EDUCATION
PARTNER

EDUCATIONPARTNER-Gruppe

FOR SUCCESSFUL EDUCATION BUSINESS

2012

Einblick in unsere Arbeit

Einblick in unsere Arbeit

Inhalt

Kompetenz EDUCATIONPARTNER im Bildungsmarkt 4

EDUCATIONPARTNER - Philosophie 6

EDUCATIONPARTNER - CV: Bernhard Peters 7

Wachstumsmarkt EDUCATION Business generell:
Deutschland 2011 und Europa 8

EDUCATIONPARTNER Research:
Bildungsmarkt Deutschland (Auszug Branchenreport) 9

EDUCATIONPARTNER Investitionsanalyse:
Beteiligung an Bildungsunternehmen 10

Research: Supply and demand for young individuals
(25-34 year-olds) to skilled jobs, 1998-2006 11

Research: Who pays for high-level qualifications Expenditure
on tertiary educational institutions as a percentage of GDP 12

Erfolgsindikatoren EDUCATIONPARTNER Positionierung im Internet 13

Wachstumspotenzial **EDUCATION** Business Europa nach Bildungsbereichen und Berufsfeldern 14

EDUCATIONPARTNER-Gruppe Leistungsspektrum 15

EDUCATIONPROJECTS – Der Weg zum Projekt 16

„**EDUCATION**PARTNERFACTS“ Die Bildungsträgerdatenbank 17

Erfolgsindikatoren **EDUCATION** Business 20

SWOT-Analyse im Kundenauftrag 21

Internationalisierung (Bildungsexport) 22

SWOT-Analyse eines exportierenden Bildungsunternehmens (exemplarisch) 23

EDUCATIONMarketing (am Beispiel einer Hochschulberatung) 24

EDUCATIONBUSINESS Hochschulmanagement
Leistungen für Studierende (Beratungsbeispiel) 25

EDUCATIONPARTNER Research:
Private Hochschulen in Deutschland (Auszug Entwicklungsübersicht) 26

Kompetenz EDUCATIONPARTNER im Bildungsmarkt:

Wir sind M&A-Experten und Strategieberater für Bildungsunternehmen. Unsere Schwesterfirma EDUCATIONPROJECTS begleitet Bildungsunternehmen und Bildungsprojekte operativ.

EDUCATIONBUSINESS

Der Bildungsmarkt internationalisiert und konsolidiert sich. In diesem Wachstumsmarkt wollen wir als EDUCATIONPARTNER für Unternehmen, Gesellschafter und Investoren ✓ Beteiligungen an Bildungsunternehmen vermitteln und erfolgreich machen.

EDUCATIONPARTNER KOMPETENZ

Wir sind Insider der Bildungsbranche mit langjähriger Erfahrung in der Entwicklung, Steuerung und Internationalisierung von erfolgreichen Bildungsunternehmen, d.h. wir verstehen das Bildungsgeschäft sowohl inhaltlich und organisatorisch als auch in Bezug auf seine Erfolgsparameter.

Wir betreuen ausschließlich Projekte für Bildungsunternehmen, die nachweislich im eigenen Kompetenzspektrum mit erfolgreicher Umsetzungserfahrung liegen.

Als unternehmerischer Partner ist unser Fokus hierbei die konsequente, wertorientierte Ausrichtung auf die Markterfordernisse von Bildungsunternehmen.

EDUCATIONPARTNER - Philosophie

Mit unserem Branchenwissen, unserer Bildungsträgerdatenbank und dem Fokus auf nachhaltigen Unternehmenserfolg von Bildungsunternehmen garantieren wir:

- Unseren Einsatz für eine **Win Win Win** – Situation. Im sensiblen Bildungsgeschäft müssen die Interessen von **Beteiligungsverkäufern** ✓ , **Beteiligungskäufern** ✓ und **Bildungsunternehmen** ✓ zusammengehen.
- **EDUCATIONPARTNER** bei Firmenbeteiligungen zusammenbringen heißt für uns: Professionelles Vorgehen, richtige Positionierung des Bildungsunternehmens im Markt, sinnvolle Ergänzung der Leistungsbereiche, Sortimentsergänzung, mögliche Ergebnissteigerung durch Skaleneffekte, Marktanteilssteigerung oder Erreichen der kritischen Größe, angemessene Bewertung und faire Vertragsgestaltung.
- Unser Engagement für den bestmöglichen Fortbestand und die Weiterentwicklung des Bildungsunternehmens.
- Sensibles Handling von Unternehmenskulturen, Unternehmenswerten, Marktpotenzialen und absolute Diskretion in allen Phasen einer Beratung oder Beteiligung.
- Den Einsatz branchenerfahrener Managementteams und Experten, um Bildungsunternehmen mit Wachstumspotenzial weiterzuentwickeln und ihren Wert zu steigern.

EDUCATIONPARTNER - CV: Bernhard Peters

Bernhard Peters (*1951), Chairman **EDUCATIONPARTNER**, Hamburg

- Kaufmännische Ausbildung in einer amerikanischen WP-Gesellschaft (-1971), Studium der Rechtswissenschaften (-1975)
- Gründung des IFBE Institut für berufsbezogene Erwachsenenbildung (1975),
- Gründung der Managementholding COGNOS AG (1989). Aufbau und Leitung der COGNOS Gruppe (–2005) als CEO und Aufsichtsratsvorsitzender
- Steuerung von Unternehmensaufbau und Akquise folgender COGNOS-Tochtergesellschaften: DIE AKADEMIE für Führungskräfte der Wirtschaft, AMD AKADEMIE MODE DESIGN, Hochschule FRESENIUS, Bankovni Institut Prag (Bankhochschule), DIE SCHULE (Gesundheitsberufe), COGNOS International; Aufsichtsratsvorsitz PROGNOS AG, Basel
- Vorsitzender des Vorstands der EDUCATIONTREND AG (2006 - 2008), Managementholding für Bildungsunternehmen in den Bereichen primary, vocational, academic und further EDUCATION
- Gründung und Aufbau der EDUCATIONPARTNER-Gruppe, Hamburg (seit 2009). Diese berät Bildungsunternehmen und -Investoren (Strategieberatung, M&A, Fördermittelberatung, Ausschreibungen und Projektmanagement) und sucht Beteiligungen an innovativen, gut geführten Bildungsunternehmen mit Potenzial

Wachstumsmarkt **EDUCATION** Business generell: Deutschland 2011 und Europa

- Die Anzahl der Bildungsteilnehmer in privaten Bildungsunternehmen ist zwischen 1995 und 2009 in Deutschland von 2,2 Millionen auf 2,7 Millionen gestiegen.

- „**EDUCATIONPARTNERFACTS**“, die größte Bildungsträgerdatenbank weist allein in Deutschland, Österreich und der Schweiz mehr als 7.000 relevante, ergebnisorientierte private Unternehmen mit einem Umsatz von insgesamt über 10 Mrd. € aus.
- Der Anteil der Bildungsausgaben am Bruttoinlandsprodukt (BIP) beträgt 6,8% (2009) und liegt damit gemessen an der Wirtschaftskraft unter dem OECD-Durchschnitt.
- Gefragt sind: Mehr Vorschulausbildung, stabile Berufsausbildung, mehr Studenten, d.h., zusätzlicher Bedarf an qualifizierten Lehrkräften.
- Die Entwicklung in **Europa** ist ähnlich wie in Deutschland. Besondere Chancen liegen im osteuropäischen Hochschulmarkt.

EDUCATIONPARTNER Research:
Bildungsmarkt Deutschland (Auszug Branchenreport)

Volumen Privater Bildungsmarkt Deutschland 2010: ca. 39,8 Mrd. €

Kindergarten, Vorschule
0 - 6 Jahre
11,5 Mrd.€

allgemeinbildende Schulen
6 - 16 Jahre *1) *2)
5,5 Mrd.€

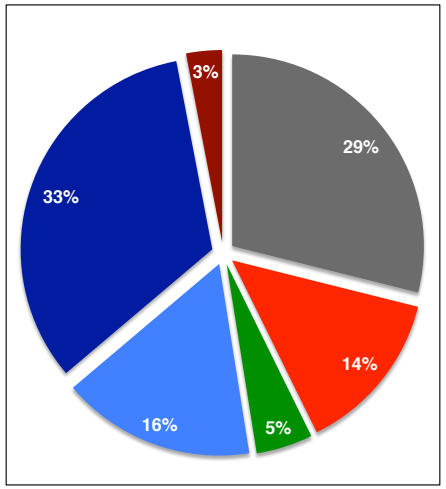
allgemeinbildende Schulen
16 - 18 Jahre *1)
1,9 Mrd.

Berufsausbildung
16 - 18 Jahre
6,5 Mrd.€

berufliche u.a. Weiterbildung
ab 16 Jahre
13,2 Mrd.€

Hochschule, Tertiärer Bildung
18 - 25 Jahre
1,2 Mrd.€

*1) einschl. Nachhilfe
*2) einschl. Tages-S., Förder-S.



EDUCATIONPARTNER

Private Träger: Teilnehmer/Studierende nach ISCED-Stufen 2004 - 2010

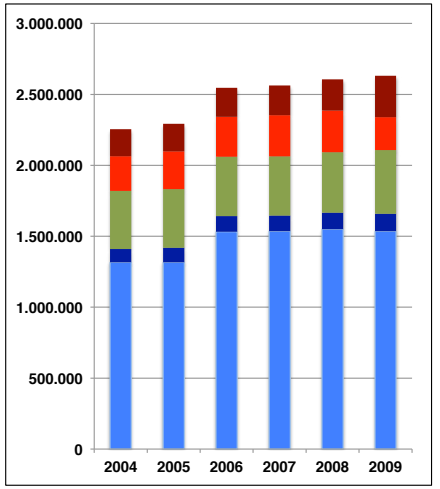
ISCED Level 5
18 - 25 Jahre

ISCED Level 3 - 4
16 - 18 Jahre

ISCED Level 2
16 - 18 Jahre

ISCED Level 1
6 - 10 Jahre

ISCED Level 0
- 6 Jahre



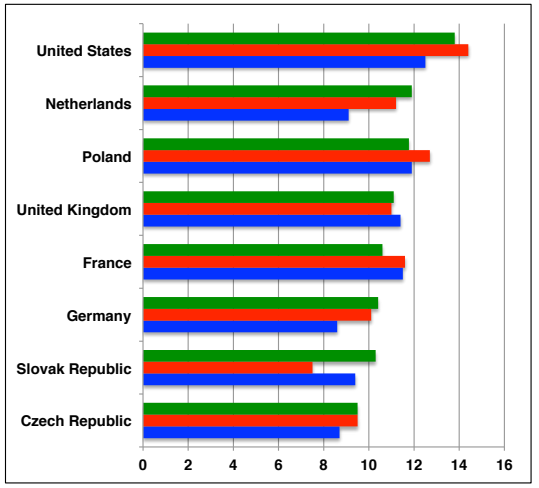
BMBF

Offentliche Ausgaben für Bildung als Anteil der Gesamtausgaben in % 1995, 2000, 2008 im Vergleich ausgewählter Länder

2008

2000

1995

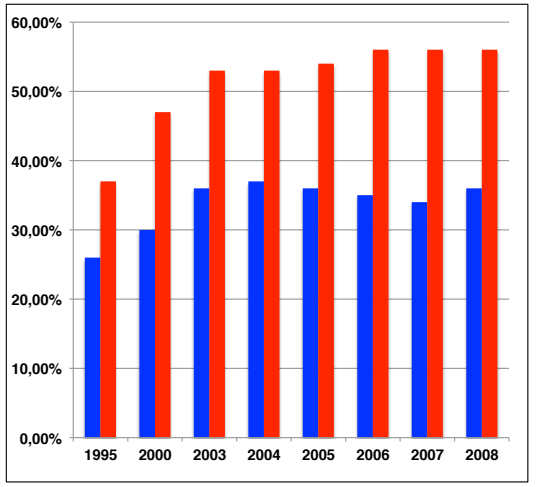


OECD 2011

Studienanfängerquote: Vergleich Deutschland zu OECD-Mittel 1995 - 2009

OECD

Deutschland



OECD 2011

EDUCATIONPARTNER Investitionsanalyse: Beteiligung an Bildungsunternehmen

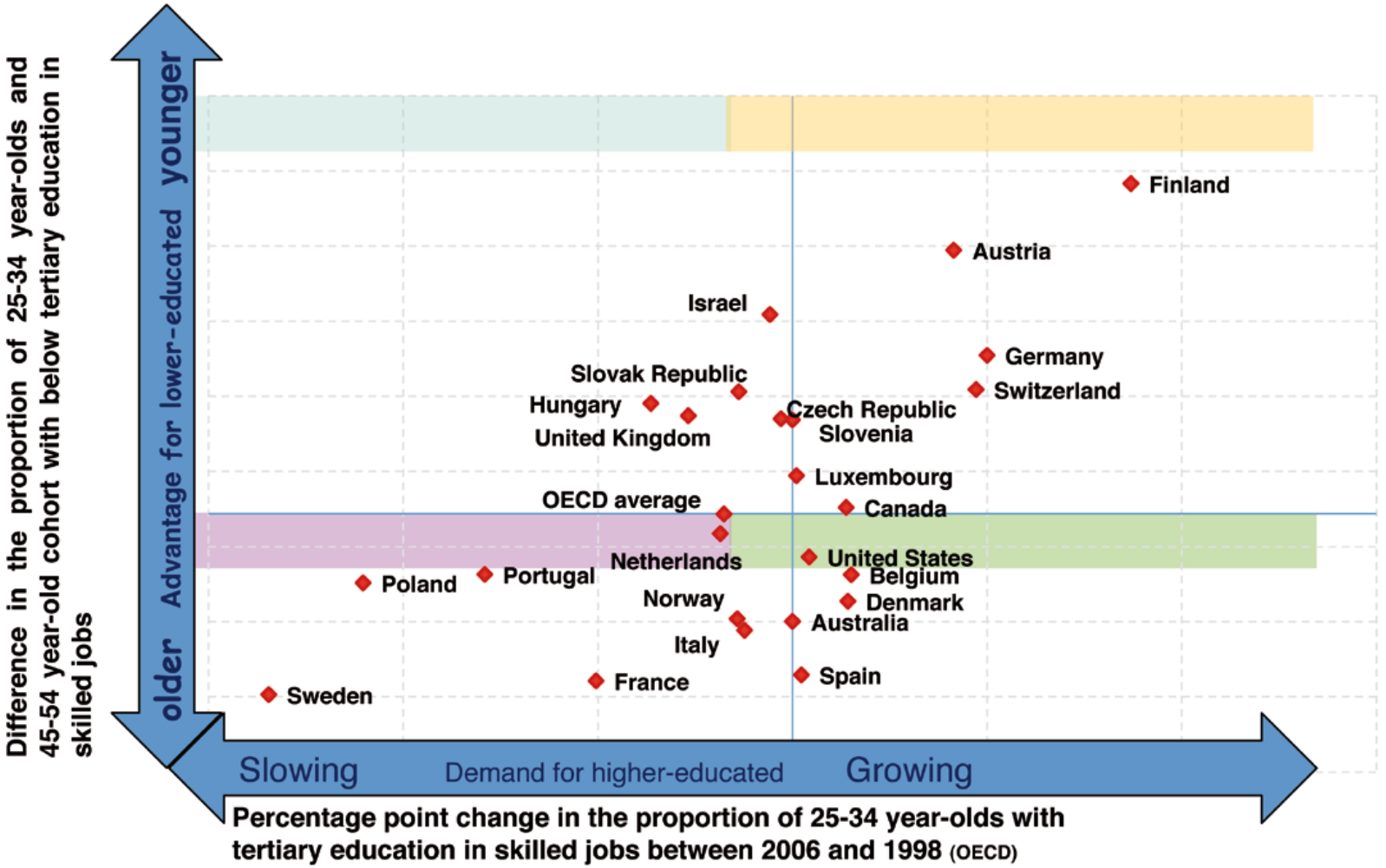
EDUCATIONPARTNER hat im Auftrag eines internationalen Investors in 2010 eine Auswahl von 18 deutschen Bildungsunternehmen zusammengestellt, die nach den Kriterien: Qualität, Produktportfolio, Entwicklungspotenzial, Wachstum und Ertragskraft lohnende Investitionsziele darstellten:

Die ausgewählten 18 **Bildungsunternehmen** lieferten 2009 (2008) folgende Kennziffern:

Durchschnittlicher Jahresumsatz:	25.062	(22.483)	TEUR
Durchschnittlicher Umsatz pro Mitarbeiter:	91	(87)	TEUR

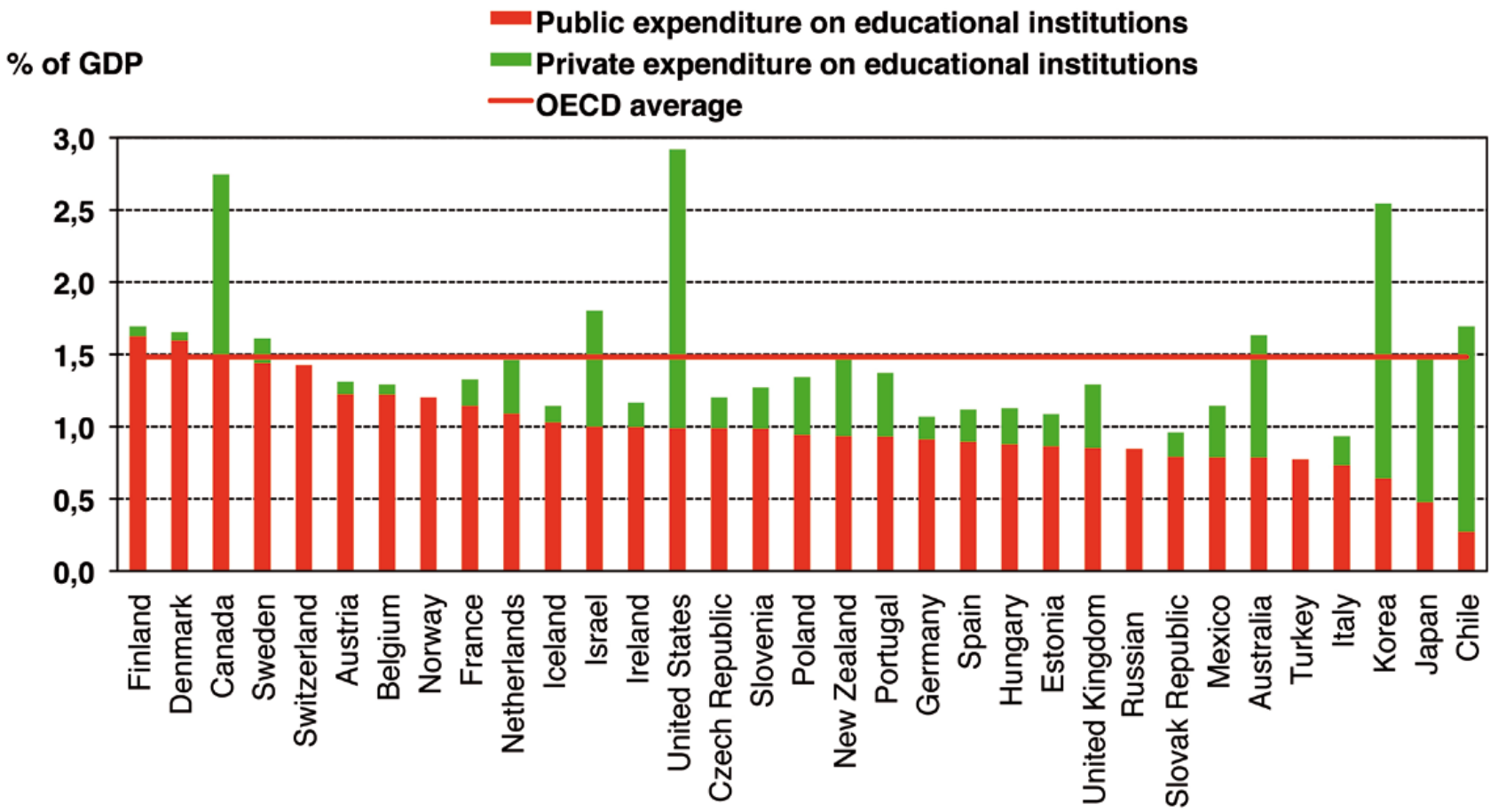
EAT (Jahresüberschuss):	8,6%	(9,1%)
EBIT:	9,5%	(8,9%)
EBITDA:	12,5%	(11,9%)
Eigenkapitalverzinsung:	25,5%	(34,0%)

Research: Supply and demand for young individuals (25-34 year-olds) to skilled jobs, 1998-2006



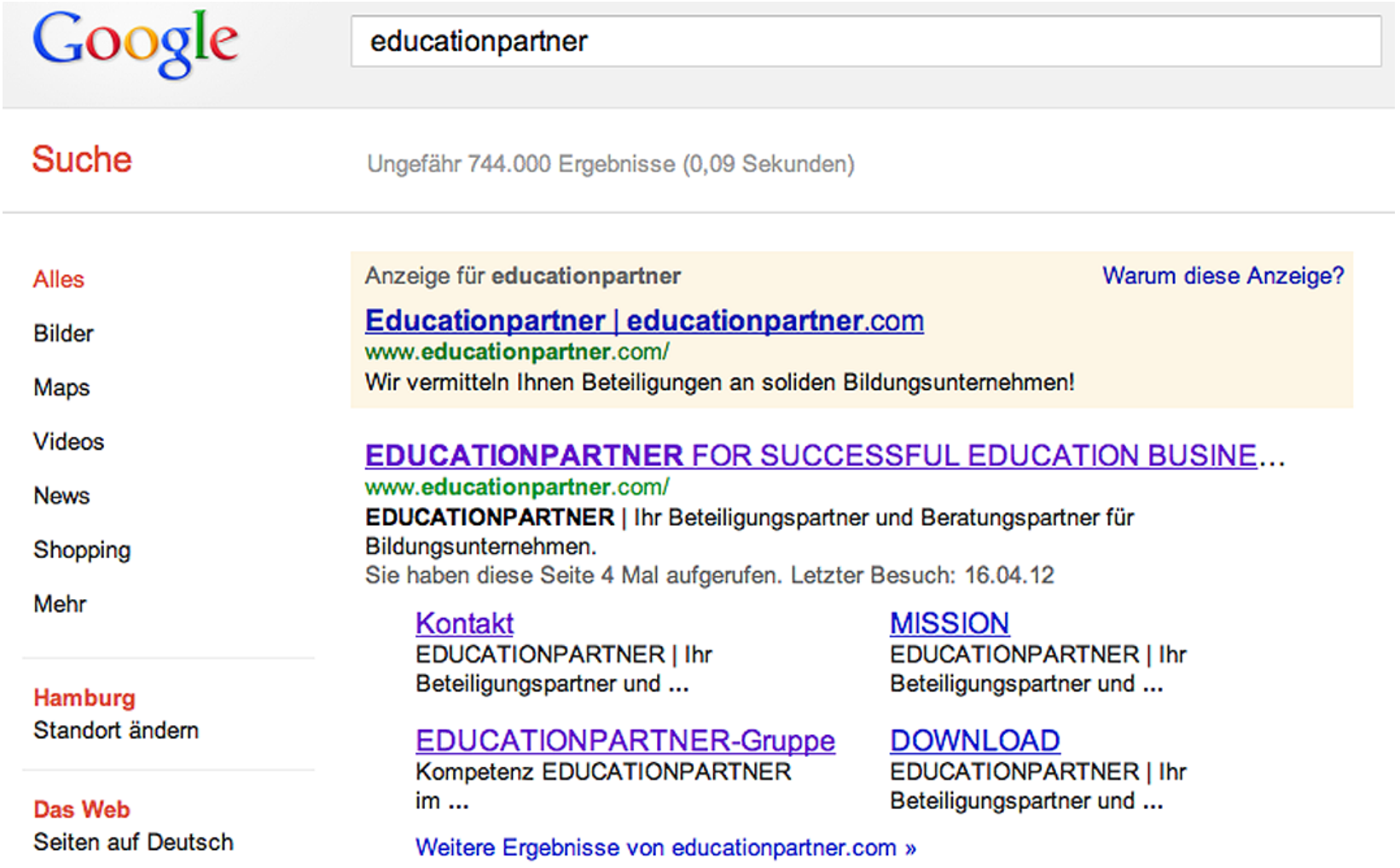
Research: Who pays for high-level qualifications Expenditure on tertiary educational institutions as a percentage of GDP

(OECD 2006/9)



Erfolgsindikatoren EDUCATIONPARTNER
Positionierung im Internet

Google-Positionierung „educationpartner“ 17.04.2012



Wachstumspotenzial **EDUCATION** Business Europa nach Bildungsbereichen und Berufsfeldern

Bildungsstufen und Bildungsbereiche	Allgemeinbildung	Wirtschaft & Verwaltung (kaufmännisch)	Technik & Naturwissenschaften (technisch/gewerblich)	Medizin, Gesundheit & Soziales (medizinal/sozial)	Ernährung, Hotel, Gaststätten & Tourismus	Bauwirtschaft	Agrarwirtschaft, Forstwirtschaft	Berufsübergreifende Qualifikationen (z.B. Sprachen...)	Sonstige
Grundschulen, Vorschulen und Kindergärten	D								
Allgemeinbildende Schulen, Sekundarstufen I, II	D								
Berufliche Erstausbildung									
Tertiäre Bildung (Hochschulen, Berufsakademien)				D - OE	D - OE				
Berufliche Umschulung, Weiterbildung & Anpassung		D	D	D				D	
Sonstige									

Wachstumspotenzial, Ergebnispotenzial, Synergiepotenzial

D Deutschland

OE Osteuropa

EDUCATIONPARTNER-Gruppe Leistungsspektrum

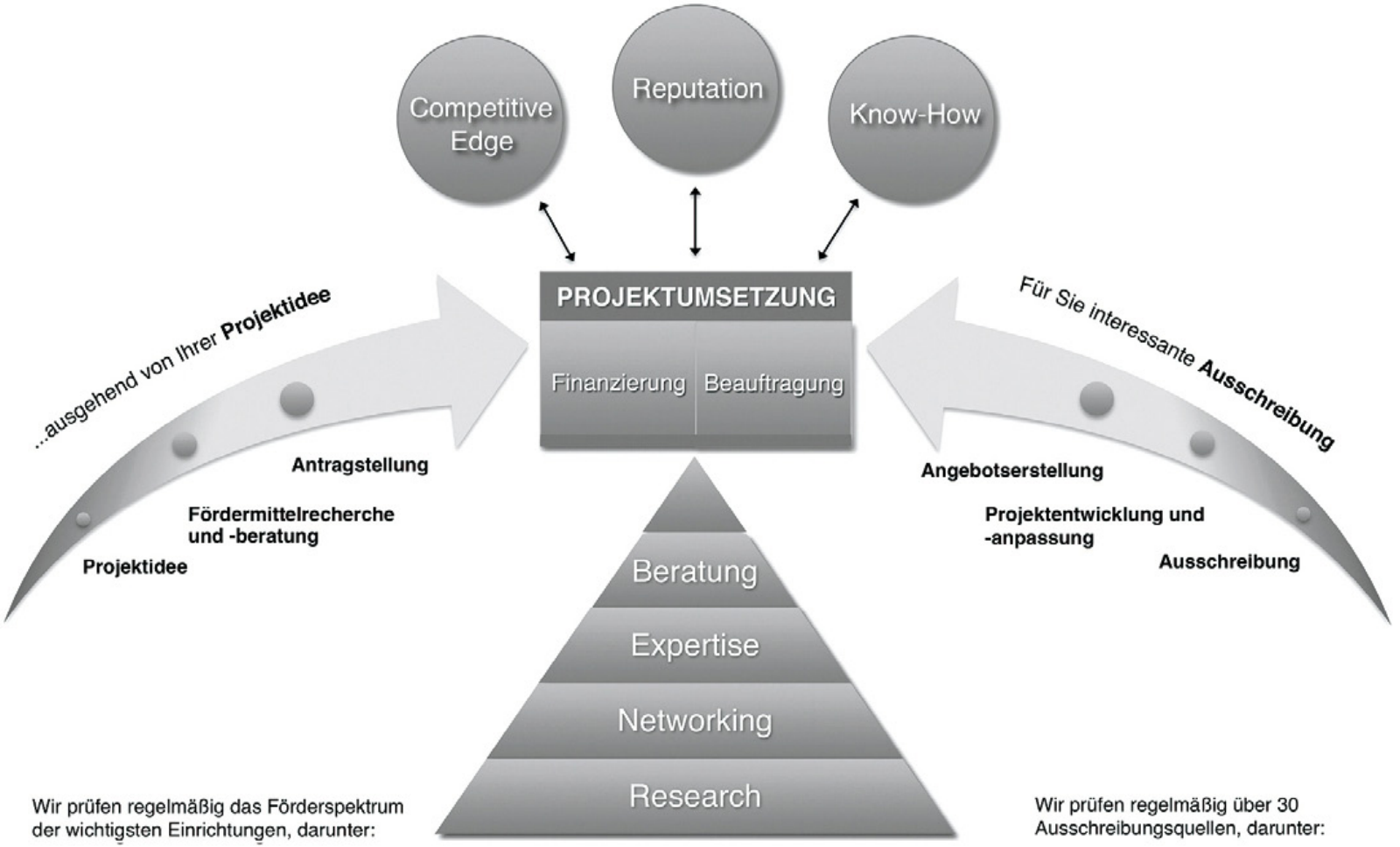
**Wir sind M&A-Experten und Strategieberater für Bildungsunternehmen.
Unsere Schwesterfirma EDUCATIONPROJECTS begleitet Bildungsunternehmen und Bildungsprojekte operativ.**

Leistungsspektrum EDUCATIONPARTNER-Gruppe

Unternehmerische Partnerschaft, Kooperation	Research europaweit und international	Beratung zur Steuerung und Optimierung
• Beteiligung an Bildungsunternehmen	• Bildungsmarktanalysen international	• Steuerung von Bildungsunternehmen
• Partnersuche für Finanzierung	• Ausschreibungsscanning international	• Steuerung von Bildungsprojekten
• Partnersuche für Kooperation	• Fördermittelrecherchen europaweit	• Fördermittel- und Ausschreibungsmanagement

Leistungsbausteine bei EDUCATIONPROJECTS können einzeln gebucht, kombiniert oder bis zum „Full Service“-Paket ausgebaut werden.

EDUCATIONPROJECTS – Der Weg zum Projekt

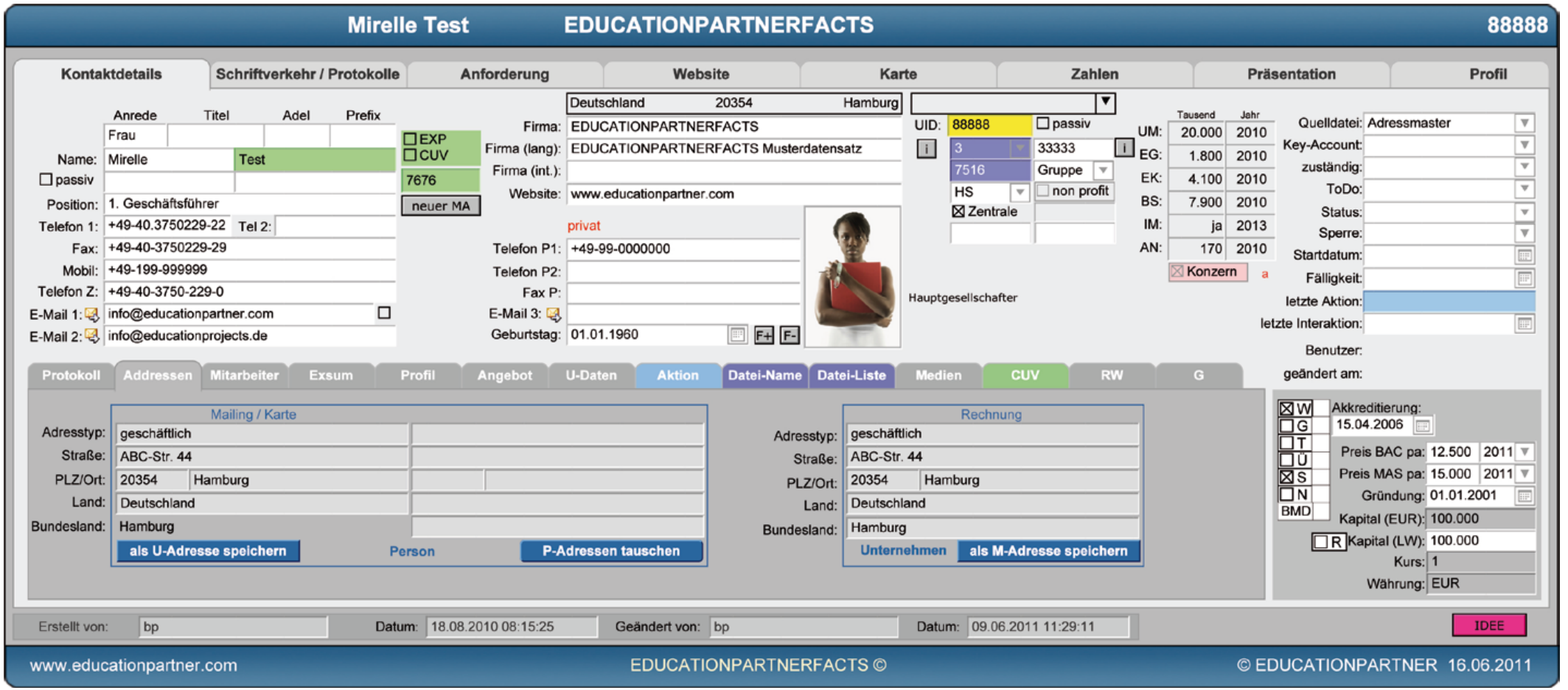


Wir prüfen regelmäßig das Förderspektrum der wichtigsten Einrichtungen, darunter:

Wir prüfen regelmäßig über 30 Ausschreibungsquellen, darunter:

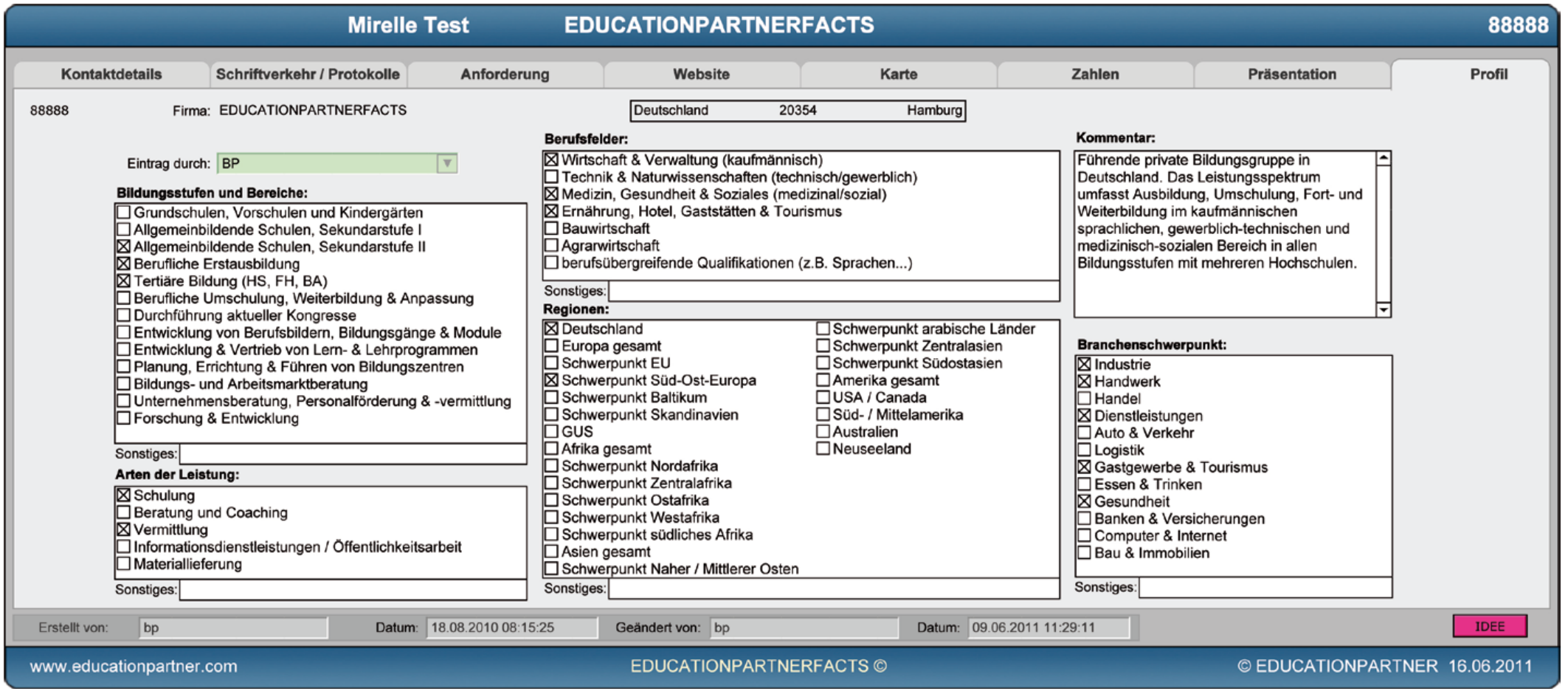
„EDUCATIONPARTNERFACTS“

Die Bildungsträgerdatenbank (Musteraufbau „Kontaktseite“)



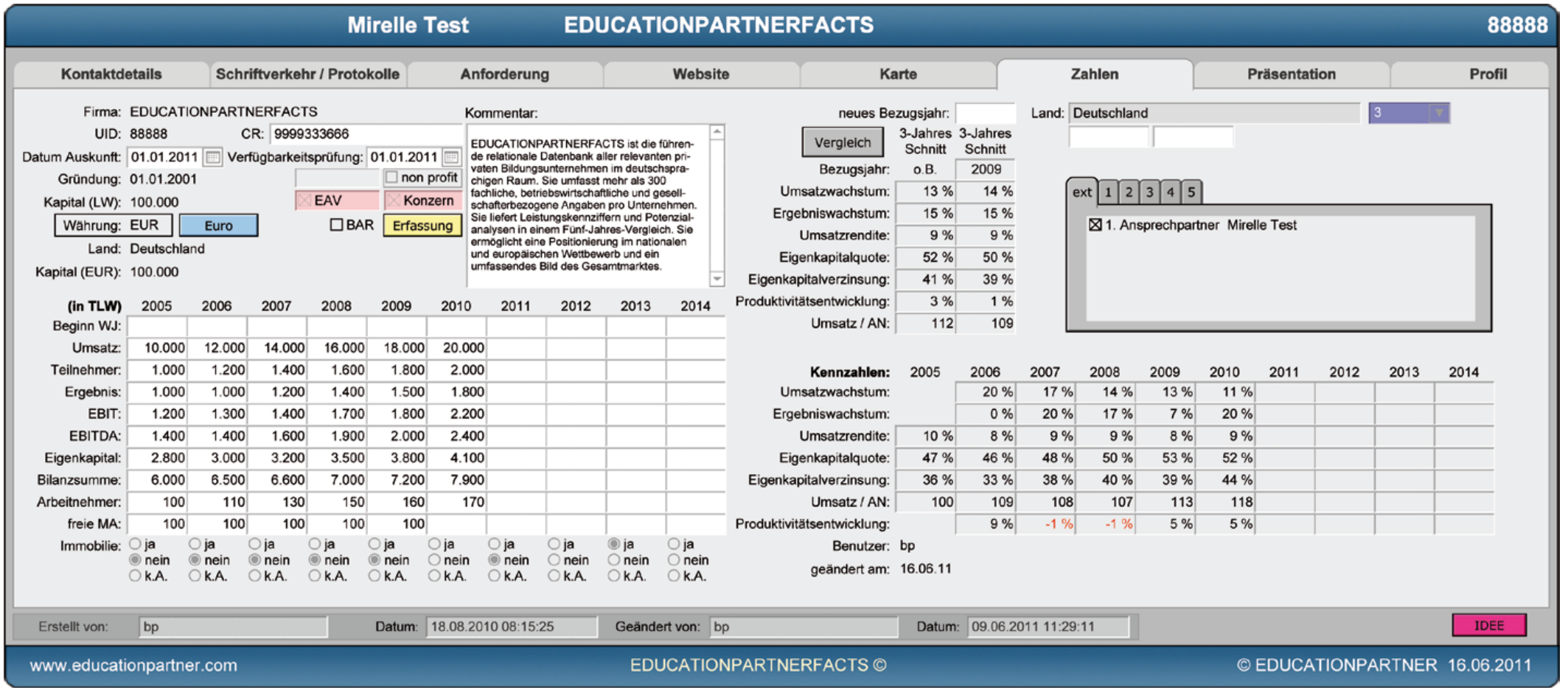
„EDUCATIONPARTNERFACTS“

Die Bildungsträgerdatenbank (Musteraufbau „Profilseite“)



„EDUCATIONPARTNERFACTS“

Die Bildungsträgerdatenbank (Musteraufbau „Kennziffernseite“)



Erfolgsindikatoren EDUCATION Business

- Breites Angebotsspektrum für den gesamten Bildungsbedarf von Studierenden / Unternehmen / öffentlichen Auftraggebern
- Eigenes inhaltliches Profil mit hoher fachlicher Kompetenz
- Hoher Bekanntheitsgrad und großes Kontaktnetzwerk
- Etablierte und dauerhafte Kundenbeziehungen
- Kompetenzgarantien (Zertifikate, Verbandsintegration, Netzwerke)
- Alleinstellung / Marktdominanz bei Nischenprodukten
- Bildungsangebot international satisfaktionsfähig / verwertbar
- Inhaltlicher und wirtschaftlicher Zusatznutzen (blended learning, ...)
- Preiswürdigkeit / Finanzierbarkeit
- Lokale / regionale Nähe und Praktikumsabsicherung
- Ergänzende Dienstleistungen (Vermittlung, Beratung, Finanzierung, Übernahme von PE-Funktionen)

SWOT-Analyse im Kundenauftrag

Strenghts

- Synergien zwischen Firmentöchtern (Content, Kosten- und Prozessoptimierung)
- Internationales, breit aufgestelltes Angebot mit entsprechenden Referenzen
- Qualität der Bildungsangebote überzeugt
- Ausbildungsdurchgängigkeit bis zur Hochschule
- Erfahrene Bildungsprofis in Führungsmannschaft
- Internationaler Dozenten- und Trainerpool
- Flexible, „kostenbewusste“ schlanke Struktur
- Ergebnisorientiert

Weaknesses

- Cross selling im Verbund ausbaufähig
- Integrationsaufwand neuer Unternehmen versus Akquiseaufwand neuer Beteiligungen
- Unterbesetzung Gruppensteuerung
- Unzureichende Vernetzung
- Know-how-Transfer und Produktentwicklung noch zu wenig genutzt

Opportunities

- Privatisierung von Bildungsangeboten nimmt zu
- Effizienzsteigerung durch Vernetzung, zentrale Querschnittsfunktionen
- Produktentwicklungspotenzial in der Gruppe
- Trend zum Studium
- Hochschul-Filialisierung (international)
- Positionierung als Systemanbieter
- Weiterbildungsmarkt wächst – Lifelong learning
- Entwicklung Qualitätssiegel (Produkte, Service, Marktauftritt)

Threats

- Rückfall in staatliche Regulierung des Bildungsmarktes
- Politische Rahmenbedingungen für Internationalisierung
- Engpass Fachpersonal
- Negative wirtschaftliche Entwicklung
- Internationale Wettbewerber
- Innovationstempo

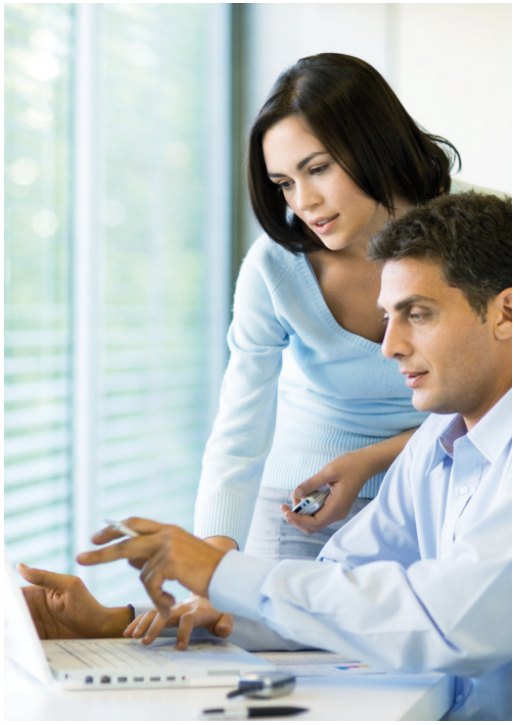
Internationalisierung (Bildungsexport)

- **Exportbarrieren fallen, Markteintritt internationale Anbieter**
- Forcierung beruflicher Bildung durch internationale Geber (Fördermittel, Gesetze)
- Unter 20% der deutschen Weiterbildungsträger bieten ihre Produkte derzeit international an
- Internationale Aktivitäten eher spontan („Follow your client“ oder Fördergelder)
- Inhaltliche Schwerpunkte: Deutsch für Ausländer, interkulturelle Trainings, Fach- und Produktschulungen, Internationales Projektmanagement
- **Wachstumserwartungen beim Export von Bildung steigen seit drei Jahren**
- Osteuropa und Asien sind chancenreiche Auslandsmärkte; Indien und Naher Osten folgen
- Bei Managerausbildung sind deutsche Anbieter angesehen
- Guter Ruf der deutschen Berufsbildung öffnet Türen im Ausland
- **Netzwerke und Kooperationen erleichtern wirtschaftlichen Erfolg**
- Finanzierungen erschließen ist aufwendig, aber möglich
- Privatwirtschaftliche Finanzierungen stehen im Vordergrund
- Bildungsdienstleistungen im Ausland vergleichsweise rentabel

SWOT-Analyse eines exportierenden Bildungsunternehmens
(exemplarisch)

Externe Faktoren / Interne Faktoren	**Chancen (Opportunities)**	**Risiken (Threats)**
	1. zunehmendes globales Bildungsbewusstsein 2. BRIC-Wachstum 3. deutsche Exporteure	1. Rückgang des Binnenmarktes 2. geringe Fördermittel 3. neue ausländische Konkurrenz
Stärken (Strengths) 1. Reputation von „Training – Made in Germany" 2. Qualitätsniveau in der Leistungserstellung 3. Motivation, Mitarbeiter	SO-Strategien ► Mit bestehenden deutschen Kunden ins Ausland ► Neue Bildungsprodukte für BRIC-Staaten entwickeln	ST-Strategien ► Erhöhung der Vertriebsanstrengungen zur Abwehr der ausländischen Konkurrenz ► Stärkere Ausrichtung an den internationalen Anforderungen ► Wirtschaftlichkeit des Angebots in den Fokus
Schwächen (Weaknesses) 1. Managementkapazität/ -fähigkeit 2. geringe Liquiditätsreserven	WO-Strategien ► Unternehmenspool Export von Bildung für Russland ► Entwicklungskooperation mit Bildungsträgern in Indien ► Internationalisierung der Webseite	WT-Strategien ► Drastische Erhöhung des Marketing-Etats ► Unrentable Aktionen im Heimmarkt beenden ► Weiterbildung der Exportmitarbeiter forcieren

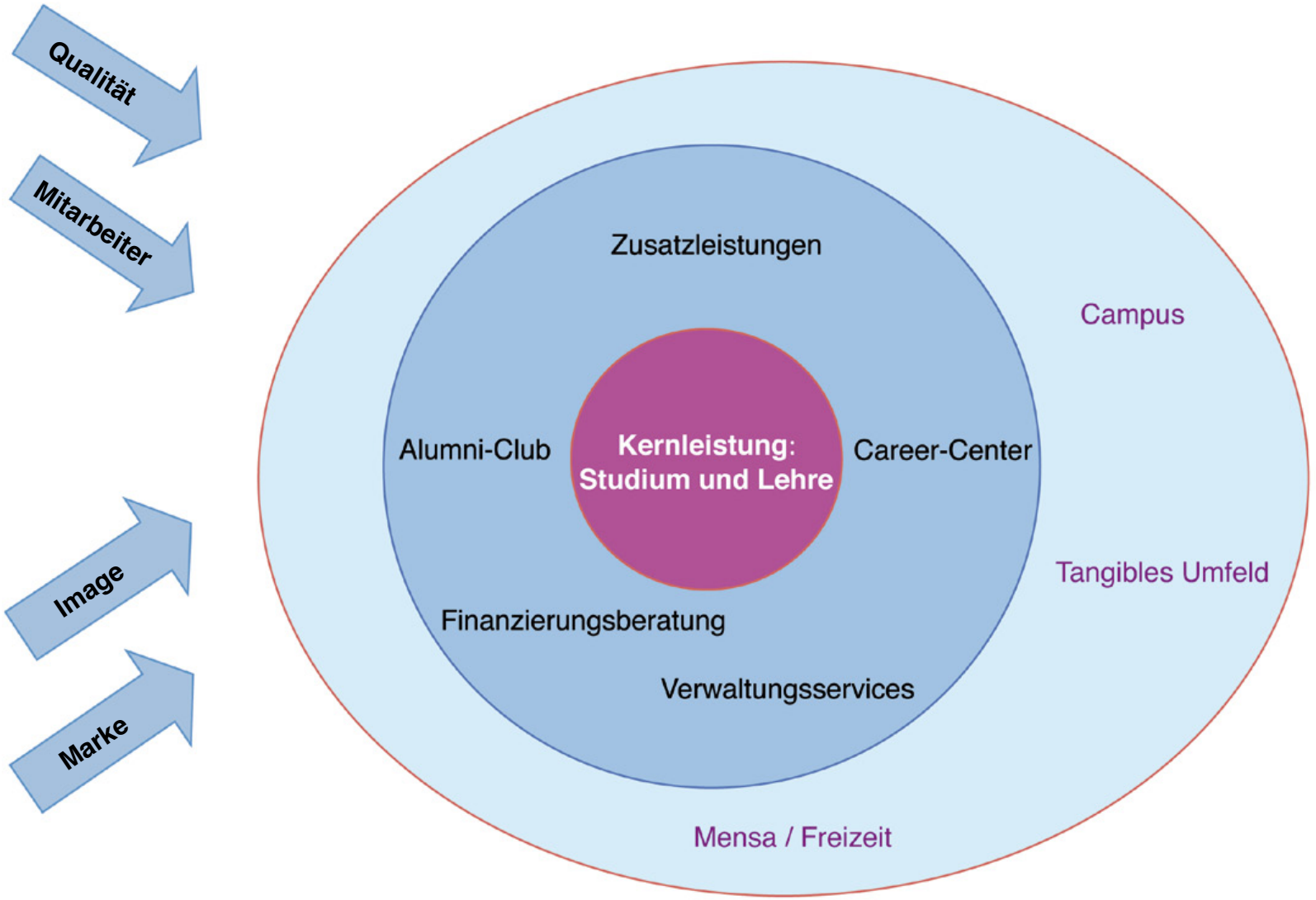
EDUCATIONMarketing
(am Beispiel einer Hochschulberatung)



- **Vision (perspektivisch) und Handlungsplan (kurzfristig)**
- **Ausgangssituation**
  - ★ Studierende und Alumni
  - ★ Wirtschaft
  - ★ Region
  - ★ Öffentlichkeit
  - ★ Internationalität
- **Wettbewerbsanalyse / USP**
- **Handlungsfelder und Projekte**
  - ★ Studierendenmarketing z.B. Internet, Anzeigen, Flyer, Präsentationen, Angebote, Schulkontakte
  - ★ Vernetzung mit der Wirtschaft und Region
    z.B. Existenzgründung, IHK, Veranstaltungen, Messen, Kultur
  - ★ Namensgebung
  - ★ (Inter-)nationale Vernetzung z.B. Auslandsmessen, DAAD, internationales Alumni-Netzwerk
- **Interne Anpassungen**
  - ★ Corporate Design, Pressedienst
  - ★ Merchandising

EDUCATIONBUSINESS Hochschulmanagement

Leistungen für Studierende (Beratungsbeispiel)



EDUCATIONPARTNER Research:

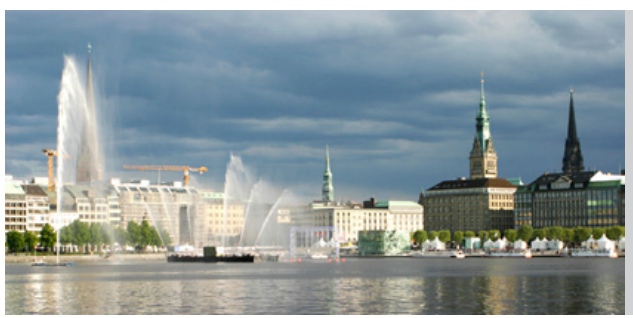
Private Hochschulen in Deutschland (Auszug Entwicklungsübersicht)

	31.10.11			private Hochschulen ohne Berufsakademien (Auszug)	Studienangebot *2)						Abschlüsse*3)		copyright EDUCATIONPARTNER www.educationpartner.com										Wachstumsranking 2007-10		
	Bundesland (D)	HS Status HS=Fern-H E = (tlw.) englisch		Private Hochschulen (D)	W	G	T	Ü	S	N	B M D H	UID	Gruppe	Stud- insg. WS 06/07	davon Deutsche	davon Ausländer	Ausländer %	Stud- insg. WS 09/10	davon Deutsche	davon Ausländer	Ausl. %	Entw. Insg 07-10	davon Deutsche	< 30% < 50% > 50%	davon Ausländer
1	Hessen	HSE		accadis Hochschule Bad Homburg	W						M	08598	accadis	196	183	13	7%	467	438	29	6%	138%	139%		123%
1	Nordrhein-Westfalen	HSE		Intern. FH (IFH) Bad Honnef-Bonn	W		T				M	00002	Career	1.159	1.104	55	5%	1.522	1.097	425	28%	31%	-1%		673%
1	Thüringen	HS		Adam-Ries-Fachhochschule Erfurt	W		T			N	B	04801	Career	0	0	0		101	100	1	1%				
1	Hessen		HS	Diploma Campus Kassel	W	G				N	M	00005	B Blindow	2.575	2.489	86	3%	3.644	3.513	131	4%	42%	41%		52%
1	Sachsen	HS		Diploma Campus Kassel (Vogtländische FH Plauen)	W						B	08686	B Blindow	246	240	6	2%	55	46	9	16%	-78%	-81%		50%
1	Hessen		HS	Diploma Campus Sooden Allendorf	W	G				N	M	00005	B Blindow	464	446	18	4%	440	425	15	3%	-5%	-5%		-17%
													B Blindow	3.285	3.175	110	3%	4.139	3.984	155	4%	26%	25%	Gruppe	41%
1	Berlin	HS		bbw Hochschule Berlin	W					N	B	01477	BBW Berlin	0	0	0		355	333	22	6%				
1	Hamburg	UNI		Helmut-Schmidt Uni BW Hamburg	W	G				N	M		Bundeswehr	2.408	2.353	55	2%	3.092	3.050	42	1%	28%	30%		-24%
1	Bayern	UNI		HS der Bundeswehr BW München	W	G				N	M		Bundeswehr	3.215	3.149	66	2%	3.835	3.772	63	2%	19%	20%		-5%
													Bundeswehr	5.623	5.502	121	2%	6.927	6.822	105	2%	23%	24%	Gruppe	-13%
1	Hamburg	HS		AMD Campus Berlin					S		B	00065	COGNOS	23	22	1	4%	126	122	4	3%	448%	455%		300%
1	Hamburg	HS		AMD Campus Düsseldorf					S		B	00065	COGNOS	0	0	0		142	123	19	13%				
1	Hamburg	HS		AMD Campus Hamburg					S		B	00065	COGNOS	99	93	6	6%	224	209	15	7%	126%	125%		150%
1	Hamburg	HS		AMD Campus München					S		B	00065	COGNOS	0	0	0		158	147	11	7%				
													COGNOS	122	115	7	6%	650	601	49	8%	433%	423%	Gruppe	600%
1	Hamburg	HS		Fresenius Campus Hamburg	W	G	T	Ü		N	M	06632	COGNOS	0	0	0		412	395	17	4%				
1	Hessen	HS		Fresenius Campus Idstein	W	G	T	Ü		N	M	00012	COGNOS	940	919	21	2%	1.201	1.126	75	6%	28%	23%		257%
1	Nordrhein-Westfalen	HS		Fresenius Campus Köln	W	G	T	Ü		N	M	06632	COGNOS	996	952	44	4%	1.190	1.146	44	4%	19%	20%		0%
1	Sachsen	HS		Fresenius Campus Zwickau	W	G	T	Ü		N	M	06632	COGNOS	67	67	0	0%	104	104	0	0%	55%	55%		
1	Bayern	HS		Fresenius Campus München	W	G	T	Ü		N	M	06632	COGNOS	0	0	0		162	157	5	3%				
													COGNOS	2.003	1.938	65	3%	3.069	2.928	141	5%	53%	51%	Gruppe	117%
1	Schleswig-Holstein		HS	AKAD, FH Pinneberg (Priv. Fern-FH für Berufstätige)	W			Ü		N	M	00186	Cornelsen	2.064	2.029	35	2%	1.816	1.779	37	2%	-12%	-12%		6%
1	Baden-Württemberg		HS	AKAD, FH Stuttgart (Priv. Fern-FH für Berufstätige)	W			Ü		N	M	00186	Cornelsen	2.443	2.329	114	5%	2.136	2.013	123	6%	-13%	-14%		8%
1	Baden-Württemberg		UNI	AKAD, Wissenschaftl. HS Lahr (Priv. Fern-H für Berufstätige)	W						M	07481	Cornelsen	378	368	10	3%	397	385	12	3%	5%	5%		20%
1	Sachsen		HS	AKAD, Die Privat-Hochschulen FH Leipzig (Priv. FernFH)	W			Ü		N	M	07214	Cornelsen	1.337	1.288	49	4%	1.345	1.297	48	4%	1%	1%		-2%
													Cornelsen	6.222	6.014	208	3%	5.694	5.474	220	4%	-8%	-9%	Gruppe	6%
...	...	...		...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
					89	41	16	38	9	49			gesamt	private HS	66.995	62.123	4.872	7%	103.907	95.746	8.161	8%	55%	54%		68%
Abschlüsse		Studienangebot											Gruppen	private HS	35.998	34.558	1.440	4%	54.419	52.138	2.281	4%	51%	51%		58%
B	Bachelor	Wirtschaft, Recht, Verwaltung, Politik (kaufmännisch)			W								gesamt	staatliche HS	1.912.450	1.670.953	241.497	13%	2.017.283	1.780.668	236.615	12%	5%	7%		-2%
M	Master	Medizin, Gesundheit, Sport, Soziales (medizinisch, psycho, sozial, pädagogisch)				G							gesamt	alle HS	1.979.445	1.733.076	246.369	12%	2.121.190	1.876.414	244.776	12%	7%	8%		-1%
D	Promotion	Agrarwirtschaft, Ernährung, Hotel, Gaststätten & Tourismus					T																		...	
H	Habilitation	berufsübergreifende Qualifikation (Sprachen, Kultur, Medien)						Ü					...													
Eigenberechnungen und statistische Werte ohne Gewähr		Sonstige							S																	
		Technik, Naturwissenschaften, Bauwesen (technisch/gewerblich)								N																

EDUCATIONPARTNER GmbH & Co KG
D-20354 Hamburg
ABC-Str. 44-46

Tel. : +49-40-3750 229 – 0
Fax: +49-40-3750 229 – 29

info@educationpartner.com
www.educationpartner.com



FOR SUCCESSFUL EDUCATION BUSINESS