

Weiterbildungsvermittlung in Deutschland: Ergebnisse einer qualitativen Erhebung in 2004

- 1. Kurzportrait Bildungsportal Thüringen**
- 2. Ziel der Analyse / Untersuchungsdesign**
- 3. Ergebnisse der Untersuchung**

1. Kurzportrait Bildungsportal Thüringen

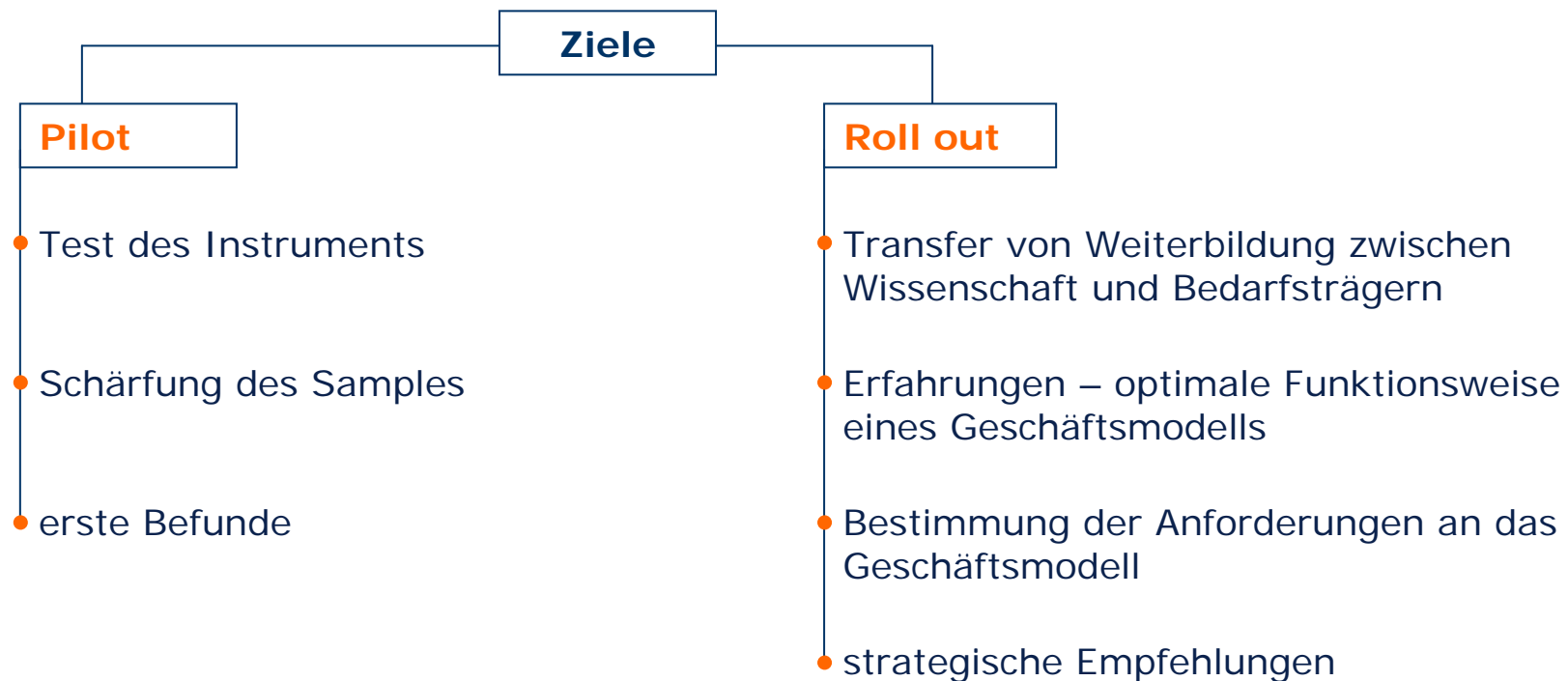
- Transparenz zur Weiterbildung und Neuen Medien der Thüringer Hochschulen
- Arbeitsschwerpunkte: Betrieb und Technologie des Portals, Marketing, (Erst-)Beratung, Vernetzung, Analysen, Vermittlung von Interessenten und Kooperationen
- Start Sept. 2001, seit Juni 2002 online
- Förderung bis Juni 2006 durch das Thüringer Kultusministerium
- Institutionalisierung als Infrastruktureinrichtung der Thüringer Hochschulen ab Mitte 2006 geplant

2. Ziele der Analyse / Untersuchungsdesign

- Ermittlung von Erfahrungswissen für die optimale Funktionsweise eines **Geschäftsmodells**.
- Bestimmung der Anforderungen an das Geschäftsmodell hinsichtlich der Aufgaben und der Funktionen, die sich aus dem Transfer- und Interaktionsprozess zwischen Wissenschaft und Wirtschaft auf dem Weiterbildungssektor ergeben.
- Analyse der Vor- und Nachteile von unterschiedlichen **Organisationsformen** des Weiterbildungstransfers (Institute, Organisationen, Netzwerke) hinsichtlich der Effizienz der Transfer- und Interaktionsprozesse zwischen Hochschule und Wirtschaft.
- Ableitung von **strategischen Empfehlungen** für die Entwicklung des Geschäftsmodells des BPT.

Untersuchungsdesign

Die Ziele der Untersuchung



Befragte und deren Organisationsform (Pilot)

Fall	Organisationsform
1	öffentliche Universität
2	öffentliches Netzwerk
3	öffentliche WB-Datenbank
4	öffentliche WB-Datenbank (ursprünglich als private WB-Datenbank kategorisiert)
5	Verband (ursprünglich als private Akademie kategorisiert)
6	Verband
7	Stiftungsgebundene WB-Einrichtung
8	öffentliche Hochschule
9	WB-Institut eines großen Unternehmens
10	private Hochschule
11	WB-Einrichtung eines Verbandes
fehlend	private Netzwerke

Datenerhebungstechnik: Befragung

Vorgehen Bildungsportal

Narrative Interviews / mündlich-
persönliche Expertengespräche (**Pilot**):
Befragte: 11 Akteure aus Einrichtungen,
die (akademische) Weiterbildungs-
dienstleistungen in Dt. anbieten

Telefoninterviews (Roll out):
Befragte: 42 Akteure wurden mittels
standardisiertem Fragebogen telefonisch
interviewt
Gesprächsdauer: ca. 30 Minuten
Auswahlverfahren: Vollerhebung,
100 Einrichtungen wurden über online-
Recherche ermittelt

Vergleich dazu Vorgehen iwwb.de

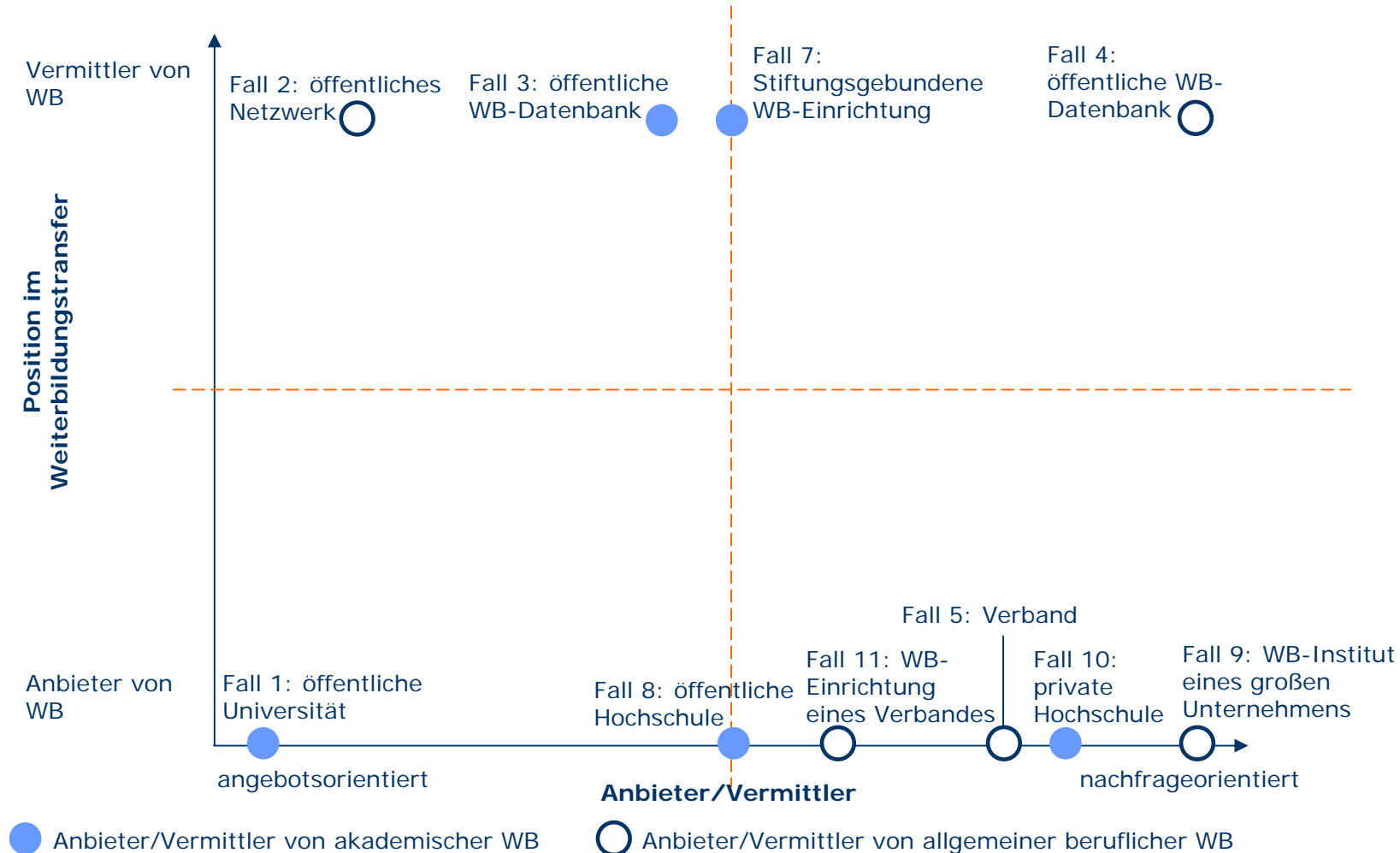
Internetgestützte Befragungen
als

Web-Survey: Fragebogen, der
als Programm auf einem
Web-Server läuft (dieses
Instrument wurde für die
iwwb.de Umfrage genutzt)

E-Mail-Befragungen:
Fragebogen als E-Mail
versenden

Ergebnis des Piloten: Vergleich der Organisationsmodelle

Einstufung der Organisationsmodelle



Roll out

Fragekomplexe im standardisierten CATI Fragebogen (insgesamt 32 Fragen)

- Kundenproblem
- Wirtschaftliche Situation
- Finanzierung
- Organisationsform
- Vernetzung

Entsprechend der Zielstellung der Forschungskonzeption wurden in die Untersuchung nur Einrichtungen einbezogen, die ihr Dienstleistungsverständnis bzw. ihre Mission in zwei Richtungen verstehen:

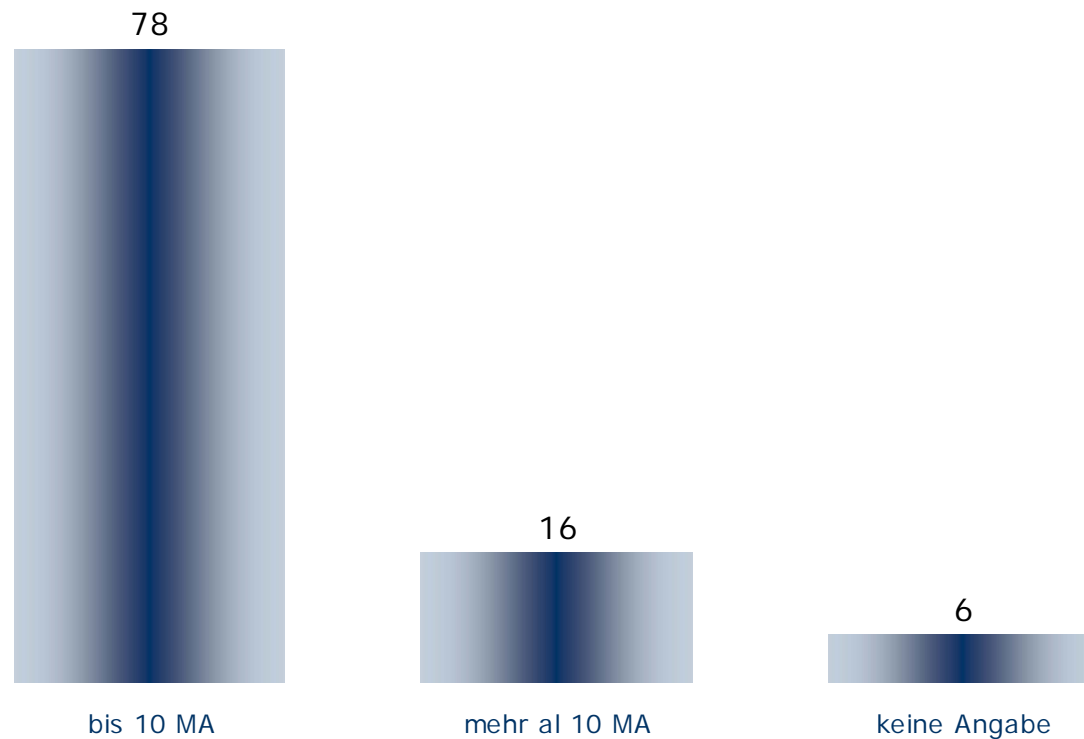
1. wollen alle untersuchten Einrichtungen Vermittler von Weiterbildungsangeboten sein
2. verstehen sich alle als Netzwerkakteure, die Anbieter und Nachfrager zusammenführen

3. Ergebnisse der Untersuchung

- **Organisation**
- **Außendarstellung / Marketing**
- **Geschäftsmodell**
- **Unternehmensgegenstand**

Organisation I

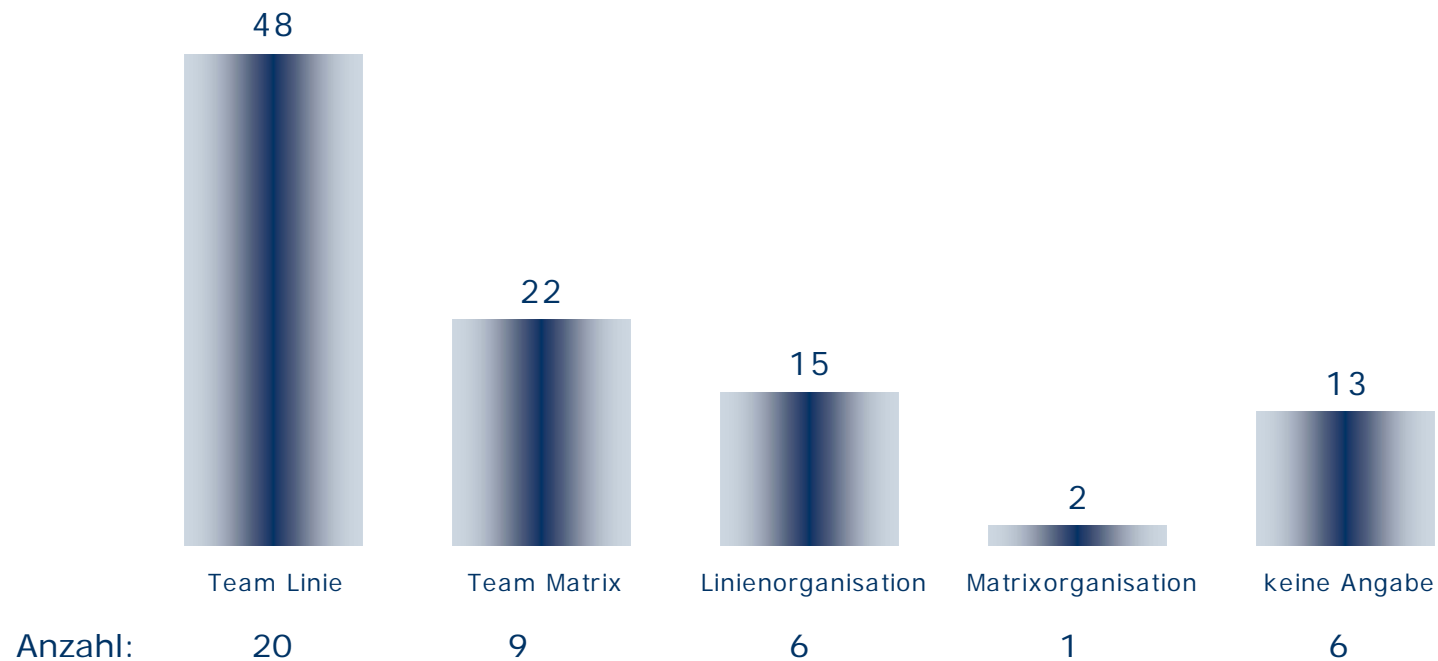
Abb. 1: Anzahl der Mitarbeiter inklusive Geschäftsleitung – gruppiert (in Prozent aller Befragten, N=42) **58 % haben bis 10 MA**



Organisation II

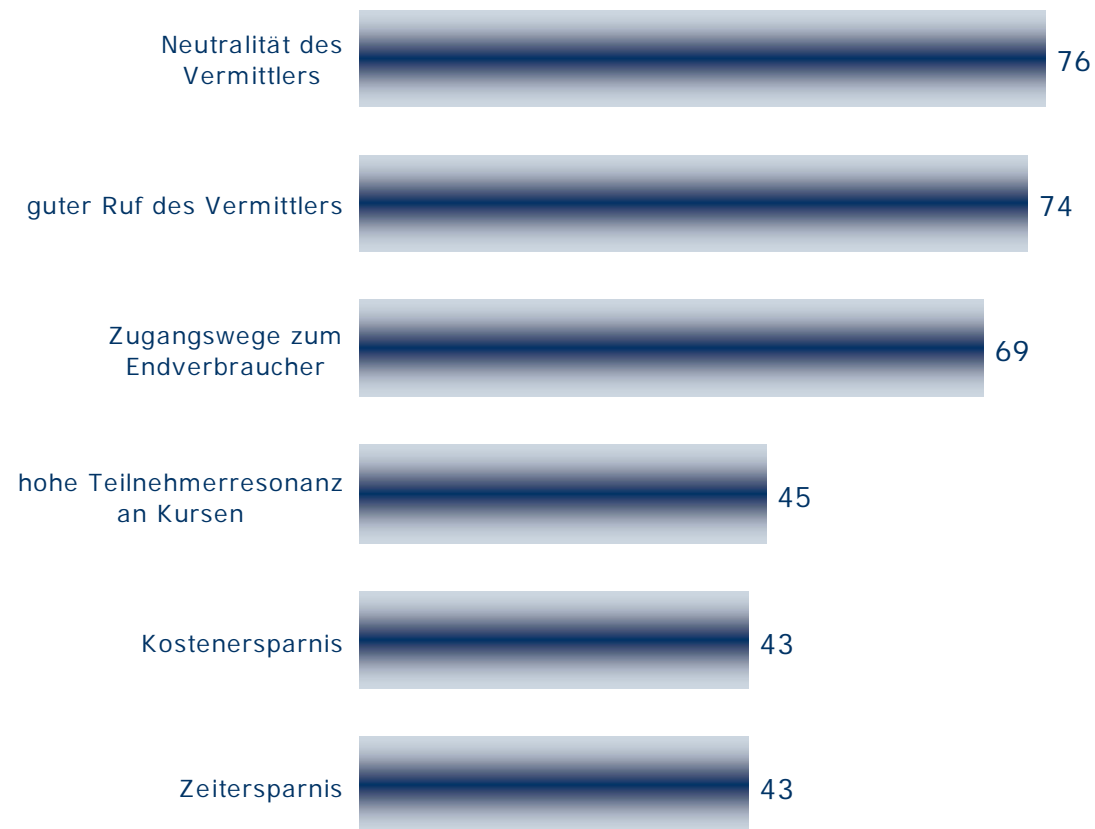
Abb. 2: Organisationsaufbau der Vermittler (in Prozent aller Befragten, N=42)

Die meisten befragten Einrichtungen (48 Prozent) weisen „**Teamstrukturen mit Tendenz zur Linienorganisation**“ auf, in denen Verantwortlichkeiten für bestimmte Dienstleistungen erkennbar sind. Es sind Einrichtungen mit maximal 10 Mitarbeitern, wobei die meisten bis 5 Mitarbeiter umfassen. Die Abrechnung der Verantwortlichkeiten erfolgt tendenziell gegenüber der Leitung und nicht primär gegenseitig.



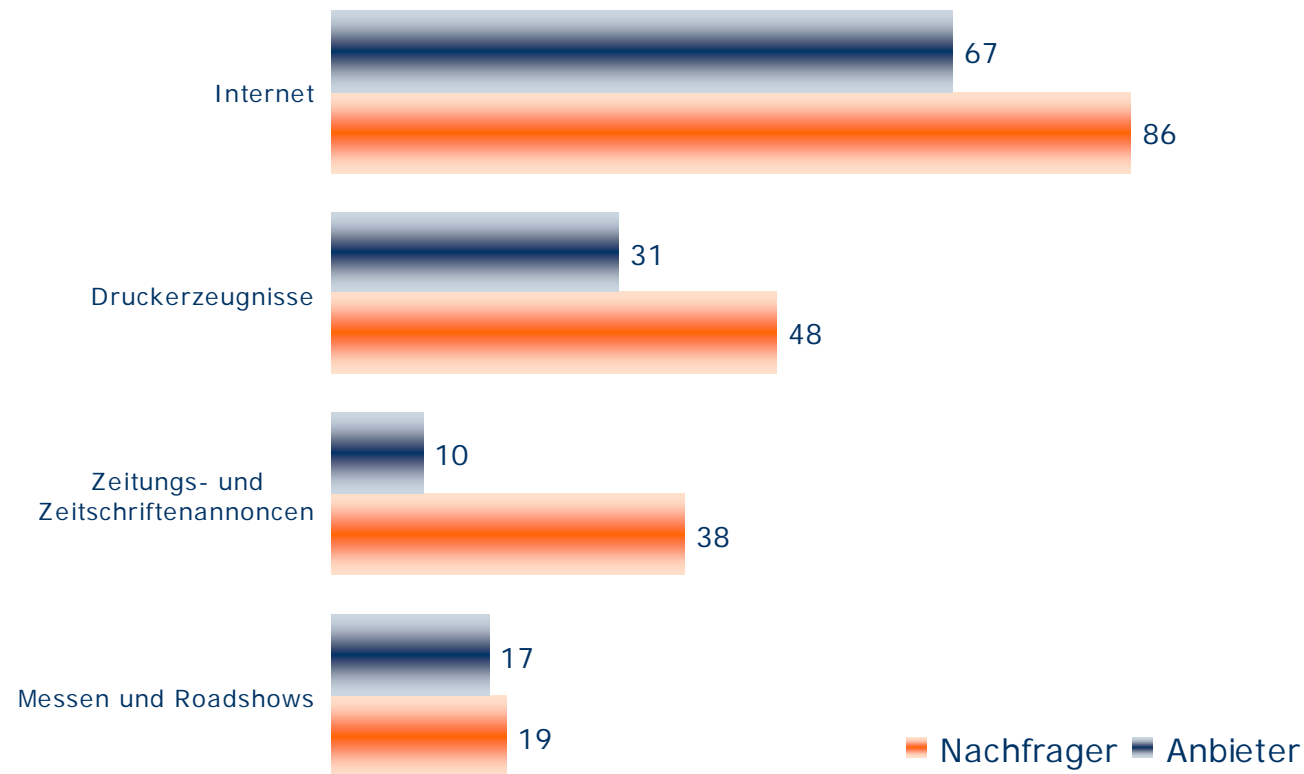
Außendarstellung/Marketing I

Abb. 3: **Motive der Anbieter von Weiterbildung** für die Kontaktaufnahme mit den Weiterbildungsvermittlern (in Prozent aller Befragten, Darstellung der als „sehr wichtig“ bewerteten Motive, Mehrfachnennungen möglich, N=42)



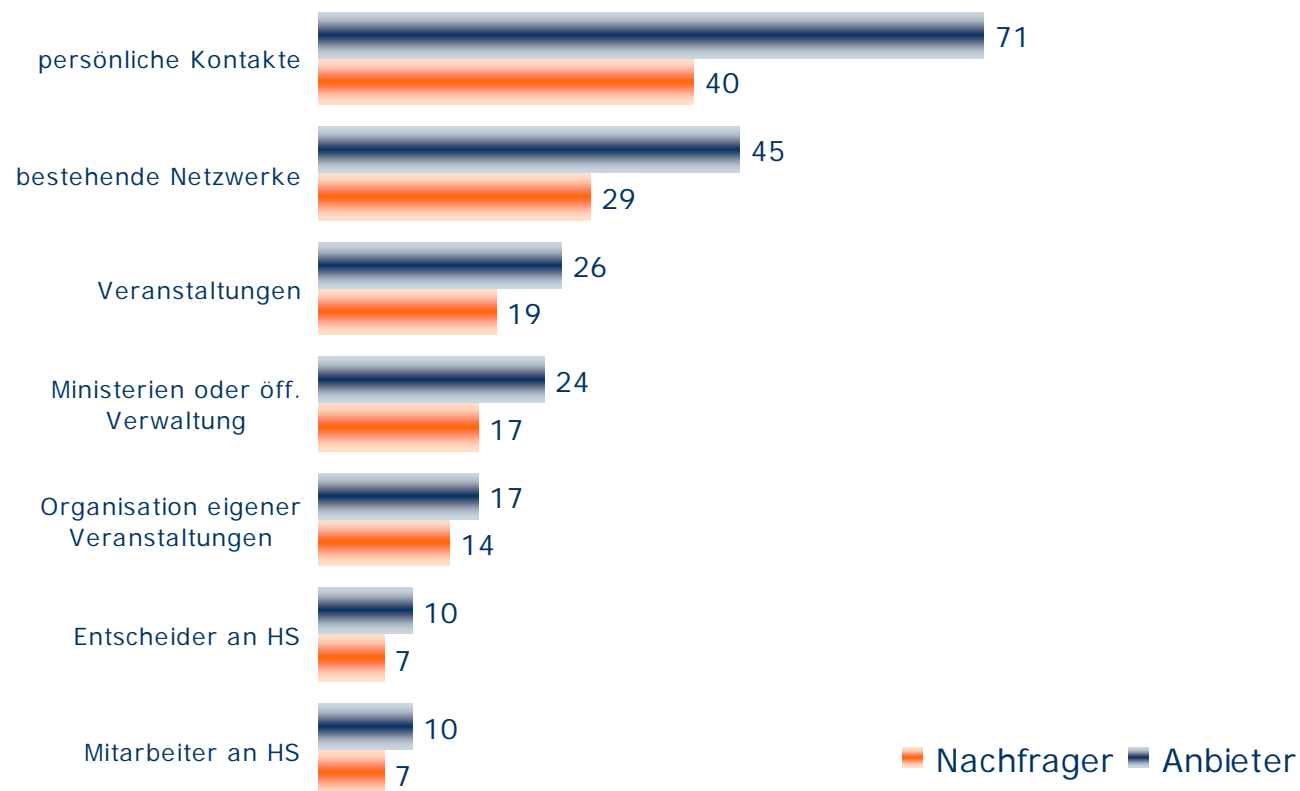
Außendarstellung/Marketing I I a

Abb. 4: **Kommunikationswege zur Verbindungsaufnahme mit Anbietern und Nachfragern** im Vergleich (in Prozent aller Befragten, Darstellung der „häufig“ genutzten Wege, Mehrfachnennungen möglich, N=42)



Außendarstellung/Marketing II b

Abb. 5: **Kommunikationswege zur Verbindungsaufnahme mit Anbietern und Nachfragern** im Vergleich (in Prozent aller Befragten, Darstellung der „häufig“ genutzten Wege, Mehrfachnennungen möglich, N=42)



Geschäftsmodell

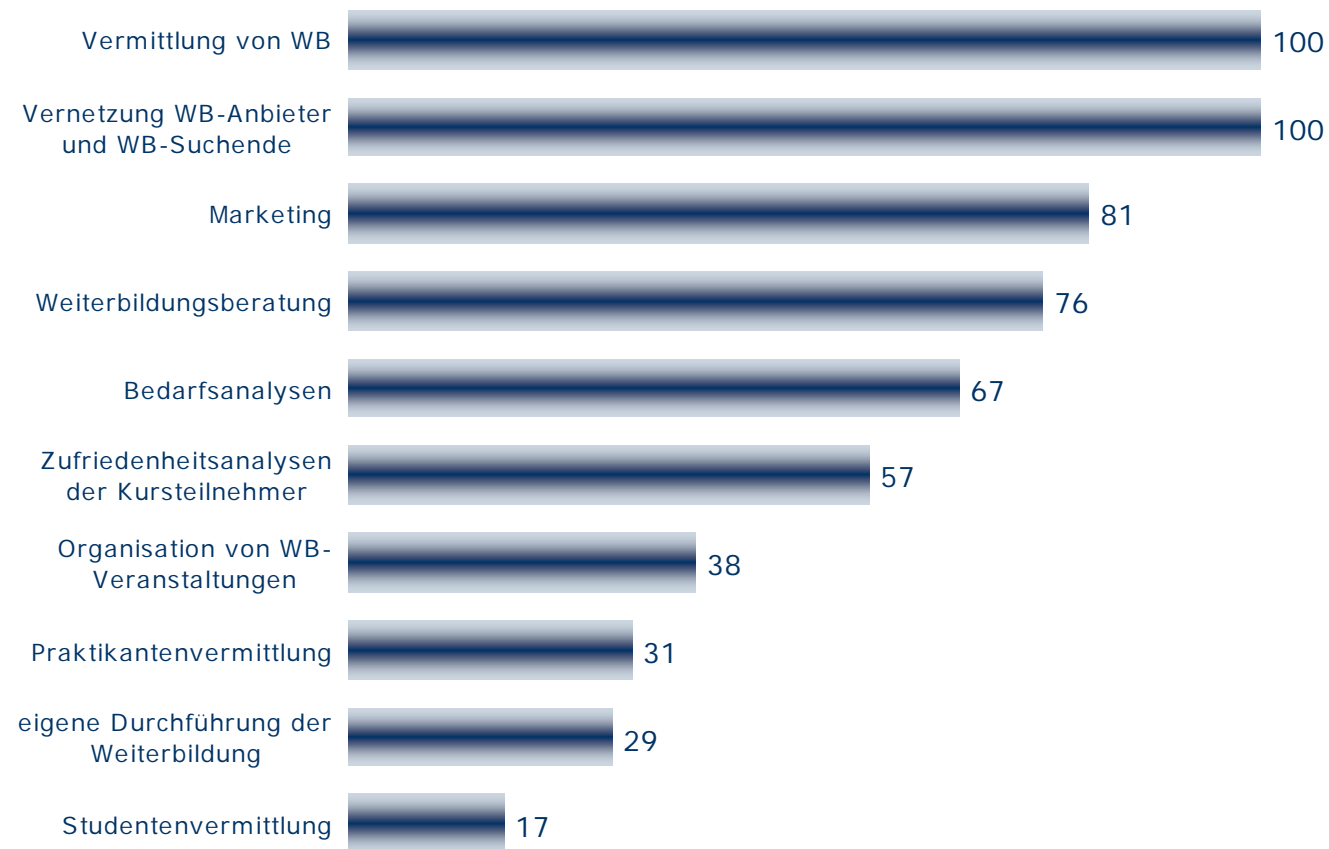
Abb. 6: Gegenwärtige Gesellschaftsform (in Prozent aller Befragten, N=42)

57 % der Befragten stellen NPO (Non-Profit-Organisationen) und Körperschaften des öffentlichen Rechts dar



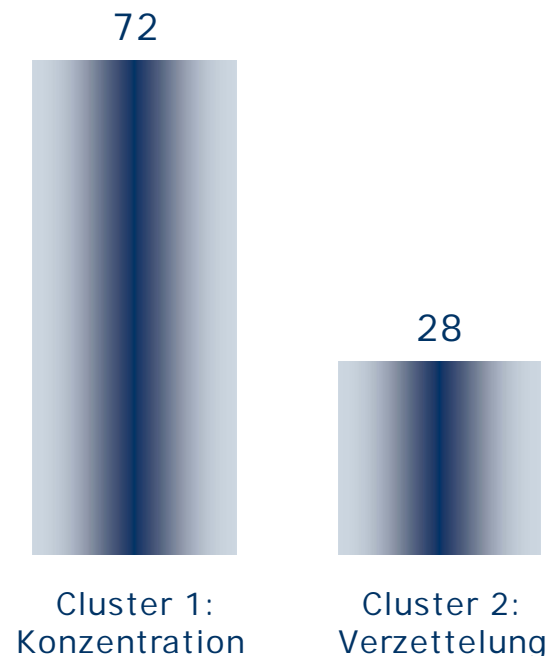
Unternehmensgegenstand I

Abb. 7: Angebotene Dienstleistungen
(in Prozent aller Befragten, Mehrfachnennungen möglich, N=42)



Unternehmensgegenstand II

Abb. 8: Breite des Dienstleistungsportfolios – Cluster (in Prozent aller Befragten, N=42)



Durch eine Clusteranalyse bzw. hierarchischen Clusteranalyse konnten die Ähnlichkeiten der Dienstleistungspalette der einzelnen Vermittler transparent gemacht und zu Gruppen zusammen gefasst werden.

Die erste Gruppe - **Cluster 1** - weist eine stärkere Konzentration auf die mit der Vermittlungsdienstleistung synergetisch verbundenen Leistungen der **Weiterbildungsberatung**, der **Bedarfsanalyse** und des **Marketings** auf.

Gruppe zwei - **Cluster 2** - ist durch eine deutlich **breitere Leistungspalette**, mit weniger als **10 Mitarbeitern** und bedingten Aussagen zum **Ergebnis** gekennzeichnet. Bei ihnen ist deshalb die Verzettlungstendenz evident.

Unternehmensgegenstand III

Tab. 1: Dienstleistungsportfolio - detailliert (Anzahl der Befragten, N=42)

Eine noch differenziertere Betrachtung der Dienstleistungskombinationen in 14 Clustern zeigt, dass die Einrichtungen mit starker Fokussierung auf wenige Dienstleistungen (**Cluster 1, 2, 3, 7 und 9**) erfolgreicher sind als die mit Verzettlungstendenzen im Cluster 4, 8, 11, 12, 13 und 14.

	Cluster														Gesamt
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	
	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	Anzahl	
Vermittlung von Weiterbildung	12	3	2	5	1	3	3	1	2	2	1	1	2	2	40
Vernetzung WB Anbieter und WB Suchende	12	3	2	5	1	3	3	1	2	2	1	1	2	2	40
Marketing	12	3	2	5	1	3					1	1	2	2	32
Bedarfsanalysen	11		2	5	1	3	1	1	2						26
Zufriedenheitsanalysen	5		2	5	1	3	3				1		1	2	23
Weiterbildungsberatung	12			5		3	2	1	1	2		1	2	2	31
Organisation von Weiterbildungsveranstaltungen	1			5	1	3		1			1	1		2	15
eigene Durchführung der Weiterbildung	1			5		1		1			1	1		2	12
Praktikantenvermittlung			1	5	1						1		2	1	11
Studentenvermittlung				3	1			1							5
Gesamt	12	3	2	5	1	3	3	1	2	2	1	1	2	2	40

Ergebnisse der Untersuchung I

Organisation

- Der größte Teil der Weiterbildungsvermittler ist in den alten Bundesländern angesiedelt, durch eine Teamstruktur geprägt und gehört zum Non-Profit-Sektor. 78 % der Institutionen haben bis zu 10 Mitarbeiter.

Außendarstellung / Marketing

- Weiterbildungsvermittler sehen ihre Unverwechselbarkeit (USP) in der „Neutralität“, dem „guten Ruf“ und dem „Zugang zum Endverbraucher“.
- Bei der Auswahl der Kommunikationswege zur Ansprache der Anbieter- bzw. der Nachfragerseite ist eine vereinheitlichte Kommunikationsstrategie nicht empfehlenswert. Es werden zielgruppenabhängige Kommunikationskanäle von den Vermittlern genutzt.

Geschäftsmodell

- Der Entwicklungstrend geht in Richtung Non-Profit-Organisationen. In den alten Bundesländern sind die Vermittlereinrichtungen durch die häufigere Anbindung an Körperschaften öffentlichen Rechts etwas besser abgesichert.

Ergebnisse der Untersuchung II

Unternehmensgegenstand

- Die befragten Vermittlereinrichtungen fokussieren ihre Tätigkeit auf WB-Vermittlung, Netzworkebildung, Marketing und WB-Beratung. Erfolgreiche Einrichtungen der Weiterbildungsvermittlung konzentrieren sich neben Vermittlung und Vernetzung auf Marketing und Beratung. 28 % der Institutionen unterliegen der latenten Gefahr der Verzettelung (Cluster II).

Fazit

- Die derzeit größte Schwäche der befragten WB-Vermittler besteht im Bereich des operativen Controllings (Dienstleistungscontrolling), das bis auf einen sehr geringen Teil von Vermittlern kaum durchgeführt wird (nur 17 % der Befragten können eine Aussage über die Anzahl der vermittelten Kursteilnehmer machen).
- Tendenz zu öffentlichen Weiterbildungsbörsen mit Vermittlern in der Brokerfunktion.

**Besten Dank für Ihre Aufmerksamkeit sowie für die Unterstützung der
Untersuchung.**

Bildungsportal Thüringen (BPT): Das Forum für wissenschaftliche
Weiterbildung und neue Medien der Thüringer Hochschulen

Ihre Ansprechpartner

Dr.-Ing. Heinz-Dietrich Wuttke, Projektleiter

Telefon 03677 - 69 28 20, dieter.wuttke@tu-ilmenau.de

Karsten Schmidt, Projektmanager

Telefon 0361 - 56 26 454, ka.schmidt@uni-jena.de

Sabine Fincke, Information-Broker

Telefon 0361 - 56 26 455, Sabine.Fincke@uni-jena.de

Startseite des Portals



bildungsportal-
thueringen.de

Bildungsforum der Thüringer Hochschulen

Home Partner Info Archiv Downloads Presse Über uns Jobs

Montag, 17.01.2005

Sitemap

Suche

Erweiterte Suche

Weiterbildung

- Fachgebiet
- Suche nach Zeitraum

Neue Medien

- E-Learning
- Projekte

Archiv

- Archiv Weiterbildung
- Archiv Projekte

Anmeldung

E-Mail Adresse

Passwort

Passwort vergessen
Neuanmeldung

gefördert durch das
Kultusministerium

Wissen verbreiten!

Herzlich Willkommen im Forum für Weiterbildung und neue Medien der Thüringer Hochschulen



Das Bildungsportal Thüringen (BPT) bündelt Kompetenzen der Thüringer Hochschulen in Bezug auf Weiterbildung und den Einsatz neuer Medien. Das Bildungsportal Thüringen wendet sich an

- Unternehmen
- Institutionen
- private Nutzer
- Hochschullehrer
- Studenten und Absolventen
- Berufstätige
- Berufliche Neuorientierer
- Senioren

und gibt einen aktuellen Überblick über akademische Weiterbildungsangebote und Projekte zu neuen Medien der Thüringer Hochschulen.

Aktuelles



Gemeinsam mit den Thüringer Hochschulen präsentiert das Bildungsportal vom 15. - 18. Februar auf der **Learntec 2005** in Karlsruhe nunmehr zum dritten Mal die neuesten Bildungs- und Forschungsergebnisse. Wir laden Sie ein, uns in der Gartenhalle, Stand 368 - am Gemeinschaftsstand von Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen - zu besuchen. [mehr...](#)

Weiterbildungsangebote



Seit nunmehr 9 Jahren läuft an der Friedrich-Schiller-Universität Jena der als berufsbegleitende Weiterbildung konzipierte Fernstudiengang **Lasertechnik**. Das Fernstudium Lasertechnik der Univ. Jena wendet sich als berufsbegleitende Weiterbildung vor allem an Ingenieure und Physiker. [mehr...](#)



Mache ich mich als **MediatorIn** selbständig?
Selbständig werden, selbständig bleiben: ein Einführungsworkshop über Kompetenzen und Leitbild, Geschäftsstrategie und Finanzierung. [mehr...](#)



Das Weiterbildungsangebot **Corporate Networks** vermittelt an einem verlängertem Wochenende

Thüringer Hochschulen



Veranstaltungen der Thüringer Hochschulen

Onlinebefragung

Ihre Meinung ist uns wichtig!

Angebote Neue Medien

- Web Technologien
- Schaltsysteme Arbeitsblätter im Netz
- Online-Angebote im Rahmen des Weiterbildenden Studiums Master of Science "Wasser und Umwelt"
- Wissenslabor Betriebswirtschaft
- ecobine (ecological building net)
- metacoon-services

Ausgewählte Veranstaltungen

- Veranstaltungstipps 2005
- Ringvorlesung "ta ethika"
- Veranstaltungstipps 2004

Kooperationen

- Veranstaltungstage der Thüringer Hochschulen 2005