

im Auftrag der Europäischen Kommission CVTS3 methodisch vor. Insgesamt nahmen in Europa über 100.000 Unternehmen an CVTS3 teil, in Deutschland 2.857 Unternehmen.

Es ist geplant, CVTS4 im Jahr 2011 für das Berichtsjahr 2010 durchzuführen. Erste Ergebnisse sind nicht vor 2012 zu erwarten.

Die europäischen Daten wurden auf der Eurostat-Homepage veröffentlicht.²⁶⁶ Eine zusammenfassende Darstellung wurde von Eurostat bislang nicht vorgelegt. Bei der Interpretation der europäischen Vergleichsdaten sollten stets die Datenqualität, die nationalen Rahmenbedingungen und historisch gewachsenen Strukturen berücksichtigt werden – ein unreflektiertes Ranking kann zu falschen Folgerungen führen. Das BIBB wertete gemeinsam mit den Forschungsinstituten Céreq (Marseille) und Isfol (Rom) im Auftrag von CEDEFOP die Ergebnisse von CVTS3 inhaltlich und methodisch aus, wobei die Analyse der Datenqualität und die Auswertung von Mikrodaten aus 7 Ländern von zentraler Bedeutung waren (CEDEFOP 2010).

Die CVTS3-Resultate für Deutschland wurden 2007/2008 vom Statistischen Bundesamt publiziert (Schmidt 2007 sowie Schmidt 2008). Außerdem wurde im Jahr 2008 in Deutschland eine Zusatzerhebung bei weiterbildenden Unternehmen, die an CVTS3 teilgenommen haben, durchgeführt. Diese Erhebung liefert u. a. Informationen zur Verzahnung von Aus- und Weiterbildung und zu den Lernformen im Unternehmen (vgl. Moraal u. a. 2009).

CVTS4 soll 2011 für das Berichtsjahr 2010 durchgeführt werden. Der Fragebogen soll an einigen Stellen modifiziert werden – wie dies auch in den Vorgängerbefragungen stets geschehen ist. Die Vergleichbarkeit zwischen CVTS3 und CVTS4 soll aber bei den Kernindikatoren gewahrt bleiben.²⁶⁷

(Friederike Behringer, Bernd Käßlinger, Dick Moraal, Gudrun Schönfeld)

266 Siehe: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/education/data/database> (Abrufdatum: 30.09.2009).

267 Zum Redaktionstermin dieses Artikels lag nur eine Entwurfsfassung des Fragebogens für CVTS4 vor; die erforderliche Regulierung als rechtliche Grundlage für CVTS4 stand noch aus. Die nationalen bzw. europaweiten Befragungsergebnisse für CVTS4 sind nicht vor 2013 zu erwarten.

B2 Weiterbildungsanbieter

B2.1 Weiterbildungsanbieter: Ergebnisse der wbmonitor Umfrage 2009

B2.1.1 Klima, Marktbehauptung und Strukturen im Fokus des wbmonitor 2009

Der **wbmonitor**, der gemeinsam vom Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) und dem Deutschen Institut für Erwachsenenbildung – Leibniz-Zentrum für Lebenslanges Lernen (DIE) getragen wird, führt jährlich im Mai eine bundesweite Online-Umfrage bei Weiterbildungsanbietern durch. **E** Neben einem jährlich wechselnden Themenschwerpunkt stellen identische Fragen zur wirtschaftlichen Situation sowie zu den Strukturen der Weiterbildungsanbieter zentrale Bestandteile der Umfragen dar.

An der Erhebung 2009 nahmen 1.525 Weiterbildungseinrichtungen teil. Dies sind knapp 10% der kontaktierten Grundgesamtheit des **wbmonitor** von rund 16.500 Weiterbildungsanbietern in Deutschland. Die Angaben der Umfrageteilnehmer/-innen wurden auf die Grundgesamtheit gewichtet und hochgerechnet. Die Umfrageergebnisse besitzen somit Gültigkeit für alle im **wbmonitor** erfassten Weiterbildungsanbieter.

Als Indikator für die wirtschaftliche Situation von Weiterbildungsanbietern berechnet das BIBB jährlich aus den Umfrageergebnissen des **wbmonitor** den **wbmonitor** Klimaindex. **E**

E wbmonitor Umfragen

wbmonitor ist seit 2006 ein Kooperationsvorhaben von BIBB und DIE. Damit wurde er auf eine neue konzeptionelle Grundlage gestellt (Feller u. a. 2009). Zuvor konzentrierte sich der 2001 vom BIBB initiierte **wbmonitor** auf Anbieter beruflicher Weiterbildung.

Tabelle B2.1.1-1: Klimaindex, wirtschaftliche Lage und Erwartung für ausgewählte Teilgruppen von Weiterbildungsanbietern 2009

		Klimawert	Lage- beurteilung	Erwartung in einem Jahr	Angaben zur Lage
		gemittelt aus Lage und Erwartung	Saldo* posi- tiv/negativ	Saldo* bes- ser/schlechter	Anzahl (hochgerechnet)
Alle Umfrageteilnehmer/-innen		33	44	22	12.927
Art der Einrichtung	kommerziell privat	38	36	41	4.037
	gemeinnützig privat	43	48	38	2.072
	Bildungseinrichtung eines Betriebes	32	32	31	490
	berufliche Schule	43	64	25	649
	Volkshochschule	12	36	-9	1.893
	(Fach-)Hochschule, Akademie	63	60	67	443
	wirtschaftsnah (Kammer, Innung, Berufs- verband u. Ä.)	57	70	45	876
Einrichtung einer Kirche, Partei, Gewerk- schaft, Stiftung, eines Verbandes, Vereins	20	39	2	1.836	
Ausrichtung des Weiter- bildungsangebotes	nur berufliche Weiterbildung	44	49	38	3.721
	nur allgemeine Weiterbildung	14	34	-4	746
	berufliche und allgemeine Weiterbildung	30	42	18	8.250
Angestellte/Beamte in der Weiterbildung	0 bis 9	29	35	23	8.985
	10 bis 49	36	52	21	2.976
	50 und mehr	38	63	16	715
Einnahmen/Zuwendungen von Betrieben	keine Einnahmen	27	43	13	4.494
	bis 25 %	36	51	23	4.427
	26 % bis 49 %	41	48	35	771
	50 % und mehr	29	21	37	2.843
Einnahmen/Zuwendungen von Arbeitsagenturen	keine Einnahmen	25	33	17	6.793
	bis 25 %	33	45	22	3.047
	26 % bis 49 %	45	57	33	684
	50 % und mehr	44	58	30	2.011
Einnahmen/Zuwendungen von Kommunen, Ländern, Bund, EU	keine Einnahmen	39	40	38	5.524
	bis 25 %	39	51	28	3.441
	26 % bis 49 %	14	30	0	1.633
	50 % und mehr	25	48	4	1.936
Umsatz der Einrichtung	1 bis 10 Tsd. Euro	10	13	7	693
	10 bis 100 Tsd. Euro	31	31	31	2.891
	100 Tsd. bis 1 Mio. Euro	28	38	18	4.838
	1 Mio. bis 10 Mio. Euro	34	50	20	2.738
	10 Mio. Euro und mehr	47	71	25	344
Zum Vergleich	ifo Dienstleistungsgewerbe	-5	-8	-2	

* Der Saldo ist die Differenz der positiven und negativen Anteilswerte mit einer theoretischen Spanne von +100 bis -100.

Quelle: BIBB/DIE wbmmonitor Umfrage 2009, hochgerechnete Werte auf Basis von n = 1.149 gültigen Angaben

Der **wbmonitor** wendet sich an alle institutionalisierten oder betrieblich verfassten Anbieter, die Weiterbildung als Haupt- oder Nebenaufgabe regelmäßig oder wiederkehrend offen zugänglich anbieten. Es wird ein Betriebsstättenkonzept verfolgt, wonach jede Niederlassung als eigener Anbieter zu behandeln ist.²⁶⁸

Als Weiterbildung gilt ein organisiertes Bildungsangebot, das sich an ausgebildete oder erfahrene Erwachsene richtet. Zielt es darauf ab, beruflich verwertet zu werden, zählt es zur beruflichen, anderenfalls zur allgemeinen Weiterbildung.

Bei den seit 2007 online durchgeführten Umfragen, zu denen im **wbmonitor** verzeichnete Weiterbildungsanbieter eingeladen werden, werden den Teilnehmenden jährlich bestimmte Standardfragen (realisiertes Kursangebot, Organisationsbedingungen, Zukunftsaussichten) gestellt, die der Charakterisierung der Struktur dienen und aus denen zur Kennzeichnung von Stand und Perspektive der Weiterbildungslandschaft u. a. der **wbmonitor** Klimaindex abgeleitet wird (Feller 2008). Zusätzlich wird ein wechselnder Themenschwerpunkt zu aktuellen Entwicklungen in der Weiterbildung behandelt.

Klimaindex Berechnungsmodus

Es werden die prozentuierten Differenzen von positiven und negativen Urteilen zur gegenwärtigen wirtschaftlichen/haushaltsbezogenen Lage der Einrichtungen und von den erwarteten Veränderungen gebildet, die entsprechend den Unterrichtsstunden gewichtet sind, die die Anbieter im Vorjahr durchgeführt haben. Aus den so entstandenen Salden erzielt man den Klimawert als geometrisches Mittel. Er kann zwischen -100 und +100 schwanken und ist eine konzeptuelle Adaption des ifo Geschäftsklimaindexes.

Weiterbildungsanbieter nach wie vor überwiegend optimistisch

Der Klimaindex ist 2009 mit 33 Punkten etwas unter das Vorjahresniveau von 42 gesunken → **Tabelle B2.1.1-1**. Während die wirtschaftliche Lage mit 44 Punkten noch weitgehend ähnlich gut eingeschätzt wird wie im Vorjahr (47), hat sich bei den Weiterbil-

dern speziell die Erwartung, dass sie sich in 2010 noch einmal verbessern wird, deutlich reduziert auf 22 Punkte (38 in 2008). Dennoch sind Weiterbildungsanbieter optimistischer als andere Dienstleister: Der ifo Klimawert für den Dienstleistungssektor²⁶⁹ ist ins Negative abgerutscht und liegt bei -5, der für die Lage bei -8 und für die Erwartung bei -2 (zeitgleich erfragt im Mai 2009; Vorjahreswerte: 19, 26, 13; vgl. Institut für Wirtschaftsforschung, Mai 2009, S. 3).

Wie in den Vorjahren behaupten sich private oder wirtschaftsnahe Einrichtungen und Anbieter beruflicher Weiterbildung überdurchschnittlich gut. Dieses Jahr schließen aber auch berufliche Schulen und insbesondere (Fach-)Hochschulen sowie Anbieter, die mehr als ein Viertel ihrer Einnahmen über Arbeitsagenturen beziehen, zur Spitze auf. Auch große Anbieter mit einem Gesamtumsatz von 10 Mio. Euro und mehr bzw. 50 und mehr Angestellten/Beamten in der Weiterbildung weisen überdurchschnittliche Klimawerte auf. Weniger gut ist dagegen das Klima bei Anbietern, die finanziell zu erheblichen Anteilen von öffentlichen Finanzquellen abhängig sind, sowie bei Volkshochschulen. Stark abgekühlt auf 29 Punkte hat sich wohl infolge der Wirtschaftskrise das Klima bei Anbietern, die ihre Einnahmen überwiegend von Betrieben beziehen (Klimawert 2008: 68).

Einfluss der gesamtwirtschaftlichen Lage 2009 auf die Marktbehauptung von Weiterbildungsanbietern

Konjunkturelle Einflüsse machen sich in den Klimawerten bemerkbar, sind darin jedoch nicht isolierbar von anderweitigen institutionellen oder einrichtungsspezifischen Einflussfaktoren auf die wirtschaftliche Situation.²⁷⁰ Aus diesem Grund wurde im Themenschwerpunkt der **wbmonitor** Umfrage 2009 auch der direkte Einfluss der Gesamtwirtschaftslage auf die Marktbehauptung der Einrichtung abgefragt.²⁷¹

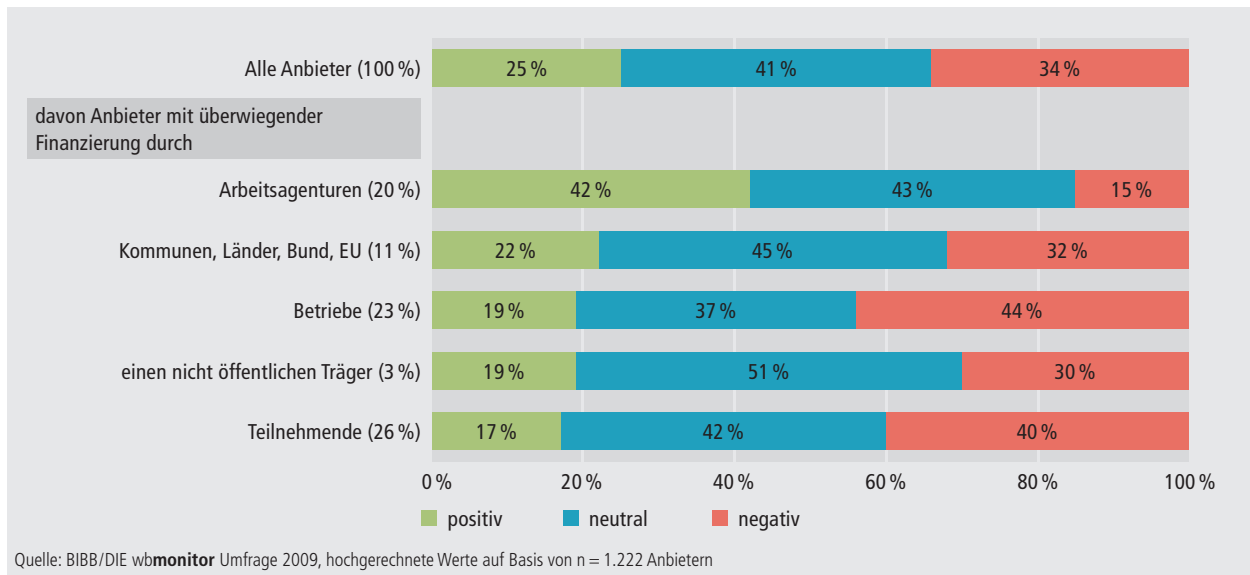
268 Näheres zu den Begriffsdefinitionen unter www.wbmonitor.de.

269 Mehr dazu unter www.cesifo-group.de/portal/page/portal/ifoHome/a-winfo/d1index/13ktdl.

270 Institutionell z. B. länderspezifische Besonderheiten wie der Bildungsscheck NRW, einrichtungsspezifisch z. B. die Passung von Weiterbildungsangebot und Nachfrage.

271 An Weiterbildungsanbieter, die in ihren Strukturen gänzlich unabhängig von Marktmechanismen sind (z. B. durch vollständige Trägerfinanzierung), wurde die Frage per Filterführung nicht gestellt. Dies betrifft 12 % aller Anbieter.

Schaubild B2.1.1-1: Einfluss der gesamtwirtschaftlichen Lage auf die Marktbeauptung (in %)



Ein Viertel der Weiterbildungsanbieter beurteilt den Einfluss der Wirtschaftskrise auf die Marktbeauptung positiv, ein Drittel negativ; ein großer Teil der Anbieter (41%) sieht jedoch weder positive noch negative Auswirkungen → [Schaubild B2.1.1-1](#).²⁷² Damit stehen die Einrichtungen 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 (Heckmann u. a. 2009, S. 3).

Bei Betrachtung des Anbieterspektrums nach Hauptfinanzierungsquellen der Einrichtungen (mindestens 50% der Einnahmen/Zuwendungen) sind aber beträchtliche Unterschiede erkennbar. Von der Lage profitieren können überwiegend durch Arbeitsagenturen finanzierte Anbieter: 42% verzeichnen einen positiven Einfluss (gut doppelt so viele wie bei den anderen Gruppen), 43% keinen, und nur 15% sehen negative Wirkungen. Entsprechend positiv sind ihre Klimawerte → [vgl. Tabelle B2.1.1-1](#). Die verstärkte Förderung der beruflichen Weiterbildung der Arbeitsagenturen/ARGen → [vgl. Tabelle B2.1.2-2](#) zeigt bei den Weiterbildungsanbietern bereits

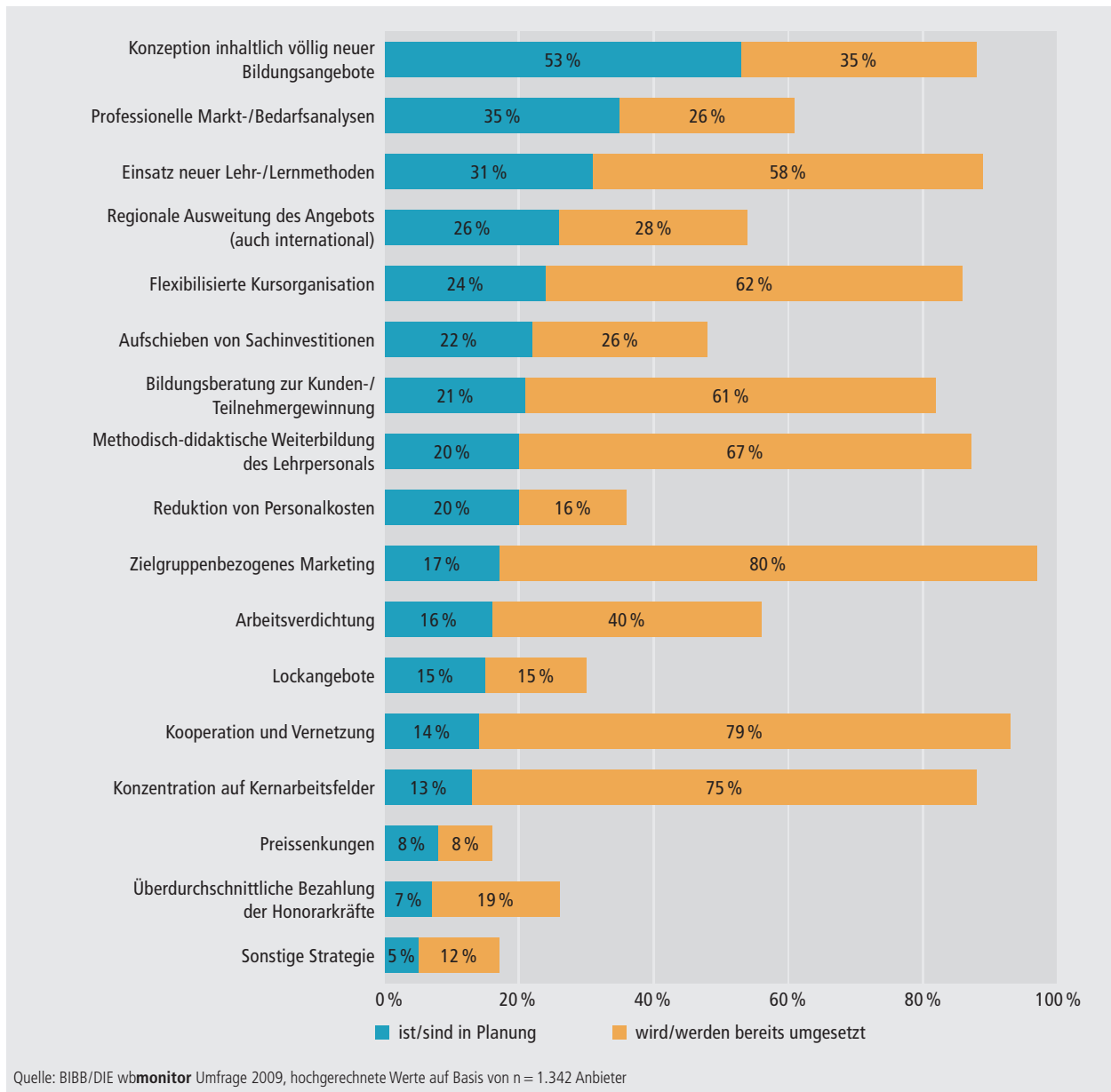
stabilisierende Wirkung und lässt sie eine bessere wirtschaftliche Situation erwarten.²⁷³ Das antizyklische Konjunkturpaket II des Staates, das die umfangreiche Förderung der Qualifizierung von Kurz- und Zeitarbeitenden vorsieht, sowie von Beschäftigten, die seit mehreren Jahren nicht an Weiterbildung teilgenommen haben, hat dagegen bis zum Befragungszeitpunkt den Rückgang der Nachfrage nach Weiterbildung bei den Betrieben nicht ausgleichen können. Rund 1,5 Mio. Beschäftigte waren im Mai 2009 (als auch die Umfrage stattfand) in Kurzarbeit, laut Bundesagentur für Arbeit aber nur rund 12.700 Kurzarbeitende gleichzeitig in Weiterbildung – weniger als 1% (vgl. Bundesagentur für Arbeit 2009e und 2009m)!

Betrieblich finanzierte Anbieter bekommen das prozyklische Verhalten der Betriebe zu spüren, die in der aktuellen Krise bei der Weiterbildung ihrer Beschäftigten den Rotstift ansetzen: 44% sehen sich negativ betroffen. Auch 40% der überwiegend teil-

272 Der Einfluss der gesamtwirtschaftlichen Lage auf die Marktbeauptung wurde mit einer fünfstufigen Skala erhoben und für die Ergebnisdarstellung dreistufig zusammengefasst.

273 Der Vergleich der wirtschaftlichen Lage der mehrjährigen **wbmonitor**-Teilnehmenden von 2008 und 2009 zeigt, dass diese per Saldo nur bei überwiegend arbeitsagenturfinanzierten Anbietern konstant geblieben ist, bei allen anderen primären Finanzierungsquellen hat sie sich im Vergleich zum Vorjahr verschlechtert. Für 2010 erwarten jedoch 51% der arbeitsagenturfinanzierten Anbieter eine Verbesserung, 29% Konstanz und nur 20% eine Verschlechterung (vgl. Koscheck 2009).

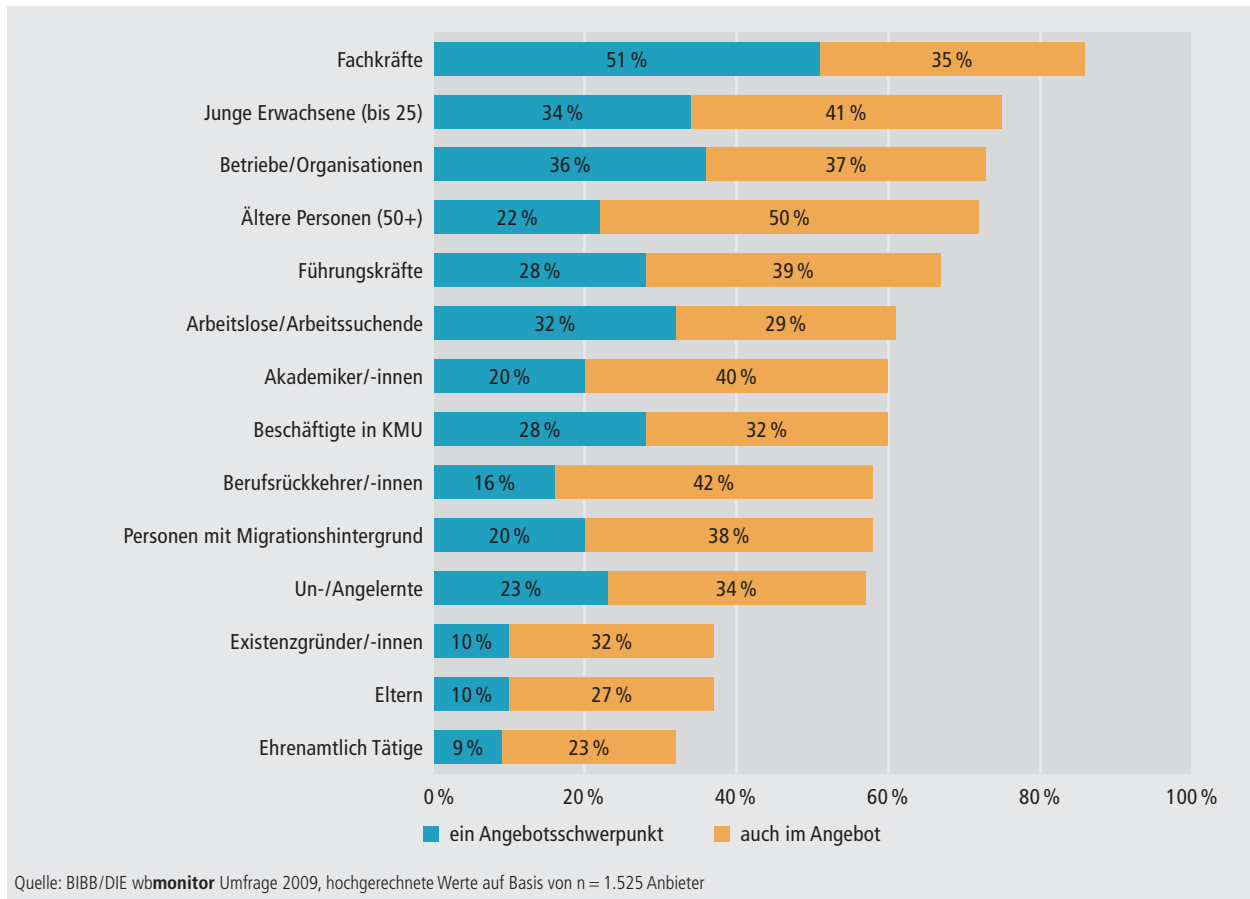
Schaubild B2.1.1-2: Behauptungsstrategien der Weiterbildungsanbieter 2009 (in %, Mehrfachantworten)



nehmerfinanzierten Einrichtungen sehen sich negativ von der gesamtwirtschaftlichen Lage betroffen, je nach Anbietertyp fällt diese Einschätzung jedoch unterschiedlich aus. Während Volkshochschulen (VHS) von der Wirtschaftskrise mehrheitlich negativ beeinflusst werden (positiv 3%, negativ 57%), überwiegt bei beruflichen Schulen und (Fach-)Hochschulen ein positives Bild (positiv 40%, negativ 33%). 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 weiter nachgefragt. Vermutlich investieren Beschäftigte derzeit in solche Qualifikationen, die ihre Wettbewerbsfähigkeit auf dem Arbeitsmarkt erhalten bzw. steigern. Denn teilnehmerfinanzierte Anbieter, die ausschließlich allgemeine Weiterbildung

Schaubild B2.1.1-3: Zielgruppen, die Weiterbildungsanbieter 2008 bedient haben (in %, Mehrfachantworten)



durchführen oder allgemeine Weiterbildung mit im Programm haben, sind zu deutlich höheren Anteilen von der Wirtschaftskrise negativ betroffen (55 % bzw. 43 %) als Anbieter beruflicher Weiterbildung (33 %).

Zukünftige Strategien und Konzepte

Marktbehauptung stellt in der gegenwärtigen Wirtschaftskrise für mehr als drei Viertel der Anbieter ein (sehr) wichtiges Thema dar.²⁷⁴ Die Strategien, mit denen sie sich behaupten wollen, lassen auf dynamisches Handeln schließen → **Schaubild B2.1.1-2**. Neben den bereits stark genutzten Maßnahmen zielgruppenbezogenes Marketing, Kooperation und Vernetzung sowie Konzentration auf Kernarbeitsfel-

der setzen viele Anbieter in Zukunft (auch) auf die Konzeption inhaltlich völlig neuer Bildungsangebote, den Einsatz neuer Lehr-/Lernmethoden und eine flexibilisierte Kursorganisation. Restriktive Strategien spielen insgesamt eine untergeordnete Rolle. Knapp über die Hälfte sieht sich jedoch zur Arbeitsverdichtung gezwungen, überdurchschnittlich häufig ist dies bei Volkshochschulen und Einrichtungen gesellschaftlicher Großgruppen (Einrichtungen von Verbänden, Kirchen, Stiftungen, Parteien u. Ä.) der Fall. 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 vier von zehn.

²⁷⁴ Nur jeder achte Anbieter fühlt sich davon nicht betroffen, den Rest beschäftigen andere Fragen.

Für die Umsetzung von Strategien und Konzepten sind die Weiterbildungsanbieter auf qualifiziertes und motiviertes Personal angewiesen. 37 % sehen beim derzeitigen Honorarniveau für Lehrkräfte bereits negative Auswirkungen auf die Qualität ihrer Bildungsangebote. Entsprechend wird die Einführung des Mindestlohns für Angestellte in der Weiterbildung von der überwiegenden Mehrheit (84 %) als nicht schädlich eingestuft.

Andere aktuelle Rahmenbedingungen für Weiterbildung – außerhalb der direkten konjunkturellen Beeinflussung – beurteilen die Anbieter wie folgt:

- Bekenntnisse der Politik zur Weiterbildung sehen 63 % als hilfreich an.
- Wegen neuer Qualifikationsbedarfe erschließen sich für 75 % der Befragten neue Handlungsfelder.
- Von der Bildungsprämie oder Einführung EU-weit gültiger Leistungspunkte erwarten dagegen lediglich 25 % bzw. 37 % der Anbieter eine Verbesserung ihrer Marktposition.²⁷⁵
- Wettbewerbsdruck macht 66 % der Anbieter zu schaffen.

Bedienung und Erschließung von Zielgruppen

Von zentraler wirtschaftlicher Bedeutung ist die Gewinnung von Kunden, und das sind zuvorderst Beschäftigte: 86 % der Anbieter haben 2008 Fachkräfte bedient, für die Hälfte aller Befragten stellt dies einen Schwerpunktbereich ihrer Arbeit dar → **Schaubild B2.1.1-3**. Auch Führungskräfte und betriebliche Kunden gehören zu den Hauptzielgruppen. Arbeitslose und Arbeitssuchende 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.

²⁷⁵ Die Förderbedingungen der Prämiegutscheine wurden zum 1. Januar 2010 deutlich verbessert: Erwerbstätige erhalten jetzt einmal im Jahr bis zu 500 Euro Zuschuss zu den Weiterbildungskosten und die Einkommensgrenzen wurden angehoben auf jetzt 25.600 Euro bzw. 51.200 Euro für gemeinsam veranlagte Ehepaare. Zum Zeitpunkt der Umfrage betrug der Maximalwert 154 Euro bei einer Einkommensgrenze von 20.000 bzw. 40.000 Euro.

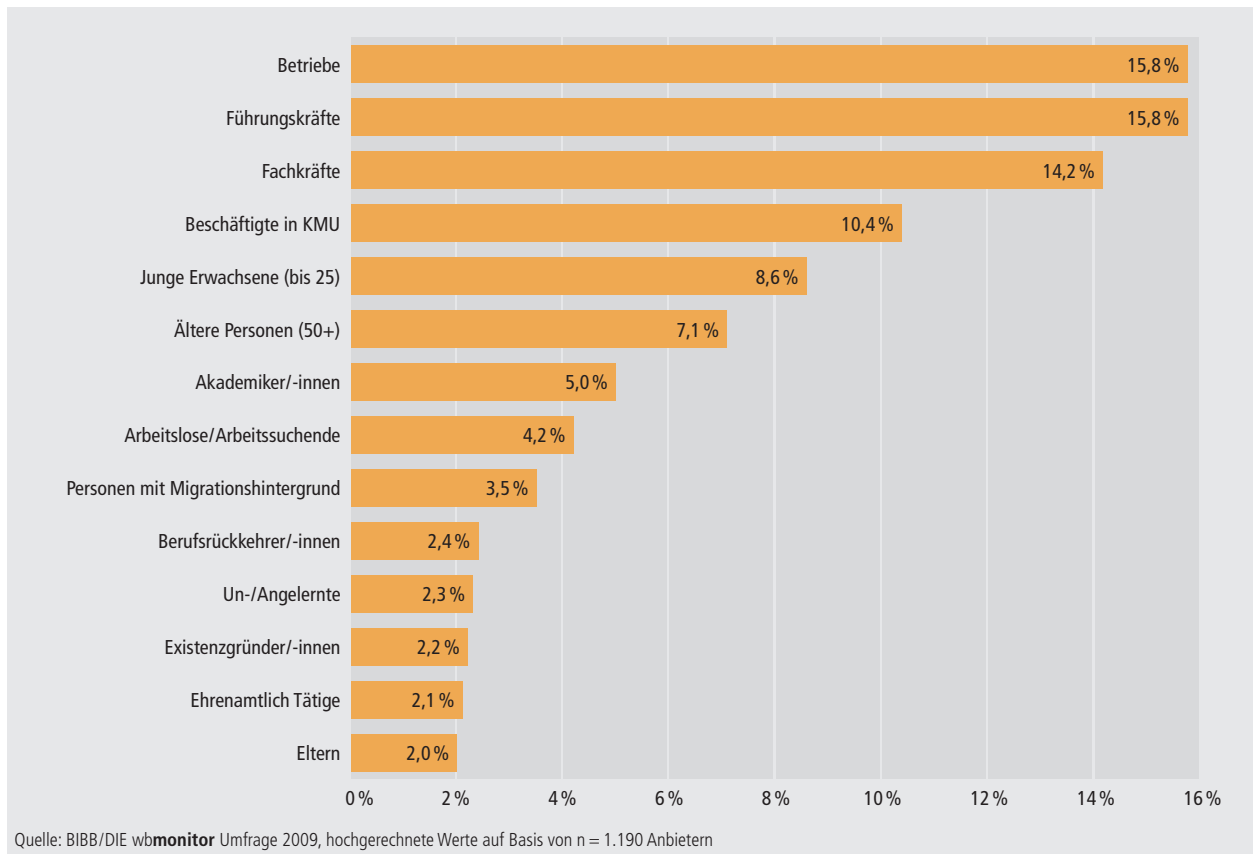
Doch auch von den Anbietern beruflicher Weiterbildung haben 2008 mehr als die Hälfte Angebote für über Fünfzigjährige durchgeführt. Aktualisierung und Neuerwerb beruflicher Qualifikationen dieser Zielgruppe sind nicht zuletzt aufgrund des in einigen Branchen herrschenden Fachkräftemangels und des technischen Fortschritts wichtig.

Betriebe und Führungskräfte sind dauerhaft attraktive Zielgruppen, wie die hohen **wbmonitor** Klimawerte der überwiegend betrieblich finanzierten Weiterbildungsanbieter der letzten Jahre belegen.²⁷⁶ Jeweils knapp 16 % aller Anbieter wollen sie als Kunden zukünftig prioritär stärker bzw. neu erschließen (→ **Schaubild B2.1.1-4**, Einfachangaben), 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 der Arbeitsagenturen und des Konjunkturpakets II kann eine gewisse Kompensation der gegenwärtig rückläufigen Einnahmen von Betrieben bewirken. Auf der Ebene einzelner Anbieter wird die beabsichtigte Wirkung jedoch durch hohe bürokratische Hürden des Markteintrittes in arbeitsagenturgeförderte Maßnahmen behindert → **vgl. Kapitel B2.1.2**, die insbesondere kleineren Weiterbildungsanbietern zu schaffen machen. Diese sind vielfach auf Nischenleistungen spezialisiert, weshalb in der geförderten beruflichen Weiterbildung nicht auf sie verzichtet werden sollte, um das gesamte individuelle und damit sehr differenzierte Nachfragespektrum zu berücksichtigen. Mit einer Erleichterung des Eintritts in den geförderten 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 sowie Personen mit Migrationshintergrund, haben unter den jetzigen Förderbedingungen nur bei wenigen Anbietern Priorität bei der Ausweitung oder Neuerschließung von Kunden.

²⁷⁶ Siehe Klimawerte der **wbmonitor**-Erhebungen 2007 und 2008 (www.wbmonitor.de, Ergebnisse).

Schaubild B2.1.1-4: Hauptzielgruppe, die Anbieter zukünftig stärker bzw. neu erschließen wollen (in %)



Strukturinformationen aus der wbmonitor Umfrage 2009

Private Anbieter stellen mit 48% die größte Gruppe der Weiterbildungsanbieter, davon sind 68% kommerziell tätig, 32% gemeinnützig. Am zweithäufigsten sind Einrichtungen von Verbänden, Kirchen, Gewerkschaften mit 15%, dicht gefolgt von Volkshochschulen mit 12% sowie betrieblichen/wirtschaftsnahen Einrichtungen mit einem Anteil von 12%.

63% der Einrichtungen bieten allgemeine und berufliche Weiterbildung an, von 31% wird nur berufliche Weiterbildung angeboten, von 5% nur allgemeine Weiterbildung. Angebotsschwerpunkte der allgemeinen Weiterbildung liegen bei jeweils einem Viertel der Anbieter auf den Themenbereichen Sprachen, Gesundheit und IT-Grundwissen. Bei der

beruflichen Weiterbildung liegen die Schwerpunkte bei einem Drittel der Anbieter auf Führungs- und Managementtraining, bei jeweils einem Viertel auf den Themenfeldern berufsbezogenes IT-Wissen, kaufmännische Weiterbildung, technische Weiterbildung sowie soziale/medizinische/pflegerische/pädagogische Weiterbildung.

Die Hälfte der Anbieter erteilte 2008 nicht mehr als 2.000 Unterrichtsstunden. In der Spitze erteilten knapp 5% der Anbieter mehr als 60.000 Stunden; der Mittelwert liegt bei rund 15.000 Stunden. Insgesamt wurden 2008 mehr als 200 Mio. Unterrichtsstunden in 4,7 Mio. Weiterbildungsveranstaltungen durchgeführt. Diese Leistungen erbrachten die Einrichtungen durchschnittlich mit 20 Angestellten/Beamten, 74 Honorarkräften und 8 ehrenamtlich tätigen Personen. Die Hälfte der Anbieter beschäftigte bis zu 4 Angestellte/Beamte

und nicht mehr als 12 Honorarkräfte, bei 25 % war mindestens eine Person ehrenamtlich tätig. 12 % der Anbieter gehen davon aus, dass die Zahl ihrer Angestellten/Beamten zunehmen wird, 8 % erwarten einen Rückgang. Positiv gestimmt sind die Anbieter, was die Entwicklung ihrer Honorarkräfte angeht: Fast ein Viertel erwartet einen Zuwachs, nur 8 % eine Abnahme.

Im Vergleich zum Vorjahr sind die Gesamteinnahmen 2008 bei 34 % der Weiterbildungsanbieter gestiegen, bei 47 % gleich geblieben, bei 19 % gesunken. Jeweils rund ein Viertel der Einrichtungen erzielte durch Teilnehmende und Betriebe höhere Einnahmen als im Vorjahr, ein Drittel erhielt durch Arbeitsagenturen mehr Geld. Verringert haben sich die Einnahmen durch diese Finanzquellen bei ungefähr 15 % der Einrichtungen. Negativ sieht die Bilanz bei den öffentlichen Einnahmen und Zuschüssen durch Kommunen, Bund, Länder und EU aus: Die Einnahmen stiegen bei 16 % und sanken bei 20 % der Einrichtungen. Insgesamt waren im Jahr 2008 die wichtigsten Quellen der Finanzierung Teilnehmende mit einem Anteil von 30 % und Betriebe mit 25 %. Arbeitsagenturen und öffentliche Geldgeber trugen mit jeweils 18 % zur Finanzierung bei.²⁷⁷

(Gisela Feller, Stefan Koscheck, Christina Weiß [DIE])

B2.1.2 Auswirkungen der Einführung von Bildungsgutscheinen aus Sicht der Weiterbildungsanbieter

Mit den Gesetzen für moderne Dienstleistungen am Arbeitsmarkt ist die Weiterbildungsförderung nach dem SGB III mit dem Ziel neu geordnet worden, in diesem wichtigen arbeitsmarktpolitischen Förderbereich mehr Wettbewerb und Transparenz zu schaffen und die Qualität in der SGB-III-geförderten Weiterbildung zu verbessern. Rechtliche Grundlage des neuen Verfahrens ist die Anerkennungs- und Zulassungsverordnung – Weiterbildung (AZWV), die zum 1. Juli 2004 in Kraft getreten ist. Für Bildungsträger, die beabsichtigen, berufliche Weiterbildungsmaßnahmen anzubieten, die mittels Bildungsgutschein förderbar sind, ist sowohl ihre Zulassung als Bildungsträger als auch die Zulassung ihres Maßnahmeangebots für die Förderung mittels Bildungsgutschein eine zwingende Voraussetzung.²⁷⁸

Um die Auswirkungen der Neustrukturierung der geförderten beruflichen Weiterbildung auf die Weiterbildungsanbieter nach Etablierung des neuen Systems abschätzen zu können, enthielt die **wbmonitor** Umfrage 2009 Zusatzfragen hierzu. Diese bezogen sich in erster Linie auf Effekte der Einführung von Bildungsgutscheinen auf Organisation und Angebot.

Höhere Akzeptanz von Bildungsgutscheinen in den neuen Ländern

2008 haben bundesweit 48 % der Weiterbildungsanbieter Einnahmen von den Arbeitsagenturen bezogen. 10 % der Anbieter finanzieren sich zu mindestens drei Vierteln über diese. In den neuen Ländern ist die finanzielle Abhängigkeit der Weiterbildungsanbieter von den Arbeitsagenturen deutlich höher als in den alten Ländern: Der durchschnittliche Finanzierungsanteil an den Gesamteinnahmen durch Weiterbildung ist mit 34 % nahezu doppelt so hoch (alte Länder: 18 %). Offensichtlich bestehen in den strukturschwächeren neuen Ländern in geringerem Maße Möglichkeiten alternativer Finanzierung, etwa von Betrieben oder Teilnehmenden/Selbstzah-

277 Fragebogen, Grundauszählung und Ergebnisbericht zur **wbmonitor**-Erhebung 2009 siehe www.wbmonitor.de.

278 Siehe www.arbeitsagentur.de, Untermenü: Institutionen/Träger/Anerkennung und Zulassung.

lenden.²⁷⁹ Entsprechend werden Bildungsgutscheine häufiger akzeptiert (71 %) als von Anbietern in den alten Ländern (55 %). Bundesweit akzeptieren 60 % aller Anbieter Bildungsgutscheine.

Mittels einer multivariaten logistischen Regression wurden – getrennt für neue und alte Länder – Strukturmerkmale der Anbieter identifiziert, von denen die Akzeptanz von Bildungsgutscheinen abhängt.²⁸⁰ Es zeigt sich → **Tabelle B2.1.2-1 Internet**, dass kommerzielle oder gemeinnützige private Weiterbildungseinrichtungen eine überdurchschnittliche Wahrscheinlichkeit aufweisen, Bildungsgutscheine zu akzeptieren. Ein deutlicher Unterschied zwischen alten/neuen Ländern besteht bei beruflichen Schulen und (Fach-)Hochschulen. Diese nehmen in den neuen Ländern mit überdurchschnittlicher Wahrscheinlichkeit Bildungsgutscheininhaber auf, in den alten Ländern dagegen ist die Wahrscheinlichkeit gegenüber den anderen Anbietertypen deutlich geringer. Vieles deutet darauf hin, dass berufliche Schulen in einigen Regionen der neuen Länder aufgrund der demografischen Entwicklung mit Abgängern aus den allgemeinbildenden Schulen alleine ihren Bestand nicht mehr sichern können und ihren Tätigkeitsbereich zunehmend in die Weiterbildung ausdehnen. Während in den alten Ländern insbesondere große Weiterbildungsanbieter Bildungsgutscheine akzeptieren, sind Bildungsgutscheine in den neuen Ländern für Anbieter jeder Größe ein relevantes Instrument. Im Vergleich zu Anbietern, die sich zu mindestens der Hälfte über Arbeitsagenturen finanzieren, sinkt bei geringeren Finanzierungsanteilen in den alten Ländern die Wahrscheinlichkeit, Bildungsgutscheine zu akzeptieren, deutlich ab. In den neuen Ländern hingegen besteht bis zu einem Finanzierungsanteil von 10 % eine hohe Bereitschaft zur Akzeptanz. Junge Einrichtungen, die erstmals nach 1989 Weiterbildung angeboten haben, nehmen mit deutlich geringerer Wahrscheinlichkeit Bildungsgutscheine an

als Anbieter, die schon vor diesem Zeitpunkt in der Weiterbildung aktiv waren.²⁸¹

Nur Anbieter in den alten Ländern profitieren wirtschaftlich

Die Einführung der Bildungsgutscheine hat sich aus Sicht der Anbieter bundesweit sowohl auf die Nachfrage nach Weiterbildungsangeboten als auch auf die wirtschaftliche Situation der Anbieter positiv ausgewirkt. Zwischen alten und neuen Ländern bestehen jedoch erhebliche Unterschiede, profitiert haben in erster Linie Anbieter in den alten Ländern.

In den alten Ländern stehen 30 % der Anbieter, die über eine (stark) erhöhte Nachfrage nach Weiterbildungsangeboten berichten, lediglich 9 % gegenüber, bei denen sie sich (stark) vermindert hat. In den neuen Ländern dagegen ist der Saldo nahezu ausgeglichen (30 % erhöht und 27 % vermindert), sodass insgesamt laut den Anbietern keine Stimulierung der Nachfrage erfolgte. In Westdeutschland vermelden insbesondere Anbieter, die eine Mischfinanzierung aufweisen, d. h. bei denen der Finanzierungsanteil von Arbeitsagenturen zwischen 10 und 49 % liegt, einen Nachfragezuwachs (Saldo 44).²⁸² Nur diese Gruppe konnte auch in den neuen Ländern einen Anstieg verzeichnen (Saldo 16).

Die Einführung der Bildungsgutscheine hat zu einer Diversifizierung und Spezialisierung der geförderten Bildungsziele geführt, was offensichtlich zur Folge hatte, dass verstärkt auch Anbieter angesprochen werden, deren Kerngeschäft nicht bzw. nicht zum Großteil in der Arbeit für die Arbeitsagenturen liegt. Es kann angenommen werden, dass zahlreiche Anbieter, die vor der Umstellung keine Einnahmen von Arbeitsagenturen bezogen, Bildungsgutscheininhaber nun trotz des damit verbundenen administrativen Aufwandes als willkommene Ergänzung zur Auslastung ihrer Kurse betrachten. Durch die

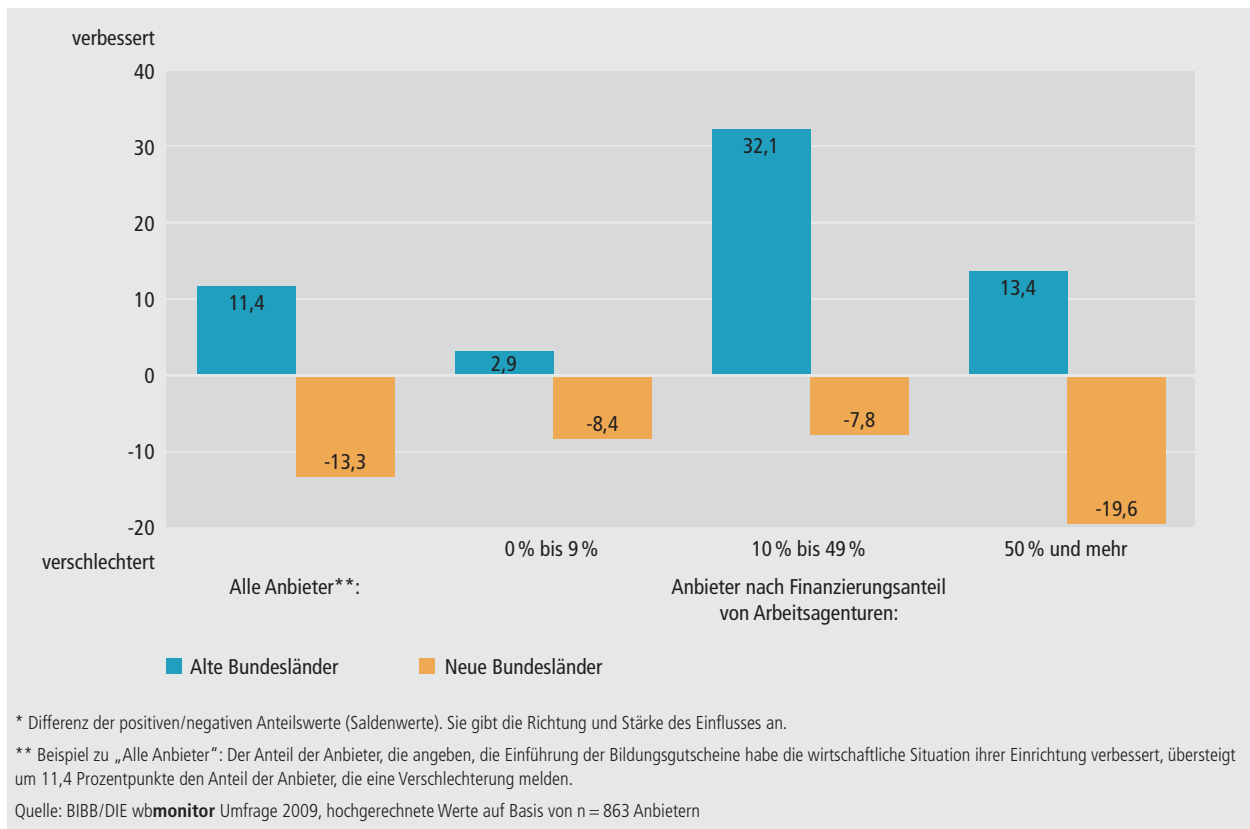
279 Der durchschnittliche Finanzierungsanteil von Teilnehmenden/Selbstzahlenden beträgt in den alten Ländern 32 % und in den neuen Ländern 22 %, von Betrieben 26 % bzw. 18 %.

280 Dies ermöglicht die isolierte Betrachtung einzelner Einflussgrößen unter Konstanthaltung der anderen (d. h. durchschnittliche Anbieter in allen anderen Merkmalen). Aufgrund der wesentlich höheren Zahl an Weiterbildungsanbietern in den alten Bundesländern (das Verhältnis beträgt 4 : 1) und entsprechend mehr Umfrageteilnehmenden sind die Ergebnisse für die alten Länder robuster als für die neuen.

281 In den neuen Ländern weisen auch mittelalte Anbieter (erstmaliges Angebot von Weiterbildung zwischen 1970 und 1989) gegenüber alteingesessenen Anbietern eine deutlich geringere Wahrscheinlichkeit der Akzeptanz auf. Diese ist jedoch statistisch nicht signifikant. Hinsichtlich der neuen Länder ist zudem zu beachten, dass die überwiegende Mehrheit der Anbieter (85 %) erst nach der Wende erstmalig in der Weiterbildung aktiv wurde.

282 Der Saldo ist die Differenz der positiven und negativen Anteilswerte.

Schaubild B2.1.2-1: Effekte der Einführung von Bildungsgutscheinen aus Sicht der Anbieter: Veränderung der wirtschaftlichen Situation der Einrichtung*



geringere Abhängigkeit von Arbeitsagenturen sind Einrichtungen mit Mischfinanzierung auch resistenter gegenüber dem in den vergangenen Jahren stark schwankenden Fördervolumen der Bundesagentur für Arbeit.

Eine noch deutlichere Differenz zwischen alten und neuen Ländern besteht bei den Auswirkungen der Einführung von Bildungsgutscheinen auf die wirtschaftliche Situation der Einrichtungen: Während der Westen profitieren konnte, insbesondere bei einem mittleren Finanzierungsanteil von Arbeitsagenturen, hat sich die wirtschaftliche Lage bei Anbietern in den neuen Ländern per Saldo durchgängig verschlechtert → [Schaubild B2.1.2-1](#). Letzteres trifft insbesondere auf Anbieter zu, die eine starke Abhängigkeit von den Arbeitsagenturen aufweisen. Die genannten Ergebnisse korrespondieren mit der Entwicklung des Bestandes von Personen in Maß-

nahmen der geförderten beruflichen Weiterbildung: In den alten Ländern wurde das Ausgangsniveau von 2004 nach einem Rückgang 2009 wieder deutlich überschritten, wohingegen in den neuen Ländern lediglich wieder das Niveau von 2004 erreicht wurde → [Tabelle B2.1.2-2](#).

Auf die Bezahlung der Lehrkräfte hatte die Einführung der Bildungsgutscheine nach Auskunft der Bildungsanbieter keine nennenswerten Auswirkungen.

Mehr Themen, mehr Kurse, mehr Beratung

Infolge veränderter Nachfrage haben insgesamt zwei Drittel der Anbieter, die Bildungsgutscheine akzeptieren, ihr Angebot angepasst, bei einer hohen finanziellen Abhängigkeit von den Arbeitsagenturen (50% und mehr Finanzierungsanteil) sogar neun von zehn Anbietern → [Schaubild B2.1.2-2](#). Insbesondere

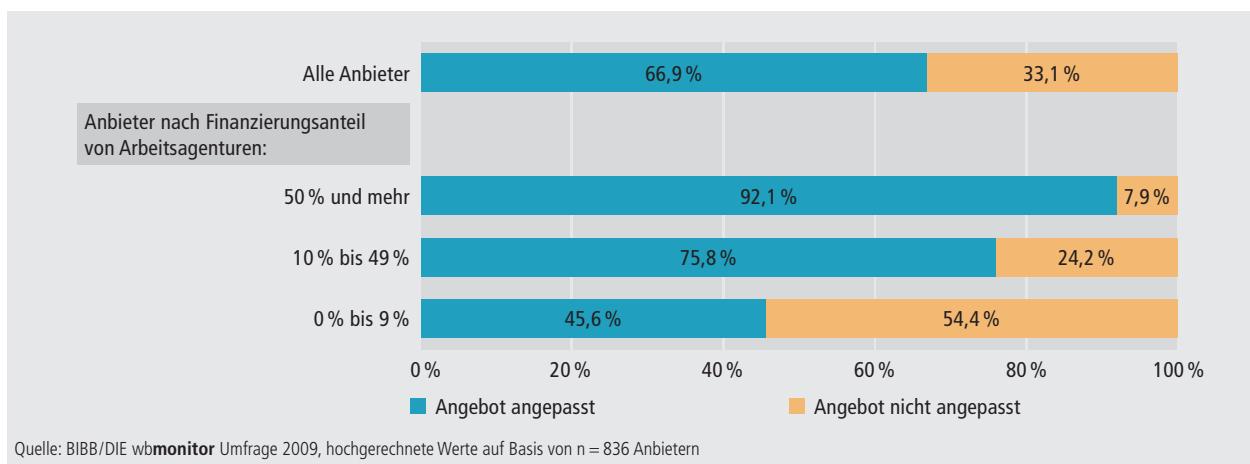
Tabelle B2.1.2-2: Geförderte berufliche Weiterbildung nach dem SGB 2004 bis 2009 (Zahl der Förderfälle)

	2004*	2005*	Mai 2006	Mai 2007	Mai 2008	Mai 2009
Alte Länder						
Bestand	121.239	76.157	94.936	100.637	110.132	154.948
Index (2004 = 100)	100	63	78	83	91	128
Neue Länder						
Bestand	63.178	38.193	42.005	43.930	47.943	63.405
Index (2004 = 100)	100	60	66	70	76	100
Bundesgebiet						
Bestand	184.418	114.350	136.941	144.567	158.075	218.353
Index (2004 = 100)	100	62	74	78	86	118

* Gleitender Jahresdurchschnitt

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Geschäftsberichte

Schaubild B2.1.2-2: Effekte der Einführung von Bildungsgutscheinen aus Sicht der Anbieter: Anpassung des Angebots infolge veränderter Nachfrage



die Zahl der Beratungen wurde (stark) ausgeweitet, und zwar von 79% der Anbieter. Eine Reduktion erfolgte dagegen lediglich bei 3%. Bei großen Anbietern mit in der Regel entsprechend differenziertem Angebot und Anbietern mit 50% und mehr Finanzierungsanteil von Arbeitsagenturen ist dieser Anteil mit 87% bzw. 89% sogar noch höher. Der starke Bedeutungsgewinn von Beratungen liegt zum einen begründet in der freien Anbieterwahl von Bildungsgutscheininhabern und dem hiermit verbundenen Beratungsaufwand zur Kundengewinnung. Zum anderen scheint vielfach auch Beratungsbedarf in der

Hinsicht zu bestehen, dass Personen mit Bildungsgutschein keine klaren Vorstellungen über Ziel und Nutzen der bewilligten Weiterbildung haben.²⁸³

Offensichtlich bedingt durch die spezialisierte Förderung individueller Weiterbildungsbedürfnisse haben 67% der Anbieter die Zahl ihrer Kurse (stark) ausgeweitet (reduziert: 11%), das Themenangebot der Kurse haben 78% (stark) ausgeweitet (reduziert:

²⁸³ Dieser Aussage stimmen 57% der Anbieter (eher) zu, 43% stimmen (eher) nicht zu.

6 %). Zwischen den alten und neuen Ländern sind hier keine nennenswerten Unterschiede vorhanden. Dass in den neuen Ländern mehr Anbieter die Anzahl der Plätze je Kurs reduziert (34 %) als ausgeweitet haben (20 %), ist ein Hinweis darauf, dass dort ein hoher Wettbewerb um Bildungsgutscheininhaber besteht und es sich für die Anbieter schwieriger darstellt, ihre Kurse auszulasten. Entsprechend geben auch mehr Anbieter, die Bildungsgutscheine akzeptieren, an, dass ihnen Wettbewerbsdruck zu schaffen macht (Saldo: 52), als in den alten Ländern (Saldo: 37).²⁸⁴

Aus dem höheren Wettbewerbsdruck in den neuen Ländern resultiert offensichtlich auch eine größere Kooperationsbereitschaft der Anbieter untereinander. Während hier 64 % der Anbieter mit Bildungsgutscheinakzeptanz von einer Verstärkung der Kooperation mit anderen Weiterbildungsanbietern seit der Neuausrichtung der Förderung der beruflichen Weiterbildung berichten, ist es in den alten Ländern nur die Hälfte. Kooperation ist offensichtlich besonders bei einer hohen finanziellen Abhängigkeit von den Arbeitsagenturen (50 % und mehr Finanzierungsanteil) erforderlich: In dieser Gruppe haben 72 % der Anbieter in den neuen Ländern und 62 % der Anbieter in den alten Ländern die Kooperation verstärkt.

Mehr Wettbewerb, mehr Qualität?

Gewinner des Bildungsgutscheinensystems sind westdeutsche Anbieter mit einer Mischfinanzierung, die vor der Umstellung des Systems vermutlich in geringerem Maße für Arbeitsämter tätig waren und für welche die Bildungsgutscheininhaber eine zusätzliche Einkommensquelle darstellen. Diese konnten am stärksten profitieren, sowohl hinsichtlich ihrer wirtschaftlichen Situation als auch bezüglich der Nachfrage nach ihren Angeboten. Die Bildungsgutscheine haben in den alten Ländern somit allem Anschein nach zu einer Aufteilung des Volumens auf mehr Anbieter geführt. Dies hat auch zur Folge, dass die traditionell für Arbeitsagenturen

tätigen Anbieter aufgrund der neuen Konkurrenzverhältnisse unter einem hohen Wettbewerbsdruck stehen.²⁸⁵

In den neuen Ländern besteht im Vergleich zu den alten strukturell eine stärkere Abhängigkeit der Anbieter von den Arbeitsagenturen. Aus der Einführung der Bildungsgutscheine resultierte auch hier eine Steigerung des Wettbewerbsdrucks und der Konkurrenz. In der jüngsten Zeit treten zudem mit den beruflichen Schulen weitere Akteure in das Feld ein. Infolge dieser Entwicklungen haben die Anbieter offensichtlich Probleme, ihre Kurse auszulasten. Ihre wirtschaftliche Situation hat sich sogar eher verschlechtert, insbesondere bei einem hohen Finanzierungsanteil von Arbeitsagenturen.

Eine zentrale Intention der Umstrukturierung der geförderten beruflichen Weiterbildung war, durch die Einführung von Bildungsgutscheinen den Wettbewerb und die Qualität der Weiterbildung zu steigern. Die Konkurrenzverhältnisse der Weiterbildungsanbieter untereinander, die insbesondere Anbieter mit hoher finanzieller Abhängigkeit von den Arbeitsagenturen treffen, haben aus Sicht der Anbieter jedoch Qualitätseinbußen nach sich gezogen: Die Aussage, dass die Vergabepaxis der Arbeitsagenturen bzw. ARGen zu einem Preiswettbewerb zulasten der Qualität führt, findet unter den Anbietern eine sehr hohe Zustimmung²⁸⁶ → **Schaubild B2.1.2-3**. Ein weiteres Problem scheint darin gegeben, dass die Voraussetzungen beim Wettbewerb um Bildungsgutscheininhaber ungleich verteilt sind. Große Einrichtungen, die bereits mit hohem Volumen für die Arbeitsagenturen tätig sind, verfügen eher über die Ressourcen, den damit verbundenen bürokratischen Aufwand zu bewältigen, als kleine Anbieter bzw. Anbieter, für welche die Tätigkeit für Arbeitsagenturen nur einen geringen

²⁸⁴ Unter Wettbewerbsdruck leiden – sowohl in den alten als auch in den neuen Ländern – insbesondere Anbieter, die eine starke finanzielle Abhängigkeit (50 % und mehr Finanzierungsanteil) von Arbeitsagenturen aufweisen.

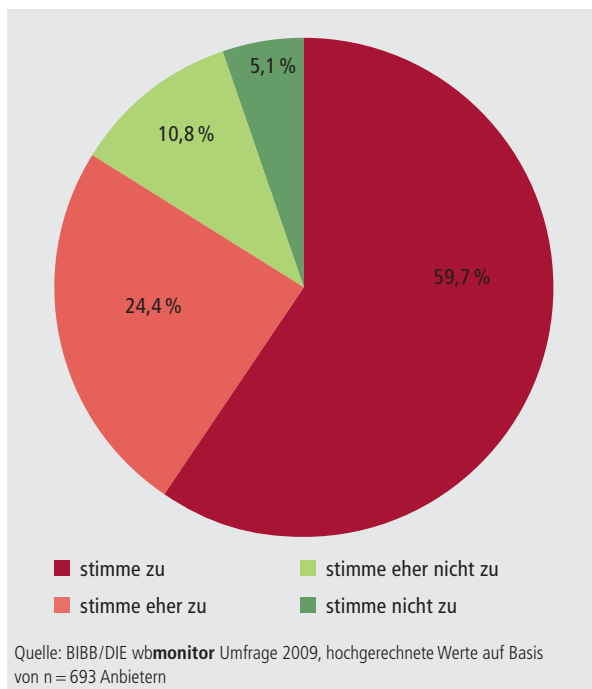
²⁸⁵ 83 % der westdeutschen Anbieter mit 50 % und mehr Finanzierungsanteil von den Arbeitsagenturen stimmen zu bzw. eher zu, dass ihnen Wettbewerbsdruck zu schaffen macht.

²⁸⁶ Sauter (2009) weist in seinem Zwischenresümee „Fünf Jahre AZWV“ darauf hin, dass der SGB-geförderten Weiterbildung kein einheitliches Qualitätsverständnis zugrunde liegt. Anders als die Weiterbildung nach dem Gutscheilverfahren unterliegt die dem Rechtskreis SGB II zugeordnete und im Vergabeverfahren von den Arbeitsagenturen eingekaufte Weiterbildung nicht den Qualitätsstandards der AZWV, sondern anderen Qualitätsstandards. Diese sind im Urteil der Bildungsanbieter mehr an der Kostenseite als an der Qualität orientiert.

Anteil ausmacht. Für diese sind der hohe Zertifizierungsaufwand der AZWV und die damit verbundenen Kosten verglichen mit dem Ertrag oft unverhältnismäßig hoch. Nicht ganz zwei von drei dieser Anbieter (Saldo: 65 bzw. 63) sind der Meinung, dass bürokratische Hürden gleichen Wettbewerb für alle verhindern (alle Anbieter, die Bildungsgutscheine akzeptieren: Saldo 52).

(Stefan Koscheck, Hana Ohly, Hans-Joachim Schade)

Schaubild B2.1.2-3: **Auswirkungen der Vergabepaxis der Agenturen/ARGEn aus Sicht der Anbieter: „Die Vergabepaxis führt zu einem Preiswettbewerb zulasten der Qualität“**



B2.2 Angebote der Träger der Erwachsenenbildung zur beruflichen Weiterbildung

B2.2.1 Berufliche Weiterbildung an Volkshochschulen

In vielen Bundesländern sind die Volkshochschulen per Landesgesetz diejenigen Weiterbildungseinrichtungen, die eine Grundversorgung der erwachsenen Bevölkerung mit Weiterbildung sicherstellen bzw. wesentlich dazu beitragen sollen. In mehreren Landesweiterbildungsgesetzen werden die Volkshochschulen explizit als kommunaler Träger der Grundversorgung mit Weiterbildung genannt (z. B. Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen, Mecklenburg-Vorpommern, Thüringen), in anderen werden sie neben anderen Trägern erwähnt (z. B. Rheinland-Pfalz), in wieder anderen Bundesländern werden sie nicht im Weiterbildungsgesetz genannt (z. B. Sachsen-Anhalt), oder es gibt kein Weiterbildungsgesetz (z. B. Hamburg). Auch wenn grundsätzlich der Bund die Zuständigkeit für die berufliche Weiterbildung innehat, während die Länder für allgemeine und politische Weiterbildung zuständig sind (vgl. Deutscher Bildungsrat 1970, S. 51), schließen die bestehenden Landesgesetze in der Regel neben allgemeiner und politischer Weiterbildung auch die berufliche Weiterbildung ein (für einen Überblick über die Landesgesetze siehe Grotlüschen u. a. 2009, S. 358; zur Einordnung der Landesregelungen in das Gesamtsystem der Erwachsenenbildung siehe Nuissl 2009).

Generell sind die Grenzen zwischen allgemeiner und beruflicher Weiterbildung in der aktuellen Diskussion aus verschiedenen Perspektiven aufgeweicht: Mit ein und derselben Veranstaltung können zwei Individuen unterschiedliche Zwecke verfolgen (einer beruflich, einer privat), und gleichzeitig kann die Intention einer Veranstaltung, die der Anbieter hatte, nicht von allen Teilnehmenden geteilt werden (vgl. Schiersmann 2007, S. 24 f.; Dietrich 2007, S. 36). Insgesamt sind die Volkshochschulen in allen Bundesländern als öffentlich geförderte Weiterbildungseinrichtungen vertreten und bieten ein breites Bildungsangebot, das in großen Teilen ohne Zugangsbeschränkungen für die gesamte Bevölkerung offensteht. Dieses Angebot umfasst auch