

Trends in der Weiterbildung Verbandsumfrage 2016

A. Strukturdaten	2
B. Umsatzentwicklung	2
1. Umsatzerwartungen für das Jahr 2016	2
2. Umsatzanteile der einzelnen Angebotsformen	5
C. Geschäftsklima in der Weiterbildung	7
a) Geschäftslage-Indikator Weiterbildung des Wuppertaler Kreises	7
b) Marktpreise, Seminaranmeldungen und Aufträge für offene und firmeninterne Seminare	8
c) Kosten der Weiterbildungsinstitute	9
d) Wettbewerb auf dem Weiterbildungsmarkt	10
e) Geschäftslage, Kosten und Wettbewerb in der Weiterbildung – Indikatoren des Wuppertaler Kreises	10
D. Trends in der Weiterbildung	11
1. Trends bei offenen und firmeninternen Seminaren	11
a) Zusammenarbeit von Weiterbildungsdienstleistern mit Unternehmen	11
b) Weiterbildung für Führungskräfte	13
c) Führungskräfte qualifizieren	14
2. Aktuelle weiterbildungspolitische Themen	18
a) Migration und Flüchtlinge – Erfolgsfaktoren für die Integration	18
b) Maßnahmen der Weiterbildungseinrichtungen	19
3. Trends in der Weiterbildung für die digitale Zukunft	21
a) Digitalisierung in der Weiterbildung	21
b) Digitale Dienstleistung Weiterbildung	24
E. Veränderungen im Bereich der nach SGB geförderten Maßnahmen	26
a) Entwicklung von Umsatz, Personal, Standorten im Bereich der nach SGB geförderten Maßnahmen	26
b) Entwicklung einzelner Angebote im Bereich der nach SGB geförderten Maßnahmen	27

A. Strukturdaten

Der Wuppertaler Kreis e.V. – Bundesverband betriebliche Weiterbildung ist der Verband der führenden Weiterbildungseinrichtungen der Wirtschaft. Über 1,3 Millionen Teilnehmerinnen und Teilnehmer, überwiegend Fach- und Führungskräfte der Wirtschaft, haben 2015 an einem der über 140.000 Seminare, Lehrgänge und Weiterbildungsveranstaltungen der Mitgliedsinstitute des Wuppertaler Kreises teilgenommen.

Mehr als 12.000 fest angestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind an den rund 1.000 Standorten bei den Mitgliedsunternehmen des Wuppertaler Kreises tätig. Darüber hinaus werden mehr als 30.000 freie Trainerinnen und Trainer in den Seminaren und Lehrgängen eingesetzt. Die Institute im Wuppertaler Kreis erzielten mit den Weiterbildungsdienstleistungen im Jahr 2015 gemeinsam einen Jahresumsatz von über 1,3 Milliarden Euro.

Gesamtumsatz der Mitglieder des Wuppertaler Kreises	1,31 Milliarden Euro
Anzahl der bei den Bildungsunternehmen fest angestellten Mitarbeiter/innen	12.372 fest angestellte Mitarbeiter/innen
Anzahl der freien Mitarbeiter/innen Trainer- und Dozentenstamm	30.370 Trainer/innen und Dozenten
Anzahl der Veranstaltungen	142.000 Seminare, Tagungen und Lehrgänge
Anzahl der Weiterbildungsteilnehmer/innen	1,32 Millionen Teilnehmer/innen
Anzahl der Standorte der Bildungsunternehmen	989 Standorte

Tabelle 1: Der Wuppertaler Kreis e.V. im Überblick (Stand 31.12.2015)

B. Umsatzentwicklung

1. Umsatzerwartungen für das Jahr 2016

Mehr als zwei Drittel der Bildungsunternehmen im Wuppertaler Kreis rechnen für das laufende Jahr mit einer positiven Umsatzentwicklung. Besonders positive Beiträge werden dabei von dem Aufgabenfeld der firmeninternen Seminare erwartet. Aber auch bei den Lehr- und Studiengängen entwickelt sich das Angebot bei den Bildungsunternehmen, die in diesem Bereich tätig sind, ausgesprochen positiv.

Ein Viertel der Mitgliedsunternehmen rechnet allerdings im laufenden Jahr mit Umsatzrückgängen. Hier sind es wiederum häufig die Maßnahmen für öffentliche Auftraggeber, bei denen Rückgänge zu verzeichnen sind. Auch bei den offenen Seminaren und Tagungen sowie im Coaching berichten mehrere Institute über Umsatzrückgänge.

	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%	9%	15%	6%	62%	9%	0%	0%
Offene Seminare und Tagungen	3%	3%	12%	41%	35%	6%	0%	0%
Firmeninterne Seminare (inhouse)	0%	3%	9%	26%	53%	9%	0%	0%
Prozessbegleitung, Coaching	0%	3%	9%	29%	26%	6%	0%	26%
Lehr- und Studiengänge	0%	3%	0%	32%	44%	0%	0%	21%
Maßnahmen für öffentliche Auftraggeber	3%	3%	9%	24%	15%	9%	0%	38%

Tabelle 2: Umsatzerwartungen für das Jahr 2016¹

Insgesamt sind die Umsatzerwartungen der Bildungsdienstleister in ihrem jeweiligen Angebots-Mix für dieses Jahr meist positiv. Mehr als zwei Drittel der Mitgliedsunternehmen werden ihren Umsatz in diesem Jahr gegenüber einem bereits sehr positiven Jahr 2015 weiter steigern können.

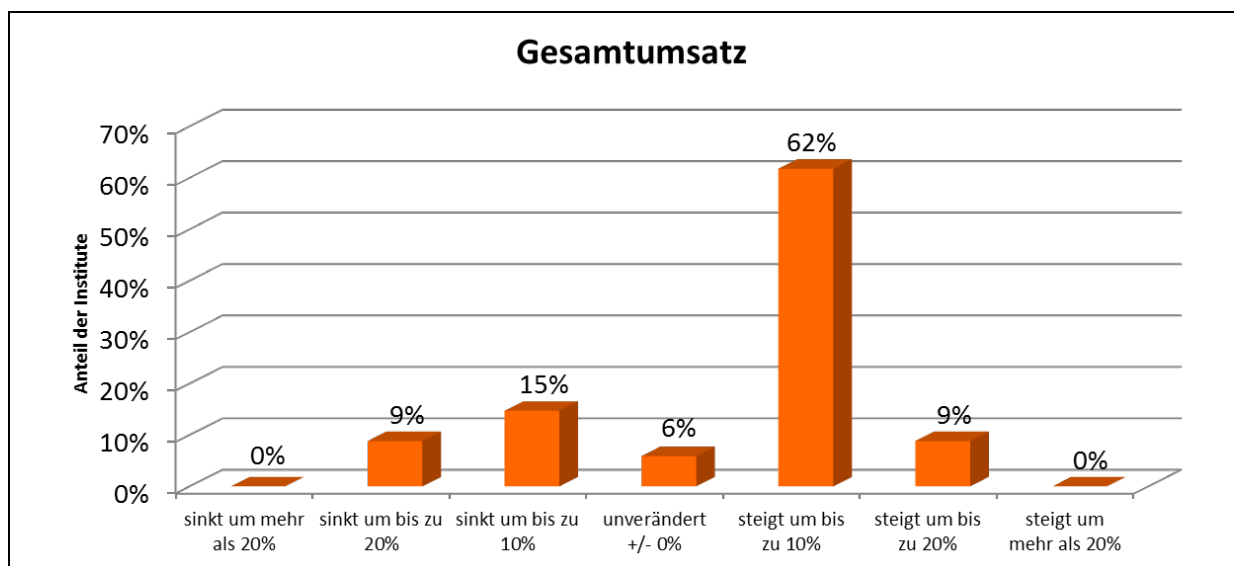


Abbildung 1: Umsatzerwartungen der Mitgliedsunternehmen des Wuppertaler Kreises für 2016

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

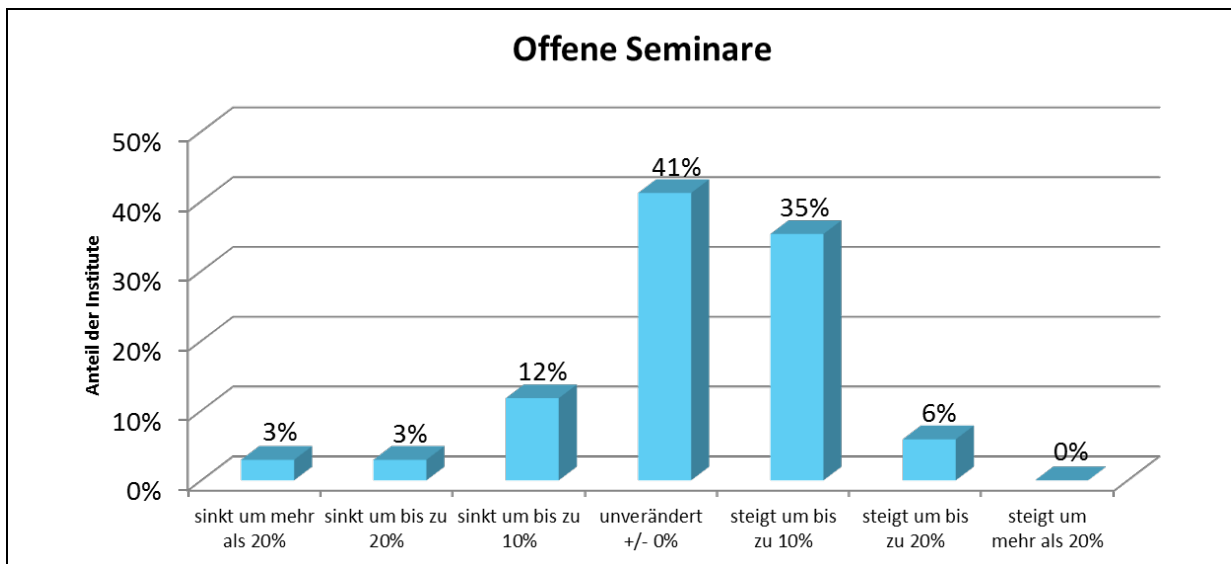


Abbildung 2: Umsatzerwartungen 2016 für offene Seminare

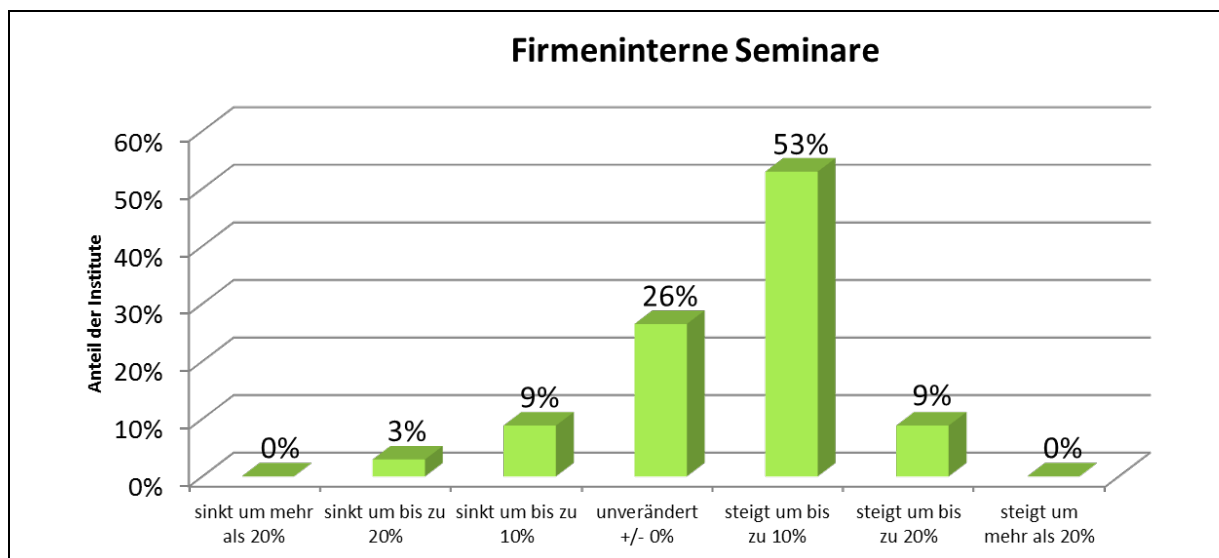


Abbildung 3: Umsatzerwartungen 2016 für firmeninterne Seminare

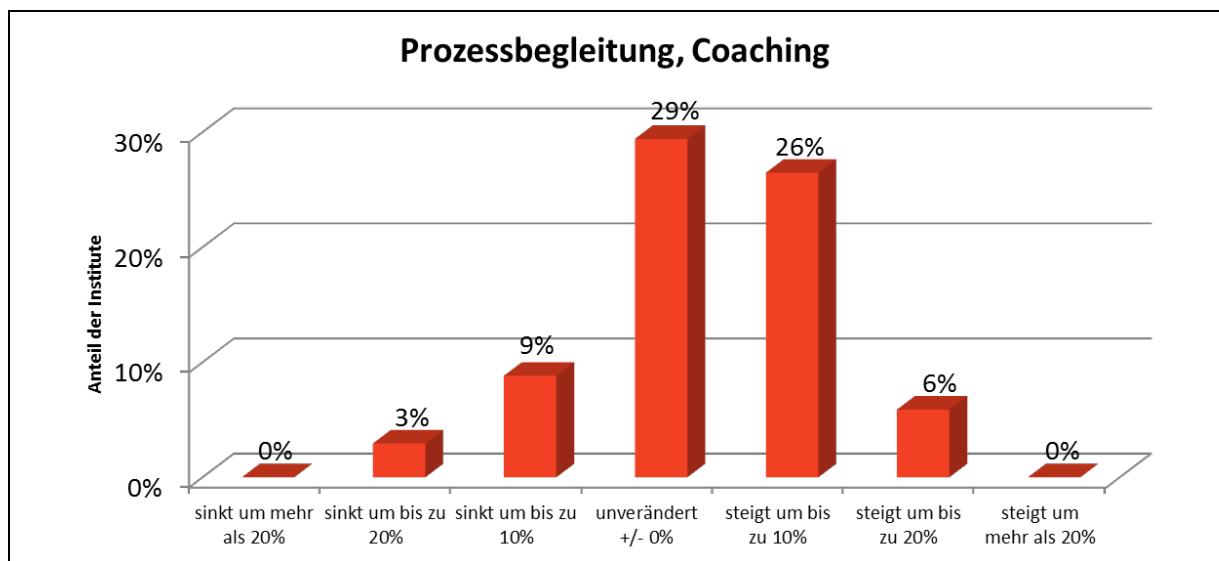


Abbildung 4: Umsatzerwartungen 2016 für Prozessbegleitung und Coaching

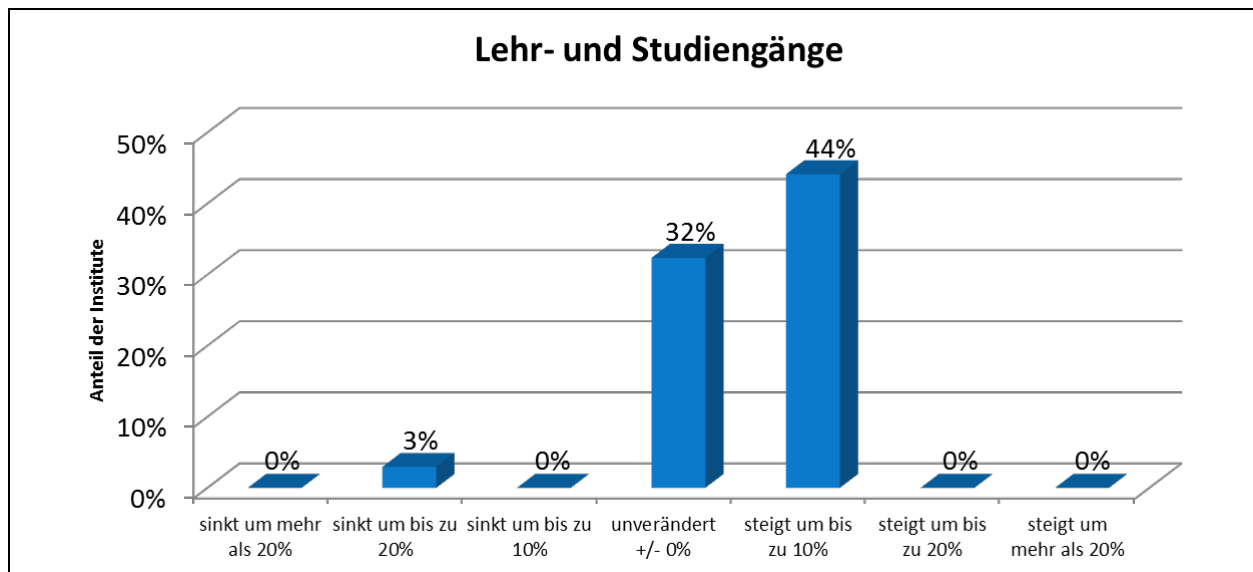


Abbildung 5: Umsatzerwartungen 2016 für Lehr- und Studiengänge

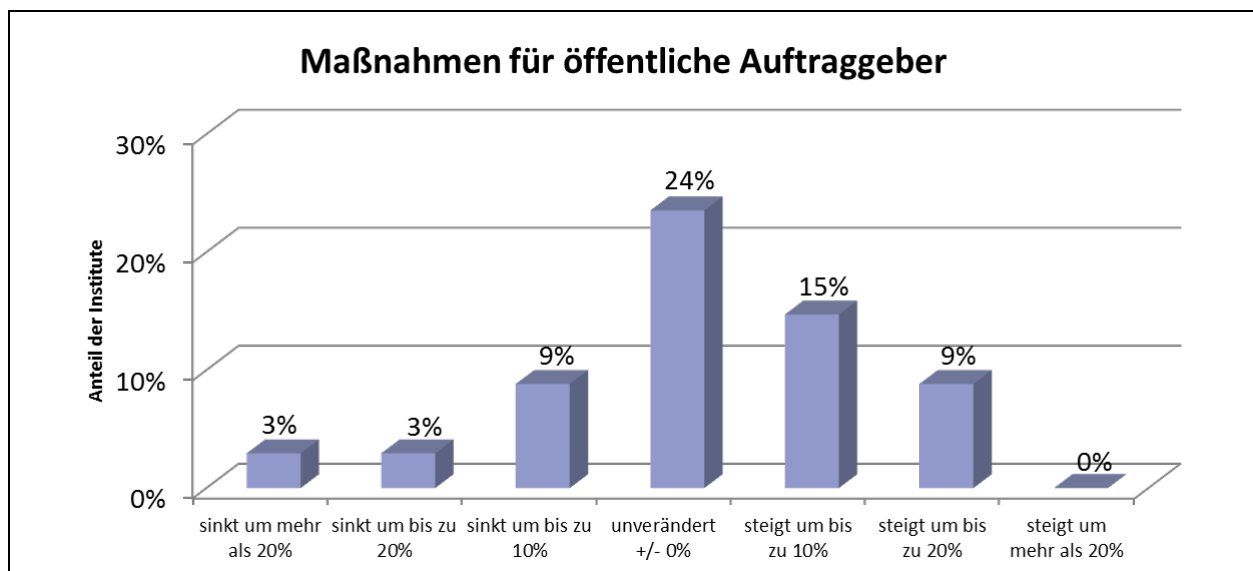


Abbildung 6: Umsatzerwartungen 2016 für Maßnahmen für öffentliche Auftraggeber

2. Umsatzanteile der einzelnen Angebotsformen

Offene Seminare für Fach- und Führungskräfte der Wirtschaft sind die Bildungsdienstleistungen, die in früheren Jahren den Kern des Angebotspektrums der Mitglieder des Wuppertaler Kreises ausgemacht haben. Die Mitglieder bieten in diesem Bereich ein reichhaltiges Angebot an Seminaren, das vor allem von mittelständischen Unternehmen für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wahrgenommen wird. Der Umsatzanteil dieses offenen Angebotes lag bei den regelmäßigen Mitgliederumfragen des Wuppertaler Kreises in der zweiten Hälfte der neunziger Jahre noch bei 45% bis 50% des Gesamtumsatzes der Institute. Im Zuge der Erweiterung des Dienstleistungsange-

botes ist dieser Anteil seither stetig gesunken und beträgt im Ergebnis der diesjährigen Umfrage noch gut 30%.

Das Spektrum an Weiterbildungsdienstleistungen differenziert sich ständig weiter. Ein wichtiger Grund dafür ist, dass die Bildungsunternehmen in enger Zusammenarbeit mit den Betrieben Bildungsdienstleistungen entwickeln (inhouse-Maßnahmen) und durchführen. Dazu gehört zum Beispiel die Unterstützung des arbeitsplatznahen Lernens, aber auch E-Learning-Angebote.

Ein Teil der Institute ist zudem für öffentliche Auftraggeber, z.B. im Rahmen der Arbeitsmarktförderung tätig, weitere bieten abschlussbezogene Lehr- und Studiengänge für Fach- und Führungskräfte an, die ihre berufliche Qualifikation erweitern wollen.

<i>Tätigkeitsspektrum der Mitglieder des Wuppertaler Kreises</i>	Durchschnittlicher Umsatzanteil
Offene Seminare	30,3%
Firmeninterne Seminare (inhouse)	22,7%
Prozessbegleitung, Coaching	6,3%
Lehr- und Studiengänge	15,3%
Maßnahmen für öffentliche Auftraggeber (z.B. nach SGB)	20,0%
Sonstiges (z.B. Forschung, Hotelbetrieb etc.)	5,4%

Tabelle 3: Anteil der verschiedenen Angebotsformen am Umsatz der Weiterbildungsinstitute

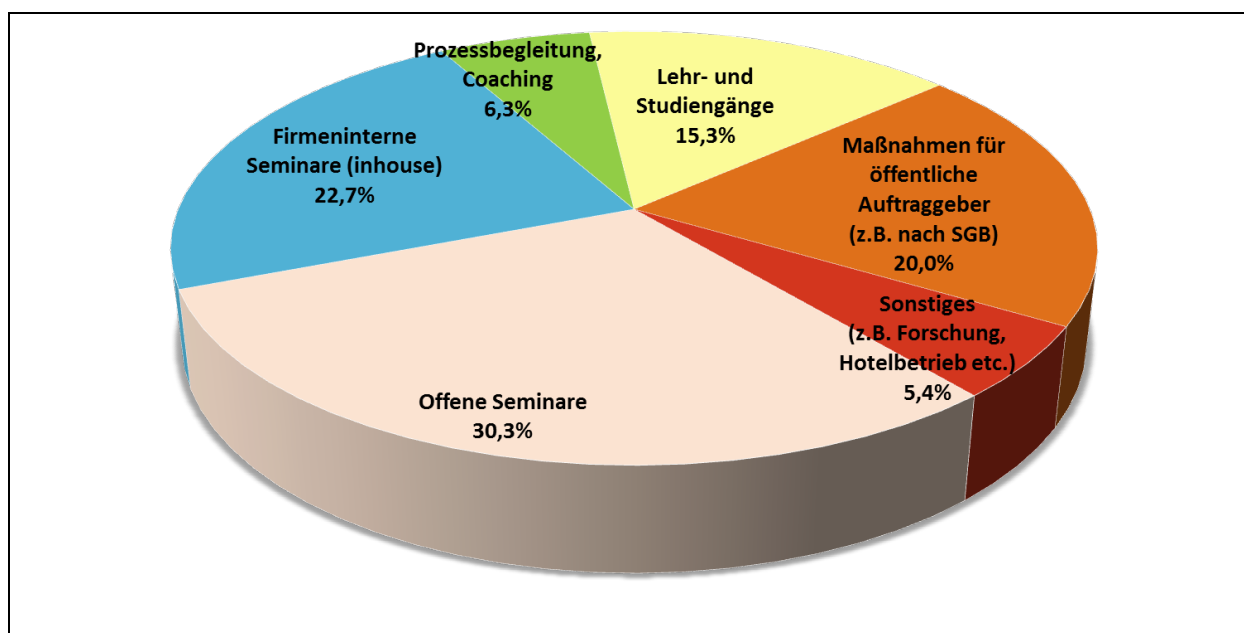


Abbildung 7: Umsatzanteile der verschiedenen Angebotsformen in der Weiterbildung

C. Geschäftsklima in der Weiterbildung

a) Geschäftslage-Indikator Weiterbildung des Wuppertaler Kreises

Der Wuppertaler Kreis ermittelt im Rahmen seiner jährlichen Verbandsumfrage den Geschäftslage-Indikator Weiterbildung.

Dieser Indikator ist eine Kennzahl, in der die Markterfolge der Weiterbildungseinrichtungen im vergangenen und laufenden Jahr sowie die Erwartungen für das kommende Jahr zusammengefasst werden. Dabei wird neben der Entwicklung von Anmeldungen und Aufträgen auch die Entwicklung der Marktpreise für die angebotenen Dienstleistungen mit einbezogen.

	Verbands- umfrage 2016	Verbandsumfrage						
		2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
Geschäftslage-Indikator Weiterbildung des Wuppertaler Kreises gesamt	113	115	117	119	125	124	111	92
Marktpreise für offene Seminare	106	110	109	116	120	118	109	92
Marktpreise für firmeninterne Seminare	111	110	112	114	108	112	104	89
Anmeldungen pro Seminar	103	111	118	112	135	128	104	80
Aufträge firmeninterne Seminare	132	130	130	135	137	139	125	106

Tabelle 4: 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.

Der Indikator liegt bereits seit 2010 durchgängig auf einem Wert über 100. Die wirtschaftliche Situation der Branche ist aus Sicht der Institute im Wuppertaler Kreis bereits seit 2010 ausgesprochen zufriedenstellend und die Weiterbildungsunternehmen erwarten überwiegend eine positive Entwicklung.

Gleichwohl ist die Stimmung im Vergleich zu den Vorjahren etwas weniger euphorisch. Dazu trägt vor allem die Erfahrung bei, dass im Bereich der offenen Seminare nur von einem kleinen Teil der Institute Preissteigerungen oder eine deutliche Erhöhung der Teilnehmerzahlen erwartet werden. Die Entwicklung neuer Lernformen führt zum Teil zur Substitution bei den offenen Seminaren durch neue Bildungsformate. Die Bildungsunternehmen sehen deshalb offenbar eine gewisse Sättigung bei den offenen Seminaren erreicht.

Die Erwartungen im Bereich der firmeninternen Seminare sind deutlich positiver. Hier rechnen viele der Institute auch im kommenden Jahr mit einem weiteren Wachstum.

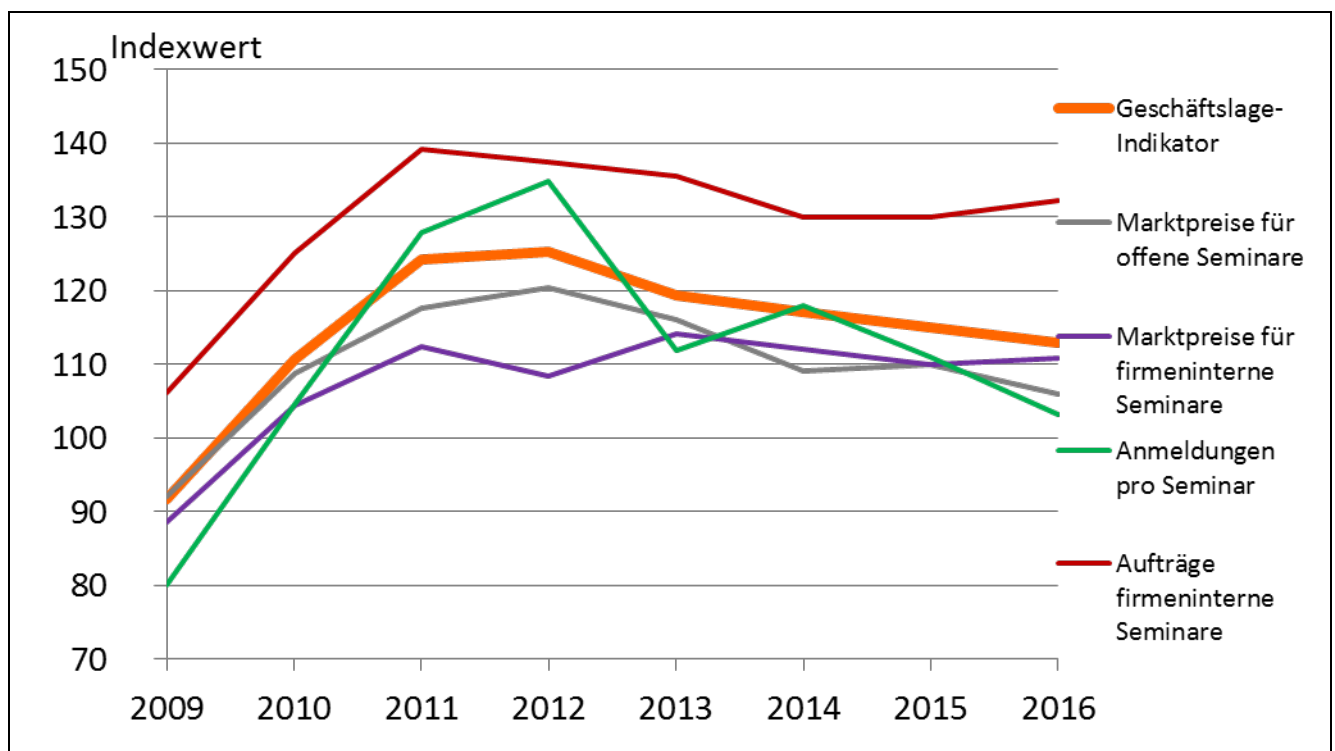


Abbildung 8: Geschäftslage-Indikator Weiterbildung des Wuppertaler Kreises 2009-2016

b) Marktpreise, Seminaranmeldungen und Aufträge für offene und firmeninterne Seminare

Im laufenden Jahr rechnen die Institute mit einer Fortsetzung der positiven Entwicklung. Bei den firmeninternen Seminaren sind die Erwartungen besonders positiv: Zwei Drittel der Institute rechnen hier mit Zuwächsen. Neben steigenden Auftragszahlen geht ein Drittel der Institute auch davon aus, dass in diesem Jahr höhere Preise als im Vorjahr erzielt werden können.

Auch für das kommende Jahr sind die Erwartungen für das Angebot firmeninterner Seminare bei vielen Instituten ausgesprochen positiv.

Für das offene Seminarangebot sind die Erwartungen etwas neutraler – die Anzahl der Institute, die mit Wachstum rechnen, ist etwa gleich hoch wie diejenigen, die Rückgänge erwarten.

Wie entwickeln sich Preise und Nachfrage?	Ergebnisse 2015			Erwartungen für 2016			Erwartungen für 2017		
	eher niedrig	wie Vorjahre	eher hoch	schlechter	gleichbleibend	besser	schlechter	gleichbleibend	besser
Marktpreise für offene Seminare	3%	94%	3%	3%	79%	18%	12%	73%	15%
Marktpreise für firmeninterne Seminare	13%	84%	3%	6%	62%	32%	15%	55%	30%
Anmeldungen pro Seminar	26%	56%	18%	12%	65%	24%	16%	63%	22%
Aufträge firmeninterne Seminare	12%	73%	15%	9%	26%	65%	6%	50%	44%

Tabelle 5: Entwicklung der Marktpreise und der Anmeldungen

c) Kosten der Weiterbildungsinstitute

Mit der Steigerung des Dienstleistungsumfangs war bei den meisten Bildungsunternehmen auch eine Erhöhung der Kosten verbunden. Dabei ist der laufende Betrieb ein bedeutender Faktor, ebenso die steigenden Ausgaben, die für Werbung und Vertrieb eingesetzt werden müssen.

Wie entwickeln sich die Kosten?	Ergebnisse 2015			Erwartungen für 2016			Erwartungen für 2017		
	eher niedrig	wie Vorjahre	hoch	sinken	bleiben gleich	steigen	sinken	bleiben gleich	steigen
Trainer- und Dozenten honorare	6%	79%	15%	0%	59%	41%	0%	67%	33%
Hotel- und Raumkosten	3%	74%	24%	0%	79%	21%	0%	72%	28%
Kosten für Werbung / Vertrieb / Kundenbindung	18%	59%	24%	3%	47%	50%	6%	55%	39%
Kosten lfd. Betrieb (Personal, IT, Verwaltung)	3%	59%	38%	3%	38%	59%	0%	48%	52%

Tabelle 6: Entwicklung der Kosten in der Weiterbildung

Die meisten Institute gehen davon aus, dass auch im kommenden Jahr in diesen Bereichen weitere Kostensteigerungen zu erwarten sind. Im laufenden Jahr rechnen viele der Einrichtungen mit höheren

Kosten bei den Trainer- und Dozenten honoraren und ca. 1/3 der Weiterbildungsunternehmen gehen ebenso für 2017 von Steigerungen aus.

d) Wettbewerb auf dem Weiterbildungsmarkt

Die positive Entwicklung auf dem Weiterbildungsmarkt führt dazu, dass sich der Wettbewerb bei Bildungsdienstleistungen eher verstärkt. Etwa ein Drittel der Institute rechnet damit, dass die Anzahl der Mitbewerber am Markt zunimmt.

Ein Rückgang der Anbieterzahl wird nur von einer sehr geringen Anzahl von Instituten erwartet.

Wie entwickelt sich der Wettbewerb?	Ergebnisse 2015			Erwartungen für 2016			Erwartungen für 2017		
	wenig	wie Vorjahre	viele	weniger	gleich bleibend	mehr	weniger	gleich bleibend	mehr
Neue Mitbewerber Wirtschaft (Verbände, Institute)	3%	64%	33%	0%	64%	36%	3%	63%	34%
Neue Mitbewerber staatlich (z.B. Hochschulen)	6%	58%	36%	3%	56%	41%	3%	56%	41%
Neue Mitbewerber Unternehmen (z.B. Corporate Universities)	6%	70%	24%	3%	61%	36%	6%	63%	31%
Neue Mitbewerber Einzel-firmen (Berater, Trainer)	3%	70%	27%	0%	58%	42%	3%	66%	31%

Tabelle 7: Entwicklung des Wettbewerbs in der Weiterbildungsbranche

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

Der Wuppertaler Kreis fasst die Entwicklung der Kosten und des Wettbewerbs ebenso wie die Entwicklung der Geschäftslage jeweils in einem Indikator zusammen.

Es ergeben sich damit drei Indikatoren, die im Zusammenspiel interpretiert werden müssen. Alle drei Indikatoren werden durch Gewichtung der Entwicklung jeweils des Vorjahres, des laufenden Jahres und der Erwartungen für das kommende Jahr gebildet.

Der Verlauf der drei Indizes zeigt in diesem Jahr, dass die ausgesprochen positiven Erwartungen für die Einnahmenseite durch eine absehbare Verschärfung der Kosten- und Wettbewerbssituation in

der Weiterbildung ergänzt werden muss. Die Institute rechnen zwar mit einer weiterhin sehr positiven Entwicklung des Umsatzes, gleichzeitig erfordert die Wettbewerbssituation und die Entwicklung der Kosten jedoch eine erhöhte Aufmerksamkeit auf die betriebswirtschaftliche Situation der Weiterbildungsunternehmen.

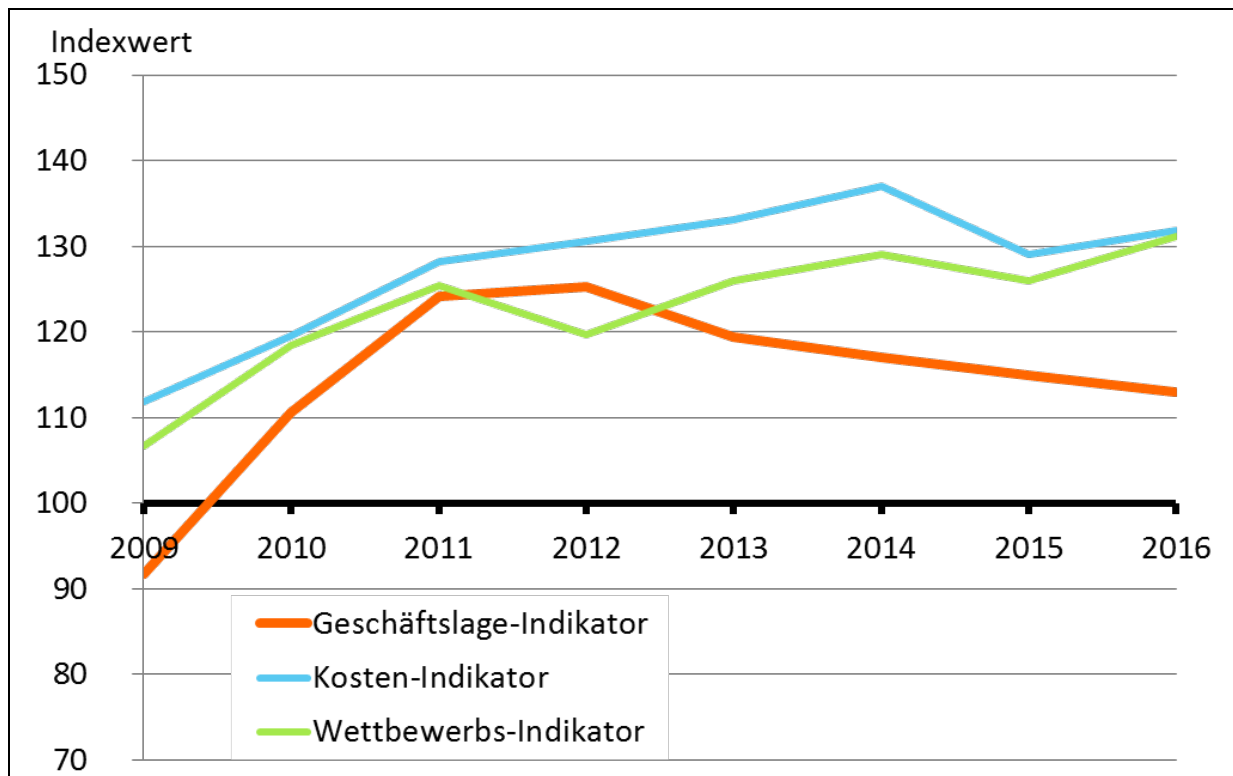


Abbildung 9: Geschäftslage, Kosten, Wettbewerb – Indikatoren des Wuppertaler Kreises

D. Trends in der Weiterbildung

1. Trends bei offenen und firmeninternen Seminaren

a) Zusammenarbeit von Weiterbildungsdienstleistern mit Unternehmen

Die Weiterbildungsdienstleister der Wirtschaft sind Partner der Unternehmen. Bildungsprozesse sind wesentlicher Bestandteil und Erfolgsfaktor für die zukunftsorientierte Weiterentwicklung der Unternehmen. Die Ergebnisse der Verbandsumfragen des Wuppertaler Kreises zeigen, dass sich die Weiterbildungsbranche in diesem Angebotssektor in den letzten Jahren besonders dynamisch entwickelt hat.

<i>Haben Sie Erfahrungen mit Angeboten, die in die internen Prozesse der Unternehmen integriert werden?</i>	Ja			Nein		k.A.
	in der Vergangenheit	projektweise	fest im Angebot	konkret geplant	nicht geplant	
Lernangebote für das individuelle Lernen am Arbeitsplatz	6%	47%	24%	6%	18%	0%
Beteiligung der Weiterbildungsdienstleister bei der Planung und Entwicklung von Organisations- und Unternehmensentwicklungs-Prozessen	0%	47%	32%	6%	15%	0%
Bildungsdienstleister übernehmen Teilprozesse der Führungskräfteentwicklung z.B. 360-Grad-Feedback	6%	29%	32%	3%	29%	0%
Weiterbildungsanbieter leisten Beiträge für das Bildungscontrolling der Unternehmen (Auswertungen, Feedback)	3%	18%	53%	3%	24%	0%
Weiterbildungsdienstleister bieten zertifizierte Lehrgänge nach den Standards der Unternehmen an	0%	21%	47%	6%	21%	6%
Betreiben elektronischer Lernplattformen in Unternehmen	9%	15%	24%	12%	41%	0%
Entwicklung und Produktion von Lernmedien und Trainingsprogrammen im Auftrag von Unternehmen	6%	21%	32%	9%	32%	0%
Auswahl und Vermittlung von Coaching-Dienstleistungen, Moderatoren für Teamsitzungen etc.	3%	24%	41%	0%	32%	0%

Tabelle 8: Integrierte Bildungsangebote und ergänzende Dienstleistungen für Unternehmen

Die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Weiterbildungsdienstleistern entwickelt sich ständig weiter, indem Teilfunktionen der Personalentwicklung in angepasster Form in das Portfolio der Weiterbildungsanbieter integriert werden und die Dienstleistungsprozesse der Bildungsunternehmen unmittelbar in die Prozesse der Unternehmen integriert werden.

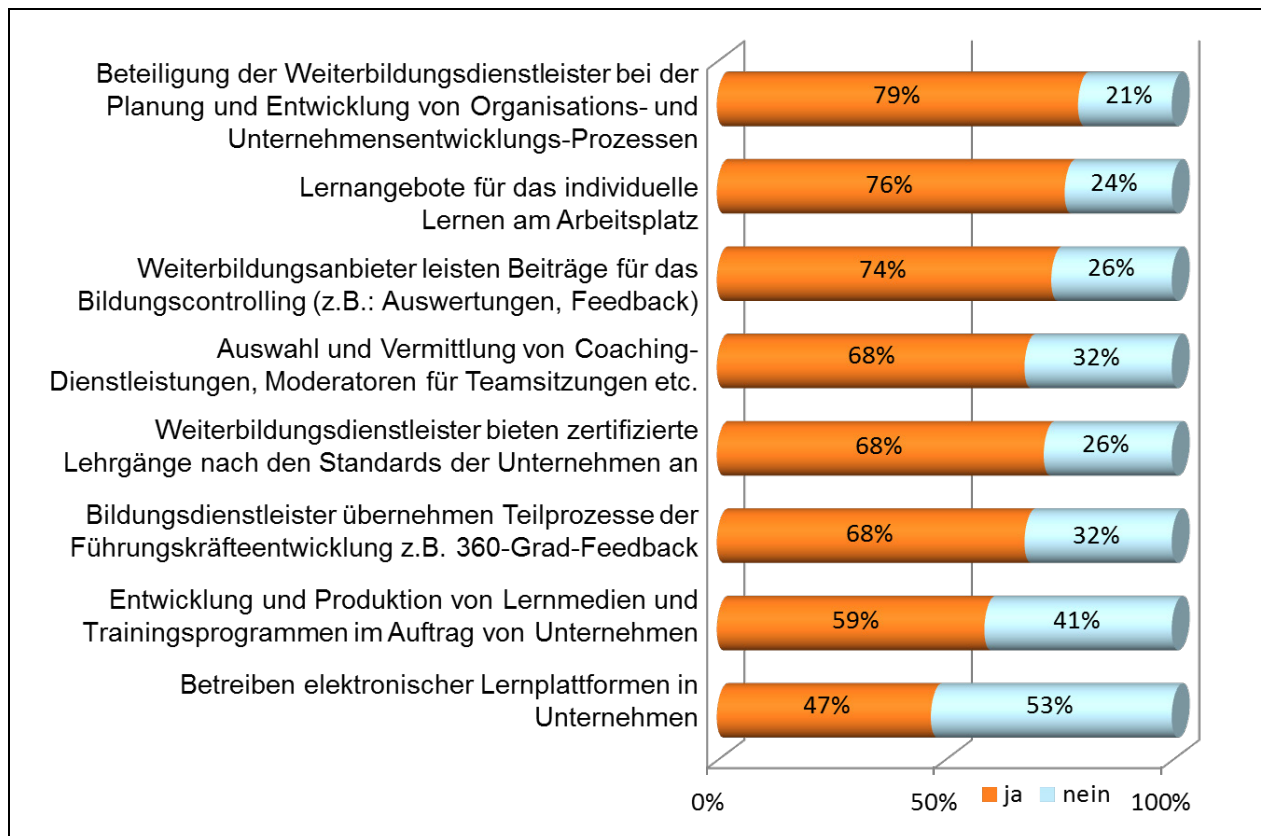


Abbildung 10: Integrierte Bildungsangebote und ergänzende Dienstleistungen für Unternehmen

b) Weiterbildung für Führungskräfte

Der Wuppertaler Kreis setzt sich seit seiner Gründung für die Weiterbildung von Führungskräften ein. Die Qualität der Führung trägt über die Motivation und Leistungsbereitschaft der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu einem erheblichen Anteil zum Unternehmenserfolg bei. Die Unternehmenskultur wird durch das Handeln und das Vorbild der Führungskräfte geprägt. Führungskräfte zu qualifizieren ist deshalb eine der wichtigen Aufgaben der Personalentwicklung. Dazu gehört es auch mögliche Herausforderungen zu erkennen, Bildungsangebote zu machen und Fehlentwicklungen rechtzeitig entgegenzusteuern.

Die Weiterbildungseinrichtungen halten vor allem die heutigen Anforderungen, die an Führungskräfte gestellt werden, für sehr anspruchsvoll. Hinzu kommt ein zum Teil quantitativ nicht ausreichendes Führungskräftepotenzial, das sich unter anderem durch die demografische Entwicklung mit einem unausgewogenen Altersspektrum und eine z.T. hohe Fluktuation in den Unternehmen ergibt.

Was sind bedeutende Herausforderungen bei der Führungskräfteweiterbildung in den Unternehmen, für die Sie tätig sind?	großes Problem	teilweise problematisch	neutral	geringes Problem	kein Problem	k.A.
Fluktuation bei Führungs- (nachwuchs-)kräften, geringe Bindung an das Unternehmen	3%	38%	29%	24%	6%	0%
Zu wenige geeignete Bewerber für Führungsaufgaben	9%	50%	26%	15%	0%	0%
Unausgewogenes Altersspektrum (Demografie)	6%	53%	35%	3%	3%	0%
Internationalisierung in der Führung und Integration von Führungskräften aus dem Ausland	6%	35%	41%	18%	0%	0%
Steigende Anforderungen an Führungspersönlichkeiten und ihre personalen Kompetenzen	18%	62%	12%	9%	0%	0%
Steigende Anforderungen aufgrund komplexerer Arbeitsorganisation (Projekte, Matrixorganisation, verteilte Teams)	15%	68%	15%	3%	0%	0%

Tabelle 9: Herausforderungen für die Führungskräfteweiterbildung

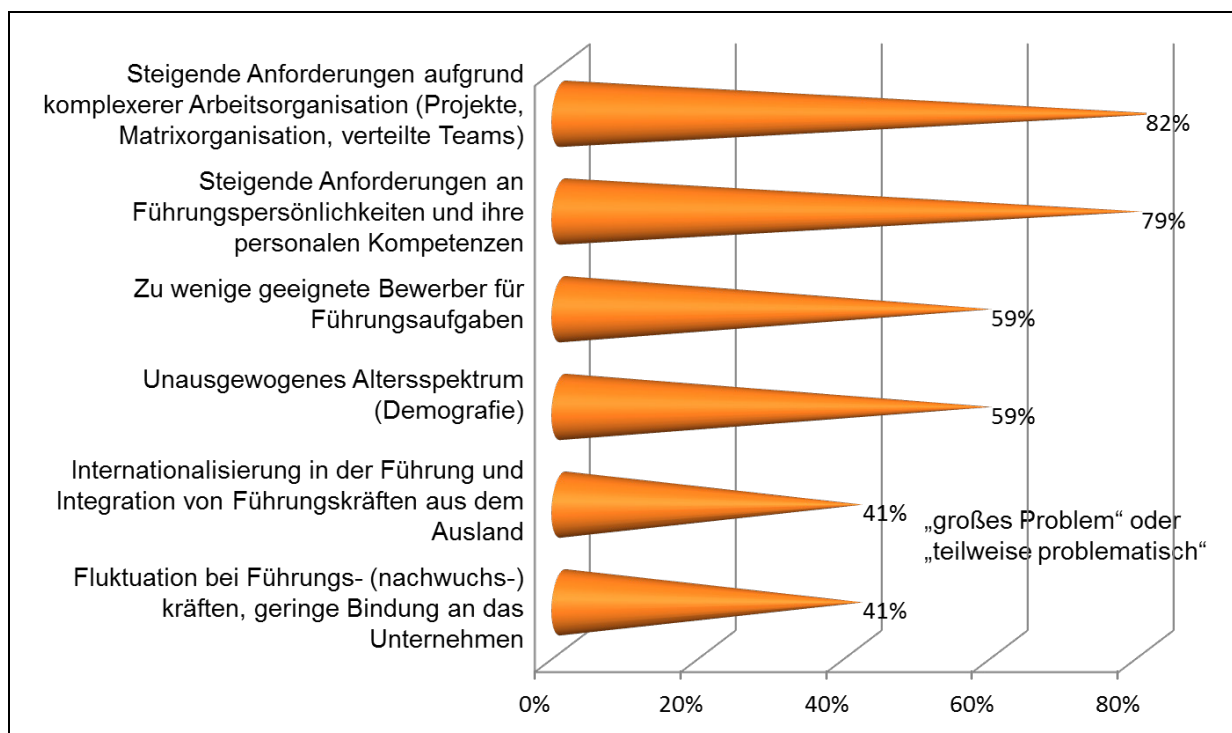


Abbildung 11: Herausforderungen bei der Führungskräfteweiterbildung

c) Führungskräfte qualifizieren

Die Aufgabe, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, Organisationseinheiten oder ganze Unternehmen zu führen, erfordert ein breites Spektrum an Qualifikationen. Dazu gehören neben den personalen Kompe-

tenzen in der Selbststeuerung ein gutes Fundament an fachlichen Kompetenzen und darüber hinaus Kenntnisse und Fähigkeiten in der Steuerung und Führung von Teams oder Projekten. Viele dieser Fähigkeiten werden erst im Laufe des Berufslebens und im Rahmen der beruflichen Weiterbildung erlernt und weiterentwickelt. Im Angebot der Weiterbildungseinrichtungen sind Maßnahmen zur Entwicklung dieser Fähigkeiten deshalb ein fester Bestandteil. Der Schwerpunkt sollte aus Sicht der Weiterbildungsdienstleister im Bereich der Führungskompetenzen liegen, hier sehen sie den höchsten Entwicklungs- und Handlungsbedarf. Dazu gehören z.B. das strategische Denken und Handeln, Fähigkeiten im Management von Veränderungen im Unternehmen; aber auch im Bereich des Konfliktmanagements und den grundlegenden Führungstechniken (z.B. Mitarbeitergespräche und Delegation) sehen die Weiterbildungsanbieter bei Führungskräften weiterhin hohen Entwicklungsbedarf.

In welchen Kompetenzbereichen der Führungskräfte sehen die Weiterbildungseinrichtungen den größten Entwicklungsbedarf?	Entwicklungs- und Weiterbildungsbedarf				
	sehr hoch	eher hoch	mittel	eher gering	sehr gering
Selbstkompetenz					
Persönlichkeitsentwicklung, persönliche Wirkung	15%	53%	32%	0%	0%
Zeitmanagement und Selbststeuerung	6%	24%	47%	21%	3%
Konfliktfähigkeit und Konfliktmoderation	6%	71%	21%	3%	0%
Internationale Erfahrung und interkulturelle Kompetenz	6%	56%	32%	3%	3%
Stressmanagement und Burnout-Prävention	12%	53%	26%	6%	3%
Fachkompetenz					
Betriebswirtschaftliche Kenntnisse (z.B. Controlling, Bilanzen etc.)	0%	35%	50%	15%	0%
Fachliche Kenntnisse im jeweiligen Berufsfeld	3%	18%	56%	21%	3%
Branchenkenntnisse und berufsbezogene Netzwerke	3%	41%	38%	12%	6%
Technische Fähigkeiten im jeweiligen Berufsfeld	9%	24%	38%	26%	3%
IT-Fachkenntnisse	12%	15%	47%	18%	9%

Tabelle 10: Entwicklungs- und Weiterbildungsbedarf von Führungskräften – Selbstkompetenz und Fachkompetenz

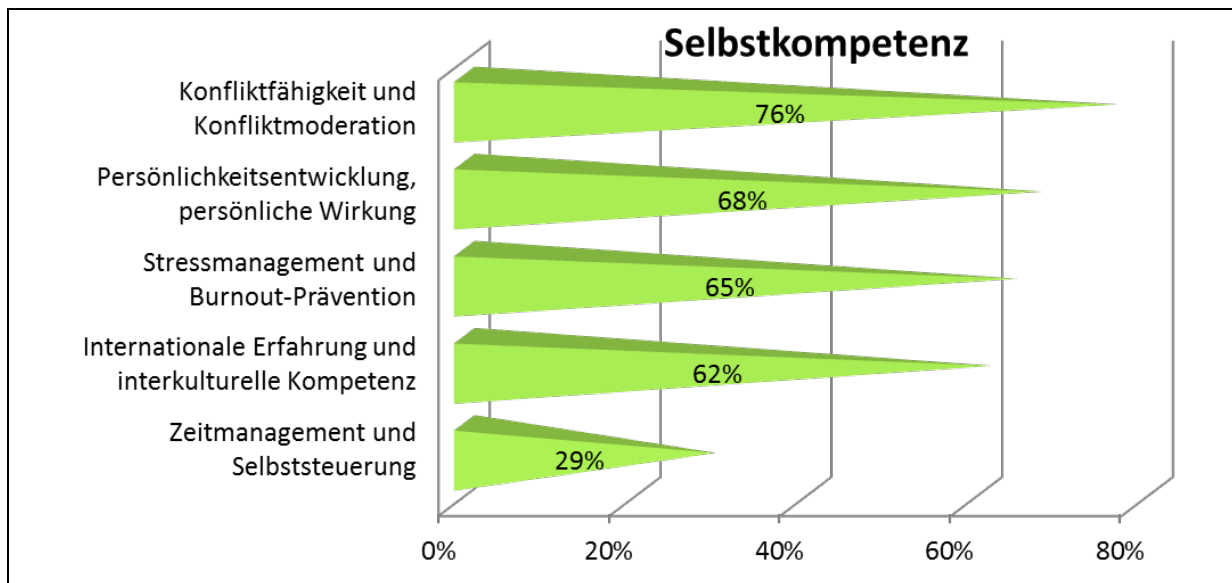


Abbildung 12: Entwicklungsbefehl bei Führungskräften: Selbstkompetenz (Antworten „sehr hoch“ bzw. „eher hoch“)

Die Mitglieder sehen einen hohen Weiterbildungsbedarf bei Führungskräften im Bereich der persönlichen Kompetenzen. Im Vergleich dazu wird der Entwicklungsbedarf im fachlichen Bereich als weniger hoch eingeschätzt.

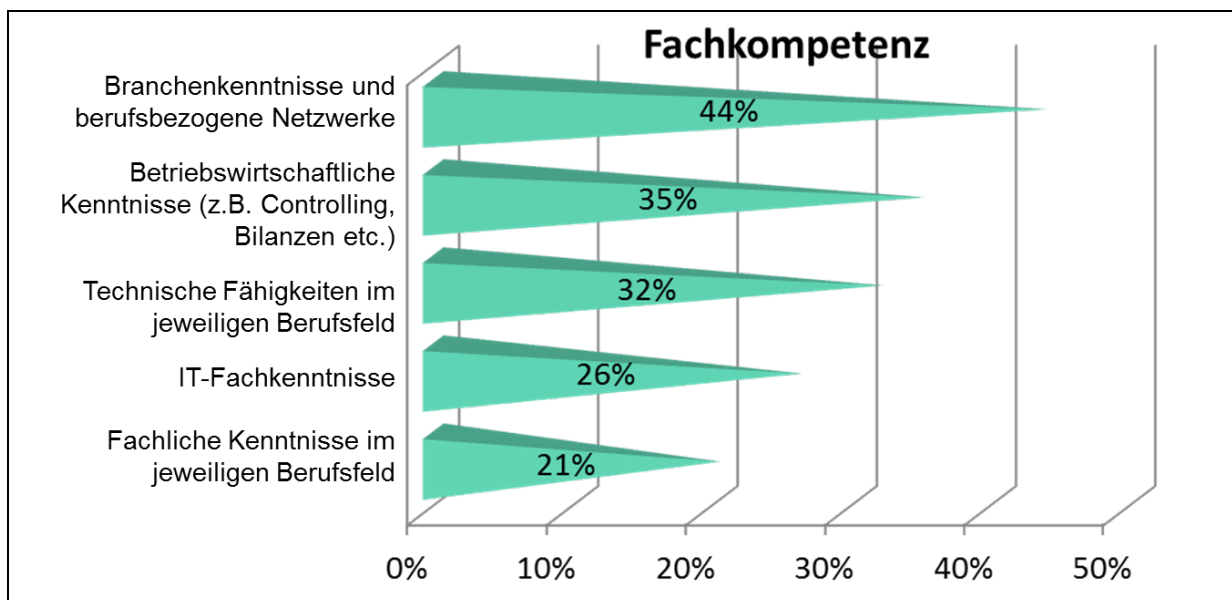


Abbildung 13: Entwicklungsbefehl bei Führungskräften: Fachkompetenz (Antworten „sehr hoch“ bzw. „eher hoch“)

In welchen Kompetenzbereichen der Führungskräfte sehen die Weiterbildungseinrichtungen den größten Entwicklungsbedarf?	Entwicklungs- und Weiterbildungsbedarf				
	sehr hoch	eher hoch	mittel	eher gering	sehr gering
Führungskompetenz					
Grundkenntnisse Mitarbeiterführung (Delegation, Mitarbeitergespräche, Zielvereinbarungen etc.)	15%	56%	21%	9%	0%
Beratungs- und Coaching-Qualifikationen für Führungskräfte	6%	50%	38%	6%	0%
Strategisches und unternehmerisches Denken und Handeln	18%	59%	21%	3%	0%
Teamentwicklung und Zusammenarbeit	12%	50%	35%	3%	0%
Führung virtueller und (ggf. auch international) verteilter Teams	12%	53%	29%	6%	0%
Führung im Projekt	9%	59%	29%	3%	0%
Management von Veränderungsprozessen	32%	47%	18%	3%	0%

Tabelle 11: Entwicklungs- und Weiterbildungsbedarf von Führungskräften – Führungskompetenz

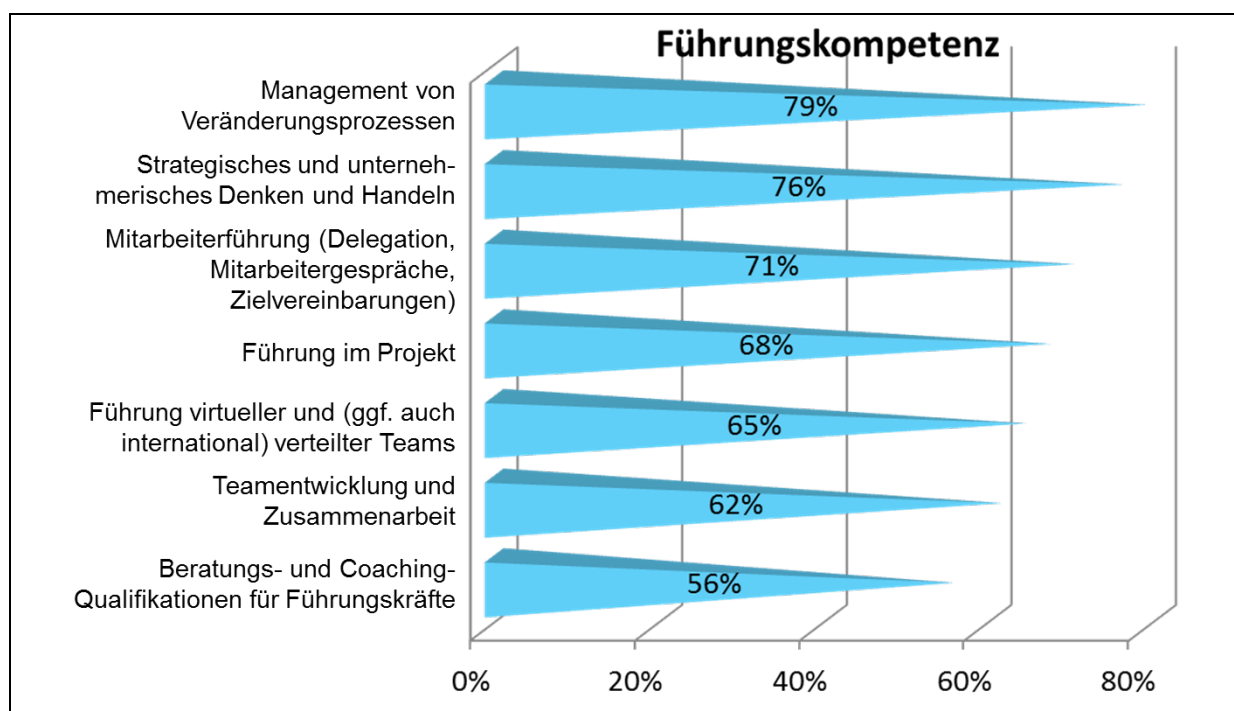


Abbildung 14: Entwicklungsbedarf bei Führungskräften: Führungskompetenz (Antworten „sehr hoch“ bzw. „eher hoch“)

2. Aktuelle weiterbildungspolitische Themen

a) Migration und Flüchtlinge – Erfolgsfaktoren für die Integration

Eine große Anzahl von Frauen, Männern und Familien ist im Laufe des vergangenen Jahres aus dem Bürgerkriegsland Syrien und anderen Krisengebieten nach Deutschland gekommen, um hier Schutz zu suchen. Hinzu kommt eine große Zahl von Menschen mit unterschiedlichen Voraussetzungen, die für sich von einer Einwanderung nach Deutschland eine bessere Zukunft erhoffen.

Das wichtigste Ziel ist es, dass eine Integration in den Arbeitsmarkt bei denjenigen gelingt, die in Deutschland bleiben können. Diese Aufgabe kann nur in gemeinsamer Verantwortung aller Beteiligten bewältigt werden. Die Bildungsunternehmen der Wirtschaft sind bereit, diesen gesellschaftlichen Auftrag gemeinsam mit den Unternehmen anzunehmen.

Welche der folgenden Maßnahmen sollten für die Integration von Flüchtlingen in den Arbeitsmarkt umgesetzt werden?	stimme voll zu	stimme teils zu	neutral	stimme eher nicht zu	stimme nicht zu	k.A.
Verpflichtende Deutschkurse für alle Flüchtlinge mit hoher Bleibeperspektive	88%	9%	0%	0%	0%	3%
Angebote für die Berufsausbildung junger Flüchtlinge mit Unterstützung beim Spracherwerb/Nachholen von Grundqualifikationen	82%	18%	0%	0%	0%	0%
Öffnung von Leih- und Zeitarbeit für Flüchtlinge	38%	26%	26%	6%	0%	3%
Besondere Förderung von Flüchtlingskindern in den Schulen (Willkommensklassen)	56%	32%	12%	0%	0%	0%
Schnellere Anerkennung von im Ausland erworbenen Berufsabschlüssen	47%	32%	18%	3%	0%	0%
Betriebsnah organisierte Integrations- und Sprachkurse in Zusammenarbeit mit Unternehmen	59%	35%	3%	3%	0%	0%
Abschaffung von bestehenden Hindernissen beim Zugang zum Arbeitsmarkt (z.B. Vorrangprüfung)	44%	29%	21%	6%	0%	0%
Möglichkeit für qualifizierte Asylbewerber, eine Arbeitserlaubnis nach dem Zuwanderungsgesetz (Blue Card) zu erlangen	41%	35%	24%	0%	0%	0%

Tabelle 12: Einschätzung der Weiterbildungsunternehmen zu Maßnahmen zur Integration von Flüchtlingen

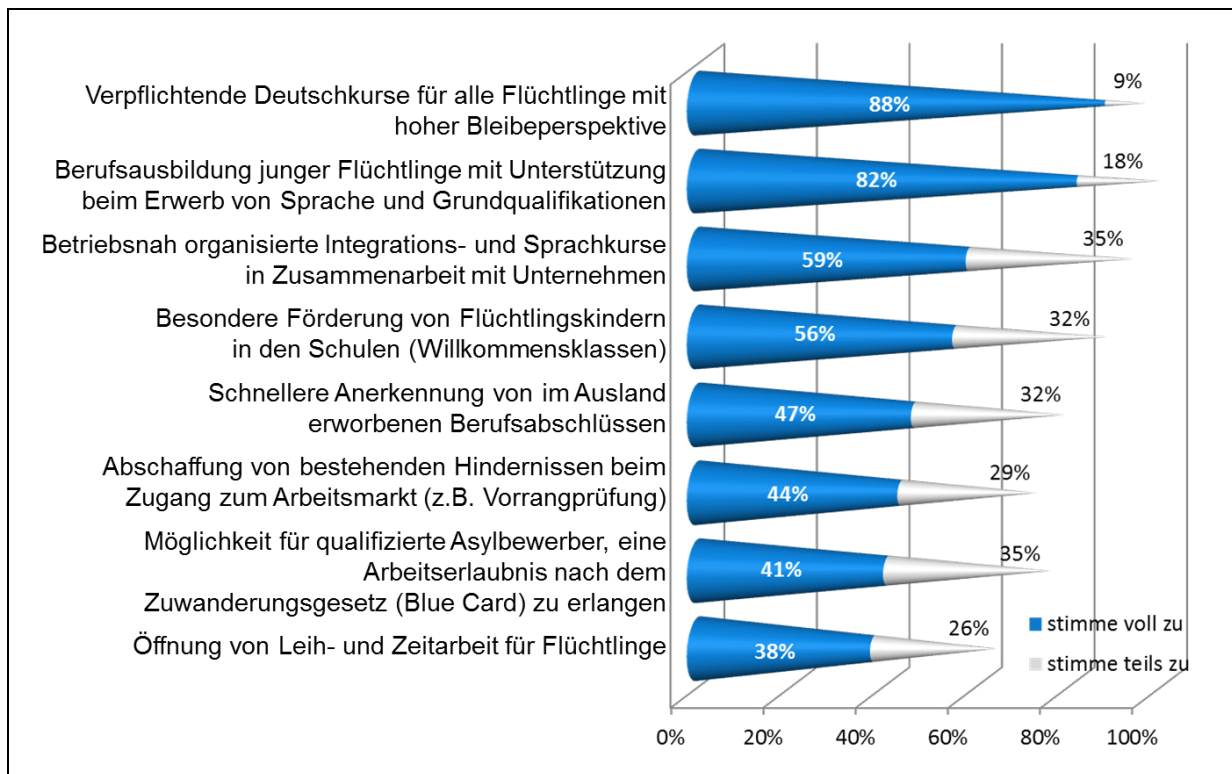


Abbildung 15: Maßnahmen zur Integration von Flüchtlingen

b) Maßnahmen der Weiterbildungseinrichtungen

Die Weiterbildungsunternehmen haben langjährige Erfahrungen in der Konzeption und Umsetzung von Maßnahmen zur Förderung der Integration von Arbeitslosen in den Arbeitsmarkt.

Ein Teil der Mitglieder im Wuppertaler Kreis ist in diesem Bereich tätig und kann durch praxisnahe Förder- und Integrationsprogramme in Zusammenarbeit mit den Unternehmen eine berufsorientierte Qualifikation der Flüchtlinge ermöglichen und damit die Integration in den Arbeitsmarkt unterstützen.

Dazu gehören neben öffentlich geförderten Maßnahmen, z.B. zur Förderung des Berufseinstiegs, auch Maßnahmen im Auftrag von Unternehmen, mit denen fast zwei Drittel der Mitgliedsunternehmen bereits Erfahrungen haben oder die bei ihnen konkret in Planung sind.

Welche Maßnahmen zur Integration von Flüchtlingen bieten Sie an?	Ja			Nein		k.A.
	in der Vergangenheit	projektweise	fest im Angebot	konkret geplant	nicht geplant	
Integrationskurse im Auftrag des Bundesamts für Migration und Flüchtlinge	0%	3%	26%	6%	62%	3%
Individuell entwickelte Maßnahmen im Auftrag von Unternehmen	0%	24%	15%	21%	38%	3%
Maßnahmen zur Vermittlung von Grundkompetenzen / Nachholen von Schulabschlüssen	0%	9%	24%	9%	56%	3%
Anpassungsqualifikationen für die Anerkennung von im Ausland erworbenen Berufsabschlüssen	0%	12%	12%	21%	53%	3%
Maßnahmen zur Förderung des Berufseinstiegs für Flüchtlinge – z.B. durch Potenzialanalysen, begleitete Praktikumsprogramme etc.	3%	3%	35%	15%	41%	3%
Überbetriebliche Ausbildung mit speziell auf die Zielgruppe ausgerichteten Maßnahmen	3%	18%	18%	12%	47%	3%
Integration von Flüchtlingen mit Bleibeperspektive in die bereits vorhandenen Maßnahmen der Arbeitsförderung im Auftrag der Bundesagentur für Arbeit	3%	3%	29%	6%	56%	3%

Tabelle 13: Maßnahmen der Weiterbildungseinrichtungen zur Unterstützung der Integration von Flüchtlingen

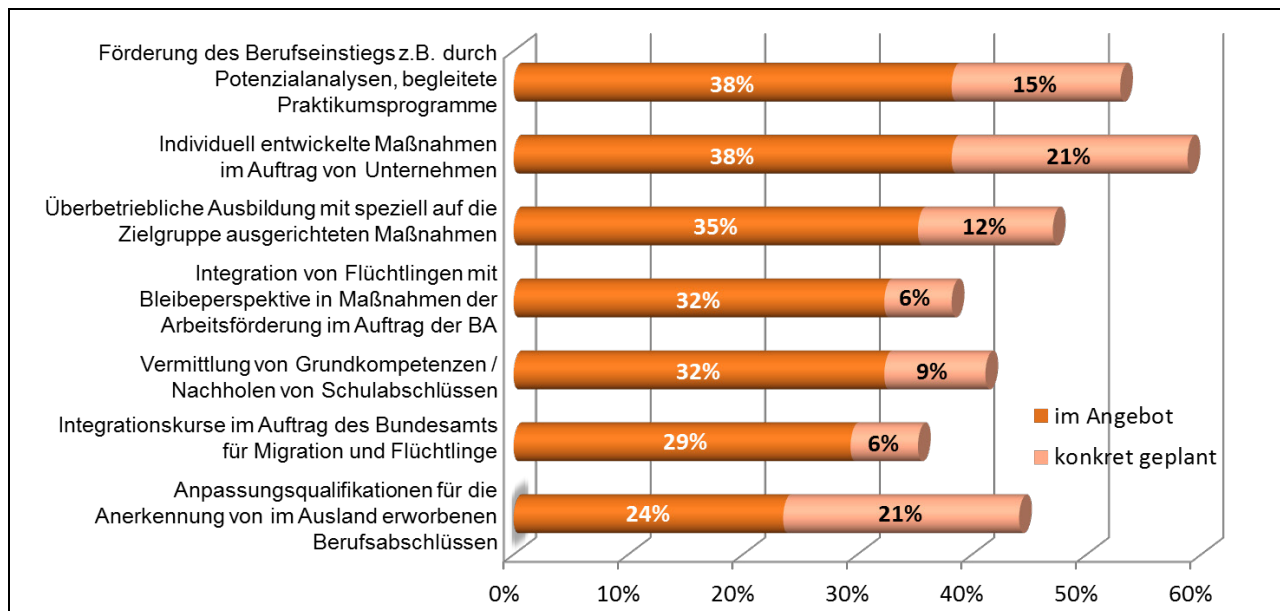


Abbildung 16: Maßnahmen der Mitglieder des Wuppertaler Kreises zur Integration von Flüchtlingen

3. Trends in der Weiterbildung für die digitale Zukunft

a) Digitalisierung in der Weiterbildung

Der digitale Wandel stellt hohe Anforderungen an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Unternehmen. Die Digitalisierung hat weitreichende Auswirkungen auch auf die berufliche Weiterbildung selbst. In allen Phasen der Dienstleistung Weiterbildung von der Entwicklung über die Vermarktung bis zur Durchführung und Nachbereitung hat die Digitalisierung Innovationen ermöglicht, die bereits heute Alltag sind.

Dazu gehören z.B. das Lernen in virtuellen Klassenzimmern und Online-Formate wie Webinare, die von ca. zwei Drittel der Institute gelegentlich oder regelmäßig angeboten werden. Auch Videoproduktionen gehören bei einem großen Teil der Weiterbildungsdienstleister bereits zum Angebot. In der Evaluation setzen zwei Drittel der befragten Weiterbildungsunternehmen bereits auf Online-Teilnehmerbefragungen.

Für die Zukunft erwarten die Weiterbildungsanbieter, dass sich der Trend zum digitalen Lernen auch in der betrieblichen Weiterbildung fortsetzt: Die Bildungsdienstleister rechnen damit, dass in Zukunft Online-Lernen in virtuellen Klassenzimmern, die Bereitstellung von Lerninhalten in digitalen Bibliotheken sowie Videoproduktionen und interaktive Module eine noch deutlich stärkere Rolle in ihrem Dienstleistungsangebot spielen werden als heute.

Welche Erfahrungen haben die Weiterbildungsdienstleister mit der Digitalisierung und welche Chancen sehen Sie für die Zukunft?	Wie häufig setzen Sie diese Instrumente ein?				Wie schätzen Sie die Bedeutung in der Zukunft ein?			
	bisher nicht	gelegentlich	regelmäßig	k.A.	gering	mittel	hoch	k.A.
Bedarfsermittlung und Konzeption								
Online-Assessments oder Tests für Teilnehmende als Eingangsvoraussetzung für die Teilnahme an Weiterbildungsmaßnahmen	41%	35%	21%	3%	18%	59%	21%	3%
Elektronische Fragebögen als Diagnose-Instrumente für Teams/ Gruppen bei Teamentwicklungs- und OE-Maßnahmen	53%	35%	6%	6%	18%	53%	24%	6%
Elektronische Abfragen bei Teilnehmenden vor einer Maßnahme mit dem Ziel der Beteiligung der Teilnehmenden an der Konzeption	56%	38%	3%	3%	32%	41%	24%	3%
Bedarfsermittlung durch den Weiterbildungsanbieter mit Nutzung und Auswertung von Daten der Unternehmen	41%	47%	9%	3%	21%	47%	29%	3%
Durchführung und Bereitstellung der Bildungsmaßnahme								
Entwicklung und Bereitstellung von Webinaren und Online-Lernen in virtuellen Klassenzimmern	35%	29%	35%	0%	12%	32%	50%	6%
Entwicklung und Bereitstellung von Weiterbildungs-Apps für mobile Geräte	65%	29%	6%	0%	9%	41%	44%	6%
Anreicherung von Weiterbildungsmaßnahmen durch interaktive Module (z.B. Chats, Befragungen)	21%	62%	18%	0%	6%	29%	59%	6%
Weiterbildungsangebote mit Serious Games, Simulationen, Planspielen	32%	50%	18%	0%	15%	44%	32%	9%
Produktion von Podcasts und Audiomodulen als Lernmedium	68%	24%	9%	0%	26%	47%	21%	6%
Produktion von Videos als Lernmedium	41%	35%	24%	0%	12%	29%	53%	6%
Online-Konferenzen im Livestream	44%	47%	9%	0%	9%	56%	29%	6%
Durchführung von Online-Prüfungen und Zertifizierungen	62%	24%	15%	0%	3%	62%	26%	9%
Arbeitsplatznahe Bereitstellung von Bildungsinhalten in Lernplattformen oder Wissens-Bibliotheken	44%	32%	24%	0%	6%	35%	53%	6%

Tabelle 14: Erfahrungen der Weiterbildungseinrichtungen mit Digitalisierung und Chancen für die Zukunft

Welche Erfahrungen haben die Weiterbildungsdienstleister mit der Digitalisierung und welche Chancen sehen Sie für die Zukunft?	Wie häufig setzen Sie diese Instrumente ein?				Wie schätzen Sie die Bedeutung in der Zukunft ein?			
	bisher nicht	gelegentlich	regelmäßig	k.A.	gering	mittel	hoch	k.A.
Nachbereitung und Kunden- bzw. Teilnehmerbetreuung								
Evaluation von Weiterbildungsmaßnahmen auf der Basis von Online-Teilnehmerbefragungen	35%	35%	29%	0%	12%	32%	50%	6%
Nachbetreuung der Teilnehmer per E-Mail z.B. mit Übungsaufgaben, Projektaufgaben, Berichten	9%	71%	21%	0%	3%	50%	41%	6%
Transfersicherung über Lernportale und virtuelle Arbeitsgruppen	44%	47%	6%	3%	15%	35%	44%	6%
Vernetzung der Teilnehmenden nach der Weiterbildungsmaßnahme über soziale Medien	29%	53%	18%	0%	12%	41%	41%	6%
Kundenbindung durch Online-Dienstleistungen / z.B. Teilnehmernetzwerke, Erfahrungsaustauschgruppen etc.	32%	62%	6%	0%	15%	38%	41%	6%
Alumni-Netzwerk als Marketing-Zielgruppe für weitere und ergänzende Bildungsangebote	47%	35%	18%	0%	21%	38%	35%	6%

Tabelle 15: Erfahrungen der Weiterbildungseinrichtungen mit Digitalisierung und Chancen für die Zukunft (Fortsetzung)

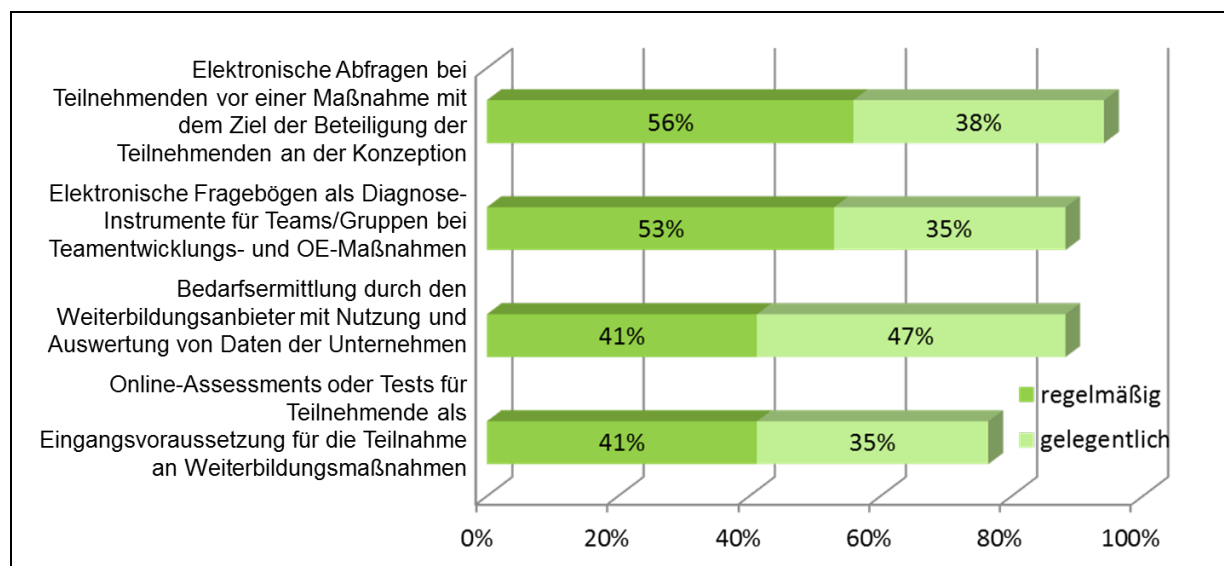


Abbildung 17: Erfahrungen der Mitglieder mit digitalen Angeboten bei Bedarfsermittlung und Konzeption

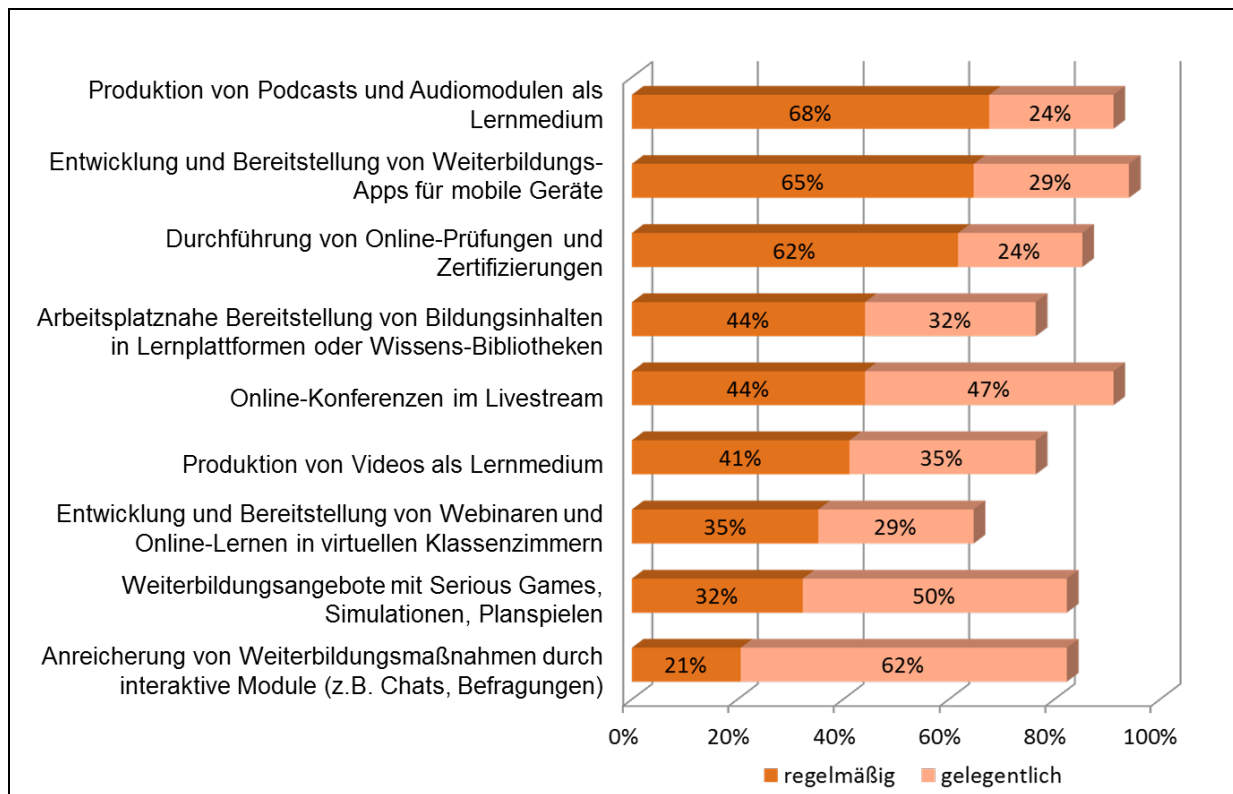


Abbildung 18: Erfahrungen der Mitglieder mit digitalen Angeboten bei der Durchführung und Bereitstellung der Bildungsmaßnahmen

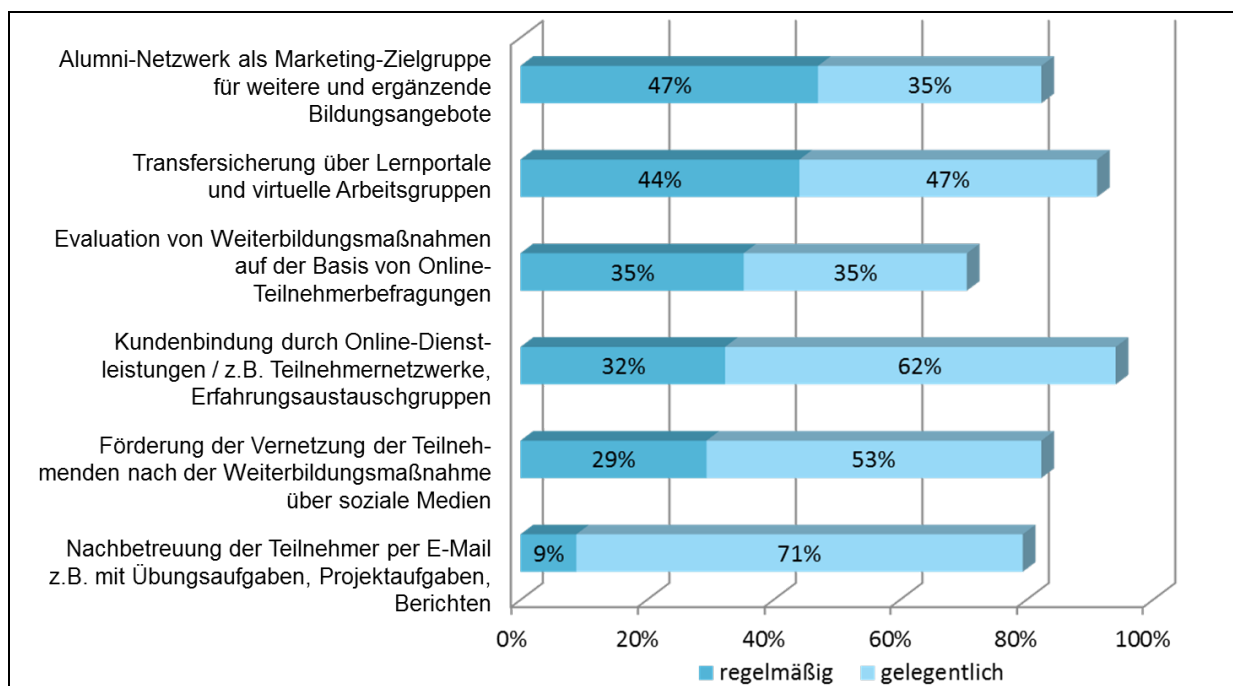


Abbildung 19: Erfahrungen der Mitglieder mit digitalen Angeboten bei der Nachbereitung und Betreuung der Kunden sowie der Teilnehmerinnen und Teilnehmer

b) Digitale Dienstleistung Weiterbildung

Die Digitalisierung der Wirtschaft ist ein Prozess, der z.T. tiefgreifende Änderungen in den Geschäftsprozessen mit sich bringt. Diese

Entwicklung wird auch Änderungen im Geschäftsmodell und in der Art und Weise bewirken, wie Weiterbildungsunternehmen ihre Dienstleistungen erbringen.

Die Weiterbildungsdienstleister gehen zu einem großen Teil davon aus, dass sich der Trend zu einer stärker nachfrageorientierten Bereitstellung von Bildungsinhalten „on demand“ fortsetzt. Die Weiterbildungsanbieter der Wirtschaft sehen sich dabei als Partner der Unternehmen, deren Leistungen in die Prozesse der Unternehmen integriert werden. Die Digitalisierung der Dienstleistung Weiterbildung ist Motor für die weitere Integration: Die Mitglieder erwarten zum Teil, dass auch das Initiieren von Bildungsprozessen im laufenden Arbeitsprozess durch den Bildungsdienstleister erfolgen kann.

Im Zuge dieses Prozesses der stärkeren Integration werden weitere Dienstleister z.B. für die Produktion oder technische Bereitstellung von Bildungsinhalten von den Weiterbildungseinrichtungen mit eingebunden. Dennoch sehen die Weiterbildungsunternehmen auch für die Präsenzveranstaltungen eine Zukunft: Nur ein Drittel der Institute geht davon aus, dass digitale Vermittlungsformen das klassische Seminar ablösen werden.

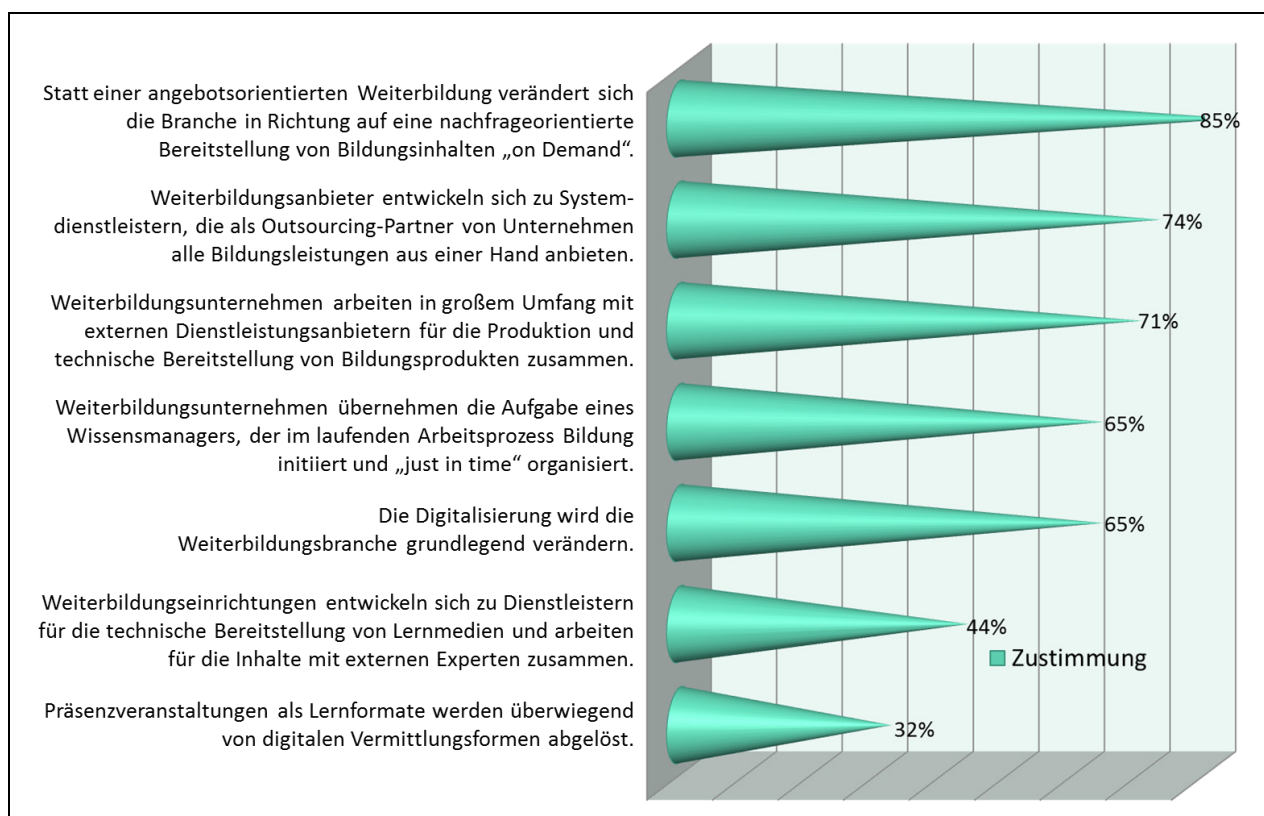


Abbildung 20: Trendaussagen zur Digitalisierung in der Weiterbildung

Welche Veränderungen erwarten Sie in den nächsten 10 Jahren?	stimme voll zu	stimme teils zu	neutral	stimme eher nicht zu	stimme nicht zu	k.A.
Präsenzveranstaltungen als Lernformate werden überwiegend von digitalen Vermittlungsformen abgelöst.	0%	32%	12%	38%	15%	3%
Weiterbildungsunternehmen arbeiten in großem Umfang mit externen Dienstleistungsanbietern für die Produktion und technische Bereitstellung von Bildungsprodukten zusammen.	6%	65%	18%	9%	0%	3%
Weiterbildungseinrichtungen entwickeln sich zu Dienstleistern für die technische Bereitstellung von Lernmedien und arbeiten für die Inhalte mit externen Experten zusammen.	3%	41%	35%	18%	0%	3%
Weiterbildungsanbieter entwickeln sich zu Systemdienstleistern, die als Outsourcing-Partner von Unternehmen alle Bildungsleistungen aus einer Hand anbieten.	9%	65%	12%	12%	0%	3%
Die Digitalisierung wird die Weiterbildungsbranche grundlegend verändern.	24%	41%	21%	9%	0%	6%
Weiterbildungsunternehmen übernehmen in den Unternehmen die Aufgabe eines Wissensmanagers, der im laufenden Arbeitsprozess Bildung initiiert und „just in time“ organisiert.	15%	50%	21%	12%	0%	3%
Statt einer angebotsorientierten Weiterbildung verändert sich die Branche in Richtung auf eine nachfrageorientierte Bereitstellung von Bildungsinhalten „on Demand“.	24%	62%	9%	3%	0%	3%

Tabelle 16: Veränderungen, die die Weiterbildungsdienstleister in den kommenden 10 Jahren erwarten

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 dem SGB tätig sind. Etwas weniger als die Hälfte der Mitgliedseinrichtungen des Wuppertaler Kreises, die an dieser Umfrage teilgenommen haben, führen solche Maßnahmen für öffentliche Auftraggeber durch.

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

Viele derjenigen Institute, die in diesem Bereich tätig sind, berichten für das laufende Jahr über eine positive Entwicklung. Etwa die Hälfte der Bildungsunternehmen, die in diesem Bereich tätig sind, verzeich-

net ein Umsatzwachstum und ein weiteres Drittel kann den Umsatz des Vorjahres zumindest halten.

Die Anzahl der Standorte, in denen diese Dienstleistungen angeboten werden, bleibt weitgehend stabil und die Anzahl der Institute, die Personal auf- bzw. abbauen, sind etwa gleich groß.

<i>Entwicklung des Umsatzes</i>	Umsatzrückgang	gleich bleibender Umsatz	Umsatzwachstum	nicht im SGB-Bereich tätig bzw. k.A.
Anteil der Institute	8,8%	17,6%	23,5%	50,0%

<i>Eingesetztes hauptamtliches Personal</i>	Personalabbau	gleich bleibender Personalstand	Personalzuwachs	nicht im SGB-Bereich tätig bzw. k.A.
Anteil der Institute	11,8%	23,5%	14,7%	50,0%

<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	2,9%	44,1%	2,9%	50,0%

Tabelle 17: Für 2016 erwartete Entwicklung von Umsatz, Personal und Standorten im SGB-Bereich

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

Von den Maßnahmen zur Arbeitsmarktförderung bildet die Berufliche Weiterbildung den Schwerpunkt der Angebote der Weiterbildungseinrichtungen des Wuppertaler Kreises. Insgesamt ist die Entwicklung des laufenden Jahres deutlich positiver als in den vergangenen Jahren. Nach den Rückgängen der Vorjahre scheint sich dieses Aufgabengebiet in diesem Bereich stabilisiert zu haben.

Die meisten der Einrichtungen, die in diesem Bereich tätig sind, berichten zumindest über gleichbleibende Umsätze in allen Formaten, zum Teil auch mit Umsatzwachstum. Einzelne Institute haben jedoch in ihren Maßnahmen für die Arbeitsmarktförderung auch Umsatzrückgänge zu verzeichnen.

Welche der folgenden Maßnahmen der Arbeitsmarktförderung (Bedarflagen nach SGB III) haben Sie durchgeführt?	2015 durchgeführt	Entwicklung 2015 im Vergleich zu 2014			Erwartungen für 2016		
	ja	gestiegen	gleich geblieben	gesunken	steigt	bleibt gleich	sinkt
Beratung und Vermittlung	24%	9%	6%	9%	12%	6%	6%
Aktivierung und berufliche Eingliederung	26%	9%	15%	3%	12%	12%	3%
Berufswahl und Berufsausbildung	29%	6%	18%	6%	12%	15%	3%
Berufliche Weiterbildung	38%	6%	18%	15%	12%	21%	6%
Aufnahme einer Erwerbstätigkeit	18%	6%	9%	3%	15%	3%	0%
Verbleib in Beschäftigung	15%	3%	6%	6%	3%	9%	3%
Teilnahme behinderter Menschen am Arbeitsleben	26%	12%	12%	3%	12%	12%	3%

Tabelle 18: Entwicklung einzelner Angebotsformen im Bereich der nach SGB geförderten Maßnahmen

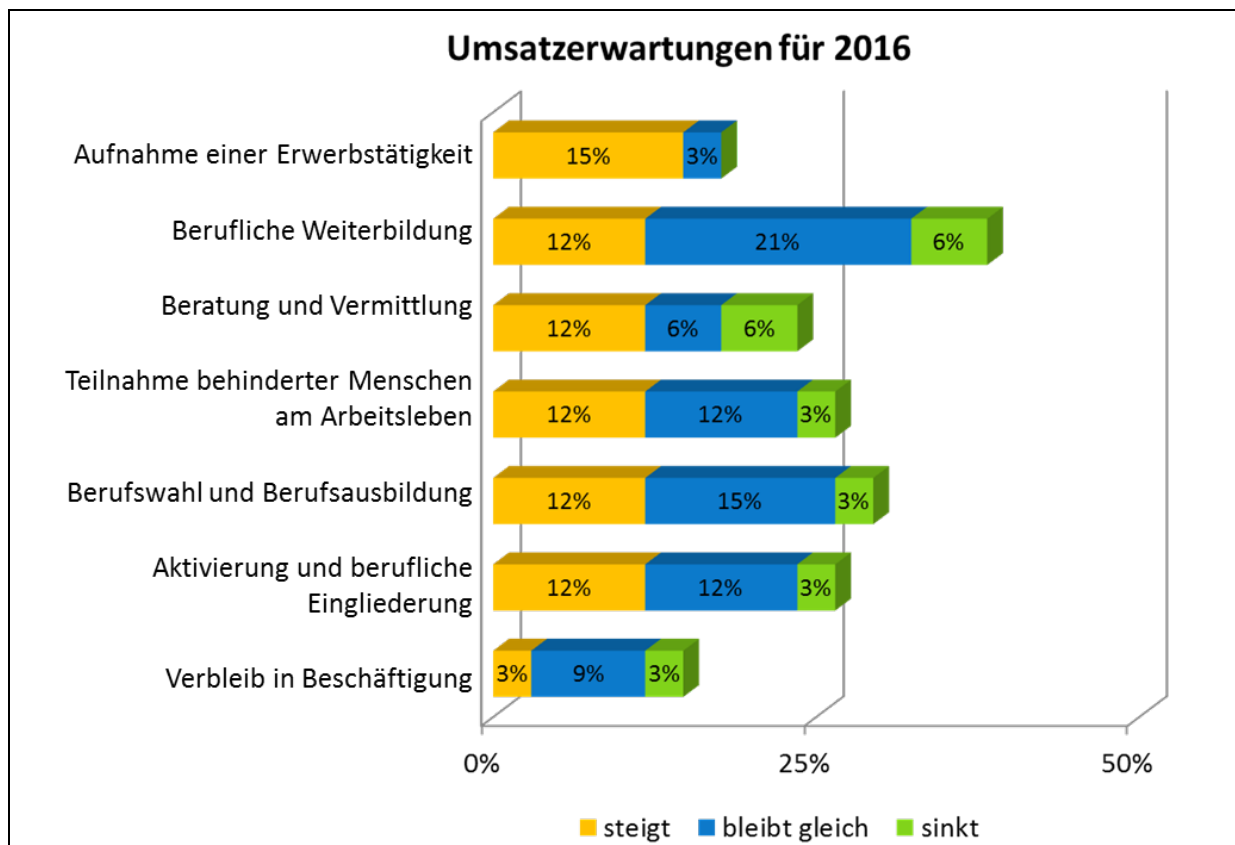


Abbildung 21: Für 2016 erwartete Umsatzentwicklung in den nach SGB geförderten Maßnahmen