

Digitalisierung

Ergebnisse der wbmonitor Umfrage 2019



wbmonitor

WBMONITOR

Johannes Christ | Stefan Koscheck | Andreas Martin |
Hana Ohly | Sarah Widany

Digitalisierung

Ergebnisse der wbmonitor Umfrage 2019

Impressum

Zitiervorschlag:

Christ, Johannes u. a.: Digitalisierung – Ergebnisse der
wb**monitor** Umfrage 2019. Bonn 2020

1. Auflage 2020

Herausgeber:

Bundesinstitut für Berufsbildung, Bonn
Robert-Schuman-Platz 3
53175 Bonn
Internet: www.bibb.de

Publikationsmanagement:

Stabsstelle „Publikationen und wissenschaftliche Informationsdienste“
E-Mail: publikationsmanagement@bibb.de
www.bibb.de/veroeffentlichungen

Gesamtherstellung:

Verlag Barbara Budrich
Stauffenbergstraße 7
51379 Leverkusen
Internet: www.budrich.de
E-Mail: info@budrich.de

Lizenzierung:

Der Inhalt dieses Werkes steht unter einer Creative-Commons-Lizenz
(Lizenztyp: Namensnennung – Keine kommerzielle Nutzung –
Keine Bearbeitung – 4.0 International).



Weitere Informationen zu Creative Commons
und Open Access finden Sie unter
www.bibb.de/oa.

ISBN 978-3-96208-125-6
urn:nbn:de:0035-0846-0

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über www.dnb.de abrufbar.

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	7	
1	wbmonitor Klimawert 2019: Anhaltend gute wirtschaftliche Stimmungslage in der Weiterbildung	10
2	Themenschwerpunkt: Digitalisierung	15
2.1	Technische Ausstattung im Lehr-/Lerngeschehen	16
2.2	Internet: Qualität und Zugang	18
2.3	Digitale Medien und Formate im Lehr-/Lerngeschehen	20
2.4	Digitale Kompetenzen Lehrender	26
2.4.1	Maßnahmen zur Verbesserung der digitalen Kompetenzen Lehrender	31
2.5	Digitale Technik auf Organisationsebene	32
2.5.1	Social-Media-Nutzung für eigene Inhalte	37
2.5.2	Weiterbildungsdatenbanken	38
2.6	Weiterbildungsangebot im Bereich Digitalisierung	40
2.7	Fazit und Ausblick	44
3	Strukturinformationen aus der wbmonitor Umfrage 2019	48
Literaturverzeichnis	60	

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der wbmonitor Klimawerte von 2008 bis 2019.	10
Abbildung 2: Technische Ausstattung (Hardware) im Lehr-/Lerngeschehen (Anteile in %)	17
Abbildung 3: Dauerhafter Internetzugang in Veranstaltungsräumen (Anteile in %; Basis: Anbieter mit dem jeweiligen Raumtyp)	19
Abbildung 4: Einsatzformen digitaler Medien bzw. Formate im Lehr-/Lerngeschehen (Anteile in %; Mehrfachnennungen)	21
Abbildung 5: Digitale Medien und Formate im Lehr-/Lerngeschehen (Anteile in %)	23
Abbildung 6: Digitalisierungsgrad der Veranstaltungen (Mittlere Anteile in %) und Bandbreite digitaler Medien und Formate im Lehr-/Lerngeschehen (Mittlere Anzahl)	24
Abbildung 7: Gründe für den Einsatz digitaler Medien und Formate im Lehr-/Lerngeschehen (Anteile in %; Basis: Anbieter mit deren Einsatz; Mehrfachnennungen)	25
Abbildung 8: Digitale Kompetenzen Lehrender (Anteile in %; Basis: Anbieter, die digitale Medien bzw. Formate einsetzen)	28
Abbildung 9: Maßnahmen der Einrichtungen zur Verbesserung der digitalen Kompetenzen Lehrender (Anteile in %; Basis: Anbieter, die digitale Formate bzw. Medien einsetzen; Mehrfachnennungen)	32
Abbildung 10: Einsatz digitaler Technik auf Organisationsebene (Anteile in %)	35
Abbildung 11: Häufigkeit der Nutzung von Social Media bzw. Web 2.0 zur Bereitstellung eigener Inhalte (Anteile in %; Basis: Anbieter mit Nutzung von Social Media)	37
Abbildung 12: Nutzung von KURSNET und Typen von Weiterbildungsdatenbanken (Anteile in %; Basis: Anbieter, die Weiterbildungsdatenbanken nutzen; Mehrfachnennungen)	39
Abbildung 13: Durchgeführte Weiterbildungsthemen im Bereich Digitalisierung (Anteile in %; Mehrfachnennungen)	42
Abbildung 14: Anbietertypen in der Weiterbildung (Anteile in %)	49
Abbildung 15: Stellenwert beruflicher Weiterbildung, differenziert nach Art der Einrichtung (Anteile in %)	50
Abbildung 16: Themenbereiche beruflicher Weiterbildung (Anteile in %; Basis: Anbieter beruflicher Weiterbildung).	50
Abbildung 17: Stellenwert allgemeiner Weiterbildung, differenziert nach Art der Einrichtung (Anteile in %)	52
Abbildung 18: Themenbereiche allgemeiner Weiterbildung (Anteile in %; Basis: Anbieter allgemeiner Weiterbildung)	54
Abbildung 19: Durchschnittliche Finanzierungsanteile von Weiterbildungsanbietern (Mittelwerte in %)	55
Abbildung 20: Anteile von Personalgruppen im Bereich Weiterbildung, differenziert nach Art der Einrichtung (Mittelwerte in %)	58

Abbildung 21: Anteile befristet Beschäftigter am angestellten Personal (inkl. Beamte) im Bereich Weiterbildung, differenziert nach Art der Einrichtung (Mittelwerte in %)	59
Tabelle 1: Klimawert, wirtschaftliche Lage und Erwartung für ausgewählte Teilgruppen von Weiterbildungsanbietern 2019	13

Zusammenfassung

Mit dem Themenschwerpunkt der Umfrage 2019 untersucht **wbmonitor** den aktuellen Stand der Digitalisierung von Weiterbildungsanbietern (siehe Kapitel 2). Im Fokus steht dabei vor allem der digitale Technikeinsatz in den Einrichtungen, wobei besonderes Augenmerk auf das Lehr-/Lerngeschehen gerichtet wird. Neben der diesbezüglichen Ausstattung mit digitaler Hardware und dem Einsatz digitaler Medien und Formate werden auch die entsprechenden Kompetenzen des Lehrpersonals in den Blick genommen. Darüber hinaus wird die Nutzung digitaler Technik in weiteren Bereichen der Organisation (z. B. Angebotsvermarktung und Verwaltung) betrachtet. Ergänzend liefert der Bericht eine erste Bestandsaufnahme zum thematischen Angebot der Weiterbildungseinrichtungen im Bereich Digitalisierung.

Während die überwiegende Mehrheit der Anbieter mit Beamern und digitalen Endgeräten (PC/Laptop/Notebook/Tablet) für Lehrende gut ausgestattet ist (84 % bzw. 72 %), ist dies bei Endgeräten für Teilnehmende nur bei etwas mehr als einem Drittel (37 %) der Fall. Das größte Ausstattungsdefizit ist jedoch bei Interaktiven Whiteboards zu beobachten. Bezüglich dieser vermelden mehr Anbieter eine mangelnde oder fehlende Ausstattung (47 %) als eine ausreichende Versorgung (24 %). Virtual Reality (VR) und Augmented Reality (AR) Brillen sind bislang sehr selten an Weiterbildungseinrichtungen anzutreffen (6 % bzw. 3 %), werden von den meisten Anbietern aktuell aber auch nicht benötigt. Hinsichtlich der Internetqualität besteht aus Sicht vieler Einrichtungen Luft nach oben. Während nur etwa ein Viertel (23 %) diese als sehr gut bewertet, bewegen sich die meisten Einschätzungen im mittelmäßigen bis positiven Bereich (60 %). Die Beurteilungen einer (eher) schlechten Internetqualität (17 %) dürften vorrangig auf Einrichtungen in eher ländlichen Regionen zurückzuführen sein.

Der klassische Präsenzunterricht ist zum Zeitpunkt der Erhebung im Mai/Juni 2019 das dominierende Veranstaltungsformat. Der Einsatz digitaler Medien und Formate im Lehr-/Lerngeschehen finden am häufigsten in ergänzender bzw. unterstützender Form statt (80 % der Anbieter). Etwas mehr als ein Drittel (36 %) bietet Blended Learning bzw. integriertes Lernen an, das Phasen des Präsenz- und Onlinelernens didaktisch zielgerichtet kombiniert. Reine Onlinekurse führt dagegen weniger als jede fünfte Einrichtung durch (18 %) und nur fünf Prozent setzen überwiegend oder vollständig auf virtuelle Seminare. Bei den letztgenannten Anbietern – die in der aktuellen Phase der Corona-Pandemie ihren Betrieb offensichtlich aufrechterhalten können – handelt es sich mehrheitlich um Anbieter in privat-kommerzieller Ausrichtung. Inwieweit Einrichtungen, die bislang nicht im Bereich der Onlineweiterbildung tätig sind, ihr Angebot mit Blick auf die derzeitigen Kontaktbeschränkungen umstellen können, dürfte maßgeblich von ihrer technischen Ausstattung sowie den digitalen Kompetenzen des Lehrpersonals abhängig sein.

Im Durchschnitt kommen in jeder zweiten Veranstaltung (49 % der Veranstaltungen) digitale Medien bzw. Formate zum Einsatz. Im Weiterbildungsbereich der (Fach-)Hochschulen sowie bei wissenschaftlichen Akademien (89 %) und bei beruflichen Schulen (64 %) ist dies am häufigsten der Fall. Hinsichtlich der Nutzung konkreter digitaler Medien und Formate sind digitale Textmaterialien wie z. B. PDF-Dokumente (von 93 % genutzt), Videos (82 %) sowie digitales Audiomaterial (51 %) – entsprechend des meist unterstützenden Einsatzes – am weitesten verbreitet. Weniger als die Hälfte der Einrichtungen nutzen eine Lernplattform bzw. ein Lernmanagementsystem (45 %), Selbstlernprogramme (42 %) oder Social-Media-Anwendungen wie z. B. Foren, Blogs, Wikis oder Facebook-Gruppen (40 %). Weitere Formate wie beispielsweise Mobile Learning (28 %), Mikrolernen bzw. Learning Nuggets (20 %), Game-based Learning bzw. Serious Games (10 %) oder virtuelle Realität (8 %) sind bei vergleichsweise wenigen Einrichtungen im Einsatz. Die Motive der Einrichtungen für den Einsatz digi-

taler Medien und Formate im Lehr-/Lerngeschehen sind vielfältig und reichen vom inhaltlich bedingten Erfordernis über Umwelterwartungen und pädagogische Motive bis zu Aspekten der Marktpositionierung.

Mit Blick darauf, dass die digitalen Kompetenzen der Lehrenden eine zentrale Ressource für einen didaktisch zielgerichteten Einsatz digitaler Medien und Formate darstellen, interessierte sich **wbmonitor** für die Einschätzungen der Einrichtungen zur aktuellen Situation sowie für deren Bedeutung hinsichtlich der Rekrutierung von Lehrenden. Während die Nutzung von Laptop und Beamer als i. d. R. vorhandene Basiskompetenz anzusehen ist und die Lehrenden meist auch über aktuelle Datenschutzkenntnisse verfügen, lassen sich in der Gesamtschau der Ergebnisse vor allem hinsichtlich der medienpädagogischen Kompetenzen, der Anwendung von Verfahren der Learning Analytics zur Feststellung von Lernfortschritten sowie darin, Lernende zu befähigen, selbst mittels digitaler Technik Lerninhalte zu erarbeiten, Entwicklungspotenziale identifizieren. In der überwiegenden Mehrheit (81 %) unterstützen die Einrichtungen die Lehrenden bei der Entwicklung digitaler Kompetenzen. Am häufigsten werden diesbezüglich interne Weiterbildungsveranstaltungen durchgeführt (55 %). Ebenfalls mehr als die Hälfte der Anbieter fördern die Teilnahme an externen Weiterbildungen in Präsenzform zu digitalen Kompetenzen (durch Kostenübernahme und/oder Freistellung) (53 %) bzw. praktizieren individuelles Coaching durch eigene Mitarbeitende (52 %).

Auch auf Organisationsebene, womit u. a. den eigentlichen Weiterbildungsveranstaltungen vor- und nachgelagerte Prozesse gemeint sind, machen zahlreiche Anbieter von digitaler Technik Gebrauch. Am verbreitetsten ist dabei die Nutzung in Bezug auf die Vermarktung des Angebots. So verfügt fast jede Einrichtung über eine eigene Website (97 %), über die häufig Kurse direkt gebucht werden können (64 %). Jeweils mehr als die Hälfte der Anbieter sind mit eigenen Inhalten auf Social-Media- bzw. Web-2.0-Seiten wie z. B. Facebook vertreten (62 %), nutzen Weiterbildungsdatenbanken zur Veröffentlichung von Angeboten (61 %) oder versenden per E-Mail Newsletter (53 %). Demgegenüber führt nur eine kleine Minderheit persönliche Weiterbildungsberatung online via Chat oder Skype durch (13 %). Bezüglich der weiteren abgefragten Nutzungen in den Bereichen Mitarbeitende, Verwaltung, Datenanalyse sowie Prüfung und Evaluation ist eine mehrheitliche Verwendung lediglich beim Intranet für Mitarbeitende festzustellen (59 %). Telearbeit (Homeoffice) für Angestellte (43 %) und virtuelle Arbeitstreffen (35 %), denen in Zeiten der Corona-Pandemie eine gestiegene Relevanz zukommt, nutzten zum Zeitpunkt der Befragung weniger als die Hälfte der Einrichtungen.

Vor dem Hintergrund, dass der Weiterbildung eine zentrale Bedeutung zur Bewältigung der digitalen Transformation zugemessen wird, befragte **wbmonitor** die Anbieter zudem zu ihrem thematischen Weiterbildungsangebot im Bereich Digitalisierung. In der Verbreitung der einzelnen abgefragten Themen spiegelt sich die Heterogenität der Weiterbildungsbranche wider. Neben der Anwendung von Office-Standardsoftware (48 %) und der Bedienung digitaler Endgeräte (35 %) werden lediglich die Querschnittsthemen Datenschutzrecht (43 %) und Datensicherheit (38 %) von jeweils mehr als einem Drittel der Anbieter durchgeführt. Während Kurse zur Anwendung verschiedener Standardsoftware vor allem an den Volkshochschulen durchgeführt werden, sind berufsspezifische digitale Themen wie z. B. die Bedienung fachspezifischer digitaler Hardware oder Computer-aided Design (CAD) vorrangig an beruflichen Schulen sowie den Kammereinrichtungen anzutreffen. Im Bereich der wissenschaftlichen Weiterbildung sind u. a. Themen im Zusammenhang mit dem Internet wie z. B. Social Media, E-Commerce bzw. Online-marketing sowie Data Science/Big Data überdurchschnittlich verbreitet.

Wie jedes Jahr ermittelt **wbmonitor** die wirtschaftliche Stimmungslage der Weiterbildungsanbieter (siehe Kapitel 1). Im ersten Halbjahr 2019 ist der Klimawert für alle Anbieter mit +44 deutlich positiv. Mit einer Verbesserung um drei Punkte gegenüber dem Vorjahr nähert sich der Wert wieder dem bisherigen Höchstwert des Jahres 2017 (+51) an. Differenziert nach

Teilsegmenten, die anhand der Hauptfinanzierungsquellen der Einrichtungen unterschieden werden, zeigen sich allerdings unterschiedliche Entwicklungen. In der insgesamt positiven Entwicklung des Wirtschaftsklimas spiegelt sich vor allem der Aufschwung bei den überwiegend durch Einnahmen von Arbeitsagenturen und Jobcentern finanzierten Einrichtungen wider, deren Klimawert nach einem zwischenzeitlichen Einbruch 2018 im Mai/Juni 2019 mit +47 um 40 Punkte über dem Vorjahreswert liegt und damit nahezu das Niveau von 2017 (+53) erreicht. Die Stimmung bei den überwiegend für betriebliche Kunden tätigen Einrichtungen verbessert sich leicht um zwei Punkte auf +61. Damit herrscht weiterhin eine ausgezeichnete Stimmung in diesem Anbietersegment. Der Klimawert der überwiegend öffentlich finanzierten Anbieter liegt demgegenüber mit +35 wie im Vorjahr (+36) auf unterdurchschnittlichem Niveau, ist aber dennoch positiv. Einzig bei Anbietern, die ihre Einnahmen überwiegend von Teilnehmenden bzw. Selbstzahlenden beziehen, ist eine nennenswerte Verschlechterung zu verzeichnen. Mit einem Klimawert von +42 berichten Einrichtungen in diesem Segment zwar ebenfalls von einer guten Wirtschaftsstimmung, allerdings setzt sich der Negativtrend der Vorjahre fort; der Wert liegt acht Punkte unter dem Vorjahreswert und 13 Punkte unter dem Wert von 2017.

Die ergänzenden Strukturinformationen (siehe Kapitel 3) fokussieren die Angebotsprofile der Anbieter in den Bereichen der beruflichen und der allgemeinen Weiterbildung sowie deren Personal- und Finanzierungsstrukturen. Um der Heterogenität der Anbieterlandschaft Rechnung zu tragen, werden die Ergebnisse nach den verschiedenen Anbietertypen differenziert, die von privatwirtschaftlichen Betrieben bis zu staatlichen Einrichtungen bzw. Schulen reichen.

Mit Blick auf die Angebotsprofile zeigen die Ergebnisse, dass fast alle Anbieter (92 %) in der beruflichen Weiterbildung aktiv sind. Themen, die der allgemeinen Weiterbildung zuzuordnen sind, sind für etwa zwei Drittel (67 %) aller Anbieter relevant. Die verschiedenen Anbietertypen unterscheiden sich sowohl hinsichtlich der Angebotsschwerpunkte als auch der thematischen Angebotsbreite innerhalb der beruflichen und allgemeinen Weiterbildung deutlich.

Die Analyse der Finanzierungsstrukturen verdeutlicht verschiedene Schwerpunktsetzungen der Anbietertypen hinsichtlich der Ausrichtung auf private individuelle und betriebliche Kunden, Arbeitsmarktdienstleistungen nach SGB III/II sowie Angebote im öffentlichen Auftrag bzw. Interesse, die von Gebietskörperschaften (Kommune, Land, Bund) bzw. der Europäischen Union (EU) finanziert werden. Von geringerer Bedeutung sind Einnahmen von nicht öffentlichen Trägern der Einrichtungen und Sonstigen.

Die dominierende Beschäftigungsform in der Weiterbildung sind Tätigkeiten im Rahmen von Honorarverträgen. So entfallen 77 Prozent des gesamten Weiterbildungspersonals auf Honorarkräfte, während weitere 16 Prozent angestellt (bzw. verbeamtet) sind. Sieben Prozent engagieren sich ehrenamtlich. Zwischen den verschiedenen Anbietertypen bestehen deutliche Unterschiede in den Personalstrukturen.

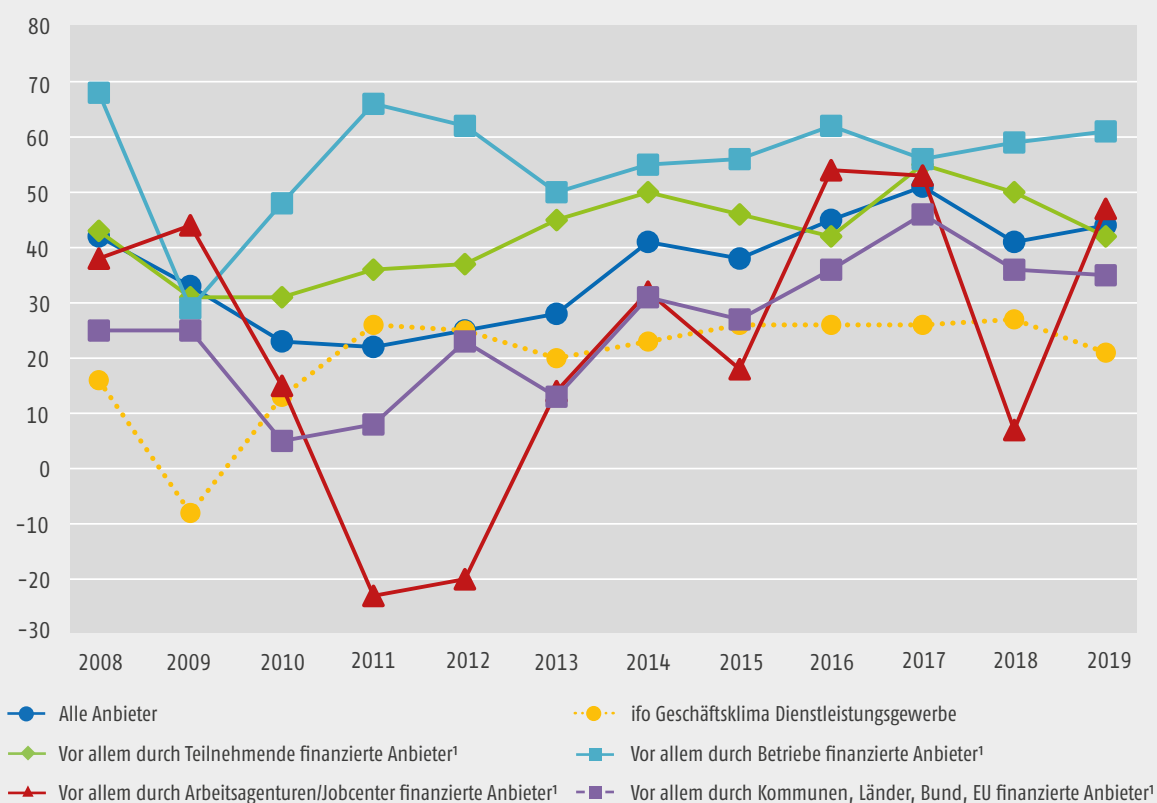
Methodische Hinweise

Jährlich im Mai rufen das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) und das Deutsche Institut für Erwachsenenbildung – Leibniz-Zentrum für Lebenslanges Lernen e. V. (DIE) alle dem **wbmonitor** bekannten Anbieter beruflicher und/oder allgemeiner Weiterbildung dazu auf, den Fragebogen zu wechselnden Themenschwerpunkten, Wirtschaftsklima, Leistungen und Strukturen online zu beantworten. 2019 wurden insgesamt 18.050 Anbieter eingeladen, sich bis Ende Juni an der Erhebung zu beteiligen. Die gewichteten und hochgerechneten Ergebnisse basieren auf den Angaben von 1.551 Einrichtungen mit gültiger Umfrageteilnahme (Rücklaufquote 8,8 %). Da die Grundgesamtheit der Weiterbildungsanbieter strukturell nicht hinreichend bekannt ist, kommt ein regionalindikatorbasiertes Gewichts- und Hochrechnungsverfahren zur Anwendung (vgl. Koscheck 2010). Für weitere Informationen und Definitionen siehe www.wbmonitor.de.

1 wbmonitor Klimawert 2019: Anhaltend gute wirtschaftliche Stimmungslage in der Weiterbildung

Wie bereits in den Vorjahren ist auch zum Ende der ersten Jahreshälfte 2019 eine deutlich positive wirtschaftliche Stimmungslage bei den Weiterbildungseinrichtungen zu verzeichnen. Der wbmonitor Klimawert für alle Anbieter liegt mit +44 um drei Punkte über dem Wert des Vorjahres (+41) und nähert sich damit wieder dem bislang höchsten Niveau in den Jahren 2016 (+45) und 2017 (+51) an (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Entwicklung der wbmonitor Klimawerte von 2008 bis 2019



¹ 50 % und mehr der Einnahmen in der Weiterbildung stammen aus den angegebenen Finanzierungsquellen.

In die Klimawerte fließen die Einschätzungen zur aktuellen und zukünftigen Situation ein. Sie können zwischen -100 und +100 schwanken, wobei höhere Werte eine bessere Stimmung anzeigen.

Quellen: BIBB/DIE wbmonitor Umfragen 2008 bis 2019; ifo Geschäftsklima Dienstleistungsgewerbe 2008 bis 2019.

Damit ist die Wirtschaftsstimmung in der Weiterbildungsbranche seit 2013 besser als in der gesamten Dienstleistungsbranche. Letztere hat sich – im Gegensatz zur Weiterbildung – gegenüber 2018 verschlechtert. Während das ifo Geschäftsklima im Vorjahr noch bei +27 lag, verringert sich der Wert im Mai/Juni 2019 um sechs Punkte auf +21¹ (vgl. IFO INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTSFORSCHUNG 2019). Nachdem sich die beiden Werte 2018 gegenüber 2017 aufgrund einer leichten Verschlechterung bei den Weiterbildungsanbietern annäherten, vergrößert sich

¹ Mittelwert der Monatswerte Mai und Juni (die Werte des ifo Geschäftsklimas wurden gemittelt, da die Einschätzungen der Weiterbildungsanbieter in beiden Monaten abgegeben wurden).

der Abstand zwischen der Weiterbildung und der Dienstleistungsbranche insgesamt 2019 wieder auf 23 Punkte.² Differenziert nach der Wirtschaftslage und der erwarteten Situation im kommenden Jahr zeigt sich, dass die unterschiedlichen Klimawerte 2019 vor allem durch eine deutlich optimistischere Erwartung der Weiterbildungsanbieter, verglichen mit derjenigen der Dienstleister insgesamt, beeinflusst werden (Erwartungswerte +36 bzw. +4 (vgl. Tabelle 1)). Die positiven Erwartungen der Weiterbildungseinrichtungen im ersten Halbjahr 2019 stehen möglicherweise auch im Zusammenhang mit der im Zuge der Digitalisierung steigenden Bedeutung der Weiterbildung, die 2019 in der Nationalen Weiterbildungsstrategie der Bundesregierung (vgl. BMAS/BMBF 2019) Ausdruck gefunden hat. Im Unterschied zum deutlichen Kontrast der Erwartungswerte wird die Wirtschaftslage von beiden positiv eingeschätzt, wobei die Weiterbildungsanbieter auch hier einen höheren Wert aufweisen (Lagewert +53 versus +40 bei den Dienstleistern).

► **Deutlicher Klimaaufschwung bei Anbietern mit Hauptfinanzierung durch Arbeitsagenturen und Jobcenter**

Differenziert nach den Hauptfinanzierungsquellen der Anbieter zeigen sich im Mai/Juni 2019 unterschiedliche Entwicklungen, nach denen der insgesamt positive Trend nicht auf alle Einrichtungen zutrifft. So spiegelt sich in der positiven Entwicklung des Wirtschaftsklimas in der Weiterbildungsbranche insgesamt vor allem der Aufschwung der Stimmungslage bei den überwiegend (50 % und mehr) durch Einnahmen von Arbeitsagenturen und Jobcentern finanzierten Einrichtungen wider. Im Vergleich mit Anbietern, die sich hauptsächlich aus anderen Einnahmequellen finanzieren, sind in diesem Anbietersegment über den gesamten Beobachtungszeitraum hinweg die stärksten Schwankungen der wirtschaftlichen Stimmung zu verzeichnen. Nach einem zwischenzeitlichen Einbruch im Vorjahr – der Klimawert lag 2018 bei lediglich +7 – erreicht das Klima 2019 mit einem deutlichen Zuwachs um 40 Punkte einen Wert von +47 und liegt damit fast wieder auf dem Niveau von 2017 (+53). Die Einrichtungen in diesem Segment blicken optimistischer in die Zukunft als die meisten anderen Einrichtungen, was sich in einem Erwartungswert von +43 widerspiegelt (alle Anbieter: +36). Lediglich der Erwartungswert der hauptsächlich durch Betriebe finanzierten Anbieter ist höher (+55). Möglicherweise drückt sich in dem positiven Erwartungswert der vor allem für Arbeitsagenturen/Jobcenter tätigen Einrichtungen aus, dass mit dem Qualifizierungschancengesetz die Weiterbildungsförderung für Beschäftigte im Rahmen der Arbeitsförderung deutlich ausgeweitet wurde. Im Zuge dessen wurde im Haushalt der Bundesagentur für Arbeit für 2019 die Weiterbildungsförderung um rund 500 Mio. Euro auf 2,2 Mrd. Euro aufgestockt (vgl. BA 2018a). Auch die Lage wird mit +51 sehr positiv bewertet. Der Aufschwung der wirtschaftlichen Stimmung geht einher mit einer im Vorfeld des Erhebungszeitpunkts erfolgten Zunahme der Fördermaßnahmen/-fälle arbeitsmarktpolitischer Instrumente der Rechtskreise Sozialgesetzbuch (SGB) II und III. So erhöhte sich sowohl die Summe der Eintritte in Maßnahmen der Förderung beruflicher Weiterbildung (FbW) im gleitenden Jahreszeitraum von Juni 2018 bis Mai 2019 um 11,4 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum als auch die Summe der Zugänge in Maßnahmen zur Aktivierung und beruflichen Eingliederung (MzAubE) um 3,7 Prozent (vgl. BA 2019). Im Vorfeld der Erhebung 2018, in der sich die Stimmungslage gegenüber 2017 deutlich verschlechtert hatte, waren diese Zahlen noch rückläufig.³

2 Der Abstand betrug 2018 noch 14 Punkte.

3 Die Anzahl der Eintritte in FbW im gleitenden Jahreszeitraum von Juni 2017 bis Mai 2018 sank um 12,4 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die Anzahl der Zugänge in MzAubE lag um 16,3 % unter der des Vorjahreszeitraums (vgl. BA 2018b).

► **Überwiegend betrieblich finanzierte Anbieter sind weiterhin positiv gestimmt**

Eine nahezu unverändert positive Stimmung ist bei Einrichtungen zu beobachten, die ihre Einnahmen überwiegend von betrieblichen Kunden beziehen. Gegenüber allen anderen Anbietern ist die wirtschaftliche Stimmungslage in den Einrichtungen dieses Segments mit einem Klimawert von +61 (mit leichter Verbesserung gegenüber 2018 um 2 Punkte) mit Abstand am positivsten. Damit liegt der Wert 17 Punkte über dem Gesamtdurchschnitt aller Anbieter (+44). Mit Blick auf die Entwicklung im gesamten Zeitverlauf liegen die Klimawerte der hauptsächlich betrieblich finanzierten Anbieter seit 2010 kontinuierlich über den Werten der überwiegend aus anderen Einnahmequellen finanzierten Anbieter. Die durchgehend überdurchschnittlich positive wirtschaftliche Stimmungslage in diesem Anbietersegment in den vergangenen Jahren korrespondiert mit einer konstant hohen Weiterbildungsaktivität von Betrieben (seit 2011 investieren regelmäßig mehr als die Hälfte aller Betriebe in Deutschland in die Weiterbildung ihrer Beschäftigten (vgl. DETTMANN u. a. 2019)). Wenngleich der Erwartungswert mit +55 etwas niedriger liegt als der Lagewert (+67), weist dieser im Mai/Juni 2019 auf einen weiterhin hohen Weiterbildungsbedarf in Betrieben hin.⁴

4 Welche Auswirkungen die Corona-Krise auf die betriebliche Nachfrage nach Qualifizierungsleistungen der Weiterbildungsanbieter hat, wird in der wbmonitor Umfrage 2020 zu ermitteln sein.

Tabelle 1: Klimawert, wirtschaftliche Lage und Erwartung für ausgewählte Teilgruppen von Weiterbildungsanbietern 2019

		Klimawert	Lage	Erwartung	Anzahl Anbieter (Lage)
		gemittelt aus Lage und Erwartung	Saldo ¹ positiv/negativ	Saldo ¹ besser/schlechter	Hochrechnung auf Basis von Anbietern
Alle Anbieter		44	53	36	1.097
Einnahmen/Zuwendungen von Teilnehmenden	keine Einnahmen	49	54	44	188
	1 % bis 25 %	47	55	40	346
	26 % bis 49 %	36	49	24	201
	50 % und mehr	42	50	34	311
Einnahmen/Zuwendungen von Betrieben	keine Einnahmen	35	42	28	399
	1 % bis 25 %	44	57	32	345
	26 % bis 49 %	41	43	38	77
	50 % und mehr	61	67	55	225
Einnahmen/Zuwendungen von Arbeitsagenturen/Jobcentern	keine Einnahmen	46	56	36	643
	1 % bis 25 %	37	43	31	247
	26 % bis 49 %	42	52	31	42
	50 % und mehr	47	51	43	114
Einnahmen/Zuwendungen von Kommunen, Ländern, Bund, EU	keine Einnahmen	48	54	43	412
	1 % bis 25 %	53	58	48	230
	26 % bis 49 %	37	50	24	124
	50 % und mehr	35	47	23	280
Art der Einrichtung	privat-kommerziell	63	64	63	246
	privat-gemeinnützig	40	44	36	169
	betriebliche Bildungseinrichtung	61	60	62	36
	wirtschaftsnah (Kammer, Innung, Berufsverband u. Ä.)	51	61	43	110
	Volkshochschule	37	53	21	197
	berufliche Schule, (Fach-)Hochschule, Akademie	47	53	41	106
	Einrichtung einer Kirche, Partei, Gewerkschaft, Stiftung, eines Verbandes, Vereins	32	42	22	207
Hauptausrichtung des Weiterbildungsangebots	beruflich	52	56	48	488
	allgemein	33	51	17	216
	beruflich und allgemein	41	50	33	221
	Weiterbildung ist Nebenaufgabe	45	50	39	164
Standort	alte Länder	45	54	36	889
	neue Länder mit Berlin	39	45	33	208
Zum Vergleich	ifo Dienstleistungsgewerbe	21	40	4	

¹ Der Saldo ist die Differenz der positiven und negativen Anteilswerte mit einer theoretischen Spanne von +100 bis -100.

Quelle: BIBB/DIE wbmonitor Umfrage 2019; hochgerechnete Werte auf Basis von n = 1.097 gültigen Angaben; ifo Geschäftsklima Dienstleistungsgewerbe (Monatswerte Mai/Juni 2019 gemittelt)

► **Nahezu unverändertes Stimmungsbild auch bei öffentlich finanzierten Anbietern**

Ebenfalls nahezu auf Vorjahresniveau liegt 2019 der Klimawert für Einrichtungen, bei denen 50 Prozent und mehr ihrer Einnahmen aus Mitteln der öffentlichen Hand (Kommunen, Länder, Bund, EU) stammen (+35 versus +36 in 2018). Im Vergleich mit Einrichtungen der anderen Segmente weisen diese den niedrigsten Klimawert auf. Nach einem Höchstwert der vor allem öffentlich finanzierten Anbieter in 2017 (+46), der vermutlich im Zusammenhang mit einem zwischenzeitlichen Zuwachs der Einnahmen aus Integrationskursen mit Förderung durch das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge (BAMF) und einer daraus resultierenden positiven Zukunftserwartung stand (vgl. AMBOS u. a. 2018; CHRIST u. a. 2019),⁵ pendelt sich die wirtschaftliche Stimmungslage wieder auf einem etwas niedrigeren Niveau ein, das dem Stand von 2016 entspricht (Klima 2016: +36). In differenzierter Betrachtung der Lage- und Erwartungswerte wird deutlich, dass der im Vergleich zu anderen Anbietersegmenten niedrigere Klimawert vor allem auf die eher moderate Einschätzung der zukünftigen Entwicklung zurückzuführen ist (Erwartungswert +23). Die wirtschaftliche Lage wird dagegen mit +47 nur geringfügig schlechter eingeschätzt als im Durchschnitt aller Anbieter (+53).

► **Stimmung von Anbietern mit Schwerpunktfinanzierung durch Teilnehmende ist schlechter als im Vorjahr**

Anbieter, die sich überwiegend aus den Einnahmen von Teilnehmenden/Selbstzahlenden finanzieren, berichten zwar von einer weiterhin guten Wirtschaftsstimmung (+42), der moderate Negativtrend aus dem Vorjahr setzt sich 2019 jedoch fort. Das Wirtschaftsklima in diesem Segment verschlechtert sich gegenüber 2018 um acht Punkte und liegt nun 13 Punkte unter dem bisherigen Höchstwert des Jahres 2017 (+55). Damit liegt der Klimawert erstmals seit 2016 wieder knapp – um zwei Punkte – unter dem Gesamtdurchschnitt aller Weiterbildungseinrichtungen. In diesem Wert spiegeln sich sowohl rückläufige Tendenzen zur Einschätzung der Wirtschaftslage (minus 9 Punkte gegenüber dem Vorjahr auf +50) als auch zur erwarteten zukünftigen wirtschaftlichen Situation (minus 8 Punkte gegenüber 2018 auf +34) wider (vgl. CHRIST u. a. 2019). Mit Blick auf die heterogene Zusammensetzung dieses Anbietersegments⁶ dürfte von vielfältigen Gründen für diese Trendentwicklung auszugehen sein.

► **Gegenläufige Entwicklungen in der wirtschaftlichen Stimmungslage zwischen Standorten in alten und neuen Bundesländern**

Zwischen Einrichtungen mit Standort in den neuen und in den alten Bundesländern zeigen sich hinsichtlich der Entwicklung des wirtschaftlichen Klimas gegenläufige Tendenzen. Während sich der Wert in den alten Ländern nach einem zwischenzeitlichen Abschwung im Vorjahr (+39) im Mai/Juni 2019 mit +45 wieder an den bislang höchsten gemessenen Wert des Jahres 2017 (+53) annähert, verschlechtert er sich in den neuen Ländern von +50 im Vorjahr auf +39. Damit liegt der 2019 gemessene Wert für Einrichtungen in Ostdeutschland sechs Punkte unter dem Wert der Einrichtungen in Westdeutschland. Hinsichtlich der wirtschaftlichen Lage fällt der Unterschied zwischen Anbietern in den alten (+54) und den neuen (+45) Ländern größer aus als hinsichtlich der Erwartungseinschätzung für das kommende Jahr (+36 bzw. +33).

5 Die Anzahl der begonnenen Kurse im ersten Halbjahr 2019 sank abermals um 17,4 % gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die Anzahl der neuen Teilnehmenden im ersten Halbjahr 2019 lag um 14,5 % unter dem entsprechenden Wert des Vorjahreszeitraums (vgl. BAMF 2019; BAMF 2018).

6 Anteile von Anbietertypen im Segment der überwiegend durch Teilnehmende finanzierten Anbieter (in Prozent): Volkshochschule: 23; privat-kommerziell: 20; privat-gemeinnützig: 18; wirtschaftsnah: 16; Einrichtungen gesellschaftlicher Großgruppen: 14; (Fach-)Hochschule bzw. Akademie: 6; Andere: 4.

2 Themenschwerpunkt: Digitalisierung

Die Digitalisierung verändert die Gesellschaft. Dabei ist die digitale Transformation nicht nur als technologische Entwicklung, sondern auch als sozialer Prozess zu verstehen. Durch digitale Anwendungen und Geräte unterliegen nicht nur Arbeitsprozesse einem Wandel, auch private Lebensgewohnheiten und das Freizeitverhalten sind betroffen.

Der Weiterbildung wird bei der Bewältigung der digitalen Transformation eine zentrale Rolle zugemessen, die politisch in der Nationalen Weiterbildungsstrategie von 2019 ihren Ausdruck findet (vgl. BMAS/BMBF 2019).⁷ Neben der Aufgabe, die digitale Transformation durch entsprechende Angebotsinhalte zu begleiten bzw. (mit-)zugestalten, stehen Weiterbildungsanbieter gleichermaßen vor der Herausforderung, ihre eigenen Arbeitsprozesse zu digitalisieren. Auf der Ebene des Lehr-/Lerngeschehens ergeben sich durch die Digitalisierung Chancen, beispielsweise hinsichtlich einer Individualisierung von Bildungsmöglichkeiten und bedarfsgerechten Gestaltung von Lernprozessen. Vor dem Hintergrund der aktuellen Kontaktbeschränkungen aus Anlass der Corona-Pandemie werden digitale Technik und entsprechend gestützte Prozesse zu zentralen Bedingungen der Durchführung von Weiterbildungsveranstaltungen.

Mit dem Schwerpunkt „Digitalisierung“ beleuchtet **wbmonitor** in der Umfrage 2019 verschiedene Facetten dieses Themas für den Bereich der Weiterbildung. Zum einen wird der Frage nachgegangen, wie verbreitet der Einsatz digitaler Technik im Lehr-/Lerngeschehen ist. Neben der technischen Ausstattung als Voraussetzung für eine digital gestützte Wissensvermittlung (Kapitel 2.1) und der für bestimmte Anwendungen erforderlichen Internetversorgung (Kapitel 2.2) wird insbesondere der Einsatz verschiedener digitaler Medien und Lehr-/Lernformate in den Weiterbildungsveranstaltungen untersucht (Kapitel 2.3). In diesem Kontext liefert **wbmonitor** auch Informationen darüber, wie die Anbieter den aktuellen Stand der digitalen Kompetenzen der Lehrenden einschätzen, wie sich der Bedarf der Einrichtungen darstellt und welche Unterstützung sie bei diesbezüglicher Kompetenzentwicklung leisten (Kapitel 2.4). Zum anderen wird der digitale Technikeinsatz auf der Organisationsebene in den Blick genommen, beispielsweise bezüglich der Angebotsvermarktung, in Verwaltungsprozessen oder zur Unterstützung der Mitarbeitenden (Kapitel 2.5). Darüber hinaus stellt **wbmonitor** im Sinne einer ersten Bestandsaufnahme Informationen zum thematischen Weiterbildungsangebot im Bereich Digitalisierung bereit (Kapitel 2.6). Mit Blick darauf, dass sich zahlreiche Weiterbildungsanbieter derzeit offensichtlich in einer Umbruchsituation befinden und klassische Lehr-/Lernsettings durch digitale Bildungslandschaften ergänzen bzw. erweitern, schließt der Abschnitt mit einem Fazit und Ausblick (Kapitel 2.7).

7 Im Kontext der Nationalen Weiterbildungsstrategie hat die Bundesagentur für Arbeit mit dem Qualifizierungschancengesetz die Weiterbildungsförderung für Beschäftigte und Betriebe ausgeweitet und setzt stärker als bisher auf eine präventive Arbeitsmarktförderung. Durch die Novellierung des Aufstiegsfortbildungsförderungsgesetzes wurden die Förderkonditionen im Bereich staatlich geregelter Fortbildungen verbessert. Gleichzeitig sollten trotz der erheblichen Veränderungen in der Arbeitswelt im Zuge der Digitalisierung die allgemeine, politische und kulturelle Erwachsenenbildung nicht aus dem Blick verloren werden. Diesen kommt hinsichtlich der Selbstbestimmung und Urteilsfähigkeit der Individuen eine wichtige Funktion zu. Über die Digitalisierung hinaus erfordern auch der demografische Wandel, ökologische Veränderungen und Internationalisierung eine Verstärkung der Weiterbildungsaktivitäten. Welche Folgen aus der Corona-Krise längerfristig für die Weiterbildung resultieren, ist bislang nicht absehbar.

2.1 Technische Ausstattung im Lehr-/Lerngeschehen

Für eine digital gestützte Wissensvermittlung ist eine entsprechende technische Infrastruktur eine wesentliche Voraussetzung. Abbildung 2 gibt einen Überblick über den aktuellen Stand der Ausstattung mit digitaler Hardware zum Einsatz im Lehr-/Lerngeschehen bei den Weiterbildungsanbietern insgesamt. In der Gesamtschau zeigen sich deutliche Unterschiede sowohl hinsichtlich der Verbreitung als auch des Bedarfs zwischen den einzelnen Gerätetypen. Nahezu alle Einrichtungen verfügen über Beamer (95 %) sowie digitale Endgeräte (PC, Laptop, Notebook bzw. Tablet) für Lehrende (92 %). Diese Geräte sind zudem größtenteils in ausreichender Zahl vorhanden (84 % bzw. 72 %), d. h., der vorhandene Bedarf ist weitgehend gedeckt. Schlechter sieht die Situation bei Endgeräten für Teilnehmende aus: Hier ist der Anteil der Einrichtungen, die sich mit ihrer Ausstattung unzufrieden zeigen (entweder, weil sie zwar über Geräte verfügen, jedoch nicht in ausreichender Stückzahl, oder weil keine vorhanden sind, jedoch ein Nutzen gesehen wird) mit 37 Prozent genauso hoch wie der Anteil der Einrichtungen, die ihren Bedarf ausreichend gedeckt sehen.⁸ Auch hinsichtlich digitaler Videokameras, mit denen beispielsweise der Unterricht aufgezeichnet werden kann, um ihn auf einer Lernplattform erneut bereitzustellen, sind die Werte der ausreichenden und mangelnden Ausstattung etwa gleich hoch (33 % gegenüber 34 %).

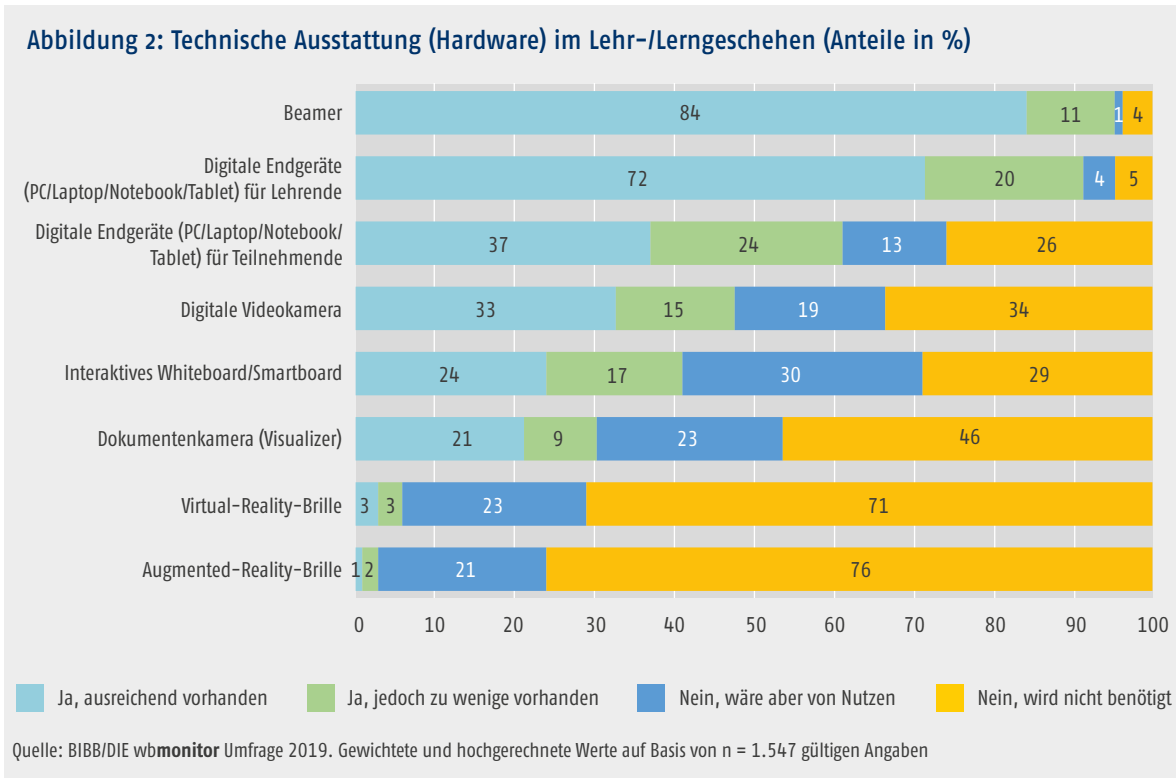
► Bei Interaktiven Whiteboards besteht der größte Bedarf

Das höchste Ausstattungsdefizit ist jedoch hinsichtlich Interaktiver Whiteboards (auch Smartboards genannt) zu beobachten, über die knapp ein Drittel (30 %) bislang trotz erwarteten Nutzens nicht verfügen. Weitere 17 Prozent verfügen zwar über diese Technik, sehen die vorhandene Stückzahl allerdings als zu niedrig an; lediglich ein Viertel der Anbieter (24 %) ist ausreichend mit Interaktiven Whiteboards ausgestattet. 29 Prozent geben an, diese nicht zu benötigen. Auch bei Dokumentenkameras bzw. Visualizern zur Übertragung von analogen Vorlagen an einen Beamer oder ein Whiteboard vermelden mehr Anbieter einen ungedeckten bzw. nicht ausreichend gedeckten Bedarf (zusammengenommen 32 %) als eine ausreichende Ausstattung (21 %).

Virtual- sowie Augmented-Reality-Brillen⁹ sind bislang sehr selten in Weiterbildungseinrichtungen anzutreffen. Lediglich sechs Prozent (VR) bzw. drei Prozent (AR) verfügen bislang überhaupt über solche Geräte. Wenngleich der Bedarf die bisherige Abdeckung um ein Vielfaches übersteigt – 23 Prozent (VR) bzw. 21 Prozent (AR) verfügen bisher nicht über derartige Geräte, sehen deren Einsatz im Lehr-/Lerngeschehen jedoch als sinnvoll an – bekundet die überwiegende Mehrheit der Einrichtungen keine Einsatzerfordernisse für diese Technik (71 % bzw. 75 %). Diesbezüglich besteht ein Zusammenhang mit der thematischen Ausrichtung der Einrichtungen. So sehen Einrichtungen mit Angebotsschwerpunkt berufsbezogenes IT-Wis-

-
- 8 Die Hälfte der Anbieter (50 %) bietet zudem (auch) Weiterbildungsveranstaltungen an, die seitens der Teilnehmenden das Mitbringen eigener digitaler Endgeräte (Laptop/Notebook/Tablet) erfordern, wobei jede zweite Einrichtung bei Bedarf aber auch ein Gerät zur Verfügung stellt. Überdurchschnittlich häufig werden diese Veranstaltungen von Volkshochschulen (VHS) (89 %) und (Fach-)Hochschulen sowie wissenschaftlichen Akademien (73 %) angeboten. Inwieweit ein Zusammenhang mit der bei den genannten Anbietertypen in zahlreichen Fällen unzureichenden Computerausstattung für Teilnehmende besteht (vgl. Abschnitt ‚Der Weiterbildungsbereich von (Fach-)Hochschulen und wissenschaftlichen Akademien ist überdurchschnittlich gut mit Geräten ausgestattet‘), kann an dieser Stelle nicht beantwortet werden.
- 9 Während mittels VR-Brillen Realitäten vollständig (virtuell) simuliert werden, können mit AR-Brillen Zusatzinformationen in die reale Umgebung eingeblendet werden (Mixed-Reality).

sen¹⁰ oder technisch-gewerblicher Weiterbildung¹¹ häufiger einen Nutzen in VR- bzw. AR-Technik bzw. verfügen bereits über solche Geräte – diese eignen sich beispielsweise zum Training von Arbeitsprozessen, bei denen Sicherheitsrisiken bestehen oder Fehler einen hohen materiellen Schaden nach sich ziehen können (vgl. FELL 2018). Auch in anderen Themenfeldern der Weiterbildung können die Einsatzmöglichkeiten von VR- und AR-Technik möglicherweise noch stärker erschlossen werden.



► **Der Weiterbildungsbereich von (Fach-)Hochschulen und wissenschaftlichen Akademien ist überdurchschnittlich gut mit Geräten ausgestattet**

Differenziert nach Art der Einrichtung zeigen sich z. T. deutliche Unterschiede der Ausstattung und Bedarfsmeldung. So weisen Einrichtungen der wissenschaftlichen Weiterbildung mit Ausnahme digitaler Endgeräte (z. B. PC, Laptop) für Teilnehmende (ausreichend vorhanden: 27 %; zu wenige vorhanden: 39 %) überdurchschnittliche Werte der bedarfsdeckenden Ausstattung auf; insbesondere hinsichtlich VR-Brillen (ausreichend vorhanden: 18 %; zu wenige vorhanden: 10 %) werden die Werte der anderen Anbietertypen deutlich übertroffen.¹²

10 VR-Brillen 7 % ausreichend vorhanden; 6 % zu wenige vorhanden; 32 % nein, wäre aber von Nutzen; 54 % nein, wird nicht benötigt; AR-Brillen: 4 % ausreichend vorhanden; 6 % zu wenige vorhanden; 29 % nein, wäre aber von Nutzen; 61 % nein, wird nicht benötigt.

11 VR-Brillen 5 % ausreichend vorhanden; 6 % zu wenige vorhanden; 30 % nein, wäre aber von Nutzen; 59 % nein, wird nicht benötigt; AR-Brillen: 1 % ausreichend vorhanden; 5 % zu wenige vorhanden; 33 % nein, wäre aber von Nutzen; 60 % nein, wird nicht benötigt.

12 Die weiteren Werte ausreichend vorhandener Ausstattung der (Fach-)Hochschulen und wissenschaftlichen Akademien lauten: Beamer: 97 %; Digitale Endgeräte für Lehrende: 86 %; Interaktives Whiteboard: 37 %; Dokumentenkamera: 27 %; Digitale Videokamera: 38 %; AR-Brille: 5 %.

Die Volkshochschulen (VHS) melden dagegen bei allen abgefragten Geräten häufiger als im Durchschnitt aller Anbieter einen nicht (ausreichend) gedeckten Bedarf.¹³ Da der Anteil der VHS, die der Aussage (eher) zustimmen, dass die Finanzierung digitaler Technik für sie ein Problem darstellt, mit 62 Prozent nur etwas über dem Durchschnitt aller Anbieter liegt (53 %), scheinen hinsichtlich der vergleichsweise schlechten Ausstattung der VHS neben finanziellen Gesichtspunkten auch andere Gründe eine Rolle zu spielen.

Berufliche Schulen sind bezüglich Interaktiver Whiteboards der am besten ausgestattete Anbietertyp. Mit 44 Prozent ausreichender Ausstattung mit digitalen Tafeln sind sie der einzige Anbietertyp, bei dem mehr Einrichtungen über die benötigte Stückzahl verfügen als über zu wenige bzw. gar keine bei identifiziertem Nutzen (36 %¹⁴); zudem besteht bei beruflichen Schulen die beste Versorgung mit Dokumentenkameras (67 % ausreichend vorhanden) und digitalen Videokameras (43 % ausreichend vorhanden).¹⁵ Privat-kommerzielle Anbieter sowie Einrichtungen einer Gemeinschaft (in Trägerschaft einer Kirche, Partei, Gewerkschaft, Stiftung, eines Verbands oder Vereins) verfügen zwar bisher am seltensten über Interaktive Whiteboards (24 %¹⁶ bzw. 19 %¹⁷), weisen jedoch gleichzeitig die höchsten Anteilswerte auf, diese gar nicht zu benötigen (50 % bzw. 49 %).

2.2 Internet: Qualität und Zugang

Für bestimmte digitale Lernformate ist eine hinreichende Qualität der Internetverbindung eine wesentliche Voraussetzung. **wbmonitor** fragte die Anbieter daher, wie sie diese in Bezug auf Geschwindigkeit und Stabilität bewerten und ob die vorhandene Qualität ihrem Bedarf entspricht. Während knapp ein Viertel (23 %) der Anbieter die Internetqualität auf einer siebenstufigen Skala¹⁸ als sehr gut (Wert 7) bewertet, zeigt sich etwas weniger als ein Fünftel (17 %) mit dieser unzufrieden (Wertebereich 1 bis 3). 60 Prozent beurteilen sie im Bereich von mittelmäßig bis deutlich positiv (Wertebereich 4 bis 6). Auch der Mittelwert von 5,17 verdeutlicht, dass aus Sicht der Weiterbildungsanbieter bei der Internetqualität Luft nach oben besteht. Es ist anzunehmen, dass sich in den Einschätzungen der Anbieter regionale Unterschiede der Breitbandabdeckung spiegeln (vgl. BMVI 2019). Dafür spricht, dass (Fach-)Hochschulen und wissenschaftliche Akademien, die in Städten verortet sind, von allen Anbietertypen die beste Internetqualität berichten (Mittelwert 6,06); die VHS, die als Einrichtungen der Grundversorgung auch den ländlichen Raum abdecken, dagegen die schlechteste (Mittelwert 4,99).¹⁹ Zwischen der Einschätzung der Qualität (Mittelwert 5,17) und der Bedarfsentsprechung (Mit-

13 Anteilswerte ‚zu wenige vorhanden‘ und ‚nein, wäre aber von Nutzen‘ der VHS zusammengenommen: Beamer: 25 %; Endgeräte für Lehrende: 41 %; Endgeräte für Teilnehmende: 47 %; Digitale Videokamera: 40 %; Interaktives Whiteboard: 53 %; Dokumentenkamera: 45 %; VR-Brille: 40 %; AR-Brille: 35 %.

14 22 % zu wenige vorhanden; 14 % nein, wäre aber von Nutzen.

15 Ein Zusammenhang mit dem DigitalPakt Schule (vgl. BMBF 2019), im Rahmen dessen auch berufliche Schulen in öffentlicher und freier Trägerschaft gefördert werden, ist jedoch auszuschließen, da dieser nahezu zeitgleich mit der **wbmonitor** Umfrage gestartet ist (17. bzw. 20. Mai 2019) und die Fördermittel zunächst unter Vorlage eines technisch-pädagogischen Konzepts beantragt werden müssen.

16 Privat-kommerziell: 17 % ausreichend vorhanden; 7 % zu wenige vorhanden.

17 Gemeinschaften: 9 % ausreichend vorhanden; 10 % zu wenige vorhanden.

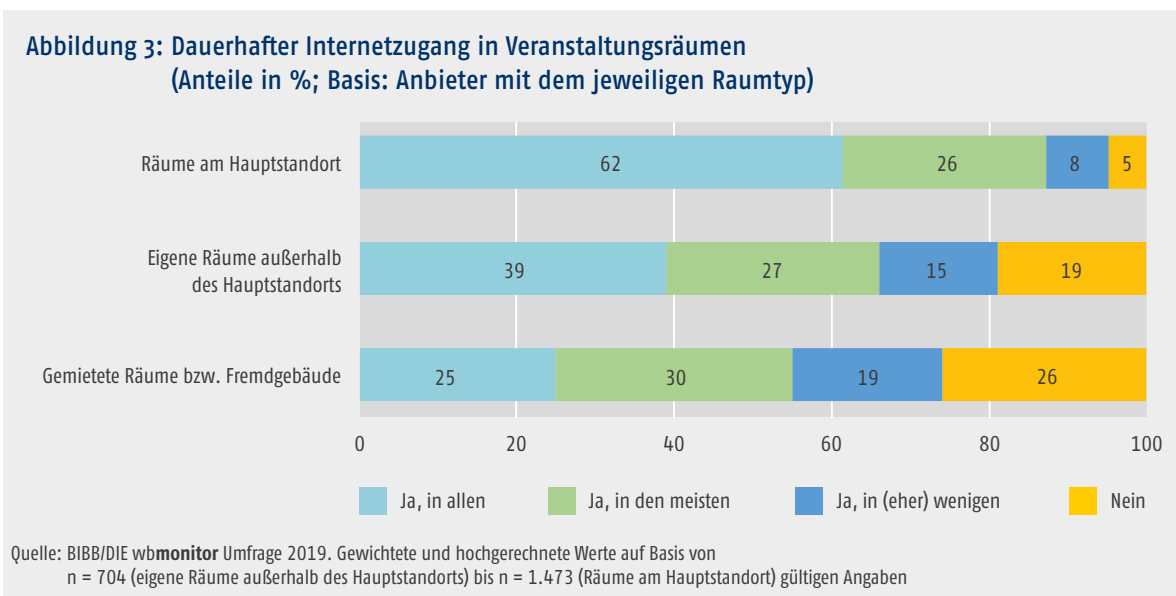
18 Wertebereich 1 („sehr schlecht“) bis 7 („sehr gut“).

19 Die Mittelwerte der weiteren Anbietertypen lauten (in Reihenfolge absteigender Werte): betriebliche Bildungseinrichtung 5,46; privat-kommerziell 5,41; Sonstige (staatlich) 5,10; privat-gemeinnützig 5,08; berufliche Schulen 5,05; wirtschaftsnah (Kammer, Innung, Berufsverband u. ä.) und gemeinschaftliche Einrichtungen jeweils 5,01.

telwert 4,60²⁰) besteht erwartungsgemäß ein starker Zusammenhang, d. h., je positiver die Internetqualität beurteilt wird, desto eher entspricht sie dem Bedarf.²¹

► Raumdeckendes Internet nur am Hauptstandort

Der Internetzugang in Veranstaltungsräumen unterscheidet sich danach, ob es sich um Räume am Hauptstandort der Einrichtung, außerhalb des Hauptstandorts oder um eigens zur Durchführung von Veranstaltungen gemietete bzw. zur Verfügung gestellte Räume in Fremdgebäuden handelt. Während neun von zehn Einrichtungen (87%)²² am Hauptstandort über dauerhaftes Internet in allen oder den meisten Räumen verfügen, ist dies bei eigenen Räumen anderenorts²³ bei zwei Drittel (66 %) der Anbieter der Fall. Bei Räumen in Fremdgebäuden²⁴ berichten nur etwas mehr als die Hälfte (56%)²⁵ davon, einen dauerhaft vorhandenen Internetzugang nutzen zu können (vgl. Abbildung 3).



Sofern in Veranstaltungsräumen kein Internetzugang vorhanden ist bzw. genutzt werden kann, besteht die Möglichkeit mittels mobilen Geräten wie einem tragbaren WLAN-Router oder einem WLAN-Hotspot via Smartphone einen temporären Internetzugang bereitzustellen. Davon macht die Hälfte (50 %) der Anbieter, die Räume ohne bereits vorhandenen Internetzugang nutzen, in allen oder den meisten Veranstaltungen Gebrauch.²⁶ Weitere 17 % ermöglichen manchmal einen temporären Internetzugang und ein Drittel (33 %) nur in wenigen

20 Auf einer siebenstufigen Skala mit dem Wertebereich 1 („entspricht überhaupt nicht dem Bedarf“) bis 7 („entspricht voll und ganz dem Bedarf“).

21 Korrelationswert 0,86 im Wertebereich von 0 (kein Zusammenhang) bis 1 (perfekter Zusammenhang).

22 Differenz zu den in Abbildung 3 aufgeführten Werten durch Rundung.

23 58 % der Anbieter verfügen über eigene Räume außerhalb des Hauptstandorts. Am häufigsten ist dies bei den VHS der Fall (79 %) und am seltensten bei den Kammern bzw. deren Bildungszentren (51 %) sowie den privat-kommerziellen Anbietern (48 %).

24 61 % der Anbieter mieten Räume für Veranstaltungen an bzw. bekommen Räume in Fremdgebäuden gestellt. Dies trifft am häufigsten auf VHS zu (85 %) und am seltensten auf berufliche Schulen (18 %).

25 Differenz zu den in Abbildung 3 aufgeführten Werten durch Rundung.

26 Immer: 18 %; meistens: 33 %; Differenz zum kumulierten Wert durch Rundung.

Veranstaltungen oder gar nicht.²⁷ Differenziert nach Art der Einrichtung sind vergleichsweise geringe Unterschiede zu beobachten.²⁸

► **Die realisierte Internetabdeckung in Veranstaltungsräumen entspricht vielfach nicht dem Bedarf**

Sofern Einrichtungen Veranstaltungen auch in Räumen ohne dauerhaften Internetzugang durchführen, sieht die Hälfte (51 %) ihren realisierten Abdeckungsgrad des Internetzugangs – unter Berücksichtigung sowohl von dauerhaftem als auch temporärem Zugang – als bedarfsdeckend an. Während Anbieter, die in Räumen ohne dauerhaftes Internet immer oder meistens einen temporären Internetzugang ermöglichen, knapp mehrheitlich (56 %) mit ihrem realisierten Grad der Internetabdeckung zufrieden sind²⁹, betrachten Anbieter, die nur manchmal, selten oder nie temporäres Internet installieren, den Internetzugang zu mehr als der Hälfte als defizitär.³⁰ Differenziert nach Art der Einrichtung sehen privat-kommerzielle Anbieter am häufigsten ihren Bedarf gedeckt (79 %), die VHS dagegen am seltensten (34 %).³¹ Da für mobile WLAN-Geräte eine hinreichende Signalstärke des Mobilfunkempfangs benötigt wird, spielen hinsichtlich der Einschätzung der VHS möglicherweise auch diesbezügliche Unterschiede zwischen städtischen und ländlichen Regionen eine Rolle.

2.3 Digitale Medien und Formate im Lehr-/Lerngeschehen

Durch die Digitalisierung befindet sich die Wissensvermittlung in der Weiterbildung im Umbruch. Bei 67 Prozent³² hat sich die Gestaltung des Lehr-/Lerngeschehens in den letzten fünf Jahren durch den Einsatz digitaler Technik verändert. Für den kommenden Fünfjahreszeitraum erwarten dies sogar neun von zehn Einrichtungen (89 %)³³. Fast genauso viele (86 %)³⁴ sehen den Einsatz digitaler Technik im Lehr-/Lerngeschehen für eine erfolgreiche Zukunft der Einrichtung als erforderlich an.

► **Digitale Medien und Formate ergänzen häufig den Präsenzunterricht**

Aktuell dominiert hinsichtlich des Einsatzes digitaler Medien und Formate im Lehr-/Lerngeschehen eine den klassischen Präsenzunterricht ergänzende bzw. unterstützende Nutzungsweise (vgl. Abbildung 4). Dass vier Fünftel (80 %) der Anbieter diese Einsatzform nennen³⁵, verdeutlicht die nach wie vor vorherrschende Stellung von Präsenzveranstaltungen in der Wei-

27 Selten: 11 %; nie: 22 %.

28 Die Spannweite der Anteilswerte von „in den meisten/in jeder Veranstaltung“ reicht von 43 % bei den VHS bis 65 % bei den betrieblichen Bildungseinrichtungen.

29 Der genannte Befund kann möglicherweise derart interpretiert werden, dass (auch) zahlreiche Anbieter dieser Gruppe in allen Veranstaltungsräumen dauerhafte Breitbandzugänge wünschen.

30 Manchmal temporärer Internetzugang: 30 % realisierter Abdeckungsgrad entspricht dem Bedarf; 70 % entspricht nicht dem Bedarf; selten/nie temporärer Internetzugang: 43 % entspricht dem Bedarf; 57 % entspricht nicht dem Bedarf.

31 Die Anteilswerte der weiteren Anbietertypen lauten: privat-gemeinnützig: 48 %; betriebliche Bildungseinrichtung: 60 %; berufliche Schule: 41 %; (Fach-)Hochschule, wiss. Akademie: 52 %; wirtschaftsnah: 49 %; Einrichtung einer Kirche, Partei, Gewerkschaft, Stiftung, eines Verbandes oder Vereins: 42 %.

32 18 % stimmen der Aussage voll und ganz zu, 49 % stimmen eher zu.

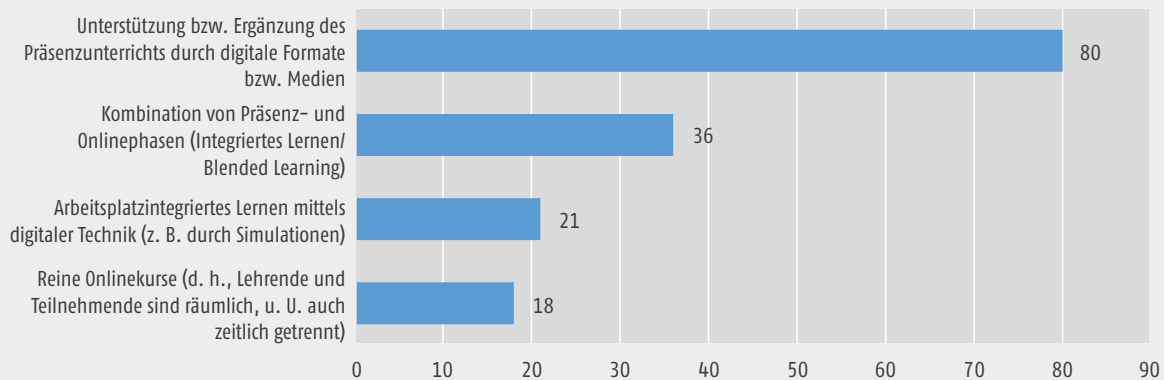
33 41 % voll und ganz, 48 % eher.

34 38 % voll und ganz, 48 % eher.

35 Diesbezüglich zeigen sich zudem nur moderate Unterschiede nach der Art der Einrichtung. Die Anteilswerte des ergänzenden bzw. unterstützenden Einsatzes liegen im Bereich von 67 % (Gemeinschaften) bis 92 % ((Fach-)Hochschulen, wiss. Akademien).

terbildung. Bezüglich dieser dürfte davon auszugehen sein, dass es sich hinsichtlich der digitalen Unterstützung in vielen Fällen um die Substitution von analogen Lernmedien durch digitale handelt (vgl. Abschnitt ‚Digitale Medien sind in der Weiterbildung weit verbreitet‘).

Abbildung 4: Einsatzformen digitaler Medien bzw. Formate im Lehr-/Lerngeschehen (Anteile in %; Mehrfachnennungen)



Quelle: BIBB/DIE wbm^onitorn-Umfrage 2019. Gewichtete und hochgerechnete Werte auf Basis von n = 1.534 (arbeitsplatzintegriertes Lernen mittels digitaler Technik) bis n = 1.539 (reine Onlinekurse) gültigen Angaben

Spezifische digitale Formate der Wissensvermittlung wie beispielsweise Blended Learning bzw. Integriertes Lernen, welches Phasen des E-Learnings bzw. Onlinelernens didaktisch zielgerichtet mit Phasen des Präsenzlernens kombiniert (vgl. SAUTER/SAUTER/BENDER 2003), führen mit etwas mehr als einem Drittel (36 %) deutlich weniger Anbieter durch. Besonders häufig wird Integriertes Lernen an den Einrichtungen wissenschaftlicher Weiterbildung praktiziert (75 %), was möglicherweise auf ein Zusammenspiel entsprechender infrastruktureller Rahmenbedingungen (technische Ausstattung) mit den digitalen Kompetenzen sowohl des hochschulischen Lehrpersonals als auch der akademisch gebildeten Adressatengruppe zurückzuführen ist.

Arbeitsplatzintegriertes Lernen mittels digitaler Technik (z. B. durch Simulationen) führt jeder fünfte Anbieter (21 %) durch. Diese an der beruflichen Praxis bzw. konkreten Arbeitsprozessen orientierte, digital geprägte Lernform spielt vor allem an beruflichen Schulen eine große Rolle (53 %) und ist auch unter betrieblichen Bildungseinrichtungen (39 %) sowie den Bildungszentren der Kammern (32 %) überdurchschnittlich weit verbreitet.

Reine Onlinekurse wie z. B. Webinare führt ebenfalls ca. ein Fünftel (18 %) der Anbieter durch. In dem gegenüber dem Durchschnitt aller Anbieter mehr als doppelt so hohen Wert der VHS (38 %) spiegelt sich offenbar die Erweiterung der Lernwelten dieses Anbietertyps mittels der vhs.cloud (vgl. www.vhs.cloud). Auch unter (Fach-)Hochschulen und wissenschaftlichen Akademien (28 %) sowie betrieblichen Bildungseinrichtungen (27 %) sind vollständig online durchgeführte Veranstaltungen überdurchschnittlich verbreitet.

► Digitale Medien sind in der Weiterbildung weit verbreitet

Die in Abbildung 5 aufgeführten Nutzungshäufigkeiten digitaler Medien und Formate unterstreichen die Ergebnisse der Einsatzformen. Entsprechend der vorherrschenden unterstützenden bzw. ergänzenden Einsatzweise werden insbesondere Medien genutzt, die entweder direkt in den Präsenzunterricht eingebunden werden können oder die der Vor- bzw. Nachbereitung dienen können. Mit Abstand am häufigsten wird digitales Textmaterial (z. B. im PDF-Format) eingesetzt. Nahezu jeder Anbieter (93 %) nutzt dieses Medium, wobei digitale Texte als einziges der abgefragten Medien bzw. Formate mehrheitlich in den meisten bzw. in jeder

Veranstaltung verwendet werden (62 %). Auch Videos (z. B. Tutorials) werden von der überwiegenden Mehrheit der Anbieter genutzt (82 %). Im Unterschied zu digitalen Texten erfolgt deren Einsatz bei den meisten Anbietern jedoch nur in wenigen Veranstaltungen (58 %), nur etwa ein Viertel (24 %) setzt Videos in den meisten bzw. in jeder Veranstaltung ein. Digitales Audiomaterial (z. B. Podcast) findet bei etwa der Hälfte der Anbieter (51 %) Verwendung, wobei auch hier die Nennung „in (eher) wenigen Veranstaltungen“ dominiert (41 %). Die genannten Befunde deuten darauf hin, dass es sich bei digitalen Texten um ein universell einsetzbares Medium handelt, wohingegen die Einbindung von Videos und Audiomaterial stärker anlassbezogen erfolgt.

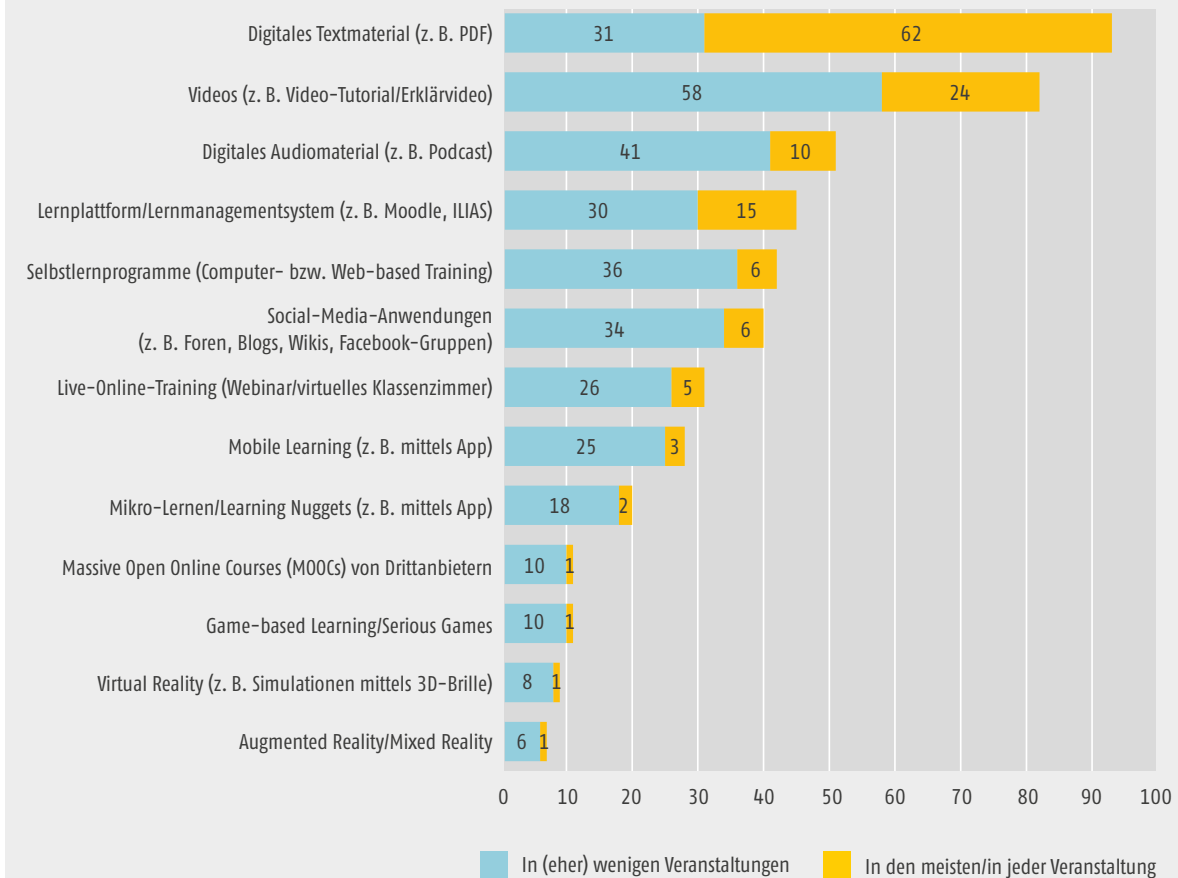
Knapp die Hälfte der Einrichtungen (45 %) nutzt eine Lernplattform bzw. ein Lernmanagementsystem wie z. B. Moodle oder ILIAS (15 % in den meisten bzw. jeder Veranstaltung). Neben der Bereitstellung der aufgeführten digitalen Medien können diese Systeme auch der Kommunikation zwischen Lernenden untereinander bzw. zwischen Lernenden und Lehrenden dienen. Letzteres kann beispielsweise auch über eingebundene Social-Media-Anwendungen (z. B. Foren, Blogs, Wikis) erfolgen oder unabhängig von Lernplattformen z. B. mittels Facebook-Gruppen. Social-Media-Anwendungen werden von insgesamt 40 % der Anbieter genutzt, allerdings sind sie nur für eine Minderheit (6 %) ein Standardformat (in den meisten bzw. jeder Veranstaltung eingesetzt). Die annähernd gleiche Verbreitung ist für Selbstlernprogramme (Computer- bzw. Web-based Training) zu beobachten.

► Jeder 20. Anbieter setzt überwiegend oder vollständig auf virtuelle Seminare

Die weiteren abgefragten digitalen Lehr-/Lernformate werden bislang jeweils nur von weniger als einem Drittel der Anbieter genutzt. Hervorzuheben ist, dass eine kleine Gruppe von Anbietern (5 %) überwiegend oder vollständig auf virtuelle Seminare mittels Live-Online-Training setzt. Dabei handelt es sich in den meisten Fällen um privat-kommerzielle Anbieter (57 % der Anbieter mit Live-Online-Training in den meisten bzw. jeder Veranstaltung). Dass unter den vor allem für die Arbeitsagenturen bzw. Jobcenter tätigen Einrichtungen der Anteil der Onlineseminare als Hauptformat mit 14 Prozent fast dreimal so hoch ist wie unter den Weiterbildungsanbietern insgesamt, weist auf eine Nutzung dieses ortsunabhängigen Formats zur Erzielung hinreichender Kursstärken im Bereich der Bildungsgutscheine hin (vgl. Abschnitt ‚Vielfältige Gründe für den Einsatz digitaler Medien und Formate‘).

Entsprechend der bislang geringen Verbreitung von VR- und AR-Brillen setzen weniger als ein Zehntel der Einrichtungen virtuelle Realität (9 %) oder computergestützte erweiterte Realität (Augmented bzw. Mixed Reality) (7 %) ein – unter den (Fach-)Hochschulen und wissenschaftlichen Akademien trifft dies auf 26 bzw. 15 Prozent zu. Diese Einrichtungen nutzen zudem wesentlich häufiger als andere Anbietertypen Game-based Learning bzw. Serious Games (digitale Spiele, bei denen der Lerneffekt im Vordergrund steht) (42 %; alle Anbieter: 11 %).

Abbildung 5: Digitale Medien und Formate im Lehr-/Lerngeschehen (Anteile in %)



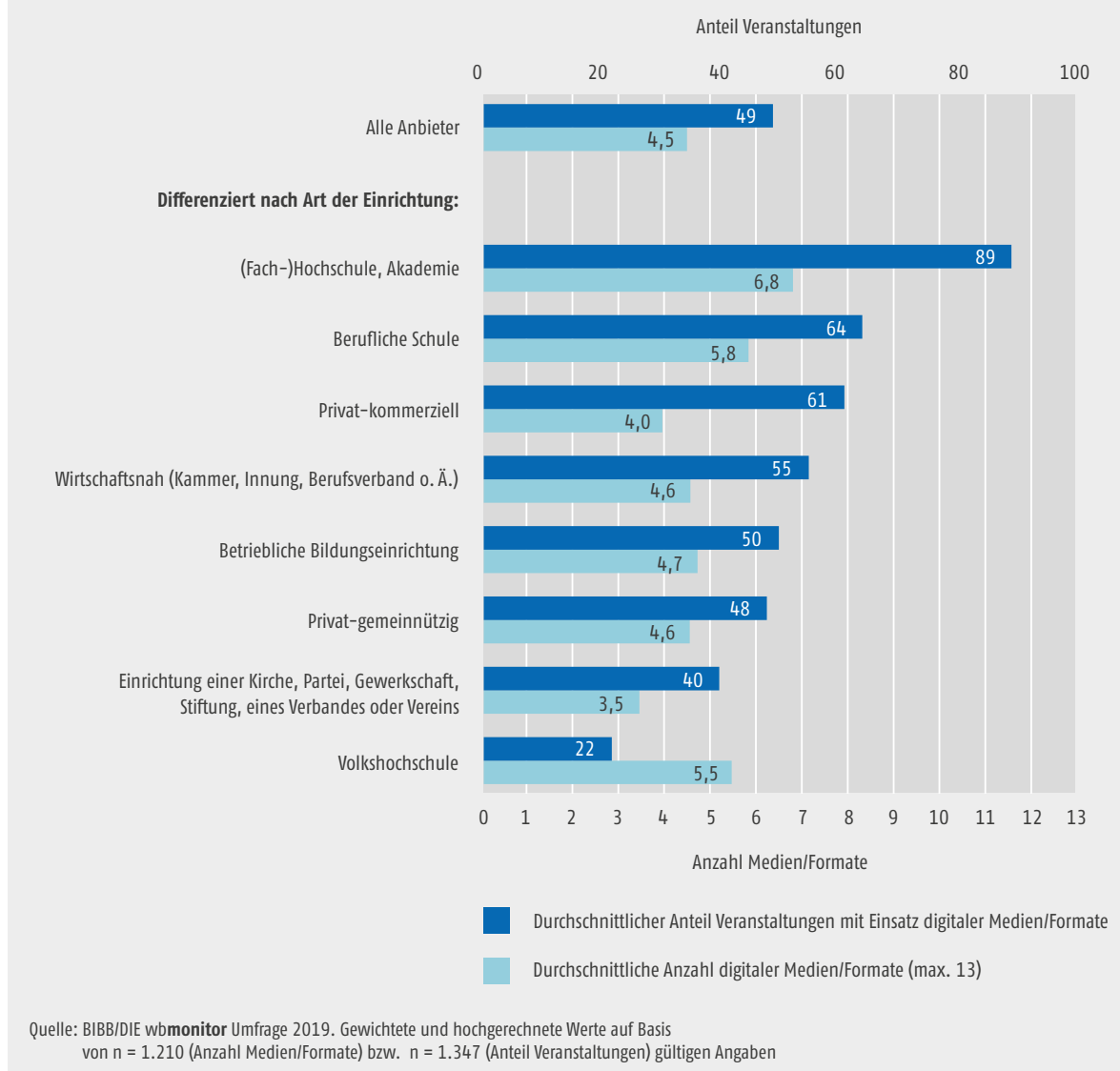
Quelle: BIBB/DIE wbmonitor Umfrage 2019. Gewichtete und hochgerechnete Werte auf Basis von n = 1.354 (MOOCs von Drittanbietern) bis n = 1.482 (digitales Textmaterial) gültigen Angaben

► Anbieter wissenschaftlicher Weiterbildung setzen verstärkt auf digital gestützte Veranstaltungen

Abbildung 6 ergänzt die zuvor dargestellten Ergebnisse, nach denen wissenschaftliche Weiterbildungseinrichtungen über eine überdurchschnittliche digitale Infrastruktur verfügen bzw. diese auch in ihren Veranstaltungen nutzen. Während in neun von zehn Weiterbildungsveranstaltungen (89 %) der (Fach-)Hochschulen digitale Medien bzw. Formate zum Einsatz kommen, trifft dies im Gesamtdurchschnitt aller Anbieter nur auf jede zweite Veranstaltung zu (49 %).³⁶ Neben dem hohen Digitalisierungsgrad der Veranstaltungen weisen die wissenschaftlichen Weiterbildungsanbieter auch die höchste Bandbreite genutzter digitaler Formate und Medien auf: Durchschnittlich nutzen sie 6,8 der 13 abgefragten Medien/Formate (alle Anbieter: 4,5). Auch bei den beruflichen Schulen sind sowohl hinsichtlich des Digitalisierungsgrades als auch der Bandbreite überdurchschnittliche Werte zu beobachten (64 % bzw. 5,8). Der Fortschritt der wissenschaftlichen Weiterbildungsanbieter sowie der beruflichen Schulen hinsichtlich der Digitalisierung wird dadurch untermauert, dass sich bei diesen die Gestaltung des Lehr-/Lerngeschehens in den letzten fünf Jahren durch digitale Technik überdurchschnittlich häufig verändert hat (jeweils 85 %).

³⁶ Weiterführende Ergebnisse linearer Regressionsschätzungen zeigen, dass sich die Anbietertypen auch unter Kontrolle zentraler Einrichtungsmerkmale statistisch bedeutsam im Digitalisierungsgrad ihres realisierten Veranstaltungsangebots unterscheiden.

Abbildung 6: Digitalisierungsgrad der Veranstaltungen (mittlere Anteile in %) und Bandbreite digitaler Medien und Formate im Lehr-/Lerngeschehen (mittlere Anzahl)



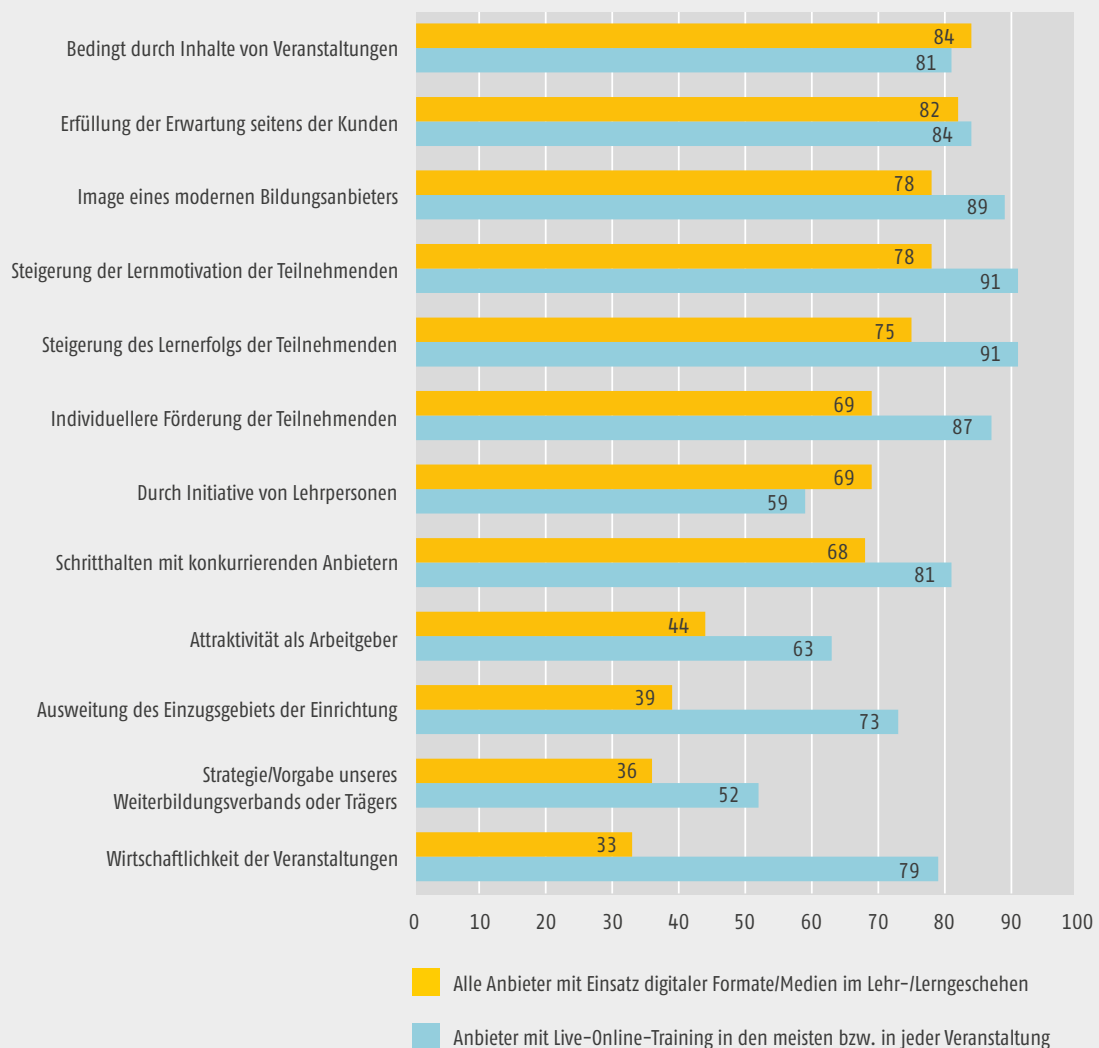
Dass in nur vier von zehn (40 %) Weiterbildungsveranstaltungen der gemeinschaftlichen Anbieter (in Trägerschaft einer Kirche, Partei, Gewerkschaft, Stiftung, eines Verbandes oder Vereins) und sogar nur zwei von zehn (22 %) Veranstaltungen der VHS digitale Medien bzw. Formate zum Einsatz kommen, dürfte deren Fokus auf allgemeine Weiterbildung widerspiegeln.³⁷ So kann davon ausgegangen werden, dass in manchen Bereichen der allgemeinen Erwachsenenbildung bzw. des Kursangebots der genannten Anbietertypen (z. B. Gesundheit und Ernährung, künstlerische und kulturelle Bildung) die Nutzung digitaler Medien bzw. Formate eine untergeordnete Rolle spielt, wohingegen Veranstaltungen der beruflichen Weiterbildung den Einsatz dieser begünstigen. Auffällig ist bei den VHS jedoch, dass diese eine überdurchschnittliche Bandbreite an digitalen Medien bzw. Formaten aufweisen (5,5). Mit Blick auf deren breit ausgerichtetes Kursangebot beruflicher und allgemeiner Weiterbildung (vgl. REICHART u. a. 2019) kann davon ausgegangen werden, dass der Einsatz digitaler Medien und Formate hier bedarfsorientiert nach Themen und Adressatengruppen erfolgt.

37 Für 99 % der VHS und 52 % der gemeinschaftlichen Anbieter ist allgemeine Weiterbildung eine Hauptaufgabe (alle Anbieter: 40 %).

► Vielfältige Gründe für den Einsatz digitaler Medien und Formate

Die Gründe für den Einsatz digitaler Medien und Formate im Lehr-/Lerngeschehen sind vielschichtig. Die häufigste Nennung, dass der Einsatz durch die Inhalte von Veranstaltungen bedingt ist³⁸ (84 %; vgl. Abbildung 7), verdeutlicht die in vielen Fällen offensichtlich zielgerichtete, anlassbezogene Einsatzweise. Darüber hinaus werden jeweils von der deutlichen Mehrheit der Einrichtungen, die digitale Medien und Formate nutzen, auch Umwelterwartungen³⁹, pädagogische Motive⁴⁰ und die Behauptung der Marktposition⁴¹ genannt. Zudem ist der Einsatz digitaler Medien bzw. Formate in zahlreichen Fällen auf die Initiative von Lehrpersonen zurückzuführen (69 %).

Abbildung 7: Gründe für den Einsatz digitaler Medien und Formate im Lehr-/Lerngeschehen (Anteile in %; Basis: Anbieter mit deren Einsatz; Mehrfachnennungen)



Quelle: BIBB/DIE wbmmonitor Umfrage 2019. Gewichtete und hochgerechnete Werte auf Basis von n = 63 (Anbieter mit Live-Online-Training) bis n = 1.365 (alle Anbieter) gültigen Angaben

38 Die Anteilswerte „stimme voll und ganz zu“ und „stimme eher zu“ wurden zusammengefasst.

39 Erfüllung der Erwartung seitens der Kunden: 82 %; Image eines modernen Bildungsanbieters: 78 %.

40 Steigerung der Lernmotivation der Teilnehmenden: 72 %; Steigerung des Lernerfolgs der Teilnehmenden: 75 %; Individuellere Förderung der Teilnehmenden: 69 %.

41 Schritthalten mit konkurrierenden Anbietern: 68 %.

► Für Onlineweiterbildungsanbieter sind auch wirtschaftliche Gründe relevant

Konkrete wirtschaftliche Motive sowie die Zielsetzung, den Einzugsbereich der Einrichtung auszuweiten, spielen insgesamt betrachtet eine untergeordnete Rolle (33 % bzw. 39 %). Für diejenigen Anbieter, die ihre Veranstaltungen größtenteils oder vollständig auf virtuelle Seminare mittels Live-Online-Training umgestellt haben und damit Möglichkeiten der Digitalisierung zur räumlichen und zeitlichen Flexibilisierung ihrer Angebote nutzen (s. o.), sind jedoch auch diese Gründe neben den bereits genannten für die Digitalisierung ihres Lehr-/Lerngeschehens relevant. Es ist davon auszugehen, dass in zahlreichen Fällen durch die ortsunabhängige Teilnahme an virtuellen Seminaren höhere Kursstärken realisierbar sind als dies lokal möglich wäre. Dies kann beispielsweise im Bereich der Bildungsgutscheine der Bundesagentur für Arbeit ermöglichen, Bildungsmaßnahmen durchzuführen, die sonst im klassischen Präsenzunterricht vor Ort aufgrund einer zu niedrigen Zahl an Anmeldungen nicht kostendeckend realisierbar wären – im Zusammenspiel der festgelegten Bundesdurchschnittskostensätze sowie einer definierten Gruppengröße von 15 Teilnehmenden ist dies für die Träger häufig schwer möglich (vgl. SACKMANN u. a. 2019, S. 19ff.).

2.4 Digitale Kompetenzen Lehrender

Während eine hinreichende technische Ausstattung die Voraussetzung für den Einsatz digitaler Technologien in der Wissensvermittlung ist, kommt es insbesondere auf die Lehrenden an, diese für die Teilnehmenden gewinnbringend einzusetzen. Aus diesem Grund interessierte sich **wbmonitor** dafür, wie die Einrichtungen aktuell die digitalen Kompetenzen ihrer Lehrenden einschätzen und welche Bedeutung sie ihnen bei der Rekrutierung von Lehrpersonal beimessen. In Anlehnung an den Europäischen Rahmen für die digitale Kompetenz Lehrender (vgl. REDECKER 2019) wurde diesbezüglich nicht nur der Bereich des Lehr-/Lerngeschehens im engeren Sinn der Interaktion von Lehrenden und Lernenden thematisiert, sondern auch die vorbereitende Auswahl und Erstellung von digitalen Lernressourcen, die Erhebung von Lernständen, Aspekte des beruflichen Engagements wie kollegiale Zusammenarbeit und eigene Weiterbildung sowie die Förderung der Lernenden hinsichtlich ihrer digitalen Kompetenzen.

Abbildung 8 verdeutlicht, dass die verschiedenen Aspekte digitaler Kompetenzen unter den Lehrenden sehr unterschiedlich eingeschätzt werden. Die ergänzende Abfrage, welchen dieser Aspekte bei der Auswahl bzw. Rekrutierung Bedeutung zukommt, kann Hinweise auf mögliche Diskrepanzen zwischen dem aktuellen Stand der digitalen Kompetenzen Lehrender und dem diesbezüglichen Bedarf bzw. den Erwartungen der Einrichtungen geben.⁴²

Dass bei mehr als vier Fünftel der Einrichtungen (82 %) die Mehrheit der Lehrenden Laptop und Beamer im Lehr-/Lerngeschehen beispielsweise für digitale Präsentationen von Lehrinhalten nutzen, korrespondiert mit der i. d. R. vorhandenen entsprechenden Hardwareausstattung (vgl. Kapitel 2.1). Die Bedienung dieser Geräte kann insofern als eine Basisanforderung an Lehrende angesehen werden, die von den Einrichtungen vorausgesetzt wird. Gestützt wird dieser Befund durch den ebenfalls hohen Anteil an Einrichtungen, die diese Fähigkeit als wichtige Voraussetzung für die Auswahl von Lehrenden erachten (89 %). Hinsichtlich der Verwendung weiterer digitaler Hardware im Lehr-/Lerngeschehen wie z. B. Interaktiver Whiteboards oder Dokumentenkameras zeigt sich die deutlich schlechtere Ausstattungssituation mit diesen

⁴² Die Anteilswerte bezüglich der Auswahl bzw. Rekrutierung von Lehrenden beziehen sich zwecks der Vergleichbarkeit zur aktuellen Verbreitung der digitalen Kompetenzen nur auf diejenigen Einrichtungen, die im Lehr-/Lerngeschehen digitale Medien bzw. Formate nutzen. Bezogen auf alle Einrichtungen beträgt die Bandbreite der Unterschiede von drei Prozentpunkten niedriger (Erstellen digitaler Ressourcen für das Lehr-/Lerngeschehen (alle Anbieter: 68 %)) bis zu identischen Werten (aktuelle Datenschutzkenntnisse (alle Anbieter: 92 %)).

Geräten (vgl. Kapitel 2.1): In lediglich jeder vierten Einrichtung (26 %) nutzen alle bzw. die meisten Lehrenden weitere digitale Hardware neben Laptop und Beamer. Ein etwas höherer Anteil der Anbieter (37 %) erachtet deren Bedienung als für die Personalauswahl wichtig. Möglicherweise kann aus dem Vergleich der genannten Werte geschlossen werden, dass zusätzliche digitale Hardware aktuell Einzug in den Weiterbildungsbereich findet (vgl. Kapitel 2.1) und die Beherrschung bestimmter Geräte dementsprechend in Rekrutierungsprozessen an Bedeutung gewinnt.

► **Die medienpädagogischen Kompetenzen des Lehrpersonals sind ausbaufähig**

Neben der reinen Technikbeherrschung stellen die medienpädagogischen Kompetenzen des Lehrpersonals eine elementare Grundlage dafür dar, die Potenziale digitaler Medien und Formate für die Gestaltung der Lehr-/Lernprozesse zu nutzen (vgl. ROHS u. a. 2017). Während bei sechs von zehn Einrichtungen (61 %) die Mehrheit der Lehrenden digitale Medien bzw. Formate im Lehr-/Lerngeschehen didaktisch zielgerichtet einsetzt, beispielsweise angepasst an eine bestimmte Adressatengruppe oder unter Berücksichtigung individueller Lernfortschritte, messen die Anbieter dieser digitalen Kompetenz mit 85 Prozent einen hohen Stellenwert bei der Rekrutierung zu. Die Reflexionsfähigkeit des Medieneinsatzes hinsichtlich des didaktischen Nutzens wird etwas mehr Lehrpersonen zugesprochen (68 %) als der kompetente praktische Einsatz digitaler Formate und Medien (61 %). Demgegenüber sehen es fast neun von zehn Anbietern (87 %) bei der Personalauswahl als wichtig an, dass Lehrende über die didaktische Sinnhaftigkeit des digitalen Medieneinsatzes reflektieren können. Möglicherweise kann die auch hier bestehende Diskrepanz als eine Erweiterung der Kompetenzanforderungen an Lehrende interpretiert werden.

In jeweils mehr als der Hälfte der Einrichtungen nutzt der Großteil der Lehrenden das Internet zur Suche bzw. Auswahl geeigneter digitaler Ressourcen für das Lehr-/Lerngeschehen (59 %) oder erstellt selbst solche dafür (53 %). Hinsichtlich der Beschaffung digitaler Lehr- und Lernressourcen besteht mittels Open Educational Resources (OER) die Möglichkeit, vorhandene Materialien zu verwenden und ggf. weiterzubearbeiten.⁴³ Mittels entsprechender Plattformen⁴⁴ können auch selbst erstellte digitale Ressourcen wie z. B. Power-Point-Präsentationen oder Lehrvideos der Community der Weiterbildner zur Verfügung gestellt werden. Während hinsichtlich der Recherche digitaler Ressourcen die Werte der aktuellen Verbreitung dieser Kompetenz unter den Lehrenden und der Bedeutung bei der Personalauswahl sich nur wenig unterscheiden⁴⁵, besteht in Bezug auf das Erstellen eigener digitaler Materialien eine höhere Diskrepanz⁴⁶. Möglicherweise kann dies derart interpretiert werden, dass die Einrichtungen insbesondere die letztgenannte Kompetenz im Zuge der fortschreitenden Digitalisierung stärker als bisher von Lehrenden nachfragen.

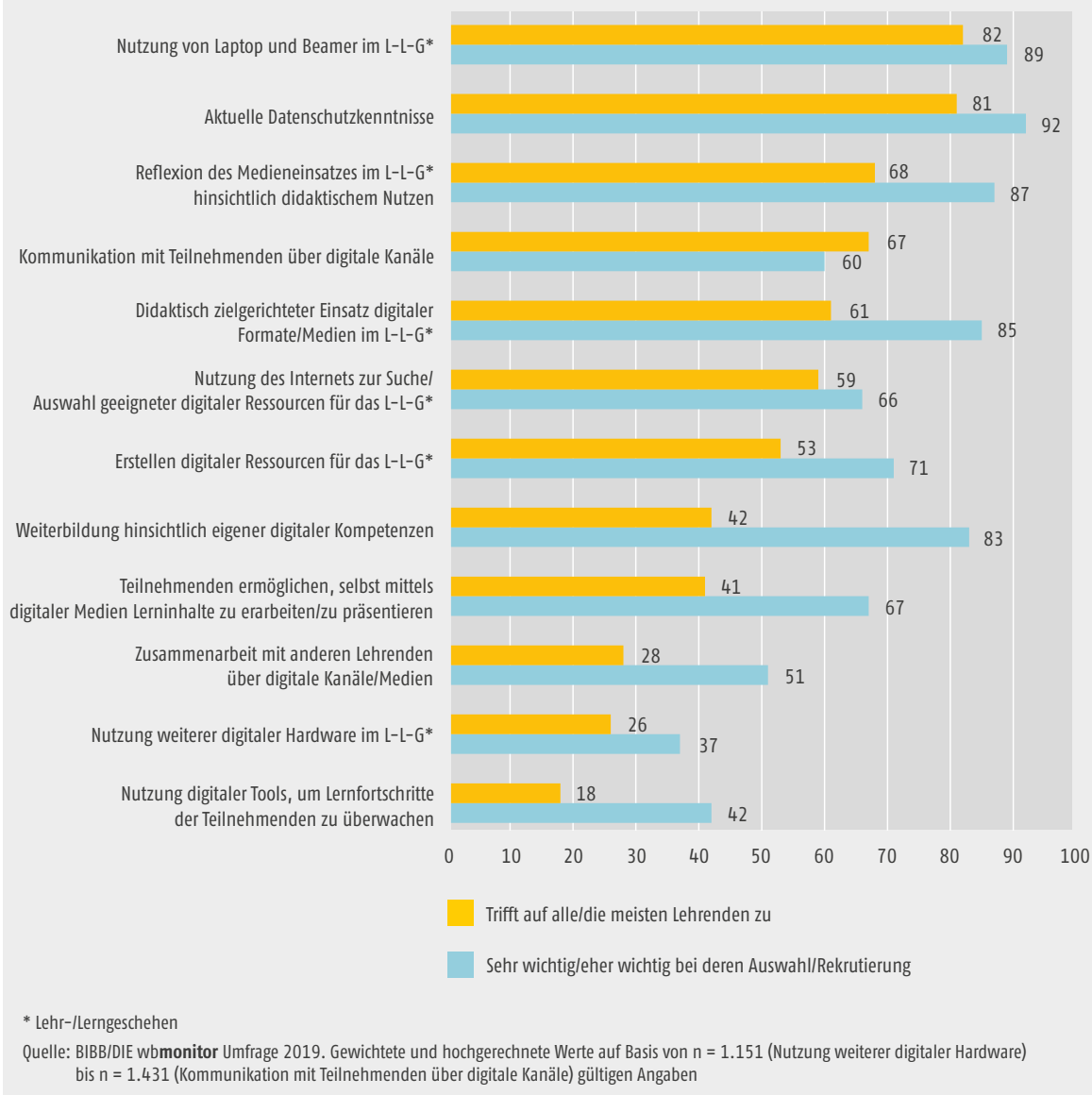
43 Abhängig von der vergebenen Nutzungslizenz (vgl. <https://creativecommons.org/licenses/>).

44 Für weitere Informationen siehe <https://wb-web.de/material/medien/Wo-und-wie-finde-ich-Open-Educational-Resources.html>.

45 Zwei Drittel (66 %) der Einrichtungen sehen es bei der Auswahl bzw. Rekrutierung von Lehrenden als sehr wichtig bzw. eher wichtig an, dass diese das Internet zur Suche bzw. Auswahl geeigneter digitaler Ressourcen nutzen können.

46 71 % der Einrichtungen erachten es als wichtig, dass Lehrende dies beherrschen.

Abbildung 8: Digitale Kompetenzen Lehrender (Anteile in %; Basis: Anbieter, die digitale Medien bzw. Formate einsetzen)



► Entwicklungspotenzial bei der Befähigung Lernender und Learning Analytics

Eine aktive Einbindung der Lernenden in die Erstellung digitaler Inhalte für das Lehr-/Lerngeschehen gehört bei weniger als der Hälfte der Anbieter zum Standardrepertoire der Wissensvermittlung. In vier von zehn Einrichtungen (41 %) ermöglicht die Mehrheit der Lehrenden, dass Teilnehmende beispielsweise im Flipped-Classroom-Format⁴⁷ Lerninhalte in einem digitalen Format präsentieren, die sie selbst mittels digitaler Medien erarbeitet haben. Dass 67 Prozent der Anbieter eine entsprechende Befähigung bei der Personalauswahl als wichtig betrachten, deutet auf ein diesbezügliches Entwicklungspotenzial des Kompetenzportfolios Lehrender hin. Auch hinsichtlich des Einsatzes digitaler Tools zur Überwachung von Lernfortschritten der Teilnehmenden besteht eine deutliche Diskrepanz zwischen der aktuellen Anwendung und dem Bedarf der Einrichtungen. Wenngleich mit 42 Prozent weniger als die Hälfte der Anbieter es als wichtig erachten, dass Lehrende derartige Tools nutzen können, ist deren Einsatz nur bei

⁴⁷ In der Form des ‚umgedrehten Unterrichts‘ erarbeiten Lernende mit Unterstützung der Lehrenden die Lerninhalte zuhause und im Unterricht werden diese angewendet (vgl. TUCKER 2012).

weniger als halb so vielen Einrichtungen (18 %) unter den Lehrenden mehrheitlich verbreitet. Es dürfte zu vermuten sein, dass Verfahren der Learning Analytics zur Verbesserung von Lernprozessen (vgl. EBNER 2019) zukünftig an Bedeutung gewinnen werden.

Während Lehrende mit Teilnehmenden häufig über digitale Kanäle wie z. B. E-Mail, Social Media oder Onlineplattformen kommunizieren⁴⁸, kollaborieren sie nur bei einer Minderheit der Anbieter (28 %) darüber mehrheitlich mit anderen Lehrtätigen. Dass vonseiten der arbeitgebenden Einrichtungen eine starke digital gestützte Zusammenarbeit gewünscht ist, verdeutlicht der Wert von 51 Prozent der Anbieter, für die die Kollaborationsfähigkeit mittels digitaler Kanäle bei der Auswahl der Lehrenden ein relevantes Kriterium darstellt. Aktuelle Datenschutzkenntnisse stellen demgegenüber berufliche Kompetenzen der Lehrenden dar, die in den meisten Fällen vorhanden sind – in vier von fünf Einrichtungen (81 %) trifft dies auf die Mehrheit zu.

► Weiterbildung in digitaler Kompetenz ist gefragt

Vor dem Hintergrund der bei einigen der abgefragten digitalen Kompetenzen zu beobachtenden Diskrepanzen zwischen der Einschätzung der aktuellen Verbreitung unter den Lehrenden und der Bedeutung im Rekrutierungsprozess erscheint es wenig überraschend, dass die überwiegende Mehrheit der Einrichtungen (83 %) Wert auf eigene diesbezügliche Weiterbildungsaktivitäten der Lehrenden legt. Dass sich bei weniger als der Hälfte der Einrichtungen (42 %) die meisten Lehrenden hinsichtlich ihrer digitalen Kompetenzen fortgebildet haben, lässt möglicherweise auf einen Unterstützungsbedarf zahlreicher Lehrender zur Wahrnehmung von Weiterbildung im Bereich digitaler Kompetenzen schließen (vgl. Kapitel 2.4.1).

► Lehrende in der wissenschaftlichen Weiterbildung sind digital besonders gut aufgestellt

Differenziert nach Art der Einrichtung weisen die (Fach-)Hochschulen sowie wissenschaftlichen Akademien bei den meisten der abgefragten digitalen Kompetenzen Lehrender überdurchschnittliche Werte auf. Insbesondere hinsichtlich der Nutzung von Laptop und Beamer im Lehr-/Lerngeschehen (bei 97 % trifft dies auf die Mehrheit der Lehrenden zu), der Reflexion des didaktischen Nutzens digitaler Formate und Medien in der Wissensvermittlung (89 %), der Kommunikation mit Teilnehmenden über digitale Kanäle (85 %) und der Zusammenarbeit mit anderen Lehrenden darüber (56 %) sowie der Weiterbildung hinsichtlich digitaler Kompetenzen (60 %) sind bei den wissenschaftlichen Weiterbildungsanbietern deutlich überdurchschnittliche Werte zu verzeichnen. Einzig hinsichtlich aktueller Kenntnisse zum Datenschutz liegt der genannte Anbietertyp mit 73 Prozent nennenswert unter dem Durchschnitt aller Einrichtungen.⁴⁹ Die vergleichsweise ausgeprägten digitalen Kompetenzen des Lehrpersonals in der akademischen Weiterbildung stehen offensichtlich im Zusammenhang mit der digitalen Hardwareausstattung der (Fach-)Hochschulen (vgl. Kapitel 2.1) sowie dem verbreiteten Einsatz digitaler Medien und Formate im Lehr-/Lerngeschehen (vgl. Kapitel 2.3).

Auch die Lehrenden an den beruflichen Schulen befinden sich allem Anschein nach auf einem eher hohen Niveau digitaler Kompetenz. Wie bei den wissenschaftlichen Weiterbildungsanbietern werden die Werte für die Weiterbildungsanbieter insgesamt fast durchgängig übertroffen.⁵⁰ Vor dem Hintergrund, dass auch die beruflichen Schulen hinsichtlich Ausstattung

48 Bei mehr als zwei Drittel der Einrichtungen (67 %) trifft dies auf die meisten bzw. alle Lehrenden zu. Die Kommunikation mit Teilnehmenden stellt damit den einzigen abgefragten Aspekt digitaler Kompetenzen dar, bei dem die Erwartung der Einrichtungen übertroffen wird (60 % der Einrichtungen sehen dies bei der Auswahl von Lehrenden als wichtig an).

49 Diesbezüglich ist zudem auffällig, dass nur 6 % der (Fach-)Hochschulen und wissenschaftlichen Akademien allen Lehrenden ausreichende Datenschutzkenntnisse zuschreiben (alle Anbieter: 34 %).

50 Im Vergleich zu den Weiterbildungsanbietern insgesamt weisen die beruflichen Schulen hinsichtlich der Weiterbildung in digitalen Kompetenzen (bei 64 % trifft dies auf die Mehrheit der Lehrenden zu),

und Einsatz digitaler Technik im Lehr-/Lerngeschehen vergleichsweise gut aufgestellt sind (vgl. Kapitel 2.1 und 2.3), erscheinen diese Befunde wenig überraschend.

Die VHS liegen dagegen bei allen Kompetenzbereichen unter dem Niveau der Weiterbildungsanbieter insgesamt. In weniger als jeder zehnten VHS arbeitet die Mehrheit der Lehrenden über digitale Kanäle zusammen oder nutzt digitale Tools zur Überwachung von Lernfortschritten (jeweils 7%). Deutlich unterdurchschnittliche Werte sind zudem bezüglich der Weiterbildung in digitalen Kompetenzen (15%), der eigenen Erstellung digitaler Ressourcen für das Lehr-/Lerngeschehen (17%) sowie der Ermöglichung von Teilnehmenden, selbst Inhalte digital zu erarbeiten und zu präsentieren (11%), zu verzeichnen. Ferner setzen in nur vier von zehn VHS (40%) die meisten Lehrenden digitale Medien und Formate im Lehr-/Lerngeschehen didaktisch zielgerichtet ein, und auch die Nutzung von Laptop und Beamer ist nur bei etwas mehr als der Hälfte der Einrichtungen (58%) unter dem Lehrpersonal gebräuchlich. Die vergleichsweise niedrigen Werte der VHS korrespondieren mit dem eher seltenen Einsatz digitaler Medien und Formate in deren Weiterbildungsveranstaltungen – bei VHS-Veranstaltungen beträgt der Anteil lediglich 22 Prozent (vgl. Kapitel 2.3). Dass in zahlreichen Veranstaltungen der VHS der Einsatz digitaler Technik offensichtlich nicht etabliert ist, dürfte in Zusammenhang mit dem breiten Themenspektrum des VHS-Programms insbesondere im Bereich der allgemeinen Weiterbildung (vgl. REICHART/HUNTEMANN/LUX 2019) stehen.⁵¹

Bei den VHS ist zudem auffällig, dass im Vergleich zu den Weiterbildungseinrichtungen insgesamt eine deutlich höhere Diskrepanz zwischen der aktuellen Verbreitung digitaler Kompetenzen unter den Lehrenden und dem Bedarf der Einrichtungen besteht. Während unter allen Anbietern die Differenz der Anteilswerte des Zutreffens auf die Mehrheit der Lehrenden und der zugesprochenen Bedeutung bei deren Auswahl eine Spannweite von sieben Prozentpunkten (Nutzung von Laptop und Beamer im Lehr-/Lerngeschehen; Nutzung des Internets zur Suche/Auswahl geeigneter digitaler Ressourcen für das Lehr-/Lerngeschehen) bis 41 Prozentpunkten (Weiterbildung hinsichtlich eigener digitaler Kompetenzen) hat, sind bei den VHS Unterschiede im Bereich von 19 Prozentpunkten (Nutzung des Internets zur Suche/Auswahl geeigneter digitaler Ressourcen für das Lehr-/Lerngeschehen) bis 72 Prozentpunkten (Weiterbildung hinsichtlich eigener digitaler Kompetenzen) zu beobachten.⁵² Inwieweit die Unterschiede zwischen den beiden Einschätzungen darauf zurückzuführen sind, ob Erwartungen der Volkshochschulen nicht hinreichend erfüllt oder ob digitale Kompetenzen nur für bestimmte Bereiche des vielfältigen VHS-Angebots als relevant betrachtet werden, kann an dieser Stelle nicht beantwortet werden.

Die Gesamtschau der genannten Befunde deutet auf eine enge Wechselwirkung zwischen dem Digitalisierungsgrad der Weiterbildungsveranstaltungen und dem digitalen Kompetenzniveau der Lehrenden hin, die es in weiterführenden Analysen genauer zu untersuchen gilt.

der Nutzung weiterer digitaler Hardware neben Laptop und Beamer im Lehr-/Lerngeschehen (47%), der Ermöglichung der Teilnehmenden, selbst mittels digitaler Medien Lerninhalte zu erarbeiten und zu präsentieren (65%), sowie der Nutzung digitaler Tools zur Überwachung von Lernfortschritten (36%) deutlich überdurchschnittliche Werte auf.

51 Auch bezüglich der gemeinschaftlichen Anbieter (Einrichtungen einer Kirche, Partei, Gewerkschaft, Stiftung, eines Verbandes oder Vereins) – die ebenfalls häufig unterdurchschnittliche Werte aufweisen – dürfte ein Zusammenhang mit deren oftmaliger Ausrichtung auf allgemeine Weiterbildung bestehen (für 43% der gemeinschaftlichen Anbieter ist nur allgemeine Weiterbildung die Hauptaufgabe der Einrichtung (alle Anbieter: 20%)), wobei diese Anbietergruppe jedoch heterogener zusammengesetzt ist als die VHS (vgl. Kapitel 3).

52 Lediglich in Bezug auf die Kommunikation mit Teilnehmenden mittels digitaler Kanäle übertreffen die Anteilswerte des Zutreffens auf die Mehrheit der Lehrenden die Werte der Wichtigkeit bei deren Auswahl um 6,5 Prozentpunkte (alle Anbieter) bzw. 4,4 Prozentpunkte (VHS).

2.4.1 Maßnahmen zur Verbesserung der digitalen Kompetenzen Lehrender

Im Zuge der auch im Weiterbildungsbereich fortschreitenden Digitalisierung gewinnen die digitalen Kompetenzen des Lehrpersonals zunehmend an Bedeutung. Insofern stellt sich die Frage, ob und wie die Einrichtungen dabei Unterstützung leisten.

Dass vier von fünf Anbietern (81 %) ⁵³ Maßnahmen zur Verbesserung der digitalen Kompetenzen Lehrender ergreifen, verdeutlichen die steigenden Anforderungen an Lehrende im Umgang mit digitaler Technik und digitalen Medien. Interne Weiterbildungsveranstaltungen zu digitalen Kompetenzen sind das von den Anbietern am häufigsten praktizierte Mittel (vgl. Abbildung 9). ⁵⁴ Mehr als die Hälfte der Anbieter (55 %) führt diese durch – unter den in der Digitalisierung besonders aktiven (Fach-)Hochschulen und wissenschaftlichen Akademien sowie beruflichen Schulen liegen die Werte mit 81 bzw. 79 Prozent deutlich höher. Auch unter den VHS werden interne Schulungen von einem höheren Anteil (70 %) durchgeführt als unter den Einrichtungen insgesamt. Unter den gemeinschaftlichen Anbietern in Trägerschaft z. B. einer Kirche oder Gewerkschaft nutzt demgegenüber nur ein Drittel (34 %) interne Weiterbildung zur Verbesserung digitaler Kompetenzen. Nicht beantwortet werden kann an dieser Stelle die Frage, in welchem Ausmaß die Kurse den Honorarkräften offenstehen – bei den meisten Einrichtungstypen stellen diese die Mehrheit des Lehrpersonals (vgl. AMBOS/KOSCHECK/MARTIN 2015; vgl. auch Kapitel 3).

Ebenfalls mehr als die Hälfte der Anbieter (53 %) fördern die Teilnahme von Lehrenden an externen Weiterbildungsveranstaltungen, die in klassischer Präsenzform stattfinden. Dies kann erfolgen, indem sie die anfallenden Kosten übernehmen und/oder – sofern Lehrende angestellt sind – sie dafür freistellen. Die Teilnahme an externen Onlineweiterbildungen wie z. B. Webinaren oder MOOCs wird zwar von deutlich weniger Einrichtungen (35 %) gefördert als Präsenzweiterbildungen, aber – allem Anschein nach bedingt durch den engen Bezug von Format und Lerninhalten – von zahlreichen Anbietern als geeignet angesehen, zu einer Verbesserung digitaler Kompetenzen beizutragen. Sowohl hinsichtlich der Förderung der Teilnahme an Präsenzveranstaltungen als auch an Onlinekursen sind unter den beruflichen Schulen ⁵⁵, VHS ⁵⁶ sowie den wissenschaftlichen Weiterbildungsanbietern ⁵⁷ überproportionale Werte zu verzeichnen. Demgegenüber fördern die gemeinschaftlichen Anbieter vergleichsweise selten die Teilnahme an entsprechenden vor Ort oder virtuell stattfindenden Kursen. ⁵⁸

► Kollegiale Unterstützung zur digitalen Gestaltung des Lehr-/Lerngeschehens

Häufiger, als die Teilnahme an Onlinekursen zu fördern, wird jedoch individuelles Coaching durch eigene Mitarbeitende mit hohen digitalen Kompetenzen praktiziert. Dass mehr als die Hälfte der Einrichtungen (52 %) ⁵⁹ darauf setzen, deutet möglicherweise darauf hin, dass Fragen zur Anwendung digitaler Technik häufig kurzfristig durch kollegiale Unterstützung geklärt werden können und diese auch für die digital gestützte Unterrichtsgestaltung eine Bereiche-

53 Die genannten Anteilswerte beziehen sich auf diejenigen Einrichtungen, die digitale Medien und Formate im Lehr-/Lerngeschehen einsetzen.

54 Einschränkung ist anzumerken, dass die dargestellten Ergebnisse keine Rückschlüsse auf die Einsatzhäufigkeit der abgefragten Maßnahmen in den Einrichtungen sowie auf deren Umfang zulassen.

55 Förderung der Teilnahme an externen Präsenzweiterbildungsveranstaltungen: 77 %; Förderung der Teilnahme an externen Onlineweiterbildungen: 50 %.

56 68 % bzw. 48 %.

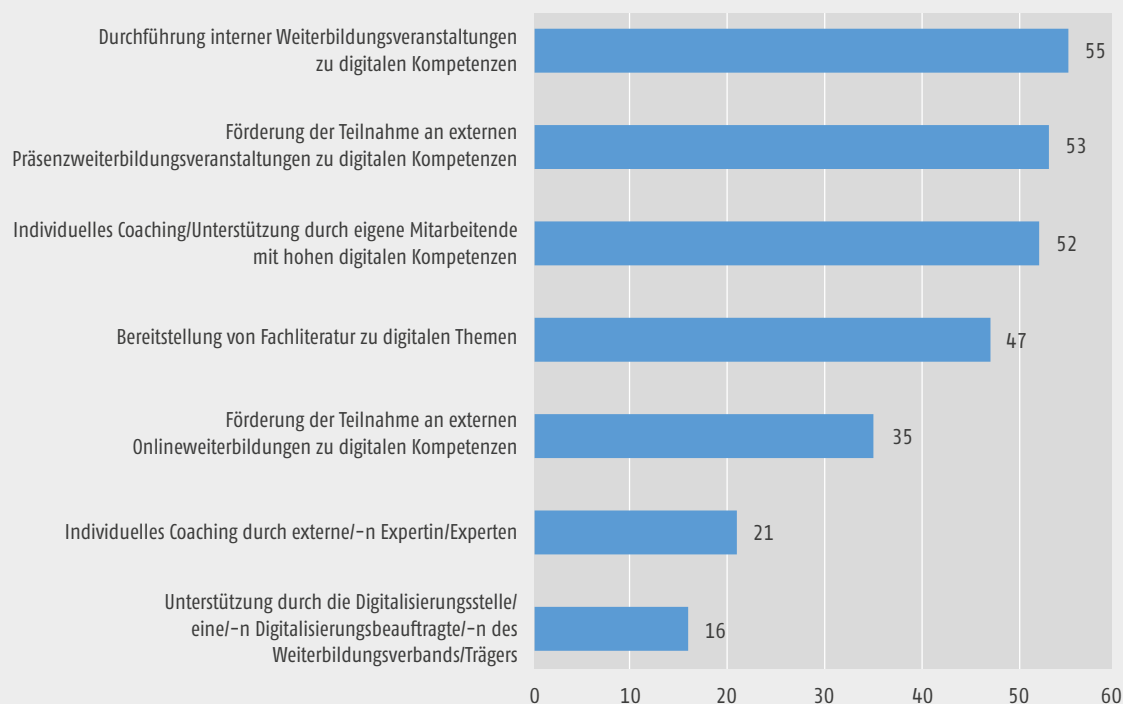
57 67 % bzw. 44 %.

58 43 % bzw. 24 %.

59 Differenziert nach Art der Einrichtung reicht die Spannweite der Anteilswerte von 36 % (gemeinschaftliche Anbieter) bis 68 % ((Fach-)Hochschulen und wissenschaftliche Akademien).

rung darstellen kann. Fachliteratur zu digitalen Themen wird ebenfalls vergleichsweise häufig bereitgestellt (47 %).⁶⁰

Abbildung 9: Maßnahmen der Einrichtungen zur Verbesserung der digitalen Kompetenzen Lehrender (Anteile in %; Basis: Anbieter, die digitale Formate bzw. Medien einsetzen; Mehrfachnennungen)



Quelle: BIBB/DIE wbmonitor Umfrage 2019. Gewichtete und hochgerechnete Werte auf Basis von n = 1.344 (Bereitstellung von Fachliteratur zu digitalen Themen) bis n = 1.418 (Durchführung interner Weiterbildungsveranstaltungen zu digitalen Kompetenzen) gültigen Angaben

Individuelles Coaching durch eine externe Expertin bzw. einen externen Experten (21 %) sowie die Unterstützung durch die Digitalisierungsstelle oder durch eine Digitalisierungsbeauftragte bzw. einen Digitalisierungsbeauftragten eines Weiterbildungsverbands oder des Trägers der Einrichtung (16 %) sind nur für Minderheiten der Anbieter probate Mittel zur Verbesserung der digitalen Kompetenzen Lehrender. Dass letzteres überproportional häufig für VHS relevant ist (34 %), dürfte mit der Digitalisierungsstrategie des Deutschen Volkshochschulverbandes zusammenhängen (vgl. DVV 2019). Auch für Einrichtungen der wissenschaftlichen Weiterbildung ist die verbandliche Unterstützung häufiger relevant (37 %) als für die Anbieter insgesamt.

2.5 Digitale Technik auf Organisationsebene

Neben dem Lehr-/Lerngeschehen als Kernleistung der Weiterbildungsanbieter interessierte sich wbmonitor auch dafür, auf welche Weise digitale Technik auf der Organisationsebene⁶¹ eingesetzt wird. Dies beinhaltet sowohl den Veranstaltungen vorgelagerte Prozesse des Marketings bzw. der Teilnehmendengewinnung, nachgelagerte Prozesse wie die Durchführung von Prüfungen, die Evaluation der Veranstaltungen oder die Analyse von Kundendaten als auch

⁶⁰ 35 % (Sonstige staatliche Einrichtungen) bis 63 % ((Fach-)Hochschulen und wissenschaftliche Akademien).

⁶¹ Zum Verhältnis der Systemebenen Lehr-/Lerngeschehen und Organisation vgl. SCHRADER 2011.

grundlegende Verwaltungsprozesse wie z. B. die Buchhaltung.⁶² Darüber hinaus kann der Einsatz digitaler Technik auch auf die Mitarbeitenden abzielen, beispielsweise bezüglich deren Arbeitsorganisation und Informationszugang.

► **Die eigene Website ist Standard – auch Social Media und Weiterbildungsdatenbanken werden mehrheitlich genutzt**

Im Bereich der Angebotsvermarktung⁶³ haben fast alle Anbieter (97 %) einen Webauftritt mittels eigener Homepage etabliert (vgl. Abbildung 10). Damit korrespondiert, dass die Internetpräsenz zur Gewinnung einer ausreichenden Zahl an Teilnehmenden bzw. Kunden und Kundinnen ebenfalls von fast allen Einrichtungen als erforderlich angesehen wird.⁶⁴ Über die optische und inhaltliche Aktualität der Websites liegen zwar keine Informationen vor. Dass bei etwa zwei Drittel der Anbieter (64 %) über die Website Kurse gebucht werden können, ist jedoch ein Hinweis darauf, dass das verfügbare Angebot von den meisten Einrichtungen laufend aktualisiert wird. Unter den VHS ist dies am stärksten verbreitet (90 %). Über die eigene Website hinausgehend nutzen sechs von zehn Anbietern (62 %) Social-Media- bzw. Web-2.0-Seiten, um eigene Inhalte verfügbar zu machen. Am häufigsten wird hierfür Facebook genutzt (vgl. Kapitel 2.5.1). Hinsichtlich der Nutzung von Social Media für eigene Inhalte sind Einrichtungen der wissenschaftlichen Weiterbildung (84 %) und die wirtschaftsnahen Bildungszentren der Kammern (72 %) besonders aktiv.

Ebenfalls mehrheitlich (61 %) genutzt werden Weiterbildungsdatenbanken zur Einstellung von Angeboten (vgl. Kapitel 2.5.2). Während diese unter den wissenschaftlichen Weiterbildungsanbietern (76 %), den VHS (74 %) und gemeinnützigen privaten Anbietern (72 %) von überproportional vielen Einrichtungen genutzt werden, stellen weniger als die Hälfte (45 %) der gemeinschaftlichen Anbieter (in Trägerschaft einer Kirche, Partei, Gewerkschaft, Stiftung, eines Verbandes oder Vereins) Kurse dort ein.

Etwas mehr als die Hälfte der Anbieter (53 %) versenden per E-Mail Newsletter, beispielsweise um auf Weiterbildungsangebote aufmerksam zu machen. Dass dies unter den Bildungszentren der Kammern von einem deutlich höheren Anteil (86 %) praktiziert wird, hängt möglicherweise mit der Verfügbarkeit und den Nutzungsrechten der Kontaktinformationen ihrer Mitgliedsbetriebe zusammen.

Werbeanzeigen im Internet schalten lediglich ein Drittel (35 %) der Anbieter. Nur bei den (Fach-)Hochschulen und wissenschaftlichen Akademien (65 %) sowie den betrieblichen Bildungseinrichtungen (54 %) trifft dies jeweils auf die Mehrheit der Einrichtungen zu. VHS (18 %) sowie berufliche Schulen (22 %) sehen darin am seltensten ein adäquates Werbemittel.⁶⁵

62 Auf die Abfrage von Nutzungen, die seit der Etablierung von Informations- und Kommunikationstechnologien als Standard anzusehen sind (wie z. B. Textverarbeitung) wurde bewusst verzichtet.

63 Die Unterscheidung der verschiedenen Bereiche dient lediglich einer zugänglicheren Ergebnisdarstellung und stellt keine analytische Gruppierung mit systematischer Trennschärfe dar. Entsprechend können sich Bereiche überschneiden, beispielsweise indem die Analyse von Kundendaten der Vermarktung der Angebote dient oder ein softwaregestütztes Personalmanagement sich auf die Mitarbeitenden bezieht.

64 83 % stimmen der Aussage voll und ganz zu, 15 % stimmen eher zu.

65 Jedoch planen jeweils ähnlich viele Einrichtungen, zukünftig Werbeanzeigen im Netz zu schalten (VHS: 20 %; berufliche Schulen: 19 %).

► Geringe Verbreitung von interaktiver Onlineberatung und Chatbots

Wenngleich Weiterbildungsberatung von der überwiegenden Mehrheit der Einrichtungen geleistet wird (vgl. KOSCHECK/WEILAND 2013, S. 5), findet sie nach wie vor vergleichsweise selten online statt. Lediglich 13 Prozent der Anbieter führen für Interessenten via Chat oder Skype persönliche Weiterbildungsberatung in direkter Interaktion durch.⁶⁶ Bei Einrichtungen der wissenschaftlichen Weiterbildung (35 %) sowie privat-kommerziellen Anbietern (26 %) ist persönliche Onlineberatung weiter verbreitet als unter den Anbietern insgesamt. Ein automatisiertes textbasiertes Dialogsystem (genannt Chatbot) zur Live-Beratung setzen dagegen bislang sehr wenige Einrichtungen ein (2 %). Bei den in der Onlineberatung besonders aktiven Anbietertypen (privat-kommerzielle sowie (Fach-)Hochschulen) ist der Wert doppelt so hoch (jeweils 4 %). Ein zu erwartender Zusammenhang mit der Größe⁶⁷ der Einrichtung ist nicht erkennbar. Eine deutlich überdurchschnittliche Verbreitung von Chatbots (18 %) ist jedoch bei Einrichtungen zu beobachten, die sich auf virtuelle Seminare spezialisiert haben. Noch wesentlich häufiger setzen diese Onlineweiterbildungsanbieter auf persönliche Beratung über digitale Kanäle (56 %).

Sowohl persönliche Onlineberatung als auch der Einsatz von Chatbots sind häufiger erst in Planung als bereits im Einsatz – die Anteilswerte der Anbieter, die eine Einführung planen, übertreffen mit 23 bzw. 14 Prozent diejenigen der bereits vorhandenen Nutzung (s. o.) deutlich. Mit Ausnahme der eigenen Website, die als Standardmedium der Außendarstellung anzusehen ist, bestehen auch bei den weiteren Mitteln der Angebotsvermarktung Wachstumspotenziale in ähnlicher Größenordnung.

► Einrichtungen der wissenschaftlichen Weiterbildung nutzen die Möglichkeiten der Digitalisierung auch für ihre Mitarbeitenden

Mit Ausnahme des Intranets (59 %) werden die weiteren abgefragten Einsatzmöglichkeiten digitaler Technik auf Organisationsebene bislang jeweils nicht mehrheitlich genutzt. Im Bereich des Personals ermöglichen gut vier von zehn Anbietern (43 %) ihren Angestellten Telearbeit bzw. Homeoffice, etwas mehr als ein Drittel (35 %) halten Arbeitsbesprechungen (auch) virtuell, z. B. mittels Skype, ab, und knapp ein Drittel (31 %) nutzen computer- bzw. webbasierte Weiterqualifizierungsmöglichkeiten für die eigenen Mitarbeitenden (ggf. auch für Honorarkräfte). Geringfügig weniger Anbieter (25 %) planen, zukünftig digitale Weiterbildungsangebote zu nutzen. Bei der aktuellen Nutzung digitaler Technik mit Fokus auf die Mitarbeitenden weisen Einrichtungen der wissenschaftlichen Weiterbildung jeweils den höchsten Anteilswert auf.⁶⁸ Eine Ausnahme stellt die computer- bzw. webbasierte Weiterbildung dar, die unter den VHS die höchste Verbreitung besitzt.⁶⁹

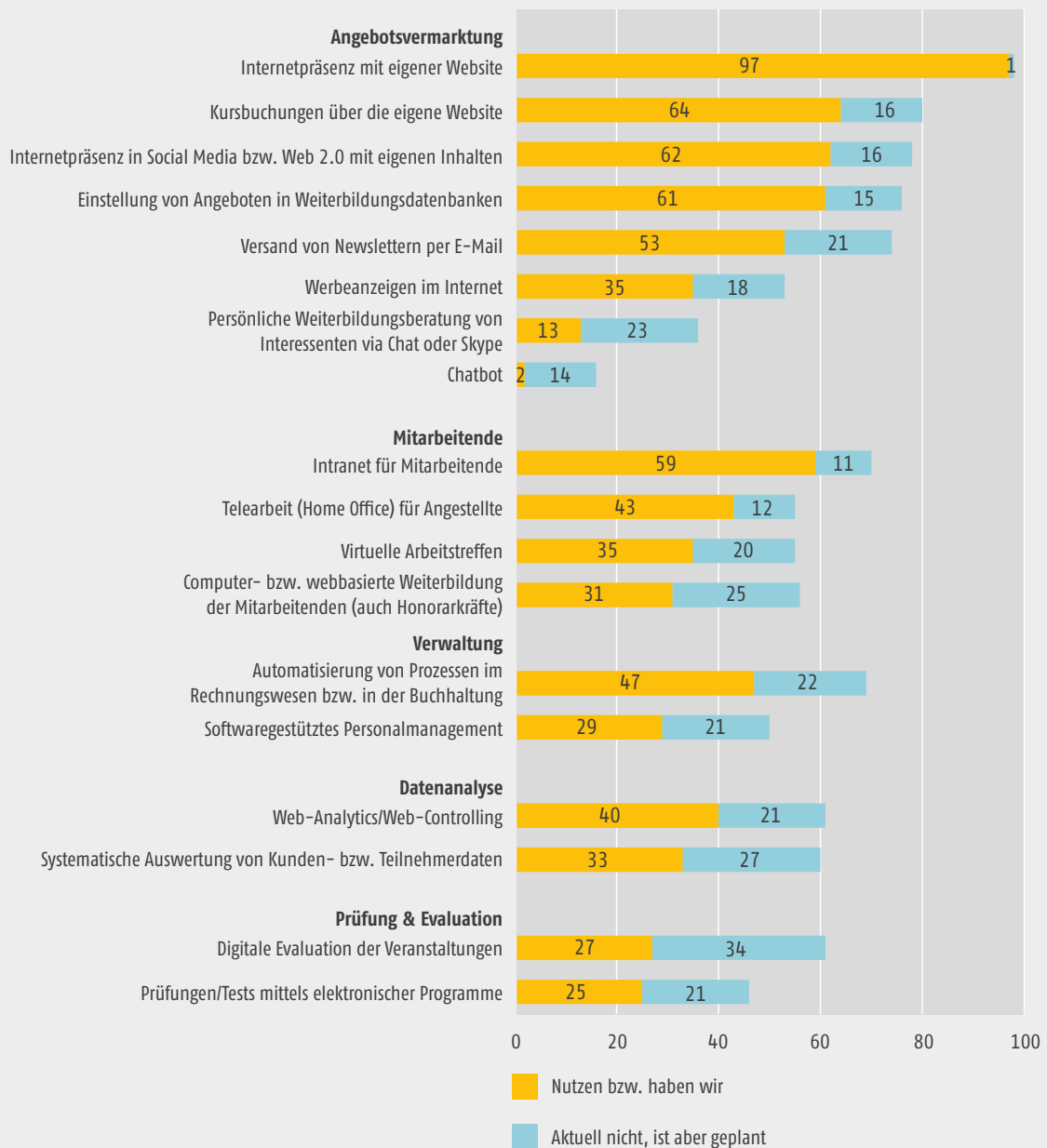
66 Dass in der **wbmonitor** Umfrage 2013 Onlineberatung deutlich häufiger genannt wurde, ist vermutlich darauf zurückzuführen, dass diese ohne weitere Spezifikation abgefragt wurde und darunter entsprechend auch zeitversetzte Kommunikation via E-Mail subsumiert werden konnte.

67 Gemessen an der Anzahl im Vorjahr geleisteter Dozentenstunden bzw. am Gesamtumsatz der Einrichtung.

68 Anteilswerte ‚nutzen bzw. haben wir‘ der (Fach-)Hochschulen und wissenschaftlichen Akademien: Intranet 87 %; Telearbeit für Angestellte 79 %; virtuelle Arbeitstreffen 68 %; computer- bzw. webbasierte Weiterbildung für Mitarbeitende 29 %.

69 48 % der VHS nutzen computer- bzw. webbasierte Weiterbildung für Mitarbeitende (auch Honorarkräfte). Den höchsten Anteilswert der Planung weisen mit 40 % die (Fach-)Hochschulen und wissenschaftlichen Akademien auf.

Abbildung 10: Einsatz digitaler Technik auf Organisationsebene (Anteile in %)



Quelle: BIBB/DIE wbmonitor Umfrage 2019. Gewichtete und hochgerechnete Werte auf Basis von n = 1.547 (Internetpräsenz mit eigener Website) bis n = 1.549 (Telearbeit (Homeoffice) für Angestellte) gültigen Angaben

Im Bereich der Verwaltung setzt knapp die Hälfte der Anbieter (47%) auf automatisierte Prozesse im Rechnungswesen. Darunter sind beispielsweise das Kontieren von Umsätzen oder die Zuordnung von Zahlungseingängen zu Rechnungen zu verstehen. Bezüglich dieser Nutzungen bestehen zwischen den Anbietertypen vergleichsweise geringe Differenzen.⁷⁰ 29 Prozent der Einrichtungen verfügen über ein softwaregestütztes Personalmanagement. Dieses kann z. B. digitale Personalakten oder elektronische Workflow-Prozesse – etwa bei Urlaubsanträgen – beinhalten. Hinsichtlich des softwaregestützten Personalmanagements weisen die wissen-

70 Die Spannweite beträgt 39% (betriebliche Bildungseinrichtung) bis 53% (gemeinnützig private Anbieter sowie (Fach-)Hochschulen und wissenschaftliche Akademien); zwischen 8% (berufliche Schulen) und 30% (wirtschaftsnahe Einrichtungen) haben automatisierte Prozesse im Rechnungswesen in Planung.

schaftlichen Weiterbildungsanbieter (44 %) sowie die Bildungszentren der Kammern (41 %) überproportionale Werte auf. Jeweils ein Fünftel der Anbieter (22 % bzw. 21 %) planen, die genannten digitalen Anwendungen im Verwaltungsbereich in Zukunft einzuführen.

► **Die Analyse von Kundendaten gewinnt an strategischer Bedeutung**

Ein Drittel der Anbieter (33 %) nimmt systematische Auswertungen von Kunden- bzw. Teilnehmerdaten vor, beispielsweise um auf dieser Basis zielgruppenspezifische Werbemaßnahmen zu platzieren oder Angebote zu konzipieren. Dass ein annähernd hoher Anteil (27 %) dies plant, verdeutlicht eine zunehmende strategische Bedeutung der Analyse von Kundendaten in der Weiterbildung. Die (Fach-)Hochschulen und wissenschaftlichen Akademien sind der einzige Anbietertyp, bei dem dies aktuell bereits mehrheitlich (57 %) erfolgt. Vier von zehn aller Einrichtungen (40 %) analysieren das Besucherverhalten auf ihrer Website mittels Web-Analytics bzw. Web-Controlling. Damit kann das Ziel verfolgt werden, den Internetauftritt hinsichtlich der Benutzerfreundlichkeit und Auffindbarkeit von Informationen zu optimieren. Auch hinsichtlich Web-Analytics bzw. Web-Controlling sind die Einrichtungen wissenschaftlicher Weiterbildung mit 61 % Nutzung überdurchschnittlich aktiv. Jede fünfte Weiterbildungseinrichtung (21 %) plant den Einsatz solcher Tracking- und Auswertungsverfahren.

► **Auch die digitale Evaluation von Veranstaltungen findet Verbreitung**

Jeweils ein Viertel der Einrichtungen führt Evaluationen von Veranstaltungen digital mittels Onlinefragebögen durch (27 %) oder nutzt elektronische Programme für Prüfungen bzw. Tests (25 %). Letztere können sowohl zum Abschluss von Weiterbildungsveranstaltungen als auch für zwischenzeitliche Lernerfolgskontrollen eingesetzt werden.⁷¹ Hinsichtlich der digitalen Evaluation ist unter allen abgefragten Nutzungen digitaler Technik auf Organisationsebene der höchste Anteilswert des Planungsstadiums zu verzeichnen (34 %). Die offensichtlich zunehmende Verbreitung digitaler Evaluationsverfahren dürfte auch an der Realisierbarkeit von Effizienzgewinnen liegen.⁷² Ein geringerer Anteil (21 %) sieht zukünftig digitale Prüfungen bzw. Tests vor. Differenziert nach der Art der Einrichtung weisen bezüglich elektronischer Prüfungen betriebliche Bildungseinrichtungen (36 %) sowie wirtschaftsnahe Bildungszentren der Kammern (35 %) überdurchschnittliche Werte der aktuellen Nutzung auf; bei digitalen Evaluationen zeigen sich erneut die (Fach-)Hochschulen und wissenschaftlichen Akademien am weitesten fortgeschritten. Unter diesen nutzen bereits mehr als die Hälfte (53 %) Onlineabfragen zur Messung der Teilnehmerzufriedenheit. Auch bei beruflichen Schulen ist die Verbreitung mit 43 Prozent überdurchschnittlich. Auffällig ist zudem, dass VHS besonders häufig die Implementierung digitaler Evaluation planen (49 %) – bislang nutzen dies erst 15 Prozent.

Die häufig überdurchschnittlichen Werte der wissenschaftlichen Weiterbildungsanbieter spiegeln sich in der Bandbreite der Nutzung digitaler Technik auf Organisationsebene. Mit durchschnittlich 10,6 der 18 abgefragten Einsatzmöglichkeiten liegen die (Fach-)Hochschulen und wissenschaftlichen Akademien erkennbar über dem Gesamtdurchschnitt aller Einrichtungen (7,6). Auch die Wirtschaftsnahen (Bildungszentren von Kammern, Innungen, Berufsverbänden o. Ä.) setzen überdurchschnittlich auf digitalen Technikeinsatz (8,6). Die niedrigsten Werte weisen die gemeinschaftlichen Einrichtungen (6,7) sowie die beruflichen Schulen (6,0) auf.

71 Da diese nicht unmittelbar ein Bestandteil des Lehr-/Lerngeschehens sind, wurden sie in den Abfragen der **wbmonitor** Erhebung auf Organisationsebene verortet.

72 Indem beispielsweise die Übertragung der Angaben auf Papierfragebögen in Auswertungsprogramme entfällt.

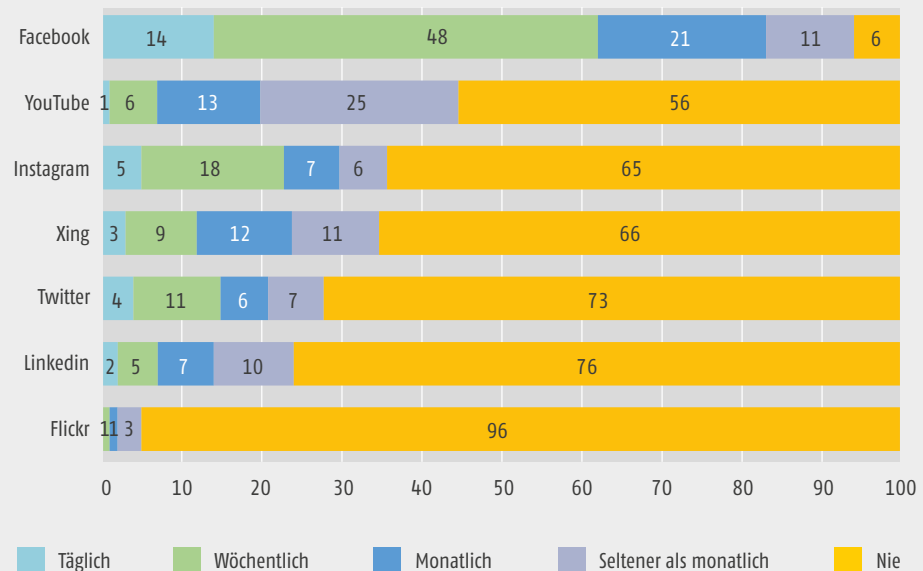
2.5.1 Social-Media-Nutzung für eigene Inhalte

Hinsichtlich der Nutzung von Social-Media- bzw. Web-2.0-Seiten fragte **wbmonitor** nicht nur, ob die Einrichtungen grundsätzlich zur Bereitstellung eigener Inhalte auf diese zugreifen, sondern auch, wie häufig dies bei bestimmten Plattformen der Fall ist.

► Facebook wird von den Anbietern am häufigsten genutzt

Wie Abbildung 11 verdeutlicht, ist Facebook mit Abstand die unter den Weiterbildungsanbietern verbreitetste Social-Media-Plattform. Fast alle Anbieter, die auf Social Media eigene Inhalte einstellen, nutzen hierfür dieses Onlinenetzwerk (94 %).⁷³ Sechs von zehn (62 %) Einrichtungen nutzen es dafür mindestens einmal pro Woche (14 % täglich; 48 % wöchentlich). Bei weiteren 21 Prozent ist dies in monatlichen Abständen der Fall und nur bei elf Prozent seltener. Die aktivsten Facebook-Nutzer sind die wissenschaftlichen Weiterbildungsanbieter – unter diesen stellt jede vierte (Fach-)Hochschule (26 %) sogar täglich Inhalte ein.⁷⁴

Abbildung 11: Häufigkeit der Nutzung von Social Media bzw. Web 2.0 zur Bereitstellung eigener Inhalte (Anteile in %; Basis: Anbieter mit Nutzung von Social Media)



Quelle: BIBB/DIE **wbmonitor** Umfrage 2019. Gewichtete und hochgerechnete Werte auf Basis von n = 947 gültigen Angaben

Die zweithöchste Verbreitung weist das Videoportal YouTube auf, das allerdings nur von weniger als der Hälfte (44 %) der auf sozialen Medien aktiven Einrichtungen genutzt wird.⁷⁵ Dass nur sieben Prozent mindestens einmal pro Woche Inhalte bei YouTube hochladen, dürfte u. a. mit der im Vergleich zu Facebook-Beiträgen – bei denen es sich häufig um Bilder und Texte handelt – als aufwändiger anzusehenden Erstellung von Videos zusammenhängen. Da Facebook und YouTube nicht nur für eigene Beiträge, sondern zugleich für den Bezug von Forschungsergebnissen die beiden von Weiterbildungsanbietern am stärksten genutzten Social-Media-Dienste sind (vgl. CHRIST u. a. 2019, S. 24), kommt diesen eine hervorgehobene Stellung zu.

73 Bezogen auf alle Anbieter, d. h. einschließlich derjenigen, die gar keine sozialen Medien nutzen, sind 59 % auf Facebook vertreten.

74 Weitere 48 % wöchentlich.

75 Beziehungsweise von 28 % der Anbieter insgesamt.

Die weiteren abgefragten, gängigen Portale werden jeweils von weniger als 40 Prozent der auf sozialen Medien vertretenen Einrichtungen genutzt.⁷⁶ Darunter befinden sich die beruflich bzw. geschäftlich ausgerichteten Netzwerke Xing (34 %) sowie LinkedIn (24 %). Hinsichtlich Instagram – auf das 35 Prozent überhaupt und 22 Prozent⁷⁷ mindestens einmal pro Woche Fotos oder Videos einstellen – findet sich unter den (Fach-)Hochschulen sowie wissenschaftlichen Akademien eine vergleichsweise intensive Nutzung (jeweils 20 % täglich bzw. wöchentlich). Der Kurznachrichtendienst Twitter wird lediglich von etwas mehr als einem Viertel (27 %) genutzt – 15 Prozent nutzen den Dienst mindestens einmal pro Woche. Auch hier sind wiederum die wissenschaftlichen Weiterbildungsanbieter häufige Nutzer.⁷⁸ Der Fotocommunity Flickr kommt unter den Weiterbildungsanbietern die geringste Bedeutung zu (4 %).

2.5.2 Weiterbildungsdatenbanken

Weiterbildungsdatenbanken im Internet ermöglichen es Interessenten, sich auf einem Portal eine Übersicht über die Angebote verschiedener Anbieter zu verschaffen, ohne dafür einzelne Anbieterwebsites aufzusuchen. Allerdings ist auch das Angebot an Weiterbildungsdatenbanken unübersichtlich und nach Themenbereichen, Angebotsformaten und Regionen breit gefächert – 2017 gab es in Deutschland ca. 200 Portale (vgl. STIFTUNG WARENTEST 2017). Mit Blick auf diese Heterogenität fragte **wbmonitor** nicht die Nutzung einzelner Datenbanken ab, sondern nach Typen, welche die verschiedenen Ausrichtungen und Herausgeber abbilden.⁷⁹ Eine Ausnahme stellt dabei die Datenbank KURSNET der Bundesagentur für Arbeit als größtes Portal für berufliche Weiterbildung dar.⁸⁰

► KURSNET und regionale Portale werden am häufigsten genutzt

KURSNET kommt hinsichtlich der Verbreitung unter den Anbietern eine hervorgehobene Stellung zu. Acht von zehn Einrichtungen (82 %), die Weiterbildungsangebote über eine Datenbank veröffentlichen, nutzen dafür (auch) das Portal der Bundesagentur für Arbeit (vgl. Abbildung 12).⁸¹ KURSNET findet im gesamten Institutionenspektrum mehrheitlich Verwendung.⁸² Im Bereich der SGB-geförderten Arbeitsmarktdienstleistungen für die Arbeitsagenturen bzw. Jobcenter stellen alle Einrichtungen, die hier ihren Schwerpunkt haben, Angebote in KURSNET ein (99 %).

76 Beziehungsweise von maximal 21 % der Anbieter insgesamt.

77 Differenz zu Abbildung 10 durch Rundung.

78 Mehr als die Hälfte (58 %) der in Social Media aktiven (Fach-)Hochschulen und wissenschaftlichen Akademien nutzen Twitter – bei 27 % erfolgt dies mindestens einmal pro Woche.

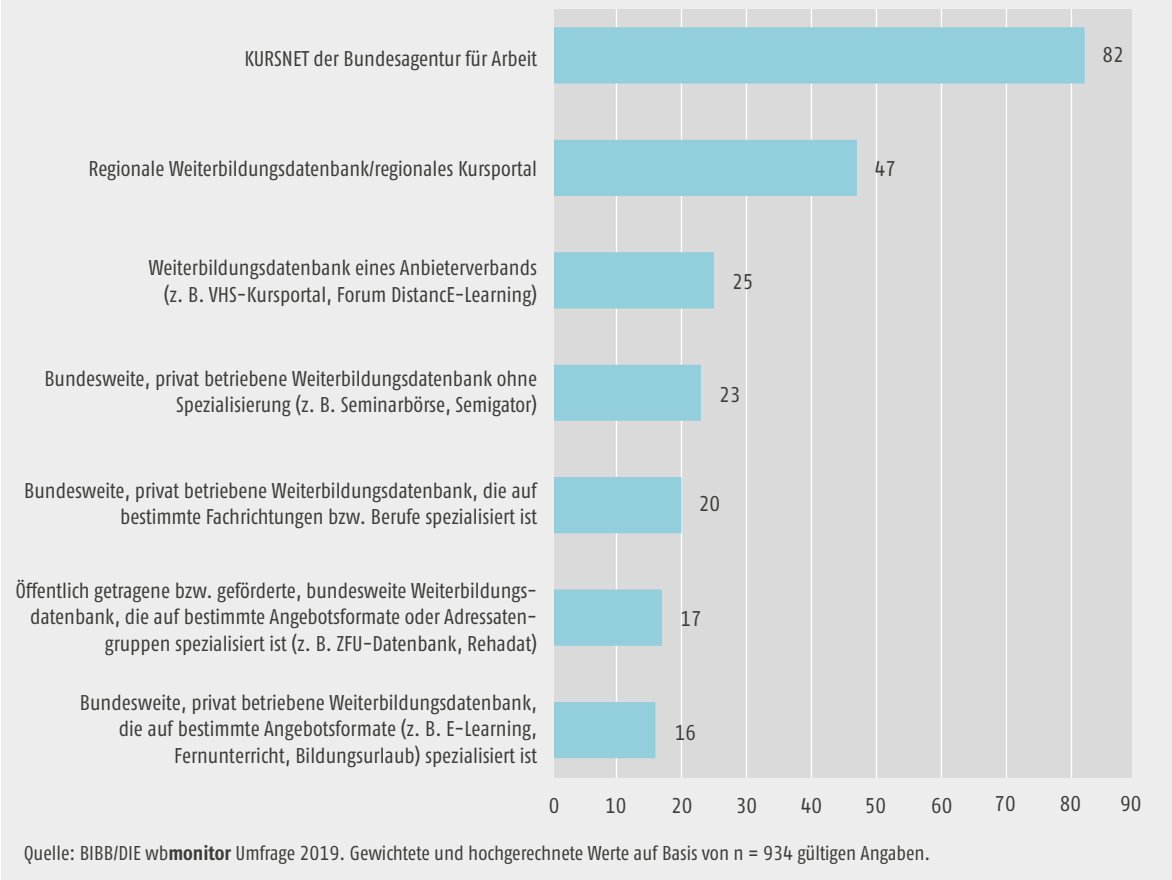
79 Mit dem InfoWeb Weiterbildung IWWB (www.iwwb.de) existiert ein Metaportal, mithilfe dessen auf die Angebote von über 80 einzelnen Datenbanken zugegriffen werden kann. In das IWWB können Anbieter jedoch nicht direkt Angebote einstellen, sondern nur in die angeschlossenen Portale.

80 Mit rund drei Millionen Angeboten laut Website (<https://kursnet-finden.arbeitsagentur.de/kurs/>; Stand 23.03.2020).

81 Bezogen auf die Weiterbildungsanbieter insgesamt nutzt die Hälfte der Einrichtungen (49 %) KURSNET.

82 Die Spannweite reicht von 63 % bei den gemeinschaftlichen Anbietern bis 92 % bei den VHS (Anteilswerte bezogen auf Anbieter, die Weiterbildungsdatenbanken nutzen).

Abbildung 12: Nutzung von KURSNET und Typen von Weiterbildungsdatenbanken (Anteile in %; Basis: Anbieter, die Weiterbildungsdatenbanken nutzen; Mehrfachnennungen)



Auch regionale Weiterbildungsdatenbanken bzw. regionale Kursportale (z. B. Hamburgs Kursportal WISY, Hessische Weiterbildungsdatenbank) sind unter den Anbietern vergleichsweise beliebt, wenngleich deren Verbreitung mit 47 Prozent⁸³ deutlich niedriger ausfällt als bei KURSNET. Vor dem Hintergrund, dass Weiterbildung nach wie vor sehr häufig als Präsenzkurs stattfindet (vgl. Kapitel 2.2), sehen zahlreiche Anbieter regionale Datenbanken offensichtlich als geeignete Kanäle an, Angebote im örtlichen Einzugsbereich der Einrichtung publik zu machen.

Die weiteren abgefragten Typen von Weiterbildungsdatenbanken werden von deutlich weniger Einrichtungen genutzt. Maximal ein Viertel (25%)⁸⁴ der Anbieter macht darüber Angebote publik. Zwischen den verschiedenen Anbietertypen lassen sich deutliche Unterschiede beobachten: Verbandspezifische Weiterbildungsdatenbanken werden unter den VHS erwartungsgemäß mit 71 Prozent⁸⁵ wesentlich häufiger genutzt als im Durchschnitt aller Einrichtungen (25%). Dieser Befund dürfte darauf zurückzuführen sein, dass die Weiterbildungsangebote der einzelnen VHS mittels des VHS-Kursportals zentral veröffentlicht werden können. Privat betriebene Weiterbildungsdatenbanken wie z. B. Seminarbörse oder Semigator, die sämtliche Bundesländer abdecken und keine Spezialisierung hinsichtlich Themen und Forma-

83 Anteilswert bezogen auf Anbieter, die Weiterbildungsdatenbanken nutzen. Bezogen auf alle Anbieter beträgt der Anteilswert 28 %.

84 Anteilswert bezogen auf Einrichtung mit Datenbanknutzung. Bezogen auf die Weiterbildungsanbieter insgesamt trifft dies auf maximal 15 % zu.

85 Die angegebenen Anteilswerte beziehen sich jeweils auf die Gruppe der Weiterbildungsanbieter mit Datenbanknutzung.

ten aufweisen, werden überproportional häufig von privat-kommerziellen Anbietern (42 %) sowie (Fach-)Hochschulen und wissenschaftlichen Akademien (38 %) gewählt (alle Anbieter: 23 %). Bei den wissenschaftlichen Weiterbildungsanbietern ist dies auch bei privaten, bundesweiten Datenbanken der Fall, die entweder auf bestimmte Angebotsformate (z. B. E-Learning, Fernlernen, Bildungsurlaub) (34 %; alle Anbieter: 16 %) oder auf bestimmte Fachrichtungen bzw. Berufe (36 %; alle Anbieter: 20 %) spezialisiert sind. Auch öffentliche Weiterbildungsdatenbanken, die auf bestimmte Angebotsformate oder Adressatengruppen spezialisiert sind wie z. B. die Datenbank der Staatlichen Zentralstelle für Fernunterricht (ZFU) oder das Informationssystem zur beruflichen Rehabilitation REHADAT werden von diesen häufiger genutzt (46 %; alle Anbieter: 17 %). Dass unter den (Fach-)Hochschulen und wissenschaftlichen Akademien ein überproportional hoher Anteil Angebote in spezialisierten Weiterbildungsdatenbanken veröffentlicht, dürfte offenkundig nicht nur mit ihrer Zielgruppenfokussierung auf akademisch gebildete Fach- und Führungskräfte, sondern auch mit dem vergleichsweise häufigen Angebot digitaler Weiterbildungsformate wie Integriertes Lernen oder Onlinekursen (vgl. Kapitel 2.2) zusammenhängen.

► **Weiterbildungsanbieter nutzen häufig verschiedene Datenbanken**

Weniger als ein Drittel der Einrichtungen (31 %) nutzen lediglich einen der genannten Datenbank-Typen zur Veröffentlichung von Weiterbildungsangeboten. Überproportional häufig ist dies bei betrieblichen Bildungseinrichtungen (51 %), beruflichen Schulen (46 %) sowie gemeinschaftlichen Anbietern (43 %) der Fall. In der Regel nutzen die Anbieter somit verschiedene Portale, um Interessenten zu erreichen. Durchschnittlich nutzen alle Anbieter 2,2 der aufgeführten Datenbank-Typen. Eine überdurchschnittlich breite Nutzung verschiedener Weiterbildungsdatenbanken ist bei den VHS (2,6) sowie den wissenschaftlichen Weiterbildungseinrichtungen (2,7) zu beobachten.⁸⁶ Offen bleiben muss an dieser Stelle, ob die Einrichtungen Angebote mehrgleisig, d. h. parallel in verschiedenen Datenbanken, veröffentlichen oder für bestimmte Angebote gezielt die passende Datenbank auswählen.

2.6 Weiterbildungsangebot im Bereich Digitalisierung

Vor dem Hintergrund, dass der Weiterbildung eine zentrale Bedeutung zur Bewältigung der digitalen Transformation beigemessen wird (vgl. BMAS/BMBF 2019), befragte **wbmonitor** die Anbieter zudem nach ihrem thematischen Weiterbildungsangebot im Bereich der Digitalisierung. Da hierzu bislang keine statistischen Informationen vorliegen, liefert **wbmonitor** eine erste Bestandsaufnahme, die ein breites Spektrum an Themen der allgemeinen und beruflichen Weiterbildung abdeckt. Zu berücksichtigen ist, dass es sich bei den abgefragten Themen nicht um Einzelveranstaltungen in dem jeweiligen Gebiet handeln muss, sondern dass sie auch als inhaltlicher Teilbereich in einem umfangreicheren Kurs bzw. Lehrgang enthalten sein können (z. B. in einer Aufstiegsfortbildung).

► **Die überwiegende Mehrheit der Anbieter ist im Bereich Digitalisierung aktiv – die thematischen Schwerpunkte variieren stark**

Insgesamt mehr als drei Viertel der Anbieter (77 %)⁸⁷ führen Weiterbildung im Themenbereich Digitalisierung durch, und ebenfalls die überwiegende Mehrheit beobachtet diesbezüglich im

⁸⁶ Die geringsten Werte weisen die beruflichen Schulen sowie die gemeinschaftlichen Einrichtungen auf (jeweils 1,7).

⁸⁷ Differenziert nach Art der Einrichtung reicht die Bandbreite von 59 % (privat-kommerziell) bis 95 % (VHS).

Zeitraum der letzten fünf Jahre eine steigende Nachfrage⁸⁸. Die größte Themenbreite weisen die VHS (durchschnittlich 8,9 der 26 abgefragten Themen) sowie die beruflichen Schulen (8,1) auf, die geringste die gemeinschaftlichen Anbieter (Einrichtung einer Kirche, Partei, Gewerkschaft, Stiftung, eines Verbandes oder Vereins; 3,1). Hinsichtlich der Verbreitung einzelner Weiterbildungsthemen spiegelt sich die Heterogenität der Branche wider. Bislang werden nur vier Themen von mehr als einem Drittel der Einrichtungen durchgeführt (vgl. Abbildung 13).⁸⁹ Bei 19 Themen trifft dies dagegen auf maximal ein Viertel der Anbieter zu.

Die Anwendung von Office-Standardsoftware (z. B. Microsoft Office) ist mit 48 Prozent am häufigsten Gegenstand von Weiterbildung. Dieser Befund überrascht nicht vor dem Hintergrund, dass die Nutzung von Büro-Software seit der massenhaften Verbreitung von Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) als flächendeckend etabliert anzusehen ist. Mit softwaregestützter Datenanalyse (33 %) und Programmen für Grafik- bzw. Webdesign und Bildbearbeitung (28 %) werden zu weiteren Software-Anwendungen von vergleichsweise vielen Anbietern Weiterbildungen durchgeführt. Etwas seltener sind Kurse zur Anwendung betriebswirtschaftlicher Software (z. B. DATEV, SAP) sowie zur Administration von Betriebssystemen (z. B. Windows, Linux) (22 %). Qualifizierungen in der Anwendung von Software im Bereich Customer-Relationship-Management (CRM), d. h. zur Gestaltung, Dokumentation und Verwaltung von Kundenbeziehungen, werden von weniger als jeder zehnten Einrichtung (7 %) durchgeführt.

Weiterbildungskurse zu den bislang genannten Themen sind unter den VHS weit verbreitet.⁹⁰ Darüber hinaus weist dieser Anbietertyp erwartungsgemäß überproportionale Werte bei Themen auf, die vorrangig der allgemeinen Weiterbildung zuzuordnen sind wie z. B. die Bedienung von Smartphones oder Tablets.⁹¹ Auch Weiterbildung zu Cloud-Computing⁹² ist unter den VHS vergleichsweise verbreitet (35 % gegenüber 14 % bei den Anbietern insgesamt). Dies steht möglicherweise in Zusammenhang mit der Etablierung einer VHS-eigenen Cloud-Struktur und deren Nutzung in verschiedenen Weiterbildungskursen (vgl. www.vhs.cloud).

88 69 % stimmen der Aussage zu, dass die Nachfrage nach ihren Weiterbildungsveranstaltungen zu digitalen Themen bzw. Inhalten in den letzten fünf Jahren gestiegen ist (24 % voll und ganz; 45 % eher). Mit 70 % beobachten nahezu ebenso viele im Zuge der Digitalisierung eine Veränderung der Inhalte ihrer Weiterbildungsveranstaltungen im genannten Zeitraum (20 % stimmen voll und ganz zu; 50 % eher).

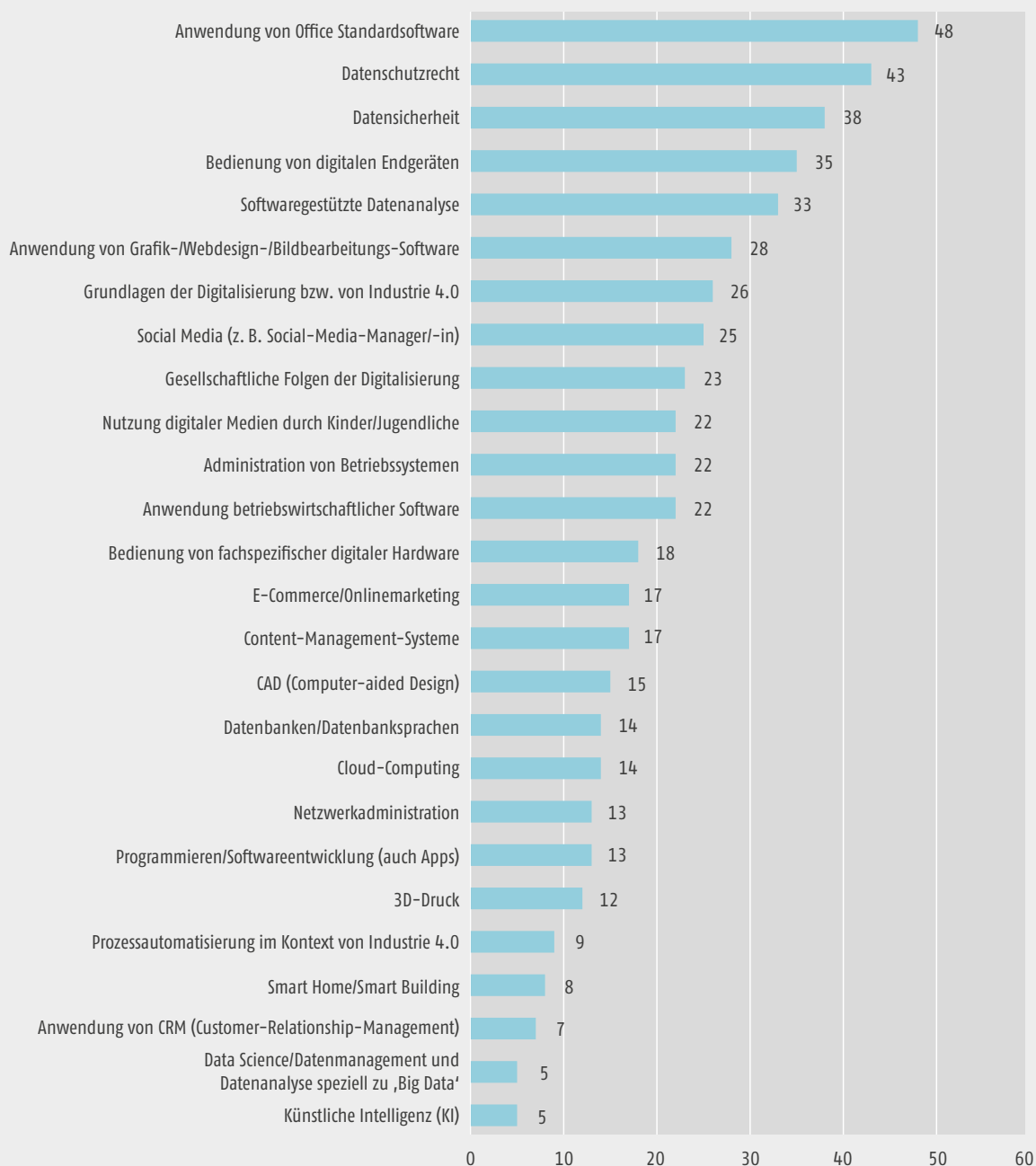
89 Die dargestellten Anteilswerte beziehen sich auf das realisierte Angebot. In weiteren Fällen wurden Themen zwar angeboten, aber keine entsprechende Weiterbildung durchgeführt. Die diesbezüglichen Anteilswerte liegen zwischen 2 % (Bedienung fachspezifischer digitaler Hardware; Anwendung von CRM; künstliche Intelligenz) und 7 % (Datensicherheit; Social Media).

90 Werte der VHS: Office-Software: 90 %; softwaregestützte Datenanalyse: 71 %; Grafik-/Webdesign-/Bildbearbeitungssoftware: 78 %; Administration von Betriebssystemen: 56 %; betriebswirtschaftliche Software: 33 %. Lediglich bei der Anwendung von CRM-Software weisen die VHS mit 3 % einen unterdurchschnittlichen Wert auf. Diese Schulungen werden überproportional häufig von (Fach-)Hochschulen und wissenschaftlichen Akademien (13 %) sowie privat-kommerziellen Anbietern (12 %) durchgeführt.

91 Bedienung von digitalen Endgeräten wie z. B. Smartphones oder Tablets: VHS 89 %; alle Anbieter 35 %; gesellschaftliche Folgen der Digitalisierung (z. B. auf politische Meinungsbildung): VHS 45 %; alle Anbieter: 23 %; Nutzung digitaler Medien durch Kinder und Jugendliche: VHS 48 %; alle Anbieter 22 %.

92 Darunter ist die Nutzung und Entwicklung einer internetbasierten IT-Infrastruktur zu verstehen.

**Abbildung 13: Durchgeführte Weiterbildungsthemen im Bereich Digitalisierung
(Anteile in %; Mehrfachnennungen)**



Quelle: BIBB/DIE wbmonitor Umfrage 2019. Gewichtete und hochgerechnete Werte auf Basis von n = 1.491 (Data Science) bis n = 1.526 (Anwendung von Office-Standardsoftware) gültigen Angaben

► **Datenschutzrecht und Datensicherheit sind bedeutsame Querschnittsthemen**

Die Themen Datenschutzrecht und Datensicherheit werden jeweils von ca. vier von zehn Einrichtungen (43 % bzw. 38 %) durchgeführt. In den vergleichsweise hohen Werten findet vermutlich die im Mai 2018 erlassene europäische Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) Ausdruck. Es dürfte davon auszugehen sein, dass die genannten Themen insbesondere für Betriebe von hoher Relevanz sind. Diese Annahme wird dadurch gestützt, dass Bildungszentren

der Kammern – für die Betriebe eine maßgebliche Kundengruppe sind⁹³ – mit 65 Prozent (Datenschutzrecht) bzw. 48 Prozent (Datensicherheit) überproportional häufig Weiterbildung in den genannten Bereichen leisten. Auch die beruflichen Schulen weisen mit 59 bzw. 57 Prozent höhere Werte auf als die Weiterbildungsanbieter insgesamt.

► Berufsspezifische digitale Themen an Kammereinrichtungen und beruflichen Schulen

Berufsbezogene Themen mit digitalen Inhalten sind vor allem an den Kammereinrichtungen sowie den beruflichen Schulen relevant. Dass unter diesen Anbietertypen die Anteilswerte von Weiterbildungen zur Bedienung fachspezifischer digitaler Hardware wie z. B. digitaler Messgeräte mit 42 Prozent (Kammern) bzw. 45 Prozent (berufliche Schulen) mehr als doppelt so hoch sind wie unter den Weiterbildungsanbietern insgesamt (18 %)⁹⁴, steht offenkundig in Zusammenhang mit ihrer häufigen Ausrichtung auf den technisch-gewerblichen Bereich.⁹⁵ Auch auf Computer-aided Design (CAD), d. h. digitale Modellkonstruktion, mittels der Produkte bzw. Produktbauteile virtuell konzipiert werden, trifft dies zu (Kammern: 33 %; berufliche Schulen: 44 %; alle Anbieter: 15 %). Dass unter den beruflichen Schulen mit 39 Prozent nur etwas weniger Einrichtungen zu 3D-Druck qualifizieren als zu CAD, deutet auf das Vorkommen dieser sich ergänzenden digitalen Technologien in technischen Aufstiegsfortbildungen hin – auf Basis von CAD-Modellen können mittels 3D-Druck Gegenstände erzeugt werden. Demgegenüber ist unter den Kammereinrichtungen das Thema 3D-Druck mit 16 Prozent nur unwesentlich häufiger verbreitet als unter den Weiterbildungsanbietern insgesamt (12 %). Der hier deutlich höhere Wert des Themas CAD spricht dafür, dass die Kammereinrichtungen CAD-Kurse häufig als Einzelveranstaltungen durchführen. Auch bezüglich Weiterqualifizierung im Bereich Smart Home bzw. Smart Building, d. h. der digitalen Steuerung und Vernetzung von Wohnungs- und Haustechnik, sind bei den Bildungszentren der Kammern (19 %) sowie den beruflichen Schulen (18 %) mehr als doppelt so hohe Werte zu beobachten wie unter den Weiterbildungsanbietern insgesamt (8 %).

Zudem weisen berufliche Schulen – über die bereits genannten Weiterbildungsthemen hinaus – hinsichtlich der Nutzung und Entwicklung von Datenbanken (inkl. Datenbanksprachen) (30 %; alle Anbieter: 14 %), Netzwerkadministration (30 %; alle Anbieter: 13 %), Programmieren bzw. Softwareentwicklung (28 %; alle Anbieter: 13 %) sowie Prozessautomatisierung im Kontext von Industrie 4.0 (28 %; alle Anbieter: 9 %) überproportional hohe Werte auf.

► Digitalisierungsthemen in der wissenschaftlichen Weiterbildung

Unter den wissenschaftlichen Weiterbildungsanbietern führen mehr als die Hälfte (55 %) grundlegende Angebote zu den Themen Digitalisierung bzw. Industrie 4.0 durch (alle Anbieter: 26 %).⁹⁶ Darunter fallen beispielsweise Informationsangebote dazu, was unter den genannten Begriffen zu verstehen ist und welche Gestaltungsmöglichkeiten und Chancen sich eröffnen. Darüber hinaus sind Weiterbildungsthemen, bei denen das Internet eine Rolle spielt, für die (Fach-)Hochschulen und wissenschaftlichen Akademien vergleichsweise bedeutsam. So haben gut vier von zehn wissenschaftlichen Einrichtungen (43 %) Weiterbildung im Bereich Social Media (z. B. zum Social Media Expert) durchgeführt (alle Anbieter: 25 %). Auch

93 Durchschnittlich beziehen Bildungszentren der Kammern 42 % ihrer Einnahmen im Weiterbildungsbereich von betrieblichen Kunden.

94 Darüber hinaus weisen auch die betrieblichen Bildungseinrichtungen im Vergleich zu allen Anbietern einen annähernd doppelt so hohen Wert auf (35 %).

95 66 % der Kammereinrichtungen sowie 45 % der beruflichen Schulen bieten technisch-gewerbliche Weiterbildung als Schwerpunktbereich der Einrichtung an.

96 Dieses Thema ist ebenfalls unter den beruflichen Schulen (46 %) sowie den Kammereinrichtungen (38 %) überdurchschnittlich verbreitet.

die Themen E-Commerce bzw. Onlinemarketing zum Vertrieb von Produkten und Dienstleistungen über das Internet (35 %; alle Anbieter: 17 %) sowie Content-Management-Systeme (33 %; alle Anbieter: 17 %) – diese ermöglichen es, ohne Programmierkenntnisse Inhalte auf einer Website einzustellen – sind in der wissenschaftlichen Weiterbildung überproportional relevant.

Als eine spezifische Domäne der wissenschaftlichen Weiterbildung sind Data Science bzw. Datenmanagement und -analyse speziell zu ‚Big Data‘ anzusehen. Dies beinhaltet beispielsweise Verfahren des Data Mining zur Identifikation systematischer Muster in großen Datenmengen, die über Internetnutzung oder durch vernetzte Produktionssysteme automatisch generiert werden können. Während jede vierte (Fach-)Hochschule (25 %) Weiterbildung zu Data Science durchgeführt hat, trifft dies bezogen auf alle Anbieter nur auf jede 20. Einrichtung (5 %) zu.⁹⁷ Auch beim Thema Künstliche Intelligenz (KI) übertreffen die wissenschaftlichen Weiterbildungsanbieter mit 14 Prozent den Wert für die Weiterbildungsanbieter insgesamt (5 %). Im Unterschied zum Thema Data Science fällt die Differenz zu anderen Anbietertypen jedoch deutlich geringer aus – mit einem Wert von zehn Prozent folgen an zweiter Stelle die VHS. Es ist anzunehmen, dass bei den genannten Einrichtungstypen verschiedenartige inhaltliche Ausrichtungen zum Thema KI bestehen. Während (Fach-)Hochschulen vermutlich spezifisch zur technischen Entwicklung und Anwendung von KI-Verfahren wie z. B. Machine Learning weiterbilden, dürften viele VHS das Thema stärker aus einer grundlegenden Perspektive (z. B.: Was ist KI, welche Möglichkeiten und Risiken eröffnet die Nutzung von KI für die Gesellschaft?) behandeln.

2.7 Fazit und Ausblick

In der Gesamtschau der Ergebnisse zeigt sich die Digitalisierung in der heterogenen Weiterbildungslandschaft in unterschiedlicher Ausprägung und Ausgestaltung. Mit Blick auf die verschiedenartigen Ausrichtungen der Einrichtungstypen sowohl hinsichtlich Themen und Inhalten der beruflichen und allgemeinen Weiterbildung (vgl. Kapitel 3) als auch auf unterschiedliche Adressatengruppen hängt die Nutzung der Möglichkeiten digitaler Technologien allem Anschein nach maßgeblich vom jeweiligen Bedarf ab. Darüber hinaus scheinen auch unterschiedliche finanzielle Rahmenbedingungen sowie die Qualität des Internetzugangs eine Rolle zu spielen.

Bei Betrachtung der Anbietertypen stechen insbesondere die (Fach-)Hochschulen und andere Anbieter wissenschaftlicher Weiterbildung hervor, bei denen eine fortgeschrittene Infrastruktur digitaler Technik mit ausgeprägten digitalen Kompetenzen des Lehrpersonals und Erwartungen der akademisch gebildeten Zielgruppe nach modernen Weiterbildungsformaten⁹⁸ zusammentreffen. Vor diesem Hintergrund kann davon ausgegangen werden, dass sich in der wissenschaftlichen Weiterbildung besonders günstige Voraussetzungen für eine digital geprägte Wissensvermittlung bieten. Dies äußert sich beispielsweise darin, dass bis auf wenige Ausnahmen in allen Veranstaltungen digitale Medien bzw. Formate zum Einsatz kommen (89 %) und die (Fach-)Hochschulen eine hohe Verbreitung von Blended Learning Formaten bzw. Integriertem Lernen aufweisen (75 %). Auch Anwendungen wie Game-based Learning bzw. Serious Games (42 %) sowie Virtual und Augmented Reality sind hier anzutreffen – wenngleich die letztgenannten auch unter den wissenschaftlichen Anbietern bislang noch von Minderheiten genutzt werden (26 % bzw. 15 %). Darüber hinaus ist der genannte Anbietertyp

97 Differenziert nach Art der Einrichtung weisen privat-kommerzielle Anbieter, berufliche Schulen sowie VHS mit jeweils 7 % die zweithöchsten Werte auf.

98 Für 88 % der (Fach-)Hochschulen und wissenschaftlichen Akademien ist die Erfüllung der Erwartungen seitens der Kunden ein Grund, digitale Formate bzw. Medien im Lehr-/Lerngeschehen einzusetzen.

auch auf der Organisationsebene hinsichtlich der Anwendung digitaler Technik vergleichsweise gut aufgestellt.

Neben den (Fach-)Hochschulen und wissenschaftlichen Akademien vermitteln auch die beruflichen Schulen das Bild vergleichsweise stark digitalisierter Einrichtungen. Zwei Drittel (66 %) der beruflichen Schulen sehen sich sogar als Vorreiter hinsichtlich des Einsatzes digitaler Technik im Lehr-/Lerngeschehen – unter allen Anbietern trifft dies lediglich auf 36 Prozent zu. Hinsichtlich der technischen Ausstattung sind sie der Anbietertyp mit der besten Versorgung an Interaktiven Whiteboards, Dokumentenkameras bzw. Visualizern sowie digitalen Videokameras. Digitale Medien und Formate finden im Lehr-/Lerngeschehen der beruflichen Schulen in der deutlichen Mehrheit der Veranstaltungen (64 %) Anwendung. Digitale Technik wird dabei häufig auf konkrete Arbeitsprozesse bezogen eingesetzt. Mit den genannten Ergebnissen korrespondiert die Einschätzung, dass das Lehrpersonal der beruflichen Schulen in vergleichsweise hohem Umfang über digitale Kompetenzen verfügt. Offensichtlich sind letztere oftmals Gegenstand von Lehrerfortbildungen dieses Schultyps – die Teilnahme an internen und externen Weiterbildungsveranstaltungen zur Verbesserung digitaler Kompetenzen wird überdurchschnittlich häufig gefördert. Die Digitalisierungsanstrengungen der beruflichen Schulen werden ferner dadurch ersichtlich, dass sich nahezu alle Einrichtungen dieses Typs mit hohen Anschaffungskosten für digitale Technik konfrontiert sehen (93 %; alle Anbieter: 70 %).⁹⁹

Bei den Volkshochschulen (VHS) findet zum Zeitpunkt der Erhebung die überwiegende Mehrheit der Veranstaltungen (78 %) ohne den Einsatz digitaler Medien und Formate statt. Zum einen steht dies offensichtlich in Zusammenhang mit deren Angebotsausrichtung. In manchen Bereichen des vielfältigen Kursangebots – insbesondere in der allgemeinen Weiterbildung – erscheinen digitale Technologien nicht unmittelbar erforderlich. Zum anderen dürften die eher schlechte Ausstattung der VHS mit digitaler Technik und die teilweise als unzureichend angesehene Internetversorgung (die vermutlich vor allem Einrichtungen im ländlichen Raum betrifft) eine Rolle spielen. Darüber hinaus macht sich in dem eher zurückhaltenden Einsatz digitaler Medien und Formate in den Veranstaltungen möglicherweise auch die vergleichsweise hohe Altersstruktur der Teilnehmenden¹⁰⁰ bemerkbar. Dies ist insofern denkbar, da seitens der Älteren vermutlich eine geringere Erwartungshaltung nach digital gestützter Wissensvermittlung besteht als dies bei Jüngeren der Fall ist. Andererseits verdeutlicht die explizite VHS-Strategie der digitalen Transformation (vgl. DVV 2019) jedoch die Absicht, die Chancen der Digitalisierung zu nutzen, um neue Wege zu beschreiten. So haben die VHS bereits eine eigene Cloud-Struktur mit vielfältigen Möglichkeiten eingeführt und bieten überdurchschnittlich häufig Onlinekurse an. Damit können unter Umständen Adressatengruppen erreicht werden, die bisher seltener zu ihren Kursteilnehmenden zählen. Für die Erweiterung des digitalen Angebots spielt möglicherweise auch eine Rolle, dass manche VHS-Angebote mit informellem Lernen im Internet (z. B. auf YouTube) konkurrieren – sechs von zehn VHS (59 %) betrachten kostenfreie Lernangebote im Netz als Konkurrenz für ihr Angebot (alle Anbieter: 30 %). Aber auch Onlinekurse anderer Anbieter werden von den VHS häufiger als Konkurrenz wahrgenommen als von den Weiterbildungseinrichtungen insgesamt (47 % bzw. 34 %). Hinsichtlich der digitalen Kompetenzen der VHS-Kursleitenden vermitteln die Ergebnisse des **wbmonitor** das Bild, dass diese Kompetenzen unter den i. d. R. nebenberuflich bzw. auf Honorarbasis tätigen Lehrenden (vgl. REICHART/HUNTEMANN/LUX 2019, S. 22) bislang vergleichs-

⁹⁹ Berufliche Schulen: 41 % stimmen voll und ganz zu, 53 % stimmen eher zu; alle Anbieter: 25 % voll und ganz; 45 % eher.

¹⁰⁰ 2018 entfiel knapp die Hälfte (47 %) der Kursbelegungen an VHS auf 50-Jährige und älter und die Altersgruppe der 50- bis 64-Jährigen stellte mit 29 % den höchsten Anteil an den Kursbelegungen (vgl. Reichart u. a. 2019, S. 32).

weise gering ausgeprägt sind. Für die Personalrekrutierung der Einrichtungen werden digitale Kompetenzen jedoch häufig als relevant eingeschätzt. Um konkrete Kompetenzentwicklungsbedarfe abschätzen zu können, wären mit Blick auf das breit ausgerichtete VHS-Angebot, das schwerpunktmäßig von der Digitalisierung weniger stark tangierte Themenbereiche umfasst, differenzierte Befunde bezüglich desjenigen Lehrpersonals nötig, das in digital-relevanten Kursen unterrichtet.

Die gemeinschaftlichen Anbieter (Einrichtungen einer Kirche, Partei, Gewerkschaft, Stiftung, eines Verbandes oder Vereins) sind hinsichtlich ihres Lehr-/Lerngeschehens vergleichsweise traditionell aufgestellt – in lediglich 40 Prozent der Veranstaltungen kommen digitale Medien bzw. Formate zum Einsatz. Bei einem Drittel (33 %) der Einrichtungen findet der Präsenzunterricht vollkommen ohne Einsatz digitaler Medien statt. Der Anteil von Lehrenden mit digitalen Kompetenzen bei diesem Anbietertyp wird zudem geringer eingeschätzt als bei den anderen Anbietern. Für viele gemeinschaftliche Einrichtungen stellen die Kosten der Digitalisierung offensichtlich eine Hürde dar – fast zwei Drittel (63 %) stimmen der Aussage zu, dass die Finanzierung digitaler Technik für sie ein Problem ist.¹⁰¹

Bei den weiteren Anbietertypen – privat-kommerzielle und privat-gemeinnützige Anbieter, Bildungseinrichtungen von Betrieben sowie wirtschaftsnahen Bildungszentren von Kammern und Innungen – sind insgesamt betrachtet wenige Auffälligkeiten zu beobachten. Für die privaten und betrieblichen Einrichtungen dürfte zu vermuten sein, dass sich vor dem Hintergrund der heterogenen Ausrichtung auf private Kunden und öffentliche Financiers (vgl. Kapitel 3) die Gestaltung der Digitalisierung an den Geschäftsstrategien und Kundenerwartungen orientiert und insofern unterschiedliche Schwerpunktsetzungen im Einsatz digitaler Technik und digital gestützter Wissensvermittlung existieren. Eine besondere Gruppe stellen dabei Anbieter in vorwiegend privater Rechtsform dar, die ihr Angebot zum Großteil oder vollständig auf Onlineveranstaltungen umgestellt haben. Für diese sind dafür neben didaktischen Gründen auch wirtschaftliche ausschlaggebend. So ermöglichen es virtuelle Seminare, das Einzugsgebiet auszuweiten und durch die ortsunabhängige Teilnahme Kurse besser auslasten zu können als dies lokal möglich wäre.¹⁰² Im Bereich der Bildungsgutscheine kann dies u. U. eine kostendeckende Durchführung von Weiterbildungsmaßnahmen sicherstellen. Die Kammereinrichtungen sind in der Gesamtschau der Ergebnisse im Mittelfeld der digitalen Transformation zu verorten. Dies wird beispielsweise darin deutlich, dass der Anteil der Veranstaltungen, in denen digitale Medien bzw. Formate eingesetzt werden, mit 55 Prozent nur leicht über dem Gesamtdurchschnitt (48 %) liegt.

Um den Einsatz digitaler Technologien im Lehr-/Lerngeschehen in Hinblick auf eine bedarfsgerechte und individuelle Gestaltung weiter zu forcieren, sprechen die dargestellten Ergebnisse dafür, die Lehrenden bei der Entwicklung ihrer digitalen Kompetenzen zu unterstützen. Während die Nutzung von Laptop und Beamer als Standardkompetenz anzusehen ist, scheinen insbesondere die medienpädagogischen Fähigkeiten ausbaufähig zu sein. So sind für einen didaktisch sinnvollen Einsatz digitaler Medien und Formate eine reflektierte Auswahl und Anwendung von zentraler Bedeutung. Auch das eigene Erstellen von digitalen Lernmaterialien sowie die Befähigung von Lernenden, selbst mittels digitaler Medien Lerninhalte zu erarbeiten und zu präsentieren, sind offensichtlich immer wichtiger werdende Anforderungen an das Lehrpersonal. Ferner ist davon auszugehen, dass die Anwendung von Learning Analytics zur Messung von Lernständen an Bedeutung gewinnt – bislang ist diese Kompetenz unter den Lehrenden noch vergleichsweise selten anzutreffen. Wenngleich die meisten Einrichtungen Lehrende bei der Verbesserung digitaler Kompetenzen unterstützen, indem sie beispielsweise

101 20 % stimmen voll und ganz zu, 43 % stimmen eher zu.

102 In der aktuellen Corona-Krise haben diese Anbieter zudem offensichtlich den Vorteil, ihren Betrieb aufrechterhalten zu können.

interne Schulungen durchführen oder die Teilnahme an externen Weiterbildungen fördern, bestehen dennoch teilweise deutliche Diskrepanzen zwischen der Einschätzung der Anbieter zur aktuellen Verbreitung bestimmter digitaler Kompetenzen unter den Lehrenden und den Anforderungen der Einrichtungen bei der Personalrekrutierung. Vor diesem Hintergrund ist die Ankündigung der Nationalen Weiterbildungsstrategie zu begrüßen, das Lehrpersonal auch von staatlicher Seite im Umgang mit den neuen Möglichkeiten der Digitalisierung zu fördern (vgl. BMAS/BMBF 2019, S. 20). Dabei sollte die heterogene Personalstruktur in der Weiterbildung Berücksichtigung finden; insbesondere die sogenannten hauptberuflichen Honorarkräfte, die mehrere Honorartätigkeiten zum Haupterwerb kombinieren und in der Weiterbildungspartizipation benachteiligt sind (vgl. AUTORENGRUPPE WB-PERSONALMONITOR 2016, S. 126), könnten von einer öffentlichen Förderung profitieren.

Eine staatliche Förderung könnte auch zur Verbesserung der oftmals unzureichenden Ausstattung mit digitaler Hardware beitragen. Eine Unterstützung ähnlich dem DigitalPakt Schule – über den im Weiterbildungsbereich nur die beruflichen Schulen bzw. Fachschulen gefördert werden können – erscheint für weitere Einrichtungen bzw. Einrichtungstypen, die vorwiegend im öffentlichen Interesse tätig sind, erwägenswert. Ein zusätzlicher Bedarf besteht vor allem bei Interaktiven Whiteboards bzw. Smartboards, aber auch bei digitalen Endgeräten für Teilnehmende, Dokumenten- und Videokameras sowie VR- und AR-Brillen. Insbesondere die VHS verfügen über eine erkennbar geringere Ausstattung als andere Anbietertypen und könnten vor dem Hintergrund einer oftmals bestehenden Finanzierungsproblematik¹⁰³ von einer Förderung der digitalen Infrastruktur profitieren. Ferner sprechen die Ergebnisse für das Erfordernis einer flächendeckenden Breitbandversorgung auch in ländlichen Regionen, um in der Weiterbildung internetbasierte Anwendungen unabhängig vom Standort des Anbieters einsetzen zu können. Vor dem Hintergrund, dass Weiterbildungsanbieter häufig auch Veranstaltungsräume außerhalb des Hauptstandorts nutzen und dort in vielen Fällen kein raumdeckendes Internet zur Verfügung steht, erscheint zudem ein flächendeckendes Mobilfunknetz mit ausreichender Empfangsstärke hilfreich. Dies ermöglicht den Einsatz mobiler WLAN-Geräte für einen temporären Internetzugang.

Die in diesem Kapitel dargestellten Ergebnisse sind eine Momentaufnahme im digitalen Transformationsprozess der Weiterbildung. Es kann davon ausgegangen werden, dass zahlreiche Nutzungsmöglichkeiten digitaler Technik in diesem Bildungsbereich bislang nicht ausgeschöpft werden. Zum Zeitpunkt der Erhebung kommen erst in jeder zweiten Veranstaltung überhaupt digitale Medien und Formate zum Einsatz. Wenngleich verschiedene digitale Hardware, Medien und Lehr-/Lernformate in die Weiterbildung Einzug halten und als notwendig erachtet werden¹⁰⁴, ist der traditionelle Präsenzunterricht nach wie vor das dominierende Format. Einen Trend der Verschiebung von Präsenz- zu Onlineveranstaltungen konstatiert nur ein Fünftel der Einrichtungen (19 %). Inwiefern spezifische digitale Formate wie Onlinekurse oder Blended Learning bzw. Integriertes Lernen in ihrer Verbreitung zunehmen werden, gilt es zu beobachten. Möglicherweise werden auch veränderte Rahmenbedingungen in Folge der Corona-Krise dazu beitragen, dass Weiterbildungseinrichtungen zukünftig vermehrt auf virtuelle Angebote setzen. Mit den Ergebnissen der **wbmonitor** Erhebung wird deutlich, dass dafür unterschiedlich günstige Ausgangsbedingungen bestehen. Anbieter, die bereits auf vorhandene Infrastruktur, digitale Angebote und qualifiziertes Lehrpersonal zurückgreifen können, haben unter Umständen bessere Voraussetzungen dafür, die gebotenen Anpassungen des Angebots zu bewältigen.

103 Der Aussage, dass die Finanzierung digitaler Technik für ihre Einrichtung ein Problem darstellt, stimmen 62 % der VHS zu (27 % voll und ganz; 34 % eher; Differenz zum Gesamtwert durch Rundung).

104 86 % stimmen der Aussage zu, dass der Einsatz digitaler Technik im Lehr-/Lerngeschehen für eine erfolgreiche Zukunft der Einrichtung notwendig ist (38 % voll und ganz, 48 % eher).

3 Strukturinformationen aus der wbmonitor Umfrage 2019

Mit Blick auf die Heterogenität der Weiterbildung werden in diesem Kapitel zentrale Strukturmerkmale der Anbieterlandschaft dargestellt. Dies sind die verschiedenen Anbietertypen sowie deren Angebotsausrichtung im Bereich der beruflichen und allgemeinen Weiterbildung sowie diesbezügliche Themenfelder. Darüber hinaus verdeutlichen die Finanzierungsstrukturen unterschiedliche Orientierungen auf private individuelle und betriebliche Kunden, Arbeitsmarktdienstleistungen nach SGB III/II sowie Weiterbildungsleistungen im Auftrag bzw. Interesse von Gebietskörperschaften (Kommune, Land, Bund) bzw. der EU. Eine Besonderheit des Bildungsbereichs Weiterbildung sind die Personalstrukturen der Anbieter mit dem häufigen Einsatz von Honorarkräften.

Der mit Abstand größte Anteil der Anbieter auf Basis der wbmonitor Erhebung 2019 entfällt auf die Anbieter in privater Rechtsform (40 %); 23 Prozent sind privat-kommerziell und 17 Prozent privat-gemeinnützig ausgerichtet (vgl. Abbildung 14). 18 Prozent sind gemeinschaftliche Einrichtungen, die sich in der Trägerschaft einer Kirche, Partei, Gewerkschaft, Stiftung, eines Verbandes oder Vereins befinden. Mit 16 Prozent fast ebenso hoch fällt der Anteil der Volkshochschulen aus. Auf wirtschaftsnahe Einrichtungen, d. h. Kammern, Innungen und Berufsverbände bzw. deren Bildungszentren, entfällt ein Zehntel aller Anbieter (10 %). Zusammengenommen etwa ein Sechstel stellen berufliche Schulen bzw. Fachschulen der landesrechtlich geregelten Fortbildung (8 %), Anbieter wissenschaftlicher Weiterbildung wie Weiterbildungszentren von Hochschulen und Fachhochschulen oder wissenschaftliche Akademien (3 %) sowie betriebliche Bildungseinrichtungen (3 %) und sonstige Einrichtungen in staatlicher Trägerschaft¹⁰⁵ (2 %).

► Fast alle Einrichtungen haben berufliche Weiterbildung im Angebotsspektrum – aber mit unterschiedlichen Schwerpunkten

Nahezu alle Weiterbildungsanbieter (92 %) bieten berufliche Weiterbildung an (vgl. Abbildung 15). 64 Prozent der Anbieter bezeichnen diese als Hauptaufgabe ihrer Einrichtung; für 28 Prozent ist berufliche Weiterbildung eine Nebenaufgabe, d. h., die Arbeitsschwerpunkte liegen in anderen Bereichen.

Mit Blick auf die verschiedenen Anbietertypen zeigen sich teilweise unterschiedliche Schwerpunkte in den Angebotsprofilen. Erwartungsgemäß haben sowohl alle betrieblichen Bildungseinrichtungen als auch die wirtschaftsnahen Einrichtungen und beruflichen Schulen Aktivitäten beruflicher Weiterbildung in ihrem Angebot (jeweils 100 %). Auch unter den (Fach-) Hochschulen und wissenschaftlichen Akademien sowie den privat-kommerziellen Anbietern ist nahezu jede Einrichtung in diesem Bereich tätig (jeweils 99 %). Während bei betrieblichen (83 %), wirtschaftsnahen (80 %) sowie privat-kommerziellen Bildungseinrichtungen (85 %) mindestens vier von fünf Anbietern berufliche Weiterbildung als Tätigkeitsschwerpunkt definieren, liegt dieser Anteil bei den beruflichen Schulen sowie den Einrichtungen im akademischen Bereich etwas niedriger (66 % bzw. 72 %).¹⁰⁶ Auch bei den privat-gemeinnützig

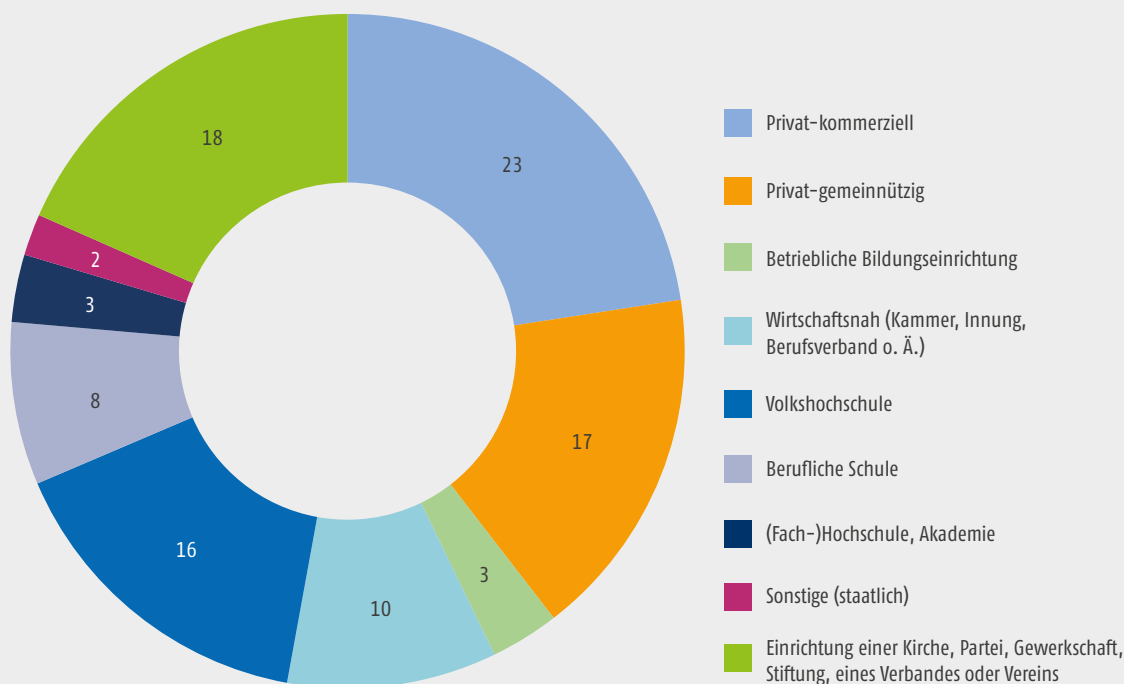
¹⁰⁵ Darunter fallen beispielsweise Landesinstitute für Lehrerfortbildung, Landeszentralen für politische Bildung, forstliche Bildungszentren oder Kultureinrichtungen von Drittstaaten mit Weiterbildungsangebot (z. B. Sprachkurse).

¹⁰⁶ Bei diesen Werten ist zu berücksichtigen, dass unter den beruflichen Schulen teilweise direkt die berufliche Fortbildung zuständigen Fachschulen zur Umfrage kontaktiert werden, teilweise jedoch auch gesamte Berufsschulzentren, bei denen die Fachschule eine Schulform neben anderen darstellt.

tätigen Anbietern sowie den VHS haben mehr als 90 % berufliche Weiterbildung im Angebot. Unter den VHS stufen jedoch deutlich weniger Einrichtungen die Aktivitäten der beruflichen Weiterbildung als Hauptaufgabe ein (48 %) als bei den privat-gemeinnützigen Anbietern (70 %). Eine vergleichsweise untergeordnete Rolle spielt der berufliche Bereich für gesellschaftliche Einrichtungen (in der Trägerschaft einer Kirche, Partei, Gewerkschaft, Stiftung, eines Verbands oder Vereins). Dass von diesen nur ein Drittel (34 %) berufliche Weiterbildung als Hauptaufgabe definiert und ein Viertel (25 %) hier gar nicht tätig ist, dürfte mit der Heterogenität dieser Anbietergruppe zusammenhängen – hier sind beispielsweise auch Einrichtungen der Familienbildung sowie der politischen und kulturellen Weiterbildung vertreten.

Hinsichtlich der Themenbereiche beruflicher Weiterbildung weist der überfachliche Bereich – Führungs-/Managementtraining, Selbstmanagement und Soft Skills – die höchste Verbreitung auf. Etwa drei Viertel (74 %) der im beruflichen Bereich aktiven Einrichtungen (mit beruflicher Weiterbildung als Haupt- oder Nebenaufgabe) führen ein solches Angebot, allerdings bezeichnet weniger als die Hälfte davon (30 % der im beruflichen Bereich aktiven Einrichtungen) diesen Themenbereich als Angebotsschwerpunkt (vgl. Abbildung 16). Fast ebenso häufig sind soziale, medizinische, pflegerische und/oder pädagogische Inhalte ein Angebotsschwerpunkt (29 %). Bei geringfügig mehr Anbietern (32 %) ergänzen sie das Angebot, so dass insgesamt sechs von zehn Anbietern beruflicher Weiterbildung in diesem Bereich tätig sind (61 %). Etwas mehr als die Hälfte bietet kaufmännische Weiterbildung (53 %; 25 % als Angebotsschwerpunkt) und berufsbezogenes IT-Wissen an (51 %; 18 % als Schwerpunkt). Berufsbezogene Fremdsprachen (44 %) und technisch-gewerbliche Weiterbildung (43 %) werden etwas seltener, jedoch immerhin noch von fast der Hälfte der Einrichtungen angeboten. Bei 26 Prozent (technisch-gewerbliche Weiterbildung) bzw. 14 Prozent (Fremdsprachen) sind sie Angebotsschwerpunkt.

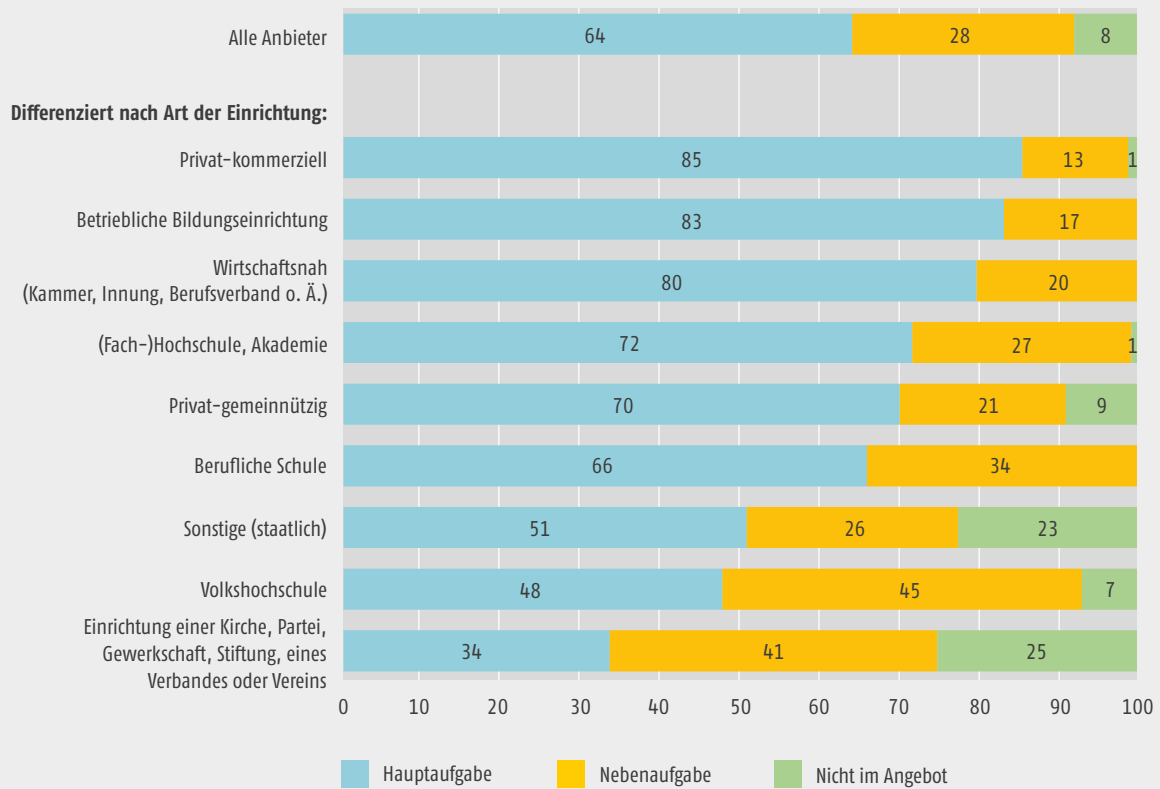
Abbildung 14: Anbietertypen in der Weiterbildung (Anteile in %)



Quelle: BIBB/DIE wbmonitor Umfrage 2019. Gewichtete und hochgerechnete Werte auf Basis von n = 1.551 gültigen Angaben

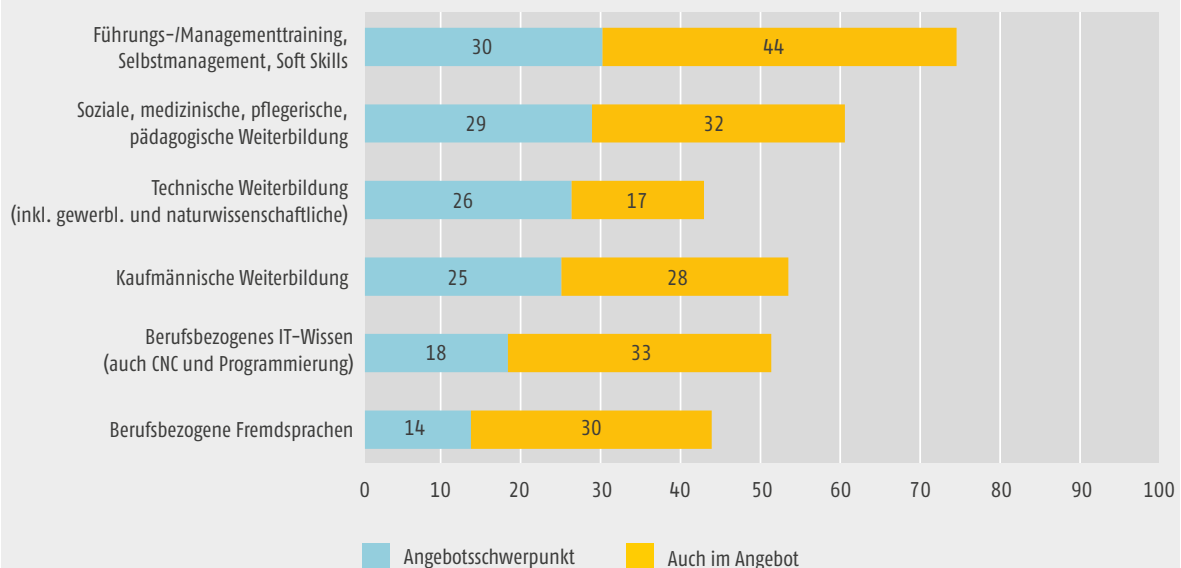
Auch bei den (Fach-)Hochschulen werden zum Teil die Gesamtorganisationen und teilweise die wissenschaftlichen Weiterbildungszentren direkt kontaktiert.

Abbildung 15: Stellenwert beruflicher Weiterbildung, differenziert nach Art der Einrichtung (Anteile in %)



Quelle: BIBB/DIE wbmonitor Umfrage 2019. Gewichtete und hochgerechnete Werte auf Basis von n = 34 (Sonstige (staatlich)) bis n = 344 (privat-kommerziell) gültigen Angaben

Abbildung 16: Themenbereiche beruflicher Weiterbildung (Anteile in %; Basis: Anbieter beruflicher Weiterbildung)



Quelle: BIBB/DIE wbmonitor Umfrage 2019. Gewichtete und hochgerechnete Werte auf Basis von n = 1.399 gültigen Angaben; Basis: Einrichtungen mit beruflicher Weiterbildung im Angebot

Differenziert nach Art der Einrichtung bestehen erwartungsgemäß Unterschiede sowohl hinsichtlich des Angebots von beruflichen Themenbereichen als auch hinsichtlich der Breite des abgedeckten Themenspektrums.¹⁰⁷ „Führungs-/Managementtraining, Selbstmanagement und Soft Skills“ sind der am häufigsten angebotene Themenbereich. Nur unter den VHS, den wirtschaftsnahen sowie den gemeinschaftlichen Einrichtungen ist jeweils ein anderer Themenbereich weiter verbreitet. Bei den anderen Anbietertypen variieren die Anteilswerte („Angebotschwerpunkt“ und „auch im Angebot“ zusammengenommen) zwischen 87 Prozent ((Fach-) Hochschulen und wissenschaftliche Akademien) und 64 Prozent (berufliche Schulen sowie privat-gemeinnützige Anbieter).¹⁰⁸ Wenngleich die VHS bezüglich „Führungs-/Managementtraining, Selbstmanagement und Soft Skills“ mit 92 Prozent sogar einen höheren Wert aufweisen, liegt der Wert für den Themenbereich „berufsbezogene Fremdsprachen“ noch geringfügig höher (93 %) – somit bieten nahezu alle VHS Kurse in den genannten Bereichen an. Dass demgegenüber von den wirtschaftsnahen Kammereinrichtungen technische und gewerbliche Weiterbildungen am häufigsten angeboten werden (85 %), verdeutlicht deren Ausrichtung des Weiterbildungsangebots auf bestimmte Berufsgruppen bzw. Gewerke. Angebote im Bereich sozialer, medizinischer, pflegerischer und pädagogischer Weiterbildung sind besonders stark unter den gemeinschaftlichen Einrichtungen vertreten (76 %).

Durchschnittlich werden, bezogen auf alle Anbieter mit beruflichem Weiterbildungsangebot (als Haupt- oder Nebenaufgabe), 3,3 der sechs abgefragten Themenbereiche angeboten. Entsprechend ihrer breiten thematischen Ausrichtung haben die VHS mit durchschnittlich 4,6 berufsbezogenen Themenbereichen die größte Vielfalt vorzuweisen. Ebenfalls über dem Gesamtdurchschnitt liegen die wirtschaftsnahen Einrichtungen mit 3,9 Themenbereichen sowie die wissenschaftlich orientierten Einrichtungen (3,8). Berufliche Schulen (3,5), betriebliche Bildungseinrichtungen (3,4) und privat-gemeinnützige Einrichtungen (3,2) weichen nur geringfügig davon ab. Dass für privat-kommerzielle Anbieter (2,7) sowie gemeinschaftliche Einrichtungen (2,2) unterdurchschnittliche Werte zu verzeichnen sind, deutet darauf hin, dass Anbieter dieser Typen häufiger auf einzelne oder wenige berufliche Themenfelder spezialisiert sind.

► Zwei Drittel der Einrichtungen haben allgemeine Weiterbildung im Angebot

Etwa zwei Drittel (67 %) aller Einrichtungen führen (auch) allgemeine Weiterbildung in ihrem Angebotsspektrum – d. h., Angebote bzw. Themenbereiche, die nicht auf eine explizit berufliche Verwertbarkeit abzielen (hierzu gehören z.B. auch politische und kulturelle Erwachsenenbildung sowie Familienbildung). Für 40 Prozent der Anbieter sind Angebote im Bereich der allgemeinen Weiterbildung ein Tätigkeitsschwerpunkt (vgl. Abbildung 17).

Auch hinsichtlich des Angebots allgemeiner Weiterbildung zeigen sich unterschiedliche Schwerpunktsetzungen der verschiedenen Anbietertypen: Einen erwartungsgemäß herausragenden Stellenwert hat der Teilbereich bei den VHS. Dass in nahezu allen Einrichtungen dieses Typs (99 %) die allgemeine Weiterbildung Hauptaufgabe ist¹⁰⁹, spiegelt die Ausrichtung

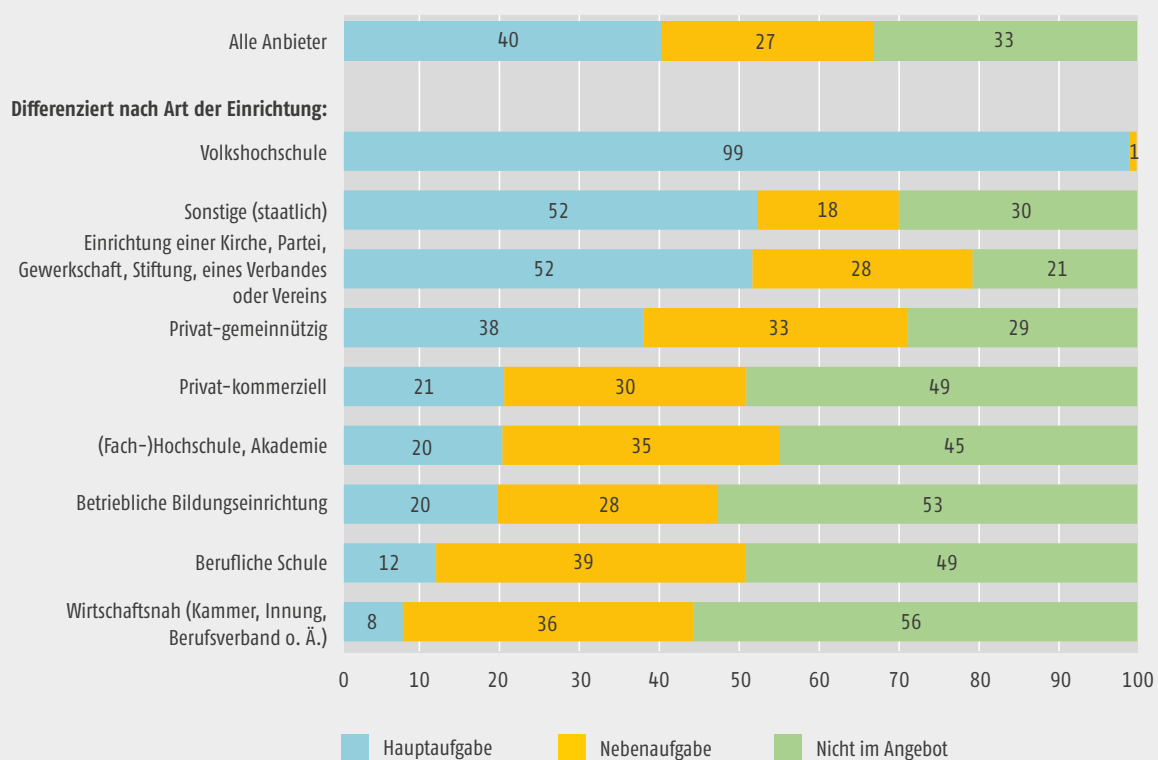
107 Berücksichtigt werden ausschließlich Einrichtungen, die berufliche Weiterbildung als Aufgabenbereich ihrer Einrichtung bezeichnen. Der Einrichtungstyp „Sonstige (staatlich)“ wird im Rahmen anbietertypenspezifischer Profile aufgrund der geringen Anzahl gültiger Angaben (n < 30) nicht berücksichtigt.

108 Dazwischen liegen die Anteilswerte der privat-kommerziellen Anbieter (76 %) und der betrieblichen Bildungseinrichtungen (73 %), bei denen ebenfalls der jeweils größte Anteil auf diesen Themenbereich entfällt.

109 Die übrigen 1 % der VHS bezeichnen allgemeine Weiterbildung als Nebenaufgabe. Vermutlich handelt es sich dabei um Außenstellen, die nach dem Betriebsstättenkonzept des wbmonitor bei Erfüllung bestimmter Kriterien (vgl. KOSCHECK 2010) eigens befragt werden.

der verschiedenen Programmbereiche der VHS wider.¹¹⁰ Unter den gemeinschaftlichen Weiterbildungseinrichtungen (bspw. katholische oder evangelische Bildungswerke) sind nicht berufsbezogene Weiterbildungsveranstaltungen ebenfalls weit verbreitet. Von diesen bieten vier Fünftel (80 %) allgemeine Weiterbildung an; gut die Hälfte (52 %) bezeichnet den Bereich als Hauptaufgabe. Etwas geringer fallen die Anteile bei Einrichtungen in privater Rechtsform mit gemeinnütziger Ausrichtung sowie bei den sonstigen Einrichtungen in staatlicher Trägerschaft aus. Bei diesen sind jeweils etwas mehr als zwei Drittel in diesem Bereich aktiv (Haupt- und Nebenaufgabe zusammengenommen 71 % bzw. 70 %). Eine erwartbar untergeordnete Rolle spielt allgemeine Weiterbildung bei den weiteren Anbietertypen, die ihr Angebot vorzugsweise auf den beruflichen Bereich konzentrieren (s. o.). So liegen die Anteilswerte bei diesen Typen zwischen 55 Prozent ((Fach-)Hochschulen und wissenschaftliche Akademien) und 44 Prozent (wirtschaftsnahe Einrichtungen).¹¹¹ Zudem überwiegt bei diesen Einrichtungstypen der Anteil derjenigen, die allgemeine Weiterbildung nur als Nebenaufgabe bezeichnen. Offen bleibt an dieser Stelle, ob die genannten Anbietertypen mit beruflichem Schwerpunkt eigenständige Veranstaltungen zu allgemeinen Weiterbildungsthemen durchführen oder ob Themen, die (auch) der allgemeinen Weiterbildung zugeordnet werden können, Bestandteile von Lehrgängen und Fortbildungen mit übergeordnetem (beruflichem) Bildungsziel sind.

Abbildung 17: Stellenwert allgemeiner Weiterbildung, differenziert nach Art der Einrichtung (Anteile in %)



Quelle: BIBB/DIE wbmonitor Umfrage 2019. Gewichtete und hochgerechnete Werte auf Basis von n = 35 (Sonstige (staatlich)) bis n = 343 (privat-kommerziell) gültigen Angaben

110 Nur einer von sechs Programmbereichen der VHS – Arbeit und Beruf – ist explizit berufsbezogen. Die anderen (Grundbildung und Schulabschlüsse; Politik, Gesellschaft und Umwelt; Gesundheit; Kultur und Gestalten; Sprache und Integration) können zwar auch berufsbezogene Angebote enthalten, sind aber nicht vorrangig auf eine berufliche Verwertung ausgerichtet (vgl. REICHART u. a. 2019).

111 Dazwischen liegen privat-kommerzielle Einrichtungen und berufliche Schulen (jeweils 51 %) sowie betriebliche Bildungseinrichtungen (48 %).

Die größte Themenvielfalt im Bereich allgemeiner Weiterbildung haben die VHS vorzuweisen. Mit durchschnittlich 6,5 genannten von insgesamt sieben abgefragten Themenbereichen je Einrichtung (vgl. auch Abbildung 18) decken diese erwartungsgemäß nahezu das gesamte Spektrum der allgemeinen Weiterbildung ab. Etwa auf dem Niveau des Gesamtdurchschnitts für alle Anbieter von 4,0 Themenbereichen je Einrichtung liegen die entsprechenden Werte für die gemeinschaftlichen Einrichtungen (durchschnittlich 3,9 genannte Themenbereiche) sowie für berufliche Schulen (3,8). Eine unterdurchschnittliche Themenvielfalt weisen privat-gemeinnützige (3,1), privat-kommerzielle (2,5) sowie wirtschaftsnahe Weiterbildungseinrichtungen (2,2) auf.¹¹²

Am weitesten verbreitet sind Angebote, die dem Themenbereich „Sprachen und interkulturelle Kompetenzen“ zugeordnet sind: 72 Prozent¹¹³ aller Einrichtungen, die allgemeine Weiterbildung als Haupt- oder Nebenaufgabe ihrer Einrichtung bezeichnen, decken diesen Themenbereich in ihrem Angebotsspektrum ab (vgl. Abbildung 18). Angebote, die sich thematisch im Bereich „Gesellschaft, politische Bildung, Religion, Umwelt“ bewegen, finden ebenfalls eine relativ weite Verbreitung (66 %). Für knapp zwei Drittel aller Einrichtungen (62 %) sind Aktivitäten zur Wissensvermittlung in den Bereichen Gesundheit und Wellness Bestandteil des allgemein orientierten Weiterbildungsangebots. Angebote zur Vermittlung von IT-Grundwissen finden sich mit 59 Prozent bei geringfügig weniger Weiterbildungseinrichtungen. Auch die beiden Themenbereiche „Familie, Gender, Generationen“ und „Kunst und kulturelle Bildung sowie Gestalten“ sind im Angebotsspektrum von mehr als der Hälfte der Anbieter (57 % bzw. 51 %) enthalten. Mit Abstand am seltensten (31 %) werden Angebote zur Grundbildung bzw. zum Erwerb von Schulabschlüssen für Erwachsene angegeben.

Differenziert nach Art der Einrichtung weisen die VHS – entsprechend ihrer Programm- ausrichtung (vgl. REICHART/HUNTEMANN/LUX 2019) – jeweils deutlich überdurchschnittliche Werte auf. Mit Ausnahme von „Grundbildung, Schulabschlüsse (für Erwachsene)“ (68 %) haben mehr als neun von zehn VHS die aufgeführten Themenbereiche im Angebot; die Bereiche „Sprachen, interkulturelle Kompetenzen“ und „Gesundheit, Wellness“ werden jeweils sogar von allen VHS genannt.¹¹⁴ Auch die gemeinschaftlichen Anbieter in Trägerschaft beispielsweise einer Kirche, Gewerkschaft oder eines Verbandes haben die meisten der abgefragten Themenbereiche überdurchschnittlich häufig im Angebot.¹¹⁵ In den Bereichen „IT-Grundwissen“ sowie „Grundbildung und Schulabschlüsse für Erwachsene“ weisen die beruflichen Schulen überdurchschnittliche Werte auf (77 % bzw. 63 %).¹¹⁶

112 Werte der anderen Anbietertypen ((Fach-)Hochschulen bzw. wissenschaftliche Akademien, betriebliche sowie sonstige staatliche Bildungseinrichtungen) werden aufgrund der geringen Anzahl gültiger Angaben (n < 30) in der Teilgruppe nicht ausgewiesen.

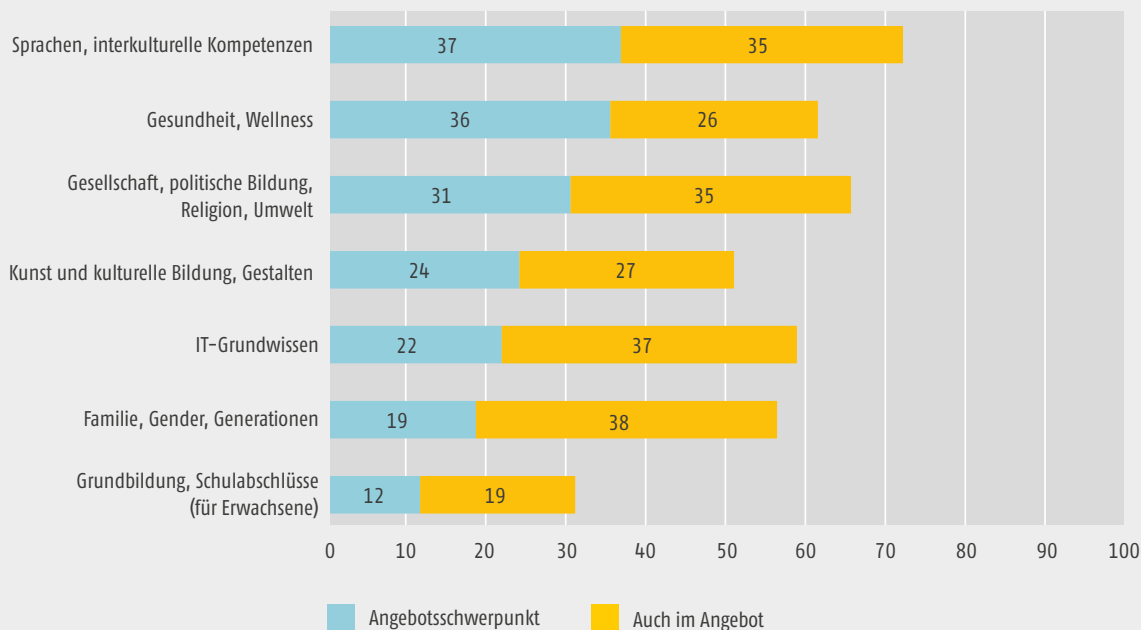
113 Kategorien „Angebotschwerpunkt“ und „auch im Angebot“ zusammengefasst.

114 Die Werte der weiteren Themenbereiche lauten: „Gesellschaft, politische Bildung, Religion, Umwelt“ und „Kunst und kulturelle Bildung, Gestalten“ (je 98 %); „IT-Grundwissen“ (96 %); „Familie, Gender, Generationen“ (93 %).

115 Höhere Werte als im Durchschnitt aller Anbieter mit allgemeinen Weiterbildungsthemen sind bei den gemeinschaftlichen Anbietern bezüglich „Sprachen und interkulturellen Kompetenzen“ (66 %), „Gesellschaft, politische Bildung, Religion, Umwelt“ (82 %), „Gesundheit und Wellness“ (64 %), „Familie, Gender, Generationen“ (73 %) sowie „Kunst und kulturelle Bildung, Gestalten“ (63 %) zu verzeichnen.

116 Dabei kann nicht ausgeschlossen werden, dass manche der beruflichen Schulen in ihren Angaben auch Bildungsgänge berücksichtigen, die nicht dem Bereich der Weiterbildung zuzuordnen sind.

**Abbildung 18: Themenbereiche allgemeiner Weiterbildung
(Anteile in %; Basis: Anbieter allgemeiner Weiterbildung)**



Quelle: BIBB/DIE wbmonitor Umfrage 2019. Gewichtete und hochgerechnete Werte auf Basis von n = 1.022 gültigen Angaben; Basis: Einrichtungen mit allgemeiner Weiterbildung im Angebot

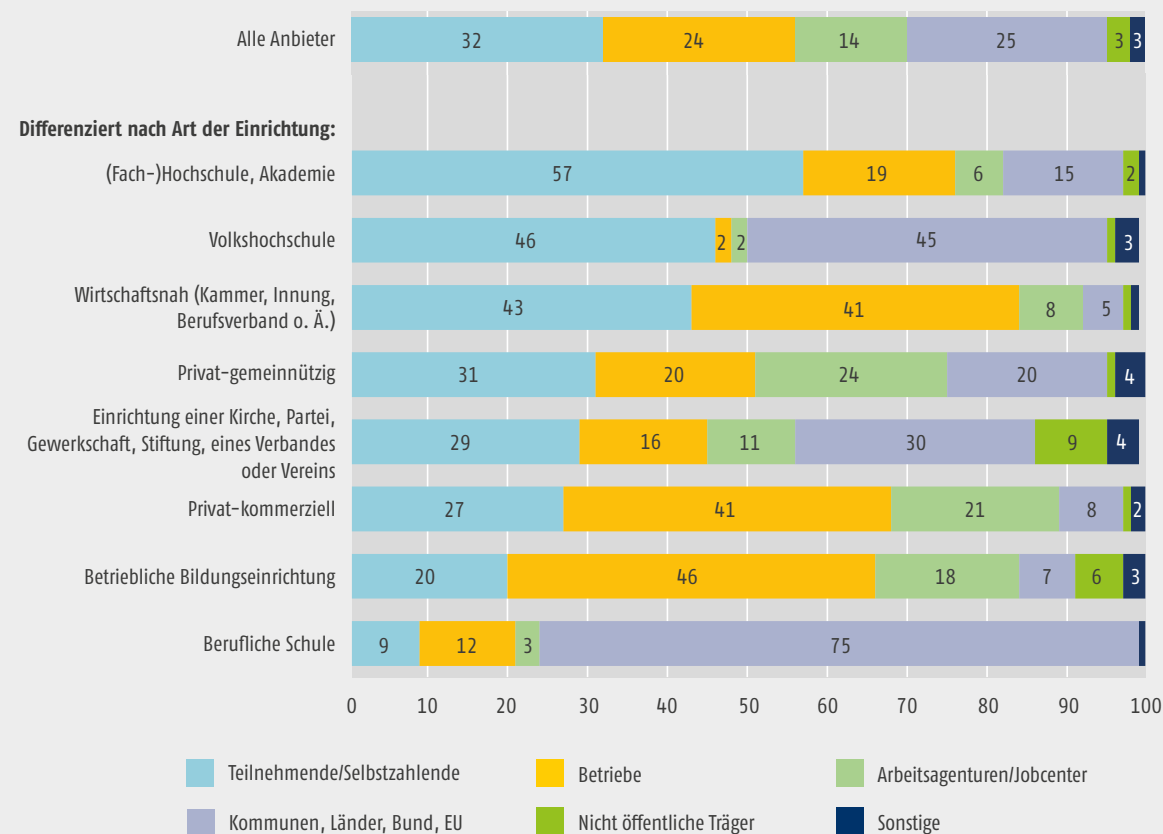
► Heterogene Finanzierungsstrukturen bei den Anbietertypen

Die Weiterbildung wird sowohl durch öffentliche Mittel als auch private Investitionen der Betriebe sowie der Individuen selbst finanziert. Aufseiten der einzelnen Einrichtungen bestehen häufig differenzierte Geschäfts- und Finanzierungsstrategien, die sich durch eine Kombination unterschiedlicher Financiers und Kundengruppen auszeichnen. Im Gesamtdurchschnitt beziehen die Weiterbildungsanbieter 2018¹¹⁷ ihre Einnahmen bzw. Zuwendungen im Bereich der Weiterbildung überwiegend aus privaten Finanzierungsquellen (vgl. Abbildung 19). Dabei entfallen etwa 32 Prozent der Gesamteinnahmen auf Mittel von Teilnehmenden bzw. Selbstzahlenden und 24 Prozent auf Einnahmen von betrieblicher Seite.¹¹⁸ Einen mit 25 Prozent ebenfalls vergleichsweise hohen Anteil haben öffentliche Mittel von Gebietskörperschaften (Kommunen, Länder, Bund) bzw. der EU und Gelder von Arbeitsagenturen/Jobcentern im Rahmen der Arbeitsmarktförderung nach SGB III/II (bspw. Bildungsgutscheine), deren Anteil bei 14 Prozent der Weiterbildungseinnahmen liegt. Dagegen sind – bezogen auf die gesamte Anbieterlandschaft – Einnahmen von nicht öffentlichen Trägern der Einrichtungen sowie sonstige Einnahmen, auf die jeweils etwa drei Prozent entfallen, von vergleichsweise untergeordneter Bedeutung.

¹¹⁷ Der Beobachtungszeitraum für die Abfrage der Finanzierungsmerkmale im wbmonitor umfasst jeweils das Kalenderjahr vor dem Befragungszeitpunkt.

¹¹⁸ Zusammengefasst entspricht dies einem Anteil von 56 % aus privaten Finanzierungsquellen.

Abbildung 19: Durchschnittliche Finanzierungsanteile von Weiterbildungsanbietern (Mittelwerte in %)



Quelle: BIBB/DIE wbmonitor Umfrage 2019. Gewichtete und hochgerechnete Werte auf Basis von n = 40 ((Fach-)Hochschule, Akademie) bis n = 322 (privat-kommerziell) gültigen Angaben. Die Anteilswerte des Anbietertyps „Sonstige (staatlich)“ sind aufgrund der geringen Anzahl gültiger Angaben (n < 30) nicht dargestellt. Abweichungen in den Gesamtsummen (von 100%) sind auf Rundungsdifferenzen zurückzuführen.

Eine differenzierte Betrachtung nach den Anbietertypen verdeutlicht unterschiedliche Finanzierungsstrukturen. Wenig überraschend zeigt sich ein relativ homogenes Finanzierungsspektrum bei den beruflichen Schulen: Dass drei Viertel (75 %) ihre Einnahmen im Bereich der Weiterbildung aus öffentlichen Mitteln speisen, spiegelt deren i. d. R. staatliche Verfasstheit als Einrichtungen der landesrechtlich geregelten Fortbildung (Fachschulen) wider. Ebenfalls vergleichsweise homogene Finanzierungsmuster zeichnen sich bei den VHS und den wirtschaftsnahen Weiterbildungseinrichtungen der Kammern ab. Die VHS beziehen ihre Einnahmen hauptsächlich aus Teilnahmeentgelten (46 %) und öffentlichen Mitteln (45 %), wobei es sich bei letzteren Einnahmen sowohl um institutionelle Förderung als auch eingeworbene öffentliche Gelder handelt (vgl. REICHART/HUNTEMANN/LUX 2019). Bei den wirtschaftsnahen Einrichtungen konzentriert sich demgegenüber die Finanzierung überwiegend auf private Einnahmen von Teilnahmeentgelten (43 %) sowie von betrieblicher Seite (41 %). Dies verdeutlicht, dass die von den Kammereinrichtungen geleistete Weiterbildung für bestimmte Berufsgruppen und Gewerke vorrangig im eigenen Interesse der Betriebe und Beschäftigten verwirklicht wird. Eine gleichsam tragende Bedeutung haben private Geldgeber für den akademischen Bereich, für privat-kommerzielle Anbieter und für Bildungseinrichtungen von Betrieben. So entfallen bei den (Fach-)Hochschulen bzw. wissenschaftlichen Akademien mehr als die Hälfte (57 %) der Einnahmen im Weiterbildungsbereich auf Teilnehmende und 19 Prozent auf Betriebe (zusammengenommen: 76 %); die wissenschaftliche Weiterbildung wird somit wesentlich durch ihre Abnehmer/-innen finanziert und öffentliche Mittel spielen dafür trotz der i. d. R. staatlichen Verfasstheit der (Fach-)Hochschulen eine vergleichsweise untergeordnete Rolle (15 %). Bei den privat-kommerziellen Anbietern und den betrieblichen Bildungseinrichtungen beträgt

der Anteil der Mittel aus privater Hand durchschnittlich jeweils etwa zwei Drittel des Gesamtvolumens (privat-kommerziell: 68 %; betriebliche Bildungseinrichtungen: 66 %), wobei insbesondere den betrieblichen Kunden eine gewichtige Rolle zukommt (41 % bzw. 46 %). Neben den Einnahmen von privaten Geldgebern beziehen Einrichtungen beider Anbietertypen überdurchschnittlich hohe Anteile ihrer Einnahmen aus der Tätigkeit für Arbeitsagenturen bzw. Jobcenter (privat-kommerziell: 21 %; betrieblich: 18 %). Bei den privat-kommerziellen Anbietern ist dies u. a. darauf zurückzuführen, dass ein überdurchschnittlich hoher Anteil sich im Schwerpunkt auf die Tätigkeit für Arbeitsagenturen bzw. Jobcenter konzentriert.¹¹⁹

Ein ausgeprägt heterogenes Finanzierungsspektrum zeichnet sich bei den gemeinschaftlichen Weiterbildungseinrichtungen in Trägerschaft einer Kirche, Partei, Gewerkschaft, Stiftung, eines Verbands oder Vereins sowie bei den privat-gemeinnützigen Einrichtungen ab. Die bei beiden Anbietertypen im Mittel vergleichsweise ausgeglichen erscheinende Finanzierungsstruktur – keiner der Financiers weist jeweils einen Finanzierungsanteil von einem Drittel oder mehr auf – ist teilweise darauf zurückzuführen, dass unter diesen auch sehr unterschiedliche Finanzierungsschwerpunkte bestehen.¹²⁰

► **Tätigkeiten auf Honorarbasis sind bei fast allen Anbietertypen die dominierende Beschäftigungsform**

16 Prozent des gesamten im Weiterbildungsbereich tätigen Personals der Anbieter sind angestellt bzw. verbeamtet (vgl. Abbildung 20).¹²¹ Die mit Abstand dominierende Beschäftigungsform – ungeachtet des zeitlichen Umfangs – sind Tätigkeiten von Personen im Rahmen von Honorarverträgen (77 %).¹²² Darüber hinaus sind sieben Prozent des Personals ehrenamtlich engagiert. Unter dem angestellten Personal haben 17 Prozent nur einen befristeten Arbeitsvertrag. Damit liegt die Befristungsquote in der Weiterbildung deutlich über der entsprechenden Quote in der Gesamtheit der abhängig Beschäftigten in Deutschland im Alter ab 25 Jahren, die 2018 bei acht Prozent lag (vgl. STATISTISCHES BUNDESAMT 2020).

119 22 % der privat-kommerziellen Anbieter finanzieren sich im Weiterbildungsbereich zu mindestens 51 % aus Mitteln der Arbeitsagenturen bzw. Jobcenter (alle Anbieter: 12 %).

120 Bei den privat-gemeinnützigen Einrichtungen finanzieren sich 26 % überwiegend (mindestens 51 % der Einnahmen im Weiterbildungsbereich) durch Teilnehmende, 14 % durch Betriebe, 21 % durch Arbeitsagenturen/Jobcenter sowie 17 % durch Gebietskörperschaften bzw. die EU. Bei den gemeinschaftlichen Anbietern betragen die Werte (in der Reihenfolge der Nennung) 19 %, 13 %; 9 %, 23 %. Keinen eindeutigen Finanzierungsschwerpunkt weisen 19 % (privat-gemeinnützig) bzw. 31 % (gemeinschaftliche Anbieter) auf.

121 Im Durchschnitt beschäftigen die Einrichtungen zwölf Angestellte bzw. Beamte und Beamtinnen. Angaben von Einrichtungen, die zusammenfassend auch für ihre Filialen/Niederlassungen/Zweigstellen berichten, werden in dieser Berechnung zur Anzahl des angestellten Personals je Einrichtung nicht berücksichtigt (dies betrifft n = 212 Einrichtungen mit gültigen Angaben zur Anzahl Angestellter bzw. Beamter/Beamtinnen). Differenziert nach Anbietertyp variiert die mittlere Anzahl an Angestellten bzw. Beamten/Beamtinnen je Einrichtung wie folgt (absteigende Sortierung): berufliche Schule: 26; wirtschaftsnah: 15; VHS: 15; privat-gemeinnützig: 14; betriebliche Bildungseinrichtung: 13; (Fach-) Hochschule bzw. wissenschaftliche Akademie: 11; gemeinschaftliche Einrichtungen: 9; privat-kommerziell: 7.

122 Während sich die Anzahl der Angestellten und Beamten/Beamtinnen auf den entsprechenden Wert zum Befragungszeitpunkt im Mai/Juni 2019 bezieht, umfassen die Zahlen von Honorarkräften und Ehrenamtlichen jeweils die Summe aller Personen im Zeitraum von zwölf Monaten vor dem Befragungszeitpunkt.

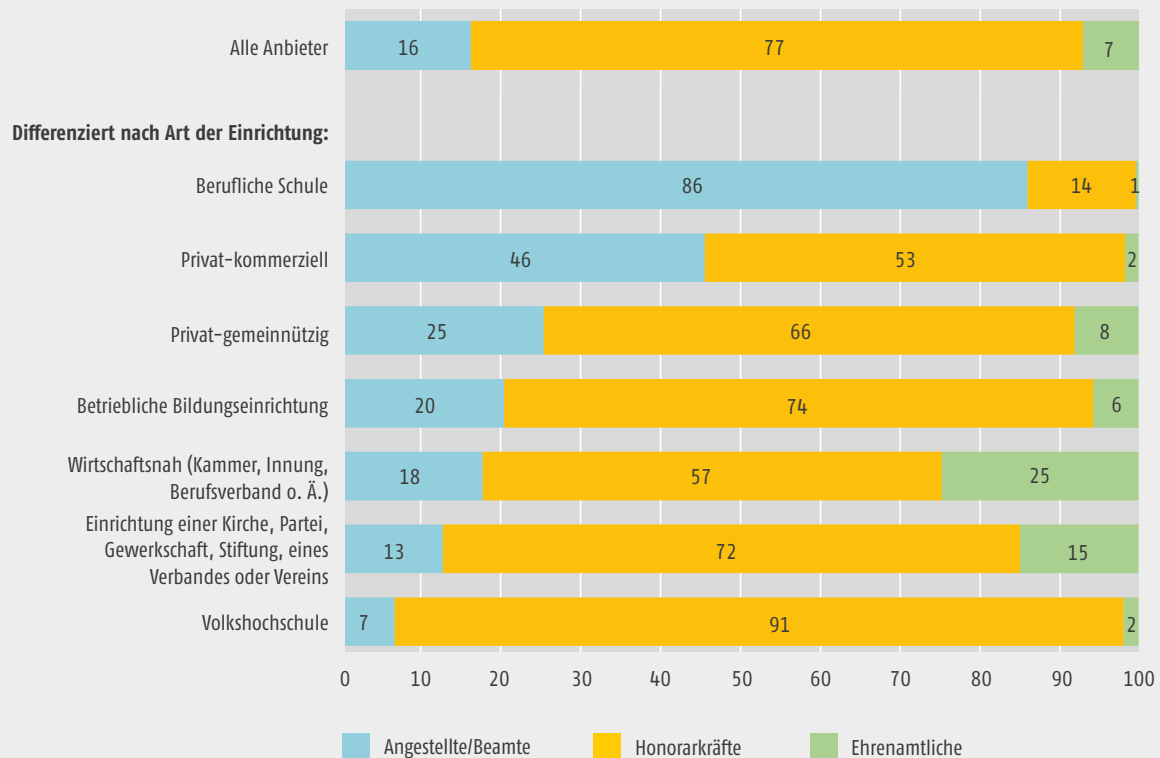
Die Anteilswerte der genannten Personalgruppen variieren teilweise deutlich zwischen den verschiedenen Anbietertypen¹²³ (vgl. hierzu auch AMBOS/KOSCHECK/MARTIN 2016). Von der insgesamt weiten Verbreitung der Honorarkräfte in der Weiterbildung heben sich die beruflichen Schulen ab. Bei diesen i. d. R. staatlichen Schulen sind 86 Prozent des Weiterbildungspersonals angestellt oder verbeamtet, wohingegen der Honorarkräfteanteil bei nur 14 Prozent liegt.¹²⁴ Bei den privaten Anbietern mit kommerzieller Ausrichtung ist zwar knapp die Hälfte des Personals (46 %) angestellt. Der überwiegende Anteil entfällt jedoch auch hier auf die Beschäftigungsform der Honorartätigkeit (53 %). Ein deutlich niedrigerer Anteil der Angestellten am Gesamtpersonal ist bei privaten Anbietern mit gemeinnütziger Ausrichtung zu beobachten (25 %). Neben weit verbreiteten Honorartätigkeiten – zwei Drittel des Personals werden auf dieser Basis beschäftigt – kommen auch ehrenamtliche Tätigkeiten vor (8 %). Bei den übrigen hier ausgewiesenen Anbietertypen entfallen maximal 20 Prozent des Gesamtpersonals im Bereich der Weiterbildung auf Angestellte. Den niedrigsten Anteil weisen die VHS aus (7 %), bei denen i. d. R. nur die Leitungspositionen (inkl. Programmbereichsleitungen) sowie Verwaltungs- und Wirtschaftstätigkeiten mit angestelltem Personal besetzt sind (vgl. REICHART/HUNTEMANN/LUX 2019, S. 20f.). Entsprechend geben diese im Vergleich der Anbietertypen mit 91 Prozent den höchsten Anteil an Honorarkräften an – bei denen es sich meist um Kursleitende handelt (vgl. ebd.). Die quantitative Bedeutung des Ehrenamtes für die Umsetzung des Weiterbildungsangebots ist bei den Anbietern insgesamt mit durchschnittlich sieben Prozent vergleichsweise gering. Diesbezüglich sind jedoch vor allem die wirtschaftsnahen Einrichtungen (einer Kammer, Innung, eines Berufsverbands o. Ä.) hervorzuheben, in denen ein Viertel (25 %) des Personals auf diese Personengruppe entfällt. Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass Ehrenamtliche in den Kammereinrichtungen Prüfungen abnehmen, die staatlich oder für den Zuständigkeitsbereich der Kammer geregelt sind.¹²⁵ Auch bei den gemeinschaftlichen Einrichtungen entfällt ein relativ großer Anteil (15 %) auf diese Gruppe, wobei sich die Ehrenamtlichen hier im Unterschied zu den Kammereinrichtungen vor allem im Rahmen der Veranstaltungen engagieren dürften. Bei beiden Einrichtungstypen sind zudem mehr Ehrenamtliche tätig als Angestellte (Wirtschaftsnahe: 18 %, gemeinschaftliche Einrichtungen: 13 %).

123 Für die (Fach-)Hochschulen und wissenschaftlichen Akademien sowie sonstige staatliche Einrichtungen werden aufgrund niedriger Fallzahlen ($n < 30$) keine Werte ausgewiesen.

124 1 % der Tätigkeiten im Bereich Weiterbildung der beruflichen Schulen werden von Ehrenamtlichen ausgeübt (die Gesamtsumme 101 % ist auf Rundungsdifferenzen zurückzuführen).

125 Allein bei den Industrie- und Handelskammern (IHKs) waren im Jahr 2017 fast 40.000 Personen in Prüfungsausschüssen der Weiterbildung engagiert (vgl. DIHK 2019).

Abbildung 20: Anteile von Personalgruppen im Bereich Weiterbildung, differenziert nach Art der Einrichtung (Mittelwerte in %)

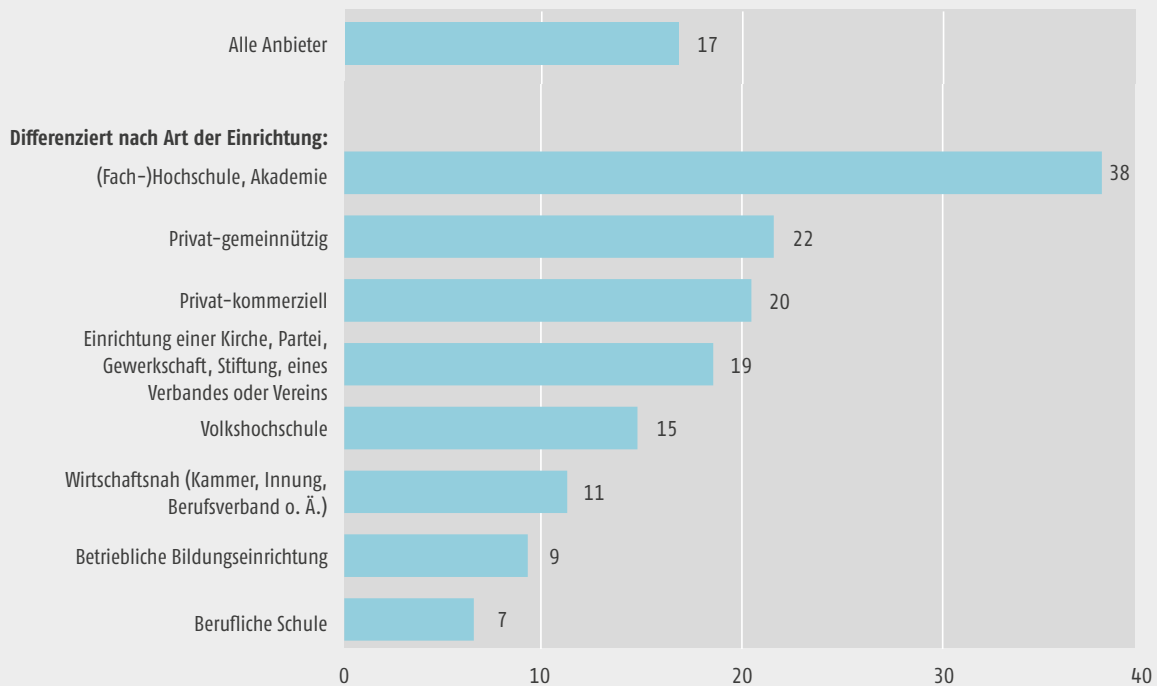


Quelle: BIBB/DIE wbmonitor-Umfrage 2019. Gewichtete und hochgerechnete Werte auf Basis von n = 41 (betriebliche Bildungseinrichtung) bis n = 281 (privat-kommerziell) gültigen Angaben. Die Anteilswerte der Anbietertypen „(Fach-)Hochschule, Akademie“ und „Sonstige (staatlich)“ sind aufgrund der geringen Anzahl gültiger Angaben (n < 30) nicht dargestellt. Abweichungen in den Gesamtsummen (von 100%) sind auf Rundungsdifferenzen zurückzuführen.

► Angestellte im akademischen Bereich sind überproportional häufig befristet beschäftigt

Mit Blick auf die häufig atypischen Beschäftigungsverhältnisse in der Weiterbildung werden zudem die Anteile befristeter Beschäftigung des angestellten Personals der verschiedenen Anbietertypen betrachtet. Es zeigt sich, dass der Anteil befristet Angestellter im Hochschulbereich mit Abstand am höchsten liegt (38 %) (vgl. Abbildung 21). Hier besteht offenbar ein Zusammenhang mit dem insgesamt hohen Anteil befristet Beschäftigter in der Wissenschaft als Folge gesetzlicher Regelungen über befristete Arbeitsverträge in diesem Bereich (Wissenschaftszeitvertragsgesetz – WissZeitVG) (vgl. AUTORENGRUPPE BILDUNGSBERICHTERSTATTUNG 2018). Leicht überdurchschnittliche Anteile von befristet Beschäftigten unter den Angestellten weisen auch die Anbietertypen in privater Rechtsform auf (22 % bei gemeinnütziger und 20 % bei kommerzieller Ausrichtung). Die im Vergleich mit den anderen Anbietertypen niedrigste Quote befristet Angestellter ist bei den beruflichen Schulen zu verzeichnen (7 % des gesamten angestellten Personals). Diese dürfte damit im Zusammenhang stehen, dass Lehrer/-innen an staatlichen beruflichen Schulen häufig verbeamtet sind und Beamte im wbmonitor gemeinsam mit Angestellten abgefragt werden. Die ebenfalls bezogen auf den Weiterbildungsbereich relativ geringen Anteile befristeter Beschäftigungsverhältnisse an betrieblichen (9 %) und wirtschaftsnahen Weiterbildungseinrichtungen (11 %) sind möglicherweise ein Indiz für stabile Beschäftigung und längerfristige Planungsmöglichkeiten dieser vorwiegend in der beruflichen Weiterbildung aktiven Anbieter. Die entsprechenden Anteile in den VHS (15 %) und den Einrichtungen in Trägerschaft einer Kirche, Partei, Gewerkschaft, Stiftung, eines Verbandes oder Vereins (19 %) liegen in etwa auf Niveau des Gesamtdurchschnitts (17 %).

Abbildung 21: Anteile befristet Beschäftigter am angestellten Personal (inkl. Beamte) im Bereich Weiterbildung, differenziert nach Art der Einrichtung (Mittelwerte in %)



Quelle: BIBB/DIE wbmonitor Umfrage 2019. Gewichtete und hochgerechnete Werte auf Basis von n = 34 ((Fach-)Hochschule, Akademie) bis n = 289 (privat-kommerziell) gültigen Angaben. Der Anteilswert des Anbietertyps „Sonstige (staatlich)“ ist aufgrund der geringen Anzahl gültiger Angaben (n < 30) nicht dargestellt.

Literaturverzeichnis

- AMBOS, Ingrid; KOSCHECK, Stefan; MARTIN, Andreas: Personalgewinnung von Weiterbildungsanbietern. Ergebnisse der wbmonitor Umfrage 2014. Bonn 2015. URL: <https://www.bibb.de/veroeffentlichungen/de/publication/download/7599> (Abruf: 19.03.2020)
- AMBOS, Ingrid; KOSCHECK, Stefan; MARTIN, Andreas: Öffentliche Weiterbildungsförderung von Teilnehmenden. Ergebnisse der wbmonitor Umfrage 2015. Bonn 2016. URL: <https://www.bibb.de/veroeffentlichungen/de/publication/download/7974> (Abruf: 15.04.2020)
- AMBOS, Ingrid u. a.: Qualitätsmanagementsysteme in der Weiterbildung. Ergebnisse der wbmonitor Umfrage 2017. Bonn 2018. URL: <https://www.bibb.de/veroeffentlichungen/de/publication/download/8755> (Abruf: 15.05.2020)
- AUTORENGRUPPE BILDUNGSBERICHTERSTATTUNG: Bildung in Deutschland 2018. Ein indikatorengestützter Bericht mit einer Analyse zu Wirkungen und Erträgen von Bildung. Bielefeld 2018.
- AUTORENGRUPPE WB-PERSONALMONITOR: Das Personal in der Weiterbildung. Arbeits- und Beschäftigungsbedingungen, Qualifikationen, Einstellungen zu Arbeit und Beruf. Bielefeld 2016. URL: <https://www.die-bonn.de/doks/2017-weiterbildner-01.pdf> (Abruf: 26.03.2019)
- BA – BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT: Statistik der Bundesagentur für Arbeit. Arbeitsmarktpolitik nach Rechtskreisen (Zeitreihe Monatszahlen). Mai 2018. Nürnberg 2018. URL: <https://statistik.arbeitsagentur.de/Statistikdaten/Detail/201805/iiia5/report-amp-fst-report/fst-report-d-0-201805-pdf.pdf> (Abruf: 16.01.2020)
- BA – BUNDESAGENTUR FÜR ARBEIT: Statistik der Bundesagentur für Arbeit. Arbeitsmarktpolitik nach Rechtskreisen (Zeitreihe Monatszahlen). Mai 2019. Nürnberg 2019. URL: <https://statistik.arbeitsagentur.de/Statistikdaten/Detail/201905/iiia5/report-amp-fst-report/fst-report-d-0-201905-pdf.pdf> (Abruf: 16.01.2020)
- BAMF – BUNDESAMT FÜR MIGRATION UND FLÜCHTLINGE: Bericht zur Integrationskursgeschäftsstatistik für das erste Halbjahr 2018. Abfragestand 02.10.2018. Nürnberg 2018. URL: http://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Downloads/Infothek/Statistik/Integration/2018/2018-1-HJ-integrationskursgeschaeftsstatistik-gesamt_bund.pdf?__blob=publicationFile (Abruf: 08.01.2020)
- BAMF – BUNDESAMT FÜR MIGRATION UND FLÜCHTLINGE: Bericht zur Integrationskursgeschäftsstatistik für das erste Halbjahr 2019. Abfragestand 01.10.2019. Nürnberg 2019. URL: https://www.bamf.de/SharedDocs/Anlagen/DE/Statistik/Integrationskurszahlen/Bundesweit/2019-1-hj-integrationskursgeschaeftsstatistik-gesamt_bund.pdf?__blob=publicationFile&v=2 (Abruf: 16.01.2020)
- BMAS – BUNDESMINISTERIUM FÜR ARBEIT UND SOZIALES/BMBF – BUNDESMINISTERIUM FÜR BILDUNG UND FORSCHUNG (Hrsg.): Strategiepapier Nationale Weiterbildungsstrategie. Berlin 2019. URL: www.bmbf.de/files/NWS_Strategiepapier_barrierefrei_DE.pdf (Abruf: 14.02.2020)
- BMBF – BUNDESMINISTERIUM FÜR BILDUNG UND FORSCHUNG: Bund und Länder über Digitalpakt Schule einig. Pressemitteilung 018/2019. Berlin 2019. URL: <https://www.bmbf.de/de/bund-und-laender-ueber-digitalpakt-schule-einig-8141.html> (Abruf: 14.02.2020)

- BMVI – BUNDESMINISTERIUM FÜR VERKEHR UND DIGITALE INFRASTRUKTUR: Aktuelle Breitbandverfügbarkeit in Deutschland (Stand Mitte 2019). Berlin 2019. URL: https://www.bmvi.de/SharedDocs/DE/Publikationen/DG/breitband-verfuegbarkeit-mitte-2019.pdf?__blob=publicationFile (Abruf: 14.02.2020)
- CHRIST, Johannes u. a.: Wissenstransfer – Wie kommt die Wissenschaft in die Praxis? Ergebnisse der wbmonitor Umfrage 2018. Bonn 2019. URL: <https://www.bibb.de/veroeffentlichungen/de/publication/download/9993> (Abruf: 19.03.2020)
- DETTMANN, Eva u. a.: Fehlende Fachkräfte in Deutschland – Unterschiede in den Betrieben und mögliche Erklärungsfaktoren: Ergebnisse aus dem IAB-Betriebspanel 2018 (IAB-Forschungsbericht 10|2019). Nürnberg 2019. URL: <http://doku.iab.de/forschungsbericht/2019/fb1019.pdf> (Abruf: 08.04.2020)
- DIHK – DEUTSCHER INDUSTRIE- UND HANDELSKAMMERTAG: Aus- und Weiterbildung in Zahlen. Der Beitrag der Industrie- und Handelskammern. Berlin 2019. URL: <https://www.dihk.de/resource/blob/2650/cd616424af517453708cc8b513bff5dc/aus-und-weiterbildung-in-zahlen-2018-data.pdf> (Abruf: 06.04.2020)
- DVV – DEUTSCHER VOLKSHOCHSCHUL VERBAND: Manifest zur digitalen Transformation von Volkshochschulen. Bonn 2019. URL: https://www.volkshochschule.de/medien/downloads/verbandswelt/digitalisierungsstrategie/Manifest_Digitale_Transformation.pdf (Abruf: 19.03.2020)
- EBNER, Martin: Learning Analytics – Eine Einführung. Bildung und Beruf. Ausgabe Februar 2019. S. 46–49
- FELL, Thorsten: Mixed Reality (MR) – Die Zukunft des Lernens? In: SCHEER, August Wilhelm; Wachter, Christian (Hrsg.): Digitale Bildungslandschaften. Saarbrücken 2018, S. 55–66.
- IFO INSTITUT FÜR WIRTSCHAFTSFORSCHUNG: ifo Geschäftsklima Deutschland und seine Komponenten (seit Januar 2005). Lange Zeitreihen für das ifo Geschäftsklima und seine beiden Komponenten Geschäftslage und -erwartungen. München 2019. URL: <https://www.ifo.de/node/50128> (Abruf: 05.12.2019)
- KOSCHECK, Stefan: wbmonitor 2007-2009. BIBB-FDZ Daten- und Methodenbericht Nr. 4/2010. Bonn 2010. URL: <https://metadaten.bibb.de/download/642> (Abruf: 07.02.2020)
- KOSCHECK, Stefan; WEILAND, Meike: Ergebnisse der wbmonitor Umfrage 2013 „Lerndienstleistungen und neue Angebotsformen“. Bonn 2013. URL: https://www.bibb.de/dokumente/pdf/wbmonitor_Ergebnisbericht_Umfrage_2013_mit_URN.pdf (Abruf: 15.05.2020)
- REICHART, Elisabeth; HUNTEMANN, Hella; LUX, Thomas: Volkshochschul-Statistik. 57. Folge, Berichtsjahr 2018. Bielefeld 2019. URL: <http://www.die-bonn.de/doks/2019-volkshochschule-01.pdf> (Abruf: 14.02.2020)
- REDECKER, Christine: Europäischer Rahmen für die digitale Kompetenz Lehrender. 2019. URL: https://ec.europa.eu/jrc/sites/jrcsh/files/digcompedu_german_final.pdf (Abruf: 19.03.2020)
- ROHS, Matthias u. a.: Medienpädagogische Kompetenzen von ErwachsenenbildnerInnen. Magazin Erwachsenenbildung.at 11 (2017) 30, 12 S. URL: https://www.pedocs.de/volltexte/2017/12887/pdf/Erwachsenenbildung_30_2017_Rohs_et_al_Medienpaedagogische_Kompetenzen.pdf (Abruf: 15.05.2020)
- SACKMANN, Rosemarie u. a.: Evaluation des Verfahrens zur Akkreditierung von Fachkundigen Stellen und zur Zulassung von Trägern und Maßnahmen der Arbeitsförderung nach dem Dritten Buch Sozialgesetzbuch. Nürnberg 2019. URL: <https://www.bmas.de/Shared->

Docs/Downloads/DE/PDF-Publikationen/Forschungsberichte/fb530-evaluation-des-verfahrens-zur-akkreditierung-von-fachkundigen-stellen.pdf?__blob=publicationFile&v=2 (Abruf: 19.02.2020)

SAUTER, Anette M.; SAUTER, Werner; BENDER, Harald: Blended Learning: effiziente Integration von E-Learning und Präsenztraining. Neuwied 2003

SCHRADER, Josef: Struktur und Wandel der Weiterbildung. Bielefeld 2011. URL: <https://www.die-bonn.de/doks/2011-strukturwandel-01.pdf> (Stand: 19.03.2020)

STATISTISCHES BUNDESAMT: Qualität der Arbeit – Befristet Beschäftigte. Wiesbaden 2020. URL: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Arbeit/Arbeitsmarkt/Qualitaet-Arbeit/Dimension-4/befristet-beschaefigte.html> (Abruf: 08.04.2020)

STIFTUNG WARENTEST: Weiterbildungsdatenbanken – So finden Sie den passenden Kurs. Berlin 2017. URL: <https://www.test.de/Weiterbildung-Datenbanken-Test-Weiterbildungsdatenbanken-4271798-0/> (Abruf: 21.02.2020)

TUCKER, Bill: The flipped classroom. Education next 12.1 (2012): 82–83

Abstract

Mit dem Themenschwerpunkt 2019 untersucht **wbmonitor** den Stand der Digitalisierung von Weiterbildungsanbietern zum Zeitpunkt der Befragung. Im Fokus steht dabei vor allem der digitale Technikeinsatz in den Einrichtungen, wobei besonderes Augenmerk auf das Lehr-/Lerngeschehen gerichtet wird. Neben der diesbezüglichen Ausstattung mit digitaler Hardware und dem Einsatz digitaler Medien und Formate werden auch die entsprechenden Kompetenzen des Lehrpersonals in den Blick genommen. Darüber hinaus werden die Nutzung digitaler Technik auf Organisationsebene sowie das thematische Angebot im Bereich Digitalisierung betrachtet. Wie jedes Jahr informiert der Bericht über die wirtschaftliche Stimmungslage der Weiterbildungsbranche und deren Teilsegmente. Die ergänzenden Strukturinformationen fokussieren diesmal auf die Ausrichtung des Angebots nach beruflicher und allgemeiner Weiterbildung sowie Finanzierungs- und Personalstrukturen.



Bundesinstitut für Berufsbildung
Robert-Schuman-Platz 3
53175 Bonn

Telefon (0228) 107-0

Internet: www.bibb.de

E-Mail: zentrale@bibb.de

Deutsches Institut für Erwachsenenbildung
Leibniz-Institut für Lebenslanges Lernen e. V.
Heinemannstraße 12-14
53175 Bonn

Telefon: (0228) 32 94-0

Internet: www.die-bonn.de

E-Mail: info@die-bonn.de