



ChinaCare

Bedarfe analysieren, Märkte vorbereiten,
Bildung exportieren.

Konzepte und Erfahrungen der Geschäftsmodellentwicklung

Kurt-Georg Ciesinger



medien bildung politikberatung

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Das Verbundprojekt ChinaCare wird gefördert
vom Bundesministerium für Bildung und For-
schung, Projektträger im DLR, Berufsbildungs-
export (FKZ: 01BEX04A-D13).



Berufsbildungs-
export



ChinaCare

Warum ist Bildungsexport kein Selbstläufer?

1. Bildung ist nicht direkt konsumierbar, hat instrumentelle Funktion.
2. Bildung ist kulturell geprägt hinsichtlich Methoden und Inhalten.
3. Bildungssysteme sind unterschiedlich und inkompatibel.
4. Bildung ist oft in Produkten inbegriffen, wird nicht immer getrennt abgerechnet.
5. Für Bildung wird in Deutschland schon ungern bezahlt.
6. Bildung für andere Länder ist nochmal teurer.



ChinaCare

Wann wird Bildungsexport gut funktionieren?

- Wenn Bildung preiswert und überschaubar ist.
- Wenn sich die kulturellen Unterschiede weniger auswirken.
- Wenn Bildung unmittelbar umsetzbare Ergebnisse bringt.



ChinaCare

Bildungsexport und Märkte im Zielland

- Bildung verbessert oder unterstützt Produktion und Dienstleistung im Zielland.
- Kosten für Bildungsimport müssen sich über den Erfolg der Produkte/Dienstleistungen amortisieren, denen die Bildung dient.
- Bildungsexport setzt also Märkte im Zielland für die Produkte und Dienstleistungen voraus, die durch Bildung unterstützt werden sollen.



ChinaCare

Märkte: Vom Bedürfnis zur Nachfrage

- **Bedürfnisse** entstehen aus dem Gefühl eines Mangels und dem gleichzeitigen Wunsch, diesen zu beseitigen.
- **Bedarf** ist das konkrete, greifbare Verlangen nach bestimmten Gütern zur Befriedigung der eigenen Bedürfnisse.
- Wenn der Bedarf zu dem Entschluss eines Kaufs führt, wird von **Nachfrage** gesprochen.



ChinaCare

Bedarf an Pflegedienstleistung in China

- Es gibt sicherlich in China das Bedürfnis danach, dass die alten Menschen gut versorgt sind.
- Da aber keine professionellen Angebote bestehen bzw. breit bekannt sind, kann sich dieses Bedürfnis nicht in einem Bedarf für Pflegedienstleistungen konkretisieren.
- Kulturell bzw. historisch bedingt gibt es also noch keine flächendeckenden Bedarfe für Pflegedienstleistung in China.
- Selbst wenn es Pflegebedarf gebe, wäre es ein langer Weg zur Nachfrage nach Bildungsimport.



ChinaCare

Vom Pflegebedarf zur Bildungsexportnachfrage





ChinaCare

Geschäftsmodellentwicklung: „Wertangebot“ / Kundennutzen im Zentrum der Überlegungen

- Was biete ich an?
- Wer ist die Zielgruppe?
- Wer sind die Kunden?
- Wie erreiche ich die Kunden?
- Was bringe ich selbst ein?
- Welche Partner brauche ich?
- Was kostet mich das alles?
- Wofür nehme ich eigentlich Geld?

Business Model Canvas (OSTERWALDER & PIGNEUR)				
Schlüsselpartner = Netzwerk von Partnern & Lieferanten Strategische Allianzen / Joint Ventures / Käufer-Anbieter-Beziehungen	Schlüsselaktivitäten wichtigste Handlungen eines Unternehmens Schaffen & Unterbreiten des Wertangebot / erreichen die Märkte / Aufbau & Pflege der Kundenbeziehungen	Wertangebote Paket von Nutzen, das ein Unternehmen seinen Kunden anbietet verschiedene Produkte & Dienstleistungen qualitativer oder quantitativer Natur Neuheiten / Leistungsoptimierung / Marke / Design / Arbeits-erleichterung /	Kundenbeziehungen Arten von Beziehungen persönliche Unterstützung / Selbstbedienung / automatisierte Dienstleistungen / Communities / Mitbeteiligung	Kundensegmente Segmentierung nach Bedürfnissen / Verhaltensweisen / Merkmalen / Finanzkraft / bevorzugte Kanäle / etc.
	Schlüsselressourcen können physischer, finanzieller, intellektueller, menschlicher Natur sein		Kanäle = Kundenberührungspunkte alle Kommunikations- / Distributions- & Verkaufskanäle	
Kostenstruktur Fixkosten & variable Kosten die zwei Extreme: kostenorientierte & wertorientierte Geschäftsmodelle		Einnahmequellen aus Verkauf von Wirtschaftsgütern / Nutzungsgebühren / Mitgliedsbeiträgen / Verleih, Vermietung, Leasing / Lizenzen, Marktergebühren / Werbung		



ChinaCare

Was ist das Wertangebot im Bildungsexport?

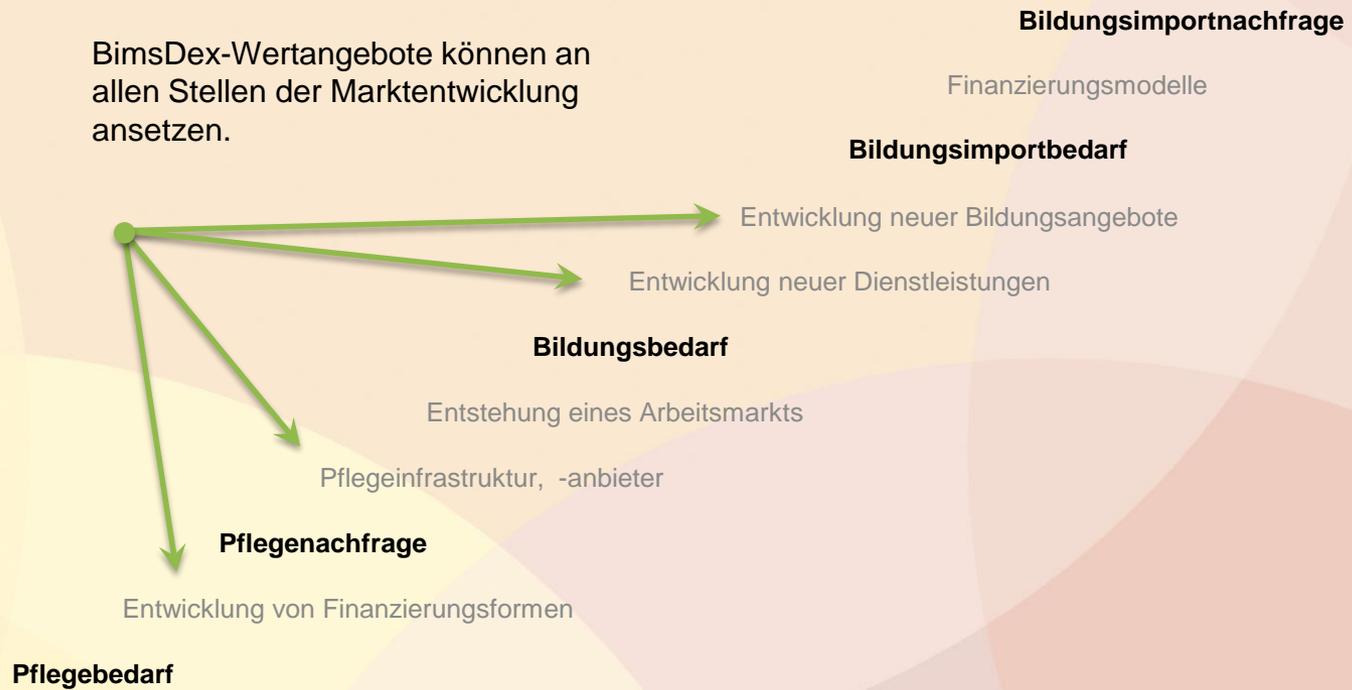
- Im Bildungsexport wird oft leichtfertig davon ausgegangen, dass das Produkt eine Schulung ist. Das ist nicht zwangsläufig der Fall.
- Es kann/muss in vielen Bereichen vorgelagerte Dienstleistungen geben, um Bildung in bestimmten Bereichen überhaupt exportfähig zu machen
- Damit ergeben sich z.T. vollkommen andere „Produkte“, die vermarktet werden können und den Markt für Bildungsexport vorbereiten.
- Stichwort „BimsDex – Bildungsmarktstimulierender Dienstleistungsexport“.



ChinaCare

Bildungsvorbereitender Dienstleistungsexport

BimsDex-Wertangebote können an allen Stellen der Marktentwicklung ansetzen.





ChinaCare

Ansatzpunkte für funktionsfähige Geschäftsmodelle im Projekt ChinaCare

1. Vermarktung eigener Bildungsleistungen
2. Beratung bei der Entwicklung von Bildungsangeboten
3. Beratung beim Aufbau eines Pflegesystems/Beratung bei der Entwicklung neuer Dienstleistungen
4. (Beratung von Regionalregierungen zum Aufbau von Pflegefinanzierungssystemen)



ChinaCare

Vermarktung eigener Bildungsleistungen (1)

- **Wertangebot:** Altenpflegeschulungen in Deutschland
- **Zielgruppe:** med. Fachkräfte
- **Kunden:** Einzelpersonen
- **Einnahmequelle:** Kursbeiträge

Pros

- Einfaches, verständliches Produkt
- Qualitätsgesicherte, zertifizierbare Module
- Lernorte entsprechen den Lernzielen

Cons

- Hohe Kosten für die Teilnehmer (Reise, Aufenthalt)
- Wenig Attraktivität, da in China noch kein Arbeitsmarkt für Altenpflegekräfte existiert
- Wahrscheinlich sehr kleiner Kundenkreis



ChinaCare

Vermarktung eigener Bildungsleistungen (2)

- **Wertangebot:** Altenpflegeschulungen in China
- **Zielgruppe:** Krankenpflegekräfte, Fachlehrer
- **Kunden:** Medizinschulen in China
- **Einnahmequelle:** Honorare

Pros

- Einfaches, verständliches Produkt
- Skalierbarer Aufwand für den Anbieter
- Teilnehmerbeiträge werden durch Kunden erhoben

Cons

- Hohe Kosten (Reisen, Übersetzung, ...)
- Punktuelle Leistungen mit hohem Aufwand
- Keine Qualitätssicherung im Gesamtbildungskontext



ChinaCare

Beratung bei der Entwicklung von Bildungsangeboten

- **Wertangebot:** Enabling zur Curriculumentwicklung Altenpflege
 - Schulung zur Curriculumentwicklung in Deutschland
 - Unterstützung bei der Curriculumgestaltung in China via Datenaustausch
 - nummeriertes Zertifikat für das Curriculum
 - Schulungen in China als Add-on
- **Zielgruppe:** Lehrkräfte, Schulleiter
- **Kunden:** Medizinschulen in China
- **Einnahmequelle:** Schulungsgebühren, Zertifikatsgebühr

Pros

- Vertretbare, finanzierbare Kosten
- Hoher Nutzen und schnelle Amortisation für den Kunden

Cons

- Curriculum kaum effektiv schützbar



ChinaCare

Beratung bei der Entwicklung eines Pflegesystems

- **Wertangebot:** Beratung zum Aufbau moderner Pflegestrukturen
 - Bildungsreise nach Deutschland
 - Besuch von Altenpflegeeinrichtungen etc.
 - Beratungen in Deutschland
 - Beratungen in China
- **Zielgruppe:** Pflegekräfte, Einrichtungsleiter
- **Kunden:** Pflegeeinrichtungen, Investoren
- **Einnahmequelle:** Entgelte für Bildungsreise, Beratungshonorare

Pros

- Hohe Attraktivität als Bildungsreise
- Solvente Klientel
- Marktvorbereitung für spätere Bildungsdienstleistungen

Cons

- ?



ChinaCare

Womit die Bundesregierung den Bildungsexport im Pflegebereich nach China unterstützen könnte

- Beratung von Regionalregierungen zum Aufbau von Pflegefinanzierungssystemen
- Voraussetzung für den Export vieler Beratungs- und Bildungsdienstleistungen im Pflegebereich nach China
- Eine Aufgabe für die Politik – nicht für Einzelprojekte



ChinaCare

Resümee

1. Bildungsexport ohne Technologieexport ist voraussetzungsreich.
2. Die gesamte Entwicklungsstrecke vom Pflegebedarf bis zur Bildungsimportnachfrage muss gemeistert werden.
3. Auf diesem Weg gibt es jedoch viele Ansatzpunkte für „Bildungsmarktstimulierenden Dienstleistungsexport“ (BimsDex).

Das Projekt ChinaCare hat mit kompetenten, engagierten und verlässlichen Partnern in Deutschland und China Wege gefunden, die Erfahrungen des deutschen Pflege- und Pflegeausbildungssystems nach China zu exportieren.

Nächste Schritte:

- Angebot der 16-tägigen Kompaktfortbildung in Deutschland
- Vermarktung des multimedialen Bildungsangebots „Zeig mir Pflege“