
Metaprojekt in der Pilotphase zum Förderschwerpunkt „Berufsbildungsexport durch deutsche Anbieter“

Stand zum Abschluss der Pilotphase



Berlin, am 24. Mai 2012

Gliederung

1. Das Metaprojekt in der Pilotphase – Ziele und methodische Vorgehensweise

2. Das Metaprojekt in der Pilotphase – Zentrale Ergebnisse

3. Ausblick

Ziele des Metaprojekts in der Pilotphase

- Wissenschaftliche Begleitung des Förderschwerpunkts
- Unterstützung bei der Weiterentwicklung des Berufsbildungsexports
- Identifikation treibender und hemmender Faktoren bei der Internationalisierung
- Vernetzung der Verbundprojekte
- Analyse der Rahmenbedingungen für einen erfolgreichen Berufsbildungsexport

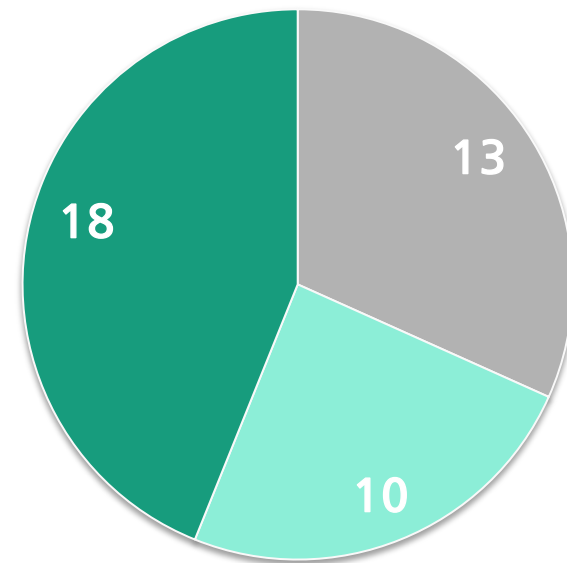
Methodische Vorgehensweise

- Wissenschaftliche Studien
- Face-to-face Interviews mit Verbundteilnehmern
- Fokusgruppentreffen
- Konferenz des Förderschwerpunkts

Methodische Vorgehensweise: *Befragung*

- 41 Interviews mit 13 Verbänden
- In 28 deutschen Städten

Interviews pro Fokusgruppe



■ Russland ■ China ■ Arabischer Raum

Methodische Vorgehensweise: *Fokusgruppentreffen*

- Input durch das Fraunhofer MOEZ aus Befragung
- Diskussion von Erfolgsfaktoren
- Handlungsfelder und Lösungsansätze
- Umsetzungsmöglichkeiten

▶ Initiierung eines Austauschprozesses

Gliederung

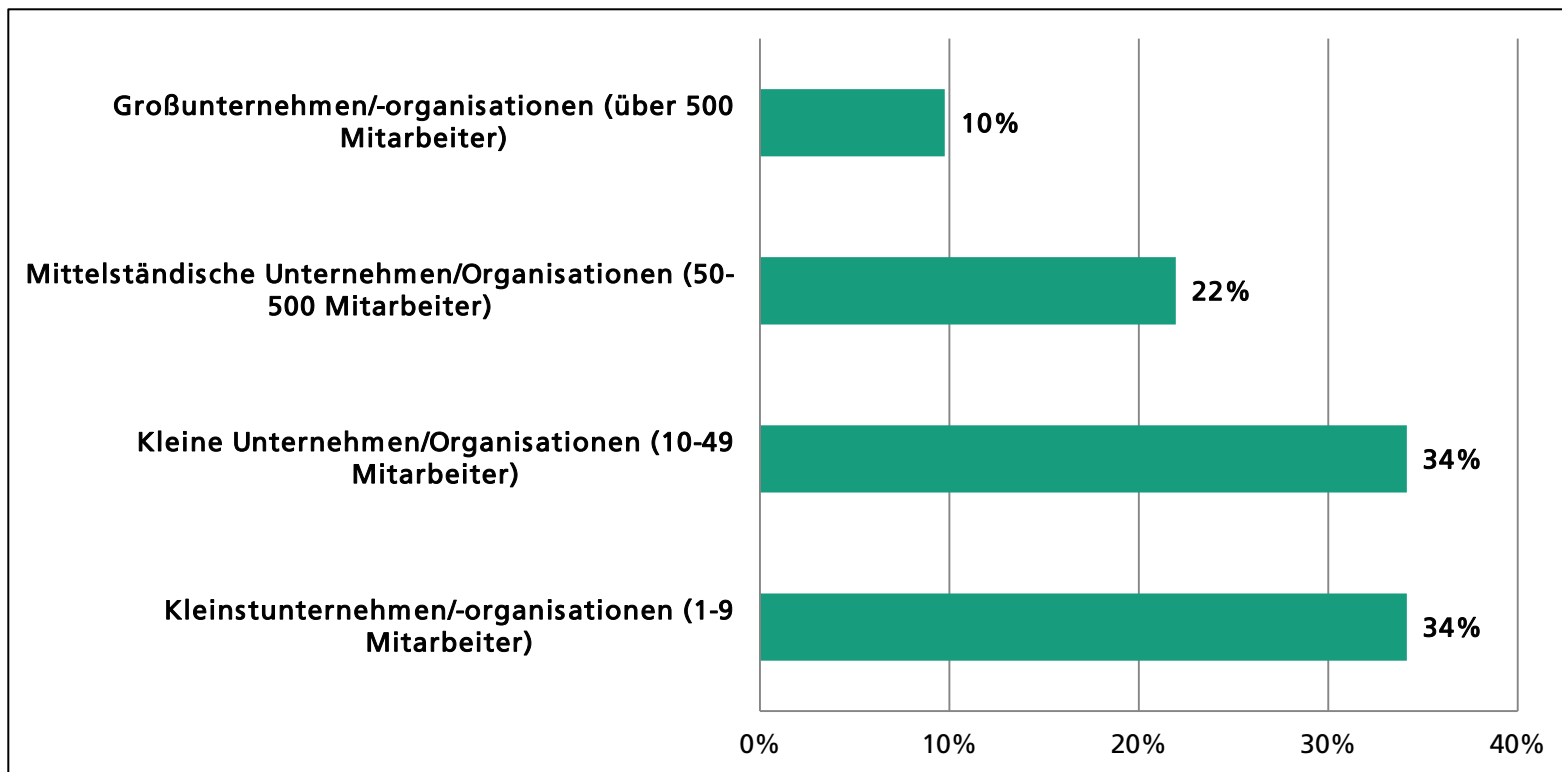
1. Das Metaprojekt in der Pilotphase – Ziele und methodische Vorgehensweise

2. Das Metaprojekt in der Pilotphase – Zentrale Ergebnisse

3. Ausblick

Charakteristika der Teilnehmer der 2. Förderrunde (i)

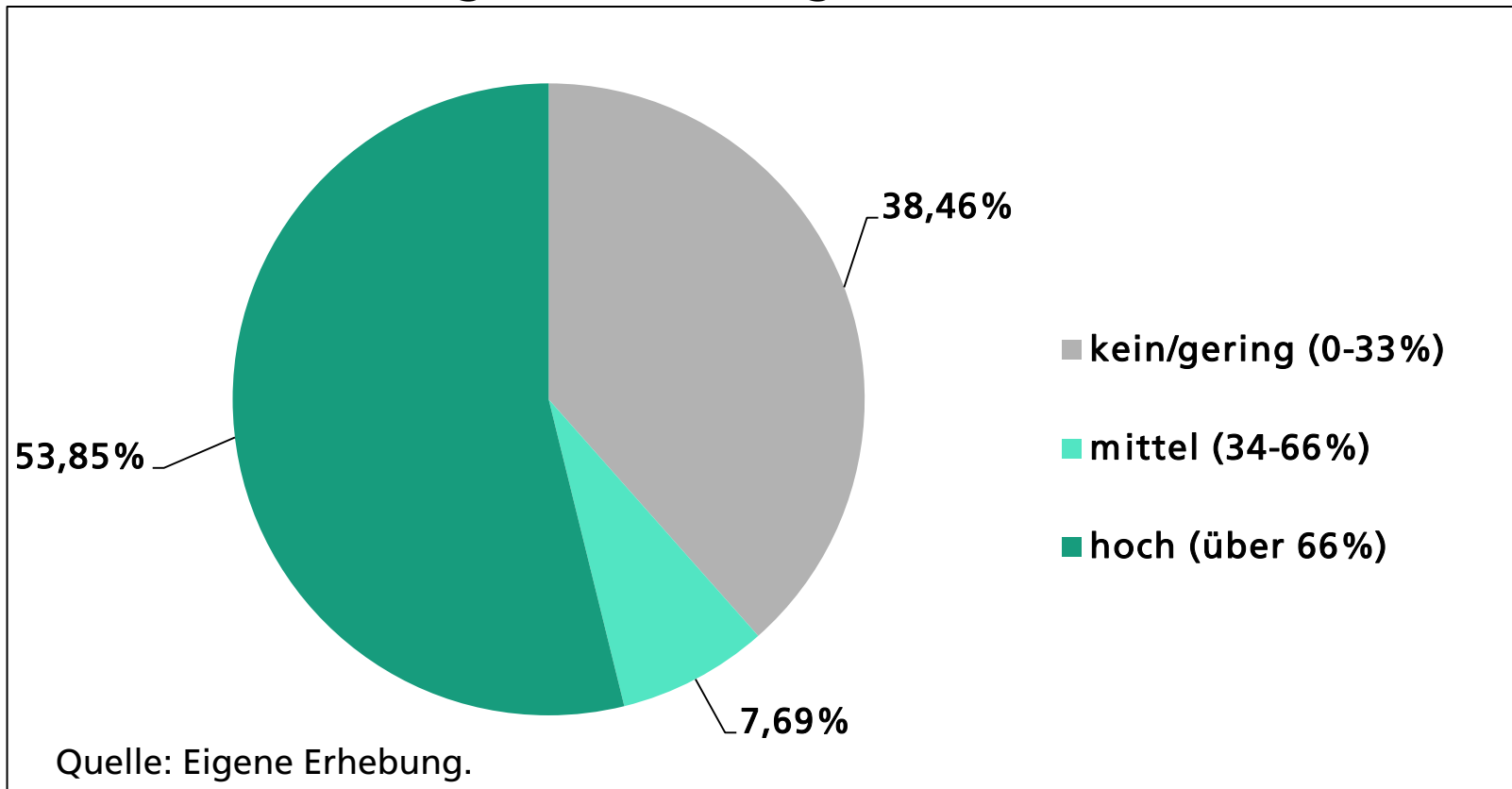
Größe der teilnehmenden Organisationen, %-Anteile



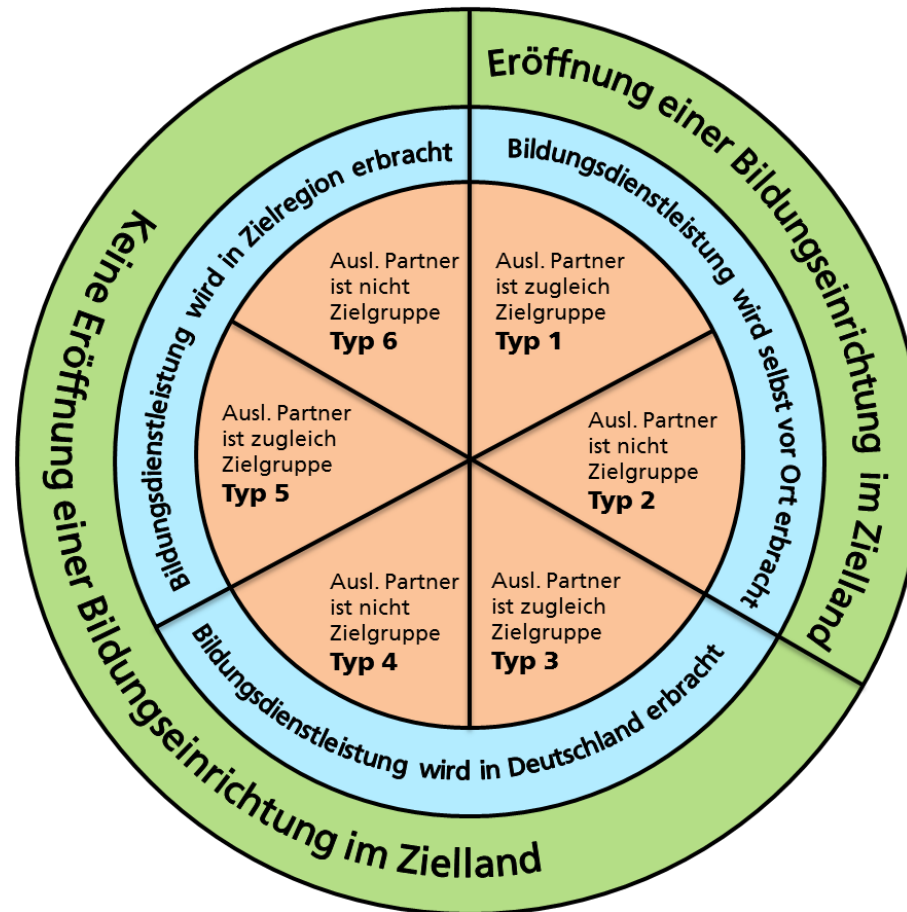
Quelle: Eigene Darstellung.

Charakteristika der Teilnehmer der 2. Förderrunde (ii)

Anteil der Bildungsdienstleistungen am Umsatz, in %



Typologie im Berufsbildungsexport



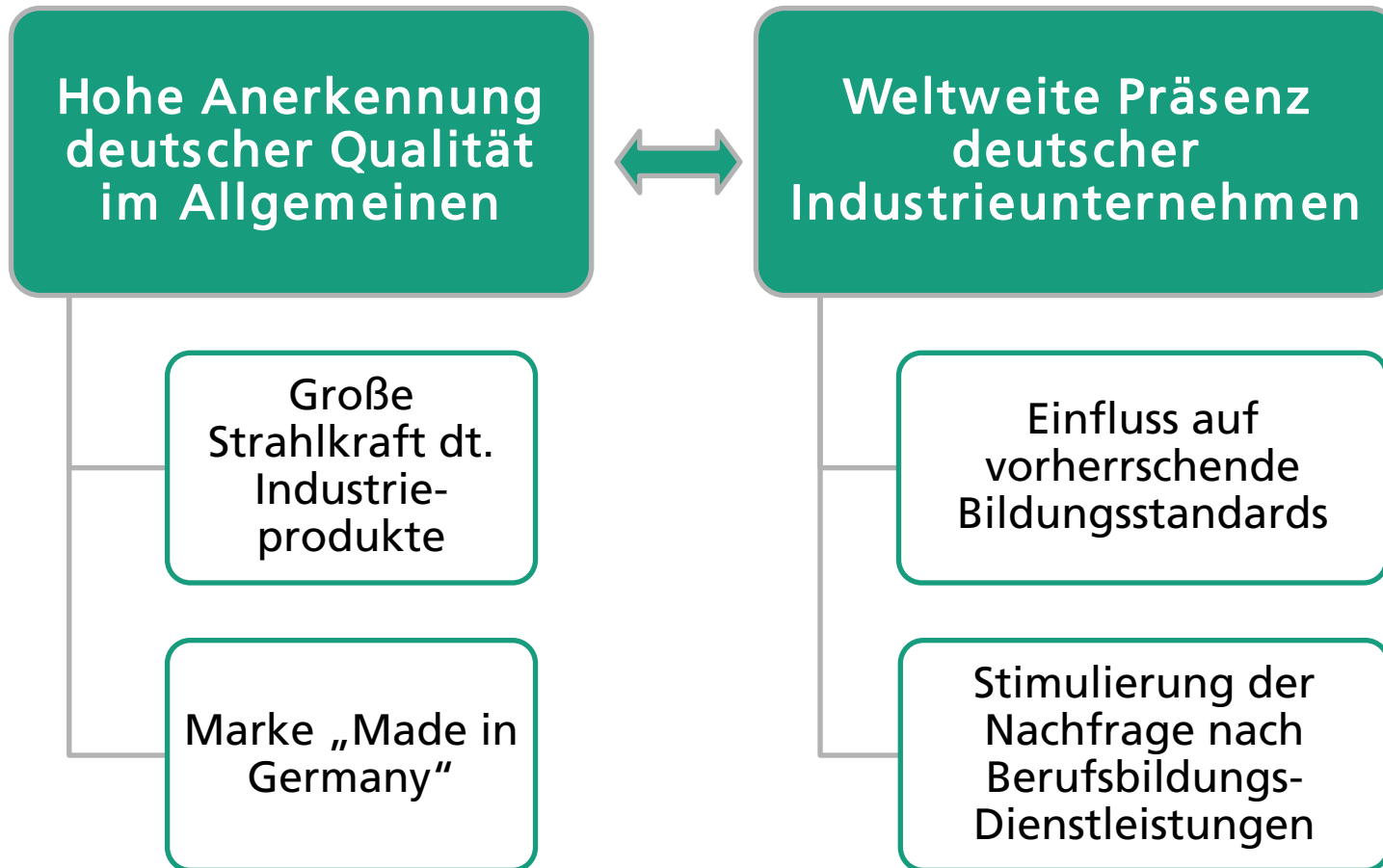
Treibende und hemmende Faktoren des Berufsbildungsexports: *Treiber*

Was sind die wesentlichen *Treiber* für den Berufsbildungsexport aus Sicht deutscher Anbieter?

„[Bildungsexporteure] – das sind kleine Mittelständler, die auf dem riesigen Markt Deutschland mehr und mehr an Boden verlieren und die aber über Know-how verfügen und ein Gefühl dafür haben: Ach, das könnte ich auch im Ausland verkaufen.“

Zitat eines Verbundpartners

Allgemeine Wettbewerbsvorteile deutscher Anbieter



Adaption an Zielmärkte und Schaffung von Akzeptanz bei der Zielgruppe

Modularisierung des Bildungsangebots

Anpassung an Vorstellungen und Bedarfe der Zielgruppe

Setzt genaue Marktkenntnisse voraus

Praktische Demonstration der Bildungsangebote

Erfolgreiche Kommunikation des Mehrwerts

Praktische Dem. aufgrund hoher Ergebnisfokussierung essentiell

Zertifizierung der Bildungsangebote

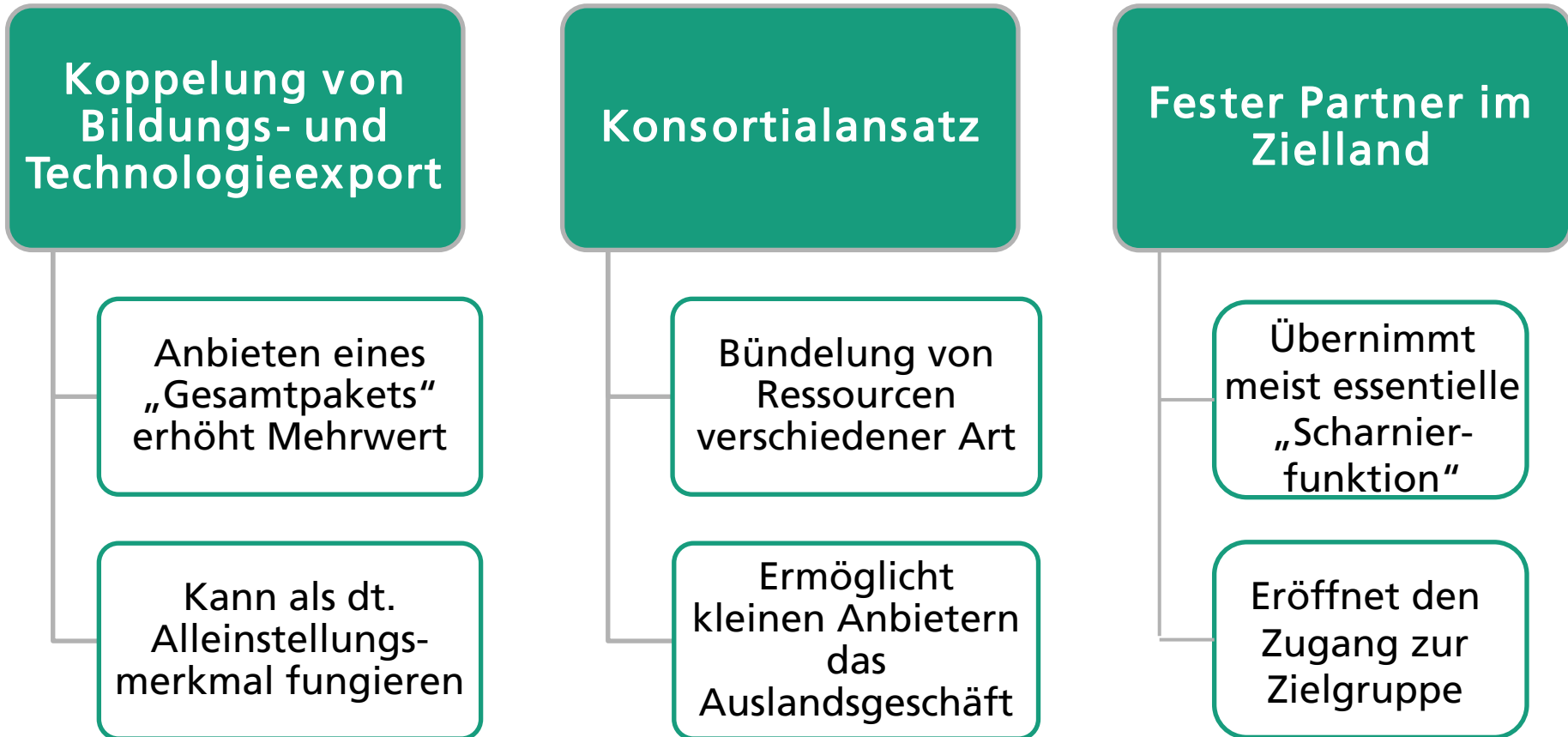
Zielgruppe wünscht formelle Abschlüsse

Deutsche Zertifikate sehr begehrt

Zitate der Verbundpartner (i)

„Sobald sie dieses Zertifikat aber haben, gehen sie in die Großstadt und dann kommt die Marke „Made in Germany“. Sie werden sagen, dass sie eine Ausbildung in bzw. mit einem deutschen Unternehmen absolviert haben und dass sie nach deutschem Standard ausgebildet wurden. Die Unternehmen werden sie mit Kusshand annehmen.“ (China)

Interne Struktur und strategischer Ansatz der Projekte



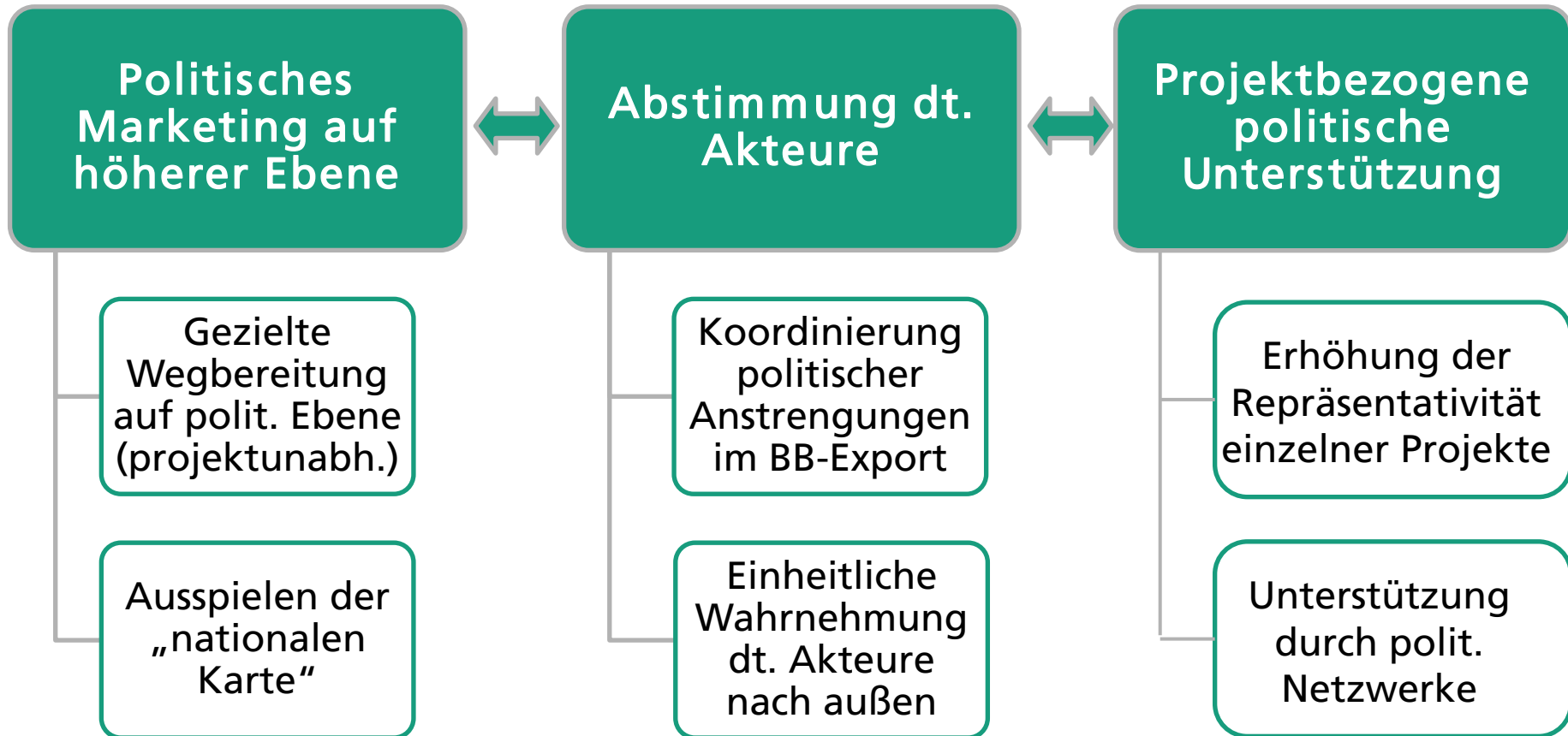
Zitate der Verbundpartner (ii)

„Was für die russische Seite interessant ist, ist wenn wir sowohl über Technologieexport und -transfer diskutieren und gleich im Anschluss über Bildung diskutieren. Diese Kombination bringt kein anderer mit. Und dann heißt es: Ach, die Deutschen! [...] Das heißt, das ist ein Alleinstellungsmerkmal der Deutschen, was man nutzen kann [...] (Russland)

Zitate der Verbundpartner (ii)

„Wenn ich als kleine Bildungseinrichtung wirklich auf einen Markt will, [...] kann ich nur in Kooperation mit anderen auf diesen Markt gehen, weil ich das alleine nicht schaffe. Davon bin ich überzeugt.“(Russland)

Flankierung durch politische Akteure



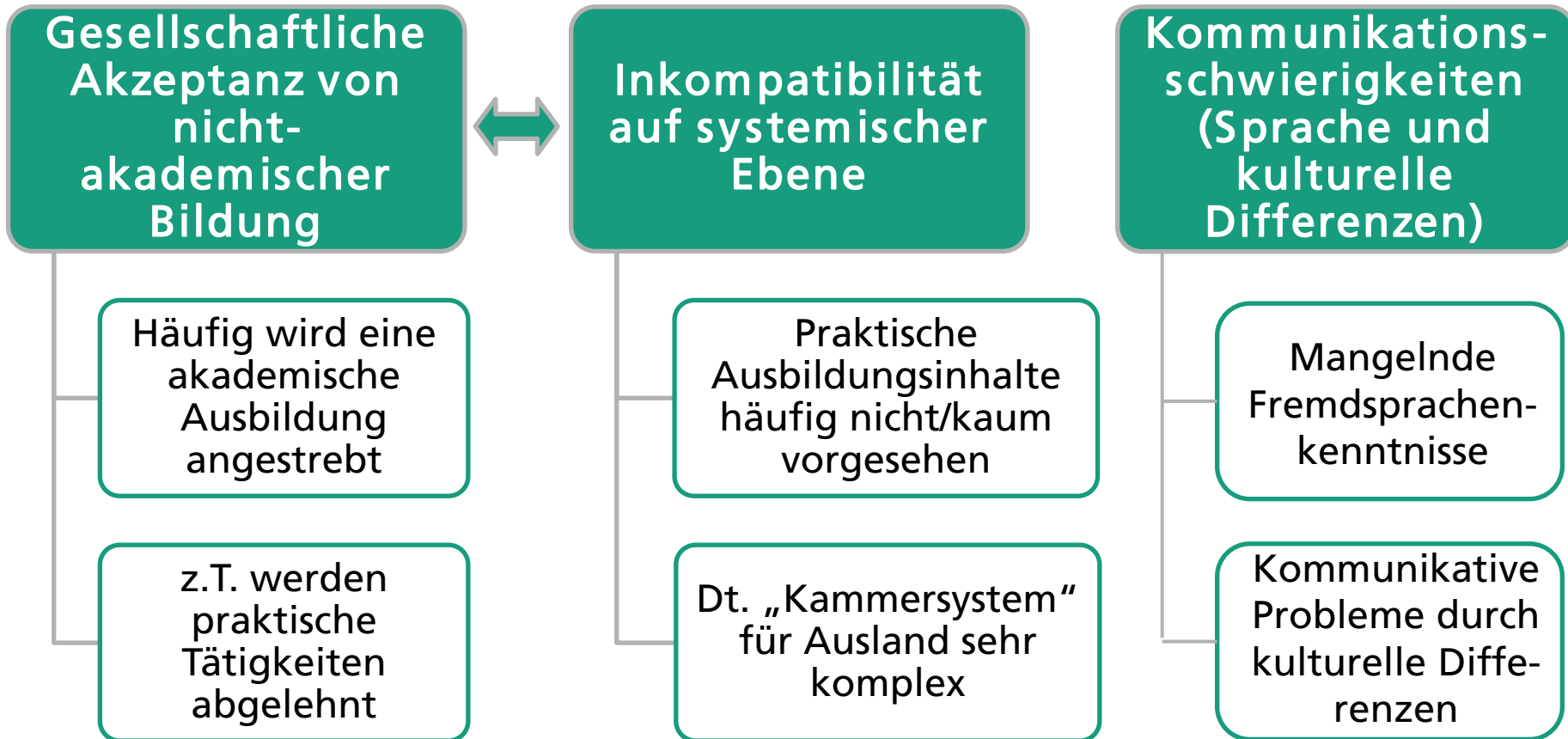
Treibende und hemmende Faktoren des Berufsbildungsexports: *Hemmnisse*

Was sind die wesentlichen *Hemmnisse* für den Berufsbildungsexport aus Sicht deutscher Anbieter?

„Wir haben zur Dienstleistung ein schwieriges Verhältnis. Wir glauben immer Dienstleistung ist inklusive und kostet nichts. Das ist völlig falsch.“

Zitat eines Verbundpartners

Allgemeine Wettbewerbsnachteile deutscher Anbieter



Zitate der Verbundpartner (iii)

*„Weil das Handwerk im arabischen Raum keinerlei Wertschätzung genießt. Handwerk ist so was für Pakistanis, Inder und Gastarbeiter. Die Araber arbeiten derzeit hauptsächlich entweder in Schulen oder bei der Regierung, also in der Verwaltung oder in leitenden Funktionen. Aber handwerkliche Tätigkeit ist was für Gastarbeiter. Das ist unter ihrer Ehre.“
(Arabischer Raum)*

„Die Markteintrittsbarriere ist, dass die staatliche Finanzierung der Bildung momentan kein duales System vorsieht. [...] Wenn die russische Politik sagen würde, wir definieren die Maßstäbe, was eine duale Ausbildung kosten darf, dann lassen wir sie als offiziellen Zweig eines russischen Bildungssystems zu. Dann wäre die größte Barriere beseitigt.“ (Russland)

Ökonomische Markteintrittsbarrieren

Mangelnde (technische) Infrastruktur als Investitionshürde

Probleme bei der Demonstration und Bereitstellung der DL

V.a. für KMU (technischen Bereich) ist dies Investitionshürde

Kaufkraft und Einkommensstruktur

Meist geringere Kaufkraft in den Zielländern

Teils werden hohe „deutsche Preise“ zum Hindernis

Distanz zum Zielmarkt

Informationsfluss erschwert

Bedarfe der Zielgruppen oft unklar

Rechtliche und politische Markteintrittsbarrieren

Staatliche Dominanz und Bürokratie im Bildungssektor

Zielgruppe meist nicht autonom in Kaufentscheidung

Erfordert Einbeziehung polit. Akteure auf allen Ebenen

Rechtliche Unsicherheiten bei der nachhaltigen Bereitstellung der Dienstleistung

Geistiges Eigentum

Lizenzierungsverfahren z.T. als Unsicherheitsfaktor

Zoll- und Visaregelungen

Werden in beide Richtungen bemängelt

Mangelnde Planbarkeit und zusätzliche Kosten

Gliederung

1. Das Metaprojekt in der Pilotphase – Ziele und methodische Vorgehensweise

2. Das Metaprojekt in der Pilotphase – Zentrale Ergebnisse

3. Ausblick

Zukünftige Schwerpunkte des Metaprojekts

Fortführung des verbundübergreifenden Lern- und Erfahrungsaustauschs durch Fokusgruppentreffen und Konferenzen

Identifikation von Leuchtturmprojekten sowie vertiefte Analyse erfolgreicher strategischer Ansätze und Geschäftsmodelle

Unterstützung der politischen Ebene bei der Weiterentwicklung des Förderumfelds für den dt. Berufsbildungsexport

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Anzhela Preissler

Leiterin Bereich „Bildung“

Fraunhofer MOEZ

Neumarkt 9-19

04109 Leipzig

Telefon +49 341 231039-133

Fax +49 341 231039-190

Email: anzhela.preissler@moez.fraunhofer.de