

HELMUT DORNMAYR, BIRGIT LINGER

Österreichischer Bildungsexport

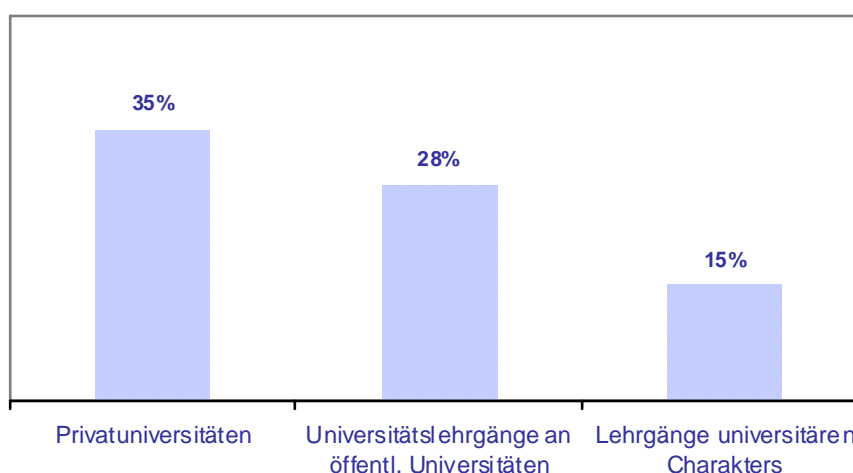
Ausgewählte Ergebnisse einer ibw-Studie¹ im Auftrag der Außenwirtschaft Österreich

Österreich hat in puncto Bildungsexport bereits beachtliche Erfolge auf dem internationalen Markt zu verzeichnen, die oft nur recht wenig bekannt sind. Österreich verfügt vor allem über eine respektable Zahl an Bildungsanbietern unterschiedlichster Größe und Provenienz, welche in einem weiten inhaltlichen Spektrum mit bemerkenswertem Erfolg auf dem internationalen Markt tätig sind. Und diese international tätigen Bildungsanbieter berichten auch, dass das Image österreichischen Know-Hows im Bildungsbereich oftmals viel besser ist als es in der öffentlichen Diskussion und angesichts der Dominanz angelsächsischer Länder im Hochschulbereich häufig wahrgenommen und empfunden wird. Gleichzeitig besteht aber auch noch viel Potential bei der Förderung des Bildungsexports, wie gerade die Analyse der Strategien besonders erfolgreicher Länder zeigt.

Österreichischer Bildungsexport – definiert als (weitgehend) kostendeckende, angeleitete Bildungsdienstleistungen von österreichischen Anbietern für ausländische KundInnen (unabhängig vom Ort der Leistungserbringung) – lässt sich in quantitativer Hinsicht nur unzurei-

chend beschreiben. Eine relativ gute Datenlage existiert lediglich für den Bereich der formalen postsekundären und tertiären Ausbildungen (vgl. Grafik 1). Der Anteil ausländischer Studierender ist besonders hoch an den Privatuniversitäten (35%).

Grafik 1: Anteil ausländischer Studierender/ Studienabschlüsse in Österreich



Quelle: Statistik Austria (2009): Bildung in Zahlen 2007/08 – Tabellenband, Wien + ibw-Berechnungen

Erläuterungen: Privatuniversitäten: Anteil ausländischer Studierender (Wintersemester 2007/2008)

Universitätslehrgänge an öffentlichen Universitäten: Studienabschlüsse ausländischer Studierender (Studienjahr 2006/07)

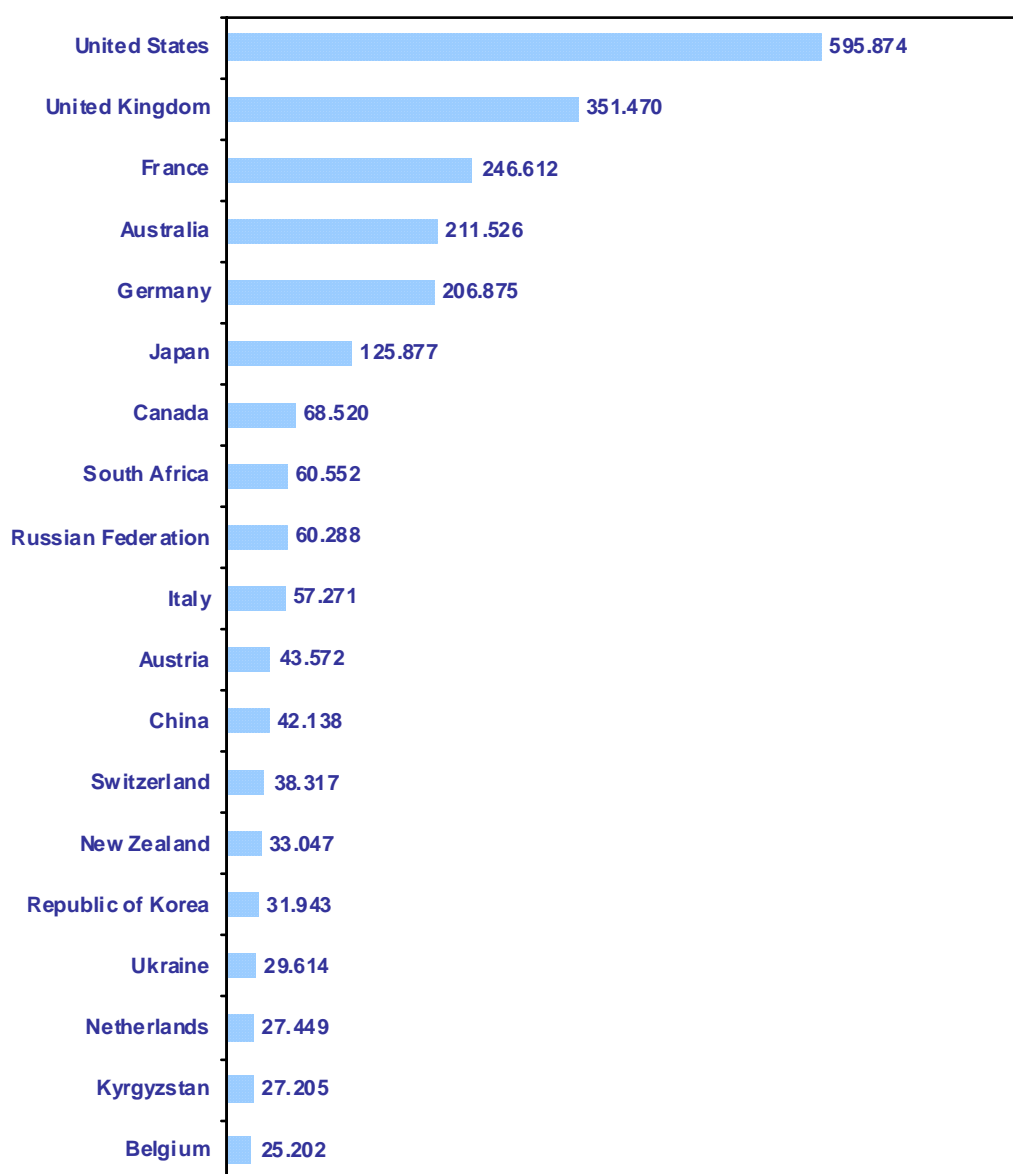
Lehrgänge universitären Charakters: Anteil ausländischer Studierender (Wintersemester 2007/2008)

International vergleichbare Daten für Bildungsexport existieren in erster Linie für den Bereich der Studierenden an öffentlichen Universitäten, welche in Österreich (Anmerkung: keine Kostendeckung durch Studiengebühren) allerdings nicht als „Bildungsexport“ im Sinne der zugrundeliegenden Definition gewertet werden können. Dennoch liefern diese Daten aufschlussreiche Indizien betreffend die wichtigsten Ziel- und Herkunftsmärkte des internationalen Bildungsexports. Selbstverständlich sind aber auch maßgebliche Unterschiede in den Rahmenbedingungen mit zu berücksichtigen – etwa was die Höhe der Studiengebühren anbelangt.

Grafik 2 zeigt die wichtigsten Zielländer von nicht in ihrem Herkunftsland Studierenden an öffentlichen Universitäten. Die **USA** sind bei dieser Betrachtungsweise das mit großem Abstand wichtigste Zielland. 2007 studierten fast 600.000 ausländische Personen in den Vereinigten Staaten. Es folgen **Großbritannien, Frankreich, Australien und Deutschland**.

Österreich liegt bei der Betrachtung der Zahl der ausländischen Studierenden an öffentlichen Universitäten an der – gemessen an der Größe des Landes – durchaus beachtlichen **11. Stelle** mit **über 43.000 ausländischen Studierenden** im Jahr 2007.

Grafik 2: Internationale Studierende nach Zielland (2007*)



Quelle: UNESCO

*Anmerkung: Wert für Kanada aus 2006

Betrachtet man nun die international Studierenden auch nach ihren Herkunftsländern, d.h. geht man der Frage nach, welches die quantitativ wichtigsten Zielmärkte für diese Form des Bildungsexportes sind, zeigt sich die – aufgrund der hohen Bevölkerungszahl – überragende Bedeutung von China und – erst mit einigem Abstand – Indien (vgl. Grafik 3). 2007 kamen mehr als 420.000 der nicht in ihrem Heimatland studierenden Personen aus China, über 150.000 aus Indien und weitere rund 105.000 aus Korea. Erst danach folgt Deutschland mit rund 77.000 international Studierenden. Diese Grafik verdeutlicht sehr eindrucksvoll die hohe Bedeutung und **zentrale Stellung Asiens als wichtigsten Zielmarkt des internationalen Bildungsexports**.

Österreich liegt bei dieser vergleichenden Betrachtung der absoluten Zahl der im Ausland studierenden Personen nur an 60. Stelle (mit laut UNESCO rund 10.500 im Ausland Studierenden im Jahr 2007).

Es lässt sich weiters feststellen, dass diese besondere Stellung Chinas und Indiens nicht auf eine höhere Mobilität der dortigen Studierenden zurückzuführen ist, sondern einzig und allein auf deren große Anzahl. Der Anteil der im Ausland Studierenden an allen Studierenden des Landes beträgt in China vergleichsweise geringe 1,9%, in Indien gar nur 1,1%. In Österreich betrug 2007 der Anteil der im Ausland Studierenden an allen Studierenden immerhin 4,3% (Quelle: UNESCO).

Eine Studie² des isw Institut für Strukturpolitik und Wirtschaftsförderung gGmbH im Auftrag von iMove nennt folgende **Erfolgsfaktoren angelsächsischer Länder im internationalen Marketing beruflicher Weiterbildung**: Empire- und Commonwealthtradition, Wettbewerbsvorteil durch Englisch als Weltsprache, traditionell kommerzielles Bildungsverständnis, hohe Marketingkompetenz, ausgeprägte Servicementalität, Bildungsexport als anerkannter Wirtschaftsfaktor, Bildungsexport als ein nationales Anliegen, pragmatische rechtliche Rahmenbedingungen (z.B. Regelungen zur Ein- und Ausreise), durchlässiges, modulares Bildungssystem, Investition in weltweite Unterstützungsstrukturen, positive Einstellung zum eigenen Land als wichtige Marketingvoraussetzung, Nutzung von Synergien zwischen Bildungs- und Industriegüterexport, Investitionen in Dienstleistungen privater Marketingagenturen (seitens der Bildungsanbieter), Nutzung elektronischer Medien zur internationalen Markterschließung sowie die Nutzung internationaler Alumnisysteme und Kundennetzwerke.

Auch als Ergebnis von 36 ausführlichen Interviews mit im Export tätigen österreichischen Bildungsanbietern kann u.a. festgehalten werden, dass Netzwerke – sowohl im eigenen Land, als auch in angestrebten oder aktuellen Zielländern – einen wesentlichen Faktor für erfolgreichen Bildungsexport darstellen. Hierzu zählen Kontakte und Kooperationen ebenso wie – im Outgoing – seriöse Partner im Ausland, die ein ähnliches Qualitätsverständnis

haben. Weiters sind finanzieller Rückhalt und ein klarer, eher weitgesteckter, Zeitrahmen sowie eine entsprechende Konsequenz in der Aufbauarbeit notwendig. Selbstverständlich muss das „Produkt Bildung“ auch qualitativ hochwertig und innovativ sein und auf einem ausgezeichneten Konzept basieren. Die Besetzung von Marktnischen und Themenführerschaft in Teilsegmenten wurden von den InterviewpartnerInnen als weitere bedeutende Elemente genannt.

Eine besondere aktuelle Schwierigkeit für viele bildungsexportorientierte Unternehmen stellt die Wirtschaftskrise dar, die sich in manchen Partnerländern der Befragten drastischer abzeichnet als in Österreich. Generell ist die Finanzierung eines Projekts im Bildungsexport – gerade in der Marketing- und Aufbauphase – für die anbietenden Einrichtungen immer eine zentrale Herausforderung. Im Zuge von Bildungsexport müssen daher nicht nur sprachliche und kulturelle Barrieren, sondern auch Hürden auf dem Weg zu finanziellen Unterstützungen überwunden werden. Zudem behindern den Bildungsexport auch bürokratische und rechtliche Anforderungen, wie Einreise- und Aufenthaltsbestimmungen für ausländische Auszubildende in Österreich (Incomings), ebenso wie Erfordernisse für einen Markteintritt im Ausland. Als Schwierigkeiten wurden auch innerösterreichische Konkurrenz und intransparente Förderstrukturen genannt, ein gesamtösterreichisches Miteinander wäre – aus Sicht von vielen Bildungsexportanbietern – dem Bildungsstandort Österreich als Gesamtes zuträglich.

Von hoher Relevanz für den zukünftigen Export von Bildungsdienstleistungen ist sicherlich der Aspekt der Europäischen Integration, aus welcher ganz spezifische Chancen resultieren. Als Beispiel kann die Einführung von EQR und NQR genannt werden, welche etwa für Erwachsenenbildungseinrichtungen die Chance bietet, non-formale Ausbildungen anhand der Zuordnung zu einem EQR-/NQR-Niveau stärker zu „formalisieren“ und deren internationale Vergleichbarkeit und Zuordenbarkeit zu erhöhen.

Eine noch ungelöste Problematik ergibt sich allerdings daraus, dass in Österreich die akademischen postgradualen Mastergrade, welche in außerordentlichen Studien an Universitäten (Universitätslehrgänge), an Fachhochschulen (Lehrgänge zur Weiterbildung) oder an außeruniversitären Bildungseinrichtungen (Lehrgänge universitären Charakters) erworben werden können, keinen Teil des dreigliedrigen Studiensystems (Bachelor – Master – Doktorat) im Sinne des sog. „Bologna-Prozesses“ zur Schaffung eines gemeinsamen europäischen Hochschulraumes darstellen. Zudem stellt sich im Bereich der Lehrgänge universitären Charakters auch die noch ungeklärte Frage der Regelung nach deren Auslaufen mit Ende 2012. Als unmittelbar handlungsrelevante Strategien zur Förderung des österreichischen Bildungsexports werden auf Basis der vorliegenden Studie³ **empfohlen**:

- ◆ Rechtliche Aufenthaltserleichterungen/Gleichstellung für ausländische Studierende/Auszubildende in Österreich
- ◆ Imagebildende und imagestärkende Maßnahmen
- ◆ Gemeinsame Marketingaktivitäten und Marktauftritte
- ◆ Nutzung der eigenen Stärken und Besetzung von Marktnischen
- ◆ Forcierung der technischen Berufsausbildung
- ◆ Förderung von Bildungsexport mittels Infrastruktur- und Vernetzungsangeboten
- ◆ Nutzung der Chancen aus der Europäischen Integration
- ◆ Finanzielle Unterstützung des Bildungsexports

¹ vgl. Dornmayr, Helmut/Lenger, Birgit (2010): Österreichischer Bildungsexport – Status-Quo-Erhebung, Forschungsbericht des ibw im Auftrag der Außenwirtschaft Österreich, Wien. Diese Studie ist erhältlich unter:

http://www.ibw.at/de/infomaterial?page=shop.product_details&flypage=flypage.tpl&product_id=345&category_id=6

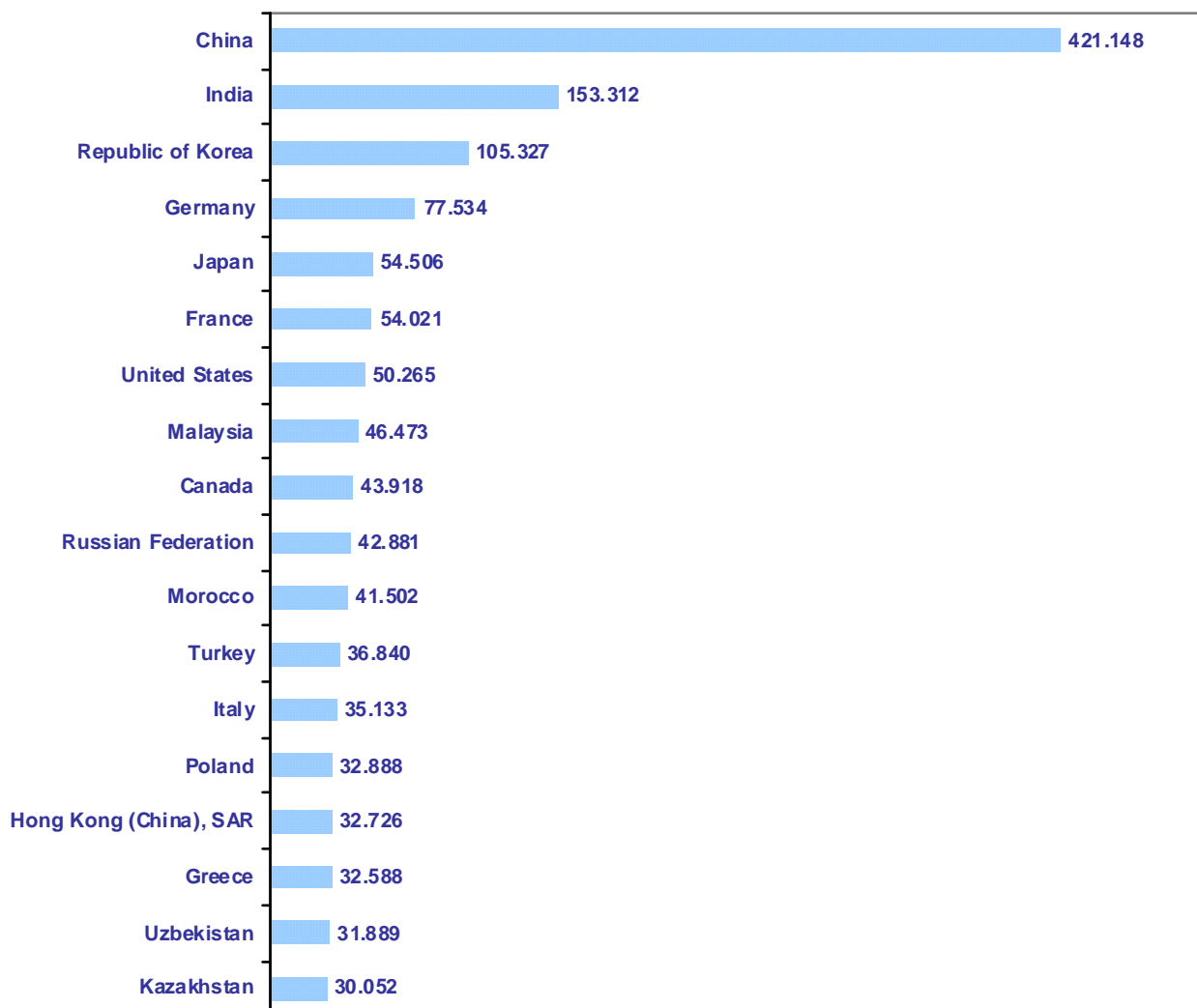
² iMove, isw (2007): Erfolgsfaktoren angelsächsischer Länder im internationalen Marketing beruflicher Weiterbildung

³ vgl. Dornmayr, Helmut/Lenger, Birgit (2010): Österreichischer Bildungsexport – Status-Quo-Erhebung, Forschungsbericht des ibw im Auftrag der Außenwirtschaft Österreich, Wien. Diese Studie ist erhältlich unter:

http://www.ibw.at/de/infomaterial?page=shop.product_details&flypage=flypage.tpl&product_id=345&category_id=6

Die gesamte Studie kann am ibw in Print (ibw-Forschungsbericht Nr. 151, ISBN 978-3-902742-11-7) oder [online](#) bezogen werden.

Grafik 3: Internationale Studierende nach Herkunftsland (2007)



Quelle: UNESCO