

Weiterbildungstransparenz und Weiterbildungsberatung

Empirische Ergebnisse und Schlussfolgerungen aus
Nachfragersicht

► Angesichts einer verstärkten Nachfrageorientierung in der Weiterbildung gewinnen die Themen „Weiterbildungstransparenz“ und „Weiterbildungsberatung“ an Bedeutung. Vor diesem Hintergrund behandelt der Beitrag Einschätzungen und Sichtweisen der (potenziell) Weiterbildungsnachfragenden, die sich insbesondere auf empirische Ergebnisse des Adult Education Survey (AES) 2010 stützen. Dabei stehen die Weiterbildungstransparenz, das Informationsverhalten sowie die Wahrnehmung und Beurteilung von Beratungsangeboten im Mittelpunkt der Betrachtung. Abschließend werden sechs Ansatzpunkte zur Verbesserung der Weiterbildungstransparenz benannt: Vernetzung von Weiterbildungsdatenbanken, Weiterbildungstests, Ausbau trägerübergreifender Weiterbildungsberatung, Professionalisierung der Weiterbildungsberatung, Nutzung von Web 2.0-Anwendungen sowie eine optimierte Kombination von Informations- und Beratungsangeboten.

Transparenzprobleme auf dem deutschen Weiterbildungsmarkt

In den letzten Jahren hat in Deutschland die Leitlinie einer stärkeren Nachfrageorientierung in der Weiterbildung an Bedeutung gewonnen. Dies verdeutlichen u. a. Bundes- und Länderprogramme, die auf eine Förderung der Weiterbildungsteilnahme durch Zuschüsse zu den individuellen Weiterbildungskosten abzielen (vgl. GÖRLITZ/TAMM sowie HABERZETH/KULMUS/STANIK in diesem Heft). In diesem Kontext werden die Themen „Weiterbildungstransparenz“ und „Weiterbildungsberatung“ immer wichtiger.

Weiterbildung gilt vor allem infolge der Heterogenität dieses Sektors als ein vergleichsweise intransparenter Bildungsbereich (vgl. NUISSL 2011, S. 9). Quantitative empirische Ergebnisse hierzu sind jedoch eher selten. Eine der wenigen Quellen mit bevölkerungsbezogenen Einschätzungen zur Weiterbildungstransparenz ist der Adult Education Survey (AES).

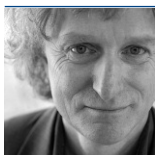
Adult Education Survey (AES)

Der AES wird seit 2007 als Nachfolgeprojekt des Berichtssystems Weiterbildung im Auftrag des BMBF von TNS Infratest Sozialforschung (Federführung) im Projektverbund mit dem DIE, dem ies Hannover und Helmut Kuwan – Sozialwissenschaftliche Forschung und Beratung München durchgeführt. Im AES 2010 wurden bundesweit 7.035 in Deutschland lebende 18- bis 64-Jährige mündlich befragt (vgl. ausführlich von ROSENBLADT/BILGER 2011).

Die Informationen zur Weiterbildungstransparenz im AES 2010 beziehen sich vor allem auf zwei Fragen (vgl. näher KUWAN/SEIDEL 2011, S. 173 ff.):

- Haben die Befragten einen guten Überblick über ihre Weiterbildungsmöglichkeiten?
- Wünschen sie sich mehr Information und Beratung über Weiterbildung?

Die AES-Ergebnisse sind ambivalent. Zwar glaubt eine Mehrheit der Befragten (58 %), einen guten Überblick über die infrage kommenden Weiterbildungsmöglichkeiten zu haben, doch immerhin 38 Prozent sind der gegenteiligen Ansicht (4 % fehlende Angaben). Verglichen mit 2003 ist



HELMUT KUWAN

Leiter von Helmut Kuwan – Sozialwissenschaftliche Forschung und Beratung München

der Anteil der Personen mit einem gutem Überblick erkennbar angestiegen (+8 Prozentpunkte). Dabei dürften auch die zunehmenden Informationsangebote zu Weiterbildung im Internet eine wichtige Rolle spielen (s. u.).

Diese Einschätzungen lassen noch keine unmittelbaren Rückschlüsse auf den Informations- und Beratungsbedarf zur Weiterbildung zu. Dies zeigt bereits ein Blick auf die Antwortverteilungen der beiden Fragen. Bundesweit wünschen sich 28 Prozent der Befragten mehr Information und Beratung über ihre Weiterbildungsmöglichkeiten; wie dargestellt, liegt jedoch der Anteilswert der Personen, die keinen guten Überblick haben, um zehn Prozentpunkte höher.

Weiterführende Analysen sind möglich, wenn man die beiden Kennziffern „Überblick über Weiterbildung“ und „Informationsbedarf“ kombiniert. Dadurch lassen sich vier „Informationsnachfragetypen“ bilden (vgl. Abb. 1).

Die größte Gruppe bilden Befragte, die einen guten Überblick über Weiterbildung haben und nicht mehr Informationen wünschen. Fast jeder zweite (45 %) gehört zu diesen Personen, die mit ihrem Informationsstand über Weiterbildung zufrieden sind (im Folgenden kurz „Zufriedene“. Die zweitgrößte Gruppe (22 %) bilden mit einigem Abstand diejenigen, die keinen guten Überblick über Weiterbildung haben und trotzdem nicht mehr Informationen wünschen. Diese Personen stehen Weiterbildung offenbar sehr distanziert gegenüber (im Folgenden kurz „Distanzierte“). 15 Prozent gehören zur Gruppe der „Interessierten“, die keinen guten Überblick haben und sich mehr Informationen wünschen, und etwa jeder achte (13 %) zur Gruppe der „Weiterbildungsnahen“, die glauben, einen guten Überblick über Weiterbildung zu haben und trotzdem mehr Informationen wünschen, also insofern eine besondere Nähe zu Weiterbildung erkennen lassen (Rest: 5 % fehlende Angaben).

Gruppenspezifische Unterschiede lassen sich exemplarisch durch einen Vergleich der häufigsten Typen bei bestimmten Teilgruppen illustrieren:

- Bei Befragten mit hohem Schulabschluss stehen die Zufriedenen an erster Stelle (57 %), bei Personen mit niedrigem Schulabschluss dagegen die Distanzierten (34 %).
- Während bei Arbeitslosen die Interessierten eine relative Mehrheit (35 %) bilden, dominiert bei Erwerbstätigen der Typ der Zufriedenen (50 %).
- Bei Teilnehmenden an Weiterbildung bilden die Zufriedenen die absolute Mehrheit (55 %). Auch eine relative Mehrheit der Nichtteilnehmenden (38 %) glaubt, einen guten Überblick über Weiterbildung zu haben und keine weiteren Informationen über Weiterbildung zu benötigen.

Abbildung 1 Informationsnachfragetypen

Mehr Informationen über Weiterbildung erwünscht?	Überblick über Weiterbildung	
	Gut	Nicht gut
Ja	„Weiterbildungsnah“	„Interessierte“
Nein	„Zufriedene“	„Distanzierte“

Informationssuche der Teilnehmenden

Nach den Ergebnissen des AES 2010 hatten in den letzten zwölf Monaten vor der Erhebung 27 Prozent der Befragten nach Informationen über Weiterbildungsmöglichkeiten gesucht. Fast neun von zehn Befragten dieser Teilgruppe (87 %) geben an, die gesuchten Informationen gefunden zu haben. Bei etwa jedem Achten verlief diese Suche nicht erfolgreich, unter den arbeitslosen Informationssuchenden sogar bei fast jedem Dritten.

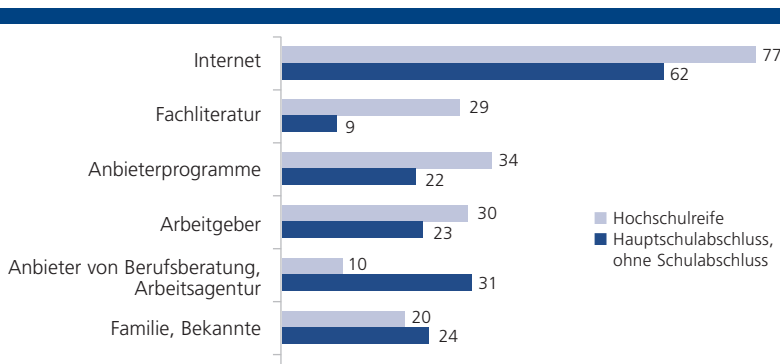
Festzuhalten bleibt, dass die überwiegende Mehrheit aller im AES Befragten nicht nach Informationen über Weiterbildungsmöglichkeiten gesucht hat, und auch von den Weiterbildungsteilnehmenden waren dies lediglich 42 Prozent. Nicht immer geht also einer Weiterbildungsteilnahme eine gezielte Suche nach Informationen voraus.

Wie ist dies zu erklären?

Mit Blick auf eine Weiterbildungsteilnahme existiert nicht nur das „klassische Modell“ einer wohl überlegten, freiwilligen Teilnahme, bei der sich individuelle Lerninteressen zu Weiterbildungsabsichten konkretisieren und schließlich in eine Weiterbildungsteilnahme münden. Am anderen Ende des Spektrums steht eine subjektiv empfundene „Weiterbildungspflicht“ als Reaktion auf (tatsächlichen oder vermeintlichen) äußeren Druck, etwa des Arbeitgebers. Empirische Anhaltspunkte zur Größenordnung dieses Phänomens liegen etwas weiter zurück und beziehen sich auf das Jahr 2000 (Berichtssystem Weiterbildung VII). Damals entfiel nach Angaben der Befragten etwa jeder dritte Teilnahmefall an beruflicher Weiterbildung auf eine betriebliche Anordnung und etwa jeder vierte auf einen Vorschlag von Vorgesetzten. Bei weniger als der Hälfte der Teilnahmefälle (42 %) ging die Initiative vom Individuum selbst aus. Mit Blick auf Transparenzprobleme und den Bedarf an Beratung ist es wichtig, beide Idealtypen einer Weiterbildungsteilnahme im Blick zu haben.

Welche Informationsquellen werden bei der Informationssuche genutzt? Hier steht nach den AES-Ergebnissen das Internet mit großem Abstand an erster Stelle. Dort haben fast drei von vier Personen (71 %) nach Informationen über Weiterbildungsmöglichkeiten gesucht. Andere Informationsquellen wie z. B. Anbieterprogramme (30 %), Informa-

Abbildung 2 Ausgewählte Informationsquellen nach Schulabschluss



Basis: 18- bis 64-Jährige in Deutschland (n = 7.035, ungewichtet)

Quelle der Ergebnisse: AES 2010 – TNS Infratest Sozialforschung (KUWAN/SEIDEL 2011, S. 174 f.)

tionen des Arbeitgebers (27 %), Fachliteratur (22 %) oder Familie und Bekannte (21 %) folgen mit erheblichem Abstand (Mehrfachnennungen möglich); im Durchschnitt wurden bei der Suche zwei Informationsquellen genutzt. Die Nutzung von Informationsquellen zur Weiterbildung ist in hohem Maße bildungsabhängig, wie der Vergleich von Befragten mit Hochschulabschluss und jenen mit Hauptschul- oder keinem Schulabschluss in Abbildung 2 verdeutlicht (zu weiteren gruppenspezifischen Unterschieden vgl. auch KUWAN/SEIDEL 2011, S. 177 ff.).

Inanspruchnahme von Weiterbildungsberatung

Innerhalb des heterogenen, schwer überschaubaren Felds der persönlichen Beratung im Weiterbildungsbereich können auf Basis der AES-Ergebnisse drei Aspekte näher beleuchtet werden:

- Anteil der beratenen Personen,
- die beratenden Institutionen,
- Zufriedenheit mit der Weiterbildungsberatung.

Bundesweit haben sich neun Prozent der Befragten 2010 über ihre Weiterbildungsmöglichkeiten persönlich beraten lassen. Im längerfristigen Trend seit 1994 hat sich dieser Anteil deutlich verringert (von 15 % auf 9 %).

Die rückläufige Entwicklung ist maßgeblich durch Veränderungen bei den Arbeitsagenturen beeinflusst, bei denen nach den AES-Ergebnissen dennoch fast jede zweite (45 %) zuletzt in Anspruch genommene Weiterbildungsberatung erfolgte.¹ An zweiter Stelle stehen Arbeitgeber bzw. Betriebe mit einem Anteilswert von 22 %. Beratungsstellen von Weiterbildungsträgern wie z. B. Volkshochschulen folgen mit deutlichem Abstand (10 %). Familie oder Bekannte und kommunale Weiterbildungsberatungsstellen erreichen mit jeweils 5 Prozent einen identischen Anteilswert. Relativ viele beratene Personen (12 %) nennen eine sonstige Stelle wie z. B. Universitäten, Kammern oder Berufsverbände.

Bemerkenswert erscheint, dass die Befragten mit der Arbeitsverwaltung und dem Arbeitgeber am häufigsten Stellen nennen, bei denen die Weiterbildungsberatung nicht unmittelbar zur Kernkompetenz gehört.

Bei Beratungsstellen der Weiterbildungsträger lassen die AES-Ergebnisse einen deutlichen Bildungsbias zugunsten der schulisch höher qualifizierten Ratsuchenden erkennen. Bei Arbeitgebern ist er etwas geringer. Beratene Personen mit niedrigem Schulabschluss suchen vor allem die Arbeitsagenturen auf (60 % vs. 27 % bei Befragten mit hoher Schulbildung).

Zufriedenheit mit der Weiterbildungsberatung

Im AES 2010 waren fast drei von vier Ratsuchenden mit der Beratung sehr zufrieden (33 %) oder eher zufrieden (39 %). Immerhin gut jede/-r Vierte war jedoch nicht zufrieden (eher nicht zufrieden 14 %, überhaupt nicht zufrieden 13 %; Rest: fehlende Angaben). Auf einer Viererskala von „1 = sehr zufrieden“ bis „4 = überhaupt nicht zufrieden“ liegt der Gesamtdurchschnitt bei 2,1 und entspricht damit etwa dem Wert „eher zufrieden“. Die auffälligste Abweichung findet sich für arbeitslose Ratsuchende, deren Durchschnittswert mit 2,7 nahe am Skalenwert „eher nicht zufrieden“ liegt.

Eine vergleichende Betrachtung der beratenden Stellen stützt die Vermutung, dass dies vor allem auf eine kritische Beurteilung der Arbeitsagenturen durch die Arbeitslosen zurückzuführen ist. Während mit der persönlichen Beratung von Weiterbildungsträgern (Durchschnitt 1,5) oder des Arbeitgebers (1,7) jeweils etwa neun von zehn Beratenen zufrieden sind, fällt die Zufriedenheit mit Beratungen durch Arbeitsagenturen mit einem Durchschnitt von 2,6 deutlich ab. Fehlender Erfolg bei der Informationssuche kann dies allenfalls teilweise erklären. Während jeweils etwa neun von zehn der vom Arbeitgeber oder von Weiterbildungsträgern Beratenen angeben, die gewünschten Informationen gefunden zu haben, sind es bei den Arbeitsagenturen zwar weniger, aber immer noch etwa drei von vier Personen. Auch bei den meisten der von den Arbeitsagenturen Beratenen war die Informationssuche erfolgreich.

Ihren Überblick über infrage kommende Weiterbildungsangebote schätzen lediglich 44 Prozent der bei Arbeitsagenturen beratenen Personen als gut ein. Vom Arbeitge-

¹ Dieser hohe Wert erscheint nicht unbedingt plausibel; es kann nicht ausgeschlossen werden, dass die Befragten manche Termine, bei denen es Fragen zur Weiterbildung gab, als Weiterbildungsberatung empfunden haben, obwohl der organisationsinterne Kontext ein anderer war.

ber, aber auch von Weiterbildungsträgern Beratene berichten deutlich häufiger über einen guten Überblick (84 % vs. 74 %). Bei den gegebenen Fallzahlen sind hier nicht die genauen Anteilswerte von Interesse, sondern die unterschiedlichen Größenordnungen. Da es mit den AES-Daten nicht möglich ist, Beratungsverläufe zu beobachten, könnten vergleichbare Unterschiede allerdings auch bereits vor der Beratung bestanden haben.

Festzuhalten bleibt gleichwohl, dass beide o. g. Indizien auf Probleme für Arbeitslose bzw. bei der Beratung durch Arbeitsagenturen hindeuten. Allerdings können diese Einstufungen auch durch Missverständnisse in der Kommunikation beeinflusst sein, da manchen Arbeitssuchenden die genauen Aufgaben und Zuständigkeiten verschiedener Ansprechpartner in den Arbeitsagenturen nicht immer klar sind.

Ansatzpunkte zur Verbesserung der Weiterbildungstransparenz

Anders als bei den bisherigen Ausführungen handelt es sich bei den folgenden Überlegungen um subjektive Schlussfolgerungen und Prioritätensetzungen. Diese basieren auf empirischen Befunden aus verschiedenen Forschungsprojekten mit Beteiligung des Verfassers wie z. B. dem AES, der wissenschaftlichen Begleitung des Programms „Lernende Regionen“, der Evaluation der Weiterbildungstests und der Studie „web2skills“. Aus der Vielfalt möglicher Ansatzpunkte werden im Folgenden sechs Aspekte skizziert.

1. Weiterbildungsdatenbanken können für eigeninitiierte Weiterbildungsinteressenten/-innen eine wichtige Hilfe bei der Informationssuche sein. Anzustreben ist hier neben einem Ausbau auch eine weitere Abstimmung und **Vernetzung von Weiterbildungsdatenbanken**.
2. Viele Nachfragende sind besonders an einem unmittelbaren Vergleich von Weiterbildungsangeboten interessiert. Ein Beispiel hierfür sind vergleichende Weiterbildungstests, wie sie z. B. Stiftung Warentest durchführt. Da die Wirkmacht von Weiterbildungstests stark mit der Marktdurchdringung zusammenhängt, würde ein **Ausbau von Weiterbildungstests** die Position der Verbraucher/-innen stärken.
3. In Deutschland wurden in letzter Zeit, u. a. begünstigt durch einen Ausbau regionaler Netzwerkstrukturen, trägerübergreifende und teilweise auch bildungsbereichsübergreifende Beratungsangebote ausgeweitet. Ein weiterer **Ausbau trägerübergreifender Weiterbildungsberatung** könnte der Skepsis mancher Interessenten gegenüber einer Beratung durch Weiterbildungsanbieter entgegenwirken und dazu beitragen, neue Teilnehmerkreise zu erschließen.

4. In diesem Kontext ist auch eine weiter zunehmende **Professionalisierung der Weiterbildungsberatung** bedeutsam (vgl. HEUER 2011, S. 39), sei es in Regionalen Qualifizierungszentren oder durch Aus- und Fortbildung an anderen Stellen. Dabei dürften zum einen lebenslaufbezogene Beratungsansätze, die Förderung von Selbstorganisationsprozessen sowie Kompetenz- und Orientierungsberatungen an Bedeutung gewinnen (vgl. SCHIERSMANN 2011, S. 430 ff.), zum anderen aber auch die Berücksichtigung der institutionellen Kontexte, in denen die beratenen Personen agieren. Last but not least gehören hierzu auch für bildungsferne Personen geeignete Ansätze, wie z. B. „aufsuchende Beratung“ oder „Bildungskoaching im Betrieb“.
5. Auch die **zunehmende Nutzung von Web 2.0-Anwendungen** in der Weiterbildung kann zu einer Verbesserung der Weiterbildungstransparenz führen. Hier ist insbesondere das Interesse der Weiterbildungsnachfragenden an erfahrungsbasierten Informationen und authentischen Bewertungen zu nennen. Darüber hinaus eröffnen sich in Marketing und Angebotsgestaltung durch eine dialogorientierte Ermittlung von Nutzerpräferenzen und die kooperative Angebotsoptimierung gemeinsam mit Nachfragenden im virtuellen Raum neue Möglichkeiten für Weiterbildungsanbieter (vgl. SCHMIDT-HERTHA u. a. 2011, S. 63–95).
6. Abschließend soll noch ein Aspekt von grundlegender Bedeutung erwähnt werden. Eine Verbesserung der Weiterbildungstransparenz erfordert letztlich eine **optimierte Kombination von Informations- und Beratungsangeboten** zu Weiterbildung. Bisher fehlen im Internet vor allem Orientierungshilfen, die Nachfragende wirksam dabei unterstützen, Bildungsinteressen zu präzisieren und Bedarfe genauer zu erkennen. Optimierte Angebote sollten es deshalb den Interessierten ermöglichen, passgenaue Bildungsangebote zusammenzustellen, aber auch Möglichkeiten für eine individuelle Abstimmung von Bildungsbedürfnissen im Dialog mit Anbietern vorsehen. ■

Literatur

- HEUER, U.: *Bildungsberatung als eigenständiges Handlungsfeld der Weiterbildung . Institutionen, Entwicklungen und Forschungen*. In: *forum eb* (2011) 1, S. 35–39
- KUWAN, H.; SEIDEL, S.: *Weiterbildungstransparenz und Weiterbildungsberatung*. In: ROSENBLADT, B. VON; BILGER, F. (Hrsg.): *a. a. O.* 2011, S. 173–184
- NUSSL, E.: *Vorbemerkungen*. In: ROSENBLADT, B. VON; BILGER, F. (Hrsg.): *a. a. O.* 2011, S. 9 f.
- ROSENBLADT, B. VON; BILGER, F. (Hrsg.): *Weiterbildungsbeteiligung 2010. Trends und Analysen auf Basis des deutschen AES*. Bielefeld 2011
- SCHIERSMANN, C.: *Beratung im Kontext von Lebenslangem Lernen und Life Design – ein Generationen übergreifendes Konzept*. In: ECKERT, T. u. a. (Hrsg.): *Bildung der Generationen*. Wiesbaden 2011, S. 427–439
- SCHMIDT-HERTHA, B. u. a.: *Web 2.0. Neue Qualifikationsanforderungen in Unternehmen*. Bielefeld 2011