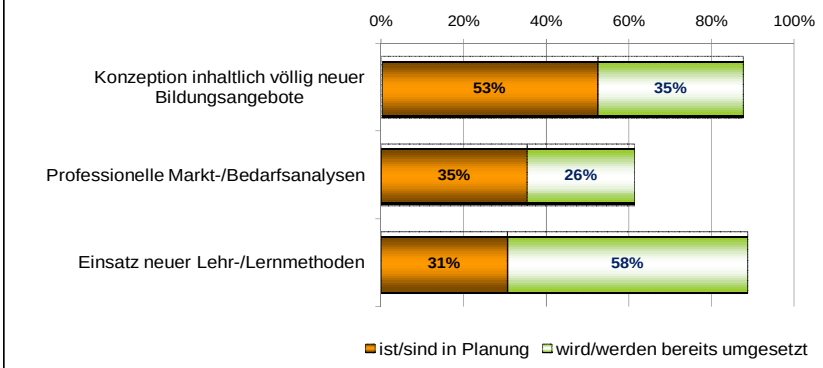
wb**monitor Umfrage 2009: Aktuelle Strategien zum Erfolg**

- Zentrale Ergebnisse im Überblick -

Mit Innovationen in die Zukunft

Wie sich Weiterbildungsanbieter am Markt behaupten wollen, stand im Mittelpunkt der diesjährigen wb**monitor** Umfrage von BIBB und DIE.

Abb. 1: Häufigste geplante Strategien zur Marktbehauptung

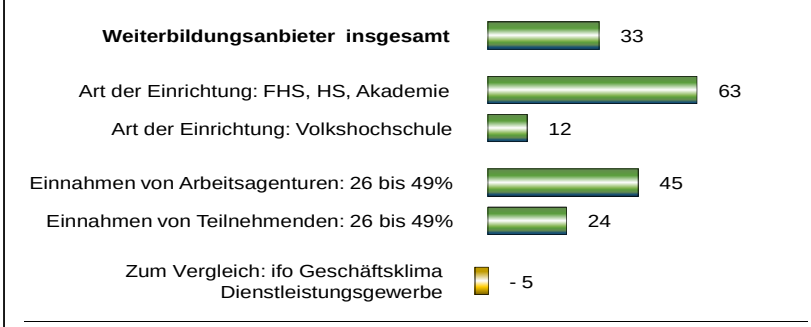


Quelle: BIBB/DIE wb**monitor** Umfrage 2009. Hochgerechnete Werte auf Basis von N ~ 1320 gültigen Angaben.

Zielgruppenbezogenes Marketing, Kooperation und Vernetzung sowie die Konzentration auf Kernarbeitsfelder sind die häufigsten bereits eingesetzten Strategien dafür. Bei der Planung von (weiteren) Maßnahmen setzt die Hälfte der Anbieter auf die Konzeption neuer Angebote, rund jeder Dritte auf professionelle Bedarfsanalysen und/oder neue Lehr-/Lernmethoden (Abb. 1). Defensive Strategien wie Senkungen bei Preisen und Kosten werden nur von einer Minderheit verfolgt.

Weiterbildungsanbieter nach wie vor im Hoch

Abb. 2: Der wb**monitor** Klimaindex 2009



Klimaindizes für ausgewählte Teilgruppen.
In die Klimawerte fließen Einschätzungen zur aktuellen und zukünftigen wirtschaftlichen Situation ein.
Sie können zwischen -100 und +100 schwanken, wobei höhere Werte eine bessere Stimmung anzeigen.

Quelle: BIBB/DIE wb**monitor** Umfrage 2009; ifo Geschäftsklima 5/2009.
Hochgerechnete Werte auf Basis von N = 1.149 gültigen Angaben.

Die Werte 33 – 44 – 22 für Klima – Lage – Erwartung stehen für die positive Stimmung der Weiterbildungsanbieter 2009. Gegenüber dem Vorjahr ist das ein leichter Rückgang. Besonders die Erwartung, dass es im nächsten Jahr noch einmal besser wird, ist zwar mehrheitlich immer noch vorhanden, jedoch deutlich niedriger als 2008. Im Vergleich zu anderen Branchen erzielt die Weiterbildung aber Spitzenwerte!

Wie in den Vorjahren behaupten sich private oder wirtschaftsnahe Einrichtungen und Anbieter beruflicher Weiterbildung gut. Dieses Jahr schließen aber auch berufliche und insbesondere (Fach-) Hochschulen sowie Anbieter, die mehr als ein Viertel ihrer Einnahmen über Arbeitsagenturen beziehen, zur Spitze auf (Abb. 2). Weniger gut ist dagegen das Klima bei Anbietern, die finanziell zu erheblichen Anteilen von ihren öffentlichen, kirchlichen, parteigebundenen oder anderen Trägern abhängig sind sowie bei Volkshochschulen. Stark abgekühlt hat sich das Klima bei Anbietern, die überwiegend von Einnahmen aus Betrieben abhängen.

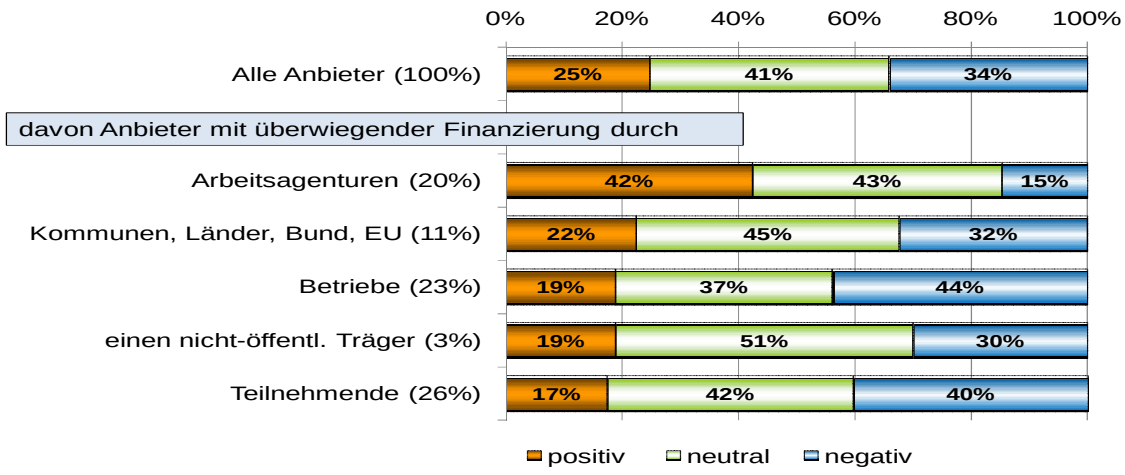
*Weitere Ergebnisse zur wb**monitor** Umfrage 2009 auf den folgenden Seiten.*

Florierende Weiterbildung trotz Wirtschaftskrise? Auf die Kunden kommt es an!

Ja, tatsächlich – insgesamt zwei Drittel der Anbieter sehen sich durch die gesamtwirtschaftliche Lage in ihrer Marktbehauptung entweder nicht betroffen (41%) oder profitieren sogar (25%). Für rund ein Drittel (34%) sind die Wirkungen allerdings negativ (Abb. 3). Damit stehen die Weiterbildner deutlich besser da als die vom IAB etwa zur gleichen Zeit befragten Betriebe und Verwaltungen. Die zeigten sich zu 61% nicht, zu 32% partiell und zu 7% existentiell betroffen (IAB-Kurzbericht 18/2009 S.3).

wbmonitor

Abb. 3: Einfluss der gesamtwirtschaftlichen Lage auf die Marktbehauptung der Weiterbildungsanbieter



Quelle: BIBB/DIE wb**monitor** Umfrage 2009. Hochgerechnete Werte auf Basis von N = 1.222 gültigen Angaben.

Anmerkung: Alle Datenangaben der diesjährigen Umfrage basieren auf den gültigen Werten der hochgerechneten Umfrageergebnisse von N = 1.525 Teilnehmenden auf die dem wb**monitor** bekannte Gesamtheit der zum Umfragezeitpunkt noch existierenden Weiterbildungsanbieter in Deutschland (N=16.200).

Bei Betrachtung des Anbieterspektrums nach Hauptfinanzierungsquellen der Einrichtungen (mindestens 50% der Einnahmen/Zuwendungen) sind aber beträchtliche Unterschiede erkennbar. Gewinner der Lage sind diesmal eindeutig die überwiegend durch Arbeitsagenturen finanzierten Anbieter: 42% verzeichnen einen positiven Einfluss (weit mehr als der Durchschnitt und gut doppelt so viele wie bei den anderen Gruppen), 43% keinen, und nur 15% sehen negative Wirkungen. Entsprechend positiv sind ihre Klimawerte (vgl. Abb. 7). Offenbar können diese Anbieter vom antizyklischen Konjunkturpaket II des Staates profitieren, das die umfangreiche Förderung der Qualifizierung von Kurz- und Zeitarbeitenden vorsieht sowie von Beschäftigten, die seit mehreren Jahren nicht an Weiterbildung teilgenommen haben. Vom Weiterbildungsetat des Bundes von 184,5 Mio. € wurden bis Ende Mai 2009 (als auch die Umfrage stattfand) allerdings erst etwa 4% abgerufen. Rund 1,4 Mio. Beschäftigte sind in Kurzarbeit, laut Bundesagentur für Arbeit aber nur 9.100 Kurzarbeitende gleichzeitig in Weiterbildung – weniger als 1% (Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit)! Stark betroffen von der Konjunktur sind betrieblich finanzierte Anbieter. 44% sehen sich von der Wirtschaftslage gebeutelt. Dies ist ein Hinweis darauf, dass Unternehmen in der aktuellen Wirtschaftskrise Auftragsflauten kaum dafür nutzen, ihre Beschäftigten weiterzubilden.

Auch 40% der überwiegend teilnehmerfinanzierten Einrichtungen sehen sich negativ von der gesamtwirtschaftlichen Lage betroffen, je nach Anbietertyp fällt diese Einschätzung jedoch unterschiedlich aus. Während Volkshochschulen von der Wirtschaftskrise mehrheitlich negativ beeinflusst werden (negativ 57%, positiv 3%), überwiegt bei beruflichen Schulen und (Fach-) Hochschulen ein positives Bild (negativ 33%, positiv 40%). Konsumenten setzen in Krisenzeiten anscheinend andere Prioritäten, die sich negativ auf den Besuch von VHS-Kursen auswirken. Langfristige berufliche Weiterbildungen zur Erlangung zertifizierter Abschlüsse, die z.B. berufliche (Hoch)Schulen anbieten, werden hingegen verstärkt nachgefragt. Vermutlich

investieren Beschäftigte derzeit selbst in solche Qualifikationen, die ihre Wettbewerbsfähigkeit auf dem Arbeitsmarkt erhalten bzw. steigern.

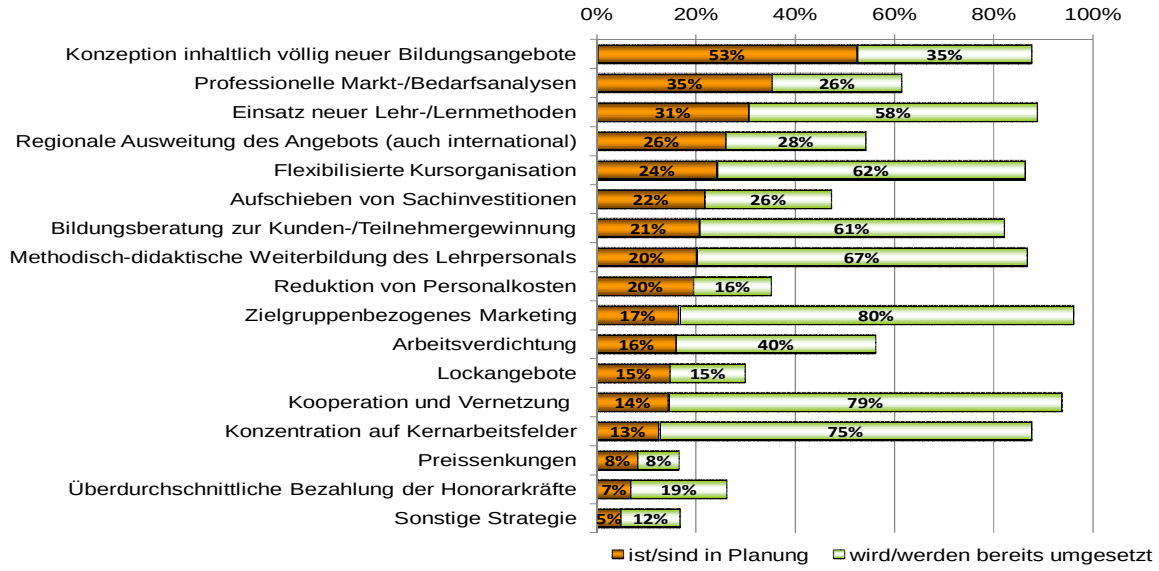
Überwiegend öffentlich finanzierte Anbieter (durch Kommunen, Länder, Bund, EU) erreichen etwa durchschnittliche Werte, wobei auch darunter die Volkshochschulen mehr Probleme und die berufs- und hochschulischen Einrichtungen mehr positive Entwicklungen melden. Rund zur Hälfte (51%) stabil zeigen sich überwiegend von nichtöffentlichen Trägern finanzierte Einrichtungen; 19% sehen einen positiven und 30% einen negativen Effekt der Wirtschaftskrise.

Wege zum Erfolg

Marktbehauptung trotz Krise stellt für mehr als drei Viertel der Anbieter aktuell ein (sehr) wichtiges Thema dar. Nur jeder achte Anbieter fühlt sich davon nicht betroffen, den Rest beschäftigen andere Fragen. Die Strategien, mit denen sie sich behaupten wollen, lassen auf dynamisches Handeln schließen. Derzeit in Planung befinden sich insbesondere innovative Ansätze; neben den bereits in Abb. 1 dargestellten plant ein Viertel eine flexibilisierte Kursorganisation. In Zukunft würden demnach mehr als 90% der Anbieter auf zielgruppenbezogenes Marketing sowie Kooperation und Vernetzung setzen, dicht gefolgt von mehreren weiteren progressiven Maßnahmen (Abb. 4). Restriktive Strategien spielen insgesamt eine untergeordnete Rolle. Knapp über die Hälfte sieht sich zur Arbeitsverdichtung gezwungen, wobei tiefergehende Analysen zeigen, dass dies überdurchschnittlich häufig bei Volkshochschulen und Einrichtungen gesellschaftlicher Großgruppen der Fall ist. Zu Preissenkungen sind nur 17% der Anbieter bereit. Ein Drittel plant, Personalkosten zu reduzieren oder setzt dies bereits um. Fast ebenso viele gehen mit Lockangeboten auf Kundengewinnung (bzw. planen dies) – bei den besonders stark von der Wirtschaftskrise betroffenen Volkshochschulen sogar jede vierte Einrichtung.

wbmonitor

Abb. 4: Behauptungsstrategien



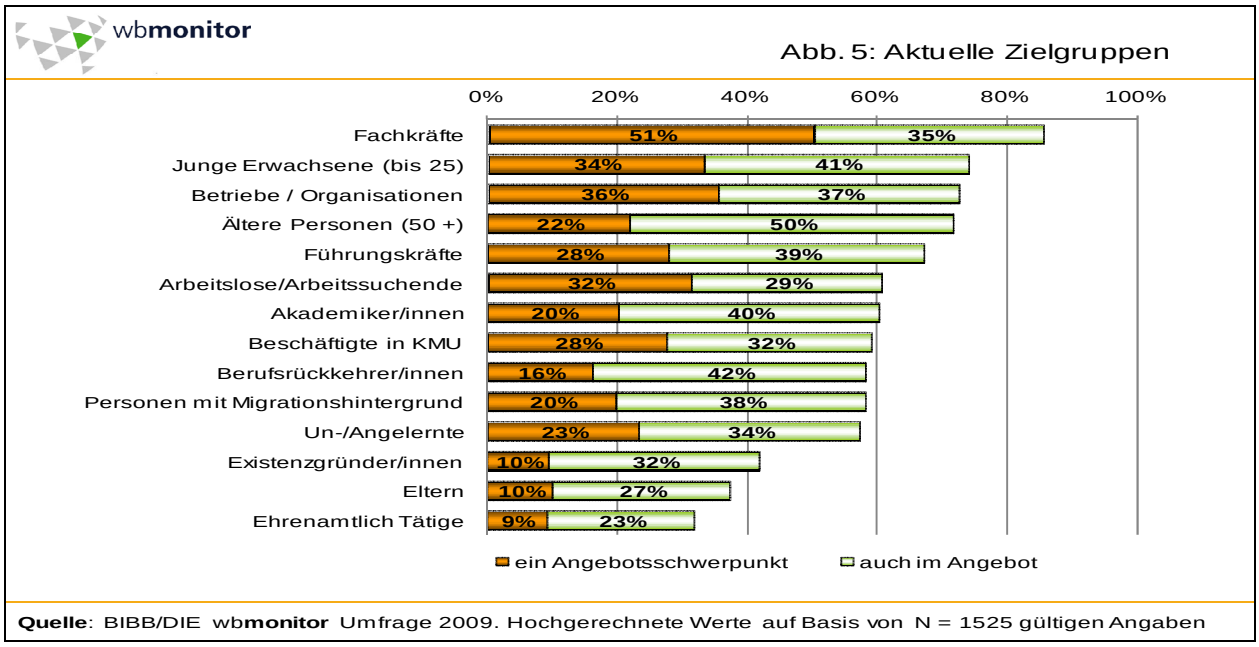
Quelle: BIBB/DIE wb**monitor** Umfrage 2009. Hochgerechnete Werte auf Basis von N ~ 1320 gültigen Angaben

Die aktuellen Rahmenbedingungen für Weiterbildung beurteilen die Anbieter - außerhalb der direkten konjunkturellen Beeinflussung - überwiegend optimistisch:

- Wegen neuer Qualifikationsbedarfe erschließen sich für 75% der Befragten neue Handlungsfelder.
- Bekenntnisse der Politik zur Weiterbildung begrüßen 63% als hilfreich.
- Der Mindestlohn für die Beschäftigten wird von 84% nicht als schädlich angesehen; eine negative Auswirkung auf die Branche wird offenbar nicht erwartet.
- Aus Sicht von 64% wirkt sich auch das derzeitige Honorarniveau nicht negativ auf die Angebotsqualität aus.

- Keine Verbesserung ihrer Marktposition erwarten dagegen 75% bzw. 63% Anbieter von der Bildungsprämie oder Einführung EU-weit gültiger Leistungspunkte.
- 66% der Anbieter macht der Wettbewerbsdruck zu schaffen.

Für die Finanzierung zentrale Bedeutung hat die Gewinnung von Kunden. Zielgruppen sind insbesondere Beschäftigte: 86% der Anbieter haben 2008 Fachkräfte bedient, für die Hälfte aller Befragten stellt dies einen Schwerpunktbereich ihrer Arbeit dar (Abb. 5). Auch Führungskräfte und betriebliche Kunden gehörten zu den Hauptzielgruppen. Arbeitslose und Arbeitsuchende weitergebildet haben 2008 sechs von zehn Anbietern. Auffällig ist zudem die hohe Bedeutung von Älteren und von jungen Erwachsenen – für Anbieter mit Schwerpunkt allgemeiner Weiterbildung sogar die wichtigsten Zielgruppen. Gerade viele Ältere verfügen über zeitliche und finanzielle Ressourcen für lebenslanges Lernen. Doch auch von den Anbietern beruflicher Weiterbildung haben 2008 mehr als die Hälfte Angebote für über Fünfzigjährige durchgeführt. Aktualisierung und Neuerwerb beruflicher Qualifikationen dieser Zielgruppe sind nicht zuletzt aufgrund des in einigen Branchen herrschenden Fachkräftemangels wichtig.



Quelle: BIBB/DIE wb**monitor** Umfrage 2009. Hochgerechnete Werte auf Basis von N = 1525 gültigen Angaben

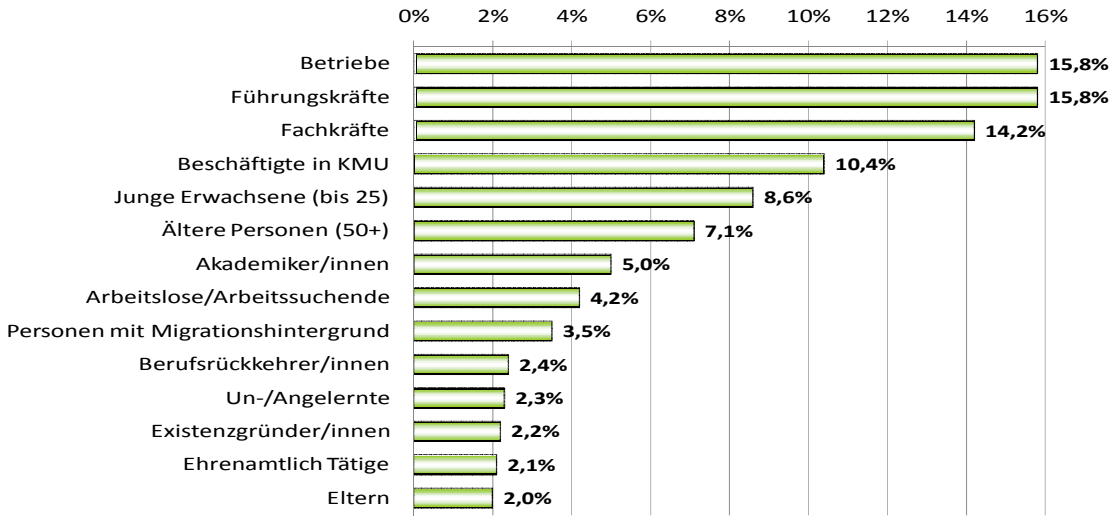
Was soll sich ändern?

Betriebe und Führungskräfte sind dauerhaft attraktive Zielgruppen, wie die hohen wb**monitor** Klimawerte der überwiegend betrieblich finanzierten Weiterbildungsanbieter der letzten Jahre belegen. Jeweils knapp 16% aller Anbieter wollen sie als Kunden zukünftig stärker bzw. neu erschließen (Abb. 6), um beim konjunkturellen Aufschwung sowie in nachhaltiger Perspektive offenbar von der Finanzstärke zu profitieren, die sie Betrieben deutlich mehr als anderen Zielgruppen zumessen. Die antizyklische Politik des Konjunkturpakets II kann zwar eine gewisse Kompensation der gegenwärtig rückläufigen Einnahmen von Betrieben bewirken, wie die gestiegenen Klimawerte der stark über Arbeitsagenturen finanzierten Anbieter zeigen. Auf der Ebene einzelner Anbieter wird die beabsichtigte Wirkung des Staates jedoch durch hohe bürokratische Hürden des Markteintrittes in Arbeitsagentur-geförderte Maßnahmen behindert. Insbesondere die teure und aufwendige AZWV-Zertifizierung ist für große Einrichtungen leichter zu erbringen als für kleinere. Wenngleich mit dieser das Ziel der Qualitätssicherung verfolgt wird, werden in der derzeitigen Ausgestaltungsform ungleiche Wettbewerbsbedingungen geschaffen. Mit einer Erleichterung des Eintritts in den Arbeitsagentur-finanzierten Weiterbildungsmarkt könnten Anbieter je nach Marktlage Schwerpunkte verlagern, so zu einer Mischfinanzierung durch unterschiedliche Zielgruppen kommen und damit konjunkturellen Schwankungen besser begegnen.

Zielgruppen, deren Lebenschancen sich durch Weiterbildung besonders stark verbessern ließen, wie z.B. Un- und Angelernte und Personen mit Migrationshintergrund, haben nur bei wenigen Anbietern Priorität bei der Ausweitung oder Neuerschließung von Kunden.

wbmonitor

Abb. 6: Zielgruppen, die … % Anbieter künftig stärker erschließen wollen



Quelle: BIBB/DIE wb**monitor** Umfrage 2009. Hochgerechnete Werte auf Basis von N = 1190 gültigen Angaben.

Über nahezu alle Zielgruppen hinweg wird jedoch ein Anstieg des Teilnahmepotentials für Weiterbildung erwartet (insgesamt: 73% der Anbieter). Besonders hoch ist diese Erwartung bei Anbietern, die in Zukunft primär ältere Personen (92%), Arbeitslose/Arbeitsuchende oder Berufsrückkehrer/innen (je 80%) stärker bzw. neu erschließen möchten. Dementsprechend erwarten für 2009 mehr Anbieter eine Zunahme des Personalbestands als eine Abnahme! Die Weiterbildungsbranche geht somit - bedingt durch den demographischen Wandel und kürzere Halbwertzeiten von Wissen - von weiterhin günstigen Bedingungen für ihre Geschäftsgrundlage aus.

Und wie ist jetzt das Klima?

Der Klimaindex ist mit insgesamt 33 Punkten etwas unter das Vorjahresniveau von 42 gesunken (s. Abb. 7; die vollständige Tabelle ist im Internet unter http://www.bibb.de/dokumente/pdf/wbmonitor_umfrage-2009_klimaindizes.pdf abrufbar). Während die Lage noch weitgehend ähnlich gut eingeschätzt wird wie im Vorjahr, hat sich bei den Weiterbildnern speziell die Erwartung, dass sie sich in 2010 noch einmal verbessern wird, deutlich reduziert. Bei vielen Anbietergruppen ist sie um 20 Punkte und mehr gesunken, aber dennoch nicht ins Negative abgerutscht: Ein schwacher Optimismus ist selbst den Anbietern mit vielen Honorarkräften oder denjenigen mit allgemeiner Weiterbildung als Hauptaufgabe geblieben. Im Gegensatz dazu sind andere Dienstleister aber mehrheitlich nicht optimistisch: Der ifo Klimawert für den Dienstleistungssektor liegt bei -5, für die Lage bei -8 und für die Erwartung bei -2 (Mai 2009; Vorjahreswerte: 19, 26, 13).

Schwache Klimawerte haben auch kleine Einrichtungen mit weniger als 10.000 € Umsatz. Von der aktuellen Lage profitieren offenbar am meisten sehr große Anbieter mit Umsätzen/Haushalten von 10 Mio. € und mehr mit einem ausgesprochen hohen Lagewert von 71. Für die Zukunft besonders erwartungsvoll geben sich „junge“ und private Anbieter. Konnten Einrichtungen ihre Gesamteinnahmen in der Weiterbildung 2008 steigern oder erhöhen sie ihren Personalbestand in 2009, schnellen auch die Klimawerte in die Höhe.

Nach Bundesländern zeigen sich diesmal Anbieter in Thüringen, Bremen, Schleswig-Holstein und Hessen besonders optimistisch. Schlusslichter sind Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg, Nordrhein-Westfalen und Sachsen.

wbmonitor

Abb. 7: Klimaindex, Lage und Erwartung für ausgewählte Teilgruppen

		Klimaindex	Lage	Erwar-tung
Gesamt		33	44	22
Stellenwert berufliche WB	Hauptaufgabe	38	46	30
Stellenwert allgemeine WB	Hauptaufgabe	22	38	6
Stellenwert Sonstiges	Hauptaufgabe	22	36	10
Angestellte/Beamte in der WB	50 und mehr	38	63	16
Honorarkräfte in der WB	50 und mehr	26	47	7
Anteil WB am Gesamtumsatz	100 %	25	38	13
Art der Einrichtung	kommerziell privat	38	36	41
	gemeinnützig privat	43	48	38
	Bildungseinrichtung eines Betriebes	32	32	31
	berufliche Schule	43	64	25
	VHS	12	36	-9
	(Fach-)Hochschule, Akademie	63	60	67
	wirtschaftsnah (Kammer, Innung, Berufsverband u.ä.)	57	70	45
	Einrichtung einer Kirche, Partei, Gewerk-schaft, Stiftung, eines Verbandes, Vereins	20	39	2
Jahr der Aufnahme von Weiterbildungsaktivitäten	vor 1970	30	52	11
	zwischen 1970 und 1989	26	39	15
	1990 und später	39	40	38
Einnahmen/Zuwendung von Arbeitsagenturen	keine Einnahmen	25	33	17
	bis 25 %	33	45	22
	26 % bis 49 %	45	57	33
	50 % und mehr	44	58	30
Einnahmen/Zuwendung von Kommunen, Ländern, Bund, EU	keine Einnahmen	39	40	38
	bis 25 %	39	51	28
	26 % bis 49 %	14	30	0
	50 % und mehr	25	48	4
Entwicklung Personalbestand 2008 (Angestell-te/Beamte)	wird steigen	68	73	63
	wird nicht steigen	27	40	15
Entwicklung Personalbestand 2008 (Honorarkräfte)	wird steigen	55	64	46
	wird nicht steigen	25	38	13
Umsatz der Einrichtung	1 bis 10 Tsd. Euro	10	13	7
	10 bis 100 Tsd. Euro	31	31	31
	100 Tsd. bis 1 Mio. Euro	28	38	18
	1 bis 10 Mio. Euro	34	50	20
	10 Mio. und mehr Euro	47	71	25
Bundesland	Baden Württemberg	35	41	28
	Bayern	31	47	16
	Brandenburg	20	15	25
	Berlin	27	31	23
	Bremen	57	69	45
	Hamburg	29	45	14
	Hessen	49	52	47
	Mecklenburg-Vorpommern	16	26	6
	Niedersachsen	44	56	31
	Nordrhein-Westfalen	20	37	5
	Rheinland-Pfalz	37	54	21
	Saarland	38	67	13
	Sachsen	21	26	17
	Sachsen-Anhalt	26	36	17
	Schleswig-Holstein	54	47	61
	Thüringen	57	70	44
Zum Vergleich	ifo Dienstleistungsgewerbe	-5	-8	-2

Quelle: BIBB/DIE wb**monitor** Umfrage 2009. Hochgerechnete Werte auf Basis von N = 1.149 gültigen Angaben.

Strukturinformationen aus der wb**monitor Umfrage 2009**

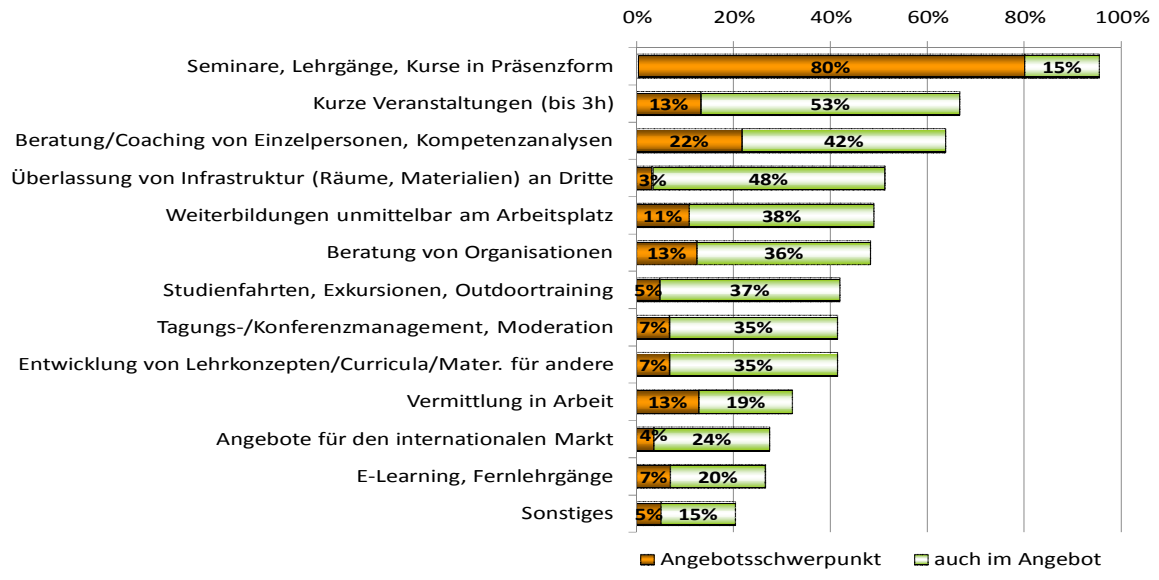
Heterogen wie die Bandbreite an Zielgruppen ist das Anbieterspektrum der am wb**monitor** beteiligten Einrichtungen: Knapp die Hälfte der Anbieter sind private Einrichtungen: 33% sind kommerziell tätig, 15% gemeinnützig. Berufliche Schulen und (Fach-)Hochschulen stellen einen Anteil von 12%, ebenso Volkshochschulen. Jede siebte Einrichtung ist einer gesellschaftlichen Großgruppe (Verband, Kirche, Gewerkschaft, Partei o.ä.) zugehörig. Bei 9% handelt es sich um betriebliche oder wirtschaftsnahe Einrichtungen. Der Anteil sonstiger Anbietertypen beträgt 5%. Auch in ihren Hauptfinanzierungsquellen ist die Weiterbildungslandschaft stark differenziert (vgl. Abb. 3).

Die Branche ist jung – die Hälfte der Anbieter ist erst in den letzten zwei Jahrzehnten auf den Weiterbildungsmarkt gekommen. Hinsichtlich der Größe - sowohl gemessen an der Anzahl der Unterrichtsstunden als auch an der Anzahl des angestellten Personals – sind mehrheitlich kleine und mittlere Einrichtungen vertreten. 55% der Anbieter haben 2008 weniger als 3.000 Dozentenstunden erteilt bzw. betreut. 68% der Anbieter beschäftigen höchstens neun fest Angestellte/Beamte. 30.000 und mehr Dozentenstunden haben hingegen nur 11% der Anbieter durchgeführt und 7% der Anbieter beschäftigen mindestens 50 fest Angestellte/Beamte.

Seminare, Lehrgänge und Kurse in Präsenzform dominieren nach wie vor das Leistungsangebot der Anbieter (s. Abb. 8). Fast alle Anbieter haben diese im Angebot. E-Learning und Fernlehrgänge werden dagegen nur von jedem vierten Anbieter angeboten. Beachtlich ist die Verbreitung arbeitsprozessintegrierter Weiterbildungsformen: Diese bieten inzwischen fast die Hälfte der Anbieter an. Bedeutsam sind zudem Beratungsleistungen, sowohl für Einzelpersonen (64%) als auch für Organisationen (49%).

wbmonitor

Abb. 8: Leistungsangebot



Quelle: BIBB/DIE wb**monitor** Umfrage 2009. Hochgerechnete Werte auf Basis von N ~ 660 gültigen Angaben

Mehrheitlich haben die Weiterbildungsanbieter sowohl berufliche als auch allgemeine Weiterbildung im Angebot (63%). 31% sind berufliche Weiterbildungsanbieter, 5% Anbieter allgemeiner Weiterbildung. Zentrale Themenfelder im Bereich berufliche Weiterbildung sind Führungs-/Managementtraining, Selbstmanagement & Soft Skills (70%), kaufmännische Weiterbildung (58%) sowie berufsbezogenes IT-Wissen (54%). In der allgemeinen Weiterbildung stellt IT-Grundwissen den am häufigsten angebotenen Themenbereich dar (60%), gefolgt von Angeboten zu Sprachen und interkultureller Kompetenz (54%) sowie Gesundheit und Wellness (45%).

Weitere Ergebnisdarstellungen erscheinen in BWP – Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis 6/2009 sowie im Datenreport zum Berufsbildungsbericht 2010 (siehe http://datenreport.bibb.de/).

Alle Ergebnistabellen zu unseren Umfragen finden Sie unter http://www.bibb.de/de/52257.htm. wb**monitor** Teilnehmer/in können die Daten von 2009 demnächst selbst auch auswerten: Nach Einloggen auf die wb**monitor**-Plattform finden sie diese unter der Rubrik „Eigene Auswertungen".

Autoren des BIBB: Stefan Koscheck und Gisela Feller

---

wb**monitor** ist eine gemeinsame Initiative des Bundesinstituts für Berufsbildung (BIBB) und des Deutschen Instituts für Erwachsenenbildung e.V. – Leibniz-Zentrum für Lebenslanges Lernen (DIE). Zusätzliche Informationen finden Sie unter www.wbmonitor.de.

Kontakt:

- Dr. Gisela Feller
  Bundesinstitut für Berufsbildung
  feller@bibb.de
  Tel. 0228 107 1124
- Ingrid Ambos
  Deutsches Institut für Erwachsenenbildung e.V.
  Leibniz-Zentrum für Lebenslanges Lernen
  ambos@die-bonn.de
  Tel. 0228 3294 134