



Liberalisierung und Globalisierung der Bildungsmärkte – Chance oder Bedrohung für deutsche Bildungsdienstleister?

Dr. Ottmar Döring

Nürnberg, 9. Februar 2007

Inhalte

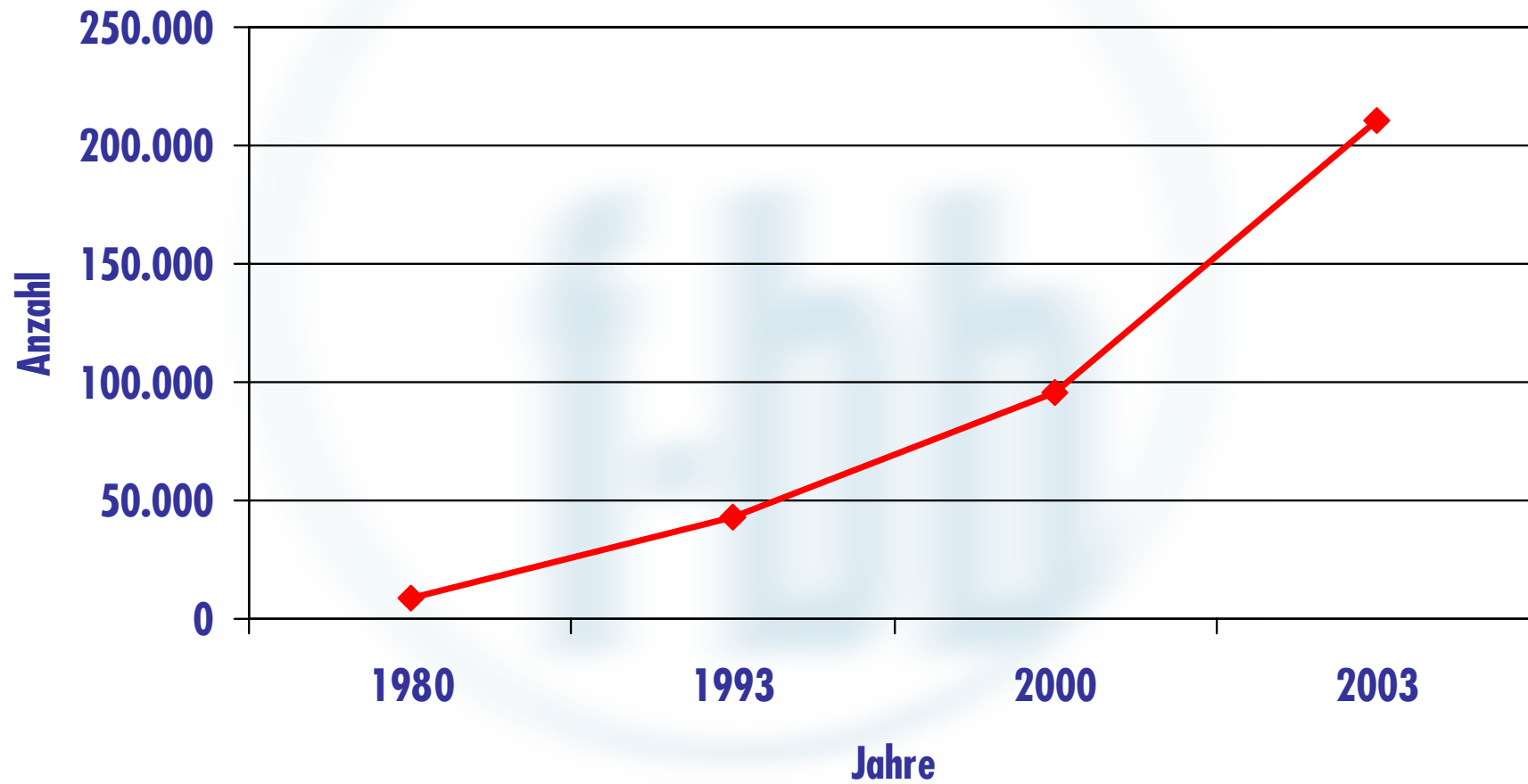
- 1. Expansion von Bildungsexporten**
- 2. Bildungsexportweltmeister USA**
- 3. Deutsche Bildungsexporte**
- 4. Märkte und Aufgaben für deutsche Bildungsdienstleister**

Inhalte

- 1. Expansion von Bildungsexporten**
- 2. Bildungsexportweltmeister USA**
- 3. Deutsche Bildungsexporte**
- 4. Märkte und Aufgaben für deutsche Bildungsdienstleister**

Ausländer an Australiens Universitäten

(Quelle: DAAD 2006, S. 125)



Expansion von Bildungsexporten

- **Exporterfolge**
Industrienationen mit High-Tech-Produkten
- **Standardisierungsdruck**
Internationale Angleichung der Bildungsinhalte und Zertifikate der Weiterbildung
- **Wegfall technischer Schranken durch neue Informations- und Kommunikationstechniken**
leichte Verbreitung neuer Lernmedien, nationale Märkte werden für eLearning zu eng
- **Liberalisierungsbemühungen**
WTO/Europäische Union

Formen des Bildungsexportes

Akteure Ebenen	Staat	Hochschulen
System	Beratung bei der Gestaltung von Bildungssystemen, Finanzierung (z.B. EU-Förderprogramme)	Entwicklung von Lernkultur
Organisation	Gesetze und Verordnungen, Handelsvereinbarungen, Subventionen für Bildungsinstitutionen	kommerzielle Präsenz in einem Importland mit eigenen Zweigniederlassungen, privater Universitäten oder Joint Venture mit einer nationalen Bildungseinrichtung
Angebote	Einführung von Bachelor und Master als Hochschulabschlüsse, Vergleichbarkeit (ECVET, ECTS, EQF)	Zertifizierung von Lernprozessen, Fernstudienangebote, Dienstleistungen von Lehrenden, die sich zu diesem Zweck im Importland aufhalten
Teilnehmer	Stipendien	ausländische Studierende

Formen des Bildungsexportes

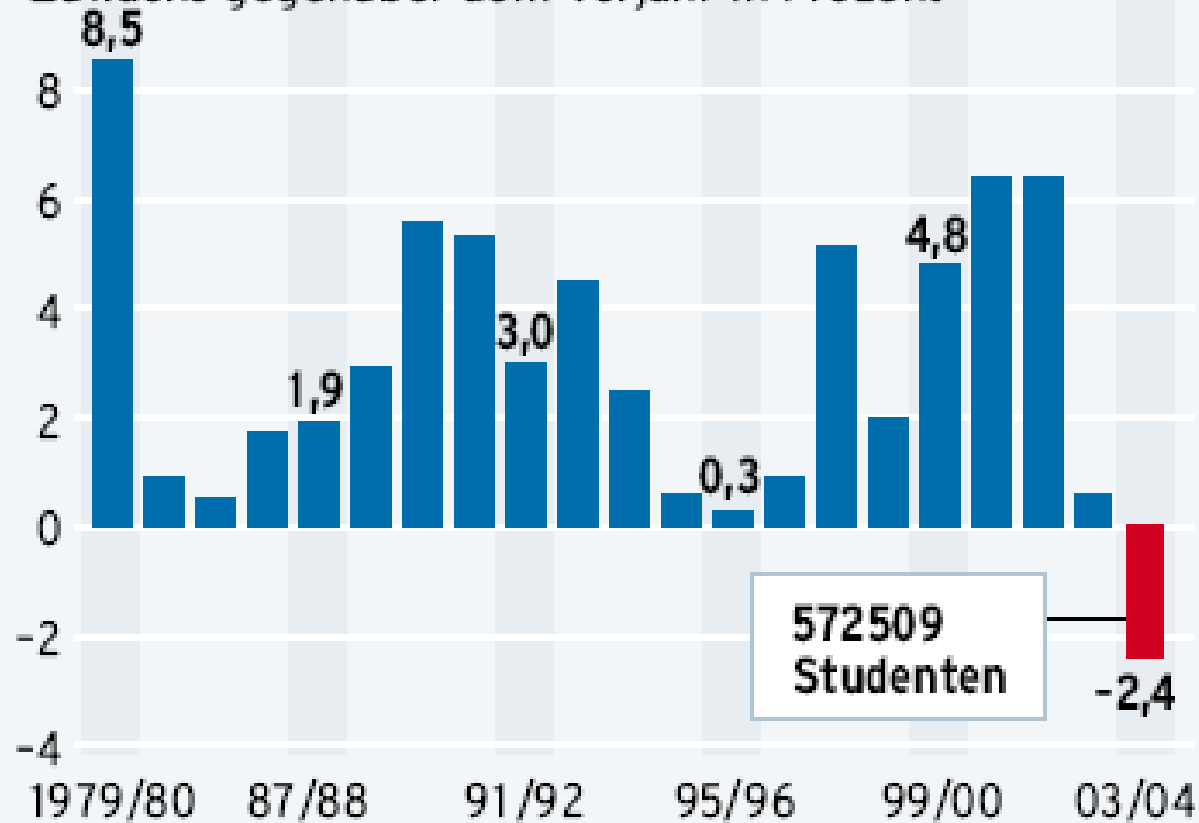
Akteure Ebenen	Bildungsträger	Betriebe (z.B. Microsoft, Siemens, IBM)
System	Beratungen zur Systementwicklung, Durchführung von Pilotprojekten und Modellversuchen	Beteiligung an und Aufbau von Zertifizierungssystemen, Selbstverpflichtungen auf Standards
Organisation	kommerzielle Präsenz eines Bildungsträgers im Importland mit eigenen Niederlassungen (z.B. Sprachschulen oder privater Universitäten), Joint Venture mit einer nationalen Bildungseinrichtung, Franchise-Modelle	Einflussnahme auf andere Unternehmer in einer Prozesskette und die dortigen Lernprozesse (z.B. Zulieferer oder ISO-Zertifizierungen)
Angebote	eLearning, Fernlehrgänge oder Konferenzen (z.B. Sprachangebote: Englisch in China)	Zertifizierung von Lernprozessen (Lizenzen und Prüfungsgebühren), Produktschulungen
Teilnehmer	Bereitstellung von Bildungsdienstleistungen im Anbieterland	Verknüpfung von Produkt- und Bildungsexporten

Friktionen beim Bildungsexport

- **Sprache**
- **Lernkultur**
- **Politik**
- **Beharrungskräfte nationaler Bildungssysteme, staatliche Regulierungen**
- **geringe Markttransparenz**

Beispiel: Politik

Ausländische Studenten in Amerika
Zuwachs gegenüber dem Vorjahr in Prozent



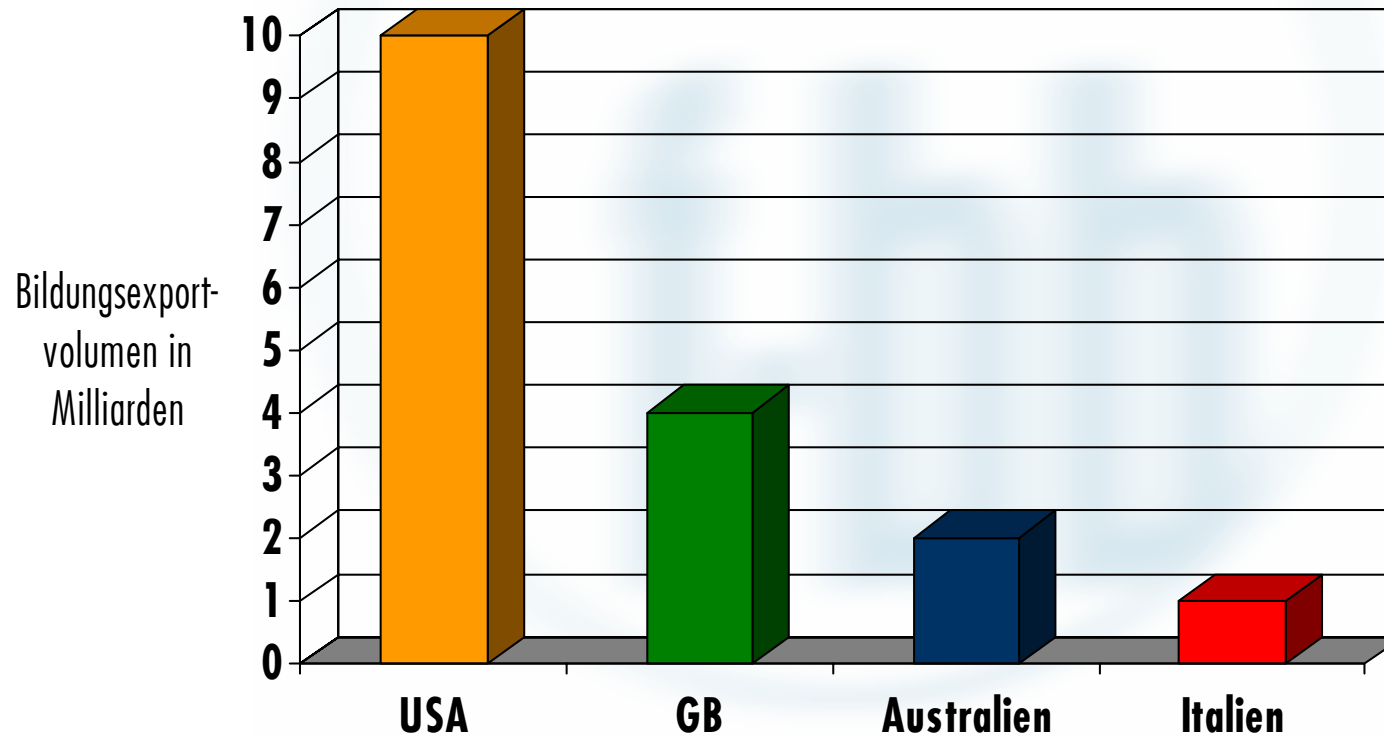
Quellen: Institute of International Education; DAAD/F.A.Z.-Grafik Niebel

Inhalte

1. Expansion von Bildungsexporten
2. **Bildungsexportweltmeister USA**
3. Deutsche Bildungsexporte
4. Staaten und Bildungsexporte
5. Märkte und Aufgaben für deutsche Bildungsdienstleister

Bildungsexportweltmeister USA

Bildungsexportvolumen: 60 Milliarden Euro pro Jahr



Hochschulprogramme

- **USA:**
 - ca. 570.000 ausländische Studenten
 - Studiengebühren von ca. 7 Mrd. Euro
 - 80.000 Inder
- **UK:**
 - ca. 318.000 ausländische Studenten
 - Studiengebühren von ca. 7,5 Mrd. Euro
 - Tony Blair: 100.000 zusätzliche ausländische Studenten bis 2011
 - Planungen: 870.000 ausländische Studenten (2020) *(The Times, 8.5.2006)*
- **D:**
 - ca. 186.000 ausländische Studenten
 - Studium bislang gebührenfrei
 - 24.000 Chinesen in natur- oder ingenieurwissenschaftlichen Studiengängen

Exportenerfolge der Angelsachsen

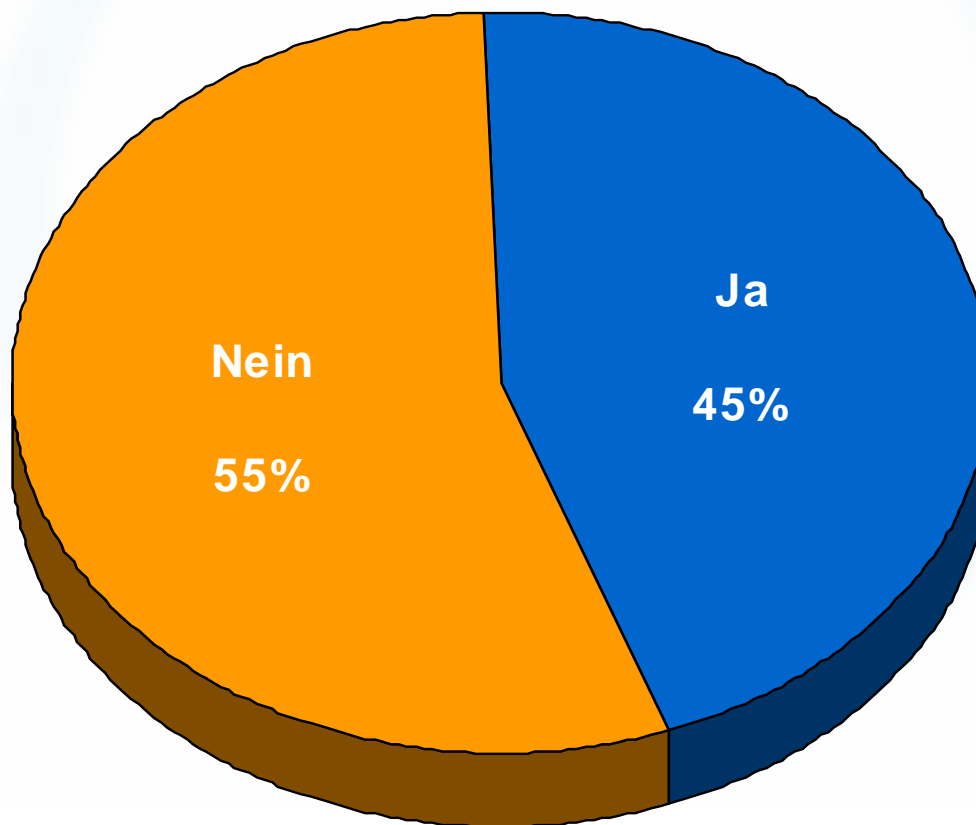
- **frühzeitiges Engagement: Vorsprung vor der Konkurrenz**
- **Wirtschaftsstrukturen: Export von High-Tech-Gütern als Türöffner**
- **Image: weltberühmte Eliteuniversitäten**
- **Weltsprache: Englischkurse, Einsatz unabhängig vom Fach**
- **Akkumulation von Kapital: Industrienationen mit bereits deregulierten nationalen Bildungsmärkten haben einen deutlichen Konkurrenzvorsprung**
- **Preis: nicht entscheidend**

Inhalte

1. Expansion von Bildungsexporten
2. Bildungsexportweltmeister USA
3. **Deutsche Bildungsexporte**
4. Staaten und Bildungsexporte
5. Märkte und Aufgaben für deutsche Bildungsdienstleister

International aktive deutsche Bildungsanbieter (2001)

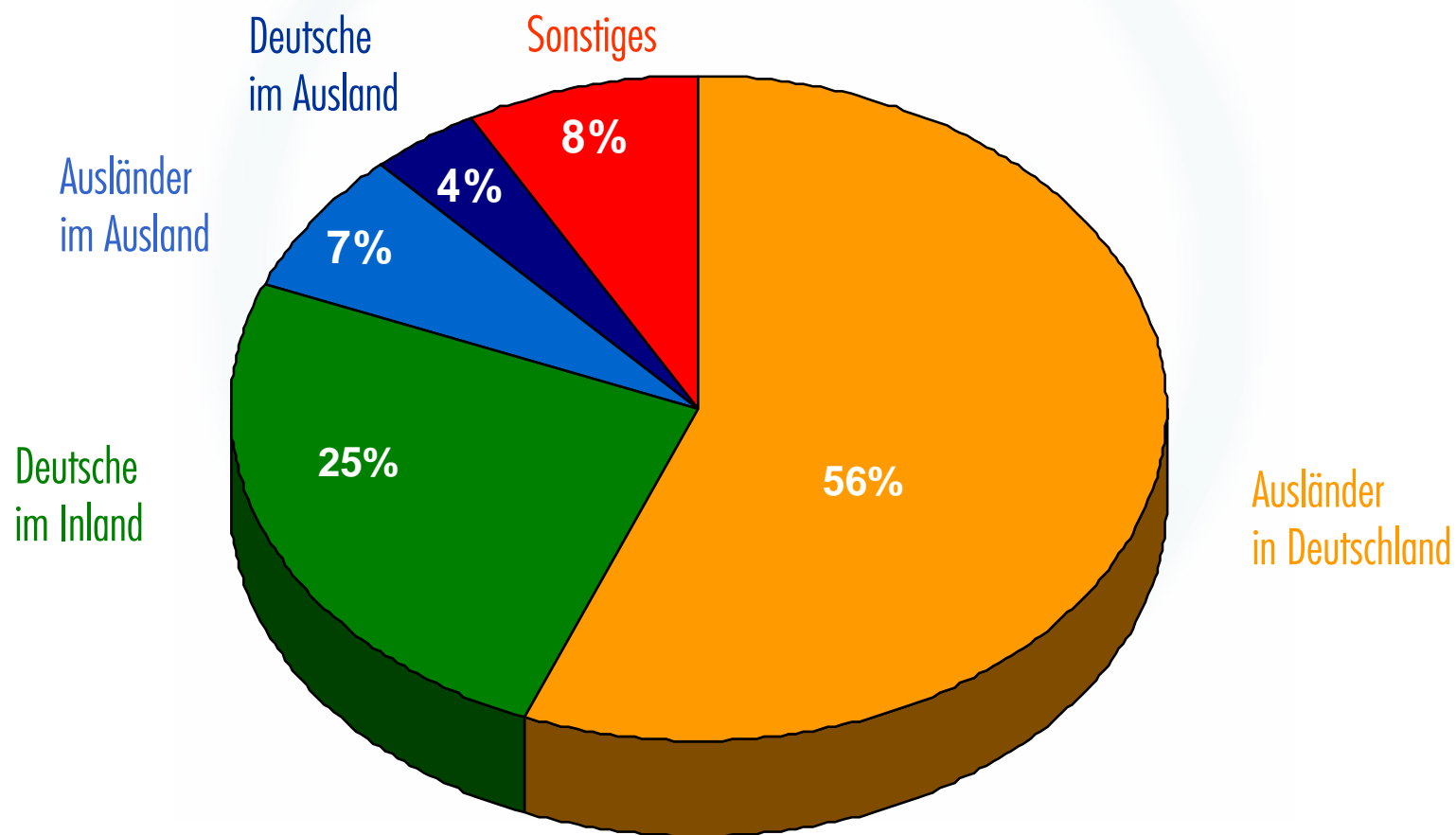
International aktiv ...



weiterbildung worldwide 2002 (n = 1234)

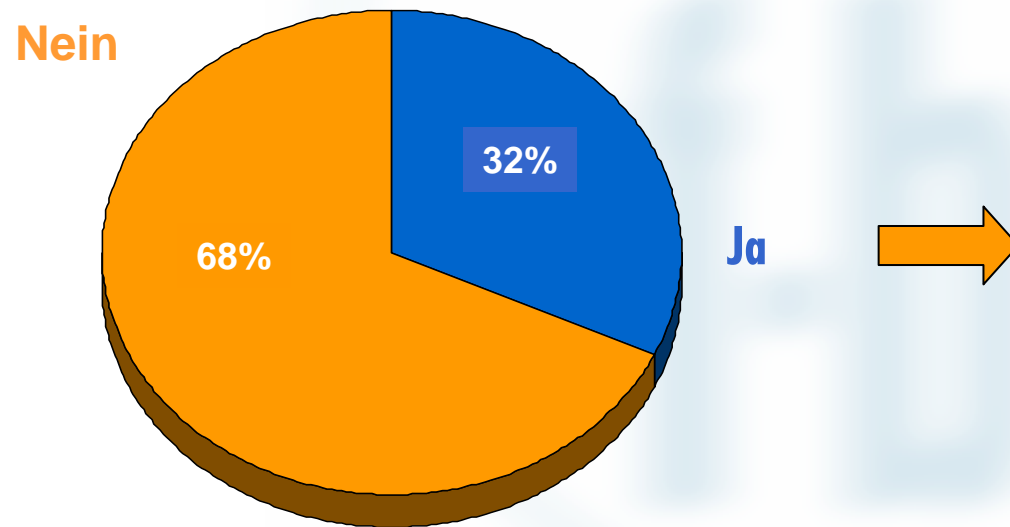
Wichtigste internationale Angebotstypen (2001)

Angebote für ...

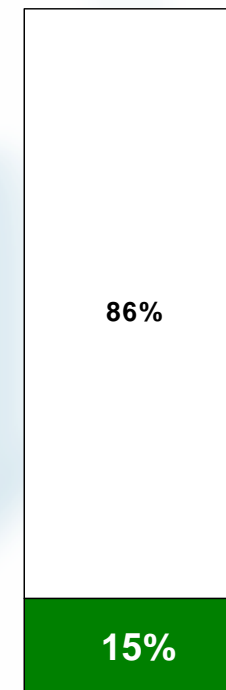


Exportschlager eLearning?

eLearning (2001)

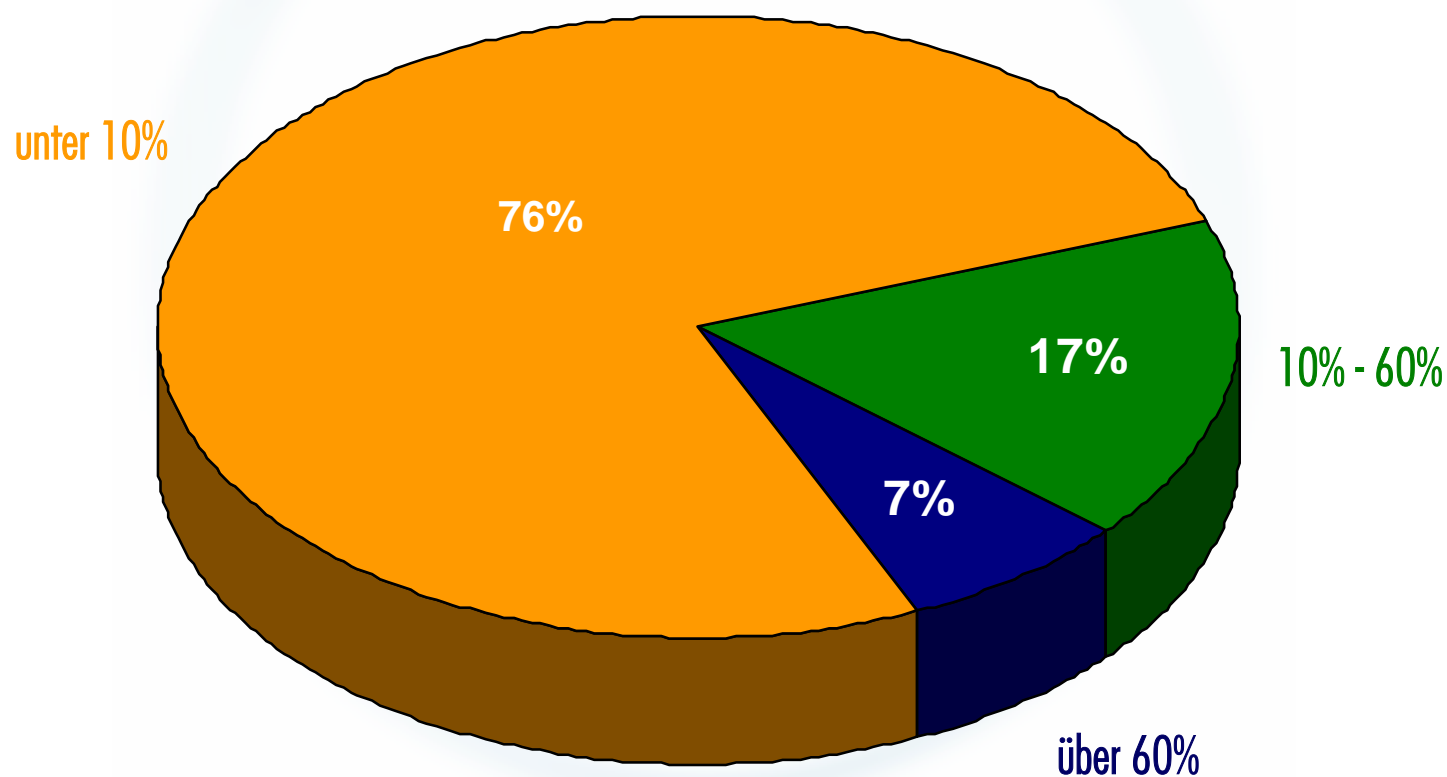


eLearning-Angebote
außerhalb Deutschlands



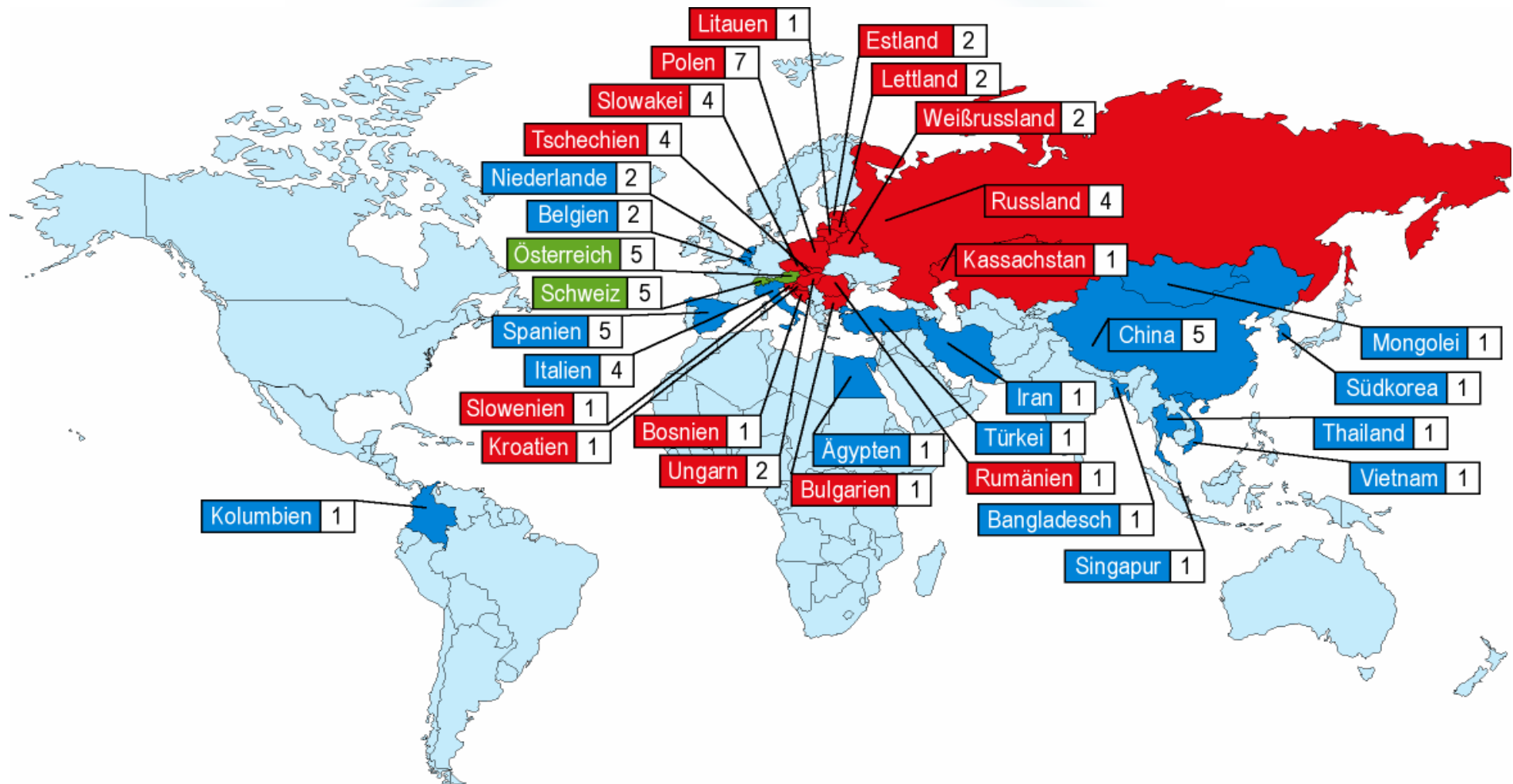
weiterbildung worldwide 2002 alle Weiterbildungsanbieter der Stichprobe ($n_1 = 1234$) bzw. alle eLearning-Anbieter mit Angaben zu Angeboten außerhalb Deutschlands ($n_2 = 382$)

Anteil internationaler Weiterbildungsangebote am Gesamtumsatz der ohnehin im Ausland aktiven Bildungsträger (2001)



weiterbildung worldwide 2002 (n = 461)

Standorte deutscher Bildungsdienstleister im Ausland



(Stand 2006; eigene Erhebung; N = 37 Bildungsdienstleister)

Deutsche Bildungsdienstleister im Ausland

- **nur ca. 16 Prozent im Ausland aktiv**
- **Länder: deutschsprachiges Ausland, „Ostblock“, China**
- **Angebote: Deutsche im Ausland, nur selten etablierte Bildungsdienstleistungen** (Wuppertaler Kreis 2006)
- **Kunden: vor allem Unternehmen?!** (Wuppertaler Kreis 2006)
- **Institutionen: aktive Hochschulen**
- **Präsenz: wenige Niederlassungen, selten Werbung im Ausland** (Wuppertaler Kreis 2006)
- ➔ **viele Märkte werden nicht bearbeitet**

Rückstand Deutschlands bei Bildungsexporten

- **Globalisierung als Bedrohung**
 - GATS-Verhandlungen
 - Quersubventionierungen
 - gleiche Chancen auf öffentliche Förderung
- **Versorgungsmentalität und Skepsis durch claims und abgeschottete Märkte**
 - mangelnde Wirtschaftlichkeit, geringe Finanzmittel, geringer Ertrag
 - nur 20 % nutzen Exportförderungen
 - fehlende Markttransparenz
 - geringes ausländisches Marktpotenzial für bestehende Angebote

Rückstand Deutschlands bei Bildungsexporten

- **nationale Sichtweise**
 - Internationalisierung der Bildungsmärkte im Hinblick auf Veränderungen in Deutschland
 - **ungenügende Positionierung von Bildungsdienstleistern**
 - Probleme Kooperationspartner zu finden
 - Bürokratie
 - unzureichende Kompetenzen
 - interkulturelle Unterschiede
- ➔ **Wille fehlt, um Märkte zu erobern**

Inhalte

1. Expansion von Bildungsexporten
2. Bildungsexportweltmeister USA
3. Deutsche Bildungsexporte
4. Märkte und Aufgaben für deutsche Bildungsdienstleister

Ausblick

- 1. Deutsche Bildungsträger werden es auch in Zukunft nicht leicht haben, sich neben den angelsächsischen Anbietern zu behaupten!**
- 2. Steigerung der Konkurrenzfähigkeit durch Bezug auf lokalen Kontext - im Gegensatz zu den Angelsachsen?**
- 3. Voraussetzungen in Deutschland schaffen!**

Märkte: Beispiel Türkei

Bausektor: 33 % des BIP, 15 % der Beschäftigten

- gering qualifizierte Arbeiter aus ländlichen Regionen, hohe Fluktuation versus Erdbbensicherheit, Arbeitssicherheit, internationale Expansion der Bauindustrie
- ZDH: seit 2004 Baubildungszentrum in Ankara

Einzelhandel: *real*-erweitert seine Präsenz, Beitrittsverhandlungen

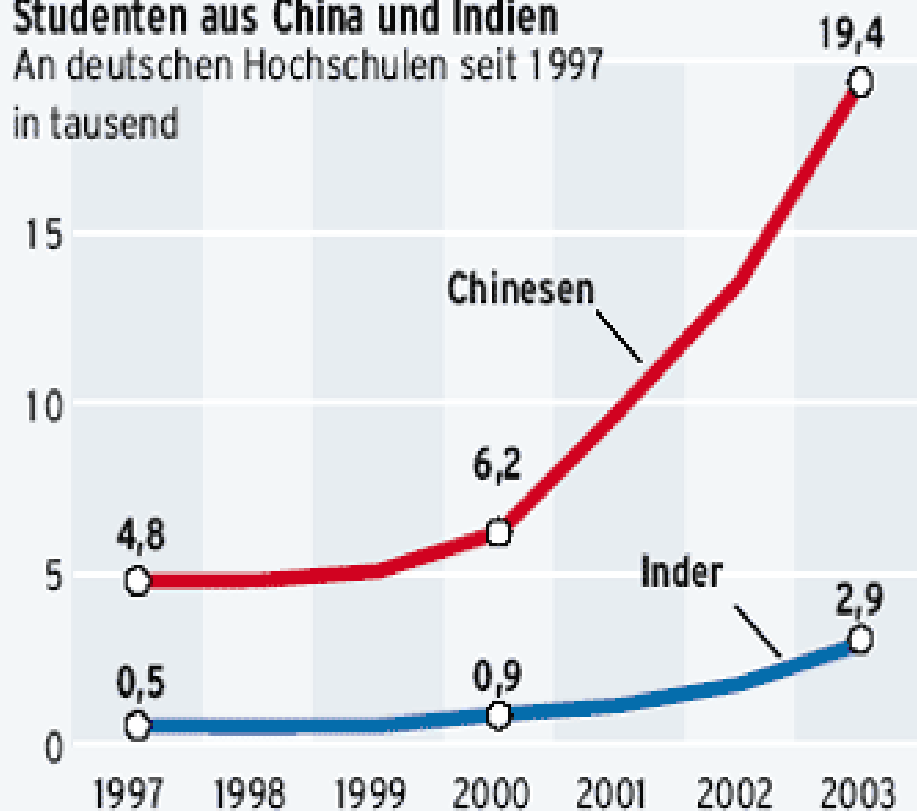
- viele Bewerbungen, aber nicht passgenau (mehrsprachige Magister versus nur Schulabschluss)
- Nachteile für kleine Händler mit angelernten Mitarbeitern (Hygiene, Lebensmittelsicherheit)

➡ **deutschen Partnern gegenüber aufgeschlossen, Sprachkenntnisse und Landeskenntnisse oft vorhanden, notwendig: Flexibilität und lokale Partner**

Märkte: ausländische Studenten

Studenten aus China und Indien

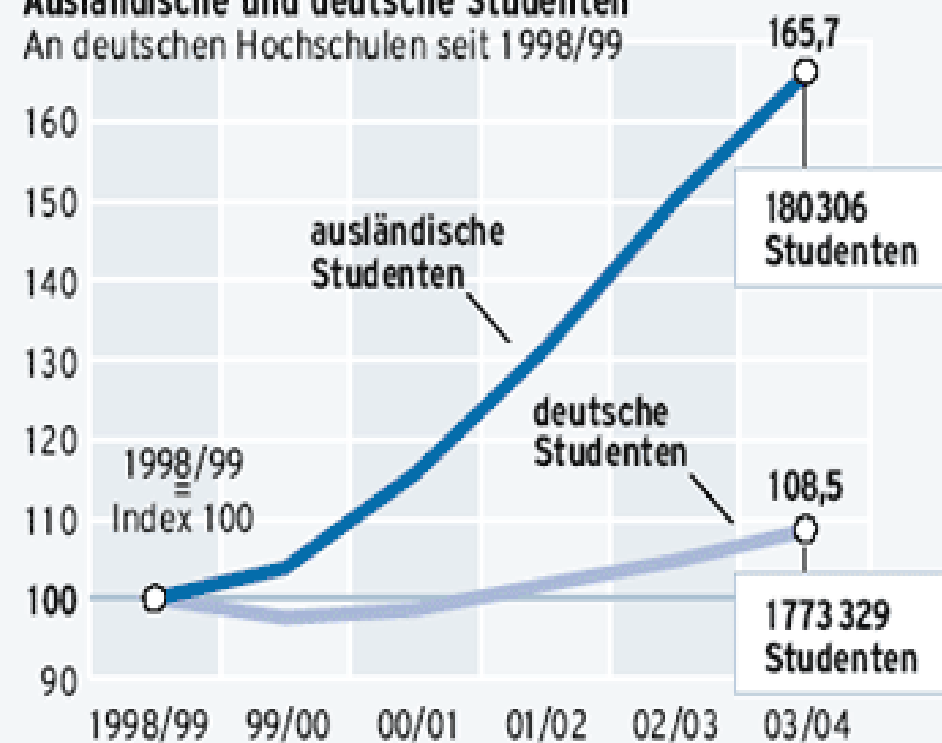
An deutschen Hochschulen seit 1997
in tausend



Quellen: Institute of International Education; DAAD/F.A.Z.-Grafik Nebel

Ausländische und deutsche Studenten

An deutschen Hochschulen seit 1998/99



Quellen: Institute of International Education; DAAD/F.A.Z.-Grafik Nebel

Aufgaben: Staat

- **Schaffung eines Bildungsraumes mit Ausstrahlungskraft**
 - Verbesserung des Images der deutschen Bildungslandschaft
 - Steigerung des Prestiges europäischer Zertifikate
- **Kapitalakkumulation auf einem liberalisierten Bildungsmarkt in Deutschland**
- **Gestaltung der internationalisierten Dienstleistungsbeziehungen**

Aufgaben: Bildungsdienstleister

- **Wille zur internationalen Expansion**
 - Risikobereitschaft erhöhen, finanzielle und personelle Ressourcen
- **internationales Bildungsmarketing**
 - Integration des externen Faktors in den Leistungserstellungsprozess (auch Wissensmanagement)
- **Kompetenzentwicklung**
 - interkulturelle Kompetenz, Sprachen etc.
- **Kooperationen**
 - exportierende Industrieunternehmen, ausländische und andere deutsche Bildungsanbieter, Forschungseinrichtungen
- **Angebote**
 - High-End-Angebote, Selbstzahler, Internationalisierung in Deutschland



Forschungsinstitut
Betriebliche Bildung

**Ich bedanke mich für Ihre
Aufmerksamkeit.**

Dr. Ottmar Döring