

Das Trainee-Programm zur Mitgliederwerbung und -betreuung der Auslandshandelskammern im Mercosur

Die deutsche Auslandshandelskammer – AHK in Argentinien hatte Anfang 2005 nur 331 Firmenmitglieder. Damit gehörte die fast 90jährige Auslandshandelskammer zu den kleineren deutschen Kammern im Ausland. Da Argentinien zu den wohlhabenden Ländern Lateinamerikas mit einer relativ gut ausgebildeten Bevölkerung zählt, dürfte das Land in Zukunft für die deutsche Außenwirtschaft an Bedeutung gewinnen. Deshalb sollte die Kammer gestärkt werden und an Ansehen gewinnen. Vor allem müsste die Firmenmitgliederanzahl erhöht werden, um als bedeutende Kammer wahrgenommen zu werden.

Das in Brasilien bereits erfolgreich laufende Projekt zur Mitgliederwerbung durch so genannte Trainees wird seit dem 2. Semester 2005 auch in Buenos Aires durchgeführt. Der Größe der Kammer entsprechend arbeiten in Einklang mit dem Studiensemester an den argentinischen Universitäten Studenten nach ihrem ersten Studienjahr in der AHK mit, und zwar in zwei Trainee-Gruppen von je 8 Studenten jeweils ein Semester lang.

Schulung

Sie werden zusammen mit den Trainees von Brasilien in São Paulo geschult und auf ihre Arbeit vorbereitet.

Das „Trainee-Programm“, das 2003 erstmals in Zusammenarbeit mit der American Chamber of Commerce for Brazil – AMCHAM BRASIL von der AHK São Paulo durchgeführt wurde, wird seit dem zweiten Semester 2007 auch in der AHK Paraguay und seit dem zweiten Semester 2008 in der AHK Uruguay erfolgreich eingesetzt.

Die Trainees werden in Buenos Aires ausgewählt aufgrund eines Auswahlverfahrens (jeweils 8 Trainees aus ca. 250 sich bewerbenden Studenten pro Semester). Auswahlkriterien sind Persönlichkeit und Verkaufstalent sowie Führungseigenschaft.

Diese ausgewählten künftigen Führungskräfte der Nation werden in der Regel zusammen mit den Trainees aus Brasilien, Paraguay und Uruguay in São Paulo geschult und auf ihre Arbeit vorbereitet. Dort nehmen sie an einem Verkaufstraining teil und lernen die Kammerarbeit erstmals kennen.

Der Einsatz der Trainees erfolgt in dem auf die Auswahl folgenden Semester für jeweils fünf (1. Semester) und vier Monate (2. Semester) im Hispano-Mercosur. Die Trainees unterliegen einem persönlichen und regionalen Wettbewerb zur monatlichen Ermittlung des Siegers in der jeweiligen AHK und auch der den Wanderpokal im Mercosur gewinnenden AHK. Die Sieger der Werbekampagnen in São Paulo und Buenos Aires erhalten die Gelegenheit, je drei Monate in dem Mercosur Projekt-Büro der AHKs in Frankfurt am Main zu arbeiten.

Nach ihrer Kampagne werden die Trainees, soweit sie in der AHK bleiben, eingesetzt als Senior Trainees zur Anleitung ihrer Nachfolger in der nächsten Werbekampagne (später Master Trainees), als Fidelizadores/Integradores (Betreuer für die Mitgliederbindung) zur Entwicklung von Kammeraktivitäten zwecks Integration der neuen Mitglieder in die AHK oder in einer Fachabteilung der AHK zur Förderung des Absatzes der Kammerdienstleistungen. Ein Austausch der Trainees unter den deutschen AHKs im Mercosur wird besonders gefördert.

Die Tätigkeit als Betreuer von Mitgliedern erfordert Erfahrung aus einer Werbekampagne und gute Kenntnisse der Kammerarbeit, so dass Arbeitskreise, Erfahrungsaustauschgruppen, Kurse und Seminare sowie als Plattform zum Kennenlernen und zum Gedankenaustausch auch Vortrags- und Willkommensveranstaltungen, ferner Frühstücke, Mittagessen und Cocktails organisiert werden können. Die Vielzahl neuer Kammeraktivitäten seit Beginn des Trainee-Programms zur Mitgliederwerbung macht die AHK zu einer wachsenden, von Aktivitäten sprühenden Institution. Sie ist ständig in Bewegung und zieht die Mitglieder mit den unterschiedlichsten Interessen an.

Finanzierung

Die professionelle Mitgliederwerbung finanziert sich durch die in der AHK eingeführte Aufnahmegebühr für neue Mitglieder und die Beiträge dieser Mitglieder in ihrem ersten Mitgliedschaftsjahr.

Da sich erfahrungsgemäß ein solches Trainee-Programm erst nach einem Jahr selbst trägt, wenn die zusätzlichen Mitgliedsbeiträge in voller Höhe eingehen, wurde die professionelle Mitgliederwerbung als Projekt erst eingeführt, als eine Anschubfinanzierung gesichert war.

Durch die Einbindung der neuen Mitglieder in die Kammeraktivitäten werden Austritte vermieden, neue Arbeitsbereiche der AHK entwickelt und die Kammerplattform vergrößert.

Die AHK Argentinien hat in den knapp über vier Monaten der ersten Werbekampagne 202 neue Mitglieder aufgenommen, wobei zu berücksichtigen ist, dass die Mehrzahl der potentiellen Mitglieder erst gegen Ende der etwa fünfmonatigen Kampagne der Kammer beitreten.

Die Kosten des von Mitarbeitern der AHK São Paulo vorzunehmenden Prozesses der Vorbereitung des Verfahrens in Buenos Aires sowie die Auswahl und Betreuung der Trainees sind durch die neu eingeführte Aufnahmegebühr und den ersten Jahresbeitrag der neuen Mitglieder gedeckt.

Diese Kosten werden im Laufe der Zeit jedoch abnehmen, sobald aus den argentinischen Trainees Führungskräfte hervorgehen, die ihre Nachfolger intensiv begleiten können. Nach einem Wachstum der AHK Argentinien könnte auch die Schulung von São Paulo zumindest teilweise in Buenos Aires durchgeführt werden, was ebenfalls Kosten senken würde. Unter der Prämisse, dass in Zukunft die Semestereinnahmen die Ausgaben des vorherigen Semesters decken, würde schon ab dem 2. Jahr der Kampagne ein Überschuss zu Buch schlagen, der jedes Jahr steigt und dadurch trotz der in Zukunft zusätzlich erforderlichen Maßnahmen zur Mitgliederbindung keine Zuwendungen erforderlich macht.

Netzwerkbildung

Die Trainees und Ex-Trainees mit ihrer gemeinsamen ersten Berufserfahrung bilden ein Netzwerk und werden nach der dritten Kampagne auch formal durch einen auf Veranlassung der AHK gegründeten Rotaract Club zusammengehalten, wodurch letztlich auch die Integration im Mercosur und ein positives Deutschlandbild gefördert werden. KWL