
UDDANNELSESEKSPORT – DET NYE BACON?

STRATEGIOPLÆG

TÆNKEBOKSENS DELTAGERE

- Anja Trier Wang, chefkonsulent, Dansk Industri
- Bente Strager, direktør, Social- og Sundhedsskolen, Silkeborg
- Birgitta Wallstedt, kontorchef, leder af Universitetspædagogik, Syddansk Universitet
- Christel Høgsgaard Nikolajsen, efteruddannelseschef, Erhvervsakademi Sjælland
- Emilie Normann, international chef, Aalborg Universitet
- Ernst Lykke Nielsen, bestyrelsesformand, Niels Brock Business College
- Eva Valcke, chef for Center for Globalisering, Københavns Erhvervsakademi - KEA
- Hanne Fischer, uddannelsesdirektør, University College Sjælland
- Hans Schjær-Jacobsen, direktør, Center for Diplomingeniøruddannelse, DTU
- Inger Rossing Jensen, studiechef, Roskilde Universitet
- Ingo Østerskov, rektor, Københavns Erhvervsakademi - KEA
- Janie Huus Tange, seniorkonsulent, Copenhagen Business School
- Jørgen Heramb, campuschef, Erhvervsakademi Sjælland
- Kim Normand, direktør, CELF
- Konstantin Lassithiotakis, direktør, Teknisk-Merkantil Højskole, VIA University College
- Lars Mikael Madsen, vicedirektør, Tradium
- Marianne Ping Huang, prodekan, Aarhus Universitet
- Mie Poulsen, uddannelseskonsulent, Danske Erhvervsskoler - Lederne
- Morten S. Petersen, vicedirektør, Niels Brock Business College
- Niels Egelund, rektor, Erhvervsakademi Kolding
- Per Clausen, sekretariatschef, Uddannelsesnævnet
- Per Holten-Andersen, rektor, Copenhagen Business School
- Rikke Nielsen, leder af International Afdeling, VIA University College

Redaktion:

Line Gry Knudsen, seniorkonsulent i DEA

Lavet i samarbejde med Charlotte Hassø, leder, Hassø Consulting

Udgiver: DEA

Dato for udgivelse: August 2013

Design: Morten Arleth Skov

ISBN: 978-87-90772-69-7

Tryk: Print1

INTRO

Den danske uddannelsesmodel er anerkendt i store dele af verden. Vekseluddannelse, projekt-pædagogik og tværfaglige læringsprincipper er nogle af adelsmærkerne. Meget tyder på, at det globale uddannelsesmarked vil stige eksplosivt de kommende år, men som det er i dag, er der kun få danske uddannelsesinstitutioner, der benytter sig af muligheden for at tjene penge på uddannelse i udlandet.

Dette skyldes blandt andet, at vi ikke normalt tænker faktura og forretning, når vi arbejder med uddannelse. I Danmark har vi tradition for, at uddannelser er et gratis gode, og sådan skal det blive ved med at være.

Men på nogle uddannelsesinstitutioner har man opdaget, et der kan være god fornuft i at udbyde enkelte uddannelser eller enkelte fag på et udenlandsk marked, og at man, når de mange start-vanskeligheder er overstået, måske ligefrem kan tjene penge på at udbyde den danske uddannelsesvare i udlandet.

Uddannelseseksport kan ses som en forlængelse af den internationalisering af vores uddannelser, som længe har stået højt på dagsordenen i Danmark. Udveksling af studerende, samarbejde med internationale forskere og undervisere og international praktik – alle disse ting giver værdi for uddannelsesinstitutionerne og sikrer, at vi giver de studerende de internationale kompetencer, der er så vigtige for, at Danmark kan klare sig i den øgede globale konkurrence.

Med regeringens internationaliseringsstrategi 'Øget indsigt gennem globalt udsyn' fra juni 2013, er der kommet øget fokus på, hvordan de danske uddannelsesinstitutioner kan bidrage til øget dansk vækst og forbedret konkurrenceevne gennem internationale aktiviteter.

Men én ting er at arbejde for en øget international indsats på de danske uddannelsesinstitutioner – en

anden er at drøfte, om der er et potentiale for at skabe profit via eksport af vores uddannelser.

Det satte DEA sig for at undersøge sammen med en række repræsentanter for den danske uddannelsesverden. Dette strategioplæg er resultatet af DEAs analyser af området og mange timers drøftelser i DEAs Tænkoboks om Uddannelseseksport.

For at potentialet i dansk uddannelseseksport kan udnyttes optimalt, anbefaler DEA følgende:

Anbefaling # 1:

Etablering af en midlertidig taskforce for dansk uddannelseseksport

Anbefaling # 2:

Nedsættelse af ministerielt udvalg

Anbefaling # 3:

Uddannelsesinstitutionerne skal udarbejde en strategi for uddannelseseksport

Dette strategioplæg vil kort gennemløbe de udfordringer, som DEA har lokaliseret i forbindelse med uddannelseseksport, ligesom de ovenstående anbefalinger vil blive uddybet.

God læselyst.



Stina Vrang Elias
Adm. direktør, DEA

UDDANNELSESEKSPORT – DET NYE BACON?

Uddannelseseksport er et varmt emne i Danmark. Vi har for alvor fået øjnene op for, hvor stort det internationale uddannelsesmarked er. Værdien er estimeret til at være over 4.400 mia. dollars om året og ventes at stige til 6.300 mia. dollars i 2017. Et land som New Zealand siges at tjene millioner på at eksportere deres uddannelse til andre lande.

Men indtil nu er de danske erfaringer med at kaste sig ud i decideret eksport af uddannelser meget

Figur 1: På vej mod uddannelseseksport

Flere danske uddannelsesinstitutioner arbejder i dag målrettet med at internationalisere deres aktiviteter, både i forhold til forskningsprojekter, kompetenceudvikling for ansatte, studenterudvekslingssamarbejde og ved at udbyde uddannelser i Danmark til udenlandske studerende. Dette kan ses som første trin på vejen mod uddannelseseksport.

At udbyde uddannelser eller dele af dem i samarbejde med internationale uddannelsessteder og for eksempel tilbyde joint degrees er næste skridt på vejen, mens det at udbyde uddannelser i udlandet på konsulentbasis eller som dele af udenlandske uddannelser er endnu et skridt mod eksport af danske uddannelser. At geare institutionen til uddannelseseksport vil for de fleste kræve en stor indsats.

begrænsede. Kun få danske institutioner har prøvet lykken, og endnu eksisterer der ingen klare modeller for, hvordan man kommer sikkert forbi de organisatoriske, lovgivningsmæssige og kulturelle barrierer, der er på vejen mod et nyt dansk eksporteventyr.

Et første skridt på vejen mod øget eksport af vores uddannelser er at blive enige om, hvad vi taler om.

Eksport af samlet uddannelse

Konsulentytelser eller islæt i udenlandske uddannelser

Udbud i DK, joint degrees

Internationalisering

Hvad er uddannelseseksport?

At etablere udvekslingsaftaler med uddannelsesinstitutioner i udlandet eller sikre at undervisere kan arbejde et semester i et internationalt miljø, er sandsynligvis med til at sikre bedre internationale kompetencer hos de danske studerende, men det kan næppe klassificeres som eksport.

Med uddannelseseksport mener vi ydelser, som man kan sende en faktura for, når de er leveret. Ydelserne kan leveres af enten offentlige eller private leverandører – eller i partnerskab mellem de to sektorer. Ydelserne tager leverandørerne sig betalt for at levere i udlandet. Det kan eksempelvis være forskellige typer af kurser, udbud af hele eller dele af uddannelser, oplæring af undervisere m.v. Det er denne form for uddannelseseksport, der er i fokus i dette strategioplæg.

Er der et marked?

Næste skridt er naturligvis at finde ud af, om og hvor der eksisterer et marked for dansk uddannelseseksport. Det er nærliggende at kigge mod øst. Især Kina og Indien oplever en voksende efterspørgsel på kvalitetssikrede uddannelser i disse år. OECD forudsiger, at lige netop disse to landes andel af den globale talentpulje vil stige markant i de kommende år. Frem mod 2020 regner man med, at 40 pct. af verdens befolkning, som har en lang

videregående uddannelse, vil komme fra enten Kina eller Indien. I 2010 var tallet 29 pct.

Udviklingen skyldes en voksende middelklasse, generel øget velfærd og ikke mindst i Kinas tilfælde en politisk drevet vision om, at Kina skal løftes til at blive et af verdens mest avancerede lande. De kinesiske politikere er bevidste om, at bedre uddannet arbejdskraft er en forudsætning for en fortsat udvikling af landets produktion og en fastholdelse af væksten.

Da de selv har svært ved at følge med uddannelsesefterspørgslen, er de åbne over for at købe kvalitetsuddannelser. I det hele taget er vidensarbejde med andre relevante lande et hovedtema i Kina. Og Danmark har, ifølge den danske ambassadør i Kina, Friis Arne Petersen, en god mulighed for at få foden inden for på det kinesiske uddannelsesmarked.

Der er også andre lande, herunder de såkaldte vækstlande, som kunne være oplagte i forbindelse med dansk uddannelseseksport. Men inden man fordyber sig i udvælgelsen af relevante lande, er det interessant at se på, om Danmark overhovedet er klædt på til at kunne eksportere uddannelse.

ER DANMARK KLAR TIL AT TRÆDE IND PÅ DET INTERNATIONALE MARKED FOR UDDANNELSESEKSPORT?

Svaret afhænger af, hvem man spørger. Men som det fremgår nedenfor, er der fire overordnede udfordringer, der skal løses, inden vi for alvor kan få gang i uddannelseseksporten. Udfordringerne er blevet drøftet i en af DEAs Tænkebokse, hvorfra de fleste citater ligeledes stammer. Tænkeboksens medlemmer kan ses forrest i strategioplægget.

En af udfordringerne er lovgivningsmæssige barrierer, hvis omfang og indhold varierer alt afhængig af, hvilket uddannelsesområde der er tale om. En anden udfordring er det mindset, der er på mange danske uddannelsesinstitutioner. I Danmark er der simpelthen ikke tradition for at tænke uddannelse kommercielt, og på nogle uddannelsesinstitutioner hersker der tvivl om, hvorvidt det i det hele taget er en god ide.

Derudover mangler der viden om, hvad det præcist er, der efterspørges på det udenlandske marked for uddannelseseksport. Og endelig findes der tilsyneladende ikke eksempler på business cases, der for alvor genererer markant indtjening på at eksportere uddannelse.

Udfordring 1: Lovgivning spænder ben for uddannelseseksport

Den danske lovgivning indeholder kun hjemmel til udbud af videregående uddannelser i udlandet. Det betyder, at hverken grundskoler eller erhvervsskoler kan udbyde uddannelser i udlandet. Et efterhånden kendt eksempel er, at Odsherred Efterskole har fået afslag af Ministeriet for Børn og Undervisning på at sælge undervisningskoncepter i Kina. Koncepter som 120 skoler i Shanghai efter sigende skulle være interesserede i at købe. Et andet eksempel er Niels Brock, der har måttet skrinlægge et projekt om en ungdomsuddannelsescampus i Ho Chi Minh City i Vietnam.

Visse krav i forhold til akkreditering udgør også en barriere for etablering af danske uddannelser i udlandet. Ønsker institutionerne at eksportere en uddannelse, der kan give dansk certifikat, skal den være akkrediteret i Danmark. Men for at få akkrediteret en uddannelse skal man kunne dokumentere et behov for uddannelsen på det nationale danske arbejdsmarked.

”Vi ved, at der i Kina er et aftagerbehov for uddannelse i Den Nordiske Model og dens velfærdssystemer. Sådan en uddannelse er rettet mod studerende fra vækstlande og giver viden om, hvorfor og kompetencer i hvordan man oversætter dele af en nordisk model og skaber velfærdsydelse i nye sammenhænge. Det er der fx brug for i de store, kinesiske regioner. Sådan en uddannelse er ikke specifikt til det danske arbejdsmarked, her har vi allerede flere parallelle uddannelser, og derfor kan den blive vanskelig at få akkrediteret”

- Marianne Ping Huang,
prodekan, Aarhus Universitet

Udfordring 2: Der er ikke tradition for at tænke kommercielt i den danske uddannelsesverden

Der hersker forskellige holdninger til uddannelseseksport på uddannelsesinstitutionerne. På nogle uddannelsesinstitutioner mener man, at danske uddannelsesinstitutioner udelukkende er sat i verden for at uddanne danske studerende og ikke for at tjene penge.

INSPIRATION: FUTURE LEARNING FINLAND

I Finland blev, på foranledning af et tværministerielt samarbejde, i maj 2011 lanceret et uddannelseseksportprogram, som har til formål at understøtte arbejdet med at sælge finske uddannelsesmodeller til udlandet. Målet er at samle de bedste finske aktører inden for uddannelse og læring, således at topspillere fra private virksomheder, erhvervsskoler og universiteter kan samarbejde om at tilbyde skræddersyede løsninger til udenlandske aftagere.

Programmet er bygget op omkring partnerskaber og baseret på ideen om, at produkter, som er efterspurgt af udlandet, bedst kan imødekommes i samarbejder mellem forskellige uddannelsesudbydere. Målgruppen er internationale organisationer, institutioner og virksomheder, der ønsker et samarbejde med en eller flere af de 75 medlemmer, som programmet består af.

Programmet Future Learning Finland bakkes op af det finske Ministerium for Uddannelse og Kultur, Ministeriet for Beskæftigelse og Økonomi samt af Udenrigsministeriet, og faciliteringen foretages af konsulentvirksomheden Finpro. Initiativet er fremsat som et treårigt program og udløber derfor foreløbigt i 2014.

Med Future Learning Finlands egne ord:

Future Learning Finland is a national education export cluster programme powered by the Finnish government:

- Ministry of Education and Culture
- Ministry of Employment and the Economy
- Ministry of Foreign Affairs in Finland

The programme is lead and coordinated by Finpro, a global expert network established by Finnish government and companies. Finpro's national task is to promote the growth and competitiveness of Finnish companies through internationalization.

Se mere på: www.futurelearningfinland.fi

Internationalt samarbejde er for dem at se, noget man gør for at øge kvaliteten i de danske uddannelser – enten ved at tiltrække udenlandske studerende eller forskere – eller ved at skabe muligheder for at danske studerende eller forskere kan studere eller forske i udlandet. Altså en holdning, der udspringer af den traditionelle måde at tænke internationalisering på, og hvor man i øvrigt kan have svært ved at få øje på incitamentet til, at uddannelsesinstitutioner skal begynde at fokusere på indtjening.

På andre institutioner synes man, det er oplagt, at Danmark forsøger at tjene penge på uddannelse. Nogle af disse institutioner er allerede gået i gang – eller overvejer at gøre det. Men selv på disse institutioner, hvor man principielt er fortalende for uddannelseseksport, kan der, ifølge Hanne Fischer, uddannelsesdirektør på University College Sjælland, være barrierer i forhold til uddannelseseksport, fordi man ikke har været vant til at tænke kommercielt:

”Mange steder kan det godt være, at man på direktiongangen har købt tanken om uddannelseseksport. Men spørgsmålet er, om det alle steder er nået helt ud til medarbejderne?”

- Hanne Fischer,
uddannelsesdirektør, University College Sjælland

Man kan sagtens forstå rationalet bag begge holdninger, og den ene af dem er ikke mere ”rigtig” end den anden. I virkelighedens verden bør der være tale om et kompromis, fordi kvalitet og indtjening nødvendigvis må gå hånd i hånd. Ingen er interesserede i udenlandske eksporteventyr, som af forskellige årsager risikerer at udtynde kvaliteten af uddannelse i Danmark. Omvendt kan uddannelseseksport, der gribes rigtigt an, i høj grad tilføre uddannelsesinstitutioner ”ekstra” kvalitet i form af eksempelvis netværk, viden og nye kompetencer.

Udfordring 3: Der mangler danske eksempler på, at uddannelseseksport er en god forretning

En tredje udfordring, som får nogle danske uddannelsesinstitutioner til at tøve, er usikkerheden i forhold til, om uddannelseseksport overhovedet kan blive en god forretning:

”Vi vil egentlig gerne i gang med uddannelseseksport. Men der mangler en overbevisende business case. Sådan en har jeg ikke set endnu”

- Hans Schjær-Jacobsen,
direktør, Center for Diplomingeniøruddannelse, DTU

På trods af andres skepsis siger de uddannelsesinstitutioner, der har erfaring med uddannelseseksport dog, at de tjener penge på deres udenlandske aktiviteter. Niels Brock udbyder blandt andet en akademiuddannelse i Kina. Uddannelsen er kendetegnet ved, at 97 procent af de studerende får job lige efter endt uddannelse. Og den succes på arbejdsmarkedet er noget, som forældre i den nye kinesiske middelklasse, ifølge Niels Brock, er villige til at betale betragtelige beløb for, at deres børn kan få.

Syddansk Universitet, der udbyder en uddannelse i folkesundhedsvidenskab på Princess Nora Bint Abdul Rahman University i Saudi Arabien, tjener også penge på deres aktiviteter:

”Det må ikke være en underskudsforretning for os. Og det er det heller ikke.”

- Birgitta Wallstedt, kontorchef, leder af
Universitetspædagogik, Syddansk Universitet

I Syddansk Universitets uddannelseseksportmodel er der ydermere medtænkt et langsigtet indtjningsperspektiv. De færdige bachelorer i folkesundhedsvidenskab skal således til Danmark, hvis de

INSPIRATION: D’CARE

Med målet om at skabe en dansk eksportsucces, blev initiativet D’Care igangsat af Eksportrådet i 2012. Mellem 200-250 mio. kr. ventes at blive rejst og investeret i udviklingen af et kinesisk plejehjem efter dansk model. Den kinesiske regering har vurderet, at der er et behov for at etablere 3,4 mio. plejehjemspladser over de kommende år.

VIA University College (VIA) deltager i D’Care projektet med det mål at blive udbyder af uddannelsesforløb baseret på danske kompetencer inden for ældrepleje, rehabilitering, ledelse, ernæring og sundhedsteknologi tilrettet en kinesisk kulturkontekst.

VIA’s motivation for at gå ind i projektet er systemeksport. VIA oplever, at der er en stigende efterspørgsel efter dansk eller nordisk inspirerede velfærdsløsninger. En positiv sideeffekt ved at indgå i samarbejdet vil være at give de medarbejdere, der deltager i projektet, mulighed for at erhverve internationale kompetencer.

D’CARE Purpose:

- Discover and stimulate synergy among its members to develop business and political support in the Chinese eldercare sector
- Build the Danish Care awareness amongst users/consumers, major stakeholders, and developers in China

- Udenrigsministeriet, D’CARE Group

”D’Care plejehjemmet, som vil skulle have dansk-kinesisk ledelse og investorkreds, kan på sigt føre til en kæde i Kina. Som first-mover har Danmark en chance for at markere sig tydeligt på sektoren i Kina. Eksportrådet er inspirator, facilitator og koordinator indtil projektet kan hvile i sig selv på kommercielle vilkår. Med projektet vil Danmark på én gang få gavn af Kinas velstandsstigning og demografiske udvikling.”

- Eksportrådet

ønsker at tage en kandidatuddannelse eller ph.d.-uddannelse, som i så fald vil blive finansieret af den saudiarabiske stat.

Dét spørgsmål, der dog står tilbage i forhold til, om uddannelseseksport kan blive det nye bacon i Danmark, er, om det kan lykkes uddannelsesinstitutionerne at øge den nuværende volumen betragteligt – og dermed også indtægtsmulighederne?

Udfordring 4: Der mangler viden om udenlandsk behov for dansk uddannelse

Og her kommer vi så til den fjerde udfordring – nemlig viden om udenlandsk behov for dansk uddannelse. Mange har en ide om, hvad det er, Danmark er særligt god til. Det kunne for eksempel være vores særlige pædagogiske metoder eller vores viden inden for velfærdsløsninger, fødevarer, sundhed og grøn teknologi. MEN reelt set ved vi ikke, hvad der egentlig efterspørges på det internationale uddannelsesmarked. Vi kan gøre os mange tanker om det, men hvis vi ikke rammer en reel efterspørgsel, kommer vi slet ikke i nærheden af et eventuelt eksporteventyr.

Selv den danske ambassadør i Kina, der med sine 70 ansatte har stor viden om landet, maner til besindighed, når det handler om, hvilken form for eksport vi skal give os i kast med. Også Niels Brocks erfaring er, at vi først skal have en dyb forståelse

af kundernes behov, for dernæst at kunne tilpasse vores ydelser til deres efterspørgsel.

”Det er et spørgsmål om, hvad kunderne vil have. De vil ikke nødvendigvis have en toårig uddannelse. Måske vil de kun have en uddannelse på seks måneder, hvor man lærer det mest basale.”

- Bente Strager,
direktør på Social- og Sundhedsskolen i Silkeborg

Der er eksempler på, at udlandet efterspørger ikke bare uddannelse på et givent område, men også at få tegnet bygninger af arkitekter, bygget bygningerne samt at få ansat danske ledere på de nye institutioner. Og i sådanne tilfælde er det for alvor nødvendigt, at vi er indstillet på at levere den ønskede vare, og at vi ikke kun fokuserer på, hvad vi har på vores egne hylder. Det er derfor vigtigt at overveje, hvordan uddannelsessektoren kan arbejde sammen med andre sektorer i Danmark i forsøget på at nå nye markeder.

INSPIRATION: KOLD COLLEGE

Den fynske erhvervsskole Kold College har flere og forskelligartede erfaringer med uddannelseseksport. Udover at have etableret de klassiske elev-, lærer- og videnuvekslinger med udenlandske uddannelsesinstitutioner i blandt andet Tyskland og Kina, har skolen eksempelvis indgået aftale om at rådgive Bursa University og Sutas Dairy Company i Tyrkiet. Ifølge denne aftale skal Kold College hjælpe med at udforme nye mejerist- og landmandsuddannelser samt rådgive omkring opførelse af en helt ny skole og indkøb af udstyr. Aftalen er et produkt af, at Danmark er førende inden for uddannelse i mejerisektoren. Kold College har altså formået at omsætte sin specialviden til en egentlig forretning ved at udbyde konsulentbistand til aktører, der enten allerede er eller ønsker at blive en spiller på området for mejeriuddannelse.

”Kold College er en af de førende skoler i Danmark inden for fødevarerektoren. Fokuspunkterne inden for uddannelsesområderne er jordbrug, mejeri, ernæring og gastronomi. Som uddannelsesinstitution har Kold College som mål i samarbejde med virksomhederne at sikre, at de studerende får de kompetencer, der er vigtige på arbejdsmarkedet. Kold College har gennem næsten 125 år været mejeriskole og er den eneste af sin slags i Skandinavien.”

4x DEN.	4x MICROWAV.	
104	105	1
105	106	
106	107	20
107	106	20

VI SKAL SATSE PÅ UDDANNELSESEKSPORT – HVORDAN KOMMER VI VIDERE?

Skal vi komme forbi de nævnte barrierer, ser DEA en række behov, som må imødekommes før potentialet i uddannelseseksport kan udnyttes fuldt ud. Følgende tre anbefalinger er første skridt på vejen mod en samlet strategi for uddannelseseksport.

ANBEFALING #1: ETABLERING AF EN MIDLERTIDIG TASKFORCE FOR DANSK UDDANNELSESEKSPORT

Der er behov for en samlet og fælles indsats. Vi må sande, at Danmark er på et begynderstadium, når det gælder uddannelseseksport. Sådan er det. Og vi må også sande, at ingen reelt ved, hvor store chancer Danmark har for at få del i det store, voksende internationale uddannelsesmarked.

Der er med andre ord behov for at tilvejebringe en dybere viden om potentialet – altså afdække hvor vi har de største chancer og inden for hvilke områder. Og fordi vi skal til at handle hurtigt, er det vigtigt, at vi fra nu af forstår at bruge vores ressourcer og erfaringer fornuftigt – og i fællesskab. I den forbindelse kan man rette opmærksomheden på, at der er ressourcer i Danmark, som normalt ikke er på banen i uddannelsessammenhæng, men som er meget relevante i forbindelse med uddannelseseksport. Historien, om hvordan Niels Brock fik deres kontrakter i både Vietnam og Kina, taler sit eget tydelige sprog. I forhold til Kina blev Niels Brock inviteret med på et af kronprinsparrets ture til Kina, og udenrigstjenesten hjalp i den forbindelse med til at arrangere møder med relevante kinesiske uddannelsesinstitutioner. Og inden turen gik tilbage til Danmark, havde Niels Brock en kontrakt i tasken.

En lignende historie gemmer sig bag Niels Brocks aktiviteter i Vietnam. Her var det blot den daværende undervisningsminister Bertel Haarder, som var på et besøg i landet, og så, at der var mulighed for, at danske institutioner kunne levere uddannelse til vietnameserne.

Disse eksempler viser, hvordan udenrigstjenesten kan spille en meget relevant rolle i forbindelse med at skaffe kontakt til de rigtige personer i udlandet. Det viser også, at højtstående politikere kan være med til at åbne dørene for de danske uddannelsesinstitutioner.

Der er således ingen tvivl om, at samarbejde og koordinering med politikere, udenrigstjenesten og uddannelsesinstitutioner kan sætte skub i tingene. Men hvordan kan koordineringen foregå på den mest smidige måde? Og gerne på en sådan måde, at der opsamles erfaringer og udveksles information samtidig?

Ambassaden kan ikke holde bilaterale møder med forskellige uddannelsesinstitutioner hele tiden. Og ministre fra andre områder end uddannelse kunne godt have brug for ét sted, hvor de kunne henvende sig – enten hvis de vil invitere uddannelsesinstitutioner med på udenlandsrejser – eller hvis de har hørt om behov for uddannelse og vil give bolden videre. Det samme kan man sige om andre aktører, såsom kommuner, væksthuse, regionerne m.v., som ligeledes kan være ambassadører for dansk uddannelseseksport.

Endelig har udenlandske købere af uddannelse brug for én indgang til dansk uddannelseseksport og markedsføring heraf. Med andre ord mangler der p.t. et forum, et organ – eller lignende – der kan fungere som omdrejningspunkt for dansk uddannelseseksport. Omvendt kan man sige, at der ikke er nogen grund til at bruge for mange ressourcer på at etablere noget permanent, som i værste fald ender med at blive en tom skal, fordi opbakningen, interessen eller behovet for dansk uddannelseseksport af en eller anden grund alligevel ikke var til stede.

På den baggrund vil DEA gerne tage initiativ til at etablere en midlertidigt taskforce for Dansk Uddannelseseksport, og ikke mindst facilitere dens ar-



bejde i en periode. Finansieringen vil søges gennem forskellige fonde m.v.

Formålet er at undersøge, om vi kan bane vejen for dansk uddannelseseksport ved at samle de kræfter, der allerede er i Danmark. For at afgrænse taskeforcens arbejdsfelt vil fokus i første omgang være at afdække markedsperspektivet i Kina, og partnere foreslås foruden DEA blandt andet at være den danske ambassade i Kina og Danmarks Eksportråd.

Inden udgangen af det første år:

- Skal taskeforcen have et førstehåndsindtryk af inden for hvilke overordnede områder, der eksisterer en efterspørgsel på uddannelse, herunder udvælgelse af geografiske områder
- Inviteres – på baggrund af markedsundersøgelserne – relevante og interesserede uddannelsesinstitutioner til at deltage i rådets arbejde, hvorefter der foretages mere dybdegående analyser af kinesernes behov for uddannelse, herunder etablering af kontakt med relevante kinesiske aktører – gerne bakket op af besøg med danske ministre
- Udarbejdes en forretningsmodel, som generelt skal kunne anvendes af uddannelsesinstitutioner i forbindelse med uddannelseseksport

Bliver rådet en succes, kunne man forestille sig, at der i løbet af det efterfølgende år arbejdes på at:

Der indgås tre konkrete kontrakter om uddannelseseksport mellem, fx Kina og Danmark.

Taskeforcen for Dansk Uddannelseseksport har beskrevet og evalueret rådets hidtidige praksis og erfaringer med indsatsen, som kan videregives til opstart af nye projekter enten i Kina eller andre lande.

Rådet er klar til at blive overtaget af andre relevante aktører, hvis der er behov for, at arbejdet fortsætter.

ANBEFALING #2: NEDSÆTTELSE AF MINISTERIELT UDVALG

Der er behov for at fjerne lovgivningsmæssige barrierer og skabe de rigtige rammer for dansk uddannelseseksport.

Nogle institutioner oplever, at danske ministre på den ene side taler meget positivt om danske muligheder for uddannelseseksport. Men på den anden side oplever de det som om, der alligevel bliver holdt igen og trådt på bremsen. De politiske signaler opleves som uklare, og institutionerne efterlyser en klar politisk stillingtagen – vil man uddannelseseksport, eller vil man det ikke?

Usikkerheden skyldes dels de omtalte lovgivningsmæssige barrierer, men også at institutionerne ikke får dispensation, når de søger herom i forbindelse med uddannelseseksport. Det har eksempelvis været tilfældet både for Niels Brock og for Odsherred Efterskole.

Der kan være mange årsager til den oplevede uklarhed hos politikerne, og de lovgivningsmæssige barrierer eller manglende dispensationer. En forklaring kan være at uddannelsesinstitutionerne ikke oplever når en barriere er ryddet af vejen. Det er en udfordring at holde institutionerne opdaterede om, hvad der faktisk kan lade sig gøre. En anden årsag, er usikkerhed på, hvad det egentlig er, man inviterer indenfor i stuerne, når man lukker op for eksport af offentligt betalte uddannelser. Vi har et unikt uddannelses- og velfærdssystem i Danmark. Og det skal vi passe på. Ingen, hverken politikere eller ledere af uddannelsesinstitutioner, kan leve med, at uddannelsesinstitutioner kaster sig ud i forskellige eksporteventyr, der ender uden succes, med tværtimod med en regning, der sendes tilbage til den danske befolkning.

Derfor er der behov for – ud over at fjerne de lovgivningsmæssige barrierer – at udvikle nogle hensigtsmæssige rammer for uddannelseseksport, hvor risikoen for fiasko er minimal. Og spørgsmålet er, hvordan disse rammer kunne se ud? Er det eksem-

pelvis hensigtsmæssigt, at institutionerne går sammen om at oprette særlige ”uddannelseseksportfonde”, eller ligefrem selskaber, der skal stå for den daglige drift af uddannelser i udlandet? Og hvordan kan dette lade sig gøre?

DEA anbefaler, at der etableres et tværgående ministerielt udvalg med repræsentanter for Ministeriet for Børn og Undervisning, Uddannelsesministeriet og uddannelsesinstitutioner. Udvalget skal kunne arbejde tæt sammen med taskeforcen om uddannelseseksport og hjælpe med at skabe overblik over muligheder på tværs af de ministerielle områder. Udvalget skal også lave det nødvendige udredningsarbejde og finde løsninger på de forskellige udfordringer:

- Hvordan minimerer man risikoen for fiasko eller kvalitetsmæssig udtynding, mens man samtidig giver institutionerne mulighed for at eksportere uddannelse?
- Er det hensigtsmæssigt, at uddannelsesinstitutionerne udskiller eksportaktiviteter i selskaber? Eller er der andre og bedre løsninger?
- Hvor er det, at uddannelsesinstitutionerne støder på lovgivningsmæssige barrierer?
- Er det muligt at ændre lovgivningen? – Alternativt at øge muligheden for dispensation?
- Hvordan håndteres de udfordringer, institutionerne oplever i forbindelse med akkreditering?

ANBEFALING #3: UDDANNELSESINSTITUTIONER BØR UDARBEJDE EN STRATEGI FOR UDDANNELSESEKSPORT

Der er behov for, at uddannelsesinstitutionerne rustet sig til uddannelseseksport.

Et centralt spørgsmål står tilbage: Hvis nu alle barrierer for uddannelseseksport bliver fjernet, og vejen er banet for uddannelsesinstitutionerne – er alle de

institutioner, der ønsker at eksportere uddannelsesydelser, så parate til at påtage sig opgaven? Og hvis ikke, hvordan vil de så klæde sig på til opgaven? De enkelte institutioner bør med andre ord udarbejde en strategi for uddannelseseksport.

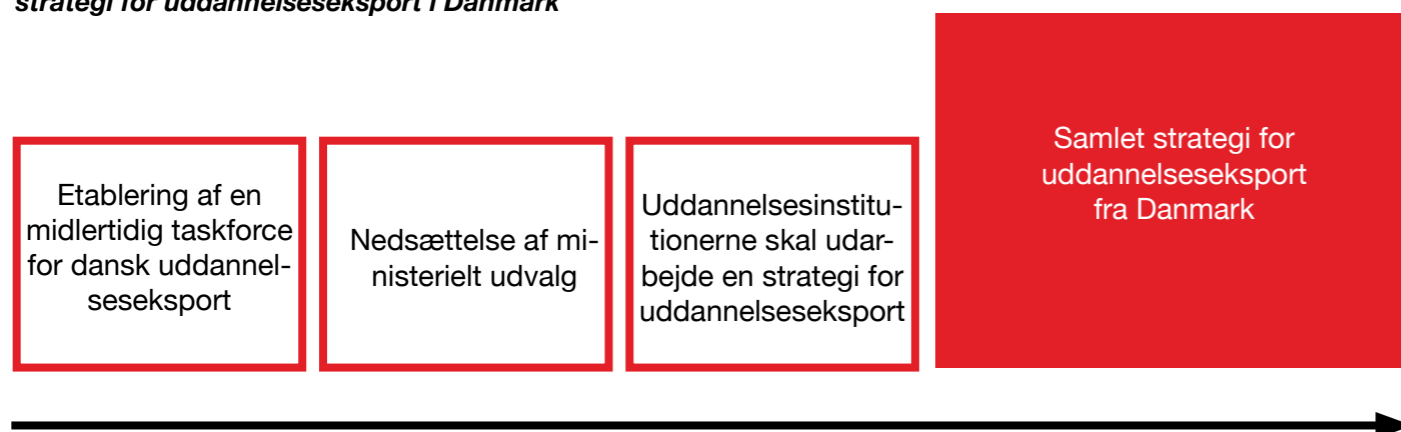
Denne strategi kan med fordel relateres til den indsats for øget internationalisering, der allerede er lavet på mange institutioner.

Hvis vi skal undgå at udtynde kvaliteten i danske uddannelser, og i det hele taget undgå at spilde ressourcer på tvivlsomme uddannelseseksporteventyr, er det vigtigt, at institutionerne bliver knivskarpe på, hvordan de vil gribe opgaven an. DEA har forsøgt at give et bud på nogle af de overvejelser, institutionerne kan gøre sig:

- Indledningsvis kan institutionerne overveje hvilke incitamentter den enkelte institution har til at gå eksportvejen? Har den behov for at øge indtægterne – eller er der nogle andre gevinster, man ønsker at opnå? Og er der opbakning fra de medarbejdere, der skal involveres i projektet? – Hvis ikke, hvordan vil man så forsøge at opnå den fornødne opbakning?
- Institutionerne skal også analysere, inden for hvilke faglige områder, de har viden, kompetencer og ydelser, som de regner med vil kunne sælges til udlandet. Og ikke mindst prioritere hvilke områder, der skal udvælges og sættes på frem for andre. Og så skal ydelserne beskrives på engelsk.
- Markedsføring er ligeledes vigtigt. Hvordan vil man sikre en synlighed i verden? Det er ikke nok at deltage på enkelte uddannelsesmesser. Man skal være massivt til stede de steder, hvor det er relevant. Det gælder både fysisk og virtuelt. Institutionerne kan eksempelvis overveje, om de kan lave en eller anden form for aftale med kendte udenlandske institutioner, som betyder, at deres navn ”popper” op, når studerende søger information på de kendte institutioners hjemmesider.

- Vi har tidligere nævnt identifikation af udenlandske behov for uddannelse. Hvordan vil institutionerne tilvejebringe den information? Gennem analysebureauer, kontakter i de respektive lande, udenrigstjenesten – eller på andre måder? Og hvordan vil de skabe de fornødne udenlandske kontakter, som dels skal være med til at verificere behovene, og dels være dem de indgår kontrakter om uddannelseseksport med?
- Et er at identificere et udenlandsk behov, noget andet er at udarbejde en kvalificeret business case, der skal sandsynliggøre, om der overhovedet er mulighed for at tjene penge på at dække behovet. Og her er det ikke kun uddannelsesbehovet, man skal kigge på. Det er eksempelvis også incitamenterne hos de udenlandske forældre, som måske er dem, der skal betale regningen. Hvad er deres succeskriterier?
- Opretholdelse af høj kvalitet i de udenlandske uddannelser er et must, hvis uddannelsesinstitutionerne skal sikre succes i udlandet. En god pointe er her, at det blandt andet kræver et indgående kendskab til det udenlandske uddannelsessystem. Eksempelvis skal man vide, om udenlandske ungdomsuddannelsers slutniveau kan sammenlignes med danske. Ellers skal man tage højde for dette i indholdet af de uddannelser, man udbyder.
- Derudover skal danske uddannelsesinstitutioner tage stilling til, hvordan de internt vil organisere deres uddannelseseksport. Skal den foregå ved hjælp af de samme undervisere, eller skal man på sigt ansætte nye medarbejdere til at stå for de udenlandske aktiviteter. Kan de nuværende medarbejdere engelsk på højt nok niveau? Kan man løfte opgaven i den struktur, der er på institutionen, eller skal man oprette et selskab eller lignende? Og endelig bør man tage stilling til, om man kan/vil løfte opgaven alene – eller om det vil være fornuftigt at indgå i eksempelvis konsortier med andre uddannelsesinstitutioner.
- Og endelig skal der tages stilling til den eksterne organisering. Vil man udbyde uddannelse, kurser m.v. på en udenlandsk institution – og i samarbejde med dem? Skal der være både udenlandske og/eller danske undervisere? Skal man indgå samarbejder med andre danske aktører – eventuelt fra den private sektor?

Figur 2: DEAs tre anbefalinger fører til en samlet strategi for uddannelseseksport i Danmark





VÆKST GENNEM VIDEN

DEA er en politisk uafhængig tænketank, der arbejder for, at Danmark øger sin værdiskabelse og vækst samt tiltrækker internationale virksomheder gennem viden om uddannelse, forskning og innovation.

Tænketanken DEA kæmper grundlæggende for, at flere unge får en uddannelse, der efterspørges, at forskning bliver omsat til innovation i private og offentlige virksomheder, og at Danmark er et attraktivt land for videnbaserede virksomheder.

DEA vil nå sine mål gennem:

- Analyser og undersøgelser, der styrker DEAs dagsorden
 - Involvering af virksomheder, uddannelsesinstitutioner og organisationer via partnerskaber og projekter
 - Udfordring af vanetænkning og bidrag til løsning af samfundsudfordringer
-

DEA
VI FREMMER VIDEN

