

Konferenz Exportartikel Bildung



Strategien zur internationalen Vermarktung beruflicher Aus- und Weiterbildungsangebote soll deutschen Bildungsanbietern den Weg auf die Weltmärkte ebnen.

Vom 2. bis 3. Juli 2003 veranstaltete das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) in Zusammenarbeit mit iMOVE in Berlin die Konferenz "Exportartikel Bildung".

Ziel der Konferenz war, den Anbietern von beruflicher Aus- und Weiterbildung eine erfolgreiche Positionierung im internationalen Markt zu erleichtern. Denn trotz hoher Qualität ihrer Angebote sind sie weltweit bislang unzureichend vertreten.

Die Konferenz richtete sich an Führungskräfte aus Unternehmen der beruflichen Aus- und Weiterbildung sowie an Verbände und Sozialpartner aus dem gesamten Bundesgebiet.

Die Bundesministerin für Bildung und Forschung Edelgard Bulmahn eröffnete die Konferenz.

Eine Podiumsdiskussion mit Vertretern von Weltbank, regionalen Entwicklungsbanken und der Europäischen Union gab Hinweise auf relevante Geberorganisationen sowie Ausschreibungsverfahren.

Workshops zum Umgang mit internationalen Ausschreibungen sowie zu den Spezifika regionaler Märkte (China/Südostasien; Mittel- und osteuropäische Länder/EU; GUS/NUS; Arabischer Raum/Maghreb sowie Mittel- und Südamerika) sollten Marktzugang oder Produktorientierung aufzeigen.

Am Rande der Konferenz konnten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer durch Meinungs austausch und Netzwerk bildung Bietergemeinschaften entwickeln.



Konferenz Exportartikel Bildung



12.00 - 13.00 Uhr *Empfang und Check In*

13.30 Uhr

Eröffnung: Edelgard Bulmahn, Bundesministerin für Bildung und Forschung

13.45

Keynote: Dr. Heinrich von Pierer, Vorstandsvorsitzender der Siemens AG

14.15 Uhr

Podium mit Impulsreferaten zu internationalen Ausschreibungen

Moderation: Anke Plättner

Dr. David H. Fretwell, Weltbank, Washington D.C.

Dr. Peter L. Fedon, Asian Development Bank Manila

Dr. Tadeusz Kozek, Komitee für Europäische Integration, Warschau

Hans Georg Luban, German Education & Training GmbH, Köln

Wilfried Maus, Bundesagentur für Außenwirtschaft (bfa)

Klaus Haupt, EU-Kommission, EuropeAid Cooperation Office, Brüssel

16.00 - 16.30 Uhr *Kaffeepause*

16.30 - 18.00 Uhr

Beginn der fünf regionalen Workshops

19.00 - 22.00 Uhr

Schiffstour mit Abendessen durch die historische Mitte Berlins

Donnerstag, 03.07.2003

09.30 - 12.30 Uhr

Fortsetzung der regionalen Workshops

zwischendurch *Kaffeepause*

12.30 Uhr *Mittagessen im Konferenzhotel*

13.30 - 15.00 Uhr

Fortsetzung der regionalen Workshops:

Erarbeitung von Ergebnissen für das Abschlusspodium

15.00 - 15.30 Uhr *Kaffeepause*

15.30 - 17.00 Uhr

Konferenz Exportartikel Bildung



Regionale Workshops fanden im Rahmen der Konferenz "Exportartikel Bildung":

Workshop China / Südostasien

Chair: Professor Dr. Jürgen Henze, Humboldt-Universität Berlin
Co-Chair: Jeanette Funke, InWEnt

Workshop Mittel- und Osteuropa / EU

Chair: Markus Pilgrim, SEQUA
Co-Chair: Hans-Joachim Böhmer, Deutsch-Portugiesische Industrie- und Handelskammer

Workshop Gemeinschaft Unabhängiger Staaten / NUS

Chair: Thomas Schulte, Handwerkskammer Münster
Co-Chair: Karsten Heinz, Bundesministerium für Bildung und Forschung

Workshop Arabischer Raum / Maghreb

Chair: Dr. Ulrich Hillenkamp, European Training Foundation
Co-Chair: Dr. Peter Göpfrich, Deutsch-Arabische Industrie- und Handelskammer

Workshop Mittel- und Südamerika

Chair: Manfred Häbig, Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ)
Co-Chair: Lutwin Strauch, Deutsch-Brasilianische Industrie- und Handelskammer





Exportartikel
BILDUNG
Konferenz 2003
zum internationalen Marketing der
beruflichen Aus- und Weiterbildung.

D O K U M E N T A T I O N

2. und 3. Juli 2003, Berlin

Inhaltsverzeichnis

Eröffnungsreden

Edelgard Bulmahn, Bundesministerin für Bildung und Forschung	3
Dr. Heinrich von Pierer, Vorsitzender des Vorstandes der Siemens AG	7

Podiumsdiskussion

Dr. David H. Fretwell, Weltbank, Washington D.C.	15
Dr. Peter L. Fedon, Asian Development Bank, Manila	18
Dr. Tadeuz Kozek, Komitee für Europäische Integration, Warschau	21
Hans-Georg Luban, German Education and Training GmbH, Köln	23
Wilfried Maus, Bundesagentur für Außenwirtschaft, Köln	26
Klaus Haupt, EU-Kommission, EuropeAid Cooperation Office, Brüssel	28
Zusammenfassung	30

Galerie

Networking	34
Abendveranstaltung	36

Workshops

China / Südostasien	38
Mittel- und osteuropäische Länder / EU	41
Gemeinschaft Unabhängiger Staaten / NUS	45
Arabischer Raum / Maghreb	48
Mittel- und Südamerika	51

Abschlusspodium	55
-----------------	----

Schlusswort	57
-------------	----

iMOVE	59
-------	----

Impressum	60
-----------	----



Einführung

Die bisherigen Erfahrungen haben gezeigt, dass die mit beruflicher Aus- und Weiterbildung befassten Partner aus den GUS-Staaten offen sind für deutsche Bildungsstandards und ein besonderes Interesse am dualen System mit seinem hohen praktischen Ausbildungsanteil zeigen. Diesem Interesse liegt ein anhaltender Bedarf an gut ausgebildeten Fachkräften zugrunde, der für deutsche Bildungsanbieter des Handwerks und anderer Wirtschaftsbereiche, die sich im osteuropäischen Raum erfolgreich engagieren wollen, einen interessanten Markt eröffnet. Um darin bestehen zu können, ist das Marketing für eigene Bildungsprodukte unverzichtbar. Anliegen des Workshops war es, deutsche Bildungsanbieter auf notwendige Marktanalysen und vorhandene Möglichkeiten dafür hinzuweisen und für die Suche nach geeigneten Marketinginstrumenten zu motivieren. Deshalb konzentrierte sich die Arbeit im Workshop auf Marketingaspekte und bezog dabei Grenzbereiche wie die anwendungsorientierte Forschung, Kooperationen im Hochschulbereich sowie die Innovationsförderung, die wichtige Katalysatoren oder Brücken für den Bildungsexport sein können, in die Diskussion mit ein.

Um die Möglichkeiten für erfolgreiche Bildungsaktivitäten im GUS/NUS-Raum gemeinsam zu diskutieren, Informationen zu erhalten und neue Perspektiven zu erkennen, kamen 40 Teilnehmer, Vertreter von Bildungseinrichtungen aus dem gesamten Bundesgebiet, zu diesem Schwerpunktthema zusammen. Die Ergebnisse des Workshops lassen sich in fünf Schwerpunkten zusammenfassen:

1. Chancen und Möglichkeiten im regionalen Markt GUS/NUS

Marketing für eigene Produkte setzt auch im Bereich der beruflichen Aus- und Weiterbildung voraus, dass sich der Wettbewerber u.a. mit einer Marktanalyse, der Bewertung von Erfolgsaussichten von Projekten, Ideen oder Konzepten und einem realistischen Kostenvoranschlag beschäftigt. Zur Analyse des Marktes, auf dem das Bildungsprodukt angeboten werden soll, gehört auch



Thomas Schulte, Handwerkskammer Münster

eine Bewertung von politisch determinierten und möglicherweise davon abweichenden tatsächlichen Bedarfslagen sowie der daraus abzuleitenden Notwendigkeit der Adaption eigener Bildungsprodukte für den GUS-Markt. ORR Karsten Heinz skizzierte dazu – vorwiegend am Beispiel Russlands als größtem Markt in der GUS –, welche Informationsquellen im Internet zur Verfügung stehen, um sich ohne größeren finanziellen Aufwand eine Groborientierung über die Chancen und Möglichkeiten für den Bildungsexport in die GUS zu verschaffen sowie wichtige Ansprechpartner zur Unterstützung von Projekten ausfindig zu machen. Folgende Aspekte standen im Mittelpunkt der Präsentationen:

- 1) Quellen zur Landeskunde mit ausführlichen und aktuellen Informationen,
- 2) Internetpräsenz deutscher Bildungs- und Wirtschaftseinrichtungen, bilateraler Vereine und Verbände und Landes- und Bundeseinrichtungen, die mit den GUS-Staaten kooperieren und möglicherweise als Projekt- oder Ansprechpartner, Vermittler oder Förderer eigener

Bildungsprojekte in Frage kommen sowie wichtige allgemeine Informationsquellen zu Wirtschaft und Politik in Russland, der Ukraine und anderen GUS-Staaten,

- 3) Erläuterungen von im Internet zugänglichen Informationen über die aktuelle Bildungslandschaft in den GUS-Staaten. (Diese Präsentationen mit zahlreichen Hinweisen auf einschlägige Internetadressen sind – wie auch andere des Workshops – im Internet unter www.exportartikel-bildung.de abrufbar.

2. Umsetzung von Bildungsaktivitäten:

Best-practice-Beispiele

Zu diesem Aspekt sollten die Erfahrungen aus der Praxis in den Mittelpunkt gerückt werden. Dazu haben drei Referenten über ihre Bildungsaktivitäten und Erfahrungen im Raum GUS/NUS berichtet.

RD Peter Metten aus der Staatskanzlei des Landes NRW berichtete über die Ziele und Instrumente einer erfolgreichen Landespolitik bei der berufsbildungspolitischen Zusammenarbeit mit der Region Kostroma in Russland. Wesentliche Meilensteine der bisherigen Zusammenarbeit mit russischen Behörden und Unternehmen wurden skizziert und Kooperationsansätze für deutsche Bildungsanbieter dargestellt.



Workshop GUS/NUS mit Karsten Heinz, BMBF

Alfred Tietz, Inhaber des Unternehmens International Contact Services, stellte am Beispiel Russlands die Interessen eines Unternehmens und seiner Vorgehensweise

bei Initiierung und Durchführung von Projekten im Bildungsbereich in der GUS vor.

Dr. Klaus-Dieter Meininger von der Deutschen Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) berichtete über Projekte in der GUS, Fördermechanismen und Kooperationsbedingungen für deutsche Bildungsanbieter an größeren Projekten sowie Erfahrungen mit örtlichen Partnern auf den Ebenen von Politik, Bildung und Wirtschaft bei der Projektdurchführung.

3. Schritte zur Bildungsmarkterschließung

Im Rahmen des Workshops befassten sich die Teilnehmer intensiv mit Möglichkeiten zur Erschließung des GUS-Bildungsmarktes anhand ihrer Erfahrungen aus durchgeführten Projekten oder Planungsarbeiten für neue Projekte. Dabei spielten folgende Aspekte eine Rolle:

- 1) planerische Überlegungen (Marktanalyse, Orientierung am Bedarf von deutschen Großunternehmen vor Ort sowie KMU, Information über das Bildungssystem in dem jeweiligen Land, Analyse der Unternehmen, die für eine Zusammenarbeit in Frage kommen, die Definition der Zielgruppen und die Analyse des realen Qualifizierungsbedarfs),
- 2) Analyse der eigenen Kapazitäten und Kompetenzen (fachliche, soziale, interkulturelle Kompetenzen, Investitionsbereitschaft, Regionalerfahrung, Präsenzmöglichkeit vor Ort, Modularisierung von Angeboten, "Paketlösungen"),
- 3) realistische Einschätzung von Markteintrittshemmnissen (zentralistische Entscheidungsprozesse, Konsortienbildung, Unterauftragnehmer, Großprojekte).
- 4) Projektmanagement (Ausschreibungsmodalitäten, Netzwerkbildung, Kontaktmanagement, Finanzierungsmöglichkeiten).
- 5) Politische Unterstützung für Projekte in der GUS.

Die Diskussion zeigte, dass sich erfolgreiche Projekte durchweg durch ein hohes Maß an persönlichem Engagement der Projektführer sowie ein vorausschauendes Agieren bei Vorinvestitionen und möglicherweise langen Vorlaufzeiten und Entscheidungsprozessen auszeichnen.



Thomas Schulte, Alfred Tietz, Karsten Heinz und Peter Metten

4. Informationen über laufende und geplante Programme und Projekte

Am Beispiel von Bildungsangeboten deutscher Organisationen für internationalen Austausch und Zusammenarbeit erläuterte ORR Karsten Heinz, dass sich zum einen bisherige deutsche Förderprogramme vor allem auf den Hochschulbereich konzentrierten. Hier ist eine Stärkung der beruflichen Aus- und Weiterbildungsaktivitäten durch öffentliche und private Mittel wünschenswert. Zum anderen zeigt eine Datenbank des russischen Bildungsministeriums über Fördermöglichkeiten ausländischer Bildungsanbieter, dass deutsche Angebote fast vollständig fehlten. Obwohl durch unterschiedliche Strukturen und Fördermöglichkeiten bedingt, stehen sowohl die deutsche Hochschul- als auch die berufliche Aus- und Weiterbildungslandschaft vor der Herausforderung, ihre Angebote zu bündeln, sichtbar und damit verwertbarer zu machen.

5. Optimierung der Rahmenbedingungen

Die Teilnehmer des Workshops unterstützten folgende Ideen mit dem Ziel die vorhandenen Rahmenbedingungen für den Export deutscher Bildungsangebote zu verbessern, um Instrumente bilateraler Bildungszusammenarbeit erfolgreicher auf dem GUS-Markt einzusetzen:

- 1) Bündelung konkreter Kooperationsangebote in Aus- und Weiterbildung für den internationalen Markt auf einer einheitlichen Internetplattform, die durch iMOVE betreut werden könnte.
- 2) Installation einer Internet-Datenbank zur Partnersuche und
- 3) politische Flankierung (z.B. durch Unterstützung deutscher Auslandsvertretungen).

Aussichten

Die meisten der 40 Teilnehmer befanden sich in konkreter Bildungszusammenarbeit mit Partnern aus der GUS oder planten den Start von bilateralen Projekten. Die Teilnehmer unterstrichen, dass mit dieser Konferenz ein wertvoller Beitrag zur Erschließung des internationalen Bildungsmarkts geleistet wurde. Deutlich wurde aber auch, dass die deutsche Bildungslandschaft bei der beruflichen Aus- und Weiterbildung erst am Beginn eines Prozesses der Erarbeitung und Nutzung erfolgreicher Marketinginstrumente steht. Der abschließende Wunsch des Plenums an die Verantwortlichen dieser Konferenz richtete sich deshalb folgerichtig auf die Fortsetzung des mit dieser Veranstaltung begonnenen Dialogs.