

Weiterbildungsanbieter im „Qualitätslabyrinth“

Zur Situation der Anbieter und den Wirkungen von Weiterbildungstests

► Weiterbildungsanbieter werden mittlerweile mit diversen Ansätzen konfrontiert, mit denen die Qualität ihrer Arbeitsabläufe und -ergebnisse gesichert und verbessert werden soll. Neben bereits bekannte Ansätze wie Qualitätsmanagementsysteme und regionale Qualitätsverbünde traten in jüngerer Zeit die Weiterbildungstests der Stiftung Warentest. Auf Grundlage verschiedener empirischer Erhebungen zeigt der Artikel, welche Ansätze die Anbieter angesichts dieser Vielfalt tatsächlich verfolgen und welche Wirkungen sie den Weiterbildungstests attestieren. Zunächst wird allerdings die wirtschaftliche Situation der Anbieter beleuchtet, da sie eine wichtige Rahmenbedingung für Qualitätsbemühungen in der Weiterbildung darstellt.

Wirtschaftliche Lage der befragten Anbieter überraschend positiv

In den vergangenen Jahren haben Mittelkürzungen im Weiterbildungsbereich bei Anbietern dazu geführt, dass Beschäftigte entlassen werden mussten.¹ Insbesondere der drastische Rückgang der durch die Bundesagentur für Arbeit (BA) geförderten Weiterbildung hatte gravierende Auswirkungen auf die Geschäftslage der in diesem Segment tätigen Einrichtungen. Förderte die BA im Jahr 2000 noch 522.900 Weiterbildungen (Eintritte), so geschah dies 2004 nur noch in 185.000 Fällen.² Doch auch sonstige öffentliche Zuschüsse im Bereich der Weiterbildung waren in den Jahren 2001 bis 2003 rückläufig.³

Der wbmonitor – das Weiterbildungsreferenzsystem des BIBB

Im Rahmen des wbmonitor wird ein fester Stamm von Weiterbildungsanbietern regelmäßig zu aktuellen Entwicklungen in der Weiterbildungslandschaft befragt. Hauptsächlich sind die beteiligten Einrichtungen im Bereich der beruflichen Weiterbildung tätig. An der hier vorgestellten 2005er-Befragung beteiligten sich ca. 1.500 Anbieter. Wenn man davon ausgeht, dass es in Deutschland ungefähr 19.000 Weiterbildungsanbieter gibt,^{*} so deckt das Befragungssystem mit insgesamt 4.000 Anbietern, die grundsätzlich an Befragungen teilnehmen wollen, einen beträchtlichen Teil der Weiterbildungslandschaft ab.

Weitere Informationen zum wbmonitor:
www.bibb.de/de/wbmonitor

* Vgl. WSF Wirtschafts- und Sozialforschung (2005): Erhebung zur beruflichen und sozialen Lage von Lehrenden in Weiterbildungseinrichtungen. Schlussbericht. Kerpen, S. 22



ANDREAS KREWERTH

M. A., wiss. Mitarbeiter im Arbeitsbereich „Berufsbildungsangebot und -nachfrage/Bildungsbeteiligung“ im BIBB



HELMUT KUWAN

Leiter von Helmut Kuwan – Sozialwissenschaftliche Forschung und Beratung München mit Eva Waschbüsch – Projektleiterin der Studie zu den Wirkungen von Weiterbildungstests

Angesichts dieser Entwicklungen bewerten die im wbmonitor (siehe Kasten) befragten Weiterbildungsanbieter ihre wirtschaftliche Situation überraschend positiv: 64 % schätzen ihre derzeitige Wirtschaftslage als sehr gut bis befriedigend ein, während nur 33 % Schulnoten von ausreichend bis ungenügend vergeben. Bezogen auf die wirtschaftliche Entwicklung in den nächsten drei Jahren greifen die Einrichtungen nahezu auf die gleichen Noten zurück, wobei 10 % allerdings angeben, ihre Zukunft nicht einschätzen zu können (vgl. Abb. 1). Bei der Interpretation dieser Anga-

ben muss berücksichtigt werden, dass diejenigen Anbieter, die ihre Einrichtung in den letzten Jahren aus wirtschaftlichen Gründen auflösen mussten, natürlich nicht mehr befragt werden konnten. Insofern darf das eher optimistische Stimmungsbild nicht als Beleg dafür gesehen werden, dass die Berichte über Krisenerscheinungen in der Weiterbildung insgesamt überzogen gewesen seien. Vielleicht deuten die wbmonitor-Ergebnisse jedoch an, dass nach einer Zeit der wirtschaftlichen Turbulenzen bei vielen Anbietern nun zumindest die Talsohle durchschritten wurde.

Die Einflüsse auf die wirtschaftliche Situation sind zahlreich

Die wirtschaftliche Lage der Anbieter ist nicht einheitlich (vgl. Abb. 2). So bewerten Einrichtungen, bei denen Bildungsgutscheine eingelöst wurden, ihre Situation im Vergleich zu nicht in der BA-geförderten Weiterbildung tätigen Anbietern etwas negativer. Allerdings fällt der Unterschied zwischen den beiden Gruppen keineswegs so drastisch aus, wie es angesichts der beschriebenen Kürzungen zu erwarten gewesen wäre.

Auch mit der Größe der Anbieter – gemessen an der Anzahl der fest angestellten Beschäftigten im Bereich der beruflichen Bildung – lassen sich Zusammenhänge erkennen. Während sich die Lage für die elf sehr großen Anbieter (mehr als 249 Beschäftigte) weit unterdurchschnittlich darstellt, liegen die drei übrigen Gruppen sehr nahe am Durchschnitt. Dieser Unterschied erscheint trotz der sehr kleinen Fallzahl bemerkenswert.

Die thematischen Schwerpunktsetzungen wirken sich ebenfalls auf den wirtschaftlichen Erfolg aus. Im Vergleich zu Anbietern ohne die entsprechenden Schwerpunkte bewerten Einrichtungen mit Angebotsschwerpunkten in den Bereichen „Gesundheit, Wellness, Fitness“, „(Sozial-)Pädagogik, Psychologie“, „Führungs-, Managementtraining, Selbstmanagement“ oder „Rechts-, Steuerfragen“ ihre Lage etwas positiver. Anbieter mit Schwerpunkten in den Bereichen „EDV-Anwendungen im kaufmännischen Bereich“ oder „EDV-Programmierung“ berichten hingegen von einer schlechteren wirtschaftlichen Situation. Dies könnte ein Indiz dafür sein, dass die seit den 1990er-Jahren stattgefundene Ausweitung des Angebots im EDV-Bereich, die in einer Analyse der Angebotsdatenbank KURS⁴ festgestellt worden ist, nicht in allen Bereichen auf eine entsprechende Nachfrage stößt.

Abbildung 1 Gegenwärtige und erwartete wirtschaftliche Situation der Weiterbildungsanbieter

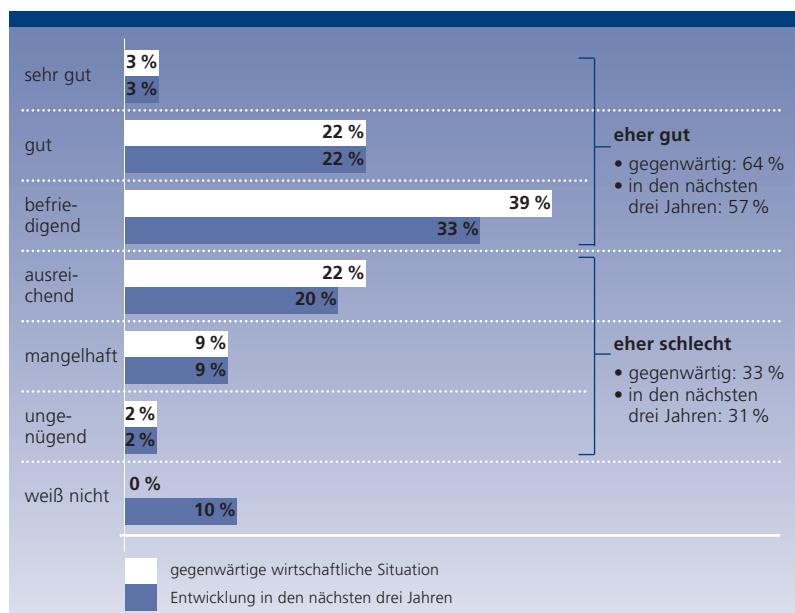


Abbildung 2 Einflüsse auf die gegenwärtige wirtschaftliche Situation der Weiterbildungsanbieter

| | Anzahl der Anbieter | davon Anteil der Anbieter, deren wirtschaftliche Situation gegenwärtig eher gut ist (vgl. Abb. 1) |
|--|---------------------|---|
| Bildungsgutscheine eingelöst | | |
| ► Ja | 656 | 61% |
| ► Nein | 661 | 69% |
| Anzahl der in der beruflichen Weiterbildung fest angestellten Beschäftigten | | |
| ► 1–9 | 827 | 65 % |
| ► 10–49 | 318 | 63 % |
| ► 50–249 | 74 | 69 % |
| ► 250 und mehr Beschäftigte | 11 | 27 % |
| Angebotschwerpunkte | | |
| Gesundheit, Wellness, Fitness | | |
| ► Ja | 200 | 70 % |
| ► Nein | 1.292 | 63 % |
| (Sozial-)Pädagogik, Psychologie | | |
| ► Ja | 222 | 71 % |
| ► Nein | 1.270 | 63 % |
| Führungs-, Managementtraining, Selbstmanagement | | |
| ► Ja | 321 | 68 % |
| ► Nein | 1.171 | 63 % |
| Rechts-, Steuerfragen | | |
| ► Ja | 92 | 74 % |
| ► Nein | 1.400 | 63 % |
| EDV-Anwendungen im kaufmännischen Bereich | | |
| ► Ja | 332 | 57 % |
| ► Nein | 1.160 | 66 % |
| EDV-Programmierung | | |
| ► Ja | 102 | 54 % |
| ► Nein | 1.390 | 65 % |
| Anbieter insgesamt | | 64 % |
| Anmerkung: Differenzen zur Gesamtzahl der Anbieter ergeben sich aus Fällen mit „k. A.“ bei der jeweiligen Frage. Quelle: BiBB, wbmonitor 2005 | | |

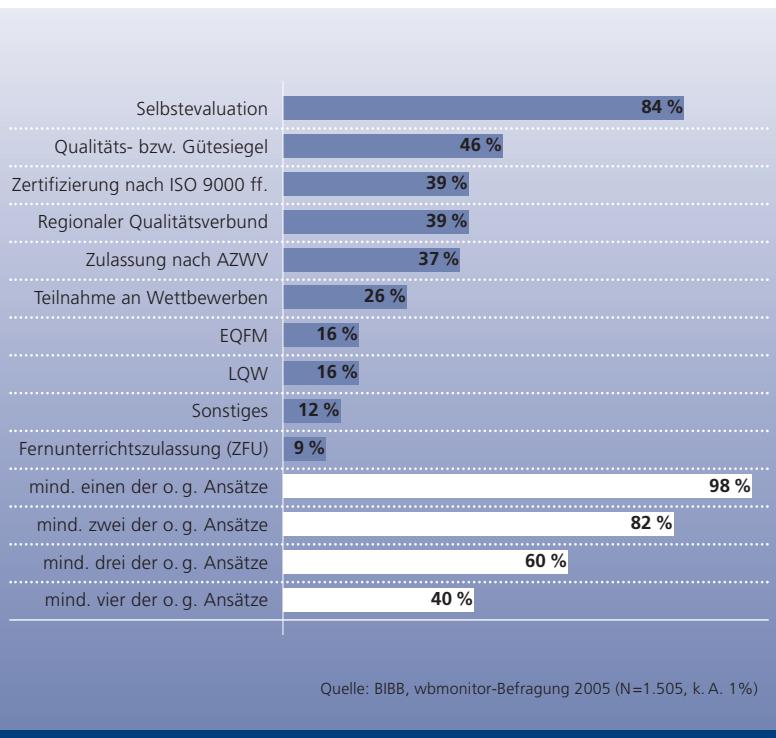


Abbildung 3 Qualitätsansätze, die die Weiterbildungsanbieter gegenwärtig verfolgen (Mehrfachnennungen)

Qualitätsansätze sind stark verbreitet und häufig miteinander kombiniert

Die Qualitätsaktivitäten der Weiterbildungsanbieter haben insofern einen Bezug zu ihrer wirtschaftlichen Entwicklung, als dass sie einerseits Kosten verursachen und andererseits langfristig zum wirtschaftlichen Erfolg beitragen sollen. Wie die vorliegende **wbmonitor**-Befragung zeigt, engagieren sich fast alle Anbieter im Bereich der Qualitäts sicherung und -entwicklung (vgl. Abb. 3).

Die „Selbstevaluation“ mit einer Quote von 84% ist hierbei immer noch der Ansatz, der mit großem Abstand am häufigsten angewandt wird. Aus Fallstudien ist jedoch bekannt, dass sich hinter der einheitlichen Antwort „Selbstevaluation“ einerseits aufwändige Systeme verborgen können, die sehr genau auf die individuellen Organisationsbedingungen zugeschnitten sind. Andererseits können aber auch unsystematische und nur sporadisch stattfindende Fragebogenaktionen als Selbstevaluationen bezeichnet werden.⁵

Stärker standardisierte und teilweise mit einer externen Überprüfung einhergehende Qualitätsansätze werden hingegen seltener genutzt: 46% der Einrichtungen geben an, sich um anerkannte Qualitäts- und Gütesiegel im Weiterbildungsbereich zu bemühen, 39% verfolgen eine Zertifizierung nach der Qualitätsmanagementnorm ISO 9000 ff., und ebenfalls 39% gehören zu einem regionalen Qualitätsverbund mit gemeinsamen Qualitätskriterien. Unter den Anbietern gibt es 37%, die eine Zulassung nach der „Aner-

kennungs- und Zulassungsverordnung Weiterbildung“ (AZWV) anstreben oder diese bereits erreicht haben.

Diese 2004 im Rahmen der Hartz-Gesetzgebung erlassene Rechtsverordnung regelt, dass von Arbeitsagenturen oder Arbeitsgemeinschaften (ARGE) ausgegebene Bildungsgutscheine nur noch von Weiterbildungsanbietern eingelöst werden dürfen, die ein „den anerkannten Regeln der Technik entsprechendes systematisches Instrument zur Qualitätssicherung und Qualitätsentwicklung“ (AZWV § 8, Abs. 4) verwenden. Zur Erfüllung dieser Anforderung wird offenbar die ISO-Qualitätsmanagementnorm am häufigsten herangezogen: 64% der Einrichtungen, für die die AZWV relevant ist, verfolgen eine Zertifizierung nach der ISO 9000 ff., 23% setzen sich mit der „Lernerorientierten Qualitätstestierung in der Weiterbildung“ (LQW) auseinander und 21% orientieren sich an dem europäischen Qualitätsmodell EFQM.

Insgesamt ist zu beobachten, dass die in Abbildung 3 aufgeführten Qualitätsansätze häufig miteinander kombiniert werden. So verfolgen 82% der Anbieter mindestens zwei und 40% sogar vier oder mehr Qualitätsansätze parallel.

Weiterbildungstests der Stiftung Warentest

Ein relativ neuer Ansatz im Kontext der Qualitätsentwicklung sind die vom BMBF und dem Europäischen Sozialfonds (ESF) geförderten Weiterbildungstests der Stiftung Warentest, von denen seit 2001 inzwischen mehr als 70 durchgeführt wurden. Diese Tests zielen auf eine Verbesserung der Transparenz für (potenzielle) Weiterbildungsnachfrager, auch im Sinne des Verbraucherschutzes ab, sollen aber auch qualitätsverbessernde Prozesse bei Weiterbildungsanbietern initiieren. Im Juli 2005 hat das BMBF die finanzielle Förderung von Weiterbildungstests der Stiftung Warentest um zwei Jahre verlängert.

Welche Wirkungen haben Weiterbildungstests bisher auf dem deutschen Weiterbildungsmarkt erzielt? Diese Frage wurde in einem multiperspektivischen Forschungsprojekt näher untersucht (s. Kasten).

Forschungsprojekt zu den Wirkungen von Weiterbildungstests

Die Studie wurde von Helmut Kuwan – Sozialwissenschaftliche Forschung und Beratung München (Leitung des Gesamtprojekts) gemeinsam mit dem BiBB und TNS Infratest Sozialforschung durchgeführt und beinhaltete vier Bausteine: (1) eine repräsentative Bevölkerungsbefragung von ca. 1.800 Befragten, (2) die Befragung von ca. 1.500 Anbietern im **wbmonitor**, (3) eine Online-Befragung von ca. 1.500 Besuchern der Internetseite zu Weiterbildungstests sowie (4) vertiefende Fallstudien zu Veränderungen bei getesteten und nicht getesteten Weiterbildungsanbietern.

Weitere Informationen (Dokumentation der „Bilanztage Bildungstests“):

www.stiftung-warentest.de/online/bildung_soziales/weiterbildung/meldung/1334951/1334951.html

Anbieter sind skeptischer als Nachfrager

Weiterbildungsanbieter schätzen die Wichtigkeit von Weiterbildungstests skeptischer ein als (potenzielle) Nachfrager. Während eine – wenn auch eher knappe – Mehrheit der Bevölkerung (56 %) und eine deutliche Mehrheit der Weiterbildungsteilnehmer Tests für sich persönlich als sehr wichtig oder eher wichtig einstufen, hält nur etwas mehr als jeder dritte Weiterbildungsanbieter Weiterbildungstests mit Blick auf die eigene Einrichtung für sehr wichtig oder eher wichtig. Eine Ausnahme bildet dabei die relativ kleine Gruppe der Anbieter (n=85), die bereits in Tests einbezogen war. Sie hält Weiterbildungstests mehrheitlich für wichtig.⁶

Reichweite der Weiterbildungstests ist noch begrenzt

Die Rezeption der Weiterbildungstests ist bei Nachfragern und Anbietern noch begrenzt. Rund 10 % der Bevölkerung und 44 % der Weiterbildungsanbieter erklären, schon einmal oder mehrmals Weiterbildungstests gelesen zu haben. Wie die Fallstudien verdeutlichen, variiert zudem bei den Anbietern die Vertrautheit mit Inhalten und Methoden der Weiterbildungstests erheblich. Viele Anbieter wissen sehr wenig über die Ziele, methodische Anlage und Praxis der Weiterbildungstests von Stiftung Warentest.⁷

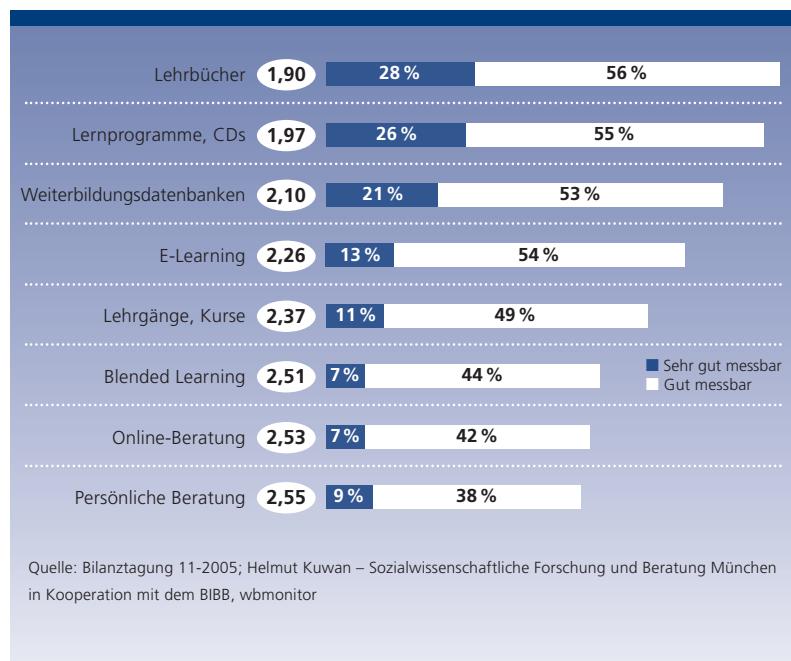
So trifft man wiederholt auf die Vorstellung, nicht Angebote, sondern Anbieter ständen im Mittelpunkt der Weiterbildungstests. Manchmal werden die Bildungstests als Zertifizierungen wahrgenommen oder mit den Prüf- und Zulassungsverfahren nach der AZWV gleichgesetzt. Entsprechende Fehleinschätzungen sind auf Seiten der nicht getesteten Anbieter verbreiteter als bei den getesteten, doch lassen sie sich auch bei getesteten Anbietern finden und verdeutlichen einen erheblichen Aufklärungsbedarf mit Blick auf Weiterbildungstests.

Ist Weiterbildungsqualität nach Ansicht der Anbieter messbar?

Die Frage, ob es überhaupt möglich ist, die Qualität von Weiterbildungsangeboten vergleichend zu messen, wurde im Zuge der Einführung von Weiterbildungstests äußerst kontrovers diskutiert. Inzwischen hält eine Mehrheit der Anbieter die zur Bewertung vorgegebenen Qualitätsaspekte (u. a. Infrastruktur, Fachkompetenz, Didaktik, Preis-Leistungsverhältnis und interne Abläufe) grundsätzlich für messbar.⁸ Fasst man die Antwortkategorien „sehr gut messbar“ und „gut messbar“ zusammen, so liegen die entspre-

chenden Anteilswerte zwischen 61 % für die Qualität interner Abläufe und 94 % für die infrastrukturelle Qualität. Auch für verschiedene Weiterbildungsprodukte bzw. -dienstleistungen hat das Gros der Anbieter meist keine prinzipiellen Zweifel an der Eignung von Weiterbildungstests. Zwischen einzelnen Aspekten lassen sich allerdings z. T. deutliche Abstufungen erkennen (vgl. Abb. 4). Vor allem Lehrbücher, Lernprogramme und CDs, Weiterbildungsdatenbanken und E-Learning gelten einer deutlichen Mehrheit der Anbieter für testtauglich.

Abbildung 4 **Eignung von Weiterbildungstests für verschiedene „Lernprodukte“ aus Sicht der Anbieter** (Basis: Anbieter mit gültigen Angaben, zwischen 956 und 1.198 Befragten, je nach Aspekt)



Kontrovers beurteilt werden dagegen Blended-Learning-Kurse, die Online-Beratung sowie die persönliche Beratung. Jeweils etwa die Hälfte der Weiterbildungsanbieter hält diese Angebote für testgeeignet, während die andere Hälfte der gegenteiligen Ansicht ist. Zweifel an der Eignung von Weiterbildungstests können jedoch auf andere Punkte gerichtet sein. Deshalb wurde in den Fallstudien die Frage der Eignung von Weiterbildungstests für verschiedene Angebotsformen vertiefend untersucht.

Für welche Angebote eignen sich Weiterbildungstests eher? Für eine Mehrheit der in den Fallstudien befragten Experten/-innen ist die Eignung der Tests am ehesten für überregionale Standardmaßnahmen gegeben (vgl. Abb. 5). Für nicht sinnvoll erachten sie die Tests dagegen bei maßgeschneiderten und kundenindividuell ausgerichteten Maßnahmen. Solche Angebote müssten nach anderen, speziell kundendefinierten Kriterien bewertet werden und richteten sich schließlich auch nicht an breite Nachfragerschichten. Tauglich sind die Bildungstests in den Augen der meisten Anbieter außerdem für häufig in gleicher Weise angebo-

Abbildung 5 Maßnahmenbezogene Eignung der Bildungstests (Basis: Fallstudien)

| PRO | CONTRA |
|---|--|
| Für überregionale Standardmaßnahmen | Schwierige Vergleichbarkeit regionaler mit überregional angebotenen Maßnahmen (regionale Spezifika; Preisverzerrung etc.) |
| Für „ Dauerbrenner “, vielfach in gleicher Weise angebotene Veranstaltungen | Eignung nicht für hochgradig innovative, z. B. technologisch sehr aktuelle Veranstaltungen (bis Tests greifen, ist Maßnahme ggf. aus dem Programm) |
| Für offene Angebote sowie ordnungspolitisch gesteuerte Maßnahmen | Nicht sinnvoll bei Inhouse-Seminaren, maßgeschneiderten bzw. kundenindividuell ausgerichteten Maßnahmen |
| Für wesentlich mediengestützte Lernformen und -programme | Ungeeignet für Weiterbildung mit hohen Coaching-/Beratungsanteilen |
| Für Angebote an Individual nachfrager und kleinere Unternehmen bzw. Einrichtungen (Transparenzprobleme) | <i>Messbarkeit/Angemessenheit der Kriterien</i> |

Quelle: Bilanntagung 11-2005, Helmut Kuwan / Yves Waschbüsch, München

tene Veranstaltungen („Dauerbrenner“). Auch offene Angebote, ordnungspolitisch gesteuerte Weiterbildungsangebote und wesentlich mediengestützte Lernformen bieten sich ihrer Ansicht nach für die Tests an.

Zweifelhaft sei dagegen die Eignung für hochgradig innovative, z. B. technologisch sehr aktuelle Veranstaltungen.

Bis die Bildungstests durchgeführt und die Bewertungen publiziert werden könnten, werde die entsprechende Veranstaltung unter Umständen schon nicht mehr angeboten. Ebenfalls für eher ungeeignet erachten viele Befragte Weiterbildungen mit hohen Coaching- bzw. Beratungsanteilen.

Kritische Anmerkungen zu Weiterbildungstests beziehen sich in einigen Fällen darauf, dass Transferaspekte und die Nachhaltigkeit des Gelernten vernachlässigt würden. Einzelne Anbietervertreter kritisieren in den Fallstudien auch die Intransparenz bei der Angebotsauswahl für Weiterbildungstests oder sehen, ohne Stiftung Warentest Befangenheit zu unterstellen, eine latente Gefahr der Instrumentalisierbarkeit der Tests durch Interessensgruppen (Anbieter, Verbände etc.), die an der Entwicklung der Tests mitwirken.

In Einzelfällen monieren Befragte auch, dass gerade in kreativeren Bildungsbereichen der Fokus auf abprüfbar, vielfach formale Standards (z. B. Kapitelüberschriften im E-Learning-Bereich) unter Umständen die methodisch-didaktischen Gestaltungsoptionen beschränke.

Trotz einiger kritischer Anmerkungen zu Einzelaspekten sprechen die Ergebnisse insgesamt dafür, dass sich der Diskussionsrahmen seit Einführung der Weiterbildungstests verändert hat. Zwar sind weiterhin einige Anbieter gegenüber der Messbarkeit von Weiterbildungsqualität skeptisch, doch stehen für die meisten grundsätzliche Zweifel nicht mehr im Vordergrund.

Die Akzeptanz von Weiterbildungstests hängt auch maßgeblich davon ab, wie vertrauenswürdig die testende Instanz eingeschätzt wird. Die Anbieterbefragung im Rahmen des **wbmonitor** lässt hier einen erheblichen Vertrauensvorschuss der Stiftung Warentest erkennen. Die in den Fallstudien Befragten würdigen ebenfalls fast ausnahmslos die Glaubwürdigkeit von Stiftung Warentest als neutraler und unabhängiger Organisation mit sehr gutem Ruf als Vertreterin von Verbraucherinteressen und vielfältigen Test erfahrungen.

Inwieweit reagieren Anbieter auf Weiterbildungstests?

Die Wirkungen von Weiterbildungstests auf die Marktposition von Anbietern entfalten sich vornehmlich im getesteten Sektor, betreffen manchmal aber auch deren gesamte Marktposition. Von allen Anbietern, die eine Einstufung vornehmen, ist mehr als jeder zweite der Ansicht, dass die Wirkungen der Weiterbildungstests auf die Marktposition im getesteten Sektor sehr groß (10 %) oder eher groß (47 %) sind. 40 % halten sie für eher gering, und 3 % attestieren den Weiterbildungstests überhaupt keine Wirkungen. Immerhin fast jeder dritte Anbieter ist der Ansicht, dass die Wirkung auf die gesamte Marktposition, also auch in nicht getesteten Segmenten, sehr groß oder eher groß ist. Als Reaktion auf Weiterbildungstests nennen die im **wbmonitor** befragten Anbieter vor allem folgende Veränderungen:

- Etwa 24 % der getesteten Weiterbildungsanbieter haben als Reaktion auf Weiterbildungstests Angebote ausgeweitet.
- Ebenfalls etwa jeder vierte getestete Anbieter gibt an, aufgrund von Weiterbildungstests Angebote geändert zu haben (24 %).
- In Einzelfällen wurden Angebote vom Markt genommen (1 %).
- Von den nicht getesteten Anbietern, die Weiterbildungstests gelesen haben, nahm etwa jeder siebte (14 %) Veränderungen seiner Angeboten vor.

Wie die Fallstudien zeigen, stärken Weiterbildungstests die Aufmerksamkeit für qualitätskritische Themen und regen Diskussionen bei Anbietern an. Entsprechend nutzen einige Weiterbildungsanbieter die Tests auch für weitergehende Zwecke. Genannt werden hier vor allem folgende Aspekte:

- Kritische Analyse und Optimierung eigener Angebote und Prozesse;
- Objektivierung interner Schwachstellendiskussionen;
- Externe Vermarktung im Sinne einer Orientierungshilfe bei neuen Produkten;
- Externes Qualitätsargument im Preiskampf.

Empfehlung: Weiterbildungstests im „Qualitätslabyrinth“ noch klarer positionieren!

Die wbmonitor-Befragung zeigt, dass die meisten Anbieter (83 %) die Weiterbildungstests als sinnvolle Ergänzung zu den schon länger existierenden Qualitätsansätzen einschätzen. Eine knappe Mehrheit (52 %) geht zudem davon aus, dass sich die Weiterbildungsqualität in den letzten drei Jahren insgesamt eher verbessert habe. Dennoch werden immer noch große Verbesserungspotenziale gesehen: 63 %

der Einrichtungen stimmen der Einschätzung eher zu, dass die Qualitätsentwicklung in der Weiterbildung erst am Anfang stehe.

Auch das Wirkungspotenzial der Weiterbildungstests ist noch lange nicht ausgeschöpft. Es ist erforderlich, ihre Reichweite bei Anbietern und Nachfragern zu verbessern. Dabei geht es nicht nur um eine Erhöhung der Zahl der Lese/-innen von Weiterbildungstests. Insbesondere für Weiterbildungsanbieter gilt: Wer Angebote im Sinne verbraucherfreundlicher Kriterien verbessern will, benötigt Wissen über die „Basics“ der Weiterbildungstests. Wenn der Stellenwert von Weiterbildungstests den Beteiligten nicht hinreichend klar ist, beeinträchtigt dies deren Wirkungen. Für Weiterbildungstests ist deshalb eine noch klarere „Positionierung im Qualitätslabyrinth“ anzustreben und zu kommunizieren. Dies gilt insbesondere mit Blick auf Gütesiegel, ISO-Zertifizierung oder AZWV.

In der Qualitätsdebatte ist aber auch die wirtschaftliche Lage der Weiterbildungsanbieter zu berücksichtigen. Auf Seiten der Anbieter sollten für Qualitätsaktivitäten keine unnötigen Kosten entstehen. Eine „Inflation“ unterschiedlicher regionaler und sektoraler Qualitätsansätze, die für Anbieter aufwändige Doppelprüfungen verursachen können, ist daher zu vermeiden. ■

www.personal-buecher.de

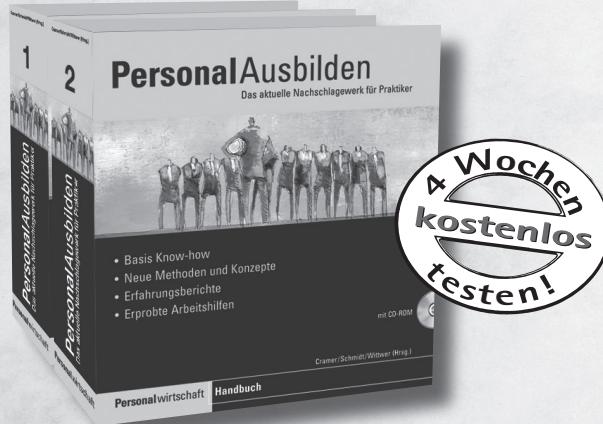
Praxiswissen in Handlungsfelder der Ausbildung

»PersonalAusbilden« ist ganz auf die Bedürfnisse der betrieblichen Ausbildung zugeschnitten. Aufgebaut in Anlehnung an die neue Ausbilder-Eignungsverordnung erhalten Ausbilder notwendiges Hintergrundwissen zu jedem der dort definierten Handlungsfelder wie zum Beispiel Ausbildung planen, Auszubildende einstellen oder Gruppen anleiten. Darüber hinaus informiert ein Serviceteil regelmäßig über Neuigkeiten in der Berufsbildung.

► Aus dem Inhalt:

- ⊖ Grundlagen des Berufsausbildungssystems
- ⊖ Ausbildung planen
- ⊖ Auszubildende einstellen
- ⊖ Am Arbeitsplatz ausbilden
- ⊖ Lernen fördern
- ⊖ Gruppen anleiten
- ⊖ Die Ausbildung beenden
- ⊖ Service: Aktuelle Daten und Fakten
- ⊖ NEU: Der Ausbilderservice auf CD-ROM mit Rechtsgrundlagen, Berufsbildungsstatistik, Verzeichnisse der Ausbildungsberufe, Datenbank öffentlicher Fördermittel sowie Arbeitshilfen und ein PC-Tool für Arbeitszeugnisse.

Das kompakte Handbuch speziell für Ausbilder in kleinen und mittelständischen Unternehmen!



Cramer/Schmidt/Wittwer (Hrsg.)
PersonalAusbilden
Das aktuelle Nachschlagewerk für Praktiker

Loseblattwerk, 1.200 Seiten, inkl. CD-ROM,
2 Ordner DIN A5, ca. 4 Aktualisierungen jährlich

STARTPAKET
€ 98,00
ISBN 3-87156-281-5

Bestellen Sie per Telefon (0 26 31) 801 22 11 · Telefax (0 26 31) 801 22 23 oder über den Buchhandel