

Trends in der Weiterbildung - Verbandsumfrage 2022

A. Strukturdaten	3
B. Umsatzentwicklung	3
1. Umsatzerwartungen für das Jahr 2022	3
2. Umsatzanteile der einzelnen Angebotsformen	6
C. Zur Situation der Weiterbildungsdienstleister in der COVID-19-Pandemie	7
1. Wirtschaftliche Auswirkungen der COVID-19-Pandemie im Jahre 2021	7
2. Konkrete Auswirkungen auf die Durchführung der Weiterbildung	9
a) Planungsunsicherheit	10
b) Erfahrungen bei der pandemiebedingten Umsetzung in digitale Formate	11
D. Geschäftsklima in der Weiterbildung	13
a) Geschäftslage-Indikator Weiterbildung	13
b) Marktpreise, Seminaranmeldungen und Aufträge für offene und firmeninterne Seminare	16
c) Kosten der Weiterbildungsdienstleister	17
d) Wettbewerb auf dem Weiterbildungsmarkt	17
e) Geschäftslage, Kosten und Wettbewerb in der Weiterbildung	18
E. Trends in der Weiterbildung	20
1. Trends im Angebot der Weiterbildungsdienstleister – offene Seminare und Inhouse-Maßnahmen	20
a) Online vs. Präsenz in der betrieblichen Personalentwicklung	20
b) Ein Blick in die Zukunft der Weiterbildungsbranche	21

2.	Trends in der Personalentwicklung und der betrieblichen Weiterbildung	23
a)	Trends in der Personalentwicklung und Anforderungen an die Weiterbildung	23
b)	Personalentwicklung und Weiterbildung in mittelständischen Unternehmen	24
3.	Digitalisierung der Weiterbildung	26
a)	Wirtschaftliche Bedeutung digitaler Lernformen in der betrieblichen Weiterbildung	26
b)	Kooperationspartner der Weiterbildungsdienstleister für digitale Angebote	28
c)	Qualifikation für das Weiterbildungspersonal der Zukunft	30
F.	Veränderungen im Bereich der nach SGB geförderten Maßnahmen	31
a)	Entwicklung von Umsatz, Personal, Standorten im Bereich der nach SGB geförderten Maßnahmen	32
b)	Entwicklung einzelner Angebote im Bereich der nach SGB geförderten Maßnahmen	33
c)	Digitalisierung in SGB-Maßnahmen	34
d)	Herausforderungen und Probleme bei SGB-Maßnahmen in sog. „alternativer Durchführung“	36
G.	Verzeichnis der Abbildungen	38

Köln, im Juni 2022

A. Strukturdaten

Der Wuppertaler Kreis e.V. – Bundesverband betriebliche Weiterbildung ist der Verband der führenden Weiterbildungsdienstleister der Wirtschaft. Die Mitglieder des Wuppertaler Kreises haben im Jahr 2021 über 118.000 Seminare, Tagungen und Weiterbildungsveranstaltungen durchgeführt. Mehr als 1,4 Millionen Fach- und Führungskräfte der Wirtschaft haben an Veranstaltungen der Mitgliedsunternehmen des Wuppertaler Kreises teilgenommen.

Die Weiterbildungsanbieter im Wuppertaler Kreis erzielten mit ihren Dienstleistungen im Jahr 2021 gemeinsam einen Jahresumsatz von mehr als 1,5 Milliarden Euro, sie beschäftigen über 15.000 fest angestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und mehr als 34.000 freie Trainer/innen und Dozent/inn/en. Der Gesamtumsatz ist nach dem Einbruch des Vorjahres aufgrund der COVID-19-Pandemie im Jahr 2021 wieder deutlich angestiegen.

Gesamtumsatz der Mitglieder des Wuppertaler Kreises	1,55 Milliarden Euro
Anzahl der bei den Bildungsunternehmen fest angestellten Mitarbeiter/innen	15.600 fest angestellte Mitarbeiter/innen
Anzahl der freien Mitarbeiter/innen, Trainer- und Dozentenstamm	34.900 Trainer/innen und Dozent/inn/en
Anzahl der Veranstaltungen	118.330 Seminare, Tagungen und Lehrgänge
Anzahl der Weiterbildungsteilnehmer/innen	1,41 Millionen Teilnehmer/innen

Tabelle 1: Der Wuppertaler Kreis e.V. im Überblick (Stand 31.12.2021)

B. Umsatzentwicklung

1. Umsatzerwartungen für das Jahr 2022

Die Weiterbildungsdienstleister rechnen für das laufende Jahr mit einer positiven Entwicklung ihrer Umsätze. Vor allem in den Angebotsfeldern der offenen Seminare und Tagungen sowie der firmeninternen Maßnahmen zieht nach den beiden durch die COVID-19-Pandemie geprägten Jahren 2020 und 2021 die Nachfrage wieder an. Die Herausforderungen der Digitalisierung, der

Deglobalisierung sowie der demographisch bedingte Arbeitskräftengpass sind Faktoren, die einen hohen Bedarf an Qualifizierungsmaßnahmen nach sich ziehen. Zudem können z.T. pandemiebedingt verschobene Maßnahmen und Programme nunmehr nachgeholt werden.

Für Lehr- und Studiengänge und für Maßnahmen der Arbeitsförderung erwartet die Mehrzahl der anbietenden Weiterbildungsdienstleister stabile Umsätze. Nur ein kleiner Teil der Weiterbildungsdienstleister rechnet hier für das laufende Jahr mit Rückgängen.

	sinkt um			unverändert +/- 0%	steigt um			k.A. bzw. nicht im Programm
	mehr als 20%	bis zu 20%	bis zu 10%		bis zu 10%	bis zu 20%	mehr als 20%	
Gesamtumsatz	0%	2%	5%	17%	48%	17%	10%	2%
Offene Seminare und Tagungen	0%	7%	2%	19%	40%	17%	5%	10%
Firmeninterne Seminare (inhouse)	0%	2%	0%	19%	40%	12%	14%	12%
Lehr- und Studiengänge	2%	0%	12%	38%	17%	7%	0%	24%
Maßnahmen für öffentliche Auftraggeber	0%	5%	5%	31%	19%	0%	2%	38%

Tabelle 2: Umsatzerwartungen für das Jahr 2022¹

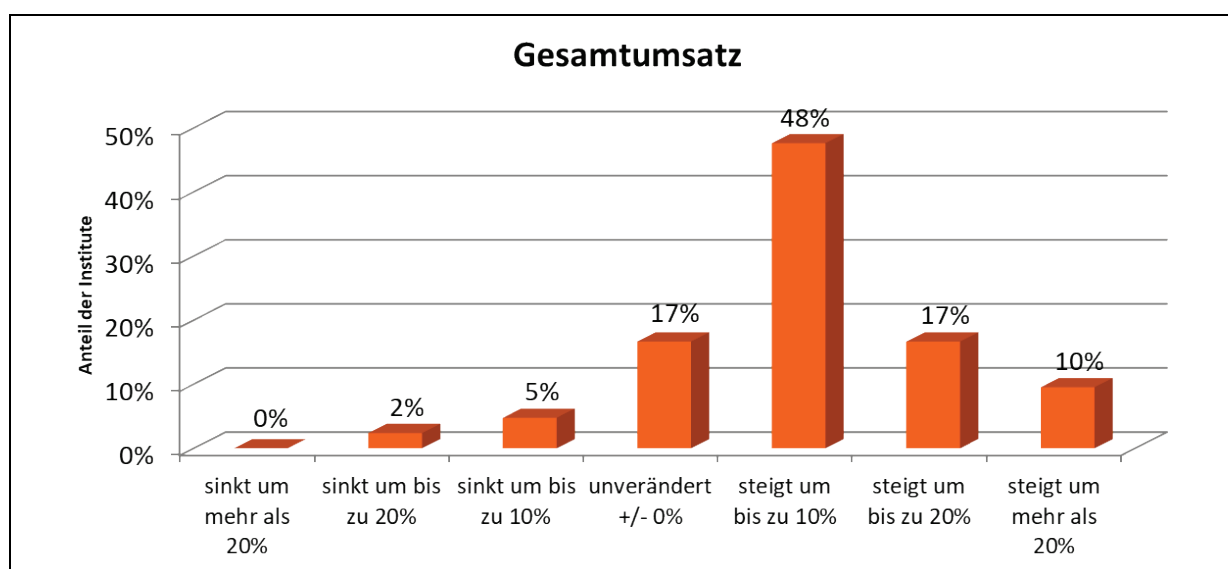


Abbildung 1: Umsatzerwartungen der Mitgliedsunternehmen des Wuppertaler Kreises für 2022

¹ Durch die Rundung der Prozentwerte kann es bei Abbildungen und Tabellen, in denen Werte summiert dargestellt werden, dazu kommen, dass die Summe von 100% leicht abweicht.

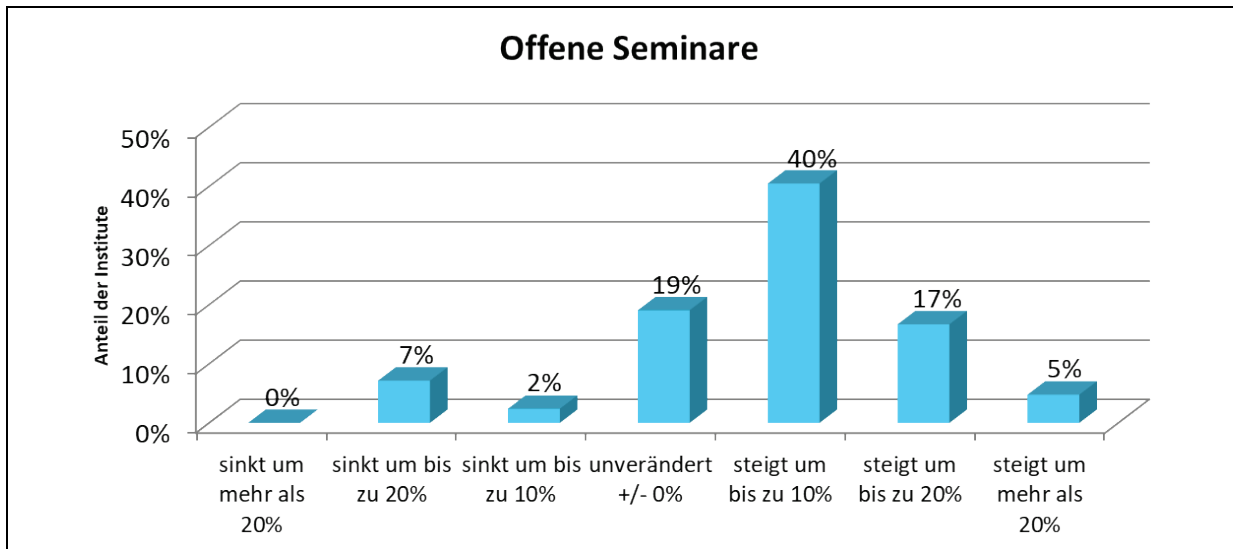


Abbildung 2: Umsatzerwartungen 2022 für offene Seminare

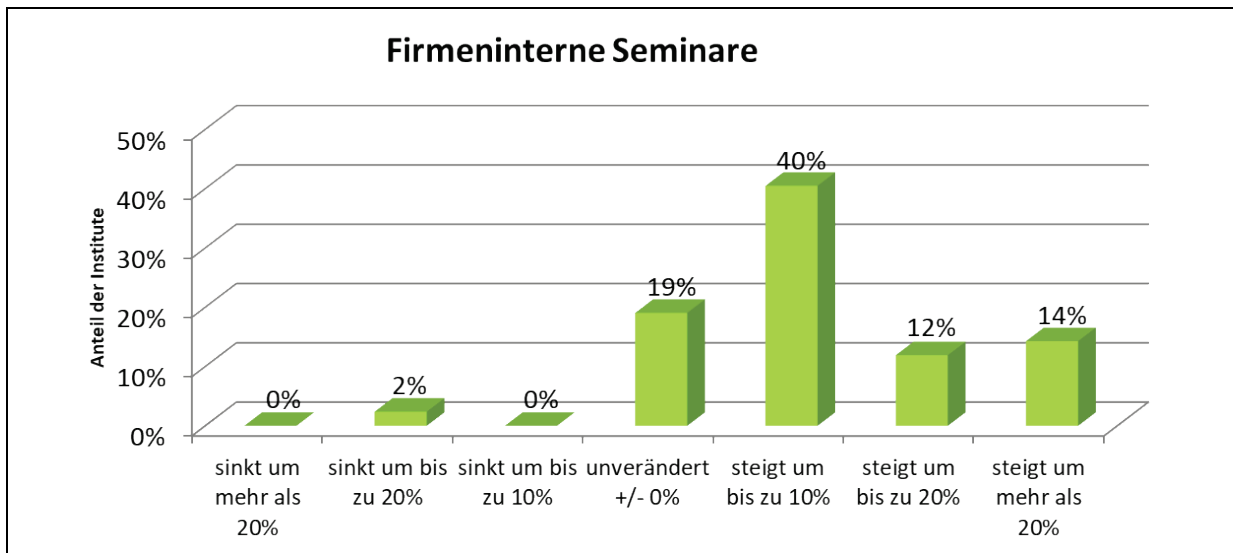


Abbildung 3: Umsatzerwartungen 2022 für firmeninterne Seminare

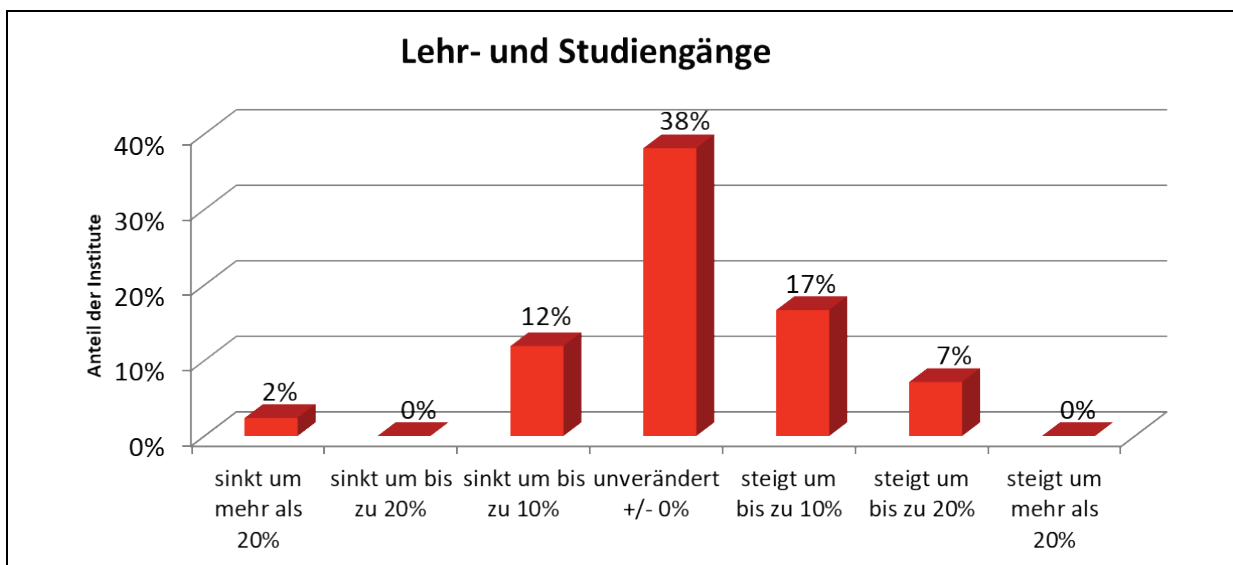


Abbildung 4: Umsatzerwartungen 2022 für Lehr- und Studiengänge

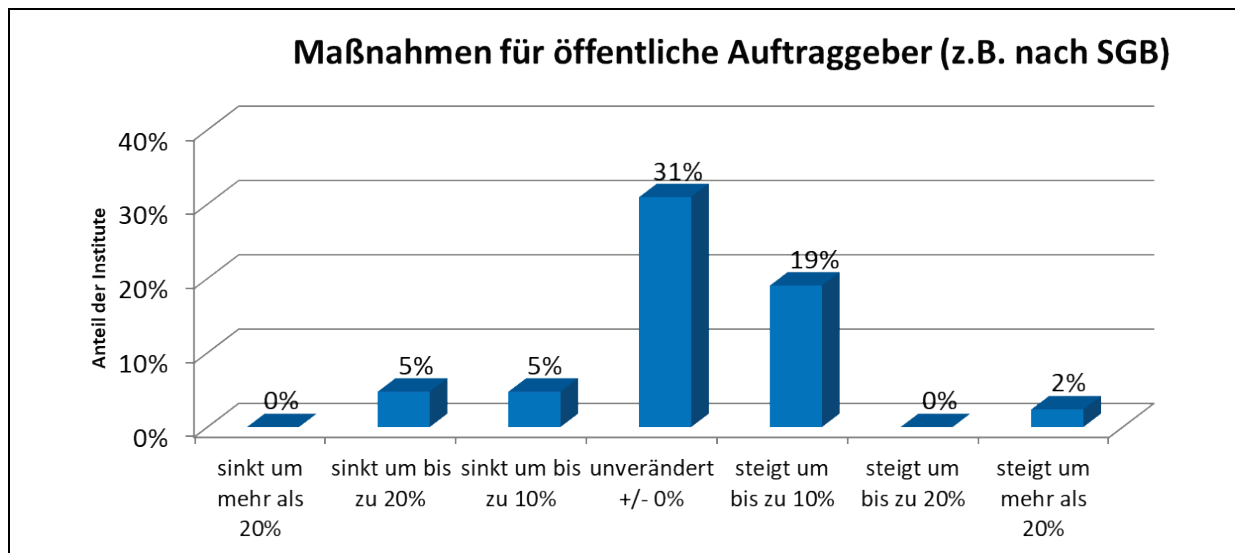


Abbildung 5: Umsatzerwartungen 2022 für Maßnahmen für öffentliche Auftraggeber

2. Umsatzanteile der einzelnen Angebotsformen

Die meisten der Weiterbildungsdienstleister im Wuppertaler Kreis bieten ein diversifiziertes Angebot von offenen Seminaren, firmeninternen Seminaren und zum Teil auch geförderten Maßnahmen für Arbeitslose und vergleichbare Zielgruppen an.

Im Durchschnitt erzielen sie mehr als 60% ihres Umsatzes mit Weiterbildungsdienstleistungen für Unternehmen. Diese werden entweder als offene Veranstaltungen oder als firmeninterne Maßnahmen durchgeführt. Offene Seminare und Tagungen bieten Fach- und Führungskräften der Wirtschaft fachliche Qualifizierung und die Gelegenheit zum Erfahrungsaustausch mit Teilnehmenden anderer Unternehmen. Firmeninterne Seminare sind i.d.R. Bestandteil von Organisationsentwicklungsprozessen oder interner Qualifizierungsprogramme. Ein bedeutender Anteil der Veranstaltungen wird aktuell in digitaler Form durchgeführt.

Tätigkeitsspektrum der Mitglieder des Wuppertaler Kreises	Durchschnittlicher Umsatzanteil
Offene Seminare und Tagungen	37,3%
Firmeninterne Seminare (inhouse)	23,7%
Lehr- und Studiengänge	16,0%
Maßnahmen für öffentliche Auftraggeber (z.B. nach SGB)	18,0%
Sonstiges (z.B. Forschung, Hotelbetrieb etc.)	5,0%

Tabelle 3: Anteil der verschiedenen Angebotsformen am Umsatz der Weiterbildungsinstitute

Damit leisten die Weiterbildungsdienstleister der Wirtschaft einen aktiven Beitrag zur Qualifizierung der Beschäftigten und damit zur Steigerung der Innovationskraft und Leistungsfähigkeit der Unternehmen.

Lehr- und Studiengänge mit akademischen oder berufsqualifizierenden Abschlüssen tragen mit rund 16% zum Gesamtumsatz der Mitglieder des Wuppertaler Kreises bei. Weiterbildungsdienstleistungen für öffentliche Auftraggeber, z.B. Maßnahmen der Arbeitsmarktförderung und der Integration, machen durchschnittlich 18% des Gesamtumsatzes der Mitglieder des Wuppertaler Kreises aus.

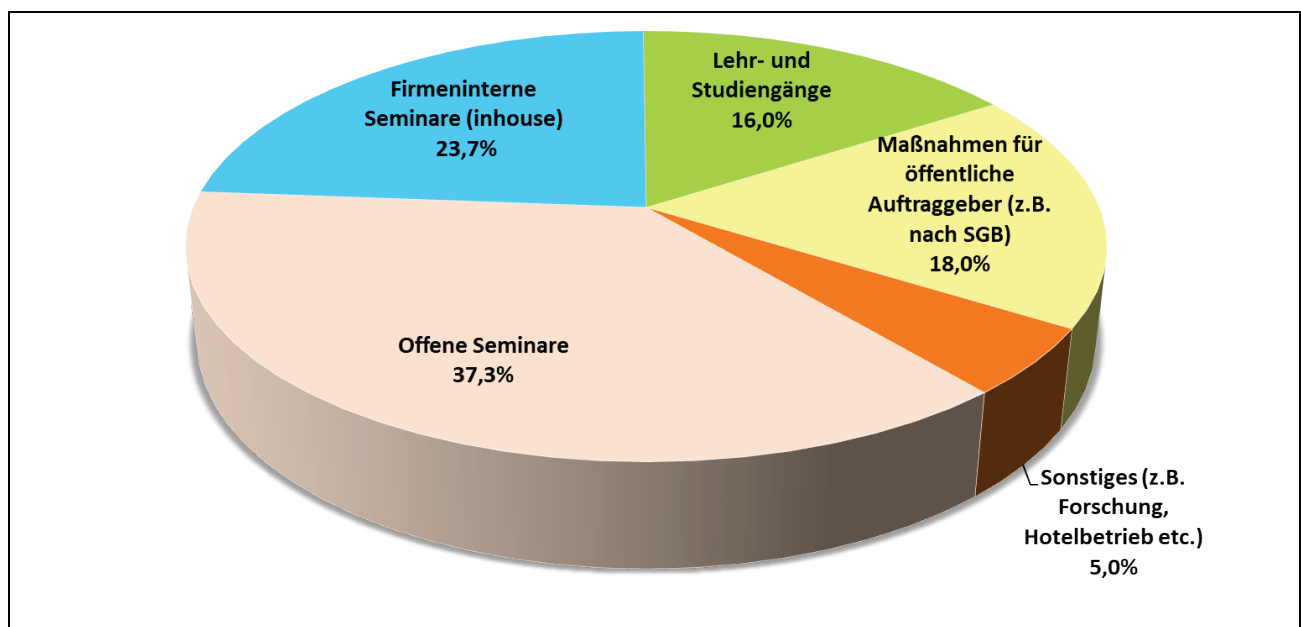


Abbildung 6: Umsatzanteile der verschiedenen Angebotsformen in der Weiterbildung

C. Zur Situation der Weiterbildungsdienstleister in der COVID-19-Pandemie

1. Wirtschaftliche Auswirkungen der COVID-19-Pandemie im Jahre 2021

Die COVID-19-Pandemie und die notwendigen Maßnahmen zu ihrer Eindämmung hatten erhebliche Auswirkungen auf den Geschäftsbetrieb der Weiterbildungseinrichtungen. Vergleichbar mit Kultur, Hotellerie und Sport war auch die Weiterbildung von Schließungen und Einschränkungen des Präsenzbetriebes betroffen.

Der Weiterbildungsbedarf der Unternehmen konnte seit 2020 durch rasches Umsteuern auf z.T. kaum vorher erprobte digitale Formate gedeckt werden. Im Jahr 2021 war die Realisierung der Weiterbildungsdienstleistungen in den von der Pandemie besonders betroffenen Zeiten fast schon Routine. Einzelne Institute haben im Jahr 2021 ihren Betrieb vollständig auf digitale Angebote umstellen können.

Im Rückblick beurteilen viele der befragten Weiterbildungsanbieter das Jahr durchaus positiv. Vor allem die Bereitschaft aller Beteiligten, neue Wege zu gehen und digitale Umsetzungsformen für die notwendige Weiterbildung zu finden, wird von der Mehrzahl der Weiterbildungsdienstleister als besser beurteilt als sie erwartet hätten.

<i>Wie beurteilen Sie im Nachgang die Erfahrungen des Pandemie-Jahres 2021?</i>	viel besser als erwartet	besser als erwartet	wie erwartet	schlechter als erwartet	viel schlechter als erwartet	k.A.
Wirtschaftlicher Erfolg	12%	33%	34%	19%	0%	2%
Kundenbindung	0%	43%	45%	5%	2%	5%
Anmeldungen bei Präsenzseminaren	0%	14%	41%	33%	5%	7%
Innovationskraft und Flexibilität bei der Gestaltung der Angebote	14%	55%	26%	2%	2%	0%
Bereitschaft und Interesse der Kunden an flexiblen Lösungen	5%	69%	24%	0%	2%	0%
Durchführbarkeit von Maßnahmen in der Pandemie	7%	52%	19%	19%	2%	0%
Technischer Betrieb der Weiterbildungseinrichtung	7%	38%	41%	12%	0%	2%
Team-Arbeit unter Pandemie-Bedingungen (Homeoffice etc.)	14%	52%	31%	2%	0%	0%
Qualifikation der Beschäftigten für digitale Angebotsformen	2%	36%	48%	14%	0%	0%
Verkauf und Vertrieb von Weiterbildungsdienstleistungen	0%	33%	38%	24%	0%	5%

Tabelle 4: Wirtschaftliche Auswirkungen der COVID-19-Pandemie

Der Besuch von Präsenzseminaren – soweit sie möglich waren – hat sich gleichwohl bei vielen der Anbieter schlechter entwickelt als erwartet. Ebenso waren die Vertriebsmöglichkeiten zum Teil eingeschränkt, da manche der üblichen Vertriebswege ebenfalls von der Pandemie betroffen waren, z.B. Messen.

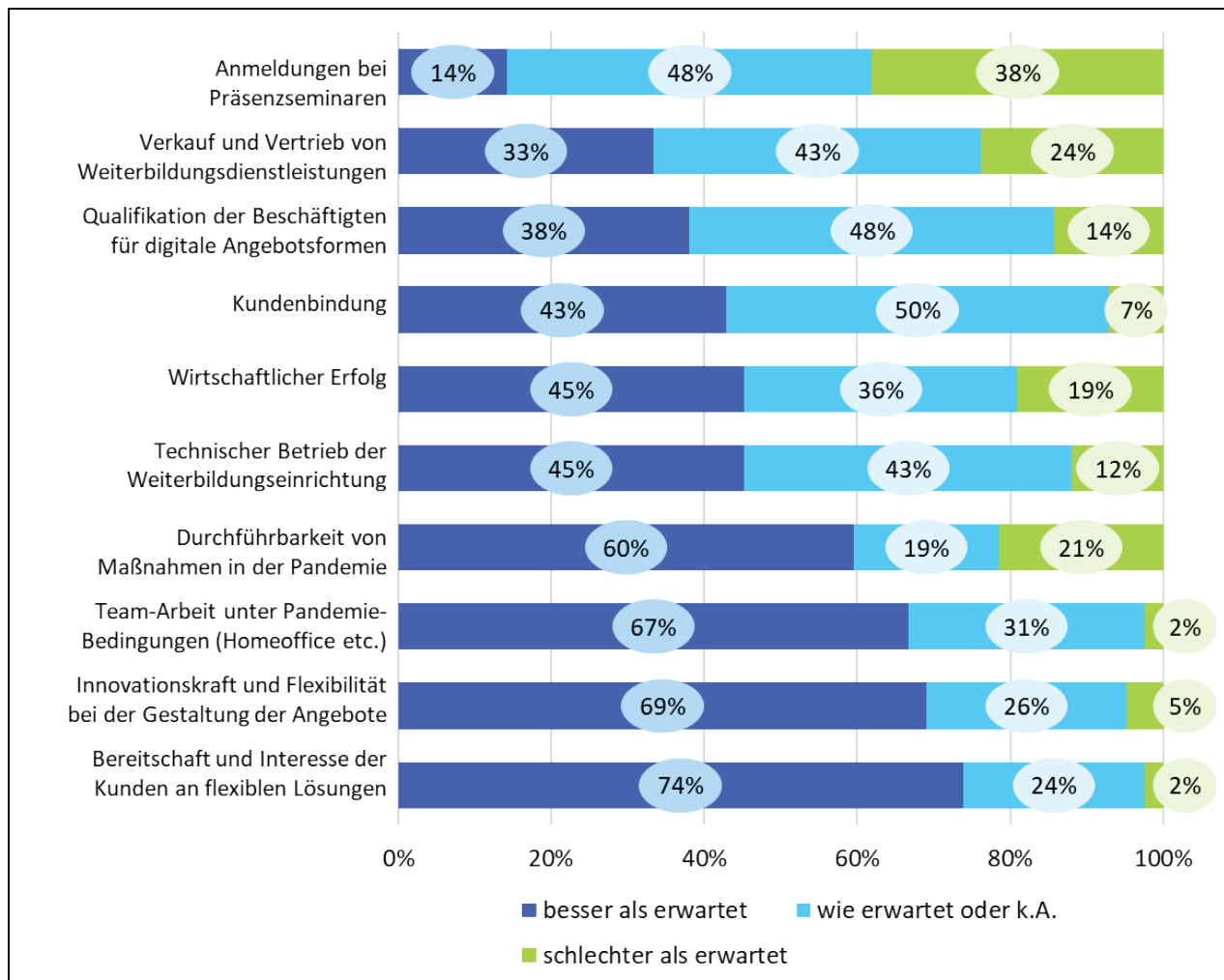


Abbildung 7: Wirtschaftliche Auswirkungen der COVID-19-Pandemie

2. Konkrete Auswirkungen auf die Durchführung der Weiterbildung

Die Einschränkungen, die die Maßnahmen zur Eindämmung der Pandemie für die Durchführung von Weiterbildungsveranstaltungen bedeutet haben, hatten vielfältige Auswirkungen und stellten deshalb hohe Anforderungen an die Weiterbildungsdienstleister.

a) Planungsunsicherheit

Wesentliches Kennzeichen der Situation in der COVID-19-Pandemie ist die Planungsunsicherheit, die aus der notwendigen Reaktion auf die Entwicklung der Infektionszahlen resultiert.

Besonders häufig waren die Weiterbildungsdienstleister damit konfrontiert, dass ursprünglich in Präsenz geplante Maßnahmen kurzfristig in ein Online-Format umgewandelt werden mussten. Verschiebungen von geplanten Terminen sind ein weiterer häufiger Aspekt, der die Planung und Durchführung von Maßnahmen erschwerte. Kurzfristige Absagen und geringere Teilnehmerszahlen beeinträchtigten ebenfalls die Planungsmöglichkeiten.

<i>Waren die Weiterbildungsdienstleister von den folgenden Auswirkungen der Pandemie betroffen?</i>	sehr häufig	häufig	gelegentlich	selten	nie	keine Antwort
Kurzfristige Absagen von In-house-Maßnahmen durch die Kunden	14%	38%	26%	12%	5%	5%
Kurzfristige Absagen von offenen Veranstaltungen durch Sie als Veranstalter	7%	17%	36%	24%	10%	7%
Stornierung von Anmeldungen durch Teilnehmende bzw. Unternehmen	17%	38%	31%	10%	2%	2%
Absagen von Referent/innen und Trainer/innen	0%	10%	31%	36%	19%	5%
Verschiebungen von Veranstaltungen durch Auftraggeber	10%	50%	17%	14%	5%	5%
Kurzfristige Durchführungsverbote durch behördliche Anordnung	5%	12%	36%	26%	19%	2%
Absagen durch Veranstaltungsdienstleister, Caterer, Hotels etc.	2%	10%	12%	38%	31%	7%
Anfragen nach hybrider Durchführung (Präsenz und online)	7%	50%	14%	21%	5%	2%
Kurzfristige Anfragen nach Online-Durchführung von in Präsenz geplanten Formaten	14%	50%	17%	12%	5%	2%
Reduzierung der Teilnehmerszahl	17%	40%	19%	7%	12%	5%

Tabelle 5: Planungsunsicherheit als Auswirkung der COVID-19-Pandemie

Auch die häufig kurzfristig wechselnden behördlichen Regelungen machten es schwer, Veranstaltungen im Präsenzformat zu planen. Eine möglichst weitgehende Transformation eines Großteils der Maßnahmen in hybride oder reine Online-Formate waren insofern auch aus organisatorischer und wirtschaftlicher Sicht die notwendige Konsequenz.

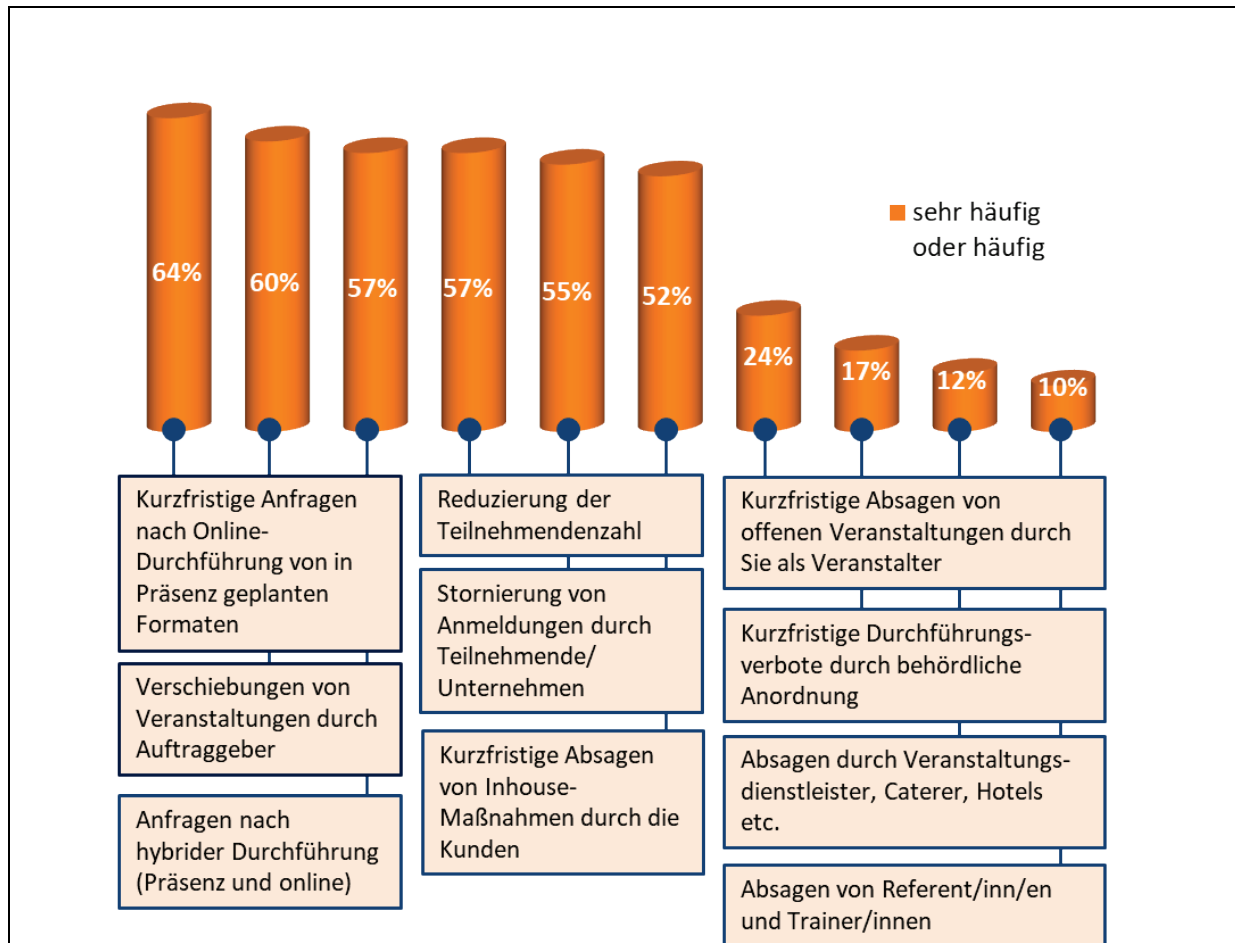


Abbildung 8: Planungsunsicherheit als Auswirkung der COVID-19-Pandemie

b) Erfahrungen bei der pandemiebedingten Umsetzung in digitale Formate

Die Umsetzung der Weiterbildungsdienstleistungen in digitale Formate war im ersten Pandemiejahr 2020 für alle Akteure noch weitgehend Neuland. Dabei beurteilt ein Teil der befragten Mitglieder weiterhin die technische Ausstattung der Teilnehmenden sowie auch deren digitale Kompetenzen als problematisch. Der Weiterbildungserfolg ist anders als bei Präsenzveranstaltungen auch von den organisatorischen und technischen Voraussetzungen auf Seiten der Teilnehmenden abhängig.

Im Vergleich dazu sind die technischen Herausforderungen auf der Seite der Dienstleister inzwischen weitgehend gelöst. Herausforderungen ergeben sich weiterhin bei der Gestaltung der Lernprozesse und der pädagogisch-didaktischen Umsetzung. Nicht alle Lerninhalte lassen sich leicht in die Online-Welt übertragen, hier sind eigene Konzepte und besondere Kompetenzen des Lehrpersonals gefragt.

<i>Was waren besondere Herausforderungen für die digitale Umsetzung Ihrer Angebote?</i>	Sind Probleme entstanden?					
	keine	selten	gelegentlich	öfter	häufig	k.A.
Dienstleister für die technische Umsetzung gewinnen	33%	29%	17%	17%	2%	2%
Verfügbarkeit geeigneter technischer Ausstattung bei den Teilnehmenden	5%	36%	31%	19%	10%	0%
Pädagogisch-didaktische Umsetzung der Inhalte in digitale Form	14%	29%	33%	21%	2%	0%
Digitale Kompetenzen der Teilnehmenden	5%	21%	45%	19%	10%	0%
Digitale Kompetenzen der Referent/innen und Trainer/innen	5%	40%	36%	14%	5%	0%
Qualifikation der eigenen Beschäftigten	14%	43%	24%	14%	2%	2%
Datenschutz- und Datensicherheitsfragen	14%	45%	26%	10%	5%	0%
Zeitplanung auf digitale Durchführung umsetzen	21%	48%	19%	10%	2%	0%
Lernprozesse bei hybrider Durchführung (online und Präsenz) erfolgreich realisieren	21%	19%	43%	5%	5%	7%

Tabelle 6: Herausforderungen bei der digitalen Umsetzung der Angebote

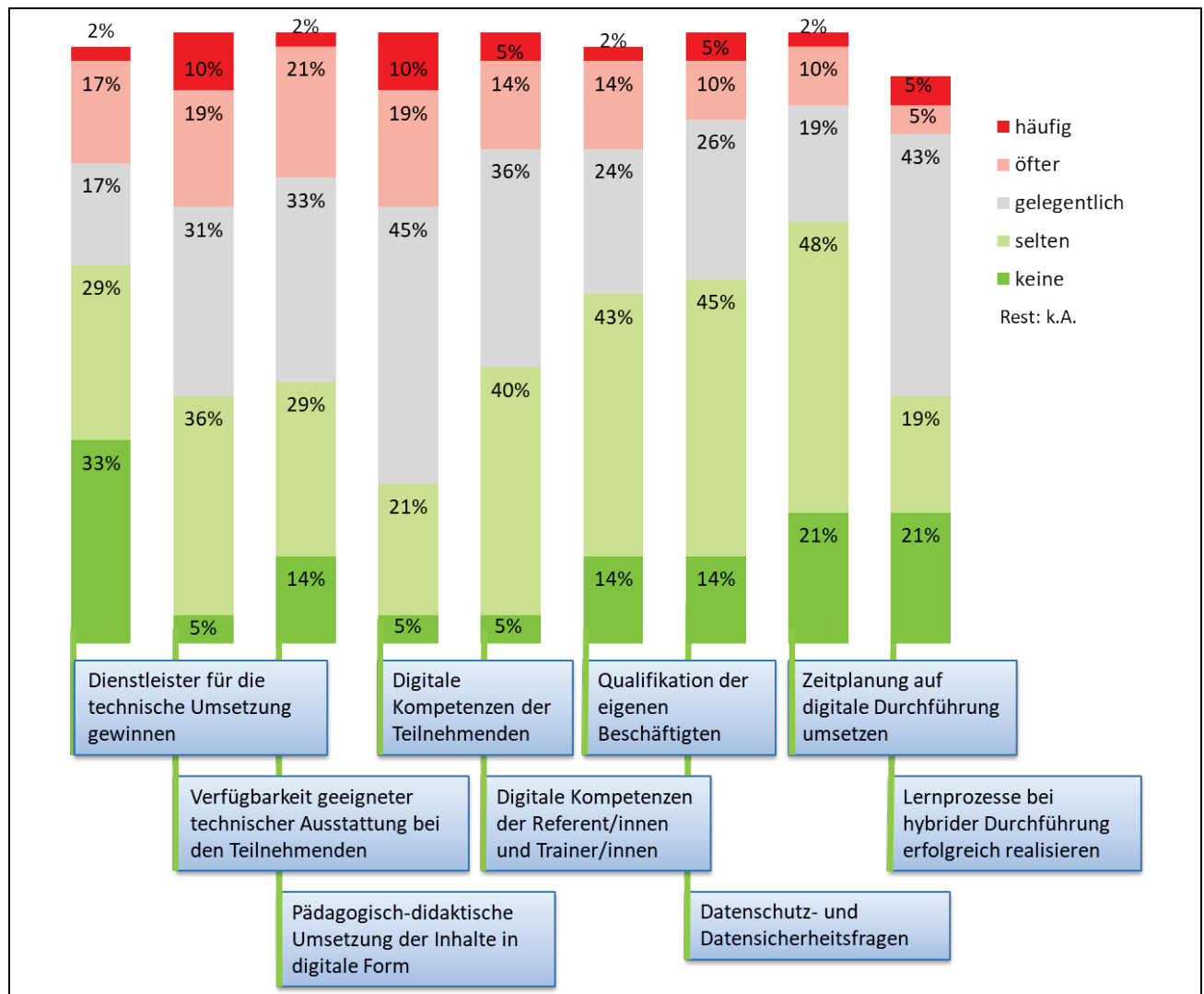


Abbildung 9: Herausforderungen bei der digitalen Umsetzung der Angebote

D. Geschäftsklima in der Weiterbildung

a) Geschäftslage-Indikator Weiterbildung

Der Wuppertaler Kreis erhebt im Rahmen seiner Verbandsumfrage jeweils jährlich den Geschäftslage-Indikator Weiterbildung.

Der Indikator bildet die wirtschaftliche Stimmung in der Weiterbildungsbranche ab. Die obersten Führungskräfte der Weiterbildungsdienstleister werden nach den Erfahrungen im jeweiligen Vorjahr und im laufenden Jahr sowie ihre Erwartungen für das jeweils kommende Jahr befragt. In den Indikator fließen sowohl die Anzahl der Aufträge (Auftragseingänge für interne Seminare

und Anmeldungen für offene Seminare) als auch die Entwicklung der Marktpreise für die angebotenen Dienstleistungen ein.

Eine positive Entwicklung der Geschäftslage zeigt sich in einem Indikator von über 100. Wenn die Weiterbildungsdienstleister Rückgänge erwarten, liegt der Indikator unter 100. Ergebnisse des vergangenen und des laufenden Jahres sowie die Erwartungen für das kommende Jahr fließen gemittelt in den Index ein.

Der Geschäftslage-Indikator Weiterbildung zeigt für das laufende Jahr mit einem Wert von 124 Punkten eine ausgesprochen positive Erwartung. Offenbar gehen die Weiterbildungsdienstleister davon aus, dass die Pandemie in der näheren Zukunft keine erheblichen Einschränkungen für die Geschäftstätigkeit mehr verursacht. Die sicherheitspolitische und weltwirtschaftliche Lage wird von den Instituten zum Zeitpunkt der Umfrage noch nicht als bedrohlich für die Weiterbildungsbranche wahrgenommen.

	2022	Verbandsumfragen der Vorjahre												
		2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
Geschäftslage-Indikator Weiterbildung des Wuppertaler Kreises gesamt	124	104	86	118	125	121	113	115	117	119	125	124	111	92
Marktpreise für offene Seminare	117	103	88	107	110	110	106	110	109	116	120	118	109	92
Marktpreise für firmeninterne Seminare	128	109	93	116	116	117	111	110	112	114	108	112	104	89
Anmeldungen pro Seminar	120	99	73	109	126	121	103	111	118	112	135	128	104	80
Aufträge firmeninterne Seminare	130	107	92	139	147	137	132	130	130	135	137	139	125	106

Tabelle 7: Geschäftslage-Indikator Weiterbildung des Wuppertaler Kreises

Nachdem sich die Stimmung im Jahr 2021 nach dem pandemiebedingten Einbruch erstmals ins Positive entwickelt hatte, ist die Erwartung für die weitere Entwicklung ausgesprochen positiv. Vor allem für firmeninterne Seminare und Dienstleistungen für Unternehmen sehen die Weiterbildungsdienstleister eine gute

Entwicklung. Der Bedarf an Qualifizierung ist vor dem Hintergrund der Digitalisierung, dem Arbeitskräftemangel und der notwendigen Transformation im Zusammenhang mit der globalen Wirtschaftskrise ausgesprochen hoch. Hinzu kommt der Nachholbedarf, der durch die ausgefallenen Maßnahmen der Vorjahre entstanden ist.

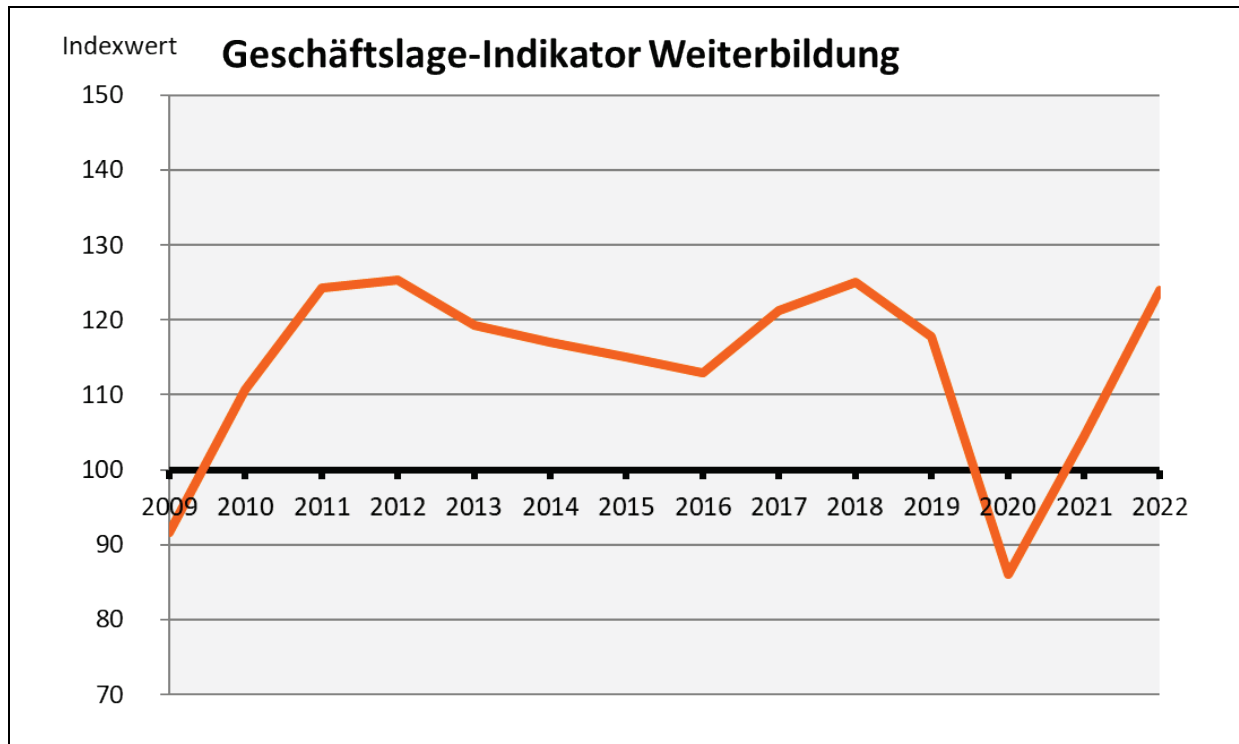


Abbildung 10: Geschäftslage-Indikator Weiterbildung des Wuppertaler Kreises 2009-2022

Die Weiterbildungsdienstleister gehen davon aus, dass sich sowohl die zu erzielenden Marktpreise positiv entwickeln als auch die Anmeldungen und Auftragslage. Die damit steigenden Umsatzerwartungen für offene und firmeninterne Seminare spiegeln sich in einem Indikatorwert, der die Höhe der Jahre 2018 und 2012 erreicht. Gleichwohl wird deutlich, dass es vor allem auch erwartete Preissteigerungen sind, die den Gesamtindex in die Höhe treiben. Die Erwartungen für die Auftragslage insbesondere bei firmeninternen Seminaren erreichen noch nicht wieder das hohe Niveau der Jahre 2012 und 2018.

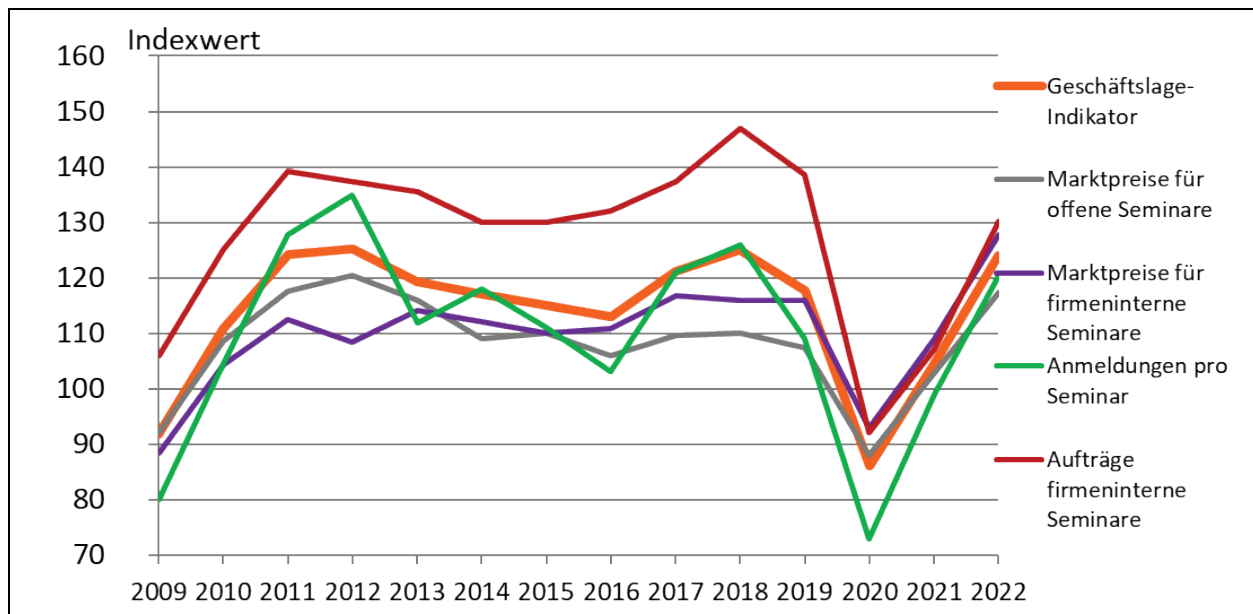


Abbildung 11: Geschäftslage-Indikator Weiterbildung – Einzelergebnisse 2009-2022

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

In der Einzelbetrachtung wird deutlich, dass die Weiterbildungsdienstleister für das Jahr 2023 mit großer Mehrheit von einer deutlichen Verbesserung der wirtschaftlichen Situation ausgehen. Auch für das laufende Jahr 2022 rechnen die befragten Anbieter zu einem großen Teil mit einer gegenüber dem Vorjahr erheblich verbesserten Situation. Dies betrifft insbesondere die Auftragsituation für firmeninterne Seminare.

Wie entwickeln sich Preise und Nachfrage?	Ergebnisse 2021			Erwartungen für 2022			Erwartungen für 2023		
	eher niedrig	wie Vorjahre	eher hoch	schlechter	gleich bleibend	besser	schlechter	gleich bleibend	besser
Marktpreise für offene Seminare	0%	97%	3%	3%	72%	26%	5%	63%	32%
Marktpreise für firmeninterne Seminare	3%	92%	5%	3%	59%	38%	8%	39%	53%
Anmeldungen pro Seminar	48%	40%	13%	5%	51%	44%	11%	21%	68%
Aufträge firmeninterne Seminare	33%	41%	26%	5%	33%	62%	11%	37%	53%

Tabelle 8: Entwicklung der Marktpreise und der Anmeldungen

c) Kosten der Weiterbildungsdienstleister

Der Geschäftslage-Indikator des Wuppertaler Kreises ist ein Index für die Umsatzerwartungen der Weiterbildungsdienstleister. Er wird durch einen zweiten Indikator für die Kostenentwicklung ergänzt, der die Erwartungen der Weiterbildungsdienstleister für die Entwicklung der Kosten abbildet.

Die Weiterbildungsanbieter rechnen im kommenden Jahr überwiegend mit steigenden Kosten. Insbesondere für Infrastruktur (Hotel und Räume), aber auch für den internen Betrieb sowie Honorare erwarten die Weiterbildungsdienstleister Kostensteigerungen, die entsprechend berücksichtigt werden müssen.

Wie entwickeln sich die Kosten?	Ergebnisse 2021			Erwartungen für 2022			Erwartungen für 2023		
	eher niedrig	wie Vorjahre	eher hoch	sinken	bleiben gleich	steigen	sinken	bleiben gleich	steigen
Trainer- und Dozenten honorare	2%	80%	17%	0%	34%	66%	0%	30%	70%
Hotel- und Raumkosten	5%	73%	13%	3%	23%	75%	3%	18%	79%
Kosten für Werbung / Vertrieb / Kundenbindung	5%	83%	39%	0%	45%	55%	0%	44%	56%
Kosten lfd. Betrieb (Personal, IT, Verwaltung)	5%	56%	66%	2%	29%	68%	0%	28%	73%

Tabelle 9: Entwicklung der Kosten in der Weiterbildung

d) Wettbewerb auf dem Weiterbildungsmarkt

Als dritte Kennzahl erfasst der Wuppertaler Kreises die Dynamik des Wettbewerbs auf dem Weiterbildungsmarkt. Der Markt für Weiterbildungsdienstleistungen ist durch sehr niedrige Eintrittsbarrieren gekennzeichnet. Der durch die Pandemie beschleunigte digitale Wandel ermöglicht es neuen Anbietern, in den Markt für Weiterbildungsdienstleistungen einzutreten.

Die Weiterbildungsanbieter erwarten für die nähere Zukunft eine Verschärfung des Wettbewerbs. Die steigende Nachfrage insbesondere nach digitalen Formaten bietet Chancen für Markteintritte kleiner Unternehmen (z.B. Berater/inn/en, Trainer/innen), die als Dienstleister für Unternehmen tätig werden. Ebenso rechnen die befragten Institute damit, dass auch interne Weiterbildungs-

dienstleister der Unternehmen künftig zunehmend auf dem externen Markt in den Wettbewerb eintreten.

Wie entwickelt sich der Wettbewerb?	Ergebnisse 2021			Erwartungen für 2022			Erwartungen für 2023		
	weniger	wie Vorjahre	mehr	weniger	gleich bleibend	mehr	weniger	gleich bleibend	mehr
Neue Mitbewerber Wirtschaft (Verbände, Institute)	10%	72%	18%	11%	61%	29%	8%	61%	32%
Neue Mitbewerber staatlich (z.B. Hochschulen)	8%	72%	21%	0%	69%	31%	3%	68%	29%
Neue Mitbewerber Unternehmen (z.B. Corporate Universities)	3%	69%	28%	13%	46%	41%	8%	39%	53%
Neue Mitbewerber Einzel-firmen (Berater/in/en, Trainer/innen)	8%	67%	26%	8%	46%	46%	11%	50%	39%

Tabelle 10: Entwicklung des Wettbewerbs in der Weiterbildungsbranche

e) Geschäftslage, Kosten und Wettbewerb in der Weiterbildung

Im Zusammenspiel können die drei Indikatoren des Wuppertaler Kreises zur Beurteilung der aktuellen Lage sowie der Dynamik auf dem Weiterbildungsmarkt genutzt werden:

Der Geschäftslage-Indikator ist nach einem Einbruch im Jahr 2020 im laufenden Jahr mit 124 Indexpunkten auf ein erfreulich hohes Niveau gestiegen. Er signalisiert die Erwartung, dass die pandemiebedingte Krise überwunden ist und der Umsatz wieder erheblich ansteigt. Ein wesentlicher Faktor der Umsatzsteigerungen ergibt sich allerdings aus notwendigen Preissteigerungen und der entsprechenden Entwicklung der Marktpreise für Weiterbildungsdienstleistungen.

Erheblich gestiegen ist der Kostenindikator, der mit 151 Punkten das höchste Niveau seit Ermittlung der Indikatoren erreicht hat. Die Weiterbildungsdienstleister rechnen mit erheblichen Kostensteigerungen im Einkauf von Dienstleistungen sowie für den Betrieb der Weiterbildungseinrichtungen, die sich aus den Kosten der digitalen Transformation sowie aus den allgemeinen Kostensteigerungen ergeben.

Der Wettbewerbsindikator erreicht mit 125 Punkten noch nicht wieder das Niveau vergangener Jahre. Er spiegelt gleichwohl die Erwartung, dass der Wettbewerb am Markt für Weiterbildungsdienstleistungen sich weiter dynamisch entwickeln wird, insbesondere durch Markteintritt von internen Weiterbildungsdienstleistern der Unternehmen sowie von Einzelanbietern.

Insgesamt kann der Schluss gezogen werden, dass die wirtschaftliche Lage der Weiterbildungsdienstleister im Jahr 2022 sich gegenüber dem Vorjahr erheblich verbessert hat. Die Erwartungen für das Jahr 2023 lassen gleichwohl eine Unsicherheit erkennen, die sich aus der Entwicklung der Kostensituation ergibt. Es besteht die Möglichkeit, dass ein gesteigerter Wettbewerb bei deutlich steigenden Kosten zu einem Erfolgsrisiko für die Weiterbildungsdienstleister werden könnte.

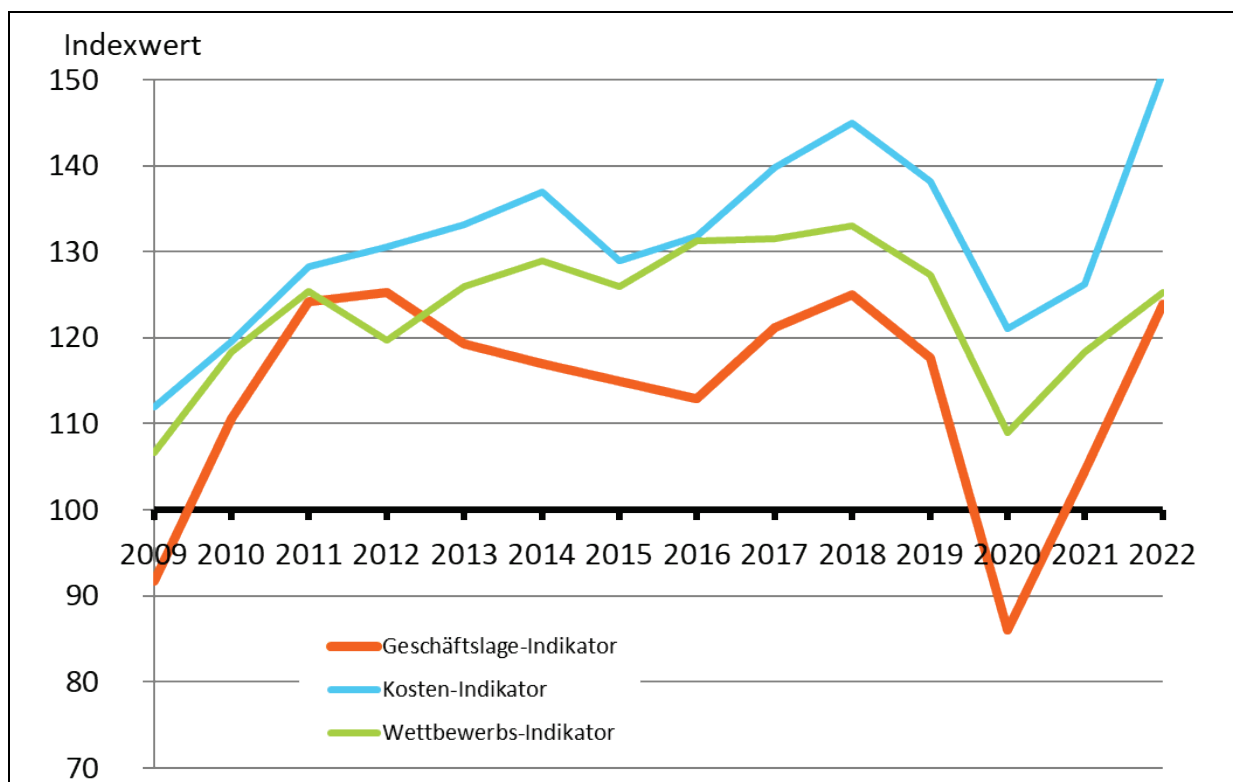


Abbildung 12: Geschäftslage, Kosten, Wettbewerb – Indikatoren des Wuppertaler Kreises

E. Trends in der Weiterbildung

1. Trends im Angebot der Weiterbildungsdienstleister – offene Seminare und Inhouse-Maßnahmen

a) Online vs. Präsenz in der betrieblichen Personalentwicklung

Die Situation während der COVID-19-Pandemie mit Reiseverboten, Veranstaltungsabsagen und Homeoffice hat den digitalen Wandel in der Personalentwicklung erheblich beschleunigt. Die Praxiserfahrungen, die mit der digitalen Durchführung von Weiterbildung gesammelt werden konnten, sind die Basis für eine Zukunftsprognose: Wo haben sich Online-Angebote bewährt und zu welchen Themen wird Weiterbildung auch in Zukunft in Präsenzformaten stattfinden?

<i>In welchem Format werden die folgenden Angebote zukünftig nachgefragt?</i>	nur noch online	eher online	gleichwertig	eher in Präsenz	nur in Präsenz	k.A.
Vermittlung von Fachwissen	5%	60%	24%	7%	0%	5%
Vermittlung von Branchenkenntnis	5%	48%	29%	14%	0%	5%
Vermittlung technischer Fertigkeiten	0%	17%	21%	40%	14%	7%
Vermittlung Führungskompetenz	0%	5%	21%	62%	7%	5%
Persönlichkeitsentwicklung	0%	5%	19%	62%	12%	2%
Vernetzung und Erfahrungsaustausch	0%	17%	19%	40%	21%	2%
Vermittlung sozialer Kompetenzen	0%	2%	21%	62%	12%	2%
Arbeitsplatznahes Lernen (performance support)	7%	45%	17%	21%	5%	5%
Einweisung neuer Mitarbeiter/innen (Onboarding)	0%	29%	38%	17%	12%	5%
Workshops im Rahmen von OE-Projekten	2%	14%	43%	24%	7%	10%

Tabelle 11: Online vs. Präsenz in der betrieblichen Personalentwicklung

Die Weiterbildungsdienstleister sehen die Stärken von Online-Formaten vor allem bei Fachthemen und der Wissensvermittlung. Auch die Kenntnis über die eigene Branche, Marktüberblick und vergleichbare Inhalte sind online gut vermittelbar. Beim arbeitsplatznahen Lernen liegen die Stärken der Online-Angebote auf der Hand, wenn Bildungsinhalte unmittelbar am Arbeitsplatz bereitgestellt werden können.

Im Vergleich dazu rechnen die Weiterbildungsexperten für die Vermittlung sozialer Kompetenzen, Führung und Persönlichkeitsentwicklung eher damit, dass diese Bildungsangebote auch in Zukunft bevorzugt in Präsenzformaten stattfinden werden.

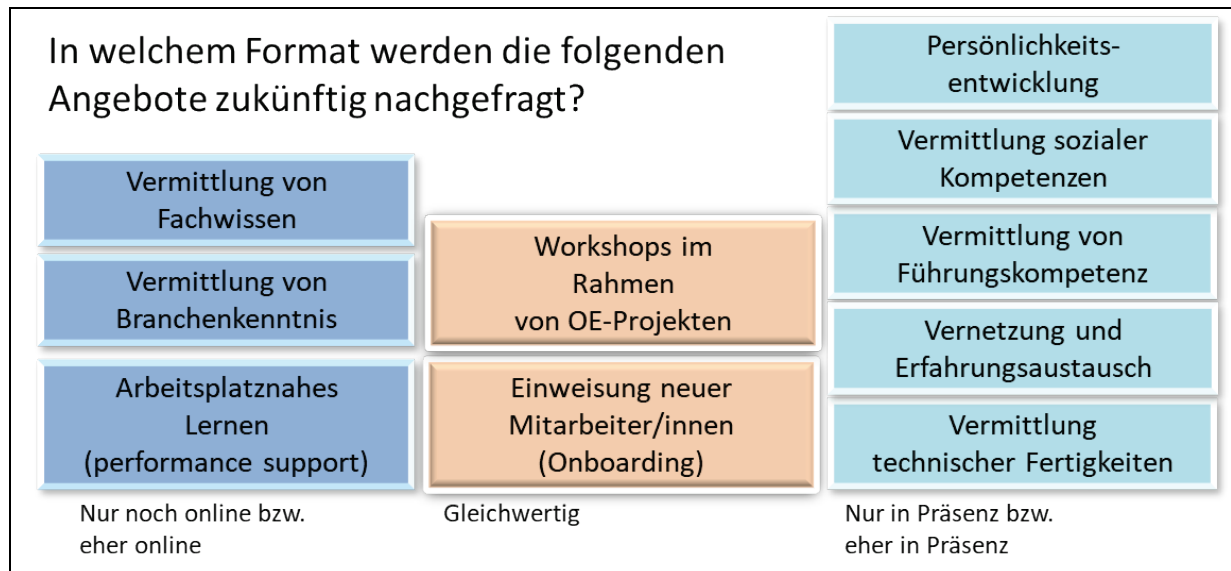


Abbildung 13: Online vs. Präsenz in der betrieblichen Personalentwicklung

b) Ein Blick in die Zukunft der Weiterbildungsbranche

Für die Zukunft der Weiterbildungsbranche ergibt sich aus der aktuellen Situation eine differenzierte Darstellung. Nicht nur die Pandemie, sondern auf längere Sicht vor allem aufgrund der entstehenden digitalen Arbeitswelten und der dadurch veränderten Nachfrage ergibt sich für die Branche der Weiterbildungsdienstleister ein Umfeld, das durch eine hohe Veränderungsdynamik gekennzeichnet ist.

Die Weiterbildungsdienstleister schätzen es mit deutlicher Mehrheit so ein, dass digitale Angebote unabdingbar sind, um am Markt zu bestehen. Die Digitalisierung wird als disruptiver Faktor für den Markt für betriebliche Weiterbildungsdienstleistungen wahrgenommen. Dadurch sind auch veränderte Qualifikationen erforderlich, dies betrifft vor allem die Trainer/innen und Referent/inn/en, deren Aufgabenprofil sich durch die Digitalisierung verändert. Die Zulieferindustrie für technische Dienstleistungen wie z.B. Videoproduktionen wird für die Weiterbildung immer wichtiger. Eine Mehrheit der Weiterbildungsdienstleister geht allerdings nicht davon aus, dass technische Dienstleister und Platt-

formanbieter künftig eine Schlüsselrolle im Markt für Weiterbildungsdienstleistungen einnehmen könnten. Die meisten der Weiterbildungsdienstleister rechnen ebenfalls nicht damit, dass die Situation zu einer Marktkonsolidierung bzw. einer Konzentration auf eine kleinere Anzahl von Anbietern führen wird.

Wie schätzen die Weiterbildungsanbieter die folgenden Thesen zur Zukunft der Weiterbildungsbranche ein?	👍	👎	k.A.
Die Fähigkeit, digitale Angebote auf den Markt zu bringen, ist unabhängig für Weiterbildungsdienstleister.	95%	2%	2%
Der Markt für betriebliche Weiterbildungsangebote erfährt durch die Digitalisierung eine disruptive Veränderung.	88%	10%	2%
Technische und digitale Dienstleister werden künftig den Weiterbildungsmarkt dominieren.	43%	52%	5%
Das Berufsbild für Trainer/innen und Referent/inn/en in der betrieblichen Weiterbildung hat sich radikal verändert.	57%	38%	5%
Aufgrund der Disruption im Weiterbildungsmarkt ist eine Marktkonsolidierung und Reduzierung der Anbieterzahl zu erwarten.	45%	52%	2%
Weiterbildung in Präsenz beschränkt sich künftig auf Themen, bei denen Sozialkompetenz ein wesentlicher Lerninhalt ist.	40%	57%	2%
Performance Support, d.h. die Unterstützung des Lernens am Arbeitsplatz über digitale Plattformen, wird ein bedeutender Markt.	93%	2%	5%
Mediengestalter, Videoproduktionsfirmen etc. werden wichtigste Zulieferfirmen für die betriebliche Weiterbildung.	76%	17%	7%
Die Gestaltung und Förderung der Kollaboration wird als Dienstleistung der Weiterbildung immer wichtiger.	86%	12%	2%

Tabelle 12: Thesen zur Zukunft der Weiterbildungsbranche

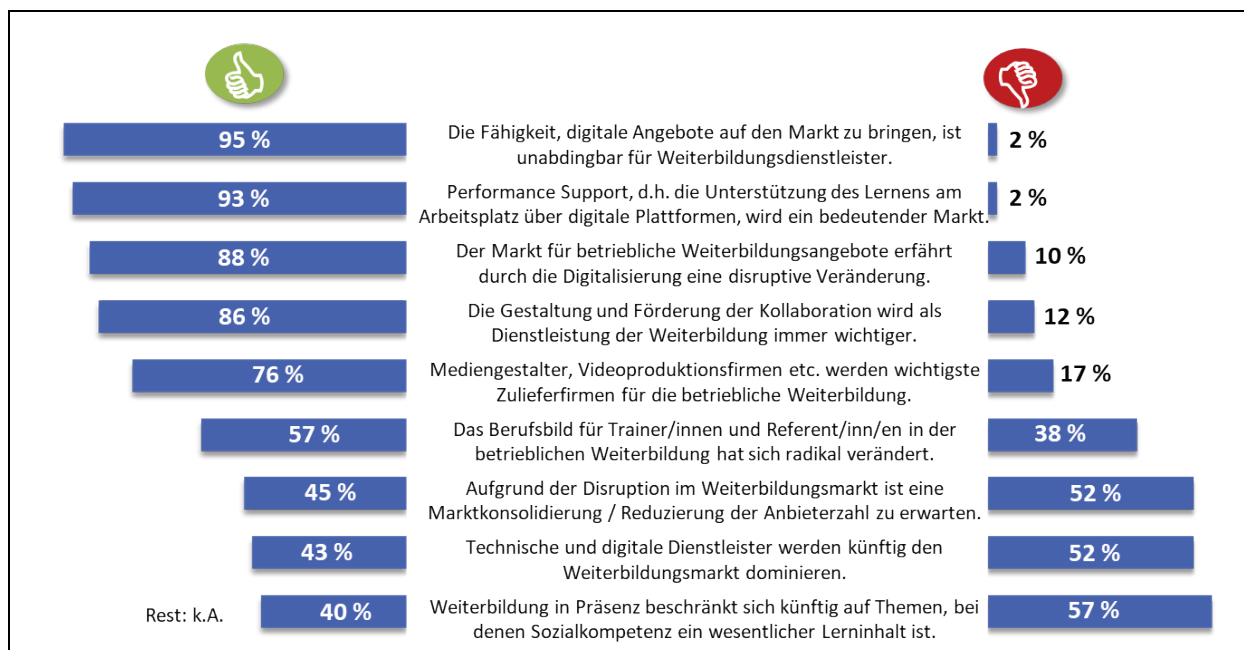


Abbildung 14: Thesen zur Zukunft der Weiterbildungsbranche

2. Trends in der Personalentwicklung und der betrieblichen Weiterbildung

a) Trends in der Personalentwicklung und Anforderungen an die Weiterbildung

Einer der Einflussfaktoren für die Nachfrage nach Weiterbildungsdienstleistungen sind aktuelle Veränderungen und Trends der betrieblichen Personalentwicklung. Die Weiterbildungsdienstleister sind gefragt, ihre Angebote entsprechend anzupassen. Für die befragten Anbieter ist es dabei vor allem das Entstehen von unternehmensinternen Lernplattformen, das als Chance für die Weiterbildung wahrgenommen wird. Die Bereitstellung von Lerninhalten für diese Plattformen, die dann eigenverantwortlich und am Arbeitsplatz von den Beschäftigten bearbeitet werden, sind eine der zukunftsweisenden Angebotsformen für die Weiterbildungsbranche. Auch die Entwicklung moderner Formen des Bildungscontrollings und des Talent Managements, mit denen das Lernen am Arbeitsplatz gesteuert wird, sind Einflussfaktoren, die von den Weiterbildungsdienstleistern bei der Weiterentwicklung ihrer Angebote einbezogen werden sollten.

<i>Welches Potenzial haben die folgenden Trends in der Personalentwicklung für Ihre Arbeit als Weiterbildungsdienstleister?</i>	kein	gering	mittel	hoch	sehr hoch	k.A.
Kompetenzmodelle, die Anforderungen an Beschäftigte standardisiert beschreiben	5%	14%	45%	31%	2%	2%
Digitalisiertes Talent Management, das Lernergebnisse und Lernengagement von Beschäftigten erfasst	5%	17%	29%	31%	17%	2%
Agile Personalentwicklung, die Qualifizierung als eigenverantwortliche Aufgabe der einzelnen Beschäftigten ansieht	0%	10%	29%	43%	17%	2%
Lerncommunities, die das eigenverantwortliche Lernen im Unternehmen fördern	0%	10%	24%	45%	17%	5%
Unternehmensinterne Lernplattformen und Lern-Ecosysteme, auf denen interne und externe Lernangebote bereitgestellt werden	2%	2%	21%	47%	24%	2%

Tabelle 13: Trends in der Personalentwicklung und ihr Potenzial für die Weiterbildung

Im Vergleich dazu rechnen die meisten Weiterbildungsdienstleister nicht damit, dass Kompetenzmodelle unmittelbare Auswir-

kungen auf die Entwicklung oder die Nachfrage von Weiterbildungsdienstleistungen haben werden.

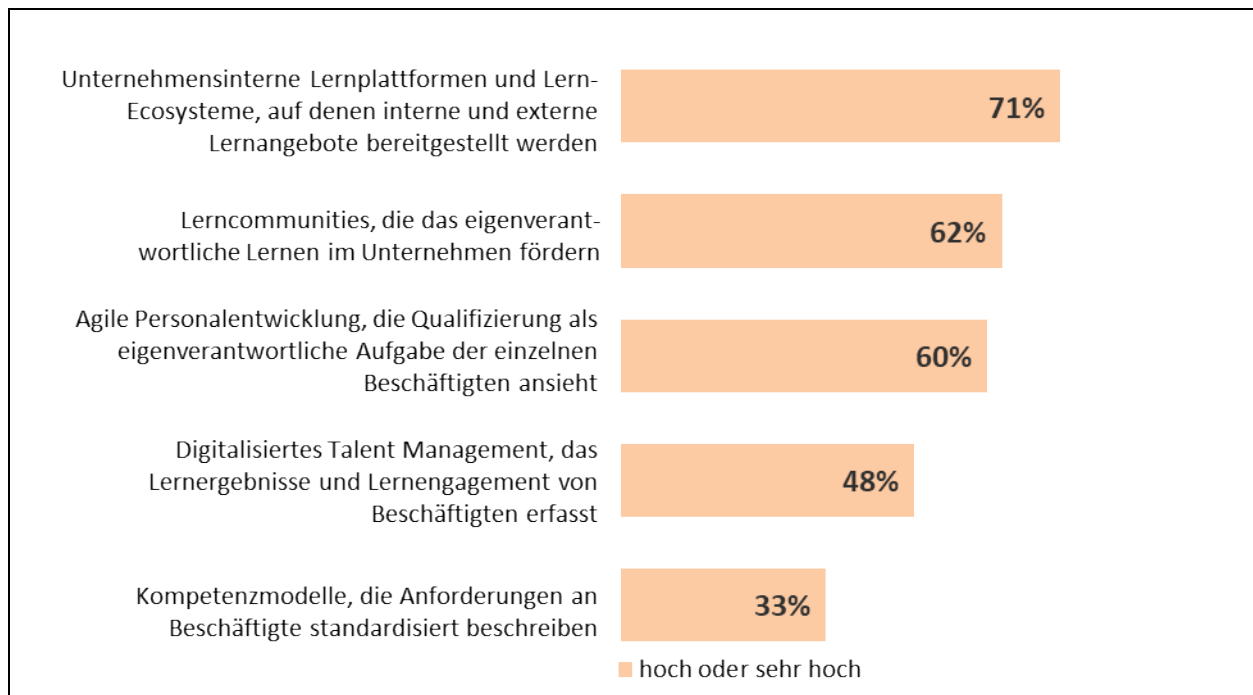


Abbildung 15: Trends in der Personalentwicklung und ihr Potenzial für die Weiterbildung

b) Personalentwicklung und Weiterbildung in mittelständischen Unternehmen

Rund 55 % aller abhängig Beschäftigten in Deutschland arbeiten in kleinen oder mittleren Unternehmen. Nicht alle Verfahren aus der Personalentwicklung für größere Unternehmen sind unmittelbar auch in kleineren oder mittleren Unternehmen umsetzbar. Im Mittelstand werden oft andere Konzepte und Wege der Personalförderung und der Qualifikation genutzt als in Großunternehmen. Insbesondere die Zusammenarbeit mit Weiterbildungsdienstleistern spielt für den Mittelstand eine große Rolle.

Bei den befragten Mitgliedsunternehmen des Wuppertaler Kreises liegt der Anteil der Teilnehmer/innen aus kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) in den Seminaren, Lehrgängen und den firmeninternen Angeboten jeweils bei über 50%. Ein geringeres Engagement kleiner und mittelständischer Unternehmen für die Weiterbildung ihrer Beschäftigten lässt sich an den Teilnehmendenzahlen der Weiterbildungsdienstleister also nicht ablesen. Firmeninterne Seminare sind für kleinere Unternehmen weniger

realisierbar, so dass für diese Zielgruppe weiterhin das offene Seminarangebot eine wichtige Ressource ist.

Anteil der Teilnehmenden in Weiterbildungsmaßnahmen in % (geschätzt)	Mitarbeiter/innen aus			Teilnehmende, die nicht aus Unternehmen kommen (z.B. Arbeitssuchende, Studierende)	andere (z.B. Behörden)
	kleinen Unternehmen (<10 Besch.)	mittleren Unternehmen (<500 Besch.)	größeren Unternehmen (>500 Besch.)		
in offenen Seminaren	9%	47%	33%	7%	4%
in firmeninternen Seminaren	4%	45%	48%	0%	4%
in Lehrgängen	8%	45%	38%	7%	1%

Tabelle 14: Anteil der Teilnehmenden aus mittelständischen Unternehmen

Die Weiterbildungsdienstleister passen ihr Angebot auf die besonderen Qualifikationsforderungen kleiner und mittelständischer Unternehmen an.

Welche Erfahrungen machen die Weiterbildungsunternehmen mit dem Weiterbildungsengagement kleiner und mittlerer Unternehmen?	stimme voll zu	stimme teilweise zu	neutral	stimme eher nicht zu	stimme nicht zu	k.A.
In mittelständischen Unternehmen wird Weiterbildung weniger programm- basiert geplant, sondern individuell.	33%	46%	10%	5%	0%	7%
Offene Angebote und unternehmens- übergreifender Erfahrungsaustausch bleiben für den Mittelstand attraktiv.	57%	26%	7%	2%	0%	7%
Abschlussbezogene Weiterbildungsan- gebote bleiben wichtiger Schwerpunkt des Angebotes für den Mittelstand.	19%	50%	17%	7%	0%	7%
Die Mitarbeiter/innen wählen eigenver- antwortlich Weiterbildungsmaßnah- men aus.	5%	45%	26%	17%	0%	7%
Mittelständische Unternehmen betrei- ben keine eigenen Lernplattformen, sondern nutzen Lernplattformen der Weiterbildungsdienstleister.	19%	36%	26%	7%	0%	12%
Weiterbildungsunternehmen überneh- men Aufgaben der Personalentwick- lung im Mittelstand.	2%	46%	24%	17%	2%	10%

Tabelle 15: Weiterbildung in kleinen und mittleren Unternehmen

Für mittelständische Unternehmen ist ein breites Angebot offener Programme und geeigneter abschlussorientierter Fortbil-

dungsangebote weiterhin eine gute Möglichkeit, individuelle Maßnahmen zur Qualifikation ihrer Beschäftigten zu realisieren.

Im Zuge der Digitalisierung stellt sich hier die Herausforderung, auch im digitalen Raum für die Teilnehmenden aus mittelständischen Unternehmen passende Angebote bereitzustellen. Wenn in kleinen und mittleren Unternehmen eine unternehmenseigene Lernplattform keine Option ist, bietet es sich an, offene Angebote auf Lernplattformen der Dienstleister bereitzustellen und auch im digitalen Raum die Vernetzung mit Teilnehmerinnen und Teilnehmern anderer Unternehmen zu ermöglichen.

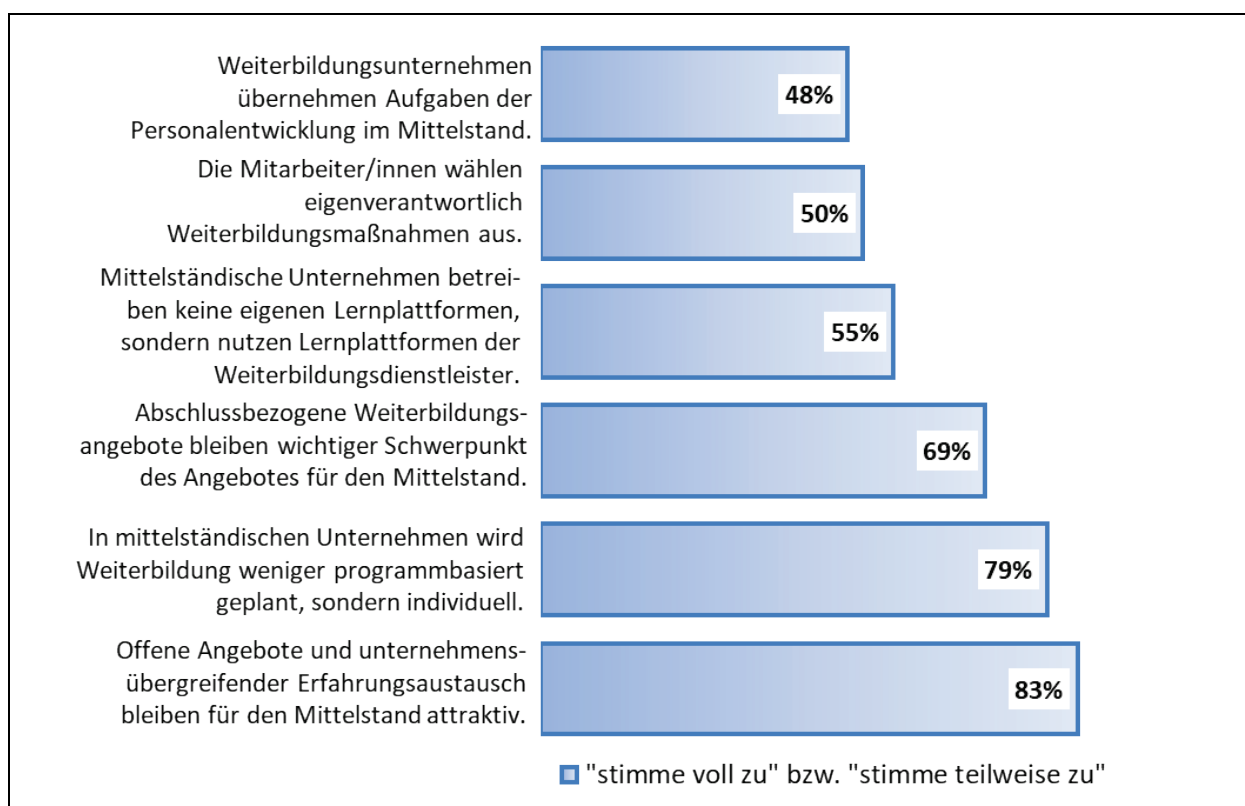


Abbildung 16: Weiterbildung in kleinen und mittleren Unternehmen

3. Digitalisierung der Weiterbildung

a) Wirtschaftliche Bedeutung digitaler Lernformen in der betrieblichen Weiterbildung

Digitale Lernformen werden auch in Zukunft einen großen Anteil der Geschäftstätigkeit der Weiterbildungsdienstleister ausmachen. Die befragten Weiterbildungsexperten rechnen vor allem bei digitalen Fachseminaren und Inhouse-Workshops damit, dass diese zukünftig einen hohen Beitrag zum Gesamtumsatz leisten

werden. Weiterhin werden Angebote der Weiterbildungsdienstleister, die auf betrieblichen Lernplattformen angeboten werden eine große Rolle spielen. Bei Planspielen und Simulationen gehen viele der Dienstleister davon aus, dass sie wie auch bisher für bestimmte Themen eine wichtige Rolle spielen werden.

Es lässt sich insgesamt feststellen, dass den digital angebotenen Bildungsprogrammen eine hohe wirtschaftliche Bedeutung zugemessen wird. Die Weiterbildungsdienstleister stehen im Zentrum des digitalen Wandels und richten sich darauf aus, zukünftig einen hohen Anteil ihres Umsatzes mit digitalen Angeboten zu erzielen.

<i>Welche Bedeutung haben die folgenden Produkte in ca. 3 Jahren für den Umsatz der Weiterbildungsdienstleister?</i>	Beitrag zum Gesamtumsatz					
	sehr hoch	hoch	mittel	gering	sehr gering	k.A.
Lern-Communities zum kollaborativen Lernen	10%	33%	36%	21%	0%	0%
Fach-Seminare Video/online	21%	60%	14%	5%	0%	0%
Inhouse-Workshops Video/online	12%	48%	24%	14%	0%	2%
Fachtagungen online	5%	26%	43%	21%	0%	5%
Lerninhalte für betriebliche Lernplattformen	17%	47%	24%	10%	0%	2%
Lern-Ecosysteme	19%	24%	36%	19%	0%	2%
Lern-Apps	5%	31%	40%	19%	2%	2%
Planspiele und Simulationen	5%	21%	38%	31%	2%	2%
Online-Lernprogramme für standardisierte Bildungsmaßnahmen	12%	64%	21%	0%	0%	2%

Tabelle 16: Bedeutung verschiedener digitaler Produkte für den Umsatz der Weiterbildungsdienstleister

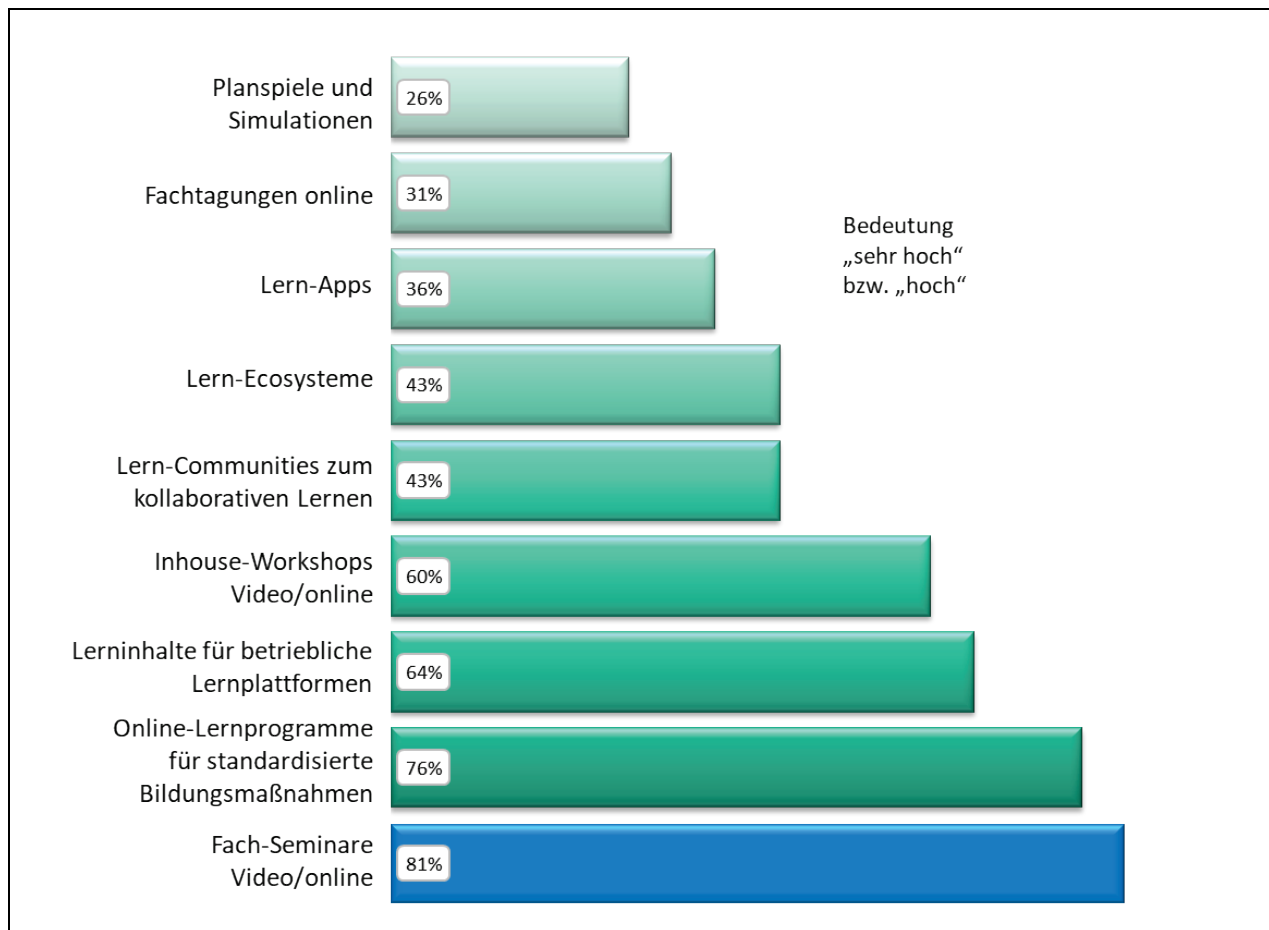


Abbildung 17: Bedeutung verschiedener digitaler Produkte für den Umsatz der Weiterbildungsdienstleister

b) Kooperationspartner der Weiterbildungsdienstleister für digitale Angebote

Mit der Digitalisierung der Weiterbildungsdienstleistungen entwickeln sich auch die Zulieferbeziehungen der Weiterbildungsanbieter. Sie sind zunehmend auf Leistungsbeiträge technischer Dienstleister angewiesen, die neben den traditionell für die Weiterbildung erforderlichen ergänzenden Dienstleistungen wie Hotellerie, Druck, Logistik etc. an Bedeutung gewinnen. Die meisten der befragten Weiterbildungsunternehmen setzen hier externe Dienstleister ein. Bei den größeren und umsatzstarken Weiterbildungseinrichtungen wird zum Teil auch eigenes Personal für die technische Produktion eingesetzt.

Die große Mehrzahl der befragten Weiterbildungsdienstleister hat bereits etablierte Zulieferbeziehungen zu Dienstleistern für diese Aufgaben. Nachrangig ist hierbei bisher noch die Programmierung von Apps.

Mit welchem Personal werden die folgenden Dienstleistungen überwiegend erarbeitet?	eigenes Personal	Kooperation mit Dienstleistern				k.A.
		dauerhafte Partnerschaft	regelmäßige Beauftragung	projektweise Beauftragung	bisher nicht	
Videoproduktionen	21%	12%	14%	31%	17%	5%
Betrieb von Lernplattformen	26%	29%	2%	21%	14%	7%
Mediengestaltung von Lernmedien (WBT etc.)	19%	12%	14%	38%	12%	5%
Programmierung von Lern-Apps	10%	7%	2%	38%	38%	5%
Social-Media Auftritte und Community-Management	50%	10%	14%	14%	5%	7%
Experten- und Fachwissen für die Lerninhalte	10%	29%	24%	29%	2%	7%
Beratung der Kunden zum Design digitaler Lernprozesse	26%	2%	10%	24%	33%	5%

Tabelle 17: Kooperationspartner der Weiterbildungsdienstleister für digitale Angebote

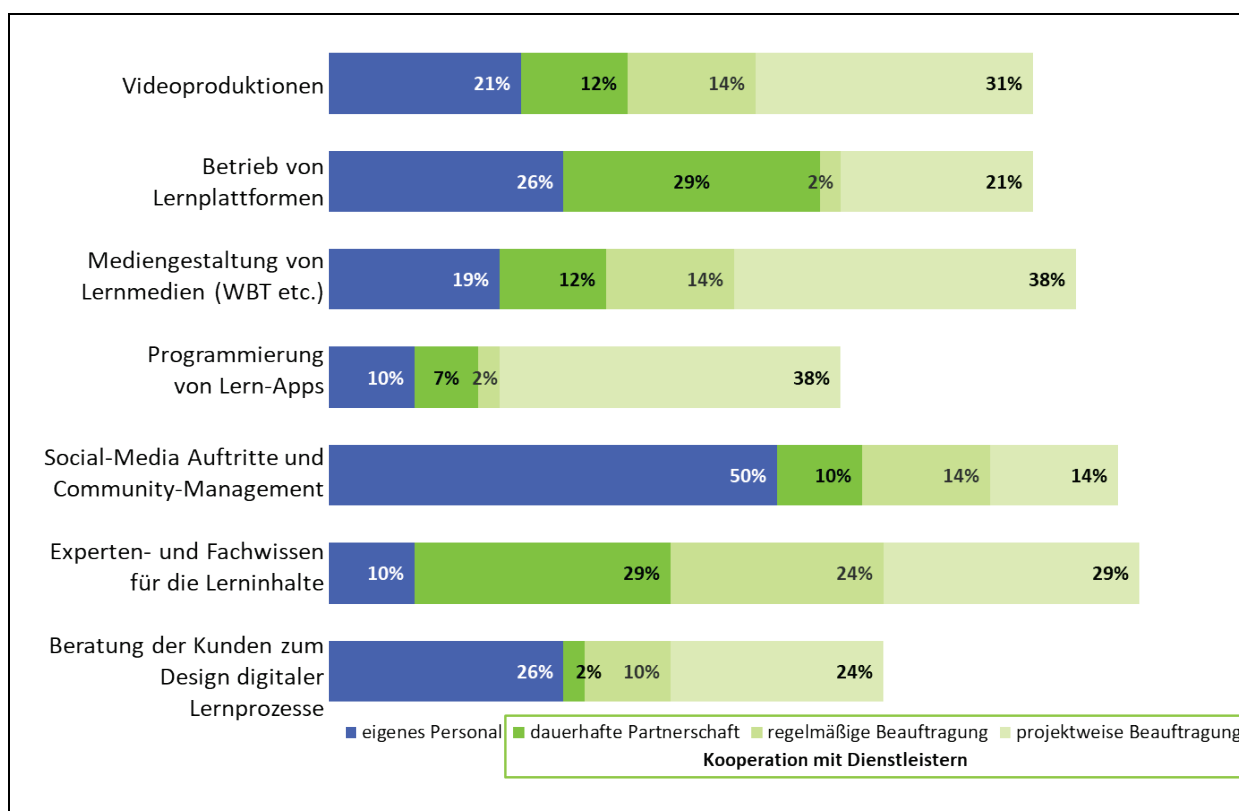


Abbildung 18: Kooperationspartner der Weiterbildungsdienstleister für digitale Angebote

c) Qualifikation für das Weiterbildungspersonal der Zukunft

Qualifiziertes Personal, das gegenüber dem Kunden die Dienstleistung erbringt, ist für die Wissensdienstleistung Weiterbildung der herausragende Erfolgsfaktor.

Das pädagogische Personal der Zukunft benötigt teilweise andere Kompetenzen als in der Vergangenheit. Die Herausforderung besteht darin, persönliche Präsenz und Moderationsfähigkeit in Gruppen im digitalen Kontakt zu realisieren. Wer zukünftig als Trainer/in oder Dozent/in in der Weiterbildung tätig sein will, benötigt neben seinem Fachwissen vor allem digitales Methodenwissen, da Weiterbildungsveranstaltungen immer mehr in digitaler Form stattfinden werden.

<i>Welche Kompetenzen werden beim Personal der Weiterbildungsdienstleister zukünftig wichtig?</i>	unwichtig	weniger wichtig	bleibt gleich	wichtig	unerlässlich
Pädagogisches Personal					
Expertenwissen und Fachkompetenz im Thema	0%	7%	33%	26%	33%
Traditionelle Trainer- und Vermittlungskompetenz / Gruppenarbeit	5%	10%	43%	21%	21%
Moderationsfähigkeiten in Präsenz und Video	0%	2%	7%	36%	55%
Persönliche mediale Präsenz in Video- und Online-Formaten	0%	2%	17%	45%	36%
Kompetenz Bildungsanliegen in geeignete Formate umzusetzen	0%	0%	7%	45%	48%
Coaching-Kompetenzen	0%	0%	40%	45%	14%
Digitale Didaktik und Methodik	0%	0%	7%	43%	50%
Management der Bildungsdienstleister					
Trends erkennen und Themen setzen	0%	0%	14%	31%	55%
Marketing- und Vertriebskompetenzen	0%	0%	14%	45%	40%
Bildungsberatung für Unternehmen	0%	2%	19%	55%	24%
Medienkompetenz	0%	2%	5%	43%	50%
Erfolgsmessung und Bildungscontrolling	0%	0%	26%	38%	36%

Tabelle 18: Qualifikationen und Kompetenzen des Weiterbildungspersonals der Zukunft

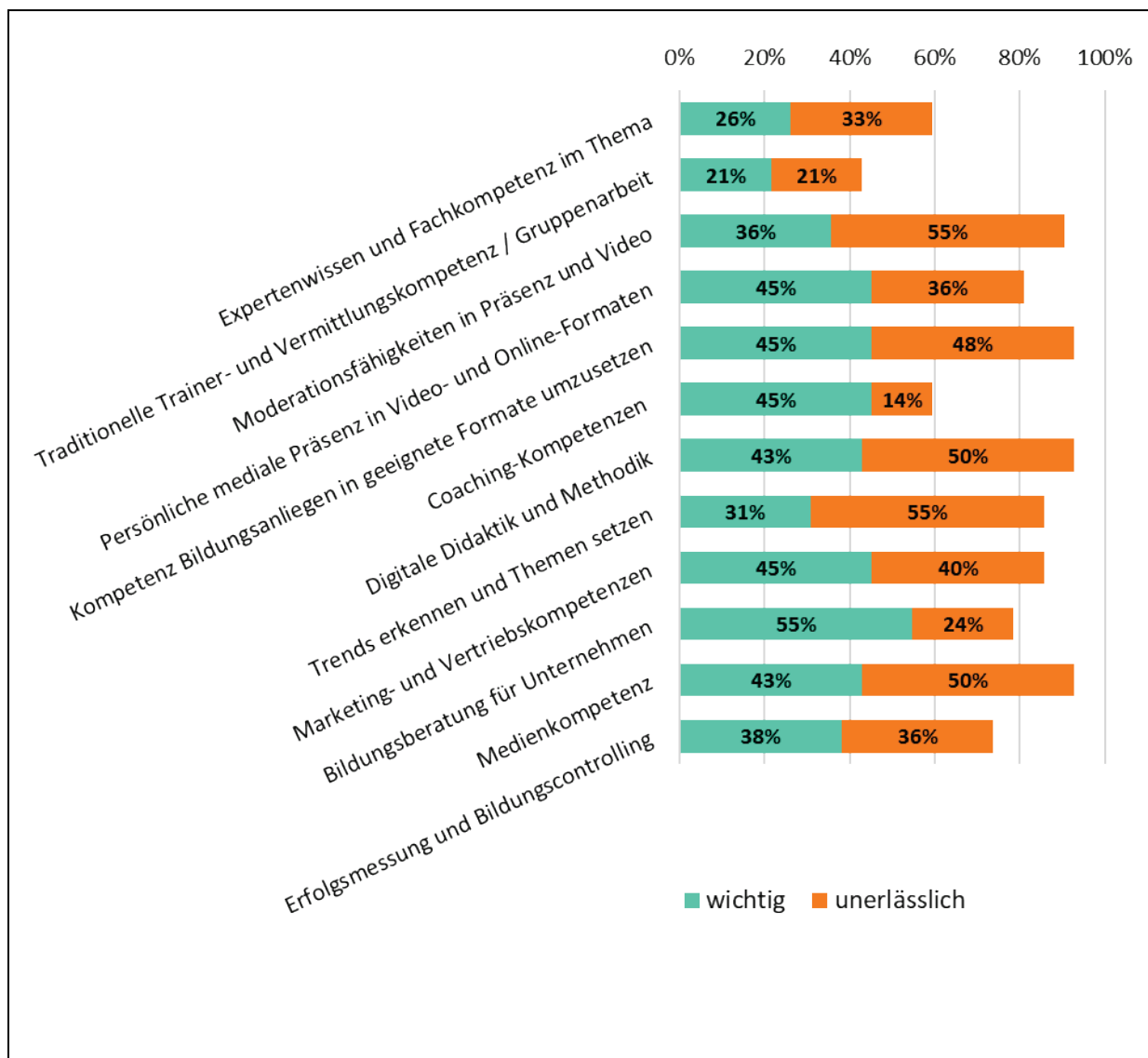


Abbildung 19: Qualifikationen und Kompetenzen des Weiterbildungspersonals der Zukunft

F. Veränderungen im Bereich der nach SGB geförderten Maßnahmen

Ein eigener Schwerpunkt der Verbandsumfrage des Wuppertaler Kreises richtet sich an die Institute, die arbeitsmarktpolitisch geförderte Maßnahmen nach dem SGB durchführen. Etwas mehr als ein Drittel der befragten Bildungsdienstleister ist in diesem Bereich tätig.

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

Die COVID-19-Pandemie sowie die Krise der Globalisierung, die durch Probleme in den Lieferketten, notwendige Maßnahmen für den Klimaschutz und sicherheitspolitische Herausforderungen wie dem Angriffskrieg Russlands gegen die Ukraine gekennzeichnet ist, haben die gesamtwirtschaftliche Lage eingetrübt.

Daraus ergeben sich auch Risiken am Arbeitsmarkt und damit verbunden ein wachsender Bedarf an arbeitsmarktpolitischen Maßnahmen, um Arbeitslosigkeit zu verhindern und Beschäftigte und Unternehmen im Strukturwandel zu unterstützen.

Die Weiterbildungsdienstleister, die auch im Bereich der geförderten Weiterbildung tätig sind, rechnen deshalb für das laufende Jahr mehrheitlich mit einem Umsatzwachstum.

<i>Entwicklung des Umsatzes</i>	Umsatzrückgang	gleich bleibender Umsatz	Umsatzwachstum	nicht im SGB-Bereich tätig bzw. k.A.
Anteil der Weiterbildungsträger	4,8%	14,3%	19,0%	61,9%

<i>Eingesetztes hauptamtliches Personal</i>	Personalabbau	gleich bleibender Personalstand	Personalzuwachs	nicht im SGB-Bereich tätig bzw. k.A.
Anteil der Weiterbildungsträger	9,5%	19,0%	9,5%	61,9%

<i>Standorte für nach SGB geförderte Maßnahmen</i>	Abbau von Standorten	gleich bleibende Anzahl von Standorten	Aufbau von Standorten	nicht im SGB-Bereich tätig bzw. k.A.
Anteil der Weiterbildungsträger	0,0%	33,3%	4,8%	61,9%

Tabelle 19: Für 2022 erwartete Entwicklung von Umsatz, Personal und Standorten im SGB-Bereich

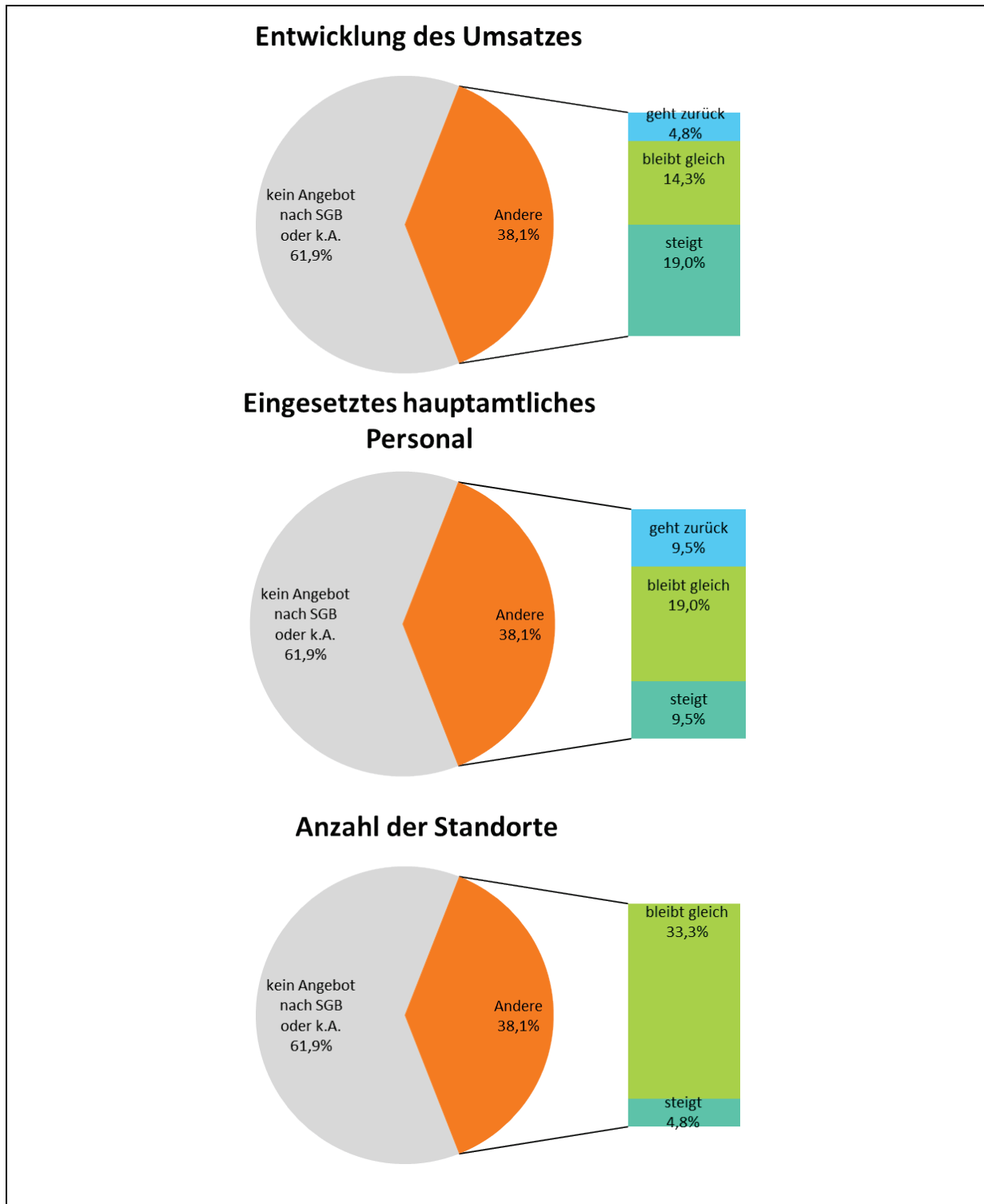


Abbildung 20: Entwicklung von Umsatz, hauptamtlichem Personal und Standorten im Bereich SGB

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

Wichtigster Schwerpunkt der Maßnahmen zur Arbeitsmarktförderung bei den Mitgliedern des Wuppertaler Kreises, die in die-

sem Bereich tätig sind, bildet die Berufliche Weiterbildung. Fast alle der hier teilnehmenden Weiterbildungsdienstleister waren in diesem Sektor tätig. Sie rechnen für das laufende Jahr mit gleichbleibenden oder auch steigenden Umsätzen.

Welche Maßnahmen der Arbeitsmarktförderung (Bedarflagen nach SGB III) haben Sie durchgeführt?	2021 durchgeführt	Entwicklung 2021 im Vergleich zu 2020			Umsatzerwartungen für 2022		
	ja	gestiegen	gleich geblieben	gesunken	steigen	bleiben gleich	sinken
Beratung und Vermittlung	24%	12%	2%	7%	7%	14%	2%
Aktivierung und berufliche Eingliederung	26%	10%	7%	10%	10%	14%	2%
Berufswahl und Berufsausbildung	21%	5%	12%	5%	5%	10%	7%
Berufliche Weiterbildung	31%	12%	10%	10%	12%	14%	5%
Aufnahme einer Erwerbstätigkeit	21%	2%	17%	2%	7%	14%	0%
Verbleib in Beschäftigung	17%	2%	14%	0%	0%	17%	0%
Teilnahme behinderter Menschen am Arbeitsleben	21%	5%	10%	7%	7%	12%	2%

Tabelle 20: Entwicklung einzelner Angebotsformen im Bereich der nach SGB geförderten Maßnahmen

c) Digitalisierung in SGB-Maßnahmen

Um in der COVID-19-Pandemie trotz der notwendigen Einschränkungen die Maßnahmen weiter zu realisieren, wurde die Möglichkeit eröffnet, Maßnahmen in sog. „alternativer Durchführung“, d.h. vor allem in digitaler Form, durchzuführen.

Die Weiterbildungsdienstleister, die in diesem Bereich tätig sind, haben dafür insbesondere das Format der Videokonferenz genutzt, häufig auf eigenen Lernplattformen mit Chat-Möglichkeit. Ergänzend wurden den Teilnehmenden digitalisierte Lernunterlagen zur Verfügung gestellt und der unmittelbare Kontakt zu den einzelnen Teilnehmenden per E-Mail oder Telefon gehalten. Asynchrone Formate wie z.B. digitalisierte schriftliche Lernunterlagen und Online-Kurse wurden ergänzend bereitgestellt.

Welche alternativen Formate wurden in den von Ihnen durchgeführten Maßnahmen genutzt?	sehr häufig	häufig	gelegentlich	selten	nie	kein SGB-Angebot bzw. k.A.
Lernprogramme und Online-Kurse zum Lernen im eigenen Tempo	5%	9%	17%	5%	2%	62%
Digitalisierte schriftliche Lernunterlagen (PDF)	5%	26%	2%	2%	2%	62%
Videos (Trainingsvideos, Erklärvideos oder Tutorials)	5%	16%	7%	7%	2%	62%
Lernplattformen mit virtuellen Seminarräumen	5%	19%	10%	2%	2%	62%
Videokonferenzen, Video-Chats	10%	19%	5%	2%	2%	62%
Chats für den Austausch in digitalen Lerngruppen	2%	22%	10%	2%	2%	62%
Fragenkataloge zur Selbstreflexion	0%	17%	14%	5%	2%	62%
Telefonischer Kontakt zu den Teilnehmenden	7%	14%	10%	7%	0%	62%
E-Mail-Kontakt zu den Teilnehmenden	14%	12%	10%	2%	0%	62%
Übersendung von Lehrmaterial per Post	0%	10%	12%	5%	12%	62%

Tabelle 21: Formen sog. „alternativer Durchführung“ von SGB-Maßnahmen

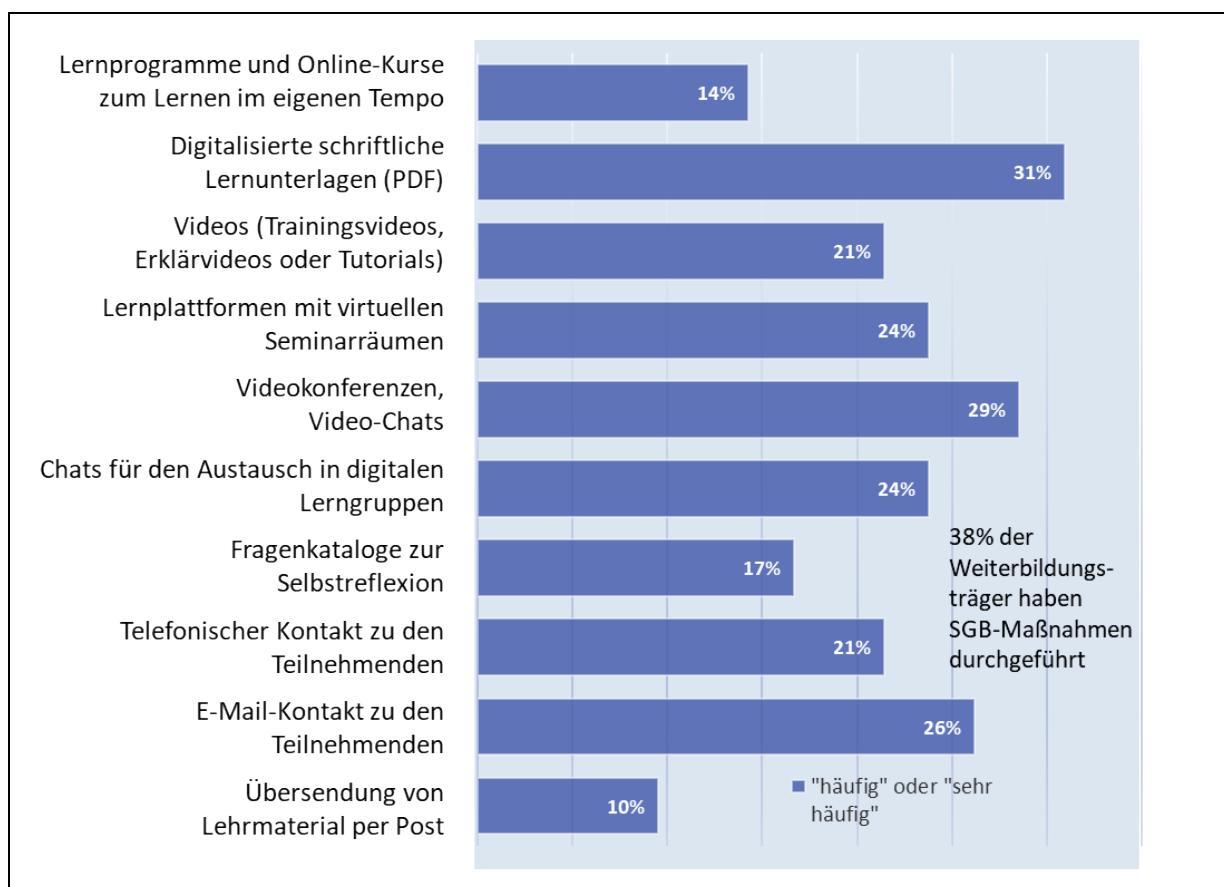


Abbildung 21: Formen sog. „alternativer Durchführung“ von SGB-Maßnahmen

d) Herausforderungen und Probleme bei SGB-Maßnahmen in sog. „alternativer Durchführung“

Die Durchführung der Maßnahmen in digitaler Form kann zu Problemen führen, die den Erfolg beeinträchtigen. Primär ist dabei die Ausstattung und die digitale Kompetenz der Teilnehmenden zu nennen, sowie die Motivation, die Weiterbildung unter diesen besonderen Voraussetzungen erfolgreich zu absolvieren. Die Teilnahme an digitalen Weiterbildungsmaßnahmen stellt hohe Anforderungen an die Rahmenbedingungen, die nicht bei allen Teilnehmenden selbstverständlich vorausgesetzt werden können.

Es bleibt die Frage offen, wie stark diese Faktoren ins Gewicht fallen, wenn es darum geht, den Erfolg der Maßnahmen zu bewerten. Erst auf dieser Basis wird zu entscheiden sein, ob und für welche Zielgruppen eine digitale Durchführung arbeitsmarktpolitischer Maßnahmen eine sinnvolle Alternative ist.

<i>Wie beurteilen Sie Ihre Erfahrungen bei der sog. „alternativen Durchführung“? Welche der folgenden Aspekte sind problematisch?</i>	sehr häufig	häufig	gelegentlich	selten	nie	kein SGB-Angebot bzw. k.A.
Digitale Kompetenz der Teilnehmenden	2%	22%	7%	5%	0%	64%
Hardwareausstattung der Teilnehmenden	7%	14%	10%	5%	0%	64%
Softwareausstattung der Teilnehmenden	2%	12%	12%	7%	2%	64%
Akzeptanz von Seiten der Teilnehmenden	0%	7%	17%	12%	0%	64%
Motivation / Selbststeuerung durch die Teilnehmenden	5%	14%	14%	2%	0%	64%
Verbindungsqualität (WLAN, mobile Verbindungen)	0%	10%	24%	2%	0%	64%
Digitale Kompetenz der Lehrenden	0%	2%	21%	10%	2%	64%
Pädagogische Kompetenz der Lehrenden	0%	2%	17%	12%	5%	64%
Organisatorische Rahmenbedingungen für die Durchführung der Maßnahmen	0%	2%	12%	21%	0%	64%

Tabelle 22: Herausforderungen und Probleme bei der sog. „alternativen Durchführung“ von SGB-Maßnahmen

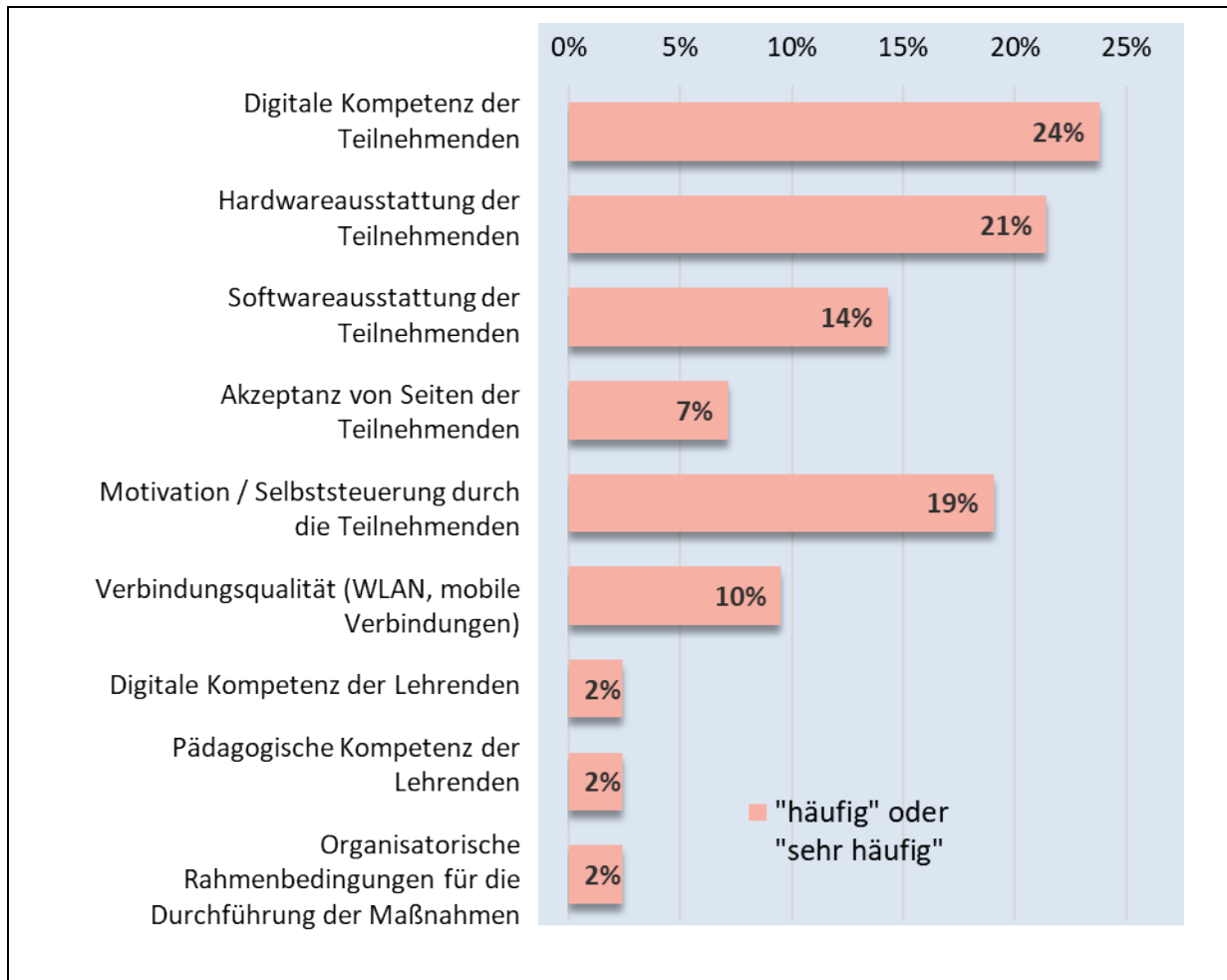


Abbildung 22: Herausforderungen und Probleme bei der sog. „alternativen Durchführung“ von SGB-Maßnahmen

G. Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1: Umsatzerwartungen der Mitgliedsunternehmen des Wuppertaler Kreises für 2022.....	4
Abbildung 2: Umsatzerwartungen 2022 für offene Seminare	5
Abbildung 3: Umsatzerwartungen 2022 für firmeninterne Seminare	5
Abbildung 4: Umsatzerwartungen 2022 für Lehr- und Studiengänge.....	5
Abbildung 5: Umsatzerwartungen 2022 für Maßnahmen für öffentliche Auftraggeber	6
Abbildung 6: Umsatzanteile der verschiedenen Angebotsformen in der Weiterbildung.....	7
Abbildung 7: Wirtschaftliche Auswirkungen der COVID-19-Pandemie	9
Abbildung 8: Planungsunsicherheit als Auswirkung der COVID-19-Pandemie	11
Abbildung 9: Herausforderungen bei der digitalen Umsetzung der Angebote	13
Abbildung 10: Geschäftslage-Indikator Weiterbildung des Wuppertaler Kreises 2009-2022	15
Abbildung 11: Geschäftslage-Indikator Weiterbildung – Einzelergebnisse 2009-2022	16
Abbildung 12: Geschäftslage, Kosten, Wettbewerb – Indikatoren des Wuppertaler Kreises	19
Abbildung 13: Online vs. Präsenz in der betrieblichen Personalentwicklung.....	21
Abbildung 14: Thesen zur Zukunft der Weiterbildungsbranche	22
Abbildung 15: Trends in der Personalentwicklung und ihr Potenzial für die Weiterbildung.....	24
Abbildung 16: Weiterbildung in kleinen und mittleren Unternehmen	26
Abbildung 17: Bedeutung verschiedener digitaler Produkte für den Umsatz der Weiterbildungsdienstleister.....	28
Abbildung 18: Kooperationspartner der Weiterbildungsdienstleister für digitale Angebote	29
Abbildung 19: Qualifikationen und Kompetenzen des Weiterbildungspersonals der Zukunft	31
Abbildung 20: Entwicklung von Umsatz, hauptamtlichem Personal und Standorten im Bereich SGB	33
Abbildung 21: Formen sog. „alternativer Durchführung“ von SGB-Maßnahmen	35
Abbildung 22: Herausforderungen und Probleme bei der sog. „alternativen Durchführung“ von SGB-Maßnahmen.....	37