



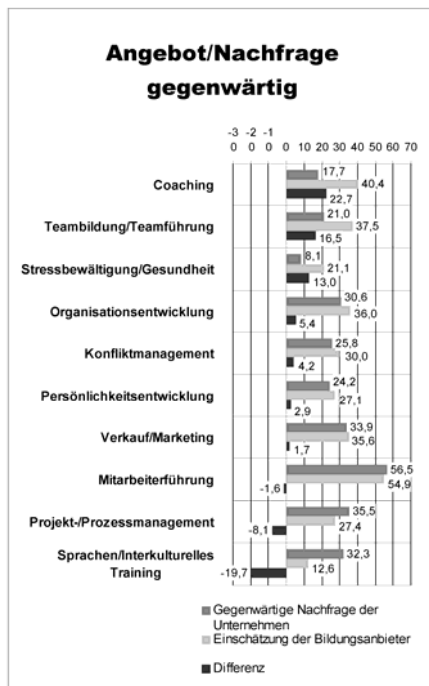
Weiterbildungsszene Deutschland 2009 Kein Coaching mit der Gießkanne Jürgen Graf

Spitz statt breit, individuelle und spezifische Maßnahmen statt Gießkannenprinzip – so soll betriebliche Weiterbildung Wirkung entfalten. Was aber auch heißt: Nicht jeder, der sich früher via Seminar weiterbildete, kommt heute in den Genuss eines Coachings.

„Die Anfragen nach Schulungen wurden und werden mehr – und werden auch bewilligt.“ Im Juli 2008 war die Weiterbildungswelt noch in Ordnung. Die Personalentwicklerin eines internationalen Mode-Labels stand mit ihrer Aussage jedenfalls nicht allein, wie die Zahlen aus der jährlichen Trendanalyse der managerSeminare Verlags GmbH, erhoben unter 324 Trainern und 62 Unternehmen, belegen. Rund 29 Prozent (Vorjahr: 28 Prozent) der Betriebe erhöhten ihre Seminartage gegenüber dem Vorjahr, bei 62 Prozent (Vorjahr: 57 Prozent) blieben sie unverändert, acht Prozent (Vorjahr: 15 Prozent) reduzierten sie. Allenfalls gnadenlose Optimisten dürften gegenwärtig noch davon ausgehen, dass sich diese Entwicklung in den kommenden Monaten fortsetzt. Vielmehr wird das Weiterbildungsformat Seminar durch die aktuelle Wirtschaftskrise weiter an Boden verlieren.

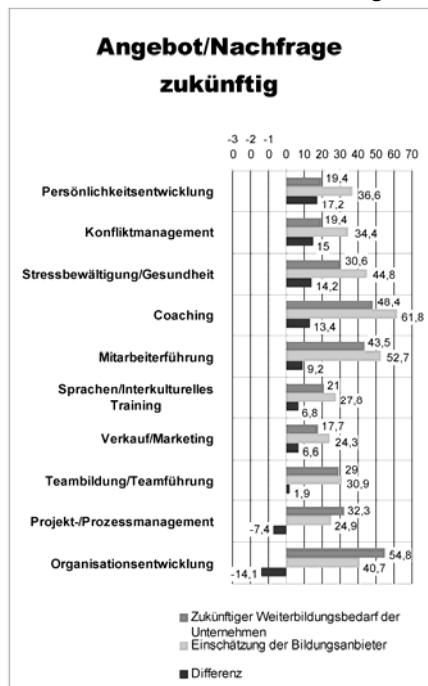
Das firmeninterne Geschäft überwiegt

Dieser stabile Trend ist auch in der Befragung aus dem Sommer 2008 zu beobachten – trotz der zu diesem Zeitpunkt noch wesentlich günstigeren Rahmenbedingungen. Rund 29 Prozent der Unternehmen verzeichnen eine Verringerung des Anteils offener gegenüber firmeninternen Maßnahmen, lediglich knapp zwölf Prozent geben an, dass sich der Anteil offener Seminare erhöht hat.



Für die Trainer und Weiterbildungsanbieter ist das firmeninterne Geschäft längst Schwerpunkt ihrer Tätigkeit. Rund 73 Prozent ihrer Aufträge

wickeln sie firmenintern ab, lediglich ein knappes Viertel der Weiterbildungsmaßnahmen bestreiten die Institute noch mit offenen Seminaren. Dieses Verhältnis von 3:1 erweist sich bereits seit einigen Jahren als äußerst stabil. So arbeiten 76 Prozent der Einzeltrainer überwiegend, 36 Prozent sogar ausschließlich firmenintern. Selbst bei den größeren und großen Weiterbildungsanbietern überwiegt inzwischen das firmeninterne Geschäft deutlich den Anteil des offenen Seminarangebots.



Stellt sich die Frage: Welche Themen und Inhalte bestimmen das Geschehen auf dem Weiterbildungsmarkt? Unter 20 Themenbereichen sollten die befragten Weiterbildungsanbieter und Unternehmen jeweils maximal fünf benennen, die momentan bzw. zukünftig die höchste Priorität genießen.

Mitarbeiterführung ein Renner

Einig sind sich Weiterbildungsanbieter und Unternehmen in einem Punkt: Dem Thema Mitarbeiterführung gilt in Sachen aktueller Weiterbildungsmaßnahmen nach wie vor die höchste Aufmerksamkeit. Dahinter folgen bei den Weiterbildungsanbietern fast gleichauf die Themen Coaching, Teambildung/-führung, Organisationsentwicklung sowie Verkauf/Marketing. Die Unternehmen verorten ihre aktuellen Weiterbildungsschwerpunkte indes verstärkt in anderen Bereichen. Mit Projekt-/Prozessmanagement, Verkauf/Marketing, Sprachen/Interkulturelles Training sowie Organisationsentwicklung stehen diejenigen Themen im

Mittelpunkt, die unmittelbar am Arbeitsalltag der Mitarbeiter bzw. an deren operativen Tätigkeiten und Arbeitsprozessen angesiedelt sind.

Anzahl der Coachs nimmt zu, doch die Klienten werden nicht mehr

Auffällig ist: Nicht einmal jedes fünfte befragte Unternehmen zählte das Thema Coaching zum Zeitpunkt der Erhebung zu den fünf wichtigsten Weiterbildungsschwerpunkten, obwohl die Prognose zukünftig auf einen starken Bedeutungszuwachs hindeutet. Die bereits in den zurückliegenden Jahren zu beobachtenden signifikanten Unterschiede zwischen den Einschätzungen von Trainern und Unternehmen sowie zwischen Gegenwarts- und Zukunftsbedeutung dieses Themenbereichs sind ein deutliches Indiz für hohe Erwartungen, aber eben auch für eine gehörige Portion Skepsis. „Das Thema Coaching wird zunehmend akzeptiert“, stellt der befragte Personalverantwortliche einer Bank fest.

Das klingt nicht gerade nach Euphorie der angesprochenen Führungskräfte, sondern vielmehr nach harter Überzeugungsarbeit. Eine ausschließlich als Coach arbeitende Beraterin sieht dann auch vor allem die eigene Branche als treibende Kraft am Werk, die die Nachfrage im Sinne eines „Coach the Coach“ befeuert: „Die Anzahl der Coachs nimmt zu, doch die Klienten werden nicht mehr.“ Vom „Coaching mit Hunden, Pferden, Flöhen“ spricht sarkastisch ein anderer befragter Trainer, der das in allen Facetten sprießende Marktangebot für jeden Geschmack ebenfalls eher kritisch sieht. Bleibt festzuhalten: Coaching wird zwar als Mainstream-Maßnahme vermarktet und wahrgenommen, in der Realität der betrieblichen Weiterbildung ist es aber nach wie vor ein Instrument, das wohl dosiert und punktuell zum Einsatz kommt.

Weitgehend einig sind sich Unternehmen wie Trainer hingegen über den enormen zukünftigen Bedeutungszuwachs des Themas Stressmanagement/Gesundheit. Allerdings: Der dringende Handlungsbedarf ist schon seit Jahren erkannt, in konkreten Maßnahmen schlägt sich dies erst ansatzweise nieder. Im Zuge des demografischen Wandels und des Fachkräftemangels tun Unternehmen indes gut daran, Gesundheit und Work-Life-Balance nicht mehr nur als Privatangelegenheit des Mitarbeiters zu begreifen, sondern als betriebliches Weiterbildungsthema mit einem schnell nachweisbaren Return on Investment. Wer bei Weiterbildungsmaßnahmen die Abwesenheitszeit der Mitarbeiter vom Arbeitsplatz mit spitzem Bleistift kalkulieren sollte, sollte erst recht kein Problem haben, den Arbeitsausfall durch chronische Erkrankungen gegenzurechnen.

Jürgen Graf, Jg. 1966, arbeitet seit 1990 als Redakteur und Lektor bei der managerSeminare Verlags GmbH, Bonn, und ist Herausgeber des Jahrbuchs „Seminare“ sowie Autor der „Weiterbildungsszene Deutschland“.

managerSeminare Verlags GmbH

Jürgen Graf

Endenicher Straße 282, D-53121 Bonn

Tel. 0228/97791-32, Fax 0228/97791-99

juergen.graf@managerseminare.de

www.managerseminare.de/tb/tb-7589



Jürgen Graf
**Weiterbildungsszene
Deutschland 2009**

148 Seiten
99,90 EUR
Verlag managerSeminare
Juni 2009
ISBN 978-3-936075-92-2