



xPORT

Das iMOVE-Exportmagazin

Schwerpunktthema:

„... Sieh, das Gute liegt so nah“ – Bildungsexport nach Europa



xPORT Inhalt

Editorial.....3

Da weiß man, was man hat ...

von Astrid Friedrich, Handwerkskammer Südthüringen.....4

„... weil wir in Europa weiter zusammenwachsen müssen“

Interview mit Adrian Heimerer,
Berufsfachschulen Heimerer GmbH.....6

EU-weit vs. einzelstaatlich

von Markus Böckmann, Six Sigma College Düsseldorf (SSCD).....9

„Gemeinsame lange industrielle Tradition“

Interview mit Ferdinand Ayen,
Ernst Klett Präsenzlernen Osteuropa GmbH.....11

**GESAWards zeichnen den deutschen Bildungsanbieter
platform3I aus**

von Gabriele Riedmann de Trinidad, platform3I.....14

„Europa liegt auf Wachstumskurs“

Interview mit Brigitte Hanemann, TÜV SÜD Akademie.....16

„Gemeinsame Erlebnisse fördern den europäischen Gedanken“

Interview mit Kathleen Meinhold und Tina Weinhold-Leiser,
F+U Sachsen gGmbH.....18

**Digitalisierung von Bildung in Europa: Chancen,
Notwendigkeiten und die Realität**

von Julian Gajo, SGM Solutions & Global Media GmbH.....22

„Praxisnahe Bildung in einer digitalen Welt“

Interview mit Tamás Siszer, Festo.....25

Impressum.....27

Editorial

Liebe Leserin, lieber Leser,

nicht nur weltweit, sondern auch innerhalb Europas zeichnet sich unser duales Berufsbildungssystem vor anderen Aus- und Weiterbildungsstrukturen als besonders praxisorientiert und arbeitsmarktnah aus. Das macht deutsche Bildungsanbieter auch in Europa zu gefragten Partnern, um wirtschaftlich im internationalen Wettbewerb mithalten zu können.

Viele Mitglieder des iMOVE-Netzwerks sind in europäischen Märkten aktiv. In der vorliegenden Ausgabe von xPORT wird deutlich, was europäische von außereuropäischen Geschäftskontakten unterscheidet und wie attraktiv europäische Märkte für deutsche Bildungsexporture heute sind – insbesondere vor dem Hintergrund der globalpolitischen Herausforderungen und Umwälzungen.

Bei allen Autorinnen und Autoren und unseren Interviewpartnerinnen und -partnern bedanken wir uns sehr herzlich. In Ihren Beiträgen veranschaulichen Sie sehr eindringlich, warum sich der Bildungsexport nach Europa lohnt.

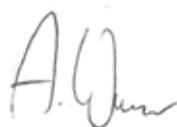
In der nächsten Ausgabe von xPORT möchten wir uns dem Aufbau methodischer, sozialer und persönlicher Kompetenzen für alle Berufe jenseits fachlicher Grenzen zuwenden. Neben berufsspezifischen

Fähigkeiten und Qualifikationen spielen sie eine wichtige Rolle für den erfolgreichen beruflichen Werdegang.

Für unsere Schwerpunktausgabe von xPORT 2/2023 mit dem Titel „Soft Skills sind Power Skills“ laden wir Sie herzlich ein, über Ihre Soft-Skill-Lernangebote für internationale Märkte zu berichten. Haben Sie Kommunikationskurse, Führungskräfte trainings, Workshops zu Belastbarkeit und Stressresilienz, Lehrgänge zur Persönlichkeitsentwicklung oder andere Soft-Skill-Lösungen für Ihre internationalen Kunden im Angebot? Dann würden wir uns freuen, wenn Sie zur nächsten Ausgabe von xPORT als Autorin oder Autor mit einem Artikel oder im Rahmen eines Interviews beitragen könnten. Bitte informieren Sie uns über Ihr Interesse bis Ende Juni 2023. Ihre Ansprechpartnerin ist Silvia Niediek aus unserem iMOVE-Team.

Wir hoffen, dass die vorliegende xPORT-Ausgabe Ihr Interesse findet und Ihnen neue Anregungen bietet. Ihr Feedback ist uns jederzeit willkommen.

iMOVE wünscht Ihnen weiterhin erfolgreiche Geschäfte, europa- und weltweit!



Dr. Andreas Werner
[Universidade de São Paulo, Brasilien]
Leiter „iMOVE: Training – Made in Germany“





Da weiß man, was man hat ...

In Europa werden Krisenpotenziale zu Entwicklungspotenzialen.

Astrid Friedrich

Der Berufsbildungsexport hat schwere Jahre hinter sich. Beginnend mit der Pandemie Ende 2019, gefolgt von einem völlig anachronistischen konventionellen Angriffskrieg innerhalb des geografischen Gebiets von Europa und der darauffolgenden Weltwirtschaftskrise, veränderten sich die Rahmenbedingungen der internationalen Berufsbildungsarbeit stetig.

Internationale Zusammenarbeit, nicht nur in der Berufsbildung, lebt von stabilen Partnerschaften und gegenseitigem Vertrauen. Diese Grundlagen entstehen vor allem durch intensive Zusammenarbeit auf bilateraler und persönlicher Basis der Akteure.

Unsere Erfahrung hat gezeigt: Je weiter Berufsbildungspartner geografisch und kulturell entfernt waren, desto stärker litt die Partnerschaft tendenziell unter den oben beschriebenen Krisenbedingungen. Das bedeutet im Umkehrschluss, dass Partnerschaften innerhalb Europas kaum oder gar nicht beeinträchtigt wurden.

Hier wirkten nicht nur die geografische Nähe und die stärkere Einheit des kulturellen Raums als positive Faktoren, sondern auch, dass durch die Fördermaßnahmen der Europäischen Union stabile finanzielle und inhaltliche Rahmenbedingungen gegeben waren - trotz des sich stetig verändernden internationalen Umfelds. Namentlich im Rahmen des Programms Erasmus+ blieb die Zusammenarbeit der europäischen Kooperationspartner aus Sicht unserer Organisation trotz Pandemie, Krieg und Wirtschaftskrisen stabil, auch wenn es Einbrüche bei den Auslandsaufenthalten der Auszubildenden gab.

Es zeigt sich, dass sich die Themen, die die Partner im Rahmen der neuen Förderperiode von Erasmus+ aufgriffen, verstärkt an den Herausforderungen orientierten, mit denen sich die europäische und internationale Gemeinschaft zunehmend konfrontiert

sah und sieht. Außerdem spiegeln sich die UN-Nachhaltigkeitsziele, wie zum Beispiel „bezahlbare und saubere Energie“ sowie „nachhaltiger Konsum und Produktion“, über die europäische Förderprogrammatische deutlich in der internationalen Berufsbildungszusammenarbeit wider. So lassen sich die Krisenpotenziale in Entwicklungspotenziale umwandeln.

Bei diesen und ähnlichen Themen, die größtenteils mit dem Anspruch einer gesellschaftlichen Veränderung verbunden sind, ist die Zusammenarbeit mit Partnern aus der EU sehr attraktiv, da es häufig bereits a priori einen gemeinsamen kulturellen und inhaltlichen Nenner gibt, was die Rahmenbedingungen der Zusammenarbeit im Berufsbildungsbereich betrifft. Auch die technischen und ausbildungsbezogenen Bezüge sind meist einfacher zu vereinen.

Zudem gilt für unsere Einrichtung, dass die Partnerschaften innerhalb Europas schon deutlich länger bestehen als mit Partnern im außereuropäischen Raum. Das liegt auch an der Bildungs- und Mobilitätspolitik der Europäischen Union. Unser langjährigstes Partnerland ist Polen, mit dem seit zehn Jahren eine stabile Zusammenarbeit in verschiedenen Bereichen besteht. Nicht zuletzt deshalb fand auch der erste Auszubildendenaustausch nach dem Abflauen der Pandemie im November 2021 mit diesem Partner statt.

Unter den erschwerten Bedingungen der letzten Jahre war es auch deutlich einfacher, neue Partner im europäischen Raum zu gewinnen, wie unsere Zusammenarbeit mit baltischen Berufsbildungseinrichtungen deutlich zeigt, die sich in den letzten drei Jahren entwickelte. Nach meiner Wahrnehmung hat der Krieg im Nachbarland ein deutlich erhöhtes Interesse an der Zusammenarbeit mit europäischen Partnern hervorgerufen. Denn, wie gesagt, da weiß man, was man hat!



Astrid Friedrich
Referatsleiterin Internationales

Handwerkskammer Südthüringen

www.hwk-suedthueringen.de

 **Handwerkskammer
Südthüringen**
Bildungscampus BTZ Rohr-Kloster





Schwerpunktthema „... Sieh, das Gute liegt so nah“ – Bildungsexport nach Europa

„... weil wir in Europa weiter zusammenwachsen müssen“

Interview mit Adrian Heimerer, Geschäftsführer der Berufsfachschulen Heimerer GmbH, über Erfahrungen in der Balkanregion und die Unterschiede zwischen Anfragen aus Europa und aus Drittstaaten

iMOVE: Herr Heimerer, wie attraktiv sind für Ihre Organisation europäische Märkte im Vergleich zu außereuropäischen – und warum?

Adrian Heimerer: Unsere Organisation verwirklicht rund 70 Prozent ihrer geschäftlichen Aktivitäten in Europa, vor allem in Kosovo, wo wir seit 13 Jahren mit der Fachhochschule „Kolegji Heimerer“ in Pristina und einer eigenen GmbH vertreten sind. Wir wollen junge Menschen für eine Ausbildung im Gesundheitswesen gewinnen, das örtliche Gesundheitswesen stärken und interessierten Studierenden auch den Weg nach Deutschland ebnen. Rund die Hälfte unserer Absolventinnen und Absolventen strebt eine Tätigkeit in Deutschland an. Wir helfen dabei, sie in Arbeitsplätze zu vermitteln.

In Kosovo kennen wir uns inzwischen sehr gut aus, wir kennen die Menschen vor Ort, ihre Kultur und die geltenden gesetzlichen Rahmenbedingungen. Wegen der geografischen Nähe lassen sich auch Reisen für den persönlichen Austausch schnell und einfach bewerkstelligen.

Außerhalb Europas kooperieren wir mit verschiedenen Partnern, haben aber keine eigene Niederlassung. Dort sind im Vergleich zu Deutschland die kulturellen Unterschiede größer als innerhalb Europas. Und weil wir weniger Erfahrungen in den verschiedenen Ländern haben, sind wir stärker auf unsere Partner angewiesen.

iMOVE: In welchen europäischen Ländern bzw. Regionen nehmen Sie aktuell großen



Adrian Heimerer
Geschäftsführer

Berufsfachschulen Heimerer GmbH

www.heimerer.de



oder wachsenden Bedarf an Berufsbildungsleistungen aus Deutschland wahr?

Adrian Heimerer: Neben unserer Schule in Kosovo unterhalten wir alte und neue Partnerschaften mit Hochschulen in Albanien und in Nordmazedonien. Außerdem führen wir Sprachkurse in Rumänien durch. In diesen und weiteren Ländern der Balkanregion gibt es nicht nur viel mehr junge Menschen als bei uns, sondern auch eine extrem hohe Jugendarbeitslosigkeit. Die örtlichen Berufsbildungssysteme sind wenig entwickelt, obwohl etwa im Gesundheitswesen und im Bausektor Fachkräfte dringend gebraucht werden. Gleichzeitig genießen Deutschland und die duale Ausbildung hohes Ansehen.

Viele Menschen aus der gesamten Balkanregion, so unsere Erfahrung im Bereich des Gesundheitswesens und der Pflege, verfügen zudem über gute Deutschkenntnisse. Entweder haben sie Familienmitglieder, die in Deutschland leben und arbeiten, oder sie lernen über deutschsprachige Fernsehprogramme oder sie stehen in Kontakt mit deutschen Expats vor Ort.

iMOVE: Gibt es Unterschiede zwischen der Nachfrage aus Europa und der Nachfrage aus dem außereuropäischen Ausland?

Adrian Heimerer: Aus dem außereuropäischen Ausland erreichen uns fast nur sehr allgemeine und vage Kooperationsanfragen. Wenn wir dann in einem ersten Gespräch konkrete Möglichkeiten wie Curriculaentwicklung oder Sprachkurse ausloten, kommt der weitere Austausch oft rasch zum Erliegen. Wir haben den Eindruck, dass das Hauptinteresse der Anfrager meist darin besteht, allgemeine Absichtserklärungen über Kooperationen mit deutschen Partnern zu unterzeichnen, mit denen man seine wirtschaftlichen Beziehungen nach außen dokumentieren kann. Solche „Aushängeschilder“ scheinen oft wichtiger zu sein als die Realisierung konkreter Projekte.

Europäische Anfrager sind eher konkreter in ihren Anfragen und zeigen lebhaftes Interesse an der Umsetzung ihrer Anliegen.

iMOVE: Konnten Sie von Förderstrukturen und -möglichkeiten innerhalb der EU profitieren?

Adrian Heimerer: Wir haben uns bereits mehrfach erfolgreich an Projekten der GIZ beteiligt, sind bei einigen aber auch nicht zum Zuge gekommen. So wollten wir beispielsweise Maurer in Kosovo ausbilden. Dabei sind wir bei der Ausarbeitung von Rahmenlehrplänen und der Übersetzung von Lehrinhalten in finanzielle Vorleistung getreten, um die notwendige Akkreditierung zu erlangen. Durch mehrere Entschneiderwechsel zog sich die Sache dann länger hin als erwartet. Das führte dazu, dass wichtige Partner von uns abgesprungen sind und wir letztlich das Projekt aufgeben mussten zu einem Zeitpunkt, an dem unseerseits alles vorbereitet gewesen wäre.

Zweifellos werden in Europa viele Fördergelder vergeben, aber wir erkennen in den Bereichen, in die wir Einblick haben, nur wenig Fortschritt. Unsere Schule in Kosovo trägt sich selbst und das sehr erfolgreich.

iMOVE: Werden europäische Märkte auf Dauer wichtig werden bzw. bleiben?

Adrian Heimerer: Die Bedeutung europäischer Märkte wird für die Bildungswirtschaft kontinuierlich steigen, weil wir in Europa weiter zusammenwachsen müssen, und das funktioniert am besten über Bildung: Lehre, Forschung, Personal. Wir können viel voneinander profitieren, vor allem Fachkräfte und Fachwissen austauschen und uns so gegenseitig stärken. Die Sprache ist das größte, aber zu bewältigende Hindernis.

iMOVE: Vielen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Silvia Niediek.



Schwerpunktthema „... Sieh, das Gute liegt so nah“ – Bildungsexport nach Europa

EU-weit vs. einzelstaatlich

Herausforderungen und Chancen auf dem Weg zum „Europäischen Bildungsraum“

Markus Böckmann

Bildung ist ein zentrales Element der wirtschafts- und sozialpolitischen Strategie der Europäischen Union (EU). In ihren politischen Leitlinien betonte Präsidentin von der Leyen, dass das Potenzial digitaler Technologien für das Lernen und Lehren erschlossen werden müsse und alle Bürgerinnen und Bürger digitale Kompetenzen erwerben und weiterentwickeln müssten. Die allgemeine und berufliche Bildung sei von entscheidender Bedeutung für persön-

liche Entfaltung, sozialen Zusammenhalt, Wirtschaftswachstum und Innovation. Bildung sei zudem ein entscheidender Baustein für ein gerechteres und nachhaltigeres Europa.

Die Idee, einen „Europäischen Bildungsraum“ zu schaffen, ist nicht neu. Sie geht auf den Ende der 90er Jahre unter Beteiligung von 29 europäischen Bildungsministerien ins Leben gerufenen „Bologna-

Prozess“ zurück. In den letzten 20 Jahren gab es immer wieder entsprechende Bestrebungen der EU mit Schwerpunktsetzungen auf verschiedene Themen. Die Kritik hieran ist leider größer als die bisher auf europäischer Ebene erzielten Erfolge – die aber keinesfalls heruntergespielt werden sollten. In erster Linie sind hier die seit Mitte der 90er Jahre zur Verfügung gestellten Fördermittel anzuführen. Erst Ende 2022 rief die EU das *Europäische Jahr der*



Markus Böckmann
Head of Business Development

Six Sigma College Düsseldorf [SSCD]

www.six-sigma-college.de



Kompetenzen 2023 aus – und schlug mit der europäischen Kompetenzagenda Mittel in noch nie dagewesener Höhe vor.

Unterschiedliche Akkreditierungsverfahren bilden Hürden

Grundlegend ist jedoch Folgendes: Für alle EU-Bürger/-innen wurden mit Zusammenschluss des europäischen Staatenbündnisses die gleichen Grundrechte verankert. So haben die Bürgerinnen und Bürger der EU u. a. das Recht, sich frei zu bewegen, zu arbeiten und auch das Recht auf Bildung. Umgekehrt ist Bildungspolitik allerdings immer noch Sache der einzelnen Mitgliedsstaaten, was einen Bildungsexport innerhalb der Europäischen Union deutlich erschwert.

Gerade im Bereich der europäischen Förderprogramme, die bei der Vergabe von Bildungsprojekten eine wesentliche Rolle spielen, werden diese Hürden für Bildungsträger deutlich. Die meisten europäischen Mitgliedstaaten stellen unterschiedliche Anforderungen an die Bildungsträger und beanspruchen ein autarkes Akkreditierungsverfahren (AZAV, Ö-Cert etc.), was zu einem erheblichen Aufwand und zusätzlichen Kosten für die Bildungsanbieter führt. Ohne diese länderspezifische Akkreditierung/Anerkennung ist es aber kaum möglich, Bildung auf breiter Front in die einzelnen Mitgliedstaaten zu exportieren.

Dennoch sind Chancen erkennbar, vor allem vor dem Hintergrund des oben zitierten Aktionsplans zur digitalen Bildung der Europäischen Kommission. Im Lichte einer zunehmenden Digitalisierung bieten dieser Aktionsplan und die dazu jüngst ins Leben gerufenen Initiativen in ihrer geopolitischen Dimension erhebliches Potenzial für deutsche Bildungsträger, Angebote innerhalb der EU und natürlich auch darüber hinaus zu exportieren.





Schwerpunktthema „... Sieh, das Gute liegt so nah“ – Bildungsexport nach Europa

„Gemeinsame lange industrielle Tradition“

Interview mit Ferdinand Ayen, Geschäftsführer der Ernst Klett Präsenzlernen Osteuropa GmbH, über Bildungsbedarfe in Osteuropa und die Gründung der Berufsschule Klett EDU in Serbien



Ferdinand Ayen
Geschäftsführer

Ernst Klett
Präsenzlernen Osteuropa GmbH

www.klett-edu.rs



STRUČNO OBRAZOVANJE.
INOVIRANO.

iMOVE: Herr Ayen, wie attraktiv sind für Ihre Organisation europäische Märkte im Vergleich zu außereuropäischen? Wo liegen die Gründe?

Ferdinand Ayen: Für die Gründung von Klett EDU im Jahr 2018 war die Frage ausschlaggebend, wo und mit welcher fachlichen Ausrichtung eine Berufsschule am meisten Wirkung erzielen kann. „... Sieh, das Gute liegt so nah“ – das haben wir uns auch gedacht, denn die Wahl fiel auf Serbien, das beachtliche Steigerungen nicht nur des BIP, sondern auch der Industrieproduktion verzeichnete, dazu ein Berufsbildungssystem, das am Bedarf der Industrie vorbei lehrte. Ähnliche Kombinationen findet man natürlich auch anderswo auf der Welt. Aber wenn man wie wir mit einem neuen Produkt in einen neuen Markt geht, sind Risiko und Aufwand deutlich geringer, wenn dieser ein europäischer ist. Unsere kurz und mittellang laufenden Mechatronikkurse haben wir dann als Qualifikationsinstrument für Industrieunternehmen entwickelt – zur großen Zufriedenheit all unserer Kunden seither.

iMOVE: Welche Rolle spielen bei Ihrer Entscheidung für europäische Märkte etwa politische Stabilität oder kulturelle Nähe?

Ferdinand Ayen: Was die kulturelle Nähe angeht: Je weiter man weggeht, desto erprobter sollte das Produkt sein. Mit einem klaren Bewusstsein dafür, was man kann und will, fallen kulturelle Unterschiede allerdings weniger stark ins Gewicht.

Politische Stabilität ist ebenfalls wichtig, aber auch innerhalb von Europa nicht überall zu finden. Daher lohnt es sich, auch auf andere Qualitäten zu schauen. Was für eine Geschichte erzählt das Land über sich selbst? Wohin geht dessen Reise? Was ist das „Geschäftsmodell“ des Landes? In Serbien war und ist die Haltung in großen Teilen der Gesellschaft: Wir wollen als Land nach Europa, das ist unser Ziel und Maßstab. Dabei hilfreich ist eine lange industrielle Tradition, die gerade wiederbelebt wird.

Im Moment wird aber die Stabilität nicht nur des Balkans, sondern Europas insgesamt auf eine harte Probe gestellt. Der

Verlauf des Krieges gegen die Ukraine beeinflusst auch die Zukunft von Ländern wie Bosnien-Herzegowina und den Konflikt zwischen Serbien und Kosovo.

iMOVE: Welche Rolle spielen etablierte Förderstrukturen und -möglichkeiten?

Ferdinand Ayen: Das Bild ist ambivalent. Fördermöglichkeiten können sehr hilfreich und sinnvoll sein, um gewissermaßen den Motor anzuwerfen, damit man überhaupt ins Geschäft kommt. Wir wurden seinerzeit vom BMBF gefördert, das hat geholfen, das Risiko zu begrenzen.

Zu beobachten ist aber auch, dass viele die Förderungen nicht als Anlasser, sondern eher als Treibstoff ihres Geschäfts nutzen. Das ist nicht nachhaltig und unfair gegenüber jenen Marktteilnehmern, die ohne Förderung auskommen müssen.

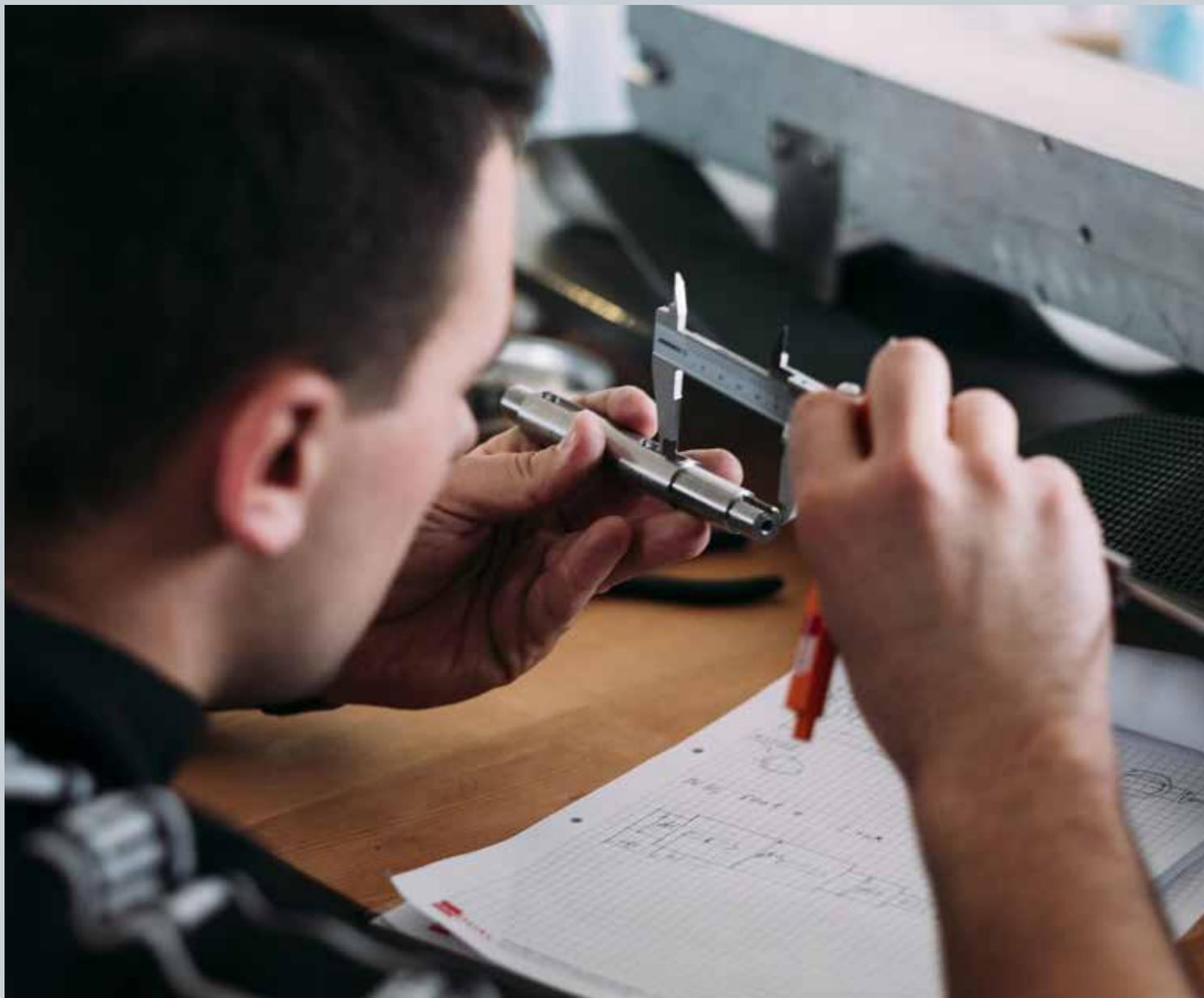
iMOVE: In welchen europäischen Ländern bzw. Regionen nehmen Sie aktuell großen oder wachsenden Bedarf an Berufsbildungsleistungen aus Deutschland wahr – und was sind die Ursachen?

Ferdinand Ayen: In der Industrie stellen sich alle die Frage: Wo kriege ich Leute her, die bei uns in der Fertigung schaffen? Am krasssten ist es aber vermutlich in Osteuropa. Überalterung, Akademisierung und Emigration entziehen der klassischen beruflichen Bildung massiv den Nachwuchs.

Mein Eindruck ist, dass die Industrie nicht mehr nur mit einschlägig industriell ausgebildeten Leuten auskommt und sich verstärkt im Dienstleistungssektor nach Arbeitskräften umsehen wird. Für einen schlecht bezahlten Essenslieferanten kann ein geregelter Job in der Industrie sehr attraktiv sein, auch wenn er als einfacher Maschinenbediener anfängt. Nur braucht er eben auch dafür eine Grund- oder Nachqualifizierung.

iMOVE: Welche Ihrer Angebote sind bei europäischen Kunden nachgefragt? Bitte stellen Sie ein oder zwei Beispiele vor.

Ferdinand Ayen: Für uns bei Klett EDU ist ein Schlüsselement der Qualifizierung die



Handlungsorientierung des Unterrichts. Sie erzieht zu eigenverantwortlichem Arbeiten und darum beneidet man uns in Deutschland oft. In diesem Feld scheint mir die Nachfrage am größten.

Wir haben für Serbien und potenziell auch Bulgarien und Bosnien einen dreimonatigen Mechatronikkurs entwickelt, der sich an Mitarbeiter von Industrieunternehmen richtet. Er ist untergliedert in ein gutes Dutzend „Lernsituationen“, in denen die Teilnehmer typische Probleme aus der Fertigung lösen müssen. Damit lernen sie nicht nur, Maschinen zu bedienen, sondern auch, Probleme im Ablauf selbstständig zu beheben. Für jene Mitarbeiter, die bereits höher qualifiziert

sind, gibt es einen achtmonatigen Kurs mit dem Titel „Mechatronic Maintenance“.

iMOVE: Können Sie sich aktuell neue Geschäftsfelder und Kundenkreise in Europa erschließen oder pflegen Sie eher langjährige Geschäftsbeziehungen?

Ferdinand Ayen: Beides. Bei neuen Geschäftsfeldern richtet sich der Blick zurzeit auf Deutschland, denn der Bedarf an Fachkräften wird nicht allein mit einheimischen Fachkräften gedeckt werden können. Das dürfte jedem klar sein, der einmal einen Kitaplatz suchen oder fünf Stunden in der Notaufnahme auf eine Behandlung warten musste. Daher beschäftigen wir uns schon

länger mit dem Thema Fachkräftemigration und der Frage, wie geeignete Kandidaten aus dem außereuropäischen Ausland für den deutschen und europäischen Arbeitsmarkt qualifiziert werden können.

iMOVE: Vielen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Silvia Niediek.

GESAwards zeichnen den deutschen Bildungsanbieter platform3l aus

Der Preis wurde für eine digitale Lernlösung verliehen, die individuelle Kompetenzlücken erkennt und schließt.

Gabriele Riedmann de Trinidad



plattform31, langjähriges Mitglied des iMOVE-Netzwerks, ist einer der Gewinner der letztjährigen GESAWards (Global Ed-Tech Startups Awards), des größten Ed-Tech-Wettbewerbs und gleichzeitig der größten EdTech-Community der Welt. Die Initiative ist ein Joint Venture von Partnern aus sechs Kontinenten und hat es geschafft, ein Netzwerk von mehr als 6.000 EdTech-Startup-Unternehmen aus über 130 Ländern aufzubauen.

Selbstreguliertes Lernen

Neben dem Wettbewerb um den „Ed-Tech des Jahres“ gibt es im Rahmen der GESAWards weitere Wettbewerbe („Special Tracks“) für Startup-Unternehmen, die sich in speziellen Bereichen bewerben können. plattform31 nahm am Special Track „A.I. Enabling Self-Regulated Learning“ teil. Ein Expertenpanel prüfte Lernlösungen, die mithilfe von Technologien im Rahmen der künstlichen Intelligenz das selbstregulierte Lernen junger Lernender messen, unterstützen und weiterentwickeln. Diese Lösungen sollten erfassen, wie sich unterschiedliche Lernende verhalten, und sie sollten sich den unterschiedlichen Fähigkeiten der Lernenden bei der Regulierung ihres Lernens anpassen.

plattform31 entwickelte eine Applikation weiter, die „Micro Learnings“ und Quizduelle umfasst. Die Applikation kann individuelle Kompetenzlücken erkennen und schließen. Sie kann auch das interaktive Lernen im Metaverse unterstützen, so dass sich formales und informelles Lernen gegenseitig ergänzen können.

Der Special Track „A.I. Enabling Self-Regulated Learning“ wurde in Partnerschaft mit der Jacobs Foundation umgesetzt. plattform31 wurde zusammen mit fünf weiteren Unternehmen aus 1.000 Bewerbern ausgewählt, die aus 150 Ländern stammten.

Unterhaltende Lernformate

plattform31 möchte Lernerfahrungen schaffen, die so individuell sind wie die Bedarfe der Lernenden. Die Hotel Lindner Group, ein langjähriger Kunde, nutzt die Applikation

von plattform31, um die Leistungsfähigkeit seines Personals in Europa zu steigern, indem individuelle Wissenslücken mit einer adaptiven Lerntechnologie geschlossen werden. Ein Großteil der Lerninhalte wird im Düsseldorfer Hauptsitz der Hotel Lindner Group entwickelt. Die Applikation mit eingebautem DeepL (Online-Service für automatisierte Übersetzungen) sorgt für angemessene Formulierungen in knapp 30 verschiedenen Sprachen.

Da die Entwicklung von eigenen Lerninhalten sehr zeitaufwändig sein kann, hat plattform31 kürzlich *AI Ghostwriter* herausgebracht. Diese Applikation wandelt jeden Text innerhalb von Sekunden in unterhaltende Lernformate um, wie „Micro Learnings“ und Quizduelle. Die Deutsche Bahn, einer der größten Arbeitgeber in Deutschland, nutzt solche Lernformate der Applikation von plattform31, um die reibungslose Einführung („Onboarding“) neuer Mitarbeitender sicherzustellen. Jedes Jahr schreibt die Deutsche Bahn deutschlandweit Stellen für mehr als 4.000 Auszubildende in 50 Berufen aus.

Chance für Startup-Unternehmen

Die GESAWards bieten Startup-Unternehmen aus allen Teilen der Welt die Chance, im Rahmen eines Wettbewerbs ihre Produkte einem globalen Publikum vorzustellen, sich zu vernetzen und erfolgreiche Geschäftspartnerschaften aufzubauen. Zusätzlich zur Förderung der besten Ed-Tech-Startup-Unternehmen unterstützen die GESAWards den Aufbau lokaler EdTech-Ökosysteme und EdTech-Investitionen in alternative Märkte.



Gabriele Riedmann de Trinidad
Geschäftsführerin

plattform31

www.plattform31.com





Schwerpunktthema „... Sieh, das Gute liegt so nah“ – Bildungsexport nach Europa

„Europa liegt auf Wachstumskurs“

Interview mit Brigitte Hanemann, International Business Development Manager bei der TÜV SÜD Akademie, über die Heterogenität der Bildungsbedarfe in Europa

iMOVE: Frau Hanemann, in welchen Ländern bietet TÜV SÜD Bildungsleistungen an?

Brigitte Hanemann: TÜV SÜD ist eine Matrixorganisation. Sie ist einerseits nach Regionen, andererseits nach Divisionen/Business Units, zu denen auch die Akademie gehört, strukturiert. Jede Region entscheidet selbst, welche Services von TÜV SÜD sie ihren jeweiligen Kunden offeriert und als Geschäftsfeld aufbaut. Das gilt auch für die Bildungsleistungen unserer Akademie: Die Regionen entscheiden selbst, ob sie das Akademiegeschäft als strategischen Teil ihres Portfolios aufbauen wollen. Wenn sie sich dafür entscheiden, werden die Länder Teil der Business Unit „Academy“. Derzeit umfasst die Akademie neben Deutschland 13 Regionen: Italien, Spanien, Vereinigtes Königreich, Schweiz, Österreich, Polen, Middle East, China, Indien, Singapur

(ASEAN), USA, Korea, Japan. Jedoch werden von nahezu allen Gesellschaften von TÜV SÜD Bildungsdienstleistungen angeboten, außerhalb der Business Unit „Academy“ jedoch in kleinerem Umfang.

iMOVE: Was sind die wichtigsten Exportmärkte für die TÜV SÜD Akademie?

Brigitte Hanemann: Unsere Fokuszländer sind China, Indien und die USA wegen ihres großen Wachstumspotenzials durch die hohen Bevölkerungszahlen. Gerade in den USA und Indien erfreuen sich unsere „Virtual Classrooms“ größter Beliebtheit.

Aber es gibt auch große Herausforderungen. Der indische Markt ist beispielsweise ein Massenmarkt und extrem preissensibel. China und die USA haben ihre eigenen Spezifika, die Schulungen müssen an die loka-

len gesetzlichen Normen angepasst sein, von kurzer Dauer sein und in der Landessprache angeboten werden. Hier müssen wir sehr flexibel agieren.

iMOVE: Wie entwickelt sich das Geschäft in Europa?

Brigitte Hanemann: Seit Ausbruch der Corona-Pandemie hat sich das Umsatzgeschehen unserer Akademie verändert. Während der Gesamtumsatz in etwa stabil geblieben ist, wurden im vergangenen Jahr fünf Prozent im europäischen Ausland erzielt, während der entsprechende Anteil im Jahr 2019 noch bei drei Prozent lag.

In den vergangenen zwei Jahren sind vor allem europäische Länder zu den Regionen in der Akademie hinzugekommen. Allein seit 2022 gilt das für das Vereinigte Königreich, die Schweiz und Polen. Gerade bei den „neuen“ europäischen Märkten verzeichnen wir ein stärkeres Wachstum als bei denen, in denen wir schon länger tätig sind.

iMOVE: Welche europäischen Märkte sind für Sie aktuell besonders interessant?

Brigitte Hanemann: Zu den typischen Kunden von TÜV SÜD zählt die Automobil- und ihre Zulieferindustrie. Hier konnten wir in letzter Zeit einige Ausschreibungen großer Kunden in Europa gewinnen. Typischerweise entsteht Schulungsbedarf, wenn ein neues Werk im [europäischen] Ausland gebaut wird und die neuen Mitarbeiter/-innen nach



den deutschen bzw. EU-Normen geschult werden müssen oder wenn die Firma einen internen Standard international ausrollen möchte. Wir sind gefragt im Hinblick auf die Konzeption und Entwicklung der Schulung sowie die Durchführung von Trainings als „Virtual Classrooms“, aber auch bei Trainings vor Ort durch lokale Trainer/-innen in der Landessprache sowie bei der Entwicklung oder Bereitstellung von digitalen Lernformaten.

Schulungen zum Thema Wasserstoff bieten wir in Deutschland bereits seit über zehn Jahren an, jetzt führen wir sie aber auch für mehrere westeuropäische Kunden durch. Unser Angebot umfasst modular aufgebaute synchrone und asynchrone Lehrgänge zum sicheren Umgang mit Wasserstoff entlang der gesamten Wertschöpfungskette von der Produktion über die Lagerung und Verteilung bis zum Einsatz, beispielsweise in Industrie oder Verkehr. Dabei greifen wir auf unsere internen Expertinnen und Experten von TÜV SÜD Industrie Service zu.

Großes Potenzial sehen bei unserem Markt Schweiz, vor allem im Bereich der Medizinprodukte sowie im Bereich der Managementsysteme und der Prozesssicherheit. Die Herausforderung liegt hier in der Mehrsprachigkeit des Marktes.

Das Vereinigte Königreich entwickelt sich ebenfalls zum Wachstumsmarkt. Trainings aus Deutschland werden als vertrauenswürdig und qualitativ hochwertig eingeschätzt.

Außerdem kann über das englische Schulungsangebot der skandinavische Markt mit abgedeckt werden.

iMOVE: Wie stellt sich Europa als Gesamtmarkt dar?

Brigitte Hanemann: Europa ist in mehrfacher Hinsicht sehr heterogen. Beispielsweise ist die Nachfrage nach konkreten Bildungsleistungen sehr unterschiedlich. Konkret: Spanien ist für uns ein wichtiger Markt für längerfristiges E-Learning mit einer Dauer von ca. drei Monaten bis zu einem Jahr. Damit erwerben die Teilnehmenden mittels asynchroner Schulungen Zertifizierungen als „Master of Maintenance“ oder „Master of Sustainability“. Mit diesen hochwertigen Abschlüssen können sie sich besser auf ihrem Arbeitsmarkt positionieren. Ganz anders verhält es sich dagegen in Italien. Die meisten dort nachgefragten Lehrgänge sind ein bis fünf Tage lang.

Eine große Herausforderung in Europa sind die vielen unterschiedlichen Sprachen. Besonders in Südeuropa kommt man mit Englisch nicht weit. Außerdem gibt es große Unterschiede bei den Preisen, die die Kunden in den verschiedenen Ländern zu zahlen bereit sind. Insgesamt ist Europa also kein einfacher Markt – aber im Hinblick auf unsere Akademie klar im Wachstum begriffen.

iMOVE: Vielen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Silvia Niediek.



*Brigitte Hanemann
International Business
Development Manager*

TÜV SÜD Akademie GmbH

www.tuvsud.com/akademie



Akademie



„Gemeinsame Erlebnisse fördern den europäischen Gedanken“

Interview mit Kathleen Meinhold und Tina Weinhold-Leiser von F+U Sachsen gGmbH über Erfahrungen mit europäischen Bildungsprogrammen.

iMOVE: Frau Meinhold und Frau Weinhold-Leiser, wie gestaltet sich Ihre internationale Arbeit im europäischen Raum?

Kathleen Meinhold: Wir arbeiten im Bereich der EU im Rahmen mehrerer Programme: Europäischer Solidaritätskorps (ESK), DiscoverEU Inklusion und Erasmus+. Das Europäische Solidaritätskorps bietet jungen Menschen die Möglichkeit, eine Freiwilligentätigkeit in einem anderen Land der EU zu absolvieren. DiscoverEU Inklusion fördert junge Menschen mit psychischen Beeinträchtigungen, ins Ausland zu reisen.

Im Rahmen von Erasmus+ vermitteln wir Auszubildende aus ganz Europa in Praktika und gestalten fachspezifische Seminare. Für Lehrkräfte führen wir pädagogische Seminare durch und schulen zum dualen Ausbildungssystem. Auch „Job Shadowing“ bieten wir an. Hauptsächlich vermitteln wir in den Bereichen Kfz, Pflege, Hotel- und Gaststättengewerbe, Soziales sowie Wirtschaft. Pro Jahr empfangen wir rund 200 Teilnehmende aus Europa in Chemnitz.

Tina Weinhold-Leiser: Wie nützlich diese Programme für die Teilnehmenden sein können, möchte ich gern an einem Beispiel verdeutlichen. Eine Teilnehmerin aus Ungarn absolvierte zunächst von März bis April 2022 über Erasmus+ ein Praktikum in unserem Hort. Ihr hat es so gut gefallen, dass sie seit Juni 2022 bis voraussichtlich Mai 2023 im Rahmen des ESK bei uns tätig ist. Danach möchte Sie gern in Deutschland bleiben und ihr Anerkennungsverfahren läuft. Mit der Anerkennung ihrer Qualifikation ist eine Anstellung als Erzieherin möglich. Durch die Nutzung der europäischen Förderprogramme konnte sie sich beruflich und persönlich sehr gut orientieren und positionieren.

iMOVE: In welchen europäischen Ländern bzw. Regionen nehmen Sie aktuell große oder wachsende Bedarfe an Berufsbildungsleistungen aus Deutschland wahr? Was sind die Ursachen?

Kathleen Meinhold: Die größten Entwicklungen und Nachfragen kommen aus dem osteuropäischen Raum. Grundsätzlich waren Anfragen nach Berufsbildungsleistungen immer vorhanden, allerdings haben sich

die Themen maßgeblich verändert. Aktuell beziehen sich die meisten auf Robotik, Elektrotechnik und Erneuerbare Energien. Der Wandel ist mit der europäischen Nachhaltigkeitsstrategie und der fortwährenden Digitalisierung von Arbeitsprozessen begründbar.

Hinsichtlich der Teilnahme an Jugendprojekten im Rahmen von Erasmus+ erhalten wir vermehrt Anfragen aus dem Mittelmeerraum, vorrangig Spanien. Wegen der dort hohen Jugendarbeitslosigkeit von rund 33 Prozent zeigt sich ein großes Interesse an der Steigerung der Qualität der Ausbildung und der Qualifizierung.

iMOVE: Können Sie sich aktuell neue Geschäftsfelder und Kundenkreise in Europa erschließen oder pflegen Sie eher langjährige Geschäftsbeziehungen?

Tina Weinhold-Leiser: Im ESK konnten wir durch die Etablierung des Programms neue Geschäftsbeziehungen im Bereich Jugendarbeit aufbauen. In Erasmus+ bestehen bereits seit mehr als zehn Jahren Beziehungen mit Projektpartnern. Langjährige Geschäfts-



Kathleen Meinhold
Geschäftsführerin

Tina Weinhold-Leiser
Leiterin Internationale Projekte

F+U Sachsen gGmbH

www.fuu-sachsen.de



beziehungen sind im internationalen Kontext das Fundament. Die hohe Zufriedenheit unserer Partner sorgt dafür, dass wir weiterempfohlen werden. Zurzeit erhalten wir vermehrt Anfragen aus Spanien und Griechenland. Neue Partnerstrukturen sind im Aufbau. In Summe verfügen wir aktuell über rund 20 langfristige und mehr als zehn neue Partnerschaftsanfragen.

Hinsichtlich der Geschäftsfelder gibt es eine vermehrte Nachfrage nach Themen wie Sozialpädagogik, Training für soziale Kompetenzen und Sprachreisen aus dem Mittelmeerraum. Daher konnten wir dieses Geschäftsfeld ausbauen.

iMOVE: Welche Ihrer Angebote sind bei europäischen Kunden besonders nachgefragt? Bitte stellen Sie ein oder zwei Beispiele vor.

Kathleen Meinhold: Die meisten unserer Angebote beziehen sich auf die Bereiche Kfz, Hotellerie und Gastgewerbe sowie Wirtschaft. Hierzu erfolgen die meisten Austauschprojekte mit Berufsschulen aus Europa.

Die Bildungsmaßnahmen zum Thema Kfz finden in unseren beiden Werkstätten statt. Sie sind beispielsweise mit Hebebühnen, Motoren, Lichtanlagen und Übungsfahrzeugen ausgestattet. Wir unterrichten im Format der Fachpraxis und durch „Learning by doing“. Die Teilnehmenden erlernen so beispielsweise neue Fähig- und Fertigkeiten im Bereich der Fehleranalyse. Wir simulieren in den Werkhallen typische Fehler an Autoteilen und/oder der Software und trainieren so Verfahren zur Lösungsfindung. Dabei steht den Teilnehmenden Ausbildungspersonal zur Verfügung.

Im Bereich von Hotellerie und Gastgewerbe organisieren wir für die Teilnehmenden Praktikumsplätze in und um Chemnitz. Wir arbeiten mit mehr als 20 Restaurants und Hotels zusammen. Uns ist wichtig, dass die Praktika im realen Tagesgeschäft stattfinden, um während des Auslandsaufenthalts den größtmöglichen Eindruck vom jeweiligen Berufsfeld zu bekommen, etwa von Service- und Küchentätigkeiten sowie House-keeping.

Für alle Teilnehmenden an internationalen Mobilitätsprogrammen bieten wir eine 24/7-Erreichbarkeit und zusätzlich passende Fachexkursionen an. Unsere regionalen Partner sind dabei beispielsweise VW Dresden und BMW Leipzig für den Kfz-Bereich.

iMOVE: Gibt es Unterschiede zwischen der Nachfrage aus Europa und der Nachfrage aus dem außereuropäischen Ausland?

Tina Weinhold-Leiser: Ja, die gibt es. In Europa liegt der Fokus vorrangig auf der Förderung des Einzelnen. Es geht verstärkt um den Ausbau der eigenen Fachkompetenzen und Fähigkeiten, die einen selbst auf dem weiteren beruflichen Lebensweg voranbringen. Daher erhalten wir hier auch vermehrt Anfragen für Programme, die sich an Schüler/-innen bzw. Auszubildende richten. Angebote für Lehrkräfte und Bildungspersonal sind weniger nachgefragt. Die Fachspezifik und fachpraktische Anwendung haben in der inhaltlichen Ausgestaltung einen hohen Stellenwert. Als Nachweis der Teilnahme an Bildungsprogrammen sind Teilnehmerzertifikate und EU-Nachweise, z. B. Youthpass, ausreichend.

Im außereuropäischen Raum, insbesondere in China, steht nicht der Einzelne im Fokus, sondern der Mehrwert für die entsendende Institution. Die Teilnehmenden fungieren zumeist als Multiplikatoren, um das erworbene Fachwissen auf horizontaler als auch vertikaler Ebene weiterzugeben – mit dem Fernziel der institutionellen Verstetigung. Von dieser Nachhaltigkeit profitieren auch die Lernenden.

Nachgefragte Bildungsangebote sind Seminare und Qualifizierungen auf dem Gebiet der Ausbildereignung sowie Methodik-Didaktik in der Wissensvermittlung, dazu vermehrt sozialpädagogische Themen. An den Programmen nimmt überwiegend Bildungspersonal mit heterogenen Abschlüssen teil, Lehrkräfte bis hin zu Professorinnen und Professoren. Ein gravierender Unterschied zu Europa ist der immense Wunsch nach einem anerkannten deutschen Zertifikat von beispielsweise einer IHK oder HWK als Teilnahmebescheinigung.

iMOVE: Welche Rolle spielen bei Ihrer Entscheidung für europäische Kunden etwa politische Stabilität, kulturelle Nähe oder etablierte Förderstrukturen und -möglichkeiten?

Kathleen Meinhold: Für uns spielen die genannten Faktoren keine Rolle. Wir unterstützen unsere Partner in der internationalen Arbeit und es ist wichtig, jeden Partner gleichermaßen zu beachten und auf seine individuellen Bedürfnisse und Rahmenbedingungen einzugehen. Wir wollen niemanden ausschließen, denn das würde gegen unser Leitbild verstoßen. Wir verschreiben uns vollumfänglich der nationalen und internationalen Bildungsarbeit und agieren für jeden durch jeden. Dieser Grundsatz leitet uns und unsere alltägliche Arbeit.

iMOVE: Werden europäische Märkte auf Dauer wichtig werden bzw. bleiben?

Tina Weinhold-Leiser: Bildung ist der Schlüssel für jegliche gesellschaftliche und politische Entwicklung. Sie verliert nie an Bedeutung für den Einzelnen und die Institution. Die Entwicklung und der gegenseitige Austausch sowie das Erleben andersartiger Kultur prägen ungemein. Die Teilnahme an Mobilitätsprogrammen macht das Theoretische praktisch erlebbar und fördert so den europäischen Gedanken. Gemeinsam erlebte und unmittelbare Erfahrungen sind der Grundstein dafür.

iMOVE: Vielen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Silvia Niediek.

Suchen Sie internationale Kunden für Ihre Trainingsangebote?



Präsentieren Sie Ihr Unternehmen kostenlos in unserer Anbieter-Datenbank

► www.imove-germany.de

Digitalisierung von Bildung in Europa: Chancen, Notwendigkeiten und die Realität

Die vergangenen Jahre haben den europäischen Bildungsmarkt stark geprägt. Eine globale Krise folgte der nächsten und dies hinterließ in vielen Bereichen der Gesellschaft seine Spuren – nicht zuletzt im Bildungssektor. Formate mussten überdacht und kurzfristig neugestaltet werden. Ob der erzwungene Wechsel hin zur digitalen Lehre, der starke Anstieg der nicht zertifizierten Bildungsangebote oder eine gewisse Investitionsscheu: Selten hat so viel Dynamik den europäischen Bildungsmarkt bestimmt. Einige dieser Entwicklungen werden nachfolgend genauer betrachtet.

Julian Gajo

Die Pandemie, ein andauernder Angriffskrieg auf europäischem Boden und eine drohende Rezession haben in weiten Teilen der Gesellschaft für Unsicherheiten gesorgt. Die Bildungsbranche blieb davon nicht verschont. Die Bildungsanbieter mussten reagieren, ihre Angebote umstellen und sich neu sortieren. Die Nachfrage veränderte sich und es musste schnell gehen. Von heute auf morgen wurden digitale Formate gesucht – am besten direkt verfügbar, individuell zugeschnitten und gern auch zu einem niedrigen Preis und ohne langfristige Verträge oder Verpflichtungen verfügbar.

Wer als Bildungsanbieter nicht schon über digitale Angebote verfügte, musste sich umgehend neu orientieren. Experten und Expertinnen sowie Wissenschaftler/-innen konnten nicht mehr ins Ausland geschickt werden. An Präsenzveranstaltungen wie Seminare, Workshops oder Fortbildungen war gar nicht erst zu denken. Gleichzei-

tig wurden relativ neue Themen relevant: Neben dem naheliegenden Datenschutz und der Cybersicherheit ging es vor allem auch um eine gewisse Social-Media-Kompetenz, eine Online-Kompetenz und auch eine Tool-Kompetenz, die von Anbietern erwartet wurden.

Gleichzeitig mussten sich jene, die Bildungsangebote beziehen, überlegen, wie es weitergehen konnte. Nicht selten ging mit der Angebotsanfrage auch die Bitte einher, ein konkretes Vorgehen vorzuschlagen: Welche Mittel, Medien und Plattformen können genutzt werden – und wie gestaltet?

Somit rückte neben der inhaltlichen vor allem die konzeptionelle und pädagogische Arbeit verstärkt in den Mittelpunkt. Und viele fragten sich: Wie wird die Bildung der Zukunft aussehen?

Digitalisierte Wissensvermittlung: Von der Chance zur Notwendigkeit

Anfang 2020 nahm die Entwicklung der digitalen Wissensvermittlung rasant Fahrt auf. Viele Akteure entdeckten plötzlich Technologien, Konzepte und Ansätze, die zwar bereits existierten, aber praktisch wenig bis keine Anwendung fanden.

Von eher klassischen E-Learning-Kursen über AR- und VR-Anwendungen bis hin zu Blended Learning: Die fortgeschrittene Digitalisierung von Bildung wurde nach Jahren des generell Möglichen, aber Vernachlässigten zu einer akuten Notwendigkeit und Chance. Der plötzliche Umstieg im März 2020 wurde zu einer Zerreißprobe für viele Betriebe und Bildungseinrichtungen. Ein gewöhnlicher Arbeits- oder Schulalltag kann nicht nur durch E-Mail-Verkehr, Videokonferenzen innerhalb eines Sammelsuriums unterschiedlicher Plattformen und dem Hin- und



Herschicken von PDF- und Word-Dateien ersetzt werden. Um effektiv und effizient digitalisiert zu arbeiten, braucht es Struktur und Infrastruktur.

„Bei der digitalen Wissensvermittlung geht es zwar vornehmlich um Software und Inhalt“, sagt Boris Groth, Geschäftsführer von SGM Educational Solutions, „aber eben nicht nur. Es läuft darauf hinaus, dass der Empfänger verstehen muss, was ihm vermittelt wird – und das am besten noch mit dem gebotenen Interesse daran und einer ordentlichen Prise Spaß.“ So sei eine fast noch dringlichere Frage nicht nur, wie die Bildung der Zukunft aussehen könnte, sondern vor allem das Lernen selbst.

Digitales Lernen lernen

An diesem Punkt setzt SGM verstärkt an: Neben der Entwicklung, der Einrichtung und dem Befüllen von E-Learning-Plattformen wird immer mehr die konzeptionelle Beratung als Dienstleistung angeboten. Denn während die Notwendigkeit digitaler Wissensvermittlung hinreichend deutlich ge-

worden ist, bleibt oft die Frage: Wie setze ich das Ganze um?

So kam es, dass plötzlich Vergabeplattformen mit Ausschreibungen überfüllt wurden. Institute, Schulen, Universitäten, Unternehmen – ob in Deutschland, Frankreich, Spanien oder der Slowakei: Es wurde neben der gebotenen Qualität und Zuverlässigkeit auch das Know-how gesucht, Wissen pädagogisch sinnvoll zu strukturieren und in eine dem Inhalt gerechte Form zu bringen. Es ging also um mehr als nur eine kleine Videoanleitung und schöne Grafiken.

Qualität statt Quantität

Als Reaktion auf die veränderte Nachfrage stieg auch das Angebot. Plötzlich wurde gefühlt überall auf virtuellem Wege Bildung angeboten, ob auf Videoplattformen, in sozialen Medien oder von Unternehmen, die eigentlich keine typischen Bildungsanbieter sind, sondern eine gewisse Expertise haben, die sie im Kontext der eigenen Produktpalette vermitteln wollen.

„Egal ob ich ein Kochrezept suche oder herausfinden will, wie ich meine Festplatte aus dem Laptop herauskriege: Irgendwo finde ich dazu ein Video im Internet“, so Groth. „Aber wer mir die Informationen oder das Wissen vermittelt und ob diese dann auch stimmen, weiß ich als in dem Moment ‚Lernender‘ nicht.“ Dieser Boom an Know-how-Anbietern, gekoppelt mit einer Vielzahl an Software-Herausgebern, die plötzlich ihre sonst käuflich zu erwerbenden Produkte kostenlos anboten, führte dazu, dass kleinere und mittlere Bildungsanbieter – auch jene, die digital gut aufgestellt waren – plötzlich in die Ecke gedrängt wurden.

Subjektiv betrachtet ist die Ausbreitung einer gewissen Basar-Mentalität stellenweise wahrnehmbar. Wenn man lange genug im Internet sucht, bekommt man das Gefühl, dass man alles für wenig Geld oder gar kostenlos ganz schnell erhält. Wenn man dann genauer hinschaut, merkt man, dass es sich bei den Anbietern zum Großteil um nicht zertifizierte Akteure handelt, die keiner oder höchstens einer geringen Kontrolle unterliegen, welches (vermeintliche) Wissen sie wie teilen.



Julian Gajo
Senior Project Consultant

SGM Solutions &
Global Media GmbH

www.sgm-berlin.com



Hinzu kommt, dass viele dieser Anbieter bzw. viele leicht erhältliche Inhalte nicht den EU-Vorgaben, allen voran der EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), entsprechen. Doch genau dies ist ein entscheidendes Detail für europäische Akteure, die digitale Bildungsformate beziehen. Zumindest wenn es um öffentliche Auftraggeber geht, kann man sagen: Der Bedarf an einem EU-konformen Datenschutz und der Einhaltung weiterer Standards, etwa im Bereich der Cybersicherheit, war nie größer. Da reicht es schon, wenn das Rechenzentrum nicht innerhalb der EU steht, dass man von einer Bewerbung auf eine entsprechende Ausschreibung absehen muss.

Doch egal ob für Unternehmen oder eine einzelne Person: Gerade in Zeiten leicht zugänglicher, aber schwer überprüfbarer Informationsquellen wie soziale Medien oder Videoplattformen ist es um so wichtiger, digitales Lernen strukturiert und durchdacht anzubieten.

Blended Learning und der „Oh“-Moment im Bildungssektor

Besonders wenn es mal nicht um den nächsten Haushaltstrick oder Basteltipp geht, sondern darum, fundiertes Fachwissen zu vermitteln bzw. zu erlernen, müssen Qualität und Format stimmen. „Natürlich müssen dann Software und Inhalt das Beste vom Besten sein“, so Groth. „Doch auch die Kombination aus analogem und digitalem Lernen muss überdacht werden.“ Für viele laute das Zauberwort daher: Blended Learning – eine Lernform, die möglichst optimal die Vorteile von Präsenzveranstaltungen und E-Learning kombiniert.

Ein vielversprechender Ansatz sei dabei laut Groth der Flipped Classroom, also der umgedrehte Unterrichtsraum: „Anstatt grundlegendes Wissen vor Ort zu vermitteln und dann Lernende nach Hause zu schicken, um es dort anzuwenden oder zu vertiefen, kann man das Ganze einfach mal umdrehen.“ Grundlagen lassen sich leicht über E-Learning vermitteln und verlangen in der Regel keine physische Interaktion oder zusätzliche Ausstattung. „Wenn Lernende dann vorbereitet im Klassenzimmer oder Hörsaal erscheinen, kann man richtig in die Materie

einsteigen und bereits vorhandenes Wissen vertiefen“, so Groth.

Dabei ist das Konzept des Flipped Classroom nicht neu. Es wurde in Deutschland nur nicht konsequent angewendet – auch, weil die Digitalisierung lange Zeit eine Hemmschwelle für Beteiligte darstellte. Lernende, aber vor allem auch Lehrende hielten sich zu lange an bekannte Strukturen und Methoden der Wissensvermittlung. Allzu oft ließen sich Verhaltensweisen beobachten, die dem Credo entsprachen: Solange das Altbewährte funktioniert, brauchen wir das Neue nicht. „Insofern war die Umstellung für viele Betroffene weniger ein ‚Aha‘-Moment, als ein ‚Oh‘-Moment: Oh, es geht ja doch!“ sagt Groth.

Investitionen in digitale Bildung: Scheu, aber auf der Suche nach Qualität

Es ist nachvollziehbar, dass ein Betrieb oder Institut sich gut überlegen muss, wie viel Geld in digitale (Weiter-)Bildungsformate investiert werden kann. Schließlich haben Pandemie, Lieferengpässe und Inflation die Volkswirtschaften gerade in Europa schwer getroffen. Dennoch: Subjektiv betrachtet ist oft eine gewisse Investitionsscheu spürbar. Wird man nach den Kosten der Entwicklung einer AR-App gefragt und gibt man darauf eine ehrliche, transparente Antwort, ist das Gespräch meist schnell vorüber.

Doch es gibt auch zunehmend Akteure, die ihr bisheriges Aus- oder Weiterbildungsangebot überdenken und sogar bereits bestehende digitale Inhalte und Formate neu ausarbeiten wollen. Dabei ist gerade innerhalb Europas feststellbar: Es geht oft um mehr als eine schnelle Videoproduktion oder einen E-Learning-Kurs von der Stange. Es geht verstärkt um individualisierte Inhalte und Formate, die qualitativ hochwertig produziert und angeboten werden sollen. Und hier fällt der Blick zunehmend auf in-nereuropäische Anbieter mit Erfahrung im Bereich Bildungsexport. Denn bei all den Herausforderungen, denen europäische Bildungsmärkte ausgesetzt sind, muss auch festgehalten werden: Durch die zunehmende Digitalisierung ist Europa zunächst einmal zusammengewachsen.

Schwerpunktthema „... Sieh, das Gute liegt so nah“ – Bildungsexport nach Europa

„Praxisnahe Bildung in einer digitalen Welt“

Interview mit Tamás Siszer, Head of Sales Region EMEA Didactic bei Festo, über Ansprüche und Bedarfe europäischer Bildungsmärkte





Tamás Siszer
Head of Sales Region
EMEA Didactic

Festo

<https://bit.ly/3DX5B4a>

FESTO

iMOVE: Herr Siszer, wie attraktiv sind für Ihre Organisation europäische Märkte im Vergleich zu außereuropäischen – und warum?

Tamás Siszer: Europa ist einer der Lead Markets von Festo, wobei sich der Schwerpunkt unserer Geschäfte in den letzten Jahren von West- nach Mittel- und Osteuropa verschoben hat. Das deutsche duale System der Berufsbildung genießt dort ein hohes Ansehen und damit auch deutsche Lernangebote.

Europa als Gesamtmarkt zeichnet sich allerdings auch durch eine sehr hohe Diversität auf. Das betrifft etwa die unterschiedlichen Qualifikationsniveaus sowohl der Lernenden als auch der Lehrenden in den verschiedenen Ländern. Daher müssen wir unsere Angebote immer wieder neu anpassen, wenn wir sie in einem neuen Markt verkaufen wollen. Das gilt auch in sprachlicher Hinsicht. Mit Englisch kommen wir oft nicht weit. Menschen, die in Betrieben arbeiten, sprechen in aller Regel nur ihre Muttersprache.

iMOVE: Welche Bedarfe haben Ihre europäischen Kunden?

Tamás Siszer: Die Digitalisierung der Arbeit und die Kollaboration auf Plattformen der Industrie 4.0 ist ein wichtiges Thema. Damit in Zusammenhang steht die Digitalisierung der Bildungskanäle sowie der Lehr- und Lernmittel. Hier stellen wir einen wachsenden Bedarf fest. Dabei werden die Anforderungen immer komplexer. Letztlich müssen wir eine praxisnahe Bildung in einer digitalen Welt sicherstellen und auch mit digitalen Mitteln auf praktische Prüfungen vorbereiten.

Von steigendem Interesse für unsere Kunden sind umfassende Lernlösungen. Sie sollen berufliche Bildung mit höherer Bildung verbinden, um Karrierewege zu erweitern. Kombinierbare Lernmodule sollen außerdem kurzfristiges und langfristiges Lernen miteinander verbinden. Das bedeutet, kurze Lernmodule sollen schnell akute Wissenslücken schließen, aber auch die Grundlage für umfangreiche Lernziele

bilden können. Und schließlich sollen auch unterschiedliche Zielgruppen wie Auszubildende und Fortbildungsteilnehmende von den angebotenen Bildungsmaßnahmen profitieren.

iMOVE: Werden europäische Märkte auf Dauer wichtig bleiben?

Tamás Siszer: Ja, denn neue Technologien wie die Elektrifizierung in der Automobilbranche, aber auch neue Entwicklungen im Pharmazie-Sektor werden von europäischen Hubs aus vorangetrieben. In diesen Zusammenhängen entstehen dann auch schnell wieder neue Lehr- und Lernbedarfe unserer Kunden.

Im Herbst dieses Jahres werden wir uns intensiv bei den EuroSkills, der Europameisterschaft der Berufe, engagieren. Sie finden vom 5. bis 9. September in Danzig, Polen statt. Dort werden 600 qualifizierte Fachkräfte unter 25 Jahren aus 32 Ländern erwartet, die an 43 Disziplinen teilnehmen. Festo war der erste industrielle Partner der WorldSkills im Jahr 1991. Auch bei den EuroSkills wird Festo wieder offiziell anerkannte Wettbewerbssysteme zur Verfügung stellen. EuroSkills hat Festo im vergangenen Jahr als Premium Sponsor ausgezeichnet. Damit sind und bleiben wir den Fachkräften der Zukunft und ihren Trainingsbedarfen ganz nah.

iMOVE: Vielen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Silvia Niediek.

IMPRESSUM

xPORT – Das iMOVE-Exportmagazin

8. Jahrgang, Heft 1/2023, April/Mai 2023

Redaktionsschluss:03.03.2023

Herausgeber

Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB)
Arbeitsbereich iMOVE: Training – Made in Germany
Robert-Schuman-Platz 3, 53175 Bonn

Redaktion

Silvia Niediek [verantw.]
Telefon: (0228) 1 07 - 17 02
E-Mail: niediek@imove-germany.de
Internet: www.imove-germany.de

Gestaltung

Andrea Wendeler

Copyright

Auszug/Nachdruck bei Nennung der Quelle gestattet.

Manuskripte gelten erst nach Bestätigung der Redaktion als angenommen. Beiträge, die nicht von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des BIBB stammen, stellen nicht unbedingt die Meinung des Herausgebers dar. Unverlangt eingesandte Rezensionsexemplare werden nicht zurückgesandt.

ISSN 2367-2145

Erscheinungsweise zweimal jährlich

Bildnachweise

Oleh_Slobodeniuk/istockphoto.com, Cover,
Prostock-Studio/istockphoto.com, S. 2;
Anke Köller/iMOVE, S. 3;
margouillatphotos/istockphoto.com, S. 4-5;
Drazen Zigic/istockphoto.com, S. 6-7;
mediaphotos/istockphoto.com, S. 9;
Ernst Klett Präsenzlernen Osteuropa GmbH, S. 10-13;
PCH-Vector/istockphoto.com, S.14;
Booblgum/istockphoto.com, S. 16-17;
FilippoBacci/istockphoto.com, S. 18;
Edwin Tan/istockphoto.com, S. 23;
Zapp2Photo/istockphoto.com, S. 23.

Druck

Barbara Budrich Verlag
Gedruckt auf 100 % Recyclingpapier mit dem Blauen Engel

Bitte bestellen Sie iMOVE-Publikationen unter:
info@imove-germany.de



iMOVE®

TRAINING – MADE IN GERMANY

www.imove-germany.de

EINE INITIATIVE VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

bibb Bundesinstitut für
Berufsbildung