

324 SEITEN

Die Doppelnummer zum Jahreswechsel

FORMAT

NR. 51-52
21. DEZEMBER 2011
3,20 EURO
www.format.at

Pb b. GZ 022032103 W
Verlagspostamt 3432 Tulln
Deutschland, Italien € 3,50



ÖSTERREICHS WOCHENMAGAZIN FÜR WIRTSCHAFT & GELD

TRENDS 2012

Die Top-Business-Themen im nächsten Jahr

AUSBLICK: DAS WICHTIGSTE AUS POLITIK, KULTUR & STYLE

interview

„Sind Europas größter

Bildungsexport als Motor im internationalen Wettbewerb ist für Karl Pisec, Kurator des WIFI Österreich, der volkswirtschaftliche Hintergrund des WIFI-Engagements in zentral- und südosteuropäischen Ländern.

FORMAT: *Das WIFI hat seine Präsenz als Weiterbildungsanbieter auf ausländischen Märkten in den letzten Jahren massiv ausgebaut. Was ist der Hintergrund der Expansionsstrategie?*

Pisec: Österreich ist ein Exportland: 63 Prozent des BIP werden mit Exporten verdient. Das wurde vom WIFI schon seit Jahrzehnten durch Exportseminare unterstützt. Mit der Ostöffnung hat sich für österreichische Unternehmen ein zusätzlicher Heimmarkt eröffnet. Um die Unternehmen auch dort zu begleiten, haben auch wir Niederlassungen gegründet, die erste in Ungarn. Heute sind wir zudem in Albanien, Bulgarien, Kroatien, Polen, Rumänien, Serbien, der Slowakei und Tschechien vor Ort. Ganz neu ist jetzt Bosnien-Herzegowina dazugekommen. Wir gehen also auch in schwierige Märkte hinein.

FORMAT: *Mit welcher Zielsetzung?*

Pisec: Wir arbeiten mit lokalen Partnern zusammen, die als selbständige Unternehmer unter der etablierten Marke WIFI tätig sind. Die Trainer werden von uns ausgebildet und haben österreichisches Niveau. Wir bieten das gleiche Service, die gleiche Qualifikation wie in Österreich an – aber in lokaler Sprache, angepasst an die lokale Wirtschaft und Kultur. Das ist wichtig, weil Österreich ja einer der Top-Investoren in dieser Region ist. Ein heimischer Betrieb mit Niederlassungen im Ausland kann seine Mitarbeiter daher an allen Standorten nach den gleichen Kriterien ausbilden. Sie bekommen natürlich auch Ausbildungszertifikate nach österreichischen Standards. Die Betriebe können diese vor Ort ausgebildeten Fachkräfte daher auch in die Stammhäuser holen. Durch solche Zertifizierungen nachgewiesene Standards sind auch deshalb wichtig, weil sie oft die Voraussetzung für die Teilnahme an internationalen Ausschreibungen sind.

FORMAT: *Wie hebt sich die Marke WIFI darüber hinaus von den lokalen Mitbewerbern ab?*



Weiterbildungsanbieter“

Pisec: Wir bilden pro Jahr insgesamt 360.000 Leute aus und sind damit wohl der größte Weiterbildungsanbieter Europas. Dabei können wir von Umschulungsmaßnahmen bis zum universitären Level alles anbieten, inklusive Kooperationen mit europäischen und amerikanischen Top-Universitäten. Schwerpunkt ist natürlich die klassische berufsbegleitende Weiterbildung. Wir gehören zu den Wirtschaftskammern Österreich, daher fließt Know-how aus der Praxis von Unternehmen in unser Angebot ein – ein Programm von Unternehmen für Unternehmer, um die bestmögliche Weiterbildung anzubieten.

FORMAT: Wie steht es denn im Vergleich zu Österreich grundsätzlich um das Weiterbildungsbewusstsein in diesen Ländern?

Pisec: Lebensbegleitende Weiterbildung als Notwendigkeit, um mit der Entwicklung der Zeit Schritt zu halten, war nach der Ostöffnung noch nicht wirklich ein Begriff. Dass sich ein Privater aus dieser Motivation heraus eine Fortbildung leistet, scheitert dort auch heute oft an budgetären Mitteln. Daher geht Weiterbildung sehr stark über die Unternehmen, und wir kooperieren sehr stark mit österreichischen und internationalen Betrieben, die das WIFI als hochwertigen Anbieter schätzen. Wenn sich das Bewusstsein und die finanziellen Möglichkeiten entwickeln, wollen wir verstärkt auch diesen privaten Sektor gewinnen. Zur Illustration: Wir haben in den CEE- und SEE-Ländern insgesamt bisher 1.200



„Zentral- und Südosteuropa bleibt ein Wachstumsmarkt mit riesigem Potenzial im Bereich der Weiterbildung.“

Karl Pisec Kurator WIFI Österreich

Veranstaltungen mit 17.000 Teilnehmern gemacht. Letzte Woche in Brüssel hat mir eine Vertreterin der kroatischen Handelskammer stolz erzählt, dass sie 6.000 Personen ausgebildet haben. In Relation zu unserer Gesamtzahl von 360.000 pro Jahr zeigt sich da das gewaltige Potenzial für Weiterbildung in dieser Region.

FORMAT: Gibt es bestimmte Nachfrageschwerpunkte auf einzelnen Märkten, oder sind die Weiterbildungsthemen in der Region eher homogen?

Pisec: Eigentlich hat jedes Land seine eigenen Schwerpunkte. Das WIFI Kroatien ist zum Beispiel Marktführer in Logistikausbildung und Verkauf. In Polen stehen Sprachausbildung, EDV und Technik im Mittelpunkt, in Ungarn sehr stark die Führungskräfteausbildung. In Bulgarien, durch das Schwarze Meer, ist das die Tourismusausbildung – ein Bereich, in dem wir auch gerade dabei sind, uns im Raum Sotschi in Russland zu etablieren. Das wollen wir 2012 auch mit unserem kroatischen Partner für die Region Split forcieren.

FORMAT: Wie ist die Rolle der lokalen Partner bei der Geschäftsentwicklung?

Pisec: Auf die kommt es bei der Entwicklung des lokalen Geschäfts an; einerseits mit öffentlichen Stellen etwa bei der Qualifizierung von Arbeitslosen, andererseits auch bei der Erschließung von lokalen Unternehmen als Kunden. Unsere Franchisenehmer sind Unternehmer, die um ihr Geschäft rennen, und dabei werden sie im Marketing von uns ganz intensiv unterstützt.

FORMAT: Sie bezeichnen den Bildungsexport als einen Motor für Österreichs Wirtschaft im internationalen Wett-

bewerb. Haben Sie dafür Beispiele?

Pisec: Wir haben in China eine Kooperation mit der Schweißindustrie und bilden chinesische Schweißer nach österreichischem System aus. Über diese Schiene konnte die österreichische Firma Fronius Schweißtechnik nach China exportieren. Ein anderes Beispiel: Manager, die im Osten ausgebildet werden, absolvieren einen Teil ihres Seminars in Österreich. Im Zuge dessen haben wir in den letzten Jahren 12.000 Führungs- und Fachkräfte mit österreichischen Firmen in Kontakt gebracht und daraus unmittelbar, also nur aus dem ersten Anstoß, 160 Millionen Euro Exportvolumen lukriert.

FORMAT: Was tun Sie für Firmen außerhalb des „Heimmarktes“ CEE?

Pisec: Wir arbeiten eng mit den weltweit 110 Stützpunkten der AußenwirtschaftsCenter der Wirtschaftskammer zusammen. Wenn es Bildungsbedarf gibt, informiert der Handelsdelegierte, dass wir vom Lagerarbeiter bis zum Marketing Ausbildung nach österreichischem Standard anbieten – maßgeschneidert für den Bedarf, mit unseren Trainern, die dafür vor Ort ins Unternehmen kommen. Wir machen den Kurs nach österreichischen Qualitätsstandards, in Landessprache und lokal adaptiert – und am Schluss gibt es ein WIFI-Zertifikat.

FORMAT: Gibt es für das wohl schwierige Jahr 2012 Expansionspläne?

Pisec: Auch wenn die Märkte im Osten volatil sind, sie werden wachsen, und die österreichische Wirtschaft verdient dort gutes Geld. Wo die Betriebe hingehen, dorthin gehen wir mit – konkret geplant ist in die Türkei.

INTERVIEW: MICHAEL SCHMID

ZUR PERSON

Karl Pisec, 44, wurde im Vorjahr zum Kurator des WIFI Österreich gewählt. Er ist Geschäftsführer des Familienunternehmens Pisec Group, das sich auf den internationalen Handel mit Industrieprodukten spezialisiert hat. Der MBA-Absolvent der amerikanischen Thunderbird School of Global Management engagiert sich seit Jahren sowohl innerhalb der WKÖ-Organisation als auch in Brüssel in diversen Funktionen für die Belange des Außenhandels.