

Vortragsgliederung: Internationales Engagement deutscher Weiterbildungsanbieter

1

Methodische Anlage der Befragung

2

Anteil international aktiver Weiterbildungsanbieter

3

Ausgewählte Strukturen internationaler Weiterbildungsangebote

4

Kooperationsbeziehungen

5

Wirtschaftlichkeit und öffentliche Förderung

6

E-Learning-Angebote

7

Probleme, Potenziale und Perspektiven

Methodische Anlage der Befragung

1

Erhebungsmethode: Schriftliche Befragung

2

Grundgesamtheit: bfz / bbw - Datei mit 28.517 Weiterbildungsanbietern

3

- **Basisstichprobe: Systematische Zufallsauswahl**

Gesamtbrutto: n = 4.512;

Bereinigtes Brutto =

4.104

- Aufstockung von Teilgruppen (n = 127)

4

- **Auswertbare Fragebögen in der Basisstichprobe**

1.234

- Rücklaufquote (bezogen auf das bereinigte Brutto)

30,1%

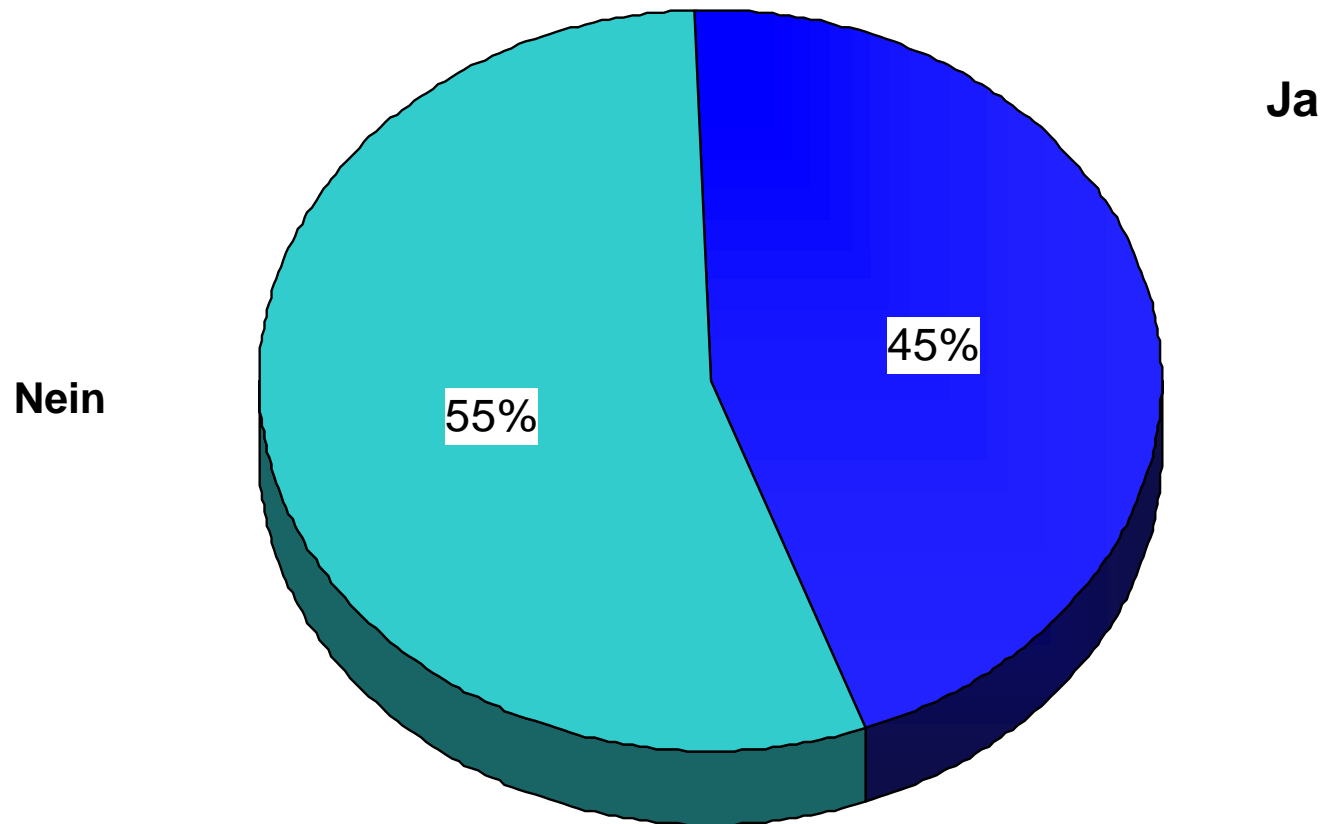
Abgrenzung internationaler Weiterbildungsangebote

- Angebote für Ausländer in Deutschland
- Angebote für Deutsche im Inland, um sich auf internationale berufliche Einsätze vorzubereiten
- Angebote für Deutsche im Ausland
- Angebote für Ausländer im Ausland
- Sonstige international ausgerichtete Weiterbildungsangebote

International aktive deutsche Weiterbildungsanbieter

Basis: Alle Weiterbildungsanbieter der Basisstichprobe (n = 1234)

International aktiv ...



Häufigkeit internationaler Weiterbildungsangebote

Basis: International aktive Weiterbildungsanbieter (n = 551); Mehrfachnennungen

Angebote für ...

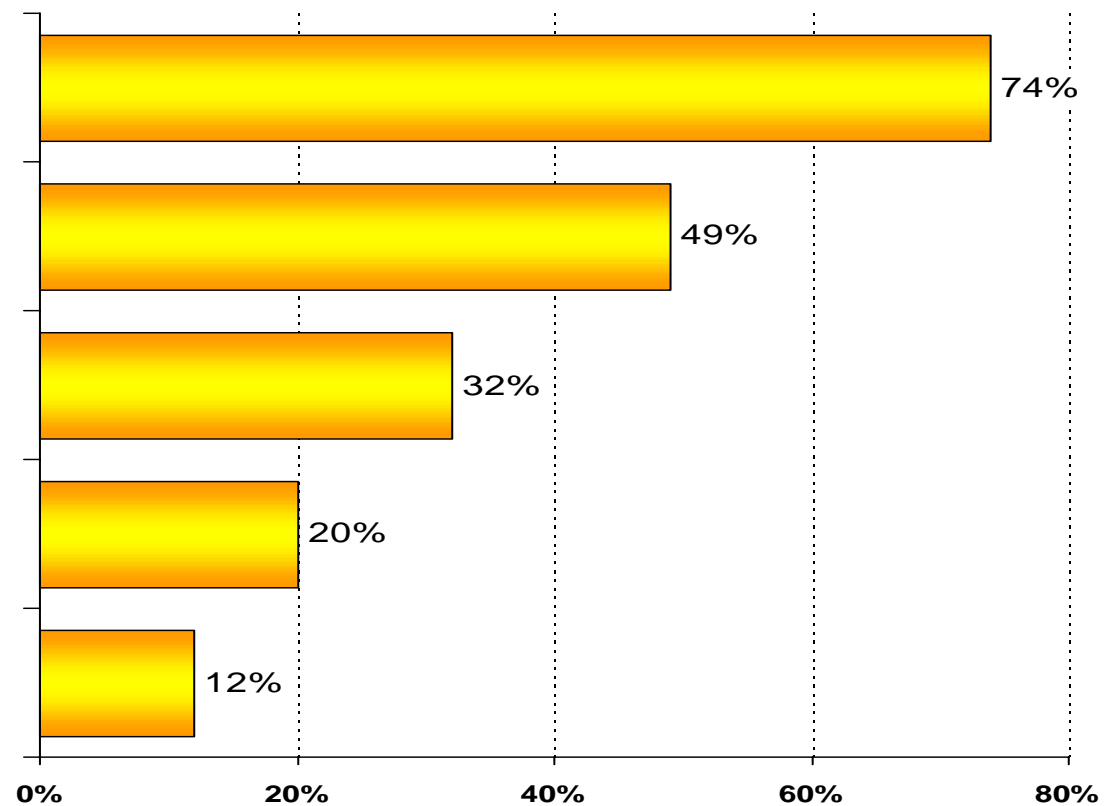
Ausländer in Deutschland

Deutsche im Inland

Deutsche im Ausland

Ausländer im Ausland

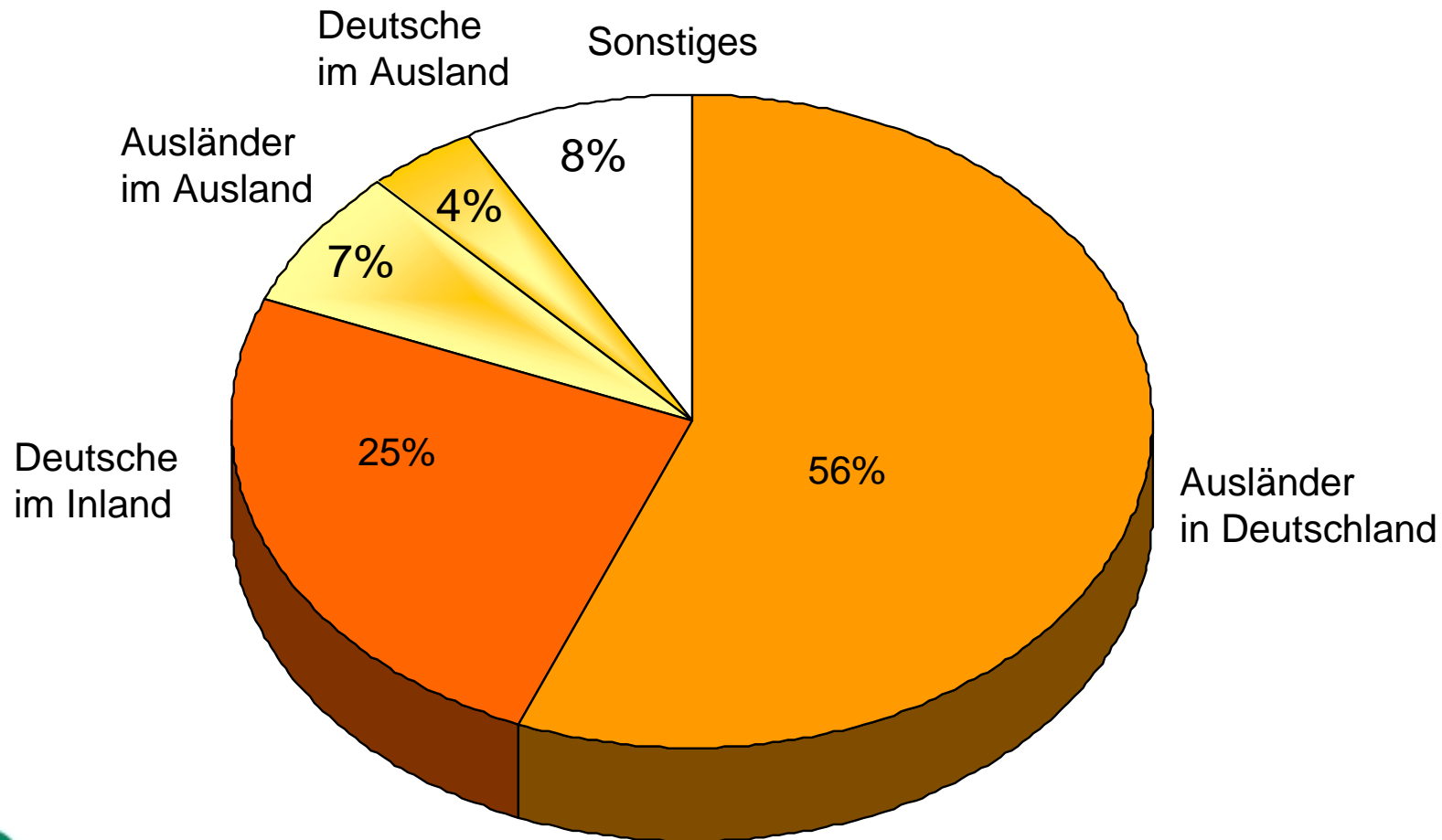
Sonstiges



Wichtigste internationale Angebotstypen

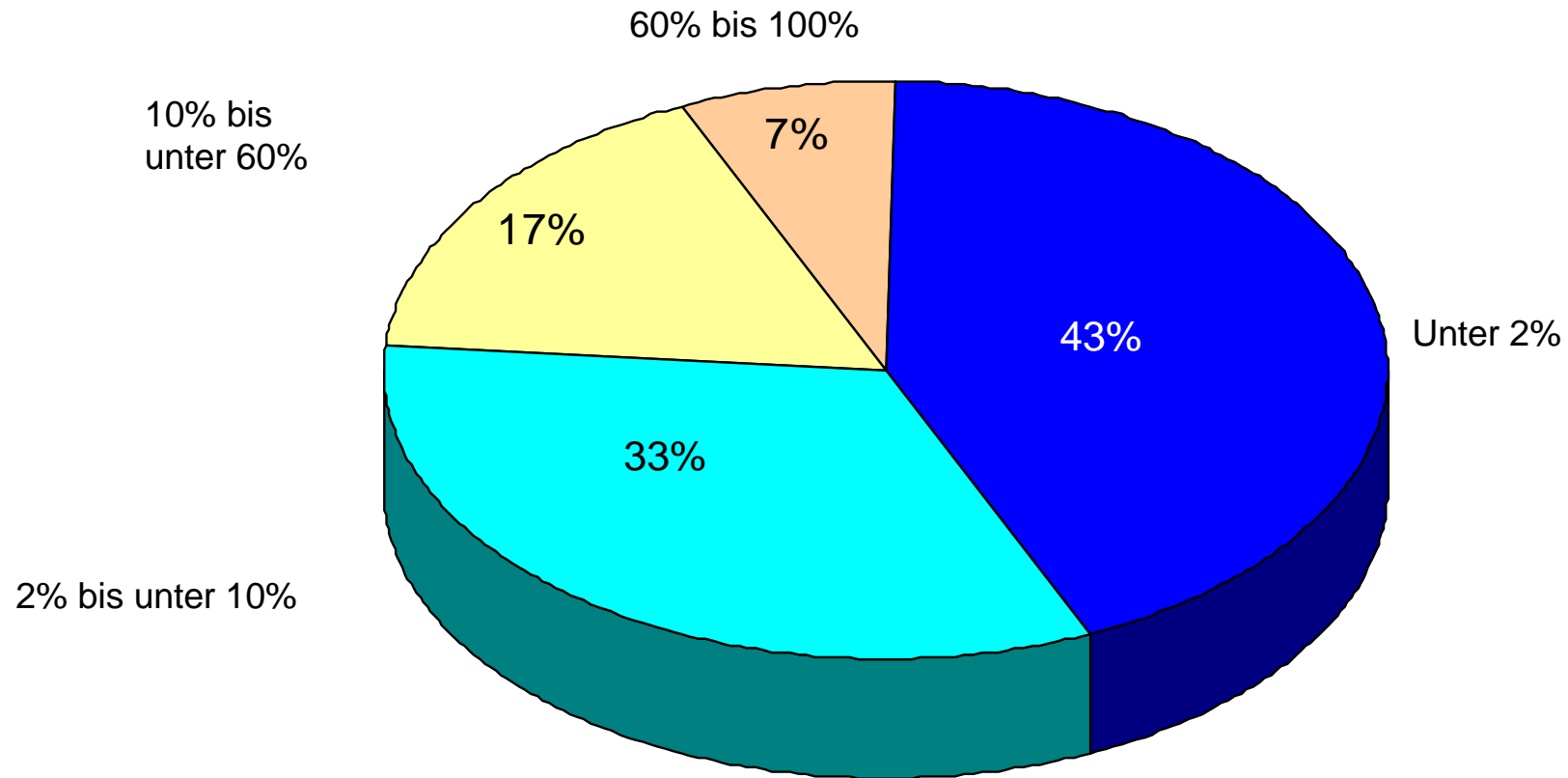
Basis: International aktive Weiterbildungsanbieter mit Angaben zu dieser Frage (n = 418)

Angebote für ...



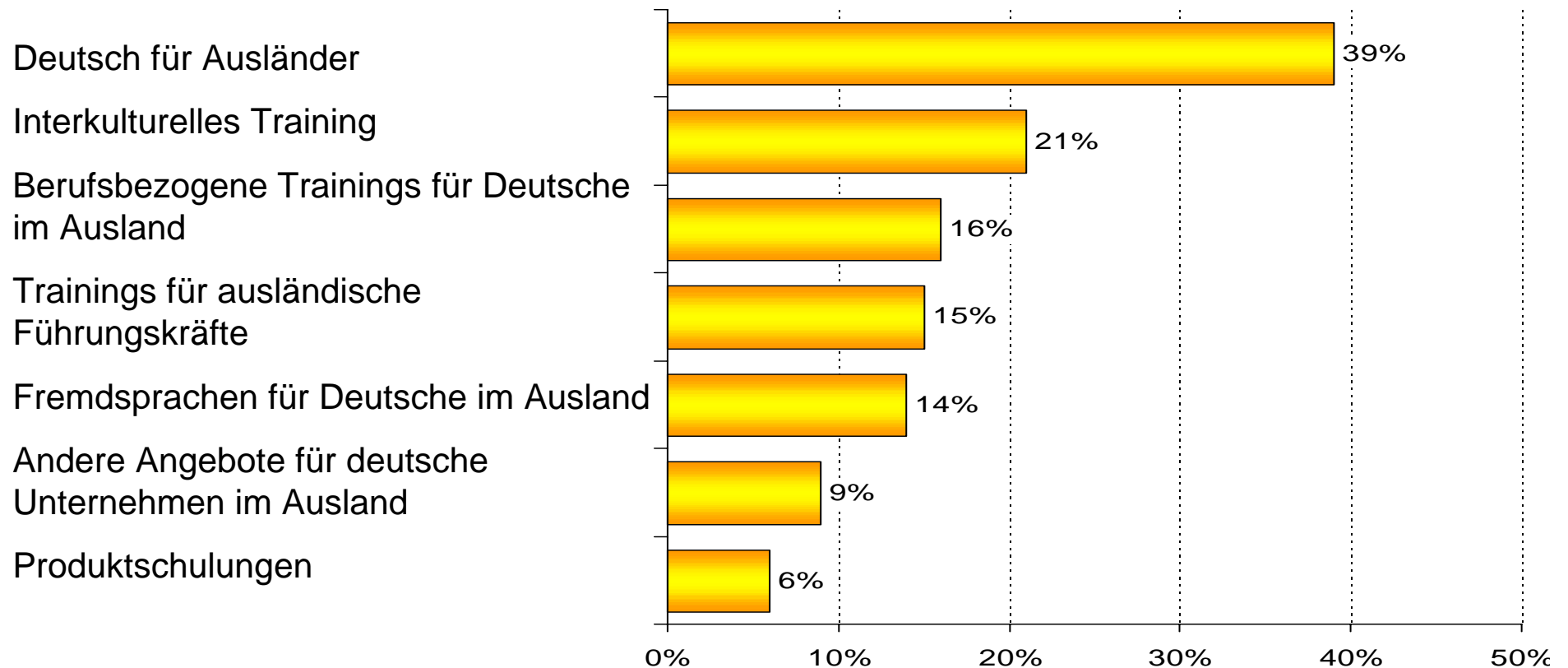
Anteil internationaler Weiterbildungsangebote am Gesamtumsatz

Basis: International aktive Weiterbildungsanbieter mit Angaben zum internationalen Umsatzanteil (n = 461)



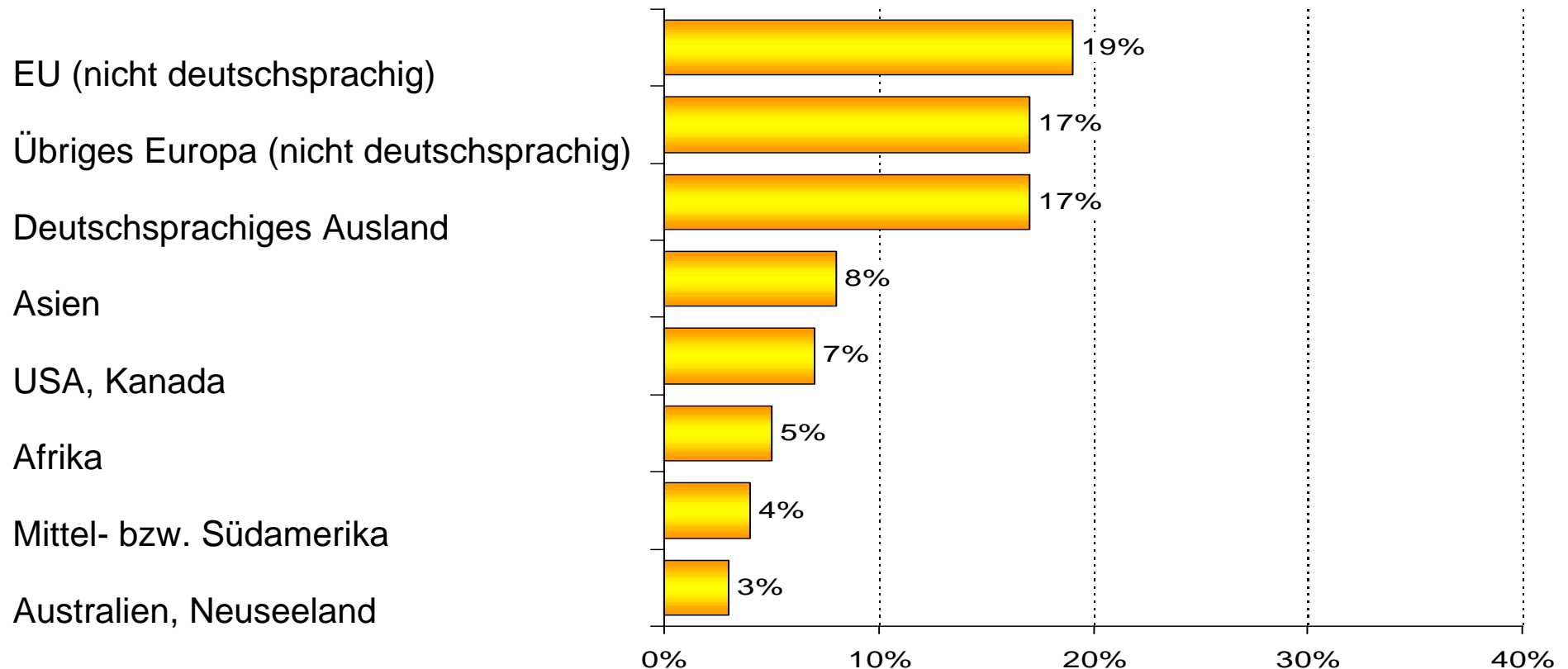
Internationale Angebotsschwerpunkte

Basis: International aktive Weiterbildungsanbieter, (n = 551); Mehrfachnennungen



Regionale Schwerpunkte internationaler Weiterbildungsangebote außerhalb Deutschlands

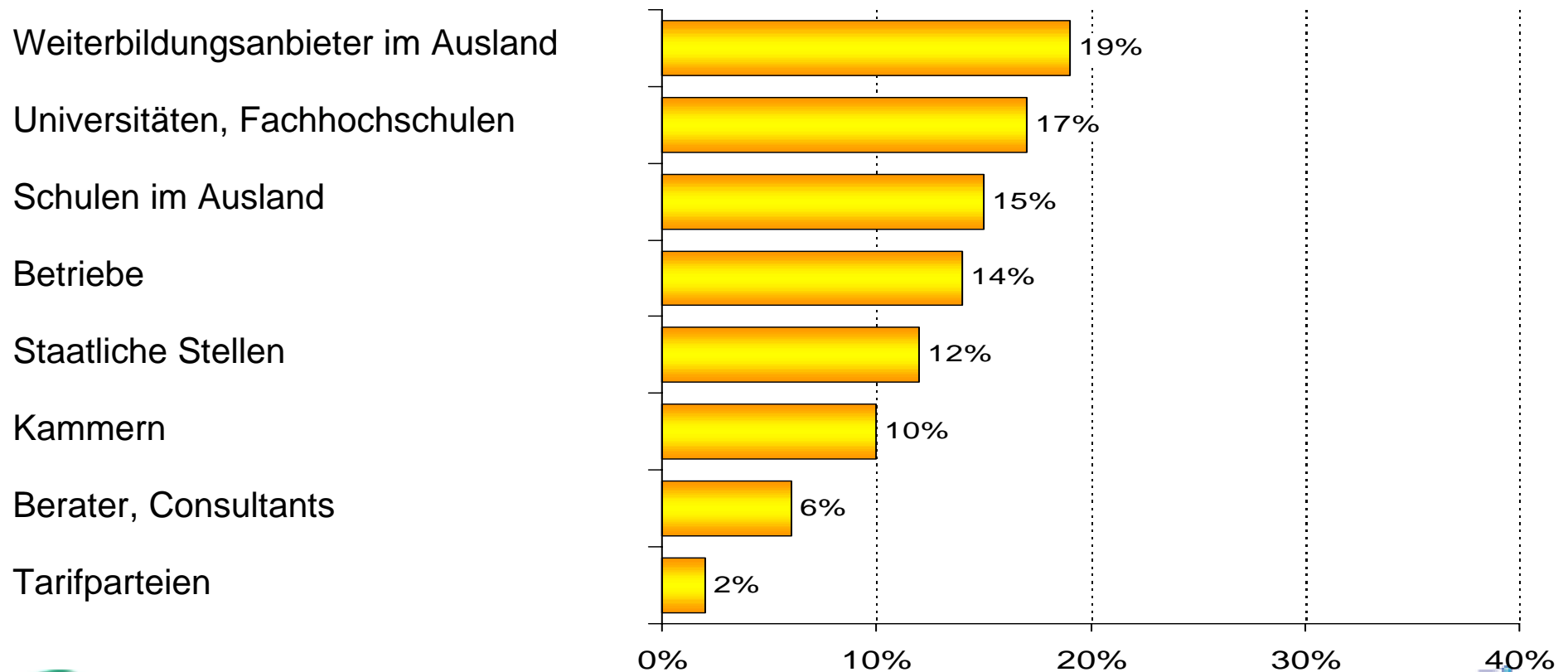
Basis: International aktive Weiterbildungsanbieter (n = 551); Mehrfachnennungen



Kooperationspartner bei internationaler Weiterbildung

Basis: International aktive Weiterbildungsanbieter (n = 551); Mehrfachnennungen

Kooperationspartner



Erfolgsfaktoren internationaler Weiterbildung

Basis: International aktive Weiterbildungsanbieter (n = 551)

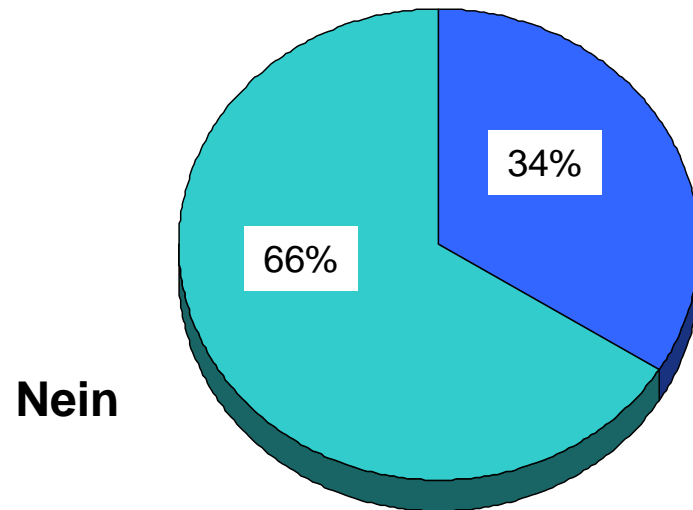
Kooperation mit deutschen Unternehmen, die auf ausländischen Märkten agieren	2,04
Unterstützung in den Zielländern durch Institutionen vor Ort	2,13
Unterstützung durch deutsche Kammern und Verbände	2,28
Kooperation mit ausländischen Weiterbildungsanbietern	2,37
Kooperation mit anderen deutschen Weiterbildungsanbietern	2,58
Gründung von Tochterunternehmen bzw. Filialen deutscher Weiterbildungsanbieter im Ausland, um vor Ort präsent zu sein	2,85

1 = sehr wichtig, 2 = eher wichtig, 3 = eher nicht wichtig, 4 = unwichtig

Öffentliche Förderung international aktiver Weiterbildungsanbieter

Basis: International aktive Weiterbildungsanbieter (n = 551) bzw. öffentlich Geförderte (n₂ = 187)

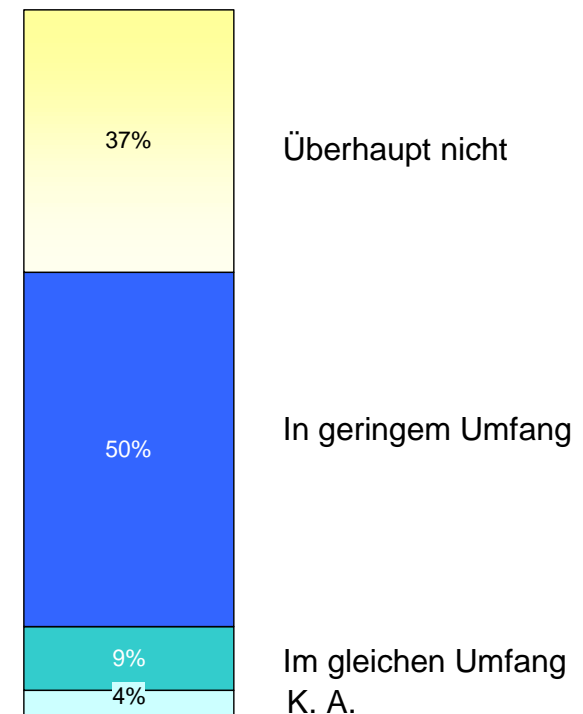
Öffentlich gefördert



Ja



Ohne Förderung aktiv?

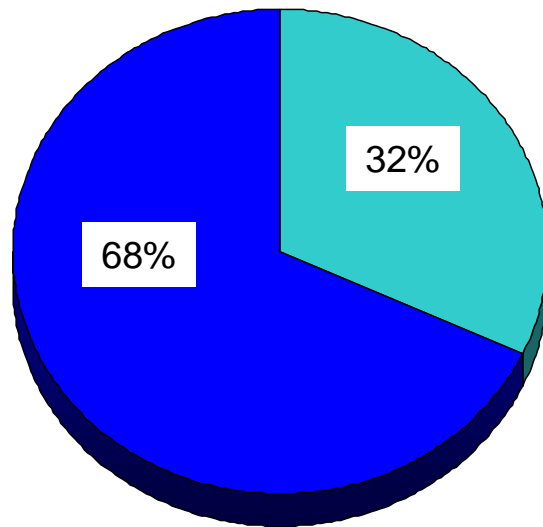


E-Learning-Angebote

Basis: Alle Weiterbildungsanbieter der Stichprobe ($n_1 = 1234$) bzw. alle E-Learning-Anbieter mit Angaben zu Angeboten außerhalb Deutschlands ($n_2 = 382$)

E-Learning

Nein



Ja

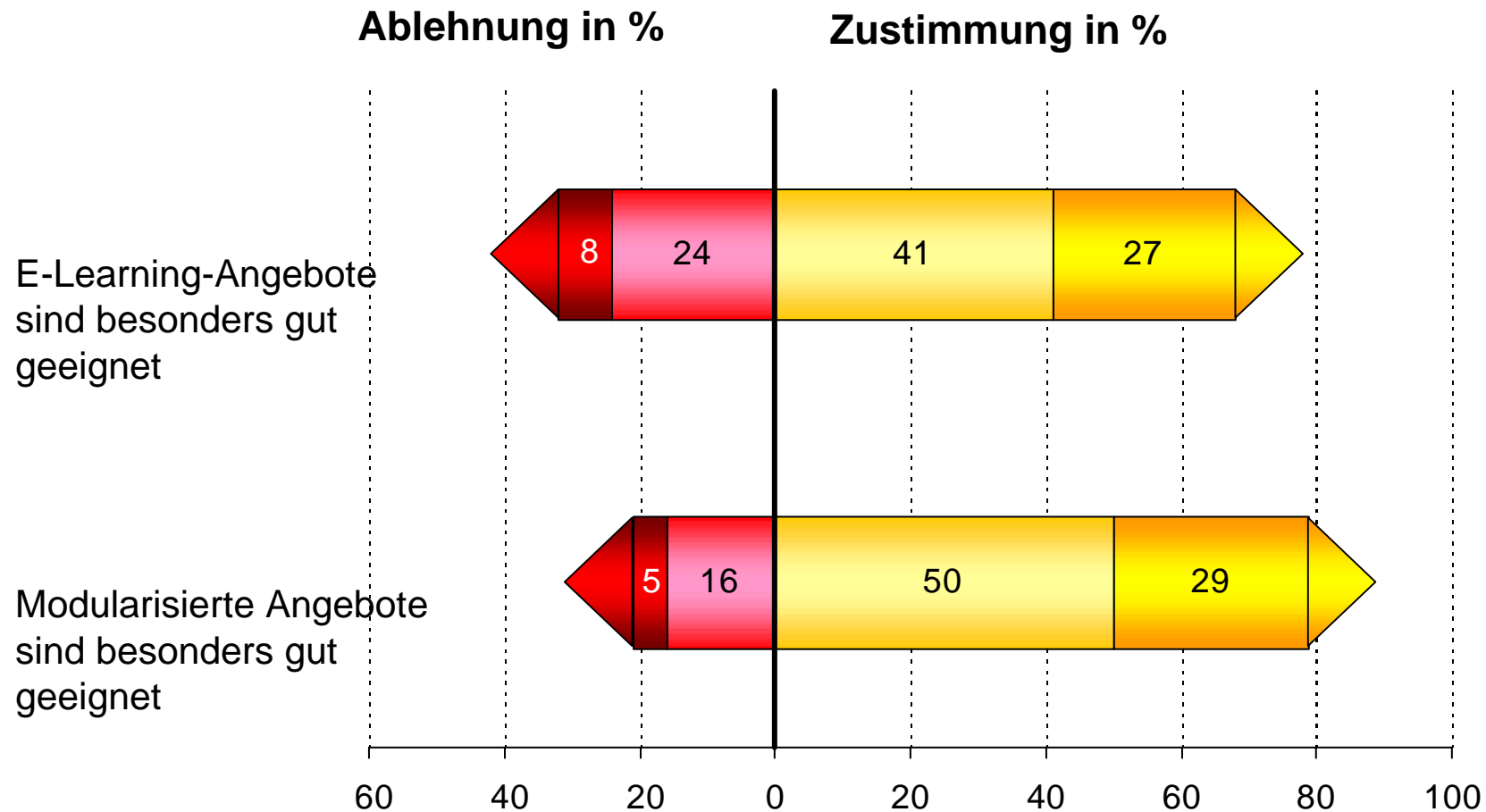


E-Learning-Angebote
außerhalb Deutschlands



Marktpotenziale international ausgerichteter Weiterbildungsangebote

Basis: Alle Weiterbildungsanbieter mit Angaben zur jeweiligen Frage ($n_1 = 918$, $n_2 = 922$); Mehrfachnennungen



Probleme bei international ausgerichteter Weiterbildung

A: Mangelnde Wirtschaftlichkeit

Rangplatz

Zu hoher finanzieller Aufwand im Verhältnis zum Ertrag

1

Zu geringe eigene finanzielle Kapazitäten

2

Zu hohes wirtschaftliches Risiko

7

Zu wenig ausländisches Marktpotenzial für die eigenen Angebote

8

Probleme bei international ausgerichteter Weiterbildung

B: Fehlende Transparenz

Rangplatz

Zu wenig Informationen über Weiterbildungsbedarfe im Ausland

3

Schwierigkeit, eigene Angebote im Ausland bekannt zu machen

4

Schwierigkeit, geeignete Kooperationspartner vor Ort zu finden

9

Probleme bei international ausgerichteter Weiterbildung

C: Weitere Probleme

Rangplatz

Rechtliche Rahmenbedingungen im Ausland

5

Mangelnde internationale Vergleichbarkeit von Abschlüssen

6

Bürokratie im Ausland

10

Unzureichende sprachliche Kompetenz des
Weiterbildungspersonals

11

Fähigkeit zum Umgang mit interkulturellen Unterschieden

13

Einschätzungen zur Internationalisierung von Weiterbildung

Basis: Alle Weiterbildungsanbieter in der Stichprobe mit Angaben zur jeweiligen Frage

Die Internationalisierung der Aktivitäten deutscher Weiterbildungsanbieter steht erst am Anfang.

1,57

Deutsche Weiterbildungsanbieter orientieren sich bei ihren internationalen Aktivitäten oft zu stark am deutschen Berufskonzept.

2,08

Einer der größten Wettbewerbsnachteile deutscher Weiterbildungsanbieter bei ihren internationalen Aktivitäten ist die deutsche Sprache.

2,34

Deutsche Weiterbildungsanbieter sind meist weniger innovativ als ihre ausländischen Konkurrenten.

3,07

1 = stimme voll und ganz zu, 4 = stimme überhaupt nicht zu