

Trends in der Weiterbildung

Verbandsumfrage 2014

A. Strukturdaten	2
B. Umsatzentwicklung	2
1. Umsatzerwartungen für das Jahr 2014	2
2. Umsatzanteile der einzelnen Angebotsformen	4
C. Geschäftsklima in der Weiterbildung	4
a) Geschäftslage-Indikator Weiterbildung des Wuppertaler Kreises	4
b) Seminaranmeldungen und Aufträge	6
c) Kosten der Weiterbildungsinstitute	6
d) Wettbewerb auf dem Weiterbildungsmarkt	7
e) Geschäftslage, Kosten und Wettbewerb in der Weiterbildung – Indikatoren des Wuppertaler Kreises	8
D. Trends in der Weiterbildung	9
1. Trends bei offenen und firmeninternen Seminaren	9
a) Dienstleistungsspektrum der Weiterbildungsanbieter als Partner der Wirtschaft	9
b) Berufliche Weiterbildung in eigener Verantwortung	10
c) Nutzung moderner Medien im Weiterbildungsprozess	11
2. Weiterbildungsangebote für den demografischen Wandel	12
a) Altersstruktur der Teilnehmer/innen in Weiterbildungsmaßnahmen	13
b) Auswirkungen der demografischen Entwicklung für die Weiterbildungsanbieter	14
3. Internationalisierung der Weiterbildungsangebote	15
a) Internationale Angebote der Weiterbildungseinrichtungen im Wuppertaler Kreis	15
b) Engagement nach Regionen	16
E. Veränderungen im Bereich der nach SGB geförderten Maßnahmen	19
a) Entwicklung von Umsatz, Personal, Standorten im Bereich der nach SGB geförderten Maßnahmen	19
b) Entwicklung einzelner Angebote im Bereich der nach SGB geförderten Maßnahmen	20

A. Strukturdaten

Der Wuppertaler Kreis e.V. – Bundesverband betriebliche Weiterbildung ist der Verband der führenden Weiterbildungseinrichtungen der Wirtschaft. 1,3 Millionen Teilnehmerinnen und Teilnehmer, überwiegend Fach- und Führungskräfte der Wirtschaft, haben sich im Jahr 2013 in einem der über 130.000 Seminare, Lehrgänge und Veranstaltungen der Mitgliedsinstitute des Wuppertaler Kreises für ihre berufliche Qualifikation weitergebildet.

An 910 Standorten sind mehr als 12.000 fest angestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei den Instituten tätig, darüber hinaus werden mehr als 31.000 freie Trainer/innen und Dozent/inn/en in den Seminaren und Lehrgängen eingesetzt.

Die Institute im Wuppertaler Kreis erzielten mit den Weiterbildungsdienstleistungen im Jahr 2013 gemeinsam einen Jahresumsatz von 1,24 Milliarden Euro.

Gesamtumsatz der Mitglieder des Wuppertaler Kreises	1,24 Milliarden Euro
Anzahl der bei den Instituten fest angestellten Mitarbeiter	12.000 fest angestellte Mitarbeiter/-innen
Anzahl der freien Mitarbeiter / Trainer- und Dozentenstamm	31.700 Trainer/-innen und Dozenten
Anzahl der Veranstaltungen	131.400 Seminare, Tagungen und Lehrgänge
Anzahl der Weiterbildungsteilnehmer	1,32 Millionen Teilnehmer/-innen
Anzahl der Standorte der Bildungsunternehmen	910 Standorte

Tabelle 1: Der Wuppertaler Kreis e.V. im Überblick (Stand 31.12.2013)

B. Umsatzentwicklung

1. Umsatzerwartungen für das Jahr 2014

Die Mehrheit der Weiterbildungseinrichtungen im Wuppertaler Kreis rechnet für das laufende Jahr mit einer anhaltend positiven Entwicklung mit stabilen oder leicht steigenden Umsätzen.

Besonders positiv ist die Erwartung für das Angebotssegment der firmeninternen Seminare und der kundenorientierten Dienstleistungen für Unternehmen.

Umsatzrückgänge erwartet ein Teil der Institute, die überwiegend Bildungsangebote für öffentliche Auftraggeber, vor allem Maßnahmen der Arbeitsmarktförderung, durchführen. Aber auch in diesem Sektor gibt es einzelne Institute, die über Umsatzsteigerungen im laufenden Jahr berichten.

	sinkt um			unverändert + /- 0%	steigt um			k.A. bzw. nicht im Programm
	mehr als 20%	bis zu 20%	bis zu 10%		bis zu 10%	bis zu 20%	mehr als 20%	
Gesamtumsatz	0%	0%	28%	25%	42%	3%	3%	0%
Offene Seminare und Tagungen	0%	6%	8%	44%	31%	3%	6%	3%
Firmeninterne Seminare (inhouse)	0%	0%	11%	33%	42%	6%	3%	6%
Prozessbegleitung, Coaching	3%	0%	8%	39%	17%	0%	0%	33%
Lehr- und Studiengänge	0%	0%	3%	36%	28%	3%	0%	31%
Maßnahmen für öffentliche Auftraggeber (z.B. SGB)	0%	11%	11%	36%	8%	0%	0%	33%

Tabelle 2: Umsatzerwartungen für das Jahr 2014¹

Die erwartete Entwicklung des Gesamtumsatzes der Weiterbildungseinrichtungen über alle Angebotsformen ist bei einem großen Anteil der Mitglieder des Wuppertaler Kreises weiterhin positiv.

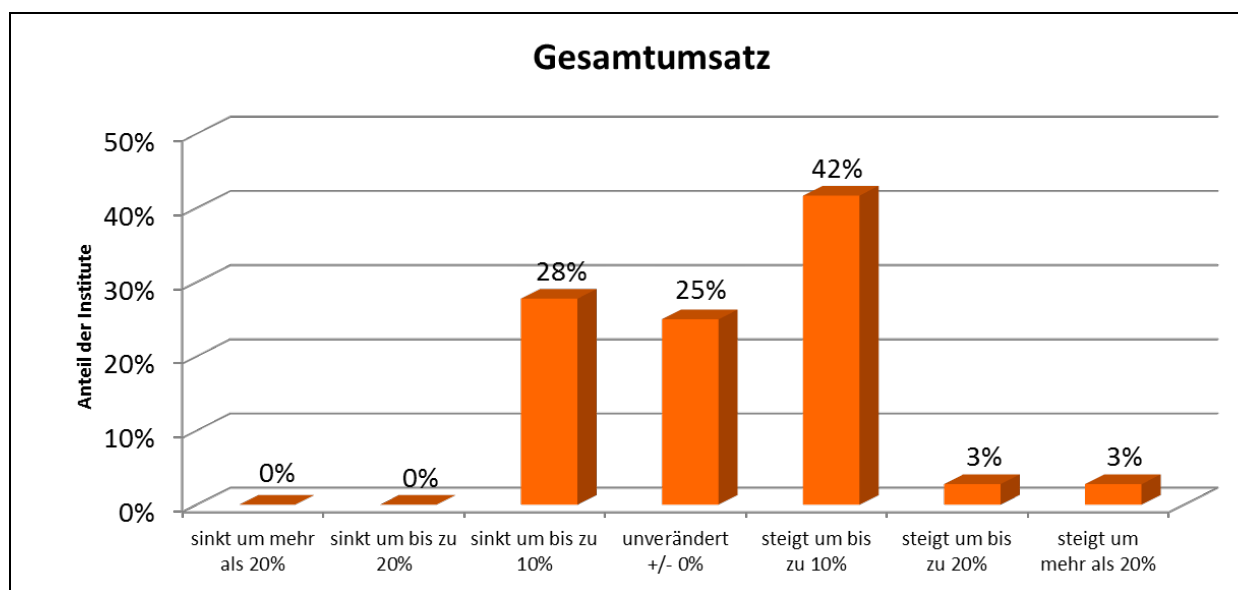


Abbildung 3: Umsatzerwartungen der Mitgliedsunternehmen des Wuppertaler Kreises für 2014

¹ Durch die ganzzahlige Rundung der Auswertungsergebnisse kann die Summe von 100% abweichen.

2. Umsatzanteile der einzelnen Angebotsformen

Die Weiterbildungseinrichtungen der Wirtschaft bieten ein breites Spektrum an Dienstleistungen der betrieblichen Weiterbildung und der Personalentwicklung für Unternehmen an. Im Mittelpunkt stehen weiterhin offene Seminare zu Fach- und Führungsthemen, die von der Wirtschaft, häufig von mittelständischen Unternehmen, nachgefragt werden.

In enger Zusammenarbeit mit den Betrieben werden darüber hinaus individuell entwickelte Bildungsdienstleistungen wie maßgeschneiderte Seminare sowie Beratung und Coaching angeboten. Diese unmittelbar an Unternehmen gerichteten Angebote machen zusammen knapp zwei Drittel des Umsatzes der Institute im Wuppertaler Kreis aus. Ein Teil der Institute ist zudem für öffentliche Auftraggeber, z.B. im Rahmen der Arbeitsmarktförderung tätig. Lehr- und Studiengänge richten sich darüber hinaus auch an einzelne Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die in eigener Verantwortung ihre berufliche Qualifikation erweitern wollen.

<i>Tätigkeitsspektrum der Mitglieder des Wuppertaler Kreises</i>	Durchschnittlicher Umsatzanteil
Offene Seminare	37,4%
Firmeninterne Seminare (inhouse)	19,9%
Prozessbegleitung, Coaching	4,3%
Lehr- und Studiengänge	14,4%
Maßnahmen für öffentliche Auftraggeber (z.B. nach SGB)	16,5%
Sonstiges (z.B. Forschung, Hotelbetrieb etc.)	7,5%

Tabelle 4: Anteil der verschiedenen Angebotsformen am Umsatz der Weiterbildungsinstitute

C. Geschäftsklima in der Weiterbildung

a) Geschäftslage-Indikator Weiterbildung des Wuppertaler Kreises

Seit 2009 ermittelt der Wuppertaler Kreis im Rahmen seiner jährlichen Verbandsumfrage den Geschäftslage-Indikator Weiterbildung. Kern dieses Indikators ist eine Abfrage bei den Weiterbildungseinrichtungen zu ihren Markterfolgen im vergangenen und laufenden Jahr sowie zu den Erwartungen für das kommende Jahr. Dabei wird neben der Entwicklung von Anmeldungen und Aufträgen auch die Entwick-

lung der Marktpreise für die angebotenen Dienstleistungen mit einbezogen.

	Verbands- umfrage 2014	Verbandsumfragen				
		2013	2012	2011	2010	2009
Geschäftslage-Indikator Weiterbildung des Wuppertaler Kreises gesamt	117	119	125	124	111	92
Marktpreise für offene Seminare	109	116	120	118	109	92
Marktpreise für firmeninterne Seminare	112	114	108	112	104	89
Anmeldungen pro Seminar	118	112	135	128	104	80
Aufträge firmeninterne Seminare	130	135	137	139	125	106

Tabelle 5: Geschäftslage-Indikator Weiterbildung des Wuppertaler Kreises

Wenn die Institute erwarten, dass sich die Geschäftslage verbessert, zeigt sich das in einem Indikator von über 100, Rückgänge zeigen sich in einem Indikator unter 100. Ergebnisse des vergangenen und des laufenden Jahres sowie die Erwartungen für das kommende Jahr fließen gemittelt in den Index ein.

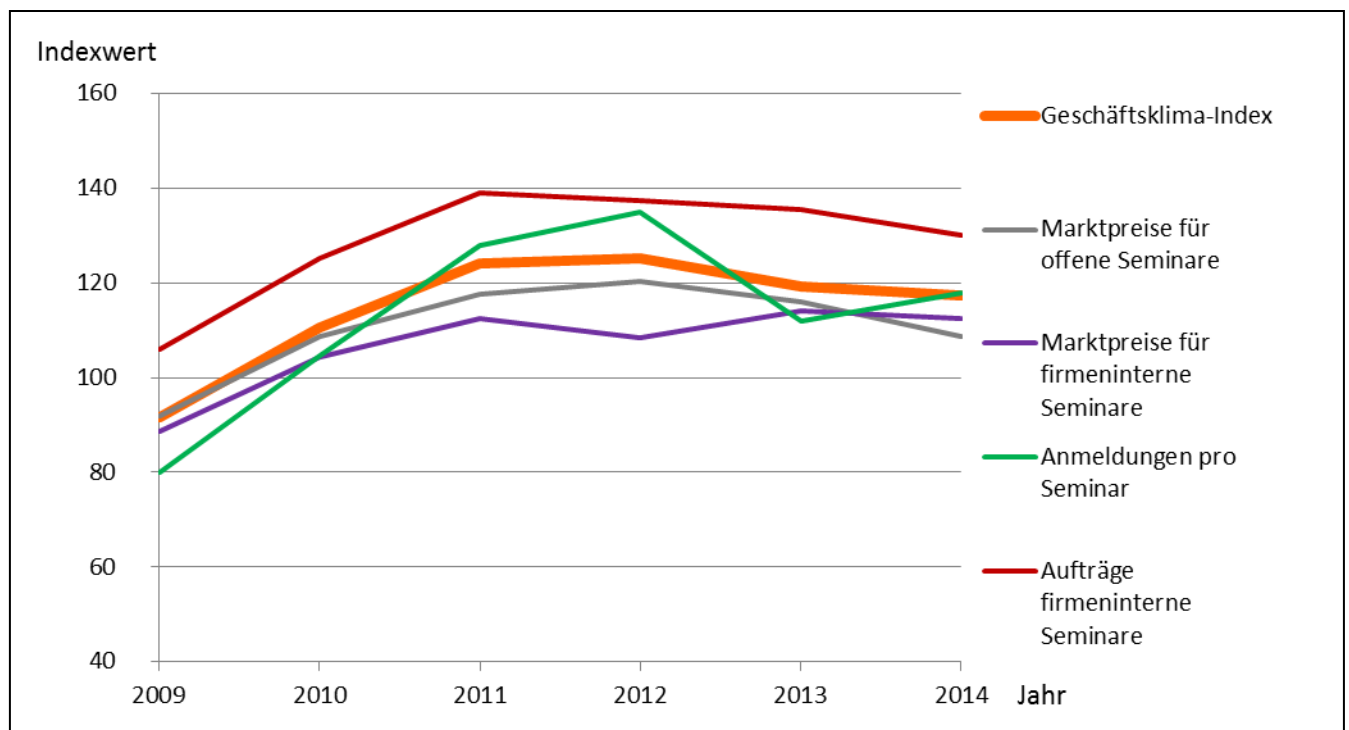


Abbildung 6: Geschäftslage-Indikator Weiterbildung des Wuppertaler Kreises 2009-2014

Die Einrichtungen im Wuppertaler Kreis schätzen die wirtschaftliche Situation der Branche bereits das fünfte Jahr in Folge ausgesprochen zufriedenstellend ein und erwarten überwiegend ein weiteres Wachstum der Nachfrage. Aufgrund der positiven wirtschaftlichen Lage vieler Unternehmen und des in einigen Bereichen bereits bestehenden Fachkräftemangels hat Weiterbildung weiterhin eine gute Konjunktur.

b) Seminaranmeldungen und Aufträge

Vor allem das Angebotssegment der firmeninternen Seminare entwickelt sich im laufenden Jahr ausgesprochen positiv. Viele der Institute haben ihr Angebot in diesem Bereich ausweiten können und rechnen auch für das kommende Jahr mit weiterem Wachstum. Ein kleinerer Teil rechnet auch damit, mit den Dienstleistungen im kommenden Jahr höhere Preise erzielen zu können.

Aber auch bei den offenen Seminaren gehen viele der Weiterbildungsunternehmen davon aus, den Erfolg zu halten und im kommenden Jahr sogar noch steigern zu können.

Wie entwickeln sich Preise und Nachfrage?	Ergebnisse 2013			Erwartungen für 2014			Erwartungen für 2015		
	eher niedrig	wie Vorjahre	eher hoch	schlechter	gleich bleibend	besser	schlechter	gleich bleibend	besser
Marktpreise für offene Seminare	11%	89%	0%	3%	81%	17%	6%	66%	29%
Marktpreise für firmeninterne Seminare	9%	77%	14%	8%	69%	22%	9%	65%	26%
Anmeldungen pro Seminar	14%	60%	26%	14%	71%	14%	0%	58%	42%
Aufträge firmeninterne Seminare	15%	59%	26%	3%	54%	43%	6%	48%	45%

Tabelle 7: Entwicklung der Marktpreise und der Anmeldungen

c) Kosten der Weiterbildungsinstitute

Den positiven Aussichten auf der Angebotsseite steht entgegen, dass die Kosten der Institute für die Erbringung der Dienstleistung Weiterbildung nach den Erwartungen der meisten Institute steigen werden. Vor allem für Werbung / Vertrieb und Kundenbindung, aber auch für den Betrieb des Weiterbildungsunternehmens mit den laufenden Personalkosten sowie für Energie- und Raumkosten bis hin zur Informa-

tionstechnologie rechnen die Bildungsunternehmen mit steigenden Kosten.

Wie entwickeln sich die Kosten?	Ergebnisse 2013			Erwartungen für 2014			Erwartungen für 2015		
	eher niedrig	wie Vorjahre	hoch	sinken	bleiben gleich	steigen	sinken	bleiben gleich	steigen
Trainer- und Dozenten honorare	0%	86%	14%	3%	56%	42%	0%	63%	37%
Hotel- und Raumkosten	0%	75%	25%	6%	61%	33%	0%	50%	50%
Kosten für Werbung / Vertrieb / Kundenbindung	3%	69%	28%	3%	44%	53%	3%	44%	53%
Kosten lfd. Betrieb (Personal, IT, Verwaltung)	0%	74%	26%	0%	50%	50%	0%	44%	56%

Tabelle 8: Entwicklung der Kosten in der Weiterbildung

d) Wettbewerb auf dem Weiterbildungsmarkt

Die positive Entwicklung auf dem Weiterbildungsmarkt lädt weitere Unternehmen ein, entsprechende Dienstleistungen anzubieten. Der Weiterbildungsmarkt ist ein offener Markt, in dem Gründer traditionell leichte Markteintrittschancen sehen und zum Teil auch verwirklichen können.

Wie entwickelt sich der Wettbewerb?	Ergebnisse 2013			Erwartungen für 2014			Erwartungen für 2015		
	wenig	wie Vorjahre	viele	weniger	gleich bleibend	mehr	weniger	gleich bleibend	mehr
Neue Mitbewerber Wirtschaft (Verbände, Institute)	9%	66%	26%	0%	71%	29%	3%	71%	26%
Neue Mitbewerber staatlich (z.B. Hochschulen)	3%	66%	31%	3%	46%	51%	0%	46%	54%
Neue Mitbewerber Unternehmen (z.B. Corporate Universities)	6%	66%	29%	11%	63%	26%	9%	54%	37%
Neue Mitbewerber Einzelfirmen (Berater, Trainer)	0%	63%	37%	11%	54%	34%	11%	51%	37%

Tabelle 9: Entwicklung des Wettbewerbs in der Weiterbildungsbranche

Daneben werden vor allem die zunehmende Anzahl von Weiterbildungsangeboten aus staatlich finanzierten Hochschulen für Unternehmen von den Instituten oft mit Sorge gesehen, da sie unter zum Teil einfacheren wirtschaftlichen Bedingungen als Mitbewerber am

Markt antreten und mit ihren Angeboten zum Teil wettbewerbsverzerrend wirken können.

e) Geschäftslage, Kosten und Wettbewerb in der Weiterbildung – Indikatoren des Wuppertaler Kreises

Vergleichbar zum Geschäftslage-Indikator des Wuppertaler Kreises sind die Indikatoren für die Kosten- und Wettbewerbssituation in der Weiterbildung durch Gewichtung der Entwicklung jeweils des Vorjahres, des laufenden Jahres und der Erwartungen für das kommende Jahr gebildet. Der Vergleich der drei Indizes und ihrer Entwicklung seit ihrer erstmaligen Erhebung 2009 zeigt, dass die ausgesprochen positiven Erwartungen für die Einnahmenseite durch gleichzeitig eher negativ wirkende hohe Erwartungen für die Kosten- und Wettbewerbssituation in der Weiterbildung ergänzt werden müssen.

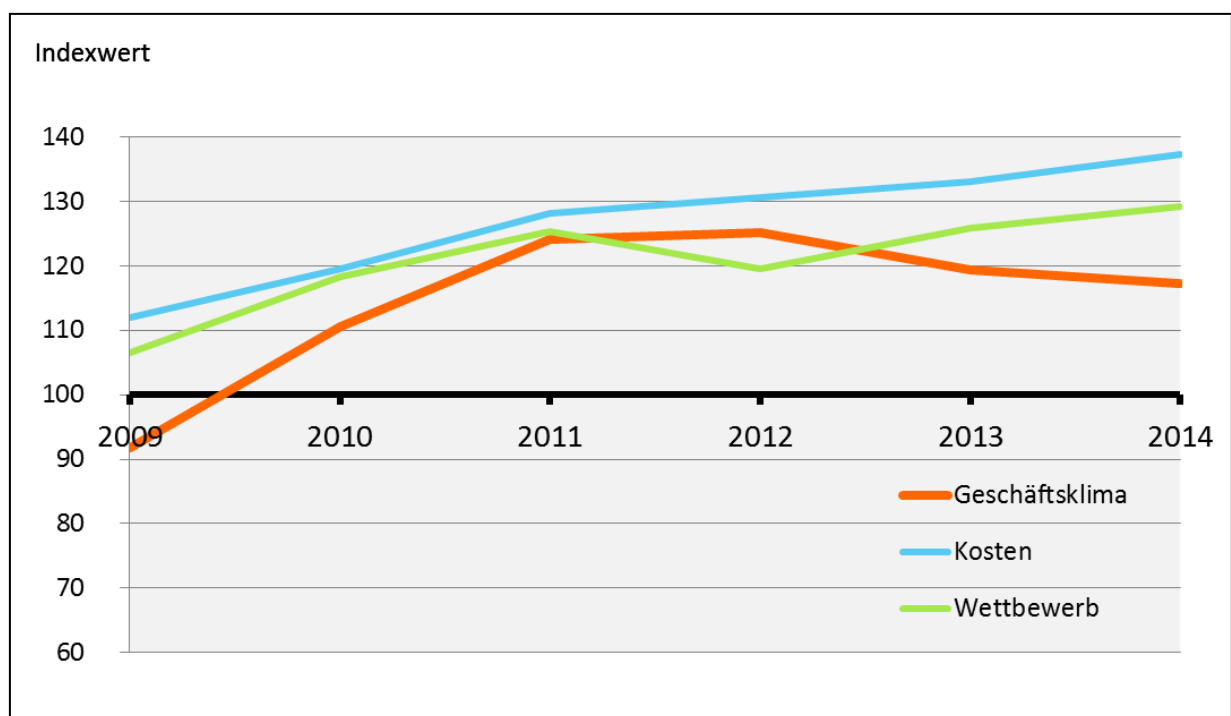


Abbildung 10: Geschäftsklima, Kosten, Wettbewerb – Indikatoren des Wuppertaler Kreises

D. Trends in der Weiterbildung

1. Trends bei offenen und firmeninternen Seminaren

a) Dienstleistungsspektrum der Weiterbildungsanbieter als Partner der Wirtschaft

Weiterbildung und Qualifizierung sind Teil der Personalentwicklungsprozesse der Unternehmen. Die Bildungsdienstleister richten ihr Angebot deshalb so aus, dass sie unmittelbar in diese Prozesse integriert werden können.

<i>Dienstleistungsspektrum der Weiterbildungseinrichtungen</i>	Zukünftige Bedeutung dieser Dienstleistung (5 Jahre)				Bieten Sie diese Dienstleistung an?		
	unwichtig	offen	wichtig	k.A.	ja	nein	k.A.
Beratung von Unternehmen zur Gestaltung von PE-Prozessen	0%	19%	78%	3%	75%	19%	6%
Angebote zu individueller Entwicklungsplanung und Förderung für Fach- und Führungskräfte	0%	22%	75%	3%	81%	14%	6%
Dienstleistungen zur Unterstützung der Personalgewinnung (Assessment-Center, Auswahlverfahren)	3%	42%	50%	6%	47%	47%	6%
Dienstleistungen zur Unterstützung der Personalfreisetzung (Outplacement-Beratung, Transfergesellschaften)	14%	53%	28%	6%	31%	67%	3%
Firmeninterne maßgeschneiderte Trainings zu firmenbezogenen fachspezifischen Themen	0%	6%	89%	6%	86%	8%	6%
Firmeninterne Trainings für Führungs- und Führungsnachwuchskräfte	0%	6%	89%	6%	86%	8%	6%
Coaching-Pool bzw. Vermittlung von Coaches	8%	47%	39%	6%	50%	44%	6%
Bereitstellen, Einrichten und Betreiben von firmeninternen Lernplattformen (Internet)	3%	44%	47%	6%	39%	56%	6%

Tabelle 11: Dienstleistungen für die Personalentwicklungsprozesse der Unternehmen

Dazu wird das Angebot der Weiterbildungseinrichtungen ständig weiterentwickelt und an den Bedarf der Unternehmen angepasst. Zu den Produkten gehören neben der Bedarfsermittlung und Konzeption der Angebote auch die Transfersicherung sowie die Beratung und Unterstützung der Betriebe sowie der Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Weiterbildung entwickelt sich so zu einer umfassenden Dienstleistung bis hin zur Übernahme ganzer Teilprozesse der Personalentwicklung

durch die Bildungsdienstleister. Beispiele hierfür sind neben der Beratung von Unternehmen auch die Bereitstellung von Online-Lernplattformen durch die Weiterbildungsanbieter und die Unterstützung bei der Personalgewinnung, die von den Instituten angeboten werden. Die Weiterbildungseinrichtungen rechnen damit, dass die Dienstleistungsorientierung und die passgenaue Integration der Weiterbildungsangebote in unternehmerische Entwicklungsprozesse in Zukunft eine noch stärkere Bedeutung haben wird.

b) Berufliche Weiterbildung in eigener Verantwortung

Neben dem Angebot für Unternehmen als Kunden entwickelt sich auch die individuelle Nachfrage durch Weiterbildungsteilnehmer ständig weiter.

Wie bewerten die Institute die folgenden Thesen zu individuell motivierter beruflicher Weiterbildung (Selbstzahler)?	stimme zu	stimme etwas zu	neutral	stimme eher nicht zu	stimme nicht zu
Der Anteil der selbstzahlenden Teilnehmer/innen in den offenen Seminaren ist in den letzten Jahren angestiegen.	11%	17%	25%	25%	22%
Um Individualteilnehmer zu gewinnen, ist es erforderlich, Maßnahmen abends oder am Wochenende anzubieten.	44%	19%	25%	11%	0%
Offene Seminare sind generell für Teilnehmer aus Unternehmen in gleicher Weise geeignet wie für Individualteilnehmer.	44%	19%	25%	3%	8%
Das Marktsegment der beruflichen Weiterbildung für selbstzahlende Teilnehmer/innen wird in den nächsten Jahren weiter wachsen.	25%	36%	33%	6%	0%
Die Weiterbildungsnachfrage von Einzelpersonen richtet sich vor allem auf abschlussbezogene berufsqualifizierende Weiterbildungsmaßnahmen.	47%	28%	17%	8%	0%
Eine Preisdifferenzierung für Teilnehmer aus Unternehmen und Individualteilnehmer ist nicht erforderlich.	28%	11%	22%	22%	17%

Tabelle 12: Berufliche Weiterbildung in eigener Verantwortung

Durch die Veränderungen am Arbeitsmarkt, Patchwork-Karrieren und die Verlängerung der Lebensarbeitszeit trägt jeder selbst Verantwortung für seinen beruflichen Weg. In Phasen der beruflichen Veränderung, der Orientierung und zum Erhalt der Beschäftigungsfähigkeit investieren Beschäftigte zunehmend selbst in ihre berufliche Entwicklung und nehmen Weiterbildungsangebote der beruflichen Bildung wahr. Vor allem solche Weiterbildungsmaßnahmen, mit denen ein berufsbezogener Abschluss erworben werden kann, werden oft privat nachgefragt. Die Weiterbildungseinrichtungen rechnen damit, dass dieser Trend in den nächsten Jahren noch zunehmen wird.

c) Nutzung moderner Medien im Weiterbildungsprozess

Informationstechnologien sind auch aus der Weiterbildung nicht mehr wegzudenken. In allen Prozessphasen der Dienstleistung werden moderne Medien in den Weiterbildungseinrichtungen eingesetzt. Besonders weit verbreitet ist der Einsatz von IT auch bei Marketing und Vertrieb sowie in der Evaluationsphase. Mehr als die Hälfte der Einrichtungen setzt die Informationstechnologie als E-Learning-Angebote oder in der Form von Online-Prüfungen auch in der Phase des Lernprozesses ein. Die Institute gehen davon aus, dass Online- und Tele-Lernen zukünftig verstärkt in allen Weiterbildungsformaten zum Einsatz kommen. Besonders hohes Potenzial für die Nutzung von IT-Technologien sehen die Weiterbildungseinrichtungen in der Nachbetreuung und Bindung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer.

<i>Phasen im Weiterbildungsprozess</i>	Setzen Sie moderne Medien im Weiterbildungsprozess ein?				Wie schätzen Sie die Bedeutung in der Zukunft ein?			
	bisher nicht	teilweise	regelmäßig	k.A.	gering	mittel	hoch	k.A.
Bedarfsermittlung und Konzeption								
Online-Assessment für Teilnehmer	67%	28%	3%	3%	31%	47%	17%	6%
Diagnoseinstrumente für Teams/Gruppen	56%	25%	14%	6%	19%	56%	17%	8%

Phasen im Weiterbildungsprozess	Setzen Sie moderne Medien im Weiterbildungsprozess ein?				Wie schätzen Sie die Bedeutung in der Zukunft ein?			
	bisher nicht	teilweise	regelmäßig	k.A.	gering	mittel	hoch	k.A.
Marketing und Vertrieb von Weiterbildungsdienstleistungen								
Vertrieb von Weiterbildungsangeboten über Seminarportale	8%	31%	58%	3%	11%	47%	39%	3%
Vermarktung/Vertrieb von Weiterbildungsangeboten über soziale Medien (youtube, facebook, twitter)	22%	58%	19%	0%	14%	42%	42%	3%
Durchführung Bildungsmaßnahme								
Online- und Tele-Lernen	44%	39%	17%	0%	11%	50%	33%	6%
Videoproduktionen als Informations- und Lernmedium	58%	22%	19%	0%	28%	33%	33%	6%
Lernplattformen im Internet	39%	36%	25%	0%	3%	53%	39%	6%
Online-Prüfungen und Zertifizierungen	47%	39%	14%	0%	22%	50%	22%	6%
Nachbereitung und Kunden- bzw. Teilnehmerbetreuung								
Evaluation von Weiterbildungsmaßnahmen	22%	19%	58%	0%	6%	28%	61%	6%
Nachbetreuung der Teilnehmer und Transfersicherung über Portale bzw. E-Mail	6%	69%	25%	0%	3%	36%	56%	6%
Vernetzung der Teilnehmer nach der Weiterbildungsmaßnahme	17%	64%	19%	0%	14%	42%	39%	6%

Tabelle 13: Einsatz moderner Medien im Weiterbildungsprozess

2. Weiterbildungsangebote für den demografischen Wandel

Mit dem demografischen Wandel und der Verlängerung der Lebensarbeitszeit verändert sich auch die Altersstruktur in den Unternehmen. Personalentwicklung und Weiterbildung müssen sich auf diese Veränderung einstellen und passende Weiterbildungsangebote bereitstellen, um die Leistungs- und Innovationsfähigkeit der Unternehmen auch mit einer veränderten Altersstruktur im Unternehmen weiter zu erhalten. Qualifizierung und Weiterbildung sind damit der Schlüs-

selfaktor der Fachkräftesicherung. Die Mitgliedsinstitute des Wuppertaler Kreises leisten einen Beitrag zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit der Unternehmen.

a) Altersstruktur der Teilnehmer/innen in Weiterbildungsmaßnahmen

Die Forderung nach „lebenslangem Lernen“ spiegelt sich in der Teilnehmerstruktur der Weiterbildungsmaßnahmen wider. Auch wenn die Mehrzahl der Teilnehmer in den Kursen und Seminaren der Mitglieder des Wuppertaler Kreises heute noch jünger ist als 50 Jahre, stellen ältere Fach- und Führungskräfte in manchen Angebotsformen einen deutlichen Anteil der Teilnehmerinnen und Teilnehmer.

<i>Altersverteilung der Teilnehmer und Teilnehmerinnen (geschätzt)</i>	unter 30 Jahre	30 bis 50 Jahre	über 50 Jahre
Offene Seminare	20%	61%	19%
Abschlussorientierte Lehrgänge	46%	47%	7%
Firmeninterne Seminare	22%	58%	20%
Coaching-Angebote	10%	67%	23%
E-Learning-Angebote	42%	46%	13%
Fachtagungen und Kongresse	14%	57%	29%
Studiengänge (Bachelor oder Master)	59%	36%	5%

Tabelle 14: Altersstruktur der Teilnehmerinnen und Teilnehmer in den Weiterbildungsangeboten

Weiterbildungsteilnehmer über 50 Jahre nehmen besonders häufig an Fachtagungen und Kongressen teil. Auch bei Coaching-Angeboten und in Seminaren beträgt der Anteil der Teilnehmer über 50 Jahren mehr als 20%. Hingegen sind die „älteren“ bei E-Learning-Angeboten und bei abschlussorientierten Lehrgängen eher unterrepräsentiert.

Gegenüber einer vergleichbaren Fragestellung in der Verbandsumfrage des Wuppertaler Kreises aus dem Jahr 2011 ist der Anteil allerdings bereits erkennbar gestiegen.

Wenn man jedoch in Betracht zieht, dass ein 50-jähriger heute noch 17 Jahre beruflich tätig sein wird, scheint es erforderlich, die Weiterbildungsteilnahme dieser Altersgruppe weiter zu steigern, um die Innovationsfähigkeit der Unternehmen und die Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bis zum Rentenalter zu erhalten.

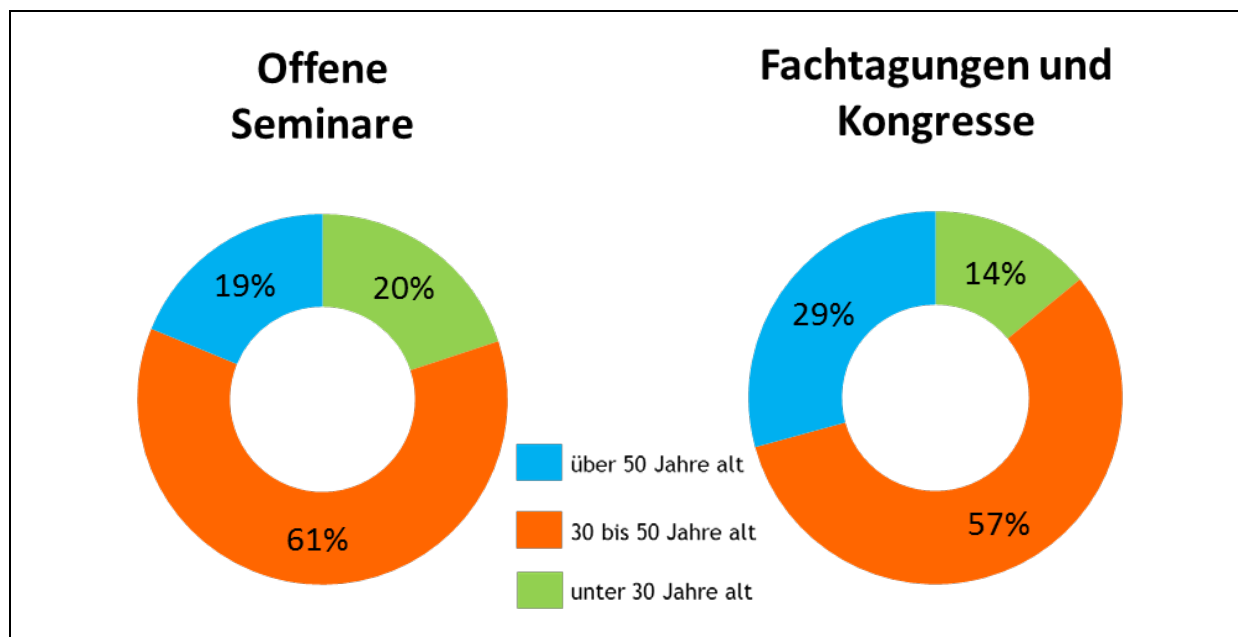


Abbildung 15: Altersstruktur der Teilnehmer bei offenen Seminaren bzw. in Fachtagungen und Kongressen

b) Auswirkungen der demografischen Entwicklung für die Weiterbildungsanbieter

Bedeutung der folgenden Maßnahmen für die Anpassung an die demografischen Veränderungen	völlig unwichtig	nicht sehr wichtig	egal	wichtig	unerlässlich	k.A.
Differenzierung der Lernformen für jüngere und ältere Teilnehmer	11%	31%	14%	44%	0%	0%
Getrennte Maßnahmen für ältere und jüngere Teilnehmer	11%	58%	14%	17%	0%	0%
Anpassung der Lerninhalte an den Lernbedarf von älteren Teilnehmern	3%	28%	17%	50%	3%	0%
Anpassungen in Werbung und Marketing für eine veränderte Altersstruktur der Teilnehmer	3%	11%	19%	64%	3%	0%
Geförderte Maßnahmen für ältere Arbeitslose bzw. von Arbeitslosigkeit bedrohte Beschäftigte	11%	14%	11%	42%	8%	14%
Seminare zum Thema „Führung und Einsatz älterer Mitarbeiter“	3%	17%	22%	50%	6%	3%
Integration des Themas Demografie in bestehende Angebote im Bereich Führung und Personalarbeit	0%	8%	14%	44%	31%	3%
Anpassung von Lernformen an die Lernerfahrungen jüngerer Beschäftigter	0%	14%	14%	69%	3%	0%

Tabelle 16: Maßnahmen in der Weiterbildung zur Anpassung an den demografischen Wandel

Es ist unverkennbar, dass die demografische Entwicklung neue Anforderungen an die Weiterbildung stellt. Die Weiterbildungsinhalte müssen nach Ansicht der Mehrheit der Institute an den Lernbedarf älterer Mitarbeiter angepasst werden. Getrennte Maßnahmen für jüngere und ältere Zielgruppen werden hingegen überwiegend abgelehnt.

Die Weiterbildungseinrichtungen im Wuppertaler Kreis sehen Anpassungsbedarf auch in der Werbung und im Marketing, um ältere Mitarbeiter mehr als früher für Weiterbildungsmaßnahmen zu gewinnen.

Für besonders wichtig halten die Institute die Sensibilisierung der Führungskräfte für die Führung älterer Mitarbeiter und die Integration des Themas Demografie in bestehende Angebote im Bereich Führung und Personalarbeit. Ein weiterer wichtiger Punkt ist, die Weiterbildungsangebote an die Lernerfahrungen jüngerer Beschäftigter anzupassen und z.B. online-gestützte Lernangebote einzusetzen.

3. Internationalisierung der Weiterbildungsangebote

Die Unternehmen in Deutschland sind in hohem Maß international tätig, als Exportweltmeister ist die deutsche Wirtschaft ausgesprochen stark international vernetzt. Diese Vernetzung stellt hohe Anforderungen an die Personalentwicklung. Die Weiterbildungseinrichtungen sind gefragt, passende Weiterbildungsangebote für international tätige Unternehmen anzubieten. Sie sind deshalb zunehmend auch selbst international tätig und bieten ihre Dienstleistungen auf einem internationalen Markt an.

a) Internationale Angebote der Weiterbildungseinrichtungen im Wuppertaler Kreis

Mehr als ein Drittel der Mitglieder ist im Ausland für deutsche Unternehmen tätig. Fast in gleichem Umfang sind die Weiterbildungseinrichtungen auch für internationale Unternehmen im Ausland mit ihren Weiterbildungsangeboten aktiv. Sie rechnen in der Mehrzahl damit, dass sich diese Aktivitäten im Ausland für Unternehmen weiterhin positiv entwickeln werden. Viele der Institute, die firmeninterne Seminare im Ausland für internationale und deutsche Unternehmen anbieten, gehen davon aus, in Zukunft dort stärker auch auf dem lokalen Markt für Unternehmen aus dem jeweiligen Land tätig sein zu können.

Für wen werden Maßnahmen im Ausland durchgeführt?	Bieten Sie in diesem Bereich bzw. für diese Auftraggeber Weiterbildungsmaßnahmen an?				Erwartete Entwicklung in den nächsten 5 Jahren			
	bisher nicht	ja, in der Vergangenheit	ja, aktuell	k.A.	geht zurück	bleibt gleich	steigt an	k.A.
Deutsche Unternehmen mit Niederlassungen im Durchführungsland	44%	8%	36%	11%	6%	36%	39%	19%
Internationale Unternehmen mit Niederlassungen im Durchführungsland	44%	11%	33%	11%	3%	39%	36%	22%
Einheimische Unternehmen aus dem Durchführungsland	56%	11%	22%	11%	3%	44%	28%	25%
Angebote als Partner von Weiterbildungseinrichtungen im Ausland	67%	8%	14%	11%	3%	50%	19%	28%
Angebote für Universitäten und Hochschulen im Ausland	81%	6%	3%	11%	3%	56%	11%	31%
Eigenes offenes Seminarangebot im Ausland	67%	6%	17%	11%	3%	42%	31%	25%
Projekte und Maßnahmen für Förderorganisationen (z.B. Entwicklungszusammenarbeit, EU)	56%	11%	19%	14%	6%	53%	19%	22%

Tabelle 17: Auftraggeber für Weiterbildungsmaßnahmen im Ausland

b) Engagement nach Regionen

Im regionalen Vergleich ist es vor allem der europäische Raum, in dem Mitgliedseinrichtungen des Wuppertaler Kreises aktiv sind. Besonders in Osteuropa werden die Marktchancen für deutsche Weiterbildungsdienstleistungen als besonders hoch eingeschätzt.

Mehr als ein Drittel der Institute planen in den nächsten drei Jahren ein Engagement im deutschsprachigen Ausland, jeweils ein Viertel in West- und Osteuropa, sowie – mit etwas geringerem Anteil – auch in Südeuropa. Im Vergleich dazu sehen die Einrichtungen auf den Märkten der Industrienationen in USA und Australien, aber auch in Japan kaum Potenzial für deutsche Weiterbildungsangebote.

Für die Zukunft ist China weiterhin ein Wachstumsmarkt, der Chancen für deutsche Weiterbildungsunternehmen bietet. Mehr als ein Drittel der Institute überlegt bzw. plant konkret für die nächsten drei Jahre ein Engagement in China.

<i>Regionen, in denen Weiterbildungsdienstleistungen aus Deutschland angeboten werden</i>	Marktchancen für Weiterbildungsangebote aus Deutschland?				Planen Sie in den nächsten 3 Jahren ein Engagement?			
	gering	mittel	hoch	k.A.	nein	evtl.	ja	k.A.
Deutschsprachiges Ausland	19%	39%	22%	19%	28%	14%	36%	22%
Westeuropa	25%	42%	11%	22%	31%	22%	25%	22%
Mitteleuropa	31%	39%	6%	25%	36%	22%	17%	25%
Nordeuropa	42%	28%	3%	28%	58%	8%	8%	25%
Osteuropa	25%	19%	33%	22%	33%	19%	25%	22%
Südeuropa	36%	22%	19%	22%	39%	19%	19%	22%
Naher Osten	39%	11%	19%	31%	56%	8%	8%	28%
Nordafrika	44%	8%	17%	31%	53%	14%	6%	28%
Afrikanische Staaten	47%	14%	8%	31%	58%	3%	11%	28%
Nordamerika (USA / Kanada)	47%	19%	0%	33%	50%	17%	3%	31%
Mittel- und Südamerika	33%	25%	11%	31%	50%	11%	8%	31%
Indien	31%	19%	17%	33%	50%	14%	6%	31%
China	25%	28%	17%	31%	36%	17%	19%	28%
Südostasien	39%	22%	8%	31%	50%	11%	8%	31%
Australien / Neuseeland	56%	11%	0%	33%	64%	6%	0%	31%
Japan / Korea	58%	8%	3%	31%	61%	6%	3%	31%

Tabelle 18: Regionen der Welt, in denen die Weiterbildungseinrichtungen aktiv sind

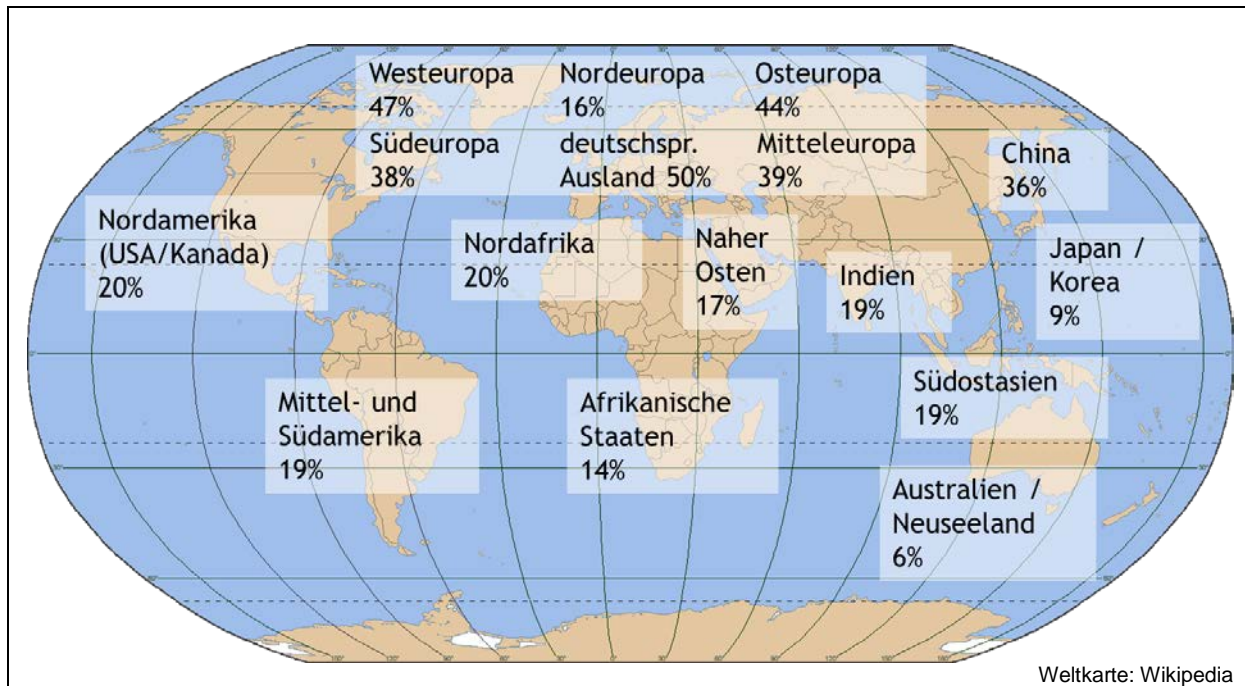


Abbildung 19: Wo ist internationales Engagement in den nächsten 3 Jahren geplant?

E. Veränderungen im Bereich der nach SGB geförderten Maßnahmen

Ein eigener Schwerpunkt der Verbandsumfrage des Wuppertaler Kreises richtet sich an die Institute, die im Bereich der arbeitsmarktpolitisch geförderten Maßnahmen nach SGB tätig sind. Mehr als die Hälfte der Mitgliedseinrichtungen des Wuppertaler Kreises führen in unterschiedlichem Umfang neben ihrem Angebot für Unternehmen auch solche Maßnahmen für öffentliche Auftraggeber durch.

a) Entwicklung von Umsatz, Personal, Standorten im Bereich der nach SGB geförderten Maßnahmen

Das Geschäftsfeld der arbeitsmarktpolitisch geförderten Maßnahmen hat sich bei den Weiterbildungseinrichtungen, die in diesem Bereich tätig sind, im laufenden Jahr wieder uneinheitlich entwickelt. Während ein Teil der Institute Umsatzsteigerungen erzielen konnte, berichten mehrere Institute über Personalabbau und den Abbau von Standorten, an denen diese Maßnahmen angeboten werden.

<i>Entwicklung des Umsatzes</i>	Umsatzrückgang	gleich bleibender Umsatz	Umsatzwachstum	nicht im SGB-Bereich tätig bzw. k.A.
Anteil der Institute	19,4%	25,0%	16,7%	38,9%

<i>Engesetztes hauptamtliches Personal</i>	Personalabbau	gleich bleibender Personalstand	Personalzuwachs	nicht im SGB-Bereich tätig bzw. k.A.
Anteil der Institute	22,2%	27,8%	11,1%	38,9%

<i>Standorte für nach SGB geförderte Maßnahmen</i>	Abbau von Standorten	gleich bleibende Anzahl von Standorten	Aufbau von Standorten	nicht im SGB-Bereich tätig bzw. k.A.
Anteil der Institute	13,9%	38,9%	8,3%	38,9%

Tabelle 20: Für 2014 erwartete Entwicklung von Umsatz, Personal und Standorten im SGB-Bereich

b) Entwicklung einzelner Angebote im Bereich der nach SGB geförderten Maßnahmen

Ein differenziertes Bild ergibt sich bei der Umsatzentwicklung und den Erwartungen zu den einzelnen Maßnahmen der Arbeitsmarktförderung. Z.B. berichten die Institute bei den Angeboten zur verbesserten Teilhabe behinderter Menschen am Arbeitsplatz zu einem großen Anteil über Umsatzzuwächse, die sich nach ihren Erwartungen auch im kommenden Jahr noch fortsetzen werden.

Für das Feld der Beruflichen Weiterbildung, in dem die meisten der Institute tätig sind, erwartet nur ein sehr kleiner Anteil der Institute steigende Umsätze. Der Anteil derjenigen, die aufgrund der relativ guten Arbeitsmarktsituation von weiteren Rückgängen bei diesen Maßnahmen ausgehen, ist im Vergleich deutlich höher.

Welche der folgenden Maßnahmen der Arbeitsmarktförderung (Bedarfslagen nach SGB III) haben Sie durchgeführt?	2013 durchgeführt	Entwicklung 2013 im Vergleich zu 2012			Erwartungen für 2014		
	ja	gestiegen	gleich geblieben	gesunken	steigt	bleibt gleich	sinkt
Beratung und Vermittlung	33%	6%	19%	8%	8%	11%	14%
Aktivierung und berufliche Eingliederung	33%	8%	14%	11%	8%	14%	11%
Berufswahl und Berufsausbildung	33%	8%	19%	6%	8%	17%	8%
Berufliche Weiterbildung	56%	8%	31%	17%	3%	39%	14%
Aufnahme einer Erwerbstätigkeit	19%	0%	14%	6%	3%	8%	8%
Verbleib in Beschäftigung	22%	3%	14%	6%	6%	8%	8%
Teilnahme behinderter Menschen am Arbeitsleben	25%	11%	11%	3%	11%	11%	3%

Tabelle 21: Entwicklung einzelner Angebotsformen im Bereich der nach SGB geförderten Maßnahmen