

Bildungsarena KV Schweiz. 31. Oktober 2008.

HÖHERE BERUFSBILDUNG: UNIQUE SELLING PROPOSITION FÜR DEN WIRTSCHAFTSSTANDORT SCHWEIZ?

Die Berufsbildung ist unbestritten ein entscheidender Standortvorteil für die Schweiz. Sie gewährleistet hochqualifizierte umsetzungsstarke Praktiker für die Unternehmungen und sichert die Arbeitsmarktfähigkeit der Arbeitnehmenden. Dennoch leidet sie unter einem Wahrnehmungsdefizit in der Öffentlichkeit, und auch im Rahmen der Internationalisierung der Bildungssysteme besteht die Gefahr, dass sie unter ihrem Wert verkauft wird. Schaffen es die Akteure der Berufsbildung, der Höheren Berufsbildung zu dem Stellenwert zu verhelfen, der ihr eigentlich zusteht – in Marketingdeutsch ein Unique Selling Proposition USP?

Die Höhere Berufsbildung hat in der Schweiz eine langjährige Tradition und ist tief in unserer Wirtschaft verankert. So sind die eidg. anerkannte Abschlüsse Berufsprüfungen („Fachausweis“, z.B. Marketingplaner) und Höhere Fachprüfungen (eidg. Diplom, z.B. Marketingleiter) und höhere Fachschulen äusserst beliebte Weiterbildungen. Die Höhere Berufsbildung generiert mehr als die Hälfte aller Abschlüsse im Tertiärbereich, mehr also als die Fachhochschulen und Universitäten.

Die qualitativ hochstehende Berufsbildung ist anerkanntermassen einer der wichtigsten Faktoren, weshalb die Schweiz eines der wirtschaftlich erfolgreichsten Länder der Welt ist. Wie entscheidend die Berufsbildung für unser Land ist, zeigt der Zusammenhang zwischen dem Anteil beruflicher Grundbildung und Arbeitslosigkeit. Wo ein hoher Anteil Jugendlicher eine berufliche Grundbildung absolviert, ist die Quote der Jugendarbeitslosigkeit tiefer. Die höhere Berufsbildung stellt innerhalb des Bildungssystems die konsequente Fortsetzung dieser Erfolgsgeschichte der dualen Bildung dar und führt zu hoch qualifizierten Praktikerinnen und Praktikern und gewährleistet auf diese Weise, dass die schweizerischen Spitzenleistungen in Forschung und Wissenschaft auch wirklich standortgerecht und beschäftigungswirksam umgesetzt werden können. Die höhere Berufsbildung ist für den Wirtschaftsstandort Schweiz ein entscheidender Wettbewerbsvorteil.

Erfolgsfaktoren der Höheren Berufsbildung

Massgeblich für die Wirksamkeit der Höheren Berufsbildung sind zwei Faktoren:

- Der Wert der höheren Berufsbildung liegt in der idealen Kombination von Theorie und Praxis. Die Weiterbildung erfolgt i.d.R. berufsbegleitend, dual. Absolventen der höheren Berufsbildung sind während der gesamten Weiterbildung im Arbeitsalltag integriert und können das erworbene Wissen direkt in ihrer Berufspraxis umsetzen. Im Unterschied zu einem Fachhochschulstudium, das unmittelbar im Anschluss an Grund-

bildung und Berufsmaturität ergriffen werden kann und damit gleichsam einfach die Ausbildungszeit verlängert, werden Kandidaten und Kandidatinnen zu höheren Berufs- und Fachprüfungen erst mit entsprechender, teils langjähriger Fachpraxis überhaupt zugelassen. Statt dass Akademikerinnen und Akademiker wie in Frankreich mit Praktika erst arbeitsmarktfähig gemacht werden müssen, kommen die Absolventinnen und Absolventen der höheren Berufsbildung aus der Praxis und können das Gelernte gleichsam am nächsten Tag im Betrieb anwenden.

- Die direkte Steuerungsmöglichkeit durch die Wirtschaft stellt sicher, dass die Qualifikationen arbeitsmarktnah sind: die Organisationen der Arbeitswelt, meist Berufs- oder Branchenverbände, bestimmen die Inhalte, die gelehrt und geprüft werden. So wird sicher gestellt, dass die Weiterbildung den aktuellen Anforderungen des Arbeitsmarktes entspricht. Bei der akademischen Bildung fehlt diese Möglichkeit der direkten Einflussnahme.

Resultat ist eine äusserst effiziente und effektive Form der Bildung. Die Höhere Berufsbildung weist im Vergleich zu andern Bildungswegen und -formen eine ausserordentlich hohe Bildungsrendite auf: privat, sozial, fiskalisch.

Die Höhere Berufsbildung hätte das Potenzial eines Unique Selling Proposition (USP) für den Wirtschaftsstandort Schweiz: Als Alleinstellungsmerkmal, veritabler Kundenvorteil (engl. unique selling proposition, USP) oder Komparativer Konkurrenzvorteil wird im [Marketing](#) das Leistungsmerkmal bezeichnet, mit dem sich ein Angebot deutlich vom Wettbewerb abhebt. Ein Komparativer Konkurrenzvorteil (KKV) muss zusätzlich auch "verteidigungsfähig" sowie wirtschaftlich sein und kann in den Dimensionen Preis, Zeit und Qualität erreicht werden.

Die Höhere Berufsbildung erfüllt einige der genannten Kriterien: sie ist marktnah, flexibel, effizient, günstig, qualitativ hochstehend und einmalig im Vergleich mit der Bildungslandschaft im Ausland. Dennoch geriet sie in den letzten Jahren in Bedrängnis und scheint in der Öffentlichkeit unter einem Wahrnehmungsdefizit zu leiden –wer weiss denn schon, was die Höhere Berufsbildung, Tertia B überhaupt ist?

Was hindert denn die Höhere Berufsbildung daran, das Potenzial eines USP zu entfalten? Bleiben wir bei der Marketingsicht und untersuchen die Höhere Berufsbildung in Anlehnung an die bekannten 4P Product, Price, Promotion und Position.

Product - Inhalt, Einheitlichkeit und Innovation der Höheren Berufsbildung

Die zentrale Stärke der Höheren Berufsbildung, die Steuerung durch die Wirtschaft, hat auch ihre Kehrseite. Die involvierten Organisationen arbeiten weitgehend im Milizsystem. Die Gestaltung der Prüfungen erfordert jedoch neben fachspezifischen Kenntnissen – dem Wissen, welches die auf dem Arbeitsmarkt für den entsprechenden Beruf gefragten Qualifikationen sind - auch weitere Kenntnisse. So sollten die Trägerschaften methodisch-didaktisch bewandert sein, um die Rahmenlehrpläne und Prüfungen entsprechend ausgestalten zu können, über Kenntnis über die Entwicklungen in der nationalen und internationalen Bildungslandschaft sowie eine gute Vernetzung unter den Akteuren der Berufsbildung verfügen – nationale und kantonale Bildungsämter, Bildungsanbieter, Träger der andern Prüfungen.

Als Folge dieses Milizsystems finden wir z.B. unter den Berufs- und höheren Fachprüfungen exzellente Angebote und solche die mit der Prüfungsträgerschaft gealtert sind und die dringend ein Update oder eine Aufhebung bräuchten. Einige Trägerschaften agieren denn eher als Standesvertretung, die ihren heutigen Berufsstand sichern wollen, denn als steuerndes Gremium, welches die Arbeitsmarktfähigkeit der künftigen Absolventen gewährleisten sollte. Das Anforderungsniveau der Abschlüsse der Höheren Berufsbildung ist äusserst heterogen, was eine Einordnung in eine nationale oder gar internationale Systematik verunmöglicht.

Price - Preis und Finanzierung der Höheren Berufsbildung

Weiterbildung über die Höhere Berufsbildung ist für die Absolventen eine teure Sache: die Ausgaben bis zur Erreichung eines Diploms (Meisterprüfung) - Vorbereitungskurse, Lernmaterial, Prüfungsgebühren erreichen rasch einmal 40'000 Franken, in einigen Berufen sogar das Doppelte; nicht eingerechnet der allfällige Lohnausfall bei einer Reduktion des Arbeitspensums während 4-5jährigen Weiterbildungsdauer. Im Vergleich zu einem Studium an einer Hochschule, das weitgehend staatlich subventioniert ist, ist die Höhere Berufsbildung bezüglich Preis aus Sicht des Bildungskonsumenten kaum konkurrenzfähig. Grund hierfür ist die ungleiche Behandlung von Tertia A und B durch die öffentliche Hand: Obwohl die höhere Berufsbildung rund die Hälfte der Abschlüsse auf der Tertiärbereich generiert, fliessen ihr nur rund 5 % der öffentlichen Bildungsausgaben für diese Stufe zu, im Vergleich zu den gesamten Bildungsausgaben ein verschwindend kleiner Teil von 0,6%.

Die berufliche Weiterbildung über die höhere Berufsbildung wird heute in einem sehr hohen Ausmass privat finanziert, von Absolventen und häufig auch deren Arbeitgeber. Diese beteiligen sich jedoch gerade im kaufmännisch-betriebswirtschaftlichen Berufsfeld oft gar nicht oder nur teilweise an den Kosten der beruflichen Weiterbildung, wie eine Umfrage des IBW Luzern zeigt; verheerend gerade für einen Wirtschaftsbereich, in dem Lebenslanges Lernen Voraussetzung für den Verbleib im Beruf ist. Insbesondere KMU, für die Weiterbildung der Mitarbeitenden essenziell wäre, beteiligen sich deutlich weniger an den Weiterbildungskosten.

Position - nationale und internationale Positionierung, Durchlässigkeit

Die bisher als Krönung einer Berufskarriere bezeichnete Meisterprüfung droht zu einer Sackgasse zu werden. Auslöser hierfür sind zwei Entwicklungen: Internationalisierung und Akademisierung.

Mit dem Bundesgesetz über die Fachhochschulen von 1995 wurden die HTL, die HWV und die Höheren Fachschulen für Gestaltung zu Fachhochschulen aufgewertet. Damit wurde das Filetstück aus der Berufsbildung herausoperiert und es entstand mit beachtlichem politischem und finanziellem Aufwand das System der schweizerischen Fachhochschulen. Gemeinsam mit den Universitäten/ Hochschulen bilden die Fachhochschulen nun den Tertia-A Bereich. Ein Fachhochschulstudium führt somit zu einem akademischen Titel. Parallel dazu wurde im Rahmen des Bologna-Prozesses der Hochschulbereich angeglichen: die Einführung eines gestuften Studiensystems aus Bachelor und Master führt zu europaweit vergleichbaren Abschlüssen. Seither erleben die Fachhochschulen einen beachtlichen Aufschwung. Die Höhere

Berufsbildung verliert damit aber einen Teil der leistungsstarken Lehrabgänger an die Fachhochschulen, und gleichzeitig drohen ihre Abschlüsse an Attraktivität zu verlieren: ein Bachelor in Business and Administration erscheint attraktiver als ein eidg. dipl. Betriebswirtschaftler HF, ein MAS in Marketing and Communication weckt eher den Anschein von Internationalität als ein eidg. dipl. Marketingleiter...

Problematisch für die schweizerische HBB ist, dass das Ausland, abgesehen von wenigen Ausnahmen wie etwa Deutschland, keine vergleichbar hochstehende nicht-akademische Weiterbildung kennt. Gerade die dominanten angelsächsischen Systeme kennen die Berufsbildung lediglich als minderwertig und nur im Bereich der Ausbildung für Jugendliche, die keine Hochschule schaffen. Für die Inhaber der schweizerischen Abschlüsse stellt dies im Rahmen der zunehmenden internationalen Mobilität der Arbeitskräfte ein Problem: ihre hochwertigen Abschlüsse werden, da nicht akademisch, nicht oder nur weit unter ihrem Wert anerkannt.

Nicht nur zwischen den Bildungsbereichen Tertia A und Tertia B herrscht Konkurrenz, auch innerhalb der Höheren Berufsbildung: Die Höheren Fachschulen drängen zusehends in angestammte Bereiche der Berufs- und Höheren Fachprüfungen. So entstehen laufend neue Angebote, wie eine Höhere Fachschule Marketing oder zahlreiche Nachdiplomstudiengänge der Höheren Fachschulen, welche direkt etablierte Höhere Berufsprüfungen konkurrieren.

Zusätzlich ärgerlich für die Absolventen von Weiterbildung: die verschiedenen Bildungsbereiche und Abschlüsse sind nur beschränkt durchlässig, d.h. bereits erbrachte Bildungsleistungen werden nur punktuell für einen weiteren Abschluss angerechnet. Um beim eidg. dipl. Marketingleiter zu bleiben: er findet nur ‚sur dossier‘ (individueller Entscheid der Studienleitung) Aufnahme in Masterstudiengänge der Fachhochschulen, und, falls er sich in einem andern Bereich weiter bilden möchte, beispielsweise im Controlling, so muss er schlimmstenfalls für einen entsprechenden Abschluss nochmals eine Prüfung „Grundlagen BWL“ ablegen.

Promotion - Information, Kommunikation

Folge der aufgeführten Entwicklungen: ein nicht durchschaubarer Dschungel von Bildungsangeboten und Titeln, deren Wert der Bildungskonsument, aber auch HR-Verantwortliche nicht mehr abschätzen können. Insbesondere HR-Verantwortliche mit internationalem Hintergrund kennen die eidgenössischen Abschlüsse nicht und verlassen sich auf die vertrauten, international bekannten akademischen Abschlüsse

Erschwerend kommt hinzu, dass der Bildungsmarkt stark bildungsanbietergesteuert ist: Die Bildungsanbieter kreieren laufen neue Studiengänge und –Abschlüsse mit unverständlichen Abkürzungen, deren Qualifikationen nicht zwingend einem Bedarf auf dem Arbeitsmarkt entsprechen müssen.

Herausforderungen an der KV-Bildungstagung vom 31. Oktober 2008

Es sind einige Herausforderungen, denen sich unsere Höhere Berufsbildung stellen muss, um sich als USP behaupten zu können. Die KV-Bildungstagung vom 31. Oktober 2008 nimmt diese Problematik auf und sucht gemeinsam mit den Akteuren nach Lösungsansätzen nach

dem Motto "Handeln statt Jammern!". Output der Tagung sollen konkrete Handlungsempfehlungen und klare Forderungen zuhanden der Akteure der Berufsbildung sein: an die Träger und Anbieter der Höheren Berufsbildung, Politiker, HR-Verantwortliche, BBT, kantonale Berufsbildungsämter...

Die Tagung richtet sich an Personal- und Ausbildungsverantwortliche, Vertreter von Organisationen der Arbeitswelt und Bildungsämtern, Politiker, Führungskräfte und Lehrpersonen von Bildungsinstitutionen der Berufsbildung.

Prof. Michèle Rosenheck, Leiterin Berufsbildung KV Schweiz / September 2008