

# Bildungsexport – ein Praxisbeispiel



Mag. Hans Lichtenwagner, Rektor (FH) • Graz 20.10.2005  
erlebnis → studium

# **Exportstrategien im postsekundären Bildungssektor**

## **Vorgehensweise und Praxisbeispiele der IMC Fachhochschule Krems**

# Einführung:

- Industrie auf dem Wege der Globalisierung
- Auch im Bildungsbereich zeigt sich dieser Trend
- Seit den 90er Jahren wachsender Markt
- Vorreiter: Großbritannien, Australien, USA
- 2003: mehr als 140.000 ausländische Studierende in britischen und mehr als 45.000 Studierende an australischen Studienprogrammen im Ausland eingeschrieben

# Trends zum Bildungsexport:

## Österreich:

- Netzwerke „ASEA-Uninet“ und „Eurasia Pacific Uninet“
- BMWA plant Aufbau eines webbasierten Portals für Bildungsexport
- BMBWK verstärkt Bildungskooperationen mit Asien

## Deutschland:

- Fördertopf 4 Mio. Euro für Bildungsexport von Hochschulen

# Pioniere des Bildungsexportes in Österreich

Beispiele:

- AEP Education Projects GmbH&CoKG (vormals EMCO)
- Salzburger Tourismusschulen (Kleßheim)
- ITM – Internationales Institut für Tourismus und Management (Tourismuskolleg) Semmering – mit Lizenz-Standorten Prag und Muscat / Oman



# **Bildungsexport an der IMC FH Krems**

- Akkreditierung des „Sino-Austrian Tourism Programms“ in Qingdao, Provinz Shangdong, China steht kurz bevor
- Im heutigen Vortrag:  
Darstellung der Erfahrungen dieses und anderer Exportprojekte

# Gliederung des Vortrags:

- 1.) Bildungsexport – Begriffsdefinition und Strategien
- 2.) Anreize zur Durchführung der Exportaktivitäten
- 3.) Strategie und Projektbeispiele der FH
- 4.) das Sino-Austrian Tourism Programme  
Universität Qingdao / China
- 5.) Empfehlungen
- 6.) Offene Fragestellungen

# **„Bildungsexport“**

## **Vorschlag zur Begriffsdefinition**

*Bildungsexport ist das Angebot und  
der Verkauf von  
Bildungsdienstleistungen in  
ausländischen Bildungsmärkten  
bzw. für ausländische Nachfrager im  
Inland.*

# Exportstrategien postsekundärer Bildungsangebote

Strategie 1: Fernlehre/e-Learning

Strategie 2: Kooperation/„Franchising“

Strategie 3: Filialen

Strategie 4: Entwicklung und Exit

Strategie 5: Mixstrategie

# Strategie 1

## Fernlehre/e-Learning

- Hochschule bietet eigene Studienprogramme mittels Fernlehre/e-Learning in neuen, ausländischen Zielmärkten an
- Gegebenenfalls Errichtung von Fernstudienzentren

*Beispiel: Open University*

## Strategie 2

### Kooperation / „Franchising“

- Kooperation mit Hochschulen im Ausland
- Programme der Ursprungshochschule werden von Kooperationspartnern im Ausland angeboten
- Ursprungshochschule liefert Curriculum, Syllabi, Contents
- Finanzielle Vergütung durch Kooperationspartner

*Beispiel: IMC FH Krems - Sino-Austrian Tourism  
Programme / Qingdao*

# Strategie 3

## Filialen

- Hochschule baut **eigenständige** Filialen an neuen Standorten im Ausland auf
- Eigene Studienprogramme werden vor Ort neuen Zielgruppen zugänglich gemacht

*Beispiel: Webster-University*

# Strategie 4

## Entwicklung und Exit

- Hochschule entwickelt alleine bzw. mit Partnern
  - Einzelne Studienprogramme
  - Hochschulische Organisationen gemäß Standards des Ursprungslandes
- Nach Abschluss der Entwicklung Projektende

*Beispiel: IMC FH Krems  
Feasibility-Studie zum Aufbau einer  
postsekundären Bildungseinrichtung für  
Tourismusmanagement in Aqaba/Jordanien*



# **Strategie 5**

## **Mix-Strategie**

- Je nach Marktanforderung Kombination von zwei oder mehreren Strategien

# **Anreize zur Durchführung von Bildungsexport**

## **Allgemein**

- Stärkung des europäischen Hochschulraumes
- Aufbau von Wirtschaftsbeziehungen durch den Aufbau von Bildungsangeboten
- Beitrag zur Wertschöpfung

# **Anreize zur Durchführung von Bildungsexport**

## **Aus Hochschulsicht**

- Wachstum und Erschließung neuer Zielgruppen
- Stärkung der Kernbereiche und Programm-Weiterentwicklung
- Stärkung der internationalen Positionierung und Vernetzung der Hochschule
- Lerneffekte für die Organisation

# Exportstrategie und Projektbeispiele FH Krems

- IMC verfolgt die Strategie 2
- Derzeit Bakk.-Programme  
„Tourismusmanagement“ geplant in:
  - Universität Qingdao – Provinz Shangdong/ V.R. China
  - Staatliche Universität Sankt Petersburg, School of Management – St. Petersburg / Russland
  - Universität Shiraz – Shiraz/ Iran
  - Oman Tourism College (OTC) – Muscat/ Oman
- Vorarbeiten zu einem „Indian-Austrian Biotechnology College (IABC) in Bombay/ Indien.



# **Das Sino-Austrian Tourism Programme – Universität Qingdao / Provinz Shangdong**

## Zur Universität Qingdao:

- Staatliche Universität in der Provinz Shandong/Qingdao
- Mehr als 36.000 Vollzeit Studierende, davon 650 Studierende im postgradualen Bereich
- Fachbereiche: Literatur und Kunst, Geschichte, Philosophie, Rechtswissenschaften, Naturwissenschaften, Medizin, Ingenieurwissenschaften, Bildungswissenschaften und Management (u.a. Tourismus Management & Tourismuskultur)
- Internationale Austauschprogramme mit mehr als 60 Hochschulen in 50 Staaten (USA, Großbritannien, Deutschland, Japan, Russland, Kanada, Australien,...)



FH KREMS  
UNIVERSITY OF APPLIED  
SCIENCES / AUSTRIA

# QINGDAO/CHINA



# Ausrichtung des SATP- Programmes

- Studienschwerpunkt: Tourismusmanagement
- Organisationsform: Vollzeit
- Studiendauer: 4 Jahre  
*(zum Vergleich: Bakk. in Krems  
Dauer 3 Jahre)*
- Unterrichtssprache: Englisch (60%) / Chinesisch
- Fremdsprachen: Englisch und Deutsch
- Studienplätze: 120 jährlich
- Ein Semester Berufspraktikum – in China oder im Ausland

- **Vertiefungsfächer**
  - Sport- und Business-tourismus
  - Kunst- und Kulturtourismus
  - Geschäfts- und Kongresstourismus
  - Nachhaltiger Tourismus und Regionalplanung  
(wie im Bakk.-Stg. „Tourism Management and Leisure Industry“ in Krems)
- **Weitere fachliche Vertiefungen**
  - Hotelmanagement
  - Reiseagenturen & und -veranstalter
- **Zweite Bakk. Arbeit in englischer Sprache**

# Zugangsvoraussetzungen

- Chinesische Studienberechtigung
- Aufnahmeverfahren mit Prüfung der persönlichen Eignung und der englischen Sprachkenntnisse
- Nachweis Englischniveau von IELTS 6.0 bis Ende des 3. Semesters

# Abschluss

- **„Bachelor“ der Universität Qingdao**
- Bei Einhaltung aller Qualitätsstandards  
Gleichwertigkeitsnachweis mit dem  
**Bakk. (FH) , „Tourism Management and  
Leisure Industry“, IMC FH Krems**
- Gleichwertigkeit öffnet für SATP-Absolventen  
Zugang zu wirtschaftswissenschaftlichen  
Magister-Studiengängen der FH Krems

# Akkreditierung

## *China*

- SATP zu akkreditieren durch:
  1. Zuständige **Behörde Provinz Shangdong**  
(bereits erfolgt)
  2. **Staatliches Erziehungsministerium**  
(läuft aktuell)

## *Österreich*

- Bakk. „Tourism Management und Leisure Industry“ der FH Krems akkreditiert durch:
  - den **Fachhochschulrat**

# Zuständigkeiten der Projektpartner I

## **Gemeinsam Qingdao - Krems**

- Programmentwicklung – gemeinsames Entwicklungsteam

## **Universität Qingdao**

- Operative Durchführung des Programms
- Bereitstellung von Räumlichkeiten, Lehrpersonal
- Administration des Studiengangs

# Zuständigkeiten der Projektpartner II

## IMC Fachhochschule KREMS:

- Zentrale Informationen zur Sicherung der Qualitätsstandards des Programms: Qualifikationsprofil, didaktisches Konzept, Contents und ggf. einzelne E-Learning Module
- Qualitätssicherung und -weiterentwicklung: Programm partizipiert von regelmäßigen Updates des Studiengangs „Tourism Management and Leisure Industry“ in KREMS
- Informationstransfer durch „Tourism Quality Management Center“
- Gastvorlesungen von Lehrpersonal der IMC FH KREMS

# Vertrag

- IMC tritt als „Know-How“-Geber auf
- Sicherung eines Studiums nach österreichischen Qualitätsstandards
- als Gegenleistung erhält IMC einen vertraglich fixierten Anteil der Studiengebühren

# Vertragswerk

- Vertragsdokument
- Ausgelagert aus dem Dokument:  
Dokument mit Details – die üblicherweise in Akkreditierungsanträgen niedergelegt sind

# Empfehlungen I

## Wachstumsmärkte?

- Besteht in einer Volkswirtschaft das Interesse eine spezielle Branche (Tourismus) aufzubauen – eignet sich das Land zum Aufbau entsprechender Bildungsangebote vor Ort
- Oft wird der Aufbau von Fachhochschul-Studiengängen **UND** Basisausbildungen (Kollegs) gewünscht – Kooperationen mit entsprechenden Anbietern sinnvoll!

# Empfehlungen II

## Suche nach Kooperationspartnern

- Über das eigene Hochschulnetzwerk
- Faktor Zeit in der Planung berücksichtigen!

# Empfehlungen III

## Analyse der Rahmenbedingungen

### **Vor Markteintritt prüfen:**

- Erlaubt das Hochschulrecht die Implementierung ausländischer Bildungsangebote?
- Qualitätsstandards des Kooperationspartners?
- Bestimmungen der lokalen Akkreditierung?

# Empfehlungen IV

## Vertragliche Absicherung für mögliche Exitstrategien

- **Bei der Planung mitbeachten:**  
Vorgehensweise bei Misserfolg?
- **Absicherung im Vertrag:**  
Programmstopp bei Nichteinhaltung von Qualitätsstandards durch Kooperationspartner

# Zur Diskussion:

## **Noch zu klärende Fragestellungen für alle Projekte postsekundären Bildungsexportes:**

- Handhabung von Studiengebühren im Ausland?
- Zuständigkeiten der Akkreditierung von Auslandsfilialen österreichischer Hochschulen?
- Darf der österreichische Bakk.-Abschluss im Ausland übersetzt als „Bachelor“ verliehen werden?
- und andere...

**Herzlichen Dank  
für Ihre Aufmerksamkeit!**

Kontakt: [hans.lichtenwagner@imc-krems.ac.at](mailto:hans.lichtenwagner@imc-krems.ac.at)