



FIT DURCH FORTBILDUNG

Zukunft durch Qualifizierung

WEITERBILDUNGSATLAS
Baden-Württemberg

2009



www.fortbildung-bw.de

Gefördert aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds
und des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg



Baden-Württemberg
WIRTSCHAFTSMINISTERIUM



Weiterbildung ist im Trend – Immer mehr und auch immer ältere ArbeitnehmerInnen profitieren von Weiterbildungsmaßnahmen. Nach Ergebnissen einer Umfrage des Deutschen Industrie- und Handelskammertags unter Weiterbildungsabsolventen wirkt sich die Qualifizierung bei den meisten Beschäftigten positiv auf die Karriere aus. Vielfältige Maßnahmen des Staates und privater Initiativen zeigen verstärkt Wirkung: Weiterbildung wird immer mehr zum festen Bestandteil des Berufslebens. Eine forsa-Studie von 2009 belegt: Personalchefs sehen Beschäftigte in punkto berufsbegleitender Weiterbildung in der Pflicht, sind aber gleichzeitig bereit, privates Weiterbildungsengagement zu unterstützen und zu honorieren. Ob trotz oder gerade wegen der Wirtschaftskrise, Personalverantwortliche in deutschen Unternehmen planen für das Jahr 2009 keine gravierenden Kürzungen ihrer Weiterbildungsetats. Zwölf Prozent der Betriebe mit mehr als 150 Beschäftigten wollen in diesem Jahr sogar mehr Geld in die Qualifizierung stecken.

Neben dem Stimmungsbild auf Kundenseite – potentieller Teilnehmender an beruflicher Fortbildung und Unternehmen – ist es jedoch auch bedeutsam die Entwicklung auf der Anbieterseite zu beobachten. Transparenz in diesem Bereich ist wichtig, um einen leistungsfähigen Weiterbildungsmarkt zu erhalten und fortzuentwickeln. Seit dem Jahr 2003 haben daher die Regionalbüros für berufliche Fortbildung über Umfragen die Profile der Anbieter untersucht.

Im vorliegenden „Weiterbildungsatlas“ wurden die Daten aus der Umfrage bei baden-württembergischen Weiterbildungseinrichtungen vom Januar/Februar 2009 aufgearbeitet und mit den Ergebnissen der Vorjahre verglichen. Die Studie bietet neben einer Bestandsanalyse wichtige Hinweise auf sich anbahnende Entwicklungen. Für die Weiterbildungseinrichtungen, ihre Beschäftigten und die an Weiterbildung Interessierten ist sie damit eine wertvolle Informationsquelle.

Einleitung	5
Warum einen Weiterbildungsatlas?	5
Was sind die Ziele?	6
Wie wurde gefragt?	6
Hinweise zum Verständnis	7
Abkürzungen	7
Umfrageergebnisse	8
Struktur der Weiterbildungseinrichtungen	8
Struktur der Kundinnen und Kunden	12
Struktur des Angebots	15
Qualitätsmanagement	21
Herausforderungen der nächsten Jahre	21
Zusammenhänge zwischen Gesamtumsatz und anderen Merkmalen	23
Zusammenhänge zwischen Umsatzerwartungen und anderen Merkmalen	25
Wichtigste Ergebnisse	26
Zusammenfassung und Perspektiven	26

Warum einen Weiterbildungsatlas?

Die Arbeitswelt befindet sich weltweit im Umbruch. Umso entscheidender ist es deshalb für ein rohstoffarmes Land wie Baden-Württemberg, in gut qualifiziertes Fach- und Führungspersonal zu investieren. Es ist die wichtigste Ressource und ein bedeutender Erfolgsfaktor im internationalen Wettbewerb. Die Innovationsfähigkeit einer Region kann sich nur dann optimal entfalten, wenn dort auch ein entsprechendes Potenzial hoch qualifizierter Arbeitskräfte zur Verfügung steht. Weiterbildung ist das Fundament für die zukunftsorientierte Entwicklung unserer Wirtschaft.

Nachhaltige berufliche Befähigung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ist nur durch Aktualisierung, Vertiefung und Erweiterung der beruflichen Kompetenzen sicherzustellen. Hier übernimmt die Weiterbildung wichtige Funktionen: Sie sichert Arbeitsplätze, Einkommen und schafft Aufstiegsmöglichkeiten für die Beschäftigten. Sie ist daher Voraussetzung für Erhalt und Erhöhung der Attraktivität des Standortes Deutschland, sowohl für Beschäftigte als auch für Unternehmen.

Ein hochwertiges Qualifizierungsangebot in Baden-Württemberg sichert und stärkt die Wettbewerbsfähigkeit der ansässigen Betriebe und trägt entscheidend zum wirtschaftlichen Image der Region bei. Neben der beruflichen Qualifizierung unterstützt ein vielfältiges Weiterbildungsangebot die Bürgerinnen und Bürger in ihrer persönlichen Entfaltung in allen Lebensbereichen und gewährleistet Lebensqualität in der Region.

Als Antwort auf diese Herausforderungen bieten die Arbeitsgemeinschaften für berufliche Fortbildung ein differenziertes Qualifikationsprogramm an und ermöglichen einen Überblick über das breite Angebot an Weiterbildungsmöglichkeiten in Baden-Württemberg.

Für Transparenz auf dem Weiterbildungsmarkt sorgt zum einen die Kursdatenbank unter www.fortbildung-bw.de. Die Datenbank ist eine umfassende Informationsquelle zur beruflichen Weiterbildung in Baden-Württemberg. Die Arbeitsgemeinschaften für berufliche Fortbildung und deren Regionalbüros schaffen zum anderen mit Bildungsmarketing, Qualitätsentwicklung und dem Weiterbildungsatlas eine regionale Bildungsinfrastruktur, die Weiterbildungsnachfragende und Weiterbildungseinrichtungen passgenauer und schneller als bisher zusammenführt.

Nachdem im Jahr 2006 zunächst die Mitglieder der Arbeitsgemeinschaften für berufliche Fortbildung in den Regionen Nordbaden, Nordschwarzwald, Neckar-Alb und Neckar-Fils befragt wurden, fand 2007 erstmals eine landesweite Befragung der Mitglieder in Baden-Württemberg statt. Mit dem Weiterbildungsatlas 2009 wurde durch das Einbeziehen von Bildungseinrichtungen, die nicht Mitglied in den Arbeitsgemeinschaften sind, die Datenbasis nochmals erweitert. Außerdem wurde mit dem Fragekomplex „Programmentwicklung/Innovation“ ein Schwerpunkt gesetzt.

Mit dem Atlas soll über Jahre hinweg die Entwicklung des gesamten Weiterbildungsmarktes in Baden-Württemberg verfolgt werden, um daraus langfristig die Qualität des Weiterbildungsangebotes im Land zu sichern.

Verantwortlich für das Projekt sind die Leiterinnen der Regionalbüros in Karlsruhe, Mannheim und Esslingen sowie der Leiter des Regionalbüros in Ulm.

Was sind die Ziele?

Mit dem aktuellen Weiterbildungsatlas soll in den Weiterbildungseinrichtungen der Trend der letzten drei Jahre bezüglich der Struktur des Personals, Umsatzes und Angebots aber auch der Kundinnen und Kunden, sowie der Programmentwicklung aufgezeigt werden. Der Atlas gibt damit einen Überblick über bzw. einen Ausblick auf die Situation der Weiterbildung in Baden-Württemberg. Er ist in dieser Form einmalig.

Die Mitglieder der Arbeitsgemeinschaften für berufliche Fortbildung erhalten wertvolle Informationen beispielsweise für die Programmentwicklung. Zusätzlich können Marketing und Öffentlichkeitsarbeit bei Bildungsinstitutionen von den Erkenntnissen profitieren.

Wie wurde gefragt?

Von Januar bis Februar 2009 wurden die Mitglieder der 34 Arbeitsgemeinschaften für berufliche Fortbildung und weitere 260 Bildungseinrichtungen im Bereich der beruflichen Weiterbildung befragt.

252 Bildungseinrichtungen haben den Fragebogen beantwortet. Da eine Bildungseinrichtung Mitglied in mehreren Arbeitsgemeinschaften sein kann, erfasst die Befragung mindestens¹ 316 Mitgliedschaften. Landesweit sind 489 Mitglieder aktiv – unter aktiven Mitgliedern sind solche zu verstehen, die aktuell² Kurse in die Datenbank unter www.fortbildung-bw.de eingegeben haben. Demnach haben sich 52% der aktiven Mitgliedsunternehmen an der Befragung beteiligt. Die Rücklaufquote bei den 260 Bildungseinrichtungen, die nicht Mitglied einer Arbeitsgemeinschaft sind, lag dagegen bei nur 5%.

Soweit sinnvoll, sind die Ergebnisse aus der Befragung von 2007 zum Vergleich mit eingeflossen.

Hinweise zum Verständnis

Die Europäische Kommission teilt kleinere und mittlere Unternehmen (KMU) in drei Größenklassen (Kleinstunternehmen, kleine Unternehmen und mittlere Unternehmen) ein. Die Größenklassen orientieren sich an der Mitarbeiterzahl und dem Jahresumsatz bzw. der Jahresbilanzsumme. Wie im vorherigen Atlas werden die Weiterbildungseinrichtungen dagegen in folgende Größenklassen eingeteilt:

Übersicht Größenklassen

Unternehmensgröße	Umsatz
Sehr kleine	≤ 10.000 €
Kleine	10.001 € – 100.000 €
Mittlere	100.001 € – 1.000.000 €
Große	1.000.001 € – 10.000.000 €
Sehr große	> 10.000.000 €

Die nachfolgenden Ausführungen beziehen sich immer auf Bildungseinrichtungen, die an der Befragung teilgenommen haben.

Abkürzungen

Im Text finden sich folgende Abkürzungen:

Arge: Arbeitsgemeinschaft für berufliche Fortbildung

Tsd.: Tausend

Mio.: Millionen

Struktur der Weiterbildungseinrichtungen

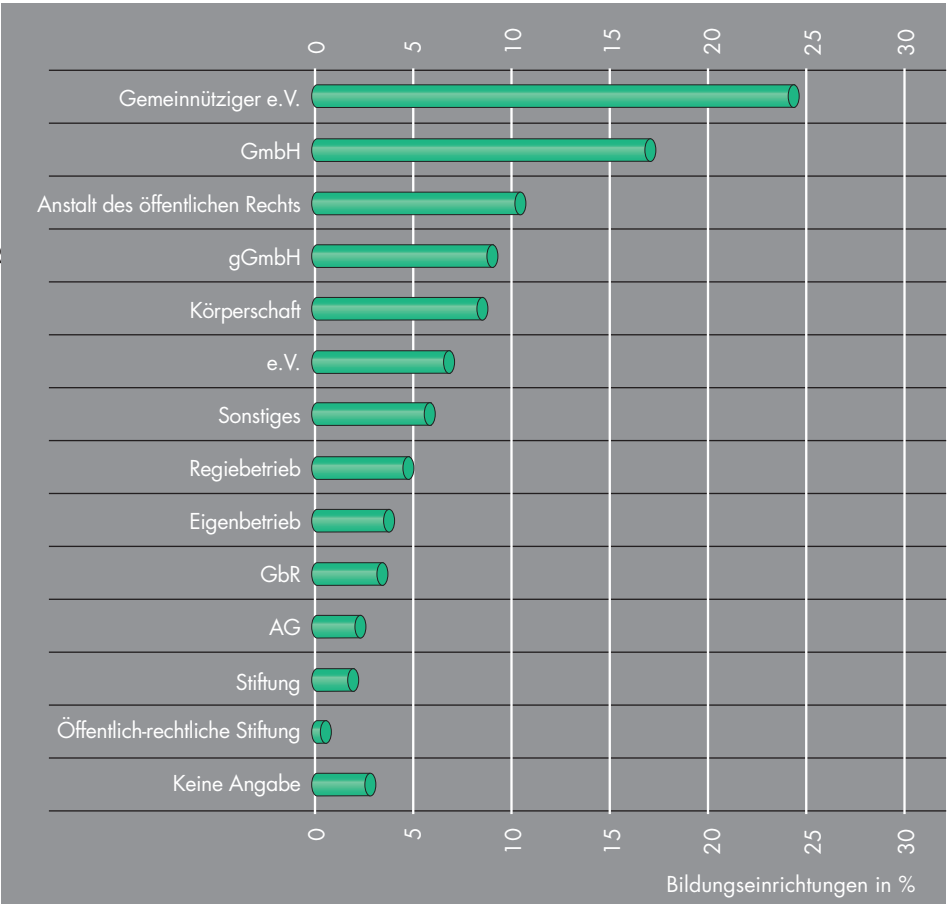
Es wurde nach den Kriterien Arge-Mitgliedschaft, Trägerschaft, Rechtsform, Personal- sowie Umsatzstruktur gefragt.

Von den insgesamt 252 Bildungseinrichtungen, die den Fragebogen beantwortet haben, sind 95% in einer oder mehreren Argen vertreten.

Trägerschaft und Rechtsform

53% der Befragten arbeiten in privatrechtlicher, 41% in öffentlich-rechtlicher Trägerschaft, 6% machten keine Angabe.

In welcher Rechtsform arbeitet Ihre Institution?



Datenbasis = 252

Die Frage nach der Rechtsform wurde erstmals gestellt. 34% sind als gemeinnütziger Verein oder gGmbH organisiert, 19% Körperschaft oder Anstalt des öffentlichen Rechts. Die übrigen sind kommerziell ausgerichtet.

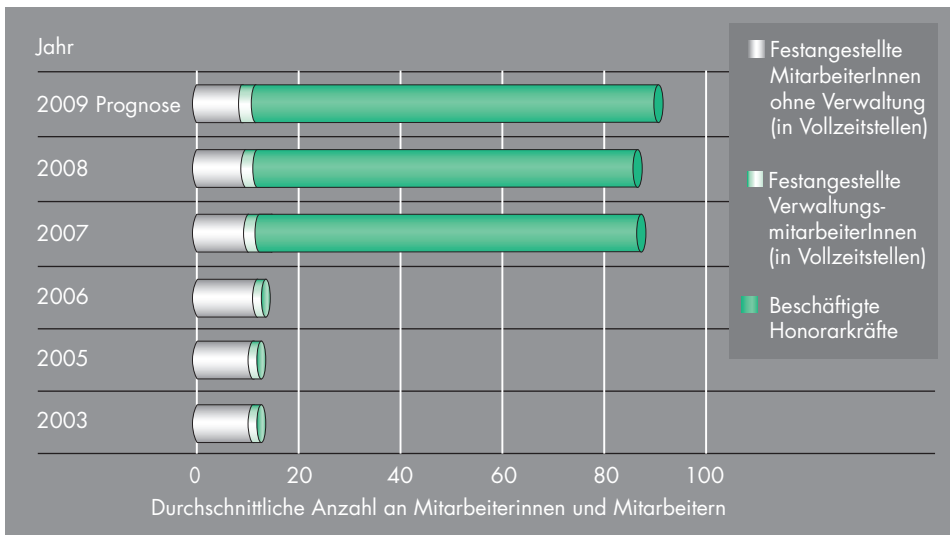
Fazit:

Mehr als die Hälfte der Mitglieder der Argen sind immer noch überwiegend gemeinnützig bzw. öffentlich-rechtlich organisiert³. Laut Wbmonitor⁴ von 2007 arbeiten deutschlandweit 40% der Weiterbildungsanbieter als gemeinnützige Organisationen.

Entwicklung der Personalstruktur

Gefragt wurde nach der Entwicklung der Personalstruktur für die Jahre 2007 und 2008 sowie nach einer Prognose für das Jahr 2009 in den folgenden Kategorien (siehe Grafik unten). Die Graphik ist um die Ergebnisse der vorhergehenden Befragungen ergänzt.

Wie viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten in Ihrer Institution?



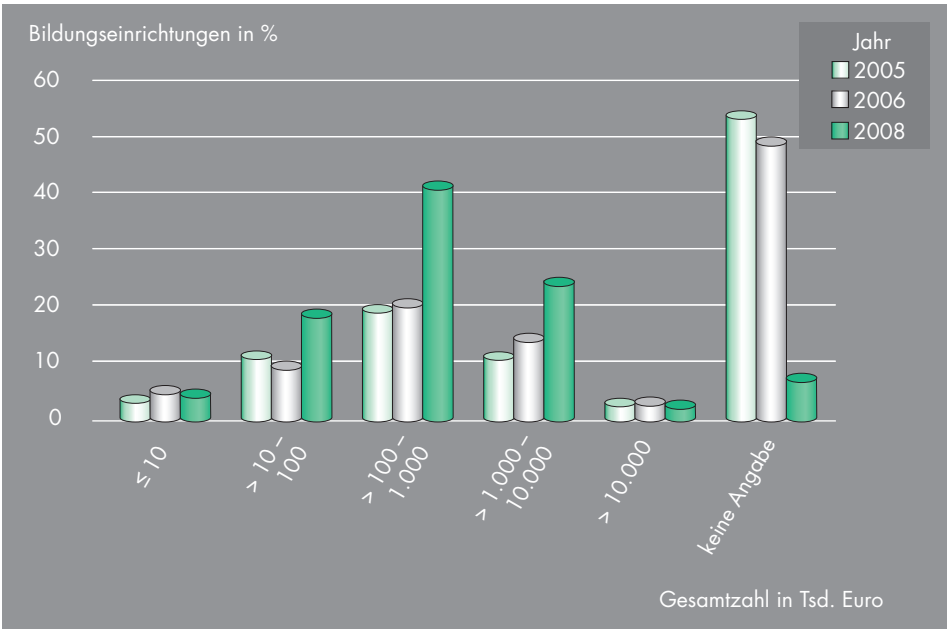
Datenbasis = 252

Die Zahl festangestellter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter⁵ ist seit 2006 geringfügig aber kontinuierlich gefallen, die Zahl der VerwaltungsmitarbeiterInnen ist dagegen in gleichem Maß gestiegen. Aktuell lässt sich keine Veränderung bei der Zahl der Honorarkräfte⁶ verzeichnen.

³ Die Arbeitsgemeinschaften für berufliche Fortbildung waren bei Gründung Zusammenschlüsse ausschließlich öffentlich-rechtlicher Institutionen. ⁴ Wbmonitor Klimaindex 2007, Umfrage vom Bundesinstitut für Berufsbildung, Bonn und Deutsches Institut für Erwachsenenbildung, Bonn, siehe unter www.bibb.de. ⁵ ohne Verwaltung ⁶ Die Zahl der Honorarkräfte wurde in der aktuellen Befragung anders als für die Jahre 2003 – 2006 erhoben.

Umsatzstruktur

Wie hoch war der Gesamtumsatz Ihrer Institution?



Datenbasis = 252

Die Frage nach dem Umsatz wurde von den Institutionen in den vorherigen Befragungen nur sehr zurückhaltend beantwortet. Die aktuelle Befragung gab erstmalig Umsatzkategorien zur Auswahl vor und mehr als 90% der Institutionen haben dies beantwortet. Damit entsteht eine deutlich solidere Datenbasis im Vergleich zu den Vorjahren. 42% der befragten Unternehmen erzielen einen Umsatz zwischen 100.000 bis 1 Mio. Euro, gefolgt von ca. 25% der Einrichtungen, deren Umsatz über 1 Mio. Euro liegt. Danach gehört der überwiegende Teil der Befragten zu den mittelgroßen⁷ Einrichtungen.

Gesamtumsatz und Geschäftsfelder

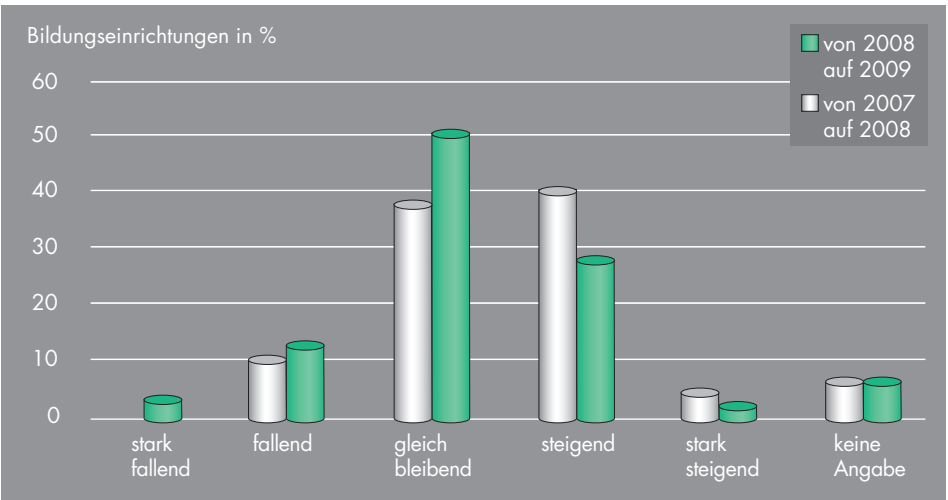
Auf die Frage wie sich der Gesamtumsatz - gefragt wurde nach den Jahren 2007, 2008 und nach einer Prognose 2009 – auf die Geschäftsfelder Ausbildung, Weiterbildung, Beratung und Sonstiges verteilt, gibt es folgende Aussagen: Etwa 60% der Befragten sind überwiegend⁸ in der Weiterbildung tätig. Mehr als 60% haben im Bereich Beratung, etwa 50% im Bereich Ausbildung keine Angebote.

Fazit:

Wie zu erwarten sind die Arge-Mitglieder schwerpunktmäßig in der beruflichen Weiterbildung engagiert. Verschiebungen innerhalb der Geschäftsfelder sind derzeit nicht zu beobachten und werden auch 2009 nicht eingeleitet.

Umsatzentwicklung

Wie hat sich Ihr Umsatz im Bereich Weiterbildung von 2007 auf 2008 entwickelt und wie schätzen Sie die Umsatzentwicklung für 2009 ein?



Datenbasis = 252

Bei 44% der befragten Unternehmen ist der Umsatz von 2007 auf 2008 gestiegen, während 38% gleich bleibende Umsätze verzeichneten.

Für 2009 rechnen nur noch 29% mit einem Wachstum, 50% gehen jedoch davon aus, dass ihre Umsätze stabil bleiben.

Mit fallenden Umsätzen hatten 2008 10% der Befragten zu kämpfen, in 2009 rechnen nur 14% damit. Zum Zeitpunkt der Befragung im Januar 2009 hat sich die Weltwirtschaftskrise nicht auf die Weiterbildung in Baden-Württemberg ausgewirkt.

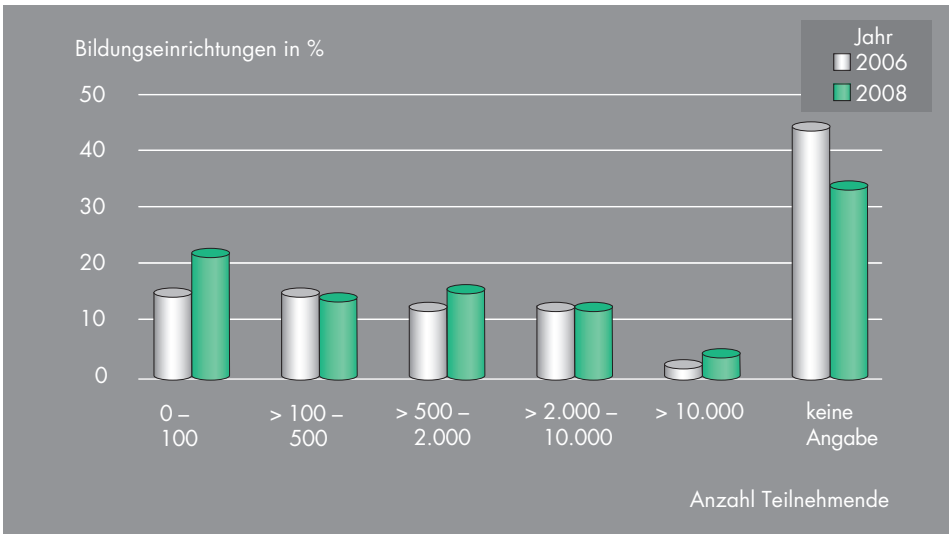
Entwicklung der Nachfrage

Immerhin 39% der Befragten rechnen für Baden-Württemberg mit einem Nachfragezuwachs von 2008 auf 2009, 2% sogar mit einem starken Zuwachs. Ebenfalls 39% gehen von einer gleich bleibenden Nachfrage aus. Angesichts der internationalen Krise fällt die positive Grundstimmung auf, die sich auch in der genannten prognostizierten Umsatzentwicklung widerspiegelt.

Struktur der Kundinnen und Kunden

Die genaue Kenntnis der jeweiligen Ziel- bzw. Kundengruppen ist die Grundlage für ein zielgerichtetes Marketing. Deswegen wurde erneut nach der Kundenstruktur gefragt und dabei nach unterschiedlichen Kundengruppen unterschieden. Es ergibt sich folgendes Bild:

Wie viele Teilnehmende haben Ihre Weiterbildungsveranstaltungen besucht?



Datenbasis = 252

Gegenüber den Werten aus dem Jahr 2006 hat sich zu 2008 keine signifikante Änderung ergeben. Auffallend ist nach wie vor der hohe Anteil an Einrichtungen, der diese Frage nicht beantwortet hat.

Umsatz mit Weiterbildung nach Kundengruppen

Wie setzt sich der Umsatz nach folgenden Kundengruppen zusammen?

Angaben in Prozent vom Umsatz mit Weiterbildung



Datenbasis = 252

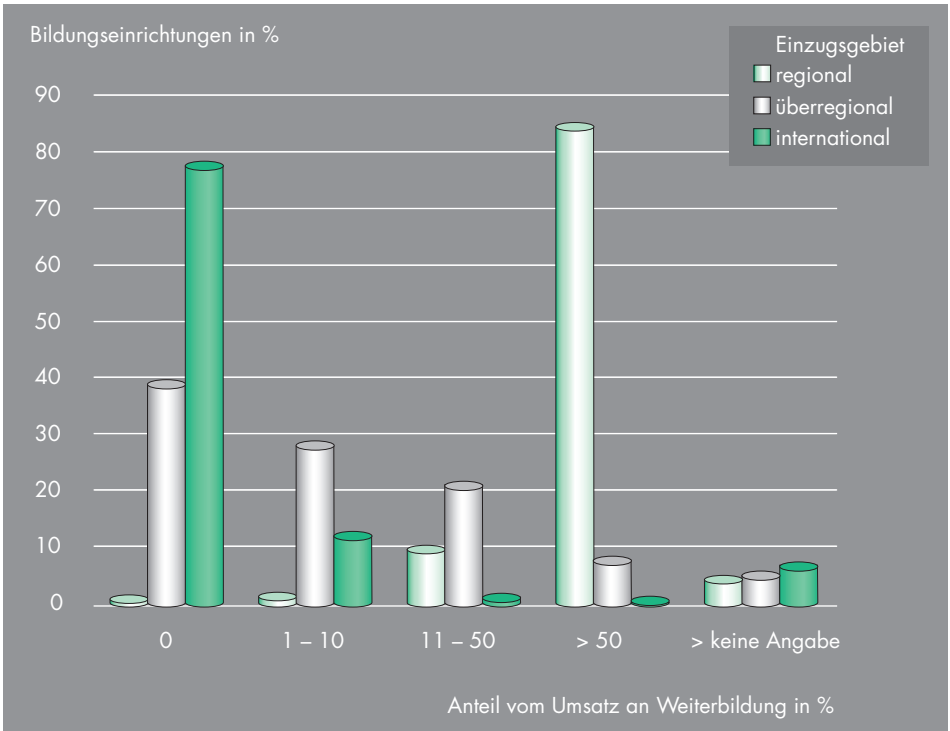
Die Ausrichtung nach Kundengruppen hat sich seit 2007 nicht signifikant verändert, es lassen sich innerhalb der drei Kategorien nur leichte Schwankungen ausmachen.

Dagegen sind zwischen 2006 und 2007 Veränderungen zu beobachten: es wurde mehr Umsatz mit Privatpersonen und Unternehmen gemacht, der mit Förderstellen blieb jedoch annähernd gleich.

Für 2009 geben 22% der Bildungseinrichtungen an (38% in 2005, 34% in 2006), nicht oder kaum mit Unternehmen zusammen zu arbeiten, fast die Hälfte der Befragten (45%) (46% in 2005 und 45% in 2006) arbeitet nicht mit Förderstellen. Dagegen arbeiten 48% der Befragten überwiegend⁹ mit Privatpersonen.

Einzugsgebiet

Woher kamen Ihre Kundinnen und Kunden im Bereich Weiterbildung im Jahr 2008? Angaben in Prozent vom Umsatz im Bereich Weiterbildung



Datenbasis = 252

Fast 80% der Befragten haben keine Kundinnen und Kunden aus dem internationalen Umfeld. Bei etwas mehr als 80% kommen sie überwiegend¹⁰ aus der Region.

Struktur des Angebots

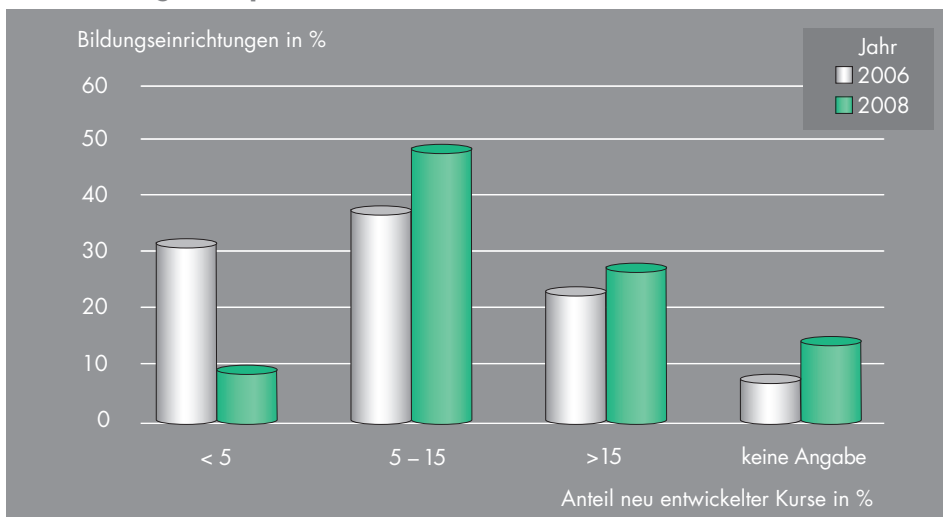
Produktentwicklung und Verhalten am Markt

Die Entwicklung innovativer Produkte hat auch im Bildungsbereich große Bedeutung, ein guter Grund in der aktuellen Befragung darauf einzugehen.

Die Frage ob sie eine systematische Produktentwicklung durchführen, haben 72% der Befragten bejaht. Eine Definition für „Systematische Produktentwicklung“ wurde dabei nicht vorgegeben.

Durchschnittlicher Anteil neuer Kurse

Wie groß ist der durchschnittliche Anteil neu entwickelter Kurse in Ihrem Programm pro Jahr?



Datenbasis = 252

Fast die Hälfte der Befragten (49%, 39% in 2006) nehmen 5 bis 15% neue Angebote pro Jahr in ihr Programm auf, immerhin 28% (22% in 2006) haben mehr als 15% neue Angebote. Eine mögliche Begründung für die steigende Anzahl neuer Kurse ist, dass die Umstellung bei den Zielgruppen (weg von Förderstellen und hin zu privaten Kunden und Kundinnen) zu neuen Angeboten führt.

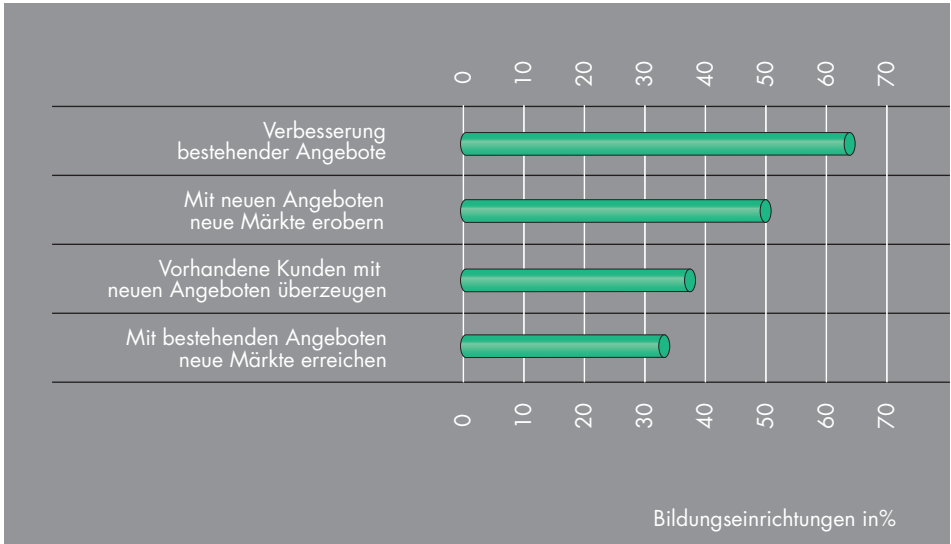
Fazit:

Der Trend zu größerer Marktflexibilität setzt sich fort.

Marktverhalten

Die Bildungseinrichtungen sollten angeben, wie sie mit ihren Angeboten auf dem Weiterbildungsmarkt agieren.

Bitte kreuzen Sie an, welche der folgenden Aussagen am ehesten auf Ihre Institution zutrifft.

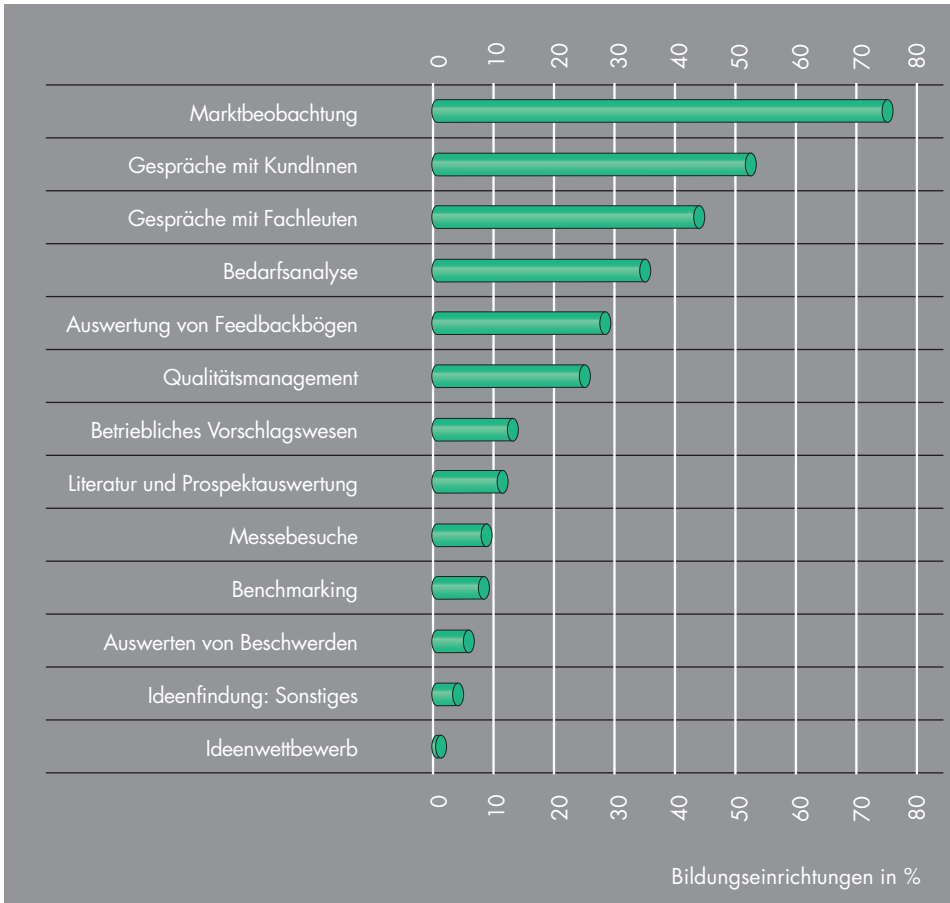


Datenbasis = 252

Entgegen der Vorgaben im Fragebogen haben 74% der Befragten mehrere Antworten ausgewählt, dabei sind keine bevorzugten Kombinationen festzustellen. Das erschwert die Interpretation. Aus der klassischen Marketingsicht heraus ist es überraschend, dass die Alternative „Mit bestehenden Angeboten neue Märkte erreichen“ von vergleichsweise geringer Bedeutung ist (34%). Dies passt zu den oben genannten Ergebnissen, dass der durchschnittliche Anteil neuer Kurse gestiegen ist. Es lässt sich festhalten, dass 64% der Befragten auf die Veränderungen am Markt durch Verbesserung ihres Angebots antworten.

Ideenfindung

Bitte kreuzen Sie die drei wichtigsten Methoden an, die Ihre Institution zur Ideenfindung für neue Produkte nutzt.



Datenbasis = 252

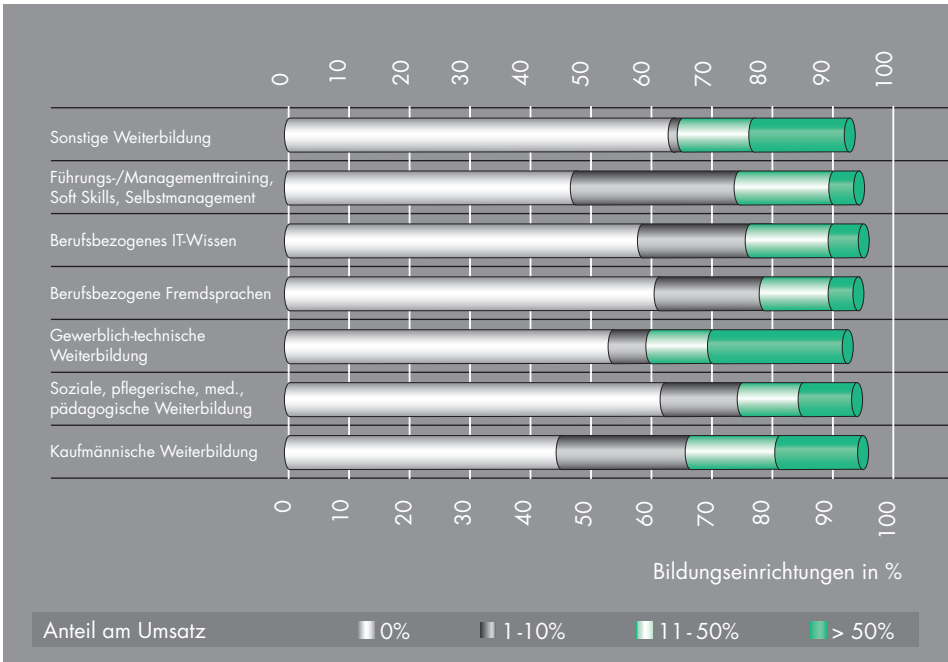
Die Bildungseinrichtungen beobachten ihre Märkte sehr genau, ca. 75% der Anbieter beziehen hier ihre Ideen für neue Produkte. An zweiter Stelle, mit etwas mehr als 50%, rangieren die Gespräche mit den eigenen Kundinnen und Kunden.

Diese Ergebnisse spiegeln auch die Frage nach der Produktpolitik wider. Die Befragten verfolgen zu gleichen Teilen eine Push-Strategie (Orientierung an aktuellen Trends) bzw. eine Pull-Strategie (Orientierung an Kundenwünschen).

Angebotsschwerpunkte

Welche Fachbereiche deckten Sie in Ihrem Programm ab?

Angaben für 2008 und Prognose für 2009 in % vom Umsatz im Bereich Weiterbildung



Datenbasis = 252

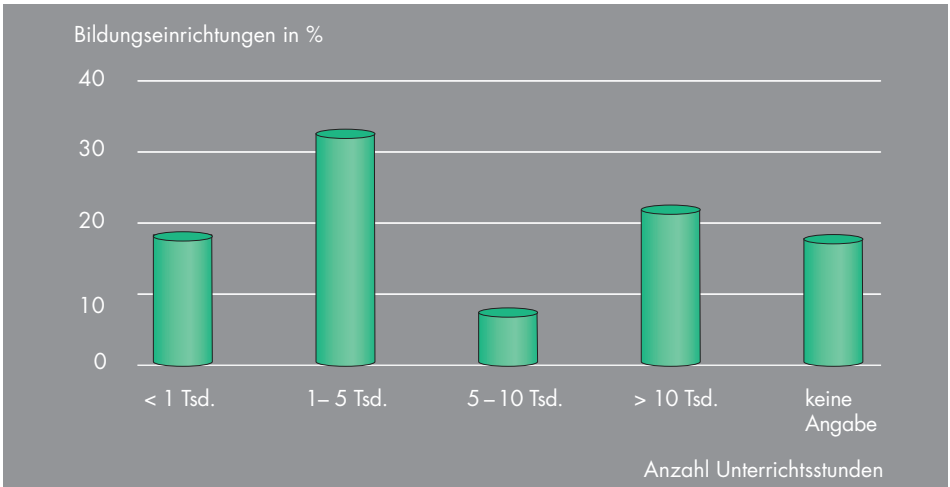
Bezüglich der angebotenen Fachrichtungen hat sich von 2008 auf 2009 keine signifikante Änderung ergeben, deshalb wird auf die Wiedergabe der Daten für 2009 im Diagramm verzichtet.

Etwa 20% der Einrichtungen haben ihren Angebotsschwerpunkt¹¹ im gewerblich-technischen, etwa 14% im kaufmännischen Bereich. Der überwiegende Teil der Anbieter setzt auf einen Mix aus verschiedenen Fachrichtungen.

Umfang des Angebots

Die Frage nach der Anzahl der Unterrichtseinheiten ist erstmalig im Weiterbildungsatlas aufgeführt.

Wie viele Unterrichtsstunden¹² haben Sie im Jahr 2008 im Bereich Weiterbildung abgehalten?



Datenbasis = 252

Ein Drittel aller Befragten hat 1.000 bis 5.000 Unterrichtseinheiten in 2008 abgehalten. Immerhin 23% haben mehr als 10.000 Unterrichtseinheiten abgehalten. In der Summe wurden im Jahr 2008 in der Weiterbildung 2.895.000 Unterrichtsstunden angeboten. Der Median¹³ liegt bei 3.700 Unterrichtsstunden.

Verhältnis offener Angebote zu Angeboten für Firmen

81% der Befragten haben überwiegend¹⁴ offene Angebote, 15% bieten überwiegend Firmenschulungen an. 32% der Befragten haben keine Angebote für Firmenkunden, hingegen nur 6% keine offenen Angebote.

¹² Angabe in 45 Minuten je Unterrichtsstunde ¹³ Der Median wird auch als Zentralwert bezeichnet. Er definiert eine Grenze zwischen zwei Hälften, in der Statistik halbiert der Median eine Verteilung. Gegenüber dem arithmetischen Mittel (auch Durchschnitt) hat der Median den Vorteil, robuster gegenüber extrem abweichenden Werten zu sein.

¹⁴ Mehr als 50% des Umsatzes

Veranstaltungsformen

Die Institutionen sollten angeben, welche Veranstaltungsformen sich 2008 in ihrem Weiterbildungsangebot befanden, die Angaben erfolgten in Prozent vom Umsatz im Bereich Weiterbildung.

Der Schwerpunkt liegt wie in den Vorjahren bei Präsenzseminaren, etwas mehr als 80% der Befragten arbeiten überwiegend in diesem Format. Annähernd so viele Anbieter haben kein Angebot im Fernlehrbereich, fast genau so viele (etwa 75%) sehen auch für die Mischformen (Blended Learning) keinen Markt und etablieren entsprechend kein Angebot. Im Vergleich mit der Befragung aus 2006 ist der Anteil der Bildungseinrichtungen, der überwiegend in Präsenzform arbeitet, um 11% (2006 waren es 69%) deutlich gestiegen.

Markterschließung im Ausland

Experten sehen im Ausland große Wachstumschancen für Bildungseinrichtungen. Der Weiterbildungsatlas verfolgt die Frage nach Auslandsaktivitäten der Arge-Mitglieder bereits seit 2007. Folgendes wurde gefragt:

Führen Sie Veranstaltungen der beruflichen Weiterbildung auch im Ausland durch?
Wenn ja, bitte Anzahl in 2008 angeben.

Werden Sie Ihr Angebot im Ausland für 2009 und darüber hinaus erweitern?

Nur 10% der Bildungseinrichtungen wagen sich mit ihrem Angebot auf internationale Märkte. Knapp 10% planen eine Erweiterung des Auslandsangebots. Im Durchschnitt sind die Einrichtungen dabei mit vier Veranstaltungen¹⁵ im Ausland vertreten.

Auf die Frage nach dem Einzugsgebiet¹⁶ geben 15% der Bildungseinrichtungen an, Kundinnen und Kunden aus dem internationalen Umfeld zu haben. Da nur 10% der Befragten Veranstaltungen im Ausland durchführen, lässt sich daraus schließen, dass bei mindestens 5% der Bildungseinrichtungen ausländische Kundinnen und Kunden nach Deutschland kommen, um eine Weiterbildung zu besuchen.

Qualitätsmanagement

Hat Ihre Einrichtung ein Qualitätsmanagementsystem eingeführt oder plant sie das bis 2010?

Mehr als die Hälfte der Einrichtungen (58%) hat bereits ein Qualitätsmanagementsystem eingeführt, 13% planen die Einführung. Etwa ein Viertel jedoch (27%) will keines einführen. Knapp 60% geben an, ein zertifiziertes Qualitätsmanagementsystem zu haben oder das geplante System zertifizieren zu wollen. Der Zertifizierung nach DIN ISO wird dabei der Vorzug gegeben (40% von den Einrichtungen, die bereits zertifiziert sind bzw. sich zertifizieren wollen) gefolgt von AZVV mit 13% und EFQM mit 11%. Als relevante Zertifizierungsstelle wird am häufigsten Certqua (23% derer, die zertifiziert sind bzw. sich zertifizieren lassen wollen) genannt.

Herausforderungen der nächsten Jahre

Welches sind in den nächsten Jahren die drei wichtigsten Herausforderungen für Ihre Institution? (Mehrfachnennungen möglich)

	in % der Bildungseinrichtungen
Gender-Mainstreaming	0
Art der Anerkennung informell erworbener Kompetenzen	0
Sonstige Herausforderungen im Bereich Weiterbildung	0
Politische Veränderungen	6
Konkurrenz durch neue Anbieter	12
Neue Finanzierungs-/Fördermodelle	12
Organisationsentwicklung	13
Personalentwicklung	15
Ausbildung/Qualifizierung der Dozenten	17
Kooperation mit anderen Anbietern	19
Marketing/PR	19
Qualitätsentwicklung der Institution	27
Erreichen neuer Zielgruppen	53
Entwicklung von neuen Angeboten	58
Marktposition halten und ausbauen	58

Datenbasis = 252

In der Bedeutung an erster Stelle stehen gleichrangig der Ausbau der Marktposition und die Entwicklung neuer Angebote, 58% der Befragten sehen hierin ihre größte Herausforderung. An zweiter Stelle folgt mit 53% das Erreichen neuer Zielgruppen. Mit jeweils deutlichem Abstand folgen Qualitätsentwicklung, Kooperationen und Marketing.

Die Anbieter messen der Entwicklung neuer Angebote ein hohes Gewicht bei. Dieses Ergebnis stimmt mit dem Ergebnis aus der Frage nach der Anzahl neuer Kurse¹⁷ überein. Seit der letzten Befragung hat sich der Anteil neuer Kurse, den die Anbieter durchschnittlich im Jahr ins Programm aufnehmen, erhöht.

Themen wie der Bologna-Prozess oder das im Rahmen der ESF Förderung als zentral gesetzte „Gender Mainstreaming“ scheinen für die Bildungseinrichtungen in Baden-Württemberg nicht von großer Bedeutung zu sein.

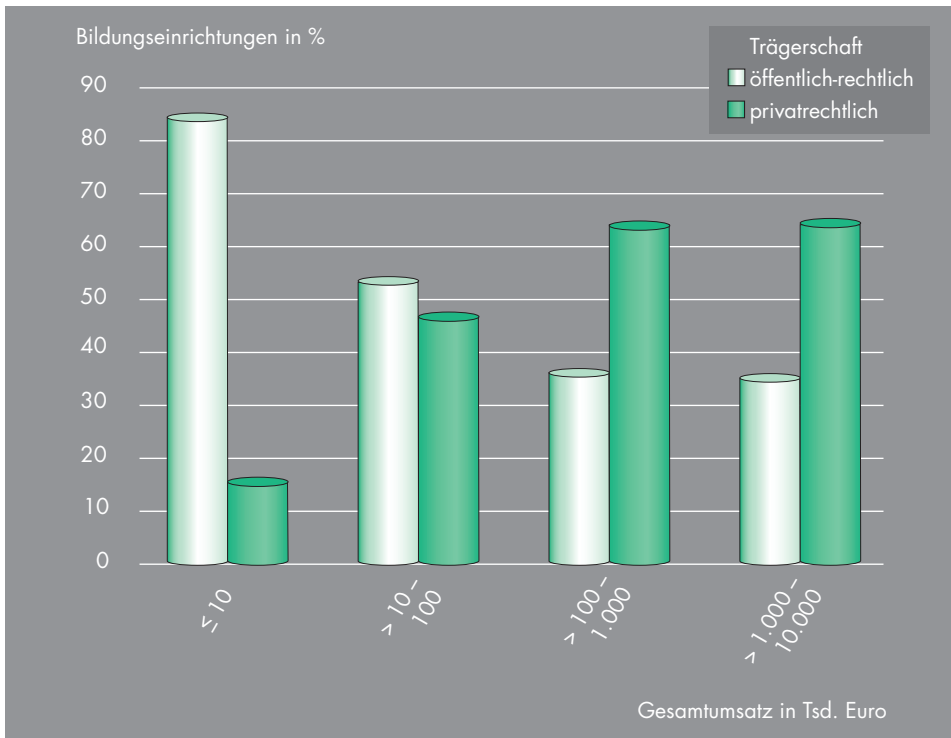
Zusammenhänge zwischen Gesamtumsatz und ...

Interessante Aspekte ergeben sich, wenn Wechselbeziehungen (Korrelationen) zwischen einzelnen Merkmalen betrachtet werden. Für die nachfolgenden Größen konnte ein statistisch signifikanter Zusammenhang mit dem Merkmal Gesamtumsatz festgestellt werden.

... dem Export von Weiterbildung

Als erstes wurde der Zusammenhang zwischen der Größe einer Einrichtung (gemessen am Umsatz) und den Auslandsaktivitäten untersucht. Dabei zeigt sich wie schon in der letzten Befragung, dass die Exportaktivitäten mit dem Umsatz einer Einrichtung steigen.

... der Trägerschaft



Datenbasis = 252

Das Ergebnis überrascht nicht: Tendenziell gilt, dass Institutionen mit höherem Umsatz eher in privatrechtlicher Trägerschaft arbeiten.

... der Anzahl an festangestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern

Gesamtumsatz 2008 in Tsd. Euro					
bis 10	>10 bis 100	>100 bis 1.000	>1.000 bis 10.000	>10.000	
Prozentualer Anteil der Einrichtungen mit					Festangestellten (Angaben in Vollzeitstellen)
29%	39%	1%	0%	0%	Keine Stellen
71%	67%	14%	4%	0%	Keine Verwaltungsstellen
14%	52%	77%	12%	20%	Bis 5 Stellen
29%	33%	85%	58%	20%	Bis 5 Verwaltungsstellen
57%	10%	22%	88%	80%	Mehr als 5 Stellen
0%	0%	1%	39%	80%	Mehr als 5 Verwaltungsstellen

Datenbasis = 252

Lesebeispiel: In Unternehmen mit einem Umsatz bis zu 10 000 €/Jahr sind bei 29% keine festangestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt, in der Verwaltung beschäftigen 71% keine Festangestellten.

Es sind nur wenige sehr kleine und sehr große Einrichtungen (niedrigste und höchste Umsatzkategorie) vertreten, damit kann eine statistisch fundierte Interpretation für diese nur unter Vorbehalt erfolgen. Auffallend ist, dass 57% der Einrichtungen mit geringem Umsatz mehr als 5 festangestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben. Hier handelt es sich vermutlich um Berufsschulen (Schwerpunkt Ausbildung), die nur wenige Kurse im Bereich der Weiterbildung haben. Ansonsten entsprechen die Werte den Erwartungen: je mehr Umsatz eine Einrichtung macht, desto höher die Zahl der festangestellten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Dies ist auch für die Honorarkräfte zu beobachten.

... den Umsatzerwartungen

Je größer eine Institution, desto eher rechnet sie für 2009 mit steigenden Umsätzen, kleinere Institutionen gehen von einem stagnierenden Markt aus. Die Mehrheit der Befragten rechnet jedoch mit gleich bleibenden Umsätzen. Nur etwa 16% - alle unter den kleineren bis mittleren Einrichtungen - gehen von einem Rückgang aus.

... den Unterrichtsstunden

		Anzahl der Unterrichtsstunden Angabe als Median ¹⁸
Gesamtumsatz		
2008 in Tsd. Euro	≤10	380
	>10 – 100	900
	>100 – 1.000	4.441
	>1.000 – 10.000	10.500
	>10.000	5.850
	keine Angabe	2.873

Datenbasis = 252

Aus der Befragung geht hervor, dass mit dem Umsatz die Zahl der abgehaltenen Unterrichtsstunden steigt. Bei den Befragten, deren Umsatz mehr als 10 Mio. Euro beträgt, ist die Stundenzahl geringer. Offenbar wird dies durch hochpreisige Angebote erreicht.

Zusammenhänge zwischen Umsatzerwartung und ...

.... der Anzahl neuer Kurse

Mit der Innovationsfähigkeit scheint sich auch der Blick in die Zukunft zu verändern. Institutionen, die pro Jahr 20-30% neuer Kurse in ihr Programm aufnehmen, erwarten überdurchschnittlich oft (ca. 60%) steigende Umsätze für 2009. Hingegen rechnen Institutionen, die ihr Programm überwiegend fortschreiben, mit gleich bleibenden Umsätzen.

.... der Trägerschaft

Private Einrichtungen (41%) erwarten für 2009 eher einen steigenden Umsatz als öffentlich-rechtliche (17%).

¹⁸ Angabe in 45 Minuten je Unterrichtsstunde. Der Median wird auch als Zentralwert bezeichnet. Er definiert eine Grenze zwischen zwei Hälften, in der Statistik halbiert der Median eine Verteilung. Gegenüber dem arithmetischen Mittel (auch Durchschnitt) hat der Median den Vorteil, robuster gegenüber extrem abweichenden Werten zu sein.

Zusammenfassung und Perspektiven

Lebenslanges Lernen ist heute eine allgemein akzeptierte Zielvorstellung. Das Konzept Lebenslanges Lernen beinhaltet ein erweitertes Verständnis von Weiterbildung und geht über die deutsche Begriffstradition hinaus. Die zunehmende Bedeutung beruflicher Weiterbildung wird vor diesem Hintergrund von Seiten der Politik und der Wirtschaft betont.

Als Grundlage für eine Beurteilung der Weiterbildungssituation im Land ist neben einer Umfrage unter der Bevölkerung eine repräsentative Befragung der Weiterbildungsträger essentiell. Nicht zuletzt aus diesen Gründen wird auch der „Adult Education Survey“¹⁹ auf europäischer Ebene eingerichtet werden.

Die vorliegende Umfrage unter den Weiterbildungsträgern Baden-Württembergs knüpft an die Erhebungen für 2005 und 2006 an. An der neuen Studie haben über 50% der aktiven Mitglieder der Arbeitsgemeinschaften für berufliche Fortbildung teilgenommen. Die vorliegenden Daten zeigen neben dem aktuellen Status im Hinblick auf Struktur, Qualitätsmanagement, Angebote sowie Kundinnen und Kunden der Weiterbildungseinrichtungen auch die Erwartungen für die folgenden Jahre.

Als charakteristische Ergebnisse der Befragung sind zu nennen:

- An der bereits in den vorhergehenden Befragungen festgestellten, vorwiegend regionalen Ausrichtung hat sich wenig geändert. Die Bildungseinrichtungen sind bisher nur punktuell international tätig. Je größer die Einrichtung, desto eher ist sie im Ausland aktiv.
- Der Anteil an Unternehmenskunden ist gering, bei mehr als der Hälfte der Einrichtungen sind Privatkunden die wichtigste Zielgruppe.
- Das Leistungsspektrum der einzelnen Einrichtungen ist sehr breit. Es gibt keine Tendenz zur Spezialisierung nach Fachbereichen.
- Der Umsatz von 2007-2008 ist bei 44% der Befragten gestiegen. Bei fast genauso vielen blieb er konstant, nur bei 13% sank der Umsatz.
- Die Hälfte der Befragten rechnet damit, dass die Umsatzentwicklung für 2009 gegenüber dem Vorjahr unverändert bleibt, aber immerhin ein Drittel erwartet ein Umsatzplus. Die positive Stimmung ist dabei abhängig von der Trägerschaft. Private Einrichtungen erwarten eher eine Umsatzsteigerung für 2009.
- Je innovativer ein Unternehmen ist, desto eher verzeichnet es einen Umsatzzuwachs.
- Die Tendenz zur Entwicklung neuer Angebote hat sich weiter verstärkt. Die Flexibilität der Anbieter wächst.

- Bei den Veranstaltungsformen liegt nach wie vor der Schwerpunkt bei Präsenzveranstaltungen. Ihr Anteil ist sogar gestiegen.
- Von 2007 bis 2008 hat bei den Befragten kein signifikanter Stellenabbau stattgefunden. Auch das Verhältnis von Festangestellten zu Honorarkräften hat sich nicht geändert.
- Die meisten Bildungseinrichtungen haben bereits ein Qualitätsmanagementsystem eingeführt oder sind in Vorbereitung dazu.

Herausforderungen der nächsten Jahre

Die Umfrage war bereits abgeschlossen, bevor die ersten Auswirkungen der aktuellen Wirtschaftskrise sichtbar wurden. Die von den Befragten abgegebenen Prognosen berücksichtigen daher nicht die möglichen Folgen für den Bildungsmarkt. Die wirtschaftliche Rezession kann neben den allgemeinen negativen Auswirkungen auf Unternehmen für Bildungsinstitute aber ein positives Potenzial beinhalten. Kurzarbeit und Umorientierung in Betrieben können zur Weiterqualifizierung genutzt werden. Aufgabe der Bildungseinrichtungen wird es daher auch sein, dieses Potenzial zu nutzen und passende Angebote zu entwickeln.

Für die Befragung sind folgende Regionalbüros der Arbeitsgemeinschaften für berufliche Fortbildung verantwortlich

Esslingen

Leitung Ulrike Goldschmitt-König
Kollwitzstraße 1, 73728 Esslingen
Tel: (07 11) 35 12-33 25, Fax: (07 11) 35 12-31 50
Email: ulrike.goldschmitt-koenig@vhs-esslingen.de

Karlsruhe

Leitung Ute Braun
Scheffelstraße 11-17, 76135 Karlsruhe
Tel: (07 21) 850 19-54, Fax: (07 21) 850 19-860
Email: ute.braun@internationaler-bund.de

Mannheim

Leitung Beatrice Winkler
U1, 16-19, 68161 Mannheim
Tel: (06 21) 1 07 66 00, Fax: (06 21) 107 646 00
Email: b.winkler@rb-mannheim.de

Ulm

Leitung Dr. Gerhard Mehrke
Köllestraße 55, 89077 Ulm
Tel: (07 31) 93 71-124, Fax: (07 31) 93 71-110
Email: g.mehrke@hk-ulm.de

Dateneingabe und statistische Datenauswertung

DIE – Deutsches Institut für Erwachsenenbildung
Friedrich-Ebert-Allee 38
53113 Bonn
www.die-bonn.de

