

## Potentielle Erfolgsfaktoren für die Weiterbildungsvermittlung in Deutschland

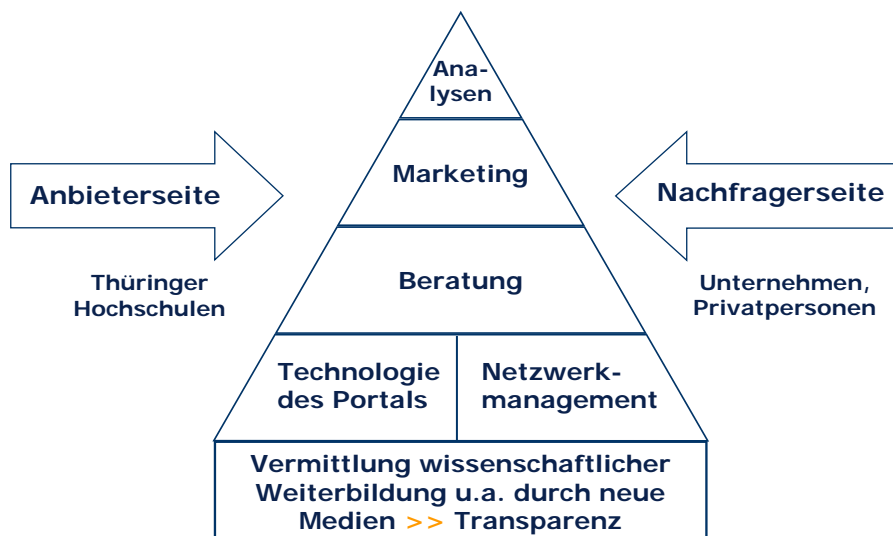
**Gliederung:**  
Kurzportrait, Ziele, Design, Pilotstudie,  
Ergebnisse, Bildungsportal

Learntec 2005, Schwarzwaldhalle, Messeforum, Karsten Schmidt,  
Heinz-Dietrich Wuttke



Kurzportrait, Ziele, Design, Pilotstudie, Ergebnisse, Bildungsportal

## Leistungsportfolio Bildungsportal Thüringen



## Thüringer Partnerhochschulen



seit 1558  
Friedrich-Schiller-Universität Jena



## Analysen 2001 - 2004 +

- Zielgruppenanalyse Bevölkerung Thüringen und Deutschland (2001)
- Bedarfe in Institutionen und Unternehmen Deutschland, Österreich, Schweiz (2001)
- Konkurrenzanalyse (2001)
- Hochschulweiterbildung: Bedürfnisse, Vorstellungen, Erwartungen Thüringer Unternehmer (2003)
- Analyse des Vermittlungserfolges von Weiterbildungsangeboten durch das Bildungsportal Thüringen (2003 und 2004)
- Transfer von Weiterbildung zwischen Wissenschaft und Bedarfsträgern (2004: hier vorgestellte Analyse)

siehe Downloads/Analysen [www.bildungsportal-thueringen.de](http://www.bildungsportal-thueringen.de)

## Weiterbildungstransfer

bei Google am 13.02.2005 insgesamt 8 Treffer

Ansonsten:

Schöll, Ingrid (Dez. 2004) **Marketing** in der öffentlichen Weiterbildung, 3. Auflage, DIE Bonn.

Ekkehard Nuissl, Klaus Pehl (2004): **Porträt** Weiterbildung Deutschland, 3. Auflage DIE Bonn.

Tippelt, Rudolf/Barz, Heiner (Hrsg. 2004): Weiterbildung und **soziale Milieus** in Deutschland, 2 Bde.

Tippelt, Rudolf; Weiland, Meike; Panyr, Sylva (2003): Weiterbildung, **Lebensstil und soziale Lage in einer Metropole**.

Döbber, Karl-Otto: **Weiterbildungsdatenbanken**. In: Tippelt, Rudolf (Hrsg. 1999): Handbuch Erwachsenenbildung/Weiterbildung, 2. Auflage, S. 771-777.

## Ziele der Untersuchung



## Untersuchungsdesign

Datenerhebungstechnik: Befragung

### Pilotphase

11 qualitative Expertengespräche (Leitfadeninterviews) geführt

Befragte: Akteure aus Einrichtungen, die (akademische) Weiterbildungsdienstleistungen anbieten (bundesweit)

Gesprächsdauer: ca. 2 Stunden

Zeitraum: Juli-August 2004

### Roll out

quantitative Erhebung mittels standardisiertem Fragebogen

Befragte: 42 Akteure der Weiterbildungsvermittlung, bundesweit, CATI-Telefoninterviews, 32 Fragen

Gesprächsdauer: ca. 30 Minuten

Auswahlverfahren: Teilerhebung, 100 Einrichtungen wurden ermittelt

Zeitraum: Oktober 2004

## Schlüsselfragen des Interviews

### 1. Mission/Vision

Von welchen grundsätzlichen Ideen lassen Sie sich in Ihrer Institution leiten? Was ist Ihre Vision?

### 2. Ziele/Strategie

Welche Ziele leiten Sie aus Ihrer Vision ab? / Welche Strategie verfolgt Ihre Institution?

### 3. Organisation

Könnten Sie mir bitte mit einer Skizze verdeutlichen, wie Ihre Institution aufgebaut ist?

### 4. Kundennutzen, Produkt, Markt

Welches Kundenproblem wollen Sie mit Ihren Angeboten heute lösen?

### 5. Erfahrungen

Wenn Sie einmal zurückblicken, was lief in Ihrem Unternehmen Ihrer Meinung nach bis jetzt besonders gut und was hätte besser laufen können?

### 6. Weiterbildung

Es gibt die Diskussion, dass die klassische Weiterbildung allmählich zu einer beruflichen Kompetenzentwicklung übergeht. Wie sehen Sie das?

### 7. Wissensmanagement

Was verbinden Sie mit Wissensmanagement?

### 8. Netzwerk (Organisationsentwicklung/Kompetenzentwicklung)

Inwiefern ermöglichen Netzwerke gegenüber Organisationen neue Formen der Komplexitätsbearbeitung?

## Gesellschafts-/Organisationsform

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

## Organisationsmodelle: öffentliche Universität I

Vergleich der Aussagen in den Leitfadeninterviews

Die Organisation beschreibt ihre **Vision** damit, sich zunehmend dem Gedanken des lebenslangen Lernens zu nähern, d.h. unter anderem die eigenen Angebote zu modularisieren. Gleichzeitig werden sich die künftigen Programme stärker Abschluss-bezogen orientieren, zusätzlich zu den bisherigen Zertifikaten wird beispielsweise ein Weiterbildung-Master angeboten.

Das **Ziel** des Erhalts der universitären Basis soll über eine starke hochschulpolitische Tätigkeit erreicht werden sowie mit der Platzierung des eigenen Hauses innerhalb der übergeordneten Einrichtung, innerhalb der Kommune und der wissenschaftlichen Landschaft Deutschlands.

Die **Organisation** gliedert sich in einen wissenschaftlichen Bereich und einen Verwaltungszweig, wobei im akademischen Bereich verschiedene Zuständigkeiten der einzelnen Mitarbeiter existieren, innerhalb dieser Zuständigkeiten arbeiten die Verantwortlichen selbständig. Die Organisation wird als flexibel dargestellt, man verfügt über eigene Verwaltungseinheiten (z.B. Räume) und ist in der Lage, aus eigenem Bestand Vorlaufkosten für ein Projekt zu finanzieren.

## Organisationsmodelle: öffentliche Universität II

Hinsichtlich des **Kunden**problems werden zwei Aspekte benannt: zum einen möchte man ein allgemeines Weiterbildungsbedürfnis befriedigen und zum anderen sollen Bedarfe befriedigt werden, die entstehen, wenn innerhalb eines Berufsfeldes gewaltige Entwicklungen stattfinden. Mit den Einzelthemen richtet man sich immer an bestimmte Zielgruppen, z.B. das Gesundheitswesen, wobei die Lehrgänge nicht auf Firmen, sondern auf den Mitarbeiter, den Einzelnen, abzielen. Es werden jedoch keine Themen bedient, die innerhalb der Universität keine Rolle spielen, so dass es auch keine Fokussierung auf marktgängige Themen geben wird, sondern man will das gesamte Angebot der Universität wider spiegeln.

Im Rahmen des Themas **Netzwerk** wird ein zunehmender Konkurrenzdruck angemerkt, da Angebote immer stärker entregionalisiert werden, beispielsweise bedingt durch E-Learning-Angebote. Auf der anderen Seite entwickelt sich ein zunehmender Kooperationsdruck, denn es entstehen immer häufiger Themen und Problemstellungen, die man alleine nicht mehr lösen kann. Beide Faktoren begründen die Entstehung von Netzwerken. In einem der eigenen thematisierten Netzwerke werden die Kompetenz- und Arbeitsteilungen über sogenannte Sektionen geregelt.

## Vergleich der Organisationsmodelle

Ergebnis des Vergleiches der 11 Organisationsmodelle:

- sechs Anbieter von Weiterbildung
- vier Vermittlung von Weiterbildung
- ein Sonderfall (weder Vermittlung noch Anbieter, sondern eher Moderator)

## Einstufung der Organisationsmodelle

Die Einordnung in eine Matrix erfolgte auf der Basis folgender Fragestellungen:

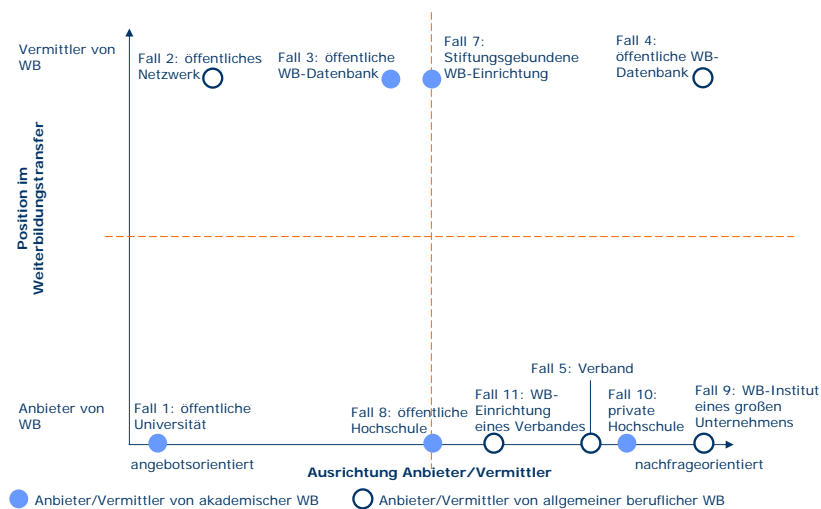
1. Vermitteln die untersuchten Einrichtungen Weiterbildung oder bieten sie Weiterbildung selbst an? (Frage der **Position im Weiterbildungstransfer**)
2. Richten sie ihre Produkte bzw. Dienstleistungen am Anbieter von Weiterbildung, also anbieterorientiert, d.h. nahe an der Hochschule bzw. der eigenen Institution oder nachfrageorientiert, d.h. nahe an den Bedarfsträgern (Einzelkunden, Wirtschaft) aus? (Frage der **Ausrichtung des Anbieters/Vermittlers**)

Zur Beurteilung der Geschäftsmodelle und Eingliederung in diese Matrix wurden aus den Expertengesprächen im wesentlichen die Äußerungen zu den Themen:

- Mission/Vision, Ziele/Strategie, Kunden/Markt heran gezogen

## Ergebnis der Pilotstudie

Abb. 1: Einstufung der Organisationsmodelle (WB = Weiterbildung)



## Roll out: Weiterbildungsvermittlung

Im Roll out wurde die Analyse ausschließlich auf die Weiterbildungsvermittlung konzentriert.

im standardisierten CATI Fragebogen - insgesamt 32 Fragen – gab es 5 Schwerpunktthemen: 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:

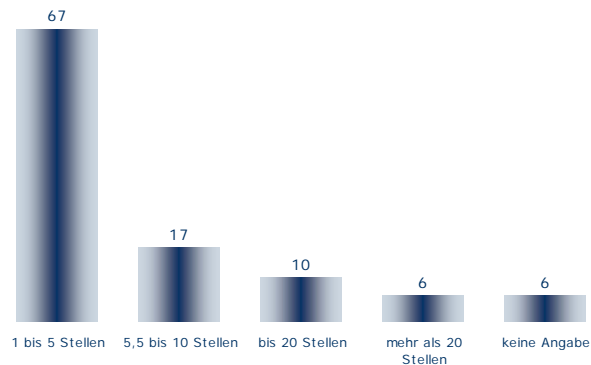
1. wollen alle untersuchten Einrichtungen Vermittler von Weiterbildungsangeboten sein
2. verstehen sich alle als Netzwerkakteure, die Anbieter und Nachfrager zusammenführen

## Ergebnisse der Untersuchung

- **Organisation: Mitarbeiter, Teamorganisation**
- **Außendarstellung / Marketing**
- **Geschäftsmodell**
- **Unternehmensgegenstand**

## Organisation: Mitarbeiter

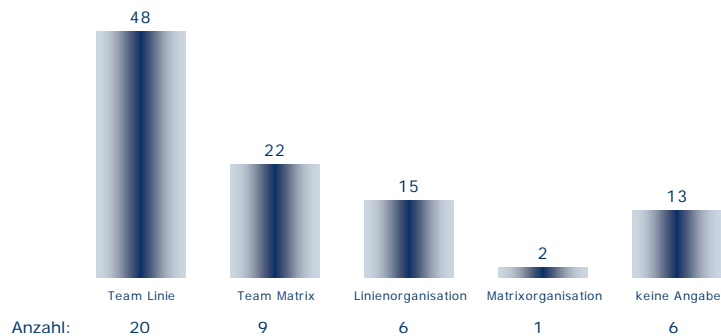
Abb. 2: Anzahl der Mitarbeiter inklusive Geschäftsleitung – gruppiert (in Prozent aller Befragten, N=42)



## Organisation: Teamorganisation

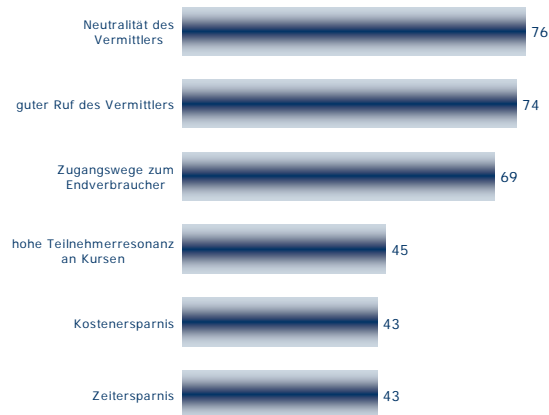
Abb. 3: Organisationsaufbau der Vermittler (in Prozent aller Befragten, N=42)

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.



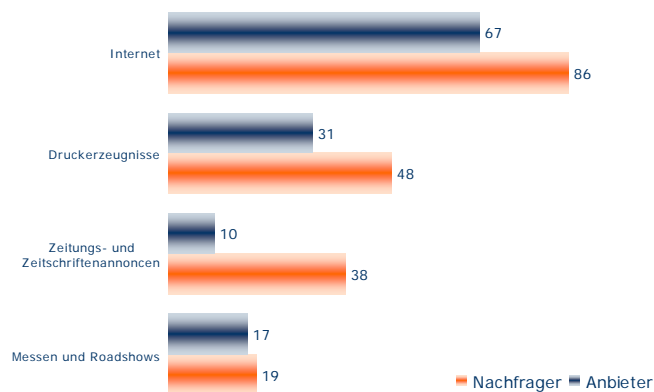
## Motive der Anbieter

Abb. 4: **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)



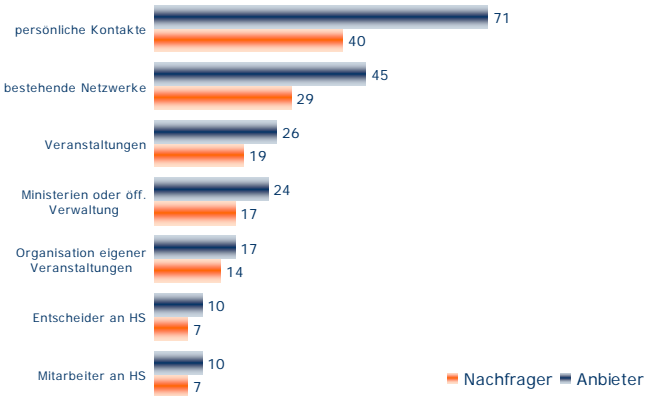
## Kommunikationswege I

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



## Kommunikationswege II

Abb. 6: **Kommunikationswege zur Verbindungsaufnahme mit Anbietern und Nachfragern** im Vergleich (in Prozent aller Befragten, Darstellung der „häufig“ genutzten Wege, Mehrfachnennungen möglich, N=42, HS = Hochschulen)



## Gesellschaftsform

Abb. 7: Gegenwärtige Gesellschaftsform (in Prozent aller Befragten, N=42)

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

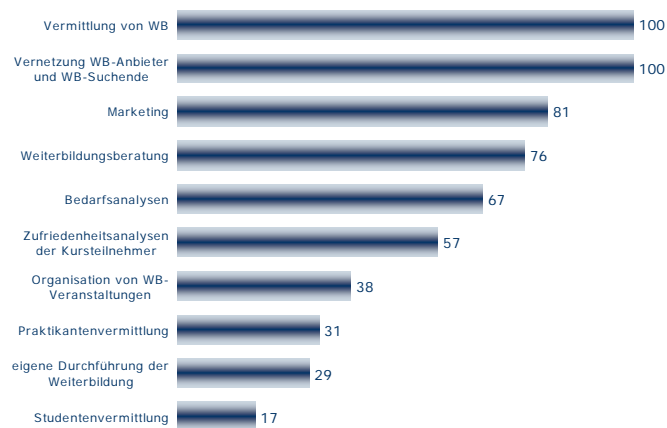


## NPO's und Private Organisationen

- **57 Prozent der Organisationen sind: NPO's, Körperschaften des öffentlichen Rechts (incl. 14 Prozent ohne Rechtsform 71 Prozent)**
- **Teamgrößen von 5 -10 Mitarbeitern**
- **Partielle Konzentration auf max. 5 Dienstleistungen**
  
- **28 Prozent sind privatwirtschaftliche Einrichtungen**
- **diese erzielen nach eigenen Angaben Gewinne**
- **dabei erfolgt eine Konzentration auf das Kerngeschäft mit max. 5 Dienstleistungen**
- **weiterhin besteht ein hoher Wirkungsgrad zwischen der Beratung und Vermittlung von Weiterbildungsangeboten**
- **darüber hinaus werden ca. 10.000 Angebote im Vermittlungspool vorgehalten.**

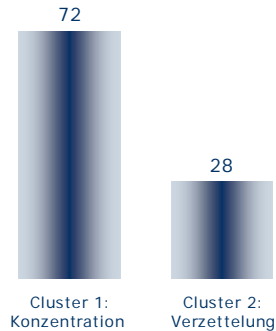
## Unternehmensgegenstand I

Abb. 8: Angebotene Dienstleistungen, (in Prozent aller Befragten, Mehrfachnennungen möglich, N=42)



## Unternehmensgegenstand II

Abb. 9: 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. 10: Dienstleistungsportfolio - detailliert (Anzahl der Befragten, N=42)

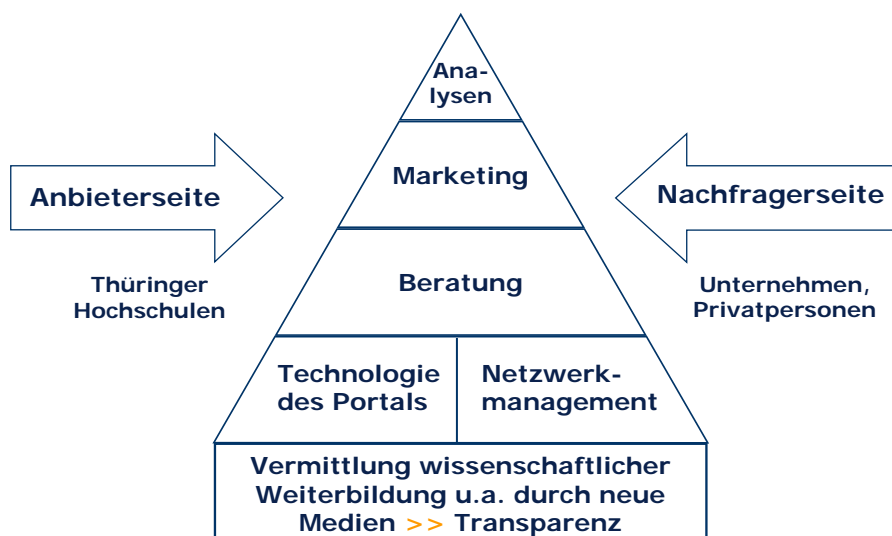
Eine noch differenziertere Betrachtung der Dienstleistungskombinationen in 14 Clustern zeigt, dass die Einrichtungen mit starker Fokussierung auf wenige Dienstleistungen (**Cluster 1, 2, 3, 7 und 9**) erfolgreicher sind als die mit Verzettlungstendenzen im Cluster 4, 8, 11, 12, 13 und 14.

	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	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

## Erfolgsfaktoren von Weiterbildungsvermittlern

- ☑ 67 Prozent arbeiten mit maximal **5 Mitarbeitern**
- ☑ vorherrschend sind **teamorientierte** Formen der Arbeitsorganisation
- ☑ **Konzentration** auf: Vermittlung, Vernetzung, Marketing und Beratung
- ☑ Unverwechselbarkeit: **Neutralität, guter Ruf, Zugang zum Kunden**
- ☑ **zielgruppenabhängige** Kommunikationskanäle
- ☑ Nutzung **informeller** Netzwerke

## Leistungsportfolio Bildungsportal Thüringen



## Meilensteine und Erfolge

**2001** Projektstart mit 3 Thüringer Universitäten / Kultusminister Dr. Krapp

**2002** Onlineschaltung / Prof. Dagmar Schipanski

### Kooperationsverträge

**2003** FH Jena, Uni Erfurt, FH Erfurt

**2004** Musikhochschule Weimar, FH Nordhausen

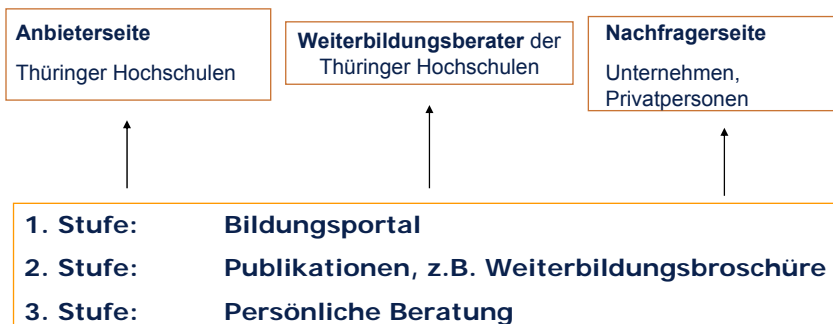
### Marketing

**2005** zum 3. Mal auf Learntec vertreten

**2004** erstmals Herausgeber der Broschüre „Weiterbildung in Thüringen 2004/2005“

**2004** effektive Zugriffe übersteigen 60.000 Marke p.a. ( $\Sigma$  Sites Februar 2004 – Januar 2005)

## Beratung auf 3 Ebenen



## Thüringer Hochschulen

### Weiterbildungsberater

- Bereitstellung Internetportal zur Beratungsunterstützung, Expertensuche
- Unterstützung bei Suche nach Kooperationspartnern
- Rollenspezifische Datenschnittstellen zur Unterstützung weiterer Publikationen, Veröffentlichungen, Erstellung von Angeboten
- Bedarfsanalysen, Trends

### Hochschullehrer

- Rückmeldungen zu Bedarfen der Kunden
- Marketing für Angebote
- Unterstützung der Anbieter durch Projektvertreter
- Recherche nach Ergänzungsangeboten
- Anschub, Unterstützung, Moderation von Verbänden, Pool Kompetenzträger

## Unternehmen und Privatpersonen

- Bereitstellung Internetportal zur Beratungsunterstützung
- Publikationen, z.B. Weiterbildungsbroschüre
- Persönliche Beratung
- Einbindung Suchfenster zu Angeboten im BPT-Portal auf Partnerseiten
- Export zu überregionalen/fachspezifischen Datenbanken



## Messen und Veranstaltungen

### Events

- 15.-18.02.      Learntec 2005, Karlsruhe, Gartenhalle, Stand 368
- 28.04.          9. Wirtschaftstag, Jena, Hotel Esplanade
- 22./23.09.      9. Workshop „Multimedia für Bildung und Wirtschaft“, TU Ilmenau

### Messepräsenz

- 14./15.01.      4. Jenaer eLearning Tagung, FSU Jena
- 20.01.          OpenLab-Night 2005, Uni Weimar
- 03.03.          13. Jenaer Gespräche, Hochschule-Wirtschaft

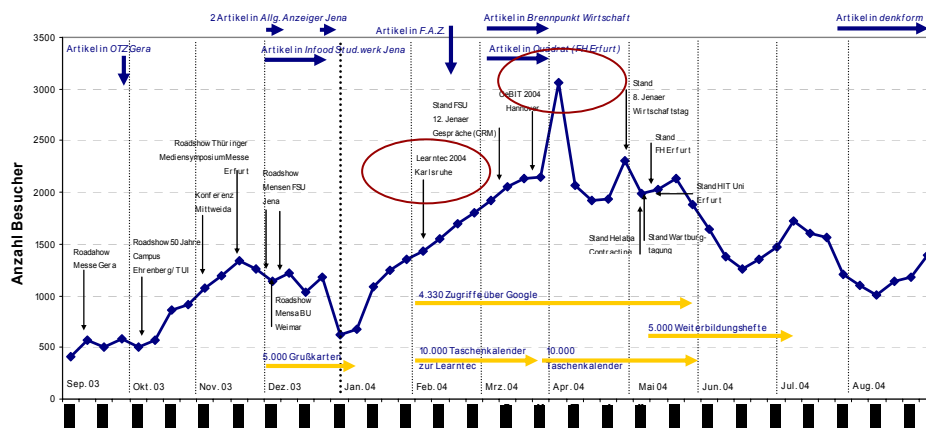
### Medienpartner

- 10.-13.04.      Wissensmanagement-Konferenz, Kaiserslautern

## Zahl der Nutzer - Ausschnitt

September 2003 – August 2004

Zugriffe auf das Bildungsportal pro Kalenderwoche



## Technologie des Portals

### Universitäten

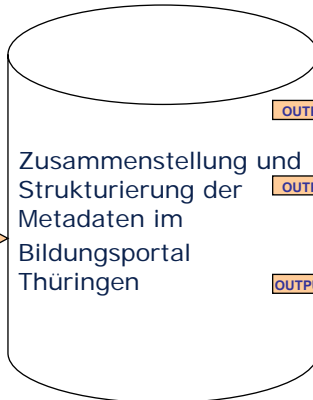
Erfurt  
Ilmenau  
Jena  
Weimar

### Hochschule für Musik FRANZ LISZT

Weiterbildungsangebote

### Fachhochschulen

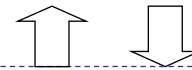
Jena  
Erfurt  
Nordhausen  
Schmalkalden



OUTPUT  
Anzeige der Angebote im Portal, unterschiedliche Suchstrategien möglich

OUTPUT  
Export der Daten für Druckvorstufe

OUTPUT  
Datenschnittstellen zu Weiterbildungsdatenbanken: iwwb.de seit Ende 2003 aktiv, weitere in Vorbereitung



Zugriff auf strukturierte Daten: **Bildungsinteressierte** (Unternehmen, Privatpersonen)  
**Weiterbildungsanbieter und -berater**

## Startseite des Portals



**Bildungsforum der Thüringer Hochschulen**

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
- Studierende und Absolventen
- Instruktionen
- Berufstätige
- private Nutzer
- Berufliche Neuorientierer
- Hochschullehrer
- Senioren

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

**Aktuelles**

**LEARNTEC 2005** 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, mehr...

**Weiterbildungsangebote**

**XML Winterkurs** zum Thema "XML und Datenbanken" in Ilmenau, nur noch wenige Plätze frei... mehr

**Kooperierende Thüringer Hochschulen**

- Übersichtsliste
- Studieninformationstage 2005
- Kinderuniversitäten 2005
- Beratungsmessen 2005

**Event**

- Learntec 2005
- 9. Wirtschaftstag in Jena
- 9. Workshop Multimedia in Bildung und Wirtschaft in Ilmenau

**Veranstaltungstipps**

- 2005
- Archiv 2004
- Ausblick 2006

**Angebote Neue Medien**

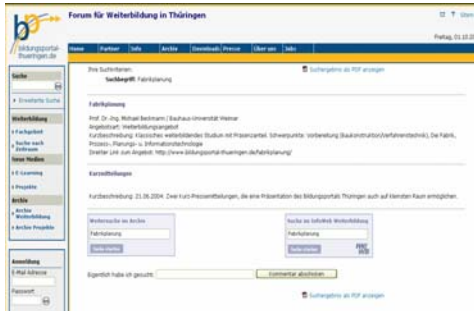
- Web Technologien
- Schaltsysteme Arbeitsblätter im Netz
- metacoon-services
- ...

**Onlinebefragung**

- Ihre Meinung ist uns wichtig!

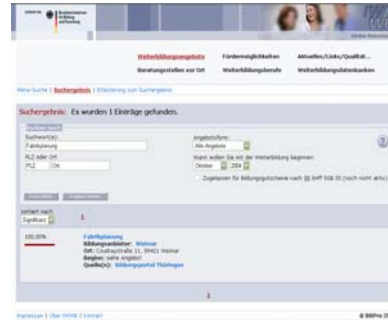
[www.bildungsportal-thueringen.de](http://www.bildungsportal-thueringen.de)

## Suchergebnis im Bildungsportal, Weitersuche bei iwwb.de



Suche im Bildungsportal nach  
„Fabrikplanung“

[www.bildungsportal-thueringen.de](http://www.bildungsportal-thueringen.de)



Automatische Weitersuche in der  
bundesdeutschen Weiterbildungs-  
datenbank [www.iwwb.de](http://www.iwwb.de) möglich

<http://www.iwwb.de/web/metasuche/suchergebnis.aspx>

## Das Netzwerk



## Vermittlung von Interessenten und Kooperationen

- Erfolgreiche Vermittlung von Weiterbildungsangeboten seit dem Portalstart am 05.06.2002
- Gemeinsames BLK-Projekt VestewiT mit den Thüringer Fachhochschulen seit Januar 2004
- Laufender BMBF- Projektantrag „E-Train: E-Learning Transfer- und Informationsnetzwerk“ mit Partnern in 5 weiteren Bundesländern
- Etc.

**mehr  
wissen**

Besuchen Sie uns auf der Messe in der Gartenhalle, Stand 368.

[www.bildungsportal-thueringen.de](http://www.bildungsportal-thueringen.de)

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](mailto:dieter.wuttke@tu-ilmenau.de)  
Karsten Schmidt, Projektmanager  
Telefon 0361 - 56 26 454, [ka.schmidt@uni-jena.de](mailto:ka.schmidt@uni-jena.de)  
Sabine Fincke, Information-Broker  
Telefon 0361 - 56 26 455, [Sabine.Fincke@uni-jena.de](mailto:Sabine.Fincke@uni-jena.de)