

Stimmungshoch bei deutschen Berufsbildungsanbietern im Export

MONIKA MUYLKENS

M.A., wiss. Mitarbeiterin, Marktinformationen und Studien,
iMOVE beim BIBB

► **Berufliche Bildung „made in Germany“ boomt. Seit 2007 befragt iMOVE in unregelmäßigen Abständen 100 deutsche Aus- und Weiterbildungsanbieter zu ihren gegenwärtigen und künftig geplanten Aktivitäten im Ausland. Ausgewählte Ergebnisse dieses Trendbarometers werden im Beitrag vorgestellt.**

Der Export von Berufsbildungsdienstleistungen ist häufig ein Begleitprodukt anderer Exportmaßnahmen und wird nicht systematisch erfasst – nicht zuletzt durch die Vielzahl von Anbietern und die Vielfalt der Angebote ergibt sich ein unübersichtliches Feld.

Eine Übersicht in Form von Kennzahlen zu diesem wachsenden Wirtschaftsbereich ist jedoch von großem Interesse. Deutschen Bildungsanbietern könnten sie als Grundlage für ihre strategische Ausrichtung und Investitionsentscheidungen dienen. Staatliche Stellen erhielten evidenzbasiert Anhaltspunkte, wie der deutsche Bildungsexport in der beruflichen Aus- und Weiterbildung weiter vorangetrieben werden kann. Nicht zuletzt könnten solche Informationen dem BIBB Hinweise geben, wie die Serviceangebote von iMOVE (vgl. Kasten) für die Branche weiter verbessert werden könnten.

DAS iMOVE-TRENDBAROMETER

Das iMOVE-Trendbarometer, das seit 2007 veröffentlicht wird, kann die unzulängliche Datenlage zum Berufsbildungsexport nicht grundlegend ändern. Gleichwohl bietet es erste Einblicke in die Stimmungslage deutscher Bildungsunternehmen, die ihre Dienstleistungen in der Berufsbildung im Ausland anbieten und spiegelt die Situation und Selbsteinschätzung der Branche wider. Für das aktuelle Trendbarometer interviewte iMOVE 100 Personen

iMOVE

Das Akronym steht für International Marketing of Vocational Education und ist eine Initiative des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) zur Internationalisierung deutscher Aus- und Weiterbildungsdienstleistungen. Die Initiative ist beim BIBB angesiedelt.

Seit 2001 unterstützt iMOVE deutsche Weiterbildungsanbieter mit einem umfangreichen Serviceangebot bei der Erschließung internationaler Märkte.

Mit dem Slogan „Training – Made in Germany“ wirbt iMOVE im Ausland für deutsche Kompetenz in der beruflichen Aus- und Weiterbildung.

Weitere Informationen: www.imove-germany.de

in leitenden Positionen bei deutschen Bildungsunternehmen, die bereits im Berufsbildungsexport aktiv sind. Dabei wird Berufsbildungsexport definiert als:

- **Ausfuhr beruflicher Aus- und Weiterbildung im weitesten Sinne:**
Nicht nur reiner Wissenstransfer, sondern auch bildungsrelevante Beratungsdienstleistungen und Vertrieb von Lehr- und Lernmitteln
- **„Incoming“** (z. B. Präsenzseminare in Deutschland) und **„Outgoing“** (z. B. Beratung einer ausländischen Berufsbildungseinrichtung) vor Ort bzw. online

Aus den quantitativen und qualitativen Auswertungen werden im Folgenden einige Ergebnisse dargestellt.

ZAHL DER EXPORTEURE SEIT 2010 MEHR ALS VERDOPPELT

Die Befragung zeigt, dass Berufsbildungsexport ein wichtiger Geschäftsbereich für deutsche Anbieter ist. Laut Einschätzung der Befragten exportiert fast jeder vierte deutsche Anbieter Bildungsleistungen. Dies sind mehr als doppelt so viele wie noch in der Befragung 2010. Einen weiteren Anhaltspunkt für die wirtschaftliche Relevanz der Branche bieten die Angaben der Befragten zu ihrem Jahresumsatz. Wenngleich lediglich 72 von ihnen Angaben machten, summieren sich deren Jahresumsätze im Bildungsexport auf 550 Mio. EUR im Jahr 2011. Insgesamt waren im selben Jahr bei den 100 befragten Bildungsanbietern etwa 5.650 Personen – rund 16 Prozent der gesamten Belegschaft – im Bildungsexport tätig.

Während für das Jahr 2012 27 Prozent der Befragten von einem Umsatz von unter einer Mrd. EUR ausgehen, halten 13 Prozent einen Umsatz von ein bis zwei Mrd. EUR für realistisch. Jeder zehnte Befragte glaubt an ein Umsatzvolumen der Branche von zwei bis fünf Mrd. EUR. Immerhin sieben Prozent der befragten Anbieter glauben an ein Exportvolumen von fünf bis zehn Mrd. EUR und sechs Prozent an eines von 10 Mrd. EUR oder mehr. Das Umsatzvolumen der Branche soll laut Prognose der Mehrheit der Befragten bis 2015 um mindestens neun Prozent wachsen. Sieben von zehn Bildungsanbietern meinen, dass sich sowohl ihr Inlands- als auch ihr Auslandsgeschäft in den nächsten drei Jahren positiv entwickeln werden. Ebenso viele Befragte gehen davon aus, dass sich das Auslands-

geschäft im selben Zeitraum noch besser entwickeln wird als das Inlandsgeschäft. So positiv wurde der Bildungsexport im Vergleich zum heimischen Bildungsmarkt seit Beginn der Erhebung 2007 noch nie bewertet.

DEUTSCHER BILDUNGSEXPORT IM INTERNATIONALEN VERGLEICH

90 Prozent der befragten Bildungsanbieter halten die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen beruflichen Aus- und Weiterbildung im Export für mittel bis hoch. Fast die Hälfte schätzt die Wettbewerbsfähigkeit sogar als hoch ein. Die befragten Anbieter sehen den deutschen Export beruflicher Aus- und Weiterbildung im Vergleich zu den Bildungsanbietern anderer Nationen gegenwärtig auf Platz 5. Sie schätzen, dass der deutsche Export im Berufsbildungsbereich bis 2015 sogar auf Platz 4 klettern könnte. Besonders erfolgreich sind aus Sicht der Bildungsanbieter vor allem Konkurrenten aus Großbritannien, den USA und Australien. Auf die Frage nach den Gründen des Erfolgs antworteten viele Befragte, dass englische Sprachkenntnisse, die Bekanntheit der Bildungssysteme und staatliche Unterstützung der jeweiligen Regierungen entscheidende Vorteile dieser Konkurrenten sind. Gleichzeitig wäre das auf Zielmärkten vorherrschende positive deutsche Image für den Export deutscher Bildungsleistungen hilfreich (vgl. Abb.).

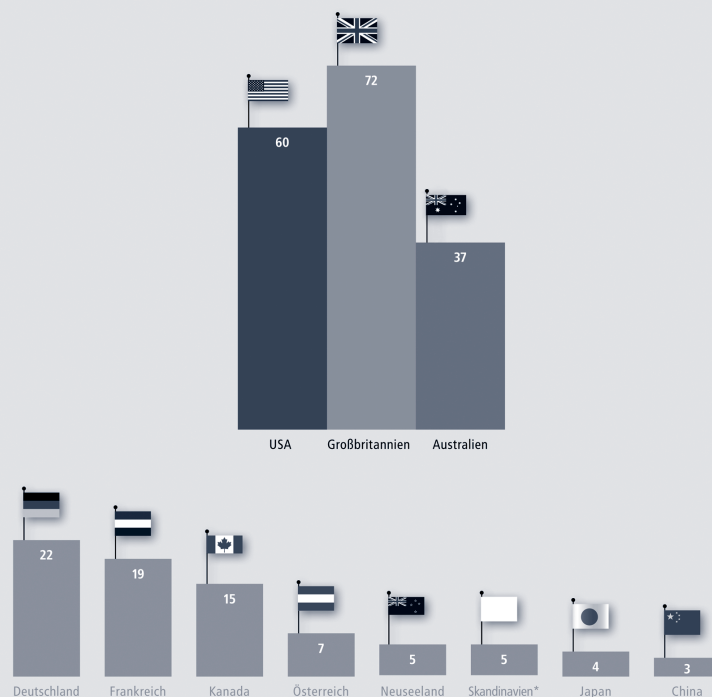
ERFOLGSFAKTOREN UND HINDERNISSE

iMOVE befragte die Bildungsanbieter nach grundsätzlichen Erfolgsfaktoren für das eigene Auslandsgeschäft. Als besonders wichtig sehen die Bildungsanbieter das Commitment der Geschäftsleitung (96 %) an. Diese müsste bereit sein, Anreize im eigenen Unternehmen zu setzen und ausreichende Ressourcen auch mittelfristig für das Auslandsgeschäft zur Verfügung zu stellen. Als fast ebenso wichtig erachten die Befragten fundierte Informationen über den Zielmarkt und fremdsprachliche sowie interkulturelle Kompetenz im eigenen Unternehmen (je 94 %) sowie gute Kontakte im Zielmarkt (93 %), gefolgt von der Kooperation mit Partnern vor Ort (90 %). Etwas weniger wichtig ist den Befragten die eigene Internationalisierungsstrategie (76 %). Die Unternehmenspräsenz im Zielmarkt ist für fast jeden sechsten Anbieter erfolgsbestimmend (57 %). Mehr als die Hälfte der Befragten sieht in der staatlichen Unterstützung aus Deutschland (54 %) einen Faktor für den Erfolg des Auslandsgeschäfts.

Im Bildungsexport dauert es oft mehrere Jahre, bis eine Geschäftsanbahnung gelingt. Entsprechend geben sieben von zehn Anbietern an, dass lange Anlaufzeiten ein Hindernis im Bildungsexport sind. Der Mangel an Kontakten im Zielmarkt stellt für 66 Prozent der befragten Bildungsanbieter ein Hindernis dar. Auch Hürden im eigenen Unternehmen wie begrenzte Kapazitäten oder Kompetenzen erleben deutsche Bildungsanbieter als beinahe ebenso hinderlich (65 %) wie etwa Visa- oder Zollbestimmungen (63 %). Gebremst werden Anbieter im Bildungsexport auch

Abbildung Top Ten im Bildungsexport

Schätzung, welche 10 Nationen im Exportgeschäft der beruflichen Aus- und Weiterbildung besonders erfolgreich sind; in % der befragten Bildungsanbieter



* Die befragten Anbieter fassten die Nationen Dänemark, Finnland, Norwegen und Schweden als „Skandinavien“ zusammen – bis zu 3 Nennungen möglich

Quelle: iMOVE Trendbarometer 2013, S. 47

durch begrenzte Einnahmemöglichkeiten im Zielmarkt. Der Wettbewerb durch andere Anbieter ist für vier von zehn Befragten (42 %) fast ebenso ungünstig wie der Mangel an Informationen über den Zielmarkt (41 %). Eine allgemein geringe Wertschätzung von Berufsbildung im Zielmarkt ist für ein Drittel der Befragten (32 %) eine Hürde. Einzelne Anbieter äußern hierzu allerdings, dass genau dieser Umstand deutsche Anbieter ins Geschäft bringen kann. Unter www.imove-germany.de steht das „Trendbarometer Exportbranche Aus- und Weiterbildung 2013“ zum kostenlosen Download oder kostenlosen Bestellung bereit. Deutsche Bildungsanbieter können unterschiedliche Schlussfolgerungen aus den Informationen des Trendbarometers ziehen. Deutlich wird jedoch, dass die Befragten die Situation und die Aussichten der Branche – auch im internationalen Vergleich – gegenwärtig sehr positiv einschätzen. Außerdem zeigt die Studie, dass staatliche Unterstützung des Berufsbildungsexports – nicht nur finanzielle, sondern auch die fachlich-inhaltliche Begleitung sowie Marketingaktivitäten in den Zielmärkten – von der Branche gewünscht wird. Das BMBF unterstützt den deutschen Bildungsexport unter anderem durch die Förderrichtlinie „Bildungsexport“ und durch iMOVE. iMOVE wird auf der Basis der Ergebnisse des Trendbarometers das eigene Serviceangebot weiterentwickeln. ■