

Holle Grünert, Bettina Wiener, Susanne Winge

**Zusammenarbeit von Betrieben
und Trägern der Weiterbildung**

Ergebnisse einer empirischen Untersuchung

zsh

Projekt:

Die Rolle der Weiterbildungsträger angesichts der Zukunftsaufgaben prozessorientierter beruflicher Weiterbildung. Eine empirische Untersuchung bei Bildungsträgern und Betrieben.

Gefördert vom: Bundesministerium für Bildung und Forschung

Förderkennzeichen: W131800

Projektbearbeiter: Dr. Holle Grünert, Dipl.-Soz. Bettina Wiener, Dipl.-Soz. Susanne Winge

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Impressum

Zentrum für Sozialforschung Halle e.V.
an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg
Emil-Abderhalden-Str. 6
06108 Halle

Telefon: 0345 / 5526600

Fax: 0345 / 5526601

E-Mail: info@zsh.uni-halle.de

Internet: www.zsh-online.de

Die Verantwortung für den Inhalt liegt bei den Autor/innen.

Zusammenarbeit von Betrieben und Trägern der Weiterbildung Ergebnisse einer empirischen Untersuchung

Zum Thema Weiterbildung haben wir Ende 2007/Anfang 2008 zahlreiche Experten von Weiterbildungsträgern und Betrieben telefonisch befragt. Auch Sie gehörten dazu. Wir möchten uns an dieser Stelle noch einmal bei allen Interviewpartnern für die Teilnahme und für die aufgewendete Zeit bedanken. Wir verbinden unseren Dank mit einem knappen Überblick über erste Eindrücke und Ergebnisse dieser Untersuchung des Zentrums für Sozialforschung Halle.

Das Forschungsvorhaben trägt den Titel „Rolle der Weiterbildungsträger angesichts der Zukunftsaufgaben prozessorientierter beruflicher Weiterbildung“ und wird vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert.

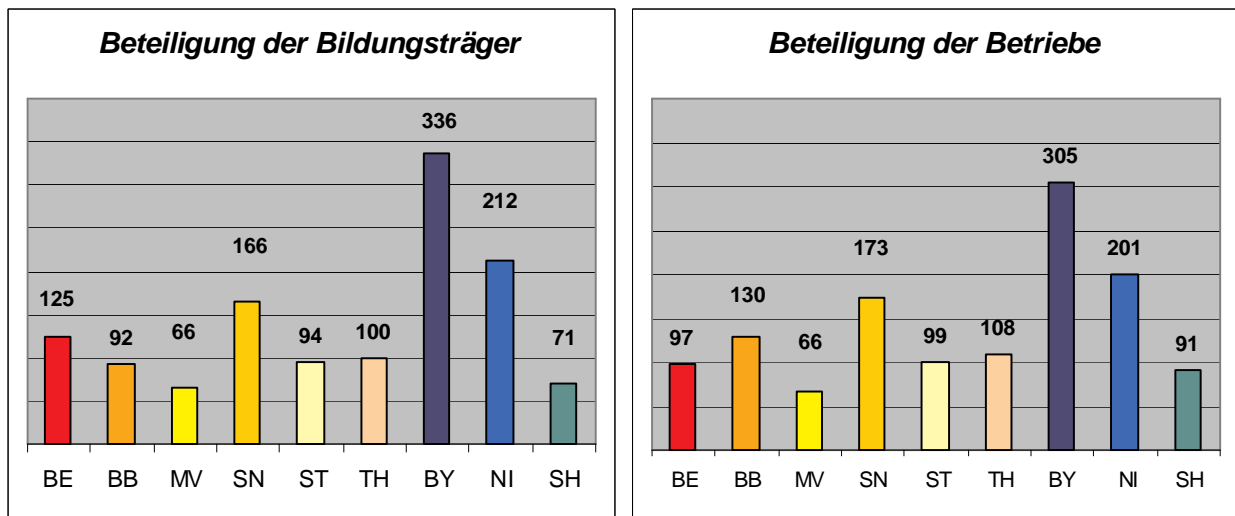
Welche Ziele haben wir uns gestellt?

Mit unserer Untersuchung möchten wir den aktuellen betrieblichen Weiterbildungsbedarf und Potenziale zur Durchführung und Verbesserung der Weiterbildungsaufgaben durch die Bildungsträger umreißen. Uns interessieren außerdem die Zukunftseinschätzungen von Weiterbildungsträgern und Betrieben. Schließlich hoffen wir, auf diese Weise Anstöße für weitere Verbesserungen in der Weiterbildungsarbeit geben zu können.

Eine Besonderheit unseres Projektes besteht darin, dass wir sowohl Betriebe als auch Bildungsträger befragt haben und damit viele Einschätzungen der einen wie der anderen Seite „spiegeln“ können. Auch ist es uns bei den Bildungsträgern mitunter möglich, Vergleiche zu einer Untersuchung zu ziehen, die wir im Jahr 2004 durchgeführt hatten.

Auf welche empirische Basis stützen wir uns?

Wir haben für die repräsentative Befragung eine Zufallsstichprobe von Betrieben und Weiterbildungsträgern gezogen und jeweils über 1.200 Telefoninterviews geführt (Betriebe: N=1270; Träger: N=1262). Die Gesprächspartner kamen jeweils zur Hälfte aus den neuen Ländern und Berlin und aus ausgewählten alten Ländern (Bayern, Niedersachsen, Schleswig-Holstein). Innerhalb der Teilpopulationen Ost/West folgte die regionale Verteilung unserer Interviews der Größe der Länder nach der Bevölkerungszahl.



Legende: BE: Berlin; BB: Brandenburg; MV: Mecklenburg-Vorpommern; SN: Sachsen; ST: Sachsen-Anhalt; TH: Thüringen; BY: Bayern; NI: Niedersachsen; SH: Schleswig-Holstein

Welche Weiterbildungsaktivitäten benennen die Betriebe?

a) Anstöße für Weiterbildung und Lernen im Betrieb

Die Wahrnehmung von Anstößen für Weiterbildung ist für die Unternehmen in der Mehrzahl nicht nur auf einen Anlass oder einen Grund zu beschränken. Knapp zwei Drittel der befragten Betriebe nennen drei und mehr Anlässe für Weiterbildung. Unter den konkreten Anstößen für Weiterbildung und Lernen im Betrieb dominieren nach Angabe der Interviewpartner technische Entwicklungen und Innovationen, gefolgt von Wünschen der Beschäftigten, arbeits- und betriebsorganisatorischen Veränderungen wie auch Neueinstellungen. Probleme im Arbeits- und Geschäftsablauf sind meist keine alleinige Ursache sondern eher eine begleitende Erscheinung als Anstoß für Lernprozesse und Weiterbildung.

Insgesamt haben von den Betrieben, die sich an unserer Befragung beteiligten, nur 2 Prozent erklärt, Weiterbildung und Lernen im Betrieb sei für sie „kein Thema“. Dies ist dem Umstand geschuldet, dass bei Befragungen zu solchen Themen die dafür bereits sensibilisierten Betriebe stärker erreicht werden.

b) Weiterbildung verschiedener Beschäftigtengruppen

Lernen und Weiterbildung ist ein Instrument der Anpassung der Mitarbeiterfähigkeiten an ihre Arbeitsaufgaben. Da die Anforderungen an die Arbeit sehr unterschiedlich sind, stellen wir die wichtigsten Weiterbildungsaktivitäten einzelner Belegschaftsgruppen im Vergleich vor.

Unterweisung durch Vorgesetzte und Kollegen zählt für alle Beschäftigtengruppen zu den drei am häufigsten genannten Lernformen, für Fachkräfte (88 Prozent) sowie un- und angeleitete Mitarbeiter (90 Prozent) ist sie sogar die wichtigste Lernform. Kurse und Seminare – egal ob intern oder extern – haben einen hohen Stellenwert und sind, bei externen Anbietern durchgeführt, für Führungskräfte und Hochqualifizierte (91 Prozent) die wichtigste Lernform. Dies ist Ausdruck der Kombination von Wissensvermittlung und praktischer Anwendung und Erfahrungslernen im Arbeitsalltag.

Führungskräfte, Hochqualifizierte (N=1127)		Fachkräfte mit qualifiziertem Abschluss (N=1218)		un- und angeleitete Mitarbeiter (N=848)	
Kurse, Seminare bei externem Anbieter	91	Unterweisung durch Vorgesetzte, Kollegen	88	Unterweisung durch Vorgesetzte, Kollegen	90
Fachvorträge, Konferenzen, Fachmessen	82	Kurse, Seminare bei externem Anbieter	84	Kurse, Seminare bei internem Anbieter	66
Unterweisung durch Vorgesetzte, Kollegen	70	Kurse, Seminare bei internem Anbieter	77	Kurse, Seminare bei externem Anbieter	44

Tabelle1: Weiterbildung in Betrieben – Lernformen nach Mitarbeitergruppen (Mehrfachantworten, jeweils die drei am häufigsten genannten, in absteigender Reihenfolge) [Angaben in Prozent]

Im Vergleich zu den Beschäftigtengruppen Führungskräfte und Hochqualifizierte sowie Fachkräfte mit qualifiziertem Abschluss werden externe und interne Kurse und Seminare in den Betrieben für un- und angeleitete Mitarbeiter (44 Prozent) weitaus seltener eingesetzt. Hier zeigen sich die vieldiskutierten Ungleichheitsstrukturen im Zugang zu Weiterbildung und Lernen zu Ungunsten der un- und angeleiteten Mitarbeiter deutlich.

Welche Angebote unterbreiten die Bildungsträger?

a) Ein breites Tätigkeitsspektrum

Die Angebote in der betrieblichen Bildung umfassen heutzutage deutlich mehr als nur *Berufliche Erstausbildung nach BBiG/HwO* und *Weiterbildung für Beschäftigte*. Sehr viele Bildungsträger engagieren sich darüber hinaus auf weiteren Gebieten. So sind zwei von drei befragten Trägern (68 Prozent) in der *Fortbildung und Umschulung für Arbeitslose* aktiv, über die Hälfte (57 Prozent) im *Führungskräftetraining* und knapp ein Drittel (29 Prozent) in der *Meister- und Techniker Ausbildung*.

Hinzu kommen vermehrt Personaldienstleistungen. So befasst sich ein Drittel der Träger (30 Prozent) mit der *Personalauswahl für Betriebe*, 7 Prozent sind in der *Arbeitnehmerüberlassung* tätig und immerhin jeder fünfte Bildungsträger bietet *andere Personaldienstleistungen* (wie Unternehmensberatung, Personalberatung und -entwicklung, Bildungsberatung, Placementberatung, Moderation von Veränderungsprozessen u. Ä.) an.

In Ostdeutschland arbeiten Träger vergleichsweise häufiger in der Fortbildung und Umschulung für Arbeitslose, in der beruflichen Erstausbildung sowie bei der Personalauswahl für Betriebe, während sie in Westdeutschland häufiger Führungskräftetraining sowie Meister- und Techniker Ausbildung anbieten. Alles in allem sind die Bildungsträger in den neuen Ländern etwas „breiter aufgestellt“ als entsprechende Einrichtungen in den alten Ländern.

Die meisten Träger wollen ihre Angebote in den kommenden Jahren ausbauen. Dies gilt vor allem für die Weiterbildung von Beschäftigten und das Führungskräftetraining, zum Teil auch für die Meister- und Techniker Ausbildung (letzteres speziell in Ostdeutschland). Es gilt weniger stark für die Fortbildung und Umschulung von Arbeitslosen und noch etwas weniger für die berufliche Erstausbildung.

Außerdem gibt mehr als die Hälfte der Träger an, Aktivitäten zur Personalauswahl für Betriebe oder auf dem Gebiet anderer Personaldienstleistungen neu aufnehmen oder ausweiten zu wollen.

b) Betriebe sind wichtigste Partner

Bildungsträger, die berufliche Weiterbildung anbieten, arbeiten eng mit Betrieben zusammen. Doch auch andere Kunden bzw. Auftraggeber (Privatpersonen als Selbstzahler, öffentliche Auftraggeber wie Bund, Land, Kommune sowie die Arbeitsagentur) sind für viele von ihnen wichtig (vgl. Tabelle 2).

Kundengruppe	Alle (N=1262)				„wichtig“ nach ...	
	„unwichtig“	„weniger wichtig“	„wichtig“	Gesamt	Ost (N=643)	West (N=619)
Betriebe	4,5	12,1	83,4	100,0	86,0	80,6
Privatpersonen	10,9	27,2	61,9	100,0	59,6	64,4
öffentliche Auftraggeber	21,8	21,9	56,3	100,0	65,5	48,3
Arbeitsagentur	18,1	24,9	57,0	100,0	68,3	43,8

Tabelle 2: Welche Kunden und Auftraggeber sind für Ihre Einrichtung gegenwärtig „wichtig“, „weniger wichtig“ bzw. „unwichtig“? [Angaben in Prozent]

Neben Betrieben, die in Ost und West zu den wichtigsten Auftraggebern zählen, werden in den alten Ländern häufiger Privatpersonen (Selbstzahler) als Kunden genannt. Öffentliche Auftraggeber und vor allem die Arbeitsagentur spielen in den neuen Ländern eine deutlich größere Rolle.

Verschiedene Bildungsträger verweisen noch auf weitere Auftraggeber, wie Schulen, Hochschulen und andere Bildungseinrichtungen, die Bundeswehr, Kammern und Berufsverbände, Gewerkschaften, gemeinnützige Einrichtungen und andere, auf die hier nicht im Detail eingegangen wird.

In den kommenden Jahren wollen fast alle Bildungsträger ihren Kundenkreis ausbauen. Dabei setzen sie weiterhin in erster Linie auf Betriebskontakte: Für 93 Prozent der befragten Träger im Osten und 90 Prozent im Westen werden Betriebe in den nächsten Jahren „wichtig“ sein. Ostdeutsche Träger wollen vor allem den bisher weniger erschlossenen Kundenkreis der Privatpersonen stärker ansprechen, während die Benennung der Arbeitsagentur als „wichtiger“ Auftraggeber bei ihnen, gegenüber dem heutigen Stand, leicht rückläufig ist.

Betrachten wir die Beziehungen zwischen Betriebspartnern und den Bildungsträgern etwas näher.

In der Größenstruktur der Betriebe, mit denen Weiterbildungsträger vorrangig zusammenarbeiten, spiegeln sich vor allem die Größenunterschiede der Wirtschaftsstruktur zwischen alten und neuen Ländern wider. So geben ostdeutsche Bildungsträger häufiger an, mit kleinen Betrieben zwischen 20 und 100 Mitarbeitern zu arbeiten (Ost: 60 Prozent zu West: 43 Prozent) und westdeutsche Bildungsträger benennen häufiger eher große Betriebe ab 100 Mitarbeiter als ihre Partner (Ost: 22 Prozent zu West: 36 Prozent). (vgl. Tabelle 3)

Betriebsgröße	Träger (N=1205)	
	Ost (N=611)	West (N=594)
eher große Betriebe mit mehr als 100 Mitarbeitern	21,8	36,2
eher kleine Betriebe mit 20 bis 100 Mitarbeitern	59,6	43,4
eher sehr kleine Betriebe mit weniger als 20 Mitarbeitern	18,6	20,4
gesamt	100,0	100,0

Tabelle 3: Angaben der Bildungsträger über die Größe der Betriebe, mit denen sie vorrangig zusammenarbeiten [Angaben in Prozent]

Sehr kleine Betriebe mit weniger als 20 Mitarbeitern sind in der Zusammenarbeit mit Bildungsträgern deutlich seltener zu finden. Je größer der Betrieb ist, desto häufiger wird mit externen Bildungsträgern zusammengearbeitet. (vgl. Tabelle 4)

Betriebsgröße	Externen Bildungsträger genutzt		
	Ja	Nein	Gesamt (N=1254)
Betriebe mit mehr als 100 Mitarbeitern	90,5	9,5	100,0
Betriebe mit 20 bis 100 Mitarbeitern	76,5	23,5	100,0
Betriebe mit weniger als 20 Mitarbeitern	59,7	40,3	100,0

Tabelle 4: Nutzung externer Bildungsträger für die Weiterbildung durch Betriebe [Angaben in Prozent]

So sagen nur 60 Prozent der sehr kleinen Betriebe (mit weniger als 20 Mitarbeitern) aber 90 Prozent der eher großen Betriebe (mit mehr als 100 Mitarbeitern), dass sie externe Bildungsanbieter nutzen. Die sehr kleinen Betriebe in den neuen Bundesländern arbeiten häufiger mit Weiterbildungsträgern zusammen als die sehr kleinen Betriebe in den alten Bundesländern (Ost: 64 Prozent zu West 56 Prozent).

Die Kontaktaufnahme zwischen Betrieben und Bildungsträgern wird auf vielfältige Weise angebahnt und gepflegt: Das Verschicken von Informationsmaterial per Post oder Mail ist für die Bildungsträger mit 88 Prozent das verbreitetste Werbemittel. 84 Prozent stellen buchbare Angebote ins Internet. Diese Formen der Information bevorzugt zumindest auch die Hälfte der Unternehmen.

Wenn die Betriebe sich für einen Weiterbildungsträger entscheiden, greifen sie häufig (43 Prozent) auf einen bereits bekannten Träger zurück. Da genau so viele Unternehmen angeben, nach eigenen Recherchen einen Partner auszuwählen, bewährt sich die Postwurfsendung sicherlich in vielen Fällen für die Träger.

Immer entscheidender werden allerdings die persönlichen Vor-Ort-Beratungen. Ebenfalls 88 Prozent der Träger geben an, dass sie mit einzelnen Betrieben Informationsgespräche führen. Diese persönliche Beratung im Betrieb ist auch für die Unternehmensseite mit über 60 Prozent die absolut präferierte Form.

Alle anderen Beratungsformen werden weitaus seltener gewünscht. Für andere Informationsveranstaltungen (wie Kontaktbörsen, Messen etc.) gibt es weniger Gelegenheiten. So werden diese auch von den Trägern mit 30 Prozent deutlich seltener benannt.

Die Zusammenarbeit zwischen Betrieben und Bildungsträgern wird recht positiv eingeschätzt, wobei es bei einzelnen Kriterien durchaus Unterschiede in der Einschätzung gibt.

Die Betriebe sind mit der *fachlich-inhaltlichen Qualität* der Angebote der Bildungsträger sehr zufrieden. Fast alle Betriebe (98 Prozent) bewerten sie zu gleichen Teilen als gut und sogar sehr gut. Die Bildungsträger schätzen ihrerseits ein, dass für die Betriebe vor allem die *Qualifikation der Dozenten* und eine *flexible und praxisbezogene Ausrichtung des Bildungsangebotes* in der Weiterbildung interessant sind (beides 96 Prozent).

Dass die *räumlich-technische Ausstattung ihrer Einrichtung* für die Betriebe von Interesse ist, meinen hingegen nur noch 81 Prozent der Träger (also immerhin jeder fünfte nicht). Den Betrieben ist die *infrastrukturelle Qualität der Bildungsträger* vielleicht wichtiger als vermutet, denn deutlich weniger Betriebe (als bei der Einschätzung der fachlich-inhaltlichen Qualität) schätzen diese als sehr gut ein (nur 33 Prozent).

Mit dem *Preis-Leistungs-Verhältnis der Angebote der Bildungsträger* sind die Betriebe am wenigsten zufrieden. Während etwa 20 Prozent der Betriebe es als sehr gut erachten, gibt es eine gleich große Gruppe, die diese für weniger gut und nicht gut ansieht, wobei hier der Anteil der westdeutschen Betriebe höher als der Anteil der ostdeutschen Betriebe ist (West: 22 Prozent, Ost: 16 Prozent). Was den Preis betrifft, zeigen auch die Träger ihre größten Bedenken. Nur 21 Prozent bieten überhaupt noch eine *Reduzierung der Teilnehmerkostensätze* an. Das ist der mit Abstand niedrigste Wert bei den Bildungsträgern zu den Angaben, mit welchen Strategien sie auf veränderte Ansprüche der Betriebe reagieren. Hier scheint für viele Träger die Grenze des Machbaren erreicht.

Die *Beratungsqualitäten im Vorfeld* des Bildungsangebotes werden von den Betrieben überwiegend als gut und sehr gut bewertet (67 und 26 Prozent).

Somit erhalten die Bildungsträger von den Betrieben alles in allem eine positive Einschätzung. Auch umgekehrt betrachten 66 Prozent der Bildungsträger (Ost: 63, West: 70) die Zusammenarbeit als zufriedenstellend. Ein Drittel geht allerdings – trotz des recht positiven Gesamtbildes –

davon aus, dass die Zusammenarbeit mit den Betrieben noch verbesserungsbedürftig ist. Genannt werden von den Trägern vor allem zwei Argumentationslinien:

Zum einen sehen sie die Verantwortung bei sich selbst. Sie sagen, dass sie gezielter auf die Wünsche und Bedürfnisse der Betriebe eingehen müssen, anwendungsorientiertere Angebote entwickeln sollten und durch Kundennähe Ihre Akquisitionsarbeit verbessern könnten.

Zum anderen sehen sie aber auch viele Probleme in der Zusammenarbeit mit Betrieben, die sie teilweise als beratungsresistent einschätzen und bei denen sie – selbst bei Einsicht in die Notwendigkeit der Weiterbildung – immer wieder auf Organisationsprobleme oder alltägliche Sorgen wie fehlendes Geld und fehlende Zeit für die Weiterbildung stoßen.

Reserven bei der Ermittlung von Weiterbildungsbedarf.

Auf die Frage, ob die Betriebe ihr Vorgehen in der Weiterbildung grundsätzlich ändern würden, antworten über 90 Prozent mit „nein“. Unter denjenigen Betrieben, die anders vorgehen würden, nimmt allerdings die Aussage, dass der Bedarf gezielter zu ermitteln ist, den höchsten Stellenwert ein. Auch eine Vielzahl der Bildungsträger teilt die Auffassung, dass viele Betriebe Schwierigkeiten haben, ihren eigenen Weiterbildungsbedarf zutreffend zu benennen.

Bisher herrschen bei der Ermittlung des betrieblichen Weiterbildungsbedarfs folgende Verhaltensweisen vor: 91 Prozent der Träger greifen häufig Wünsche auf, die Betriebe an sie herantragen. 82 Prozent werten die Nutzung ihrer eigenen Angebote aus und ziehen daraus Rückschlüsse auf den Bedarf. Die meisten Anbieter (88 Prozent) beobachten außerdem allgemein neue Trends in der Wirtschaft und in der Weiterbildung und berücksichtigen sie in ihrer Arbeit. Gezielte Bedarfsanalysen vor Ort sind ein eigener, relativ aufwendiger Arbeitsschritt, den bisher nur 35 Prozent der Träger (Ost: 42 Prozent; West 29 Prozent), nach eigener Aussage, des Öfteren durchführen. Ein Teil der Träger orientiert sich auch an den Zielen und Prioritäten öffentlicher Förderung (im Osten mit 45 Prozent etwas mehr als im Westen mit 40 Prozent).

Immerhin 40 Prozent der Betriebe sehen für sich einen generellen Beratungsbedarf hinsichtlich Weiterbildungs- und Qualifizierungsmöglichkeiten. Das heißt, dass die Betriebe, obwohl sie mit ihren gegenwärtigen Weiterbildungsaktivitäten zufrieden sind, doch einen zusätzlichen Beratungs- und Informationsbedarf haben.

Individualisierte Angebote für Betriebe werden wichtiger.

Drei von fünf Bildungsträgern (Ost: 65 Prozent, West: 56 Prozent) stimmen „voll und ganz“ der Aussage zu, Weiterbildung müsse direkt auf die individuellen Wünsche der einzelnen Betriebe abgestimmt werden.

Betriebe und Bildungsträger teilen die Einschätzung, dass „maßgeschneiderte“ Angebote bevorzugt würden. Tabelle 5 fasst die Aussagen der Träger und der Betriebe zusammen.

Die Einschätzungswerte der Betriebe zur Umsetzung von Weiterbildungswünschen durch den Bildungsträger liegen niedriger als die Einschätzungswerte der Bildungsträger zur Nutzung bestimmter Weiterbildungsangebote durch die Betriebe, aber die Tendenz ist dieselbe.

Bei Mehrfachantwortmöglichkeiten geben 48 Prozent der Betriebe (das ist der höchste Wert dieser Frage) an, es sei gemeinsam ein individuelles Angebot erarbeitet worden. 39 Prozent konnten sich ein Angebot aus inhaltlichen Modulen selbst zusammenstellen und für 37 Prozent habe der Anbieter sein Standardangebot leicht abgewandelt.

Umgekehrt berichten drei von vier Bildungsträgern, dass sich die Betriebe bereits maßgeschneiderte Angebote entwickeln lassen (76 Prozent) oder ihre Angebote aus einzelnen Bildungsmodulen auswählen (69 Prozent). Deutlich weniger Bildungsträger sagen, dass die Betriebe vorwiegend Standardangebote annehmen (42 Prozent).

Betriebe: Der Weiterbildungsanbieter ist auf folgende Wünsche eingegangen ...	insgesamt (N=1170)
Leichte Abwandlung der Standardangebote	36,8
Aus inhaltlichen Modulen Angebot zusammengestellt	38,6
Gemeinsame Erarbeitung eines individuellen Angebots	47,9
Bildungsträger: Welche Art von Bildungsangeboten nutzen die Betriebe?“ Die Betriebe...	insgesamt (N=1262)
nehmen vorwiegend Standardangebote.	41,9
wählen aus einzelnen Bildungsmodulen.	68,7
lassen sich maßgeschneiderte Angebote entwickeln.	76,3

Tabelle 5: Einschätzung der Betriebe und Bildungsträger zu „maßgeschneiderten“ Angeboten (Mehrfachantworten waren möglich) [Angaben in Prozent]

Hier zeigen sich deutliche Hinweise auf die zunehmende Bedeutung von individuellen, unternehmensbezogenen Weiterbildungsangeboten.

Aktuelle Tendenzen bei Weiterbildungsinhalten und Lernformen.

Während die Bildungsträger gefragt wurden, welches Wissen und welche Fertigkeiten von den Betrieben zunehmend abgefragt werden, sollten die Betriebe angeben, welche Inhalte von Weiterbildung und Lernen künftig eine wichtige Rolle bei ihnen spielen (vgl. Tabelle 6).

Wissen und Fertigkeiten	Bildungsträger „zunehmend“ ***	Rang	Betrieb „künftig wichtig“ (N=1270)	Rang
Soziale Kompetenzen	74,6	1	75,9	1
Fremdsprachen/fremde Kulturen	65,0	2	32,1	6
EDV-Anwendungen	58,8	3	73,9	2
Gewerblich-technische Weiterbildung	54,5	4	58,1	4
Kaufmännische Weiterbildung	46,7	5	61,3	3
Rechts- und Steuerfragen	35,2	6	42,8	5

Tabelle 6: Einschätzung zur zunehmenden Bedeutung von Wissen und Fertigkeiten durch Bildungsträger, die diese Leistungen anbieten und Einschätzung zur künftigen Bedeutung durch die Betriebe (Mehrfachantworten waren möglich) [Angaben in Prozent] (***) Je nach Filterführung liegen die Fallzahlen in den Antworten zwischen N=682 und N=1119.)

Die Antworten der Träger und der Betriebe gleichen sich in der Reihenfolge ihrer Wertigkeit bis auf wenige Ausnahmen. Nach Aussagen der Weiterbildungsträger (75 Prozent) wie auch der Betriebe (76 Prozent) hat zukünftig die *Vermittlung sozialer Kompetenzen* die größte Bedeutung.

Als ebenfalls wichtig werden *EDV-Anwendungen* (Träger Rang: 3 und Betrieb Rang: 2) angesehen. *Gewerblich-technische Weiterbildungen* stehen mit 55 Prozent bei den Trägern und 58 Prozent bei den Betrieben auf Rang 4. Deutlich seltener werden *Rechts- und Steuerfragen* genannt, wobei die Betriebe diese Lerninhalte wichtiger einschätzen als die Bildungsträger (Träger: 35 Prozent und Betriebe: 43 Prozent).

Deutliche Unterschiede in der Einschätzung zeigen sich bei der *kaufmännischen Weiterbildung*. Nicht einmal die Hälfte der Bildungsträger (47 Prozent) schätzt ein, dass dieses

Bildungsangebot zunehmen wird, aber 61 Prozent der Betriebe halten dieses Bildungsangebot für künftig wichtig. Damit differieren hier auch die Einschätzungen in der Rangfolge mit Platz 3 bei den Betrieben und Platz 5 bei den Weiterbildungsträgern.

Die deutlichste Unterscheidung gibt es bei den Angaben zu *Angeboten für Fremdsprachen und fremde Kulturen*. Während zwei Drittel der Bildungsträger (65 Prozent) erwarten, dass die Nachfrage danach deutlich zunehmen wird (Rang 2), ist dieser Weiterbildungsinhalt zukünftig nur für ein Drittel der Betriebe wichtig (33 Prozent). Damit steht dieser Weiterbildungsinhalt bei den Betrieben auf den letzten Platz (Rang 6).

Unter den von den Bildungsträgern genannten Lernformen stehen Kurse und Seminare mit großem Abstand an erster Stelle: Neun von zehn Trägern bieten häufig *Kurse und Seminare bei sich im Hause* an. Nur vier von zehn offerieren häufig und ebenfalls vier von zehn selten *Kurse und Seminare direkt beim Kunden*. Auch die Betriebe geben häufiger an, Kurse und Seminare, die mit einem Bildungsanbieter durchgeführt werden, direkt bei dem Anbieter und seltener im Betrieb zu nutzen.

Am wenigsten Anwendung finden bisher neue Lernformen wie Blended-Learning und E-Learning, die auf elektronischen Medien basieren. Jeweils mehr als die Hälfte der Träger bietet solche Kurse gar nicht an. Nur 14 Prozent der Weiterbildungsträger (bei Blended-Learning) bzw. 12 Prozent (bei E-Learning) nennen häufig derartige Angebote. Dies deckt sich mit den Einschätzungen der Betriebe, bei denen diese Lernformen ebenfalls die geringste Verbreitung haben. Weniger als jeder sechste Betrieb setzt diese Lernformen für seine Beschäftigtengruppen ein. Zumal auch die Betriebe, die mit diesen Lernformen bereits Erfahrungen gesammelt haben, vergleichsweise selten beurteilen, dass sie sich bewährt hätten.

Weiterbildung gewinnt an Bedeutung.

Befragt nach bereits jetzt erkennbaren Entwicklungstrends skizzieren die Bildungsträger verschiedene Entwicklungen. Die stärkste Zustimmung finden Aussagen, dass sich die Themenvielfalt erhöht habe, dass innerhalb der Lerngelegenheiten soziale Kompetenzen stärker zu berücksichtigen seien, dass Weiterbildung direkt auf die individuellen Bedürfnisse einzelner Betriebe abgestimmt werden müsse und dass Angebote mit anerkannten Zertifikaten an Bedeutung gewinnen.

Die Betriebe geben eine eher ambivalente Einschätzung ab. Ein Großteil der Betriebe (80 Prozent) verweist einerseits darauf, dass nur ein geringer Anteil des Lernens formal vermittelt wird, Lernen stark in die Arbeitsprozesse eingebunden ist und hauptsächlich dort stattfindet. Andererseits widerspricht die Mehrheit der Betriebe (ebenfalls 80 Prozent) der Aussage, dass organisierte Lernformen überflüssig sind. Hierin zeigt sich, dass die Verbindung von Lernen und Arbeit für die Betriebe einen großen Stellenwert hat und die Wissensvermittlung nicht mehr ausschließlich über formale Weiterbildung erfolgt. Es sind also neue Wege und Methoden zur Kompetenzentwicklung der Mitarbeiter gefragt.

Die zunehmende Bedeutung von Weiterbildung für Unternehmen, Beschäftigte und Arbeitsuchende spiegelt sich auch in dem Stimmungsbild der Weiterbildungsträger wider. Nachdem im Jahr 2004 noch die Hälfte der Bildungsträger damit rechnete, dass sich ihre Geschäftslage in den nächsten Jahren verschlechtern werde, scheint inzwischen das Tal durchschritten zu sein. Viele Träger, die wegen der konjunkturellen Entwicklung und im Zusammenhang mit der Umgestaltung der Vergabepaxis bei der Bundesagentur für Arbeit Turbulenzen durchlebt haben, blicken jetzt deutlich optimistischer in die Zukunft: Über die Hälfte (56 Prozent) erwartet, dass sich ihre Geschäftslage in den nächsten Jahren weiter verbessern wird (2004 waren nur 17 Prozent so zuversichtlich). Ein knappes Drittel hat gleich bleibende Aussichten (dieser Anteil war 2004 ebenso hoch). Lediglich 11 Prozent rechnen jetzt mit einer Verschlechterung (2004 waren es noch 50 Prozent). In den alten Ländern ist der Optimismus noch ausgeprägter als in den neuen Ländern. Hier erwarten 63 Prozent, dass sich die Lage verbessern wird, im Osten sind es 50 Prozent.