte: Duales System: theoretische Ausbildung im BBZ, Instituto Ballester, praktische Ausbildung in deutsch-argentinischen und deutsch-uruguayischen Unternehmen in Buenos Aires bzw. Montevideo

Unterrichtssprachen: Deutsch, Spanisch, Englisch

Unterrichtsfächer: Volks- und Betriebswirtschaft, Rechnungswesen, EDV, Textverarbeitung, Wirtschaftsdeutsch, Wirtschaftsenglisch, argentinisches Wirtschaftsrecht, Mathematik

Abschlusszeugnis: Abschlusszeugnis der Deutsch-Argentinischen Auslandshandelskammer, in Deutschland vom Deutschen Industrie- und Handelskammertag (DIHK) anerkannt

Zusatzprüfungen: Wirtschaftsdeutsch International (Goethe-Institut); English for Business (London Chamber of Commerce and Industry); Deutsche Fachhochschulreifeprüfung der Kultusministerkonferenz kostenlose Teilnahme an Seminaren der Auslandshandelskammer; Besuche bei verschiedenen Unternehmen; Austausch mit Berufsbildungszentren in Chile und Deutschland

Special Events: Universidad Nacional de San Martín (UNSAM) Universidad del Salvador (USAL)

Eingangsvoraussetzung: Sekundarabschluss, Deutsches Sprachdiplom Stufe 2 oder vergleichbare Deutschkenntnisse, Alter max. 25 Jahre

Weitere Informationen: BBZ, Instituto Ballester
Calle 69 No. 5140, Villa Ballester
Buenos Aires, Argentina
Telefon: ++54 11 4768-0760, int. 147
Fax: ++54 11 4738-3512
E-Mail: bbz@iballester.esc.edu.ar

Informativer Einblick

Produktionsprozess Volkswagen Argentina



Azubildende des BBZ und INSALCO bei Volkswagen Argentina.

Volkswagen Argentina hat seine industriellen Zentren in Córdoba und General Pacheco (Buenos Aires), dort werden ungefähr 30 Autos pro Stunde produziert, also 240 Autos am Tag. VW ist die Firma unter den Autoherstellern, die am meisten Mitarbeiter beschäftigt, nämlich mehr als 3000. Im Jahr 1981 wurde das heutige Produktionszentrum von Ford gegründet, um dort die Produktion der Pick-Ups umzusetzen. Während zehn Jahren wurde diese Produktionsstätte nicht genutzt und danach wurde sie von VW aufgekauft, um Autos herzustellen. Nach und nach wurde sie erweitert und verbessert, um Fahrzeuge für den Ex- und Import zu produzieren.

In den letzten Jahren hat sich die Produktionsstätte in Pacheco auf die Herstellung des Suran, Polo und Candy spezialisiert. Die Arbeit wird zu

50 Prozent von Maschinen und zu 50 Prozent von Menschen gemacht. In der Montagezone wird die Produktion in Module aufgeteilt, um es schneller und effizienter zu organisieren. Diese Module produzieren die Einzelteile des Autos, wie zum Beispiel Dächer und Türen. Anschließend werden alle Teile zusammengesetzt.

Die Montagekette ist in zwei Abläufe getrennt. Eine läuft auf dem Boden, wo die verschiedenen Autoteile verbunden werden und die andere läuft durch die Luft, wo die einzelnen Teile transportiert werden. Was hier nicht produziert werden kann, wird zugekauft oder aus Córdoba geliefert. Das hängt von den Kosten ab.

Die Zentrale in Deutschland bestimmt, welche Modelle im Ausland

produziert werden sollen. In Brasilien zum Beispiel werden alle Fox, Gol und Sabeiro hergestellt. Im Jahr 2009 will VW die Produktionsstätte in Argentinien umstrukturieren, um einen Pick-Up herzustellen. Dieser soll dann mit ähnlichen Modellen von Toyota und Ford konkurrieren. Geplant ist die Produktion von ungefähr 86.000 Pick-Ups pro Jahr. Ein weiterer wichtiger Punkt ist, dass ein Modell ca. 10 Jahre lang produziert wird. In dieser Zeit werden auch weitere Sub-Modelle aufgebaut, wobei der Produktionsprozess weitgehend gleich bleibt.

Eugenia Urrutia (Volkswagen Argentina)
Ezequiel Alfaro (Siemens Argentina)
Pedro Devescovi (Hamburg Süd Argentina)

Vormittag in der Kammer

Besuch bei der Deutsch-Argentinischen Industrie- und Handelskammer

Zu Beginn unserer gemeinsamen Woche mit den Auszubildenden des INSALCO aus Chile besuchten wir die Deutsch-Argentinische Industrie- und Handelskammer. Bei strahlendem Sonnenschein und einem tollen Blick über die Innenstadt von Buenos Aires und auf den Río de la Plata begrüßte uns Lic. Yanina Falugue, Leiterin der Abteilung Berufsbildung in der Kammer.

Der Vormittag begann mit einem Vortrag des Hauptgeschäftsführers der Deutsch-Argentinischen Industrie- und Handelskammer Dr. Klaus-Wilhelm Lege. Er erklärte uns zunächst, wie eine Kammer organisiert ist und welche Dienstleistungen sie für ihre Mitglieder erbringt. Heutzutage hat die Deutsch-Argentinische Industrie- und Handelskammer ca. 800 Mitglieder. Im weiteren Verlauf stellte Dr. Lege die wichtigsten Tätigkeiten jeder Abteilung der Kammer vor und erwähnte auch die Gründung eines Mercosur-Projektbüros in

Frankfurt am Main. Zu dieser Mercosur-Allianz gehören die deutschen Auslandshandelskammern in Brasilien, Uruguay, Paraguay und Argentinien. Mit diesem Projekt wollen die vier Länder den Aufbau von Beziehungen zum deutschen Markt optimieren.

Die Leiterin der Deutschen Schule Instituto Ballester, Frau Susanne Lutz, hieß die Gäste aus Chile willkommen und bedankte sich für die Einladung in der Handelskammer. Das Berufsbildungszentrum (BBZ), in dem wir unsere theoretische Ausbildung machen, befindet sich im Instituto Ballester.

Anschließend hielt Herr Juan Wietz, geschäftsführender Gesellschafter von mcf Service SRL, einen Vortrag über Unternehmensgründungen in Argentinien. Er erklärte uns, welche Vor- und Nachteile bestimmte Unternehmensformen wie zum Beispiel eine Aktiengesellschaft (AG) oder eine Gesellschaft mit be-



(von links nach rechts:) Hans Grof (Lehrer am INSALCO), Ingo Winter (Leiter des BBZ), Alf Buddecke (Lehrer am BBZ), Hans-Peter Hess (Leiter des INSALCO), Yanina Falugue (Abteilungsleiterin Berufsbildung der AHK Buenos Aires), Dr. Klaus-Wilhelm Lege (Hauptgeschäftsführer der AHK Buenos Aires), Susanne Lutz (Schulleiterin DS Instituto Ballester), Juan Wietz (Geschäftsführender Gesellschafter mcf Service SRL).

CENCOSUD S.A. - eine Erfolgsgeschichte nicht nur in Chile

Während ihres Aufenthaltes in Buenos Aires besuchten die chilenischen Auszubildenden zusammen mit ihren argentinischen Partnern das Unternehmen Cencosud S.A. Ángeles Sforza, Fortbildungsleiter von Jumbo-Disco, präsentierte als Einleitung die Geschichte und die neuesten Entwicklungen des Unternehmens. 1952 wurde Cencosud in Tobuco, Chile gegründet. Fünfzehn Jahre später wurde der erste Supermarkt mit dem Motto „alles unter einem Dach“ in Chile eröffnet. 1982 wurde der erste Jumbo in Argentinien eröffnet und 1988 wird UNICENTER, das größte Einkaufszentrum Argentiniens, eingeweiht. Zu den Unternehmensbereichen gehören Einkaufs- und Vergnügungszentren, Bau- und Supermärkte. Die letztgenannte ist die wichtigste Branche. Mit Jumbo, Disco, Vea und Easy Homecenter gehören bekannte Marken zu dem Konzern Cencosud. Mit ca. 20.000 Angestellten in 253 Verkaufsläden ist Cencosud in 12 argentinischen Provinzen tätig.

Auf die Frage, warum Cencosud mit verschiedenen Firmennamen operiert, gibt es eine einfache Erklärung: Die Kunden identifizieren sich sehr stark mit ihrer Marke. Im Landesinneren ist beispielsweise das „Vea-Image“ so stark geworden, dass Geschäfte unter dem Namen „Disco“ sicherlich scheitern würden. Jede Handelskette bietet dem Kunden verschiedene Dienstleistungen an. Zum Beispiel benutzt Jumbo das Braillesystem für Flugblätter und Tickets für Blinde. Es genügt nicht allein die Unterscheidung von der Konkurrenz, man soll diese Unterschiede in Vorteile umwandeln. Das unterscheidet Cencosud von anderen Retailunternehmen.

Daniel Degiorgis, Abteilungsleiter für Verkaufsentwicklung, hat uns in einem interessanten Vortrag über die Folgen der Krise im Jahre 2001 und deren Auswirkungen auf Cencosud Argentinien berichtet. Die Supermärkte haben in dieser Zeit viel Marktanteil verloren und preisgünstigere eigene Marken (No-name-Produkte) produziert.

In der Abteilung Verkaufsentwicklung werden die Verkaufspreise der Produkte festgelegt. Um den richtigen Preis zu bestimmen, muss man auf folgende Faktoren achten:

- die Beschaffungskosten
- in welcher Region das Produkt angeboten wird
- den Preis, den der Kunde für das Produkt zahlen wird
- die Situation der Konkurrenz
- de eigene Gewinn

In der Zukunft plant Cencosud, in Argentinien eine eigene Kreditkarte einzuführen. In Kolumbien werden Easy Homecenters gegründet, und in Chile wird das Projekt „Costanera Center“ (das größte Einkaufszentrum in Südamerika) entstehen.

Natalia Rossi (Cencosud Argentina)

Stephanie Erhardt (Cencosud Argentina)
Luisina V. Abruzzese (Ultramar Argentina)



Fachkundige Führung durch eine Jumbo-Filiale.

schränkter Haftung (GmbH) haben. Wir erfuhren auch, wie man eine Einzelgesellschaft gründen kann und wie man den Erfolg eines Unternehmens feststellt. Herr Wietz verglich seine Erfahrung als Geschäftsführer in verschiedenen Firmen und den Aufgaben, die er dort innehatte, mit seiner neuen Tätigkeit als selbstständiger Unternehmer.

Im Anschluss sprach Iris Boeninger von ProChile - eine Organisation des chilenischen Außenministeriums zur Exportförderung - über die Situation der wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Argentinien und Chile. In dem Vortrag haben wir viel aktuelles Zahlenmaterial über Export- und Importvorgänge zu sehen bekommen. Im Rahmen einer Powerpoint-Präsentation konnten wir anschaulich sehen, wie Chile sich auf den Märkten weltweit positioniert. Chile hat viele bilaterale Handelsverträge (TLC) mit den verschiedensten Ländern Amerikas, Asiens sowie Europas. Das Hauptexportprodukt ist Kupfer. Dieses Produkt wird hauptsächlich nach Asien sowie in die

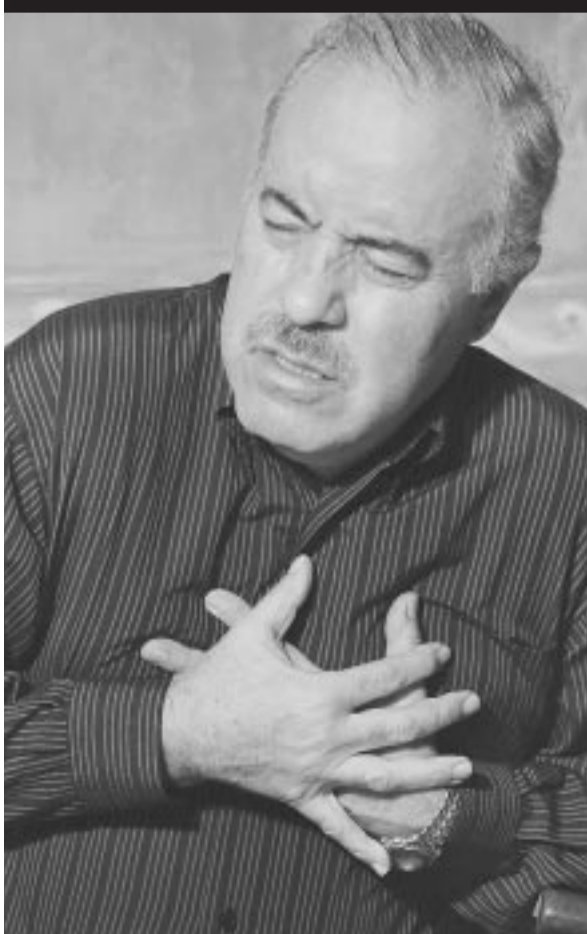
USA exportiert. Argentinien kauft auch chilenisches Kupfer, aber nicht in so großen Mengen. Noch interessanter fanden wir, dass Argentinien mehr nach Chile exportiert als es aus Chile importiert. Viele argentinische Produkte werden in Chile industriell weiterverarbeitet und anschließend als chilenische Produkte von Chile aus exportiert.

Julián Murmis (Merck Química)
Paula Sagel (Hamburg Süd Argentina)
Lucía Sbampato (Deutsch-Argentinische Industrie- und Handelskammer)



Iris Boeninger, Pro Chile, beim Besuch bei der AHK.

En una situación así, ¿usted cree que es capaz de recordar el teléfono de su médico?



EmerPhone
Habla cuando usted no puede hacerlo

El servicio que le acerca un médico o un policía a su casa, con sólo pulsar un botón. Porque en una emergencia no hay tiempo que perder. Ahora, con **EmerPhone**, usted puede estar comunicado directamente con nuestro equipo, preparado especialmente, para resolver su problema los 365 días del año, las 24 hs. del día. **EmerPhone** es un servicio indispensable para aquellas personas que quieren hacer de su casa un lugar más seguro para estar, personas mayores que quieren mantener su estilo de vida con independencia, personas que vivan solas, minusválidos, embarazadas o enfermos crónicos. **EmerPhone** da aviso a una ambulancia, la policía, un familiar o persona de confianza, con sólo pulsar un botón.



Para más información comuníquese al 4323-0344