

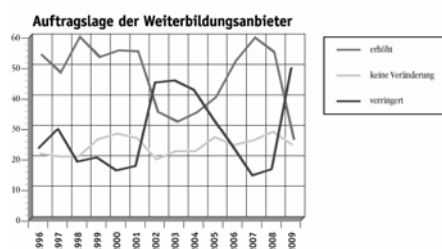


Weiterbildungsszene Deutschland 2010 Déjà-vu der Krise Jürgen Graf

Reflexhaft stornierte Aufträge, bedauerndes Schulterzucken bei Stammkunden und zähe Diskussionen um Honorarsätze und Rabatte sind wieder Alltag im Geschäft mit der Weiterbildung: Jeder Zweite verzeichnet Auftragsrückgänge, jeder Vierte sieht sich genötigt, seine Honorarsätze zu senken.

„Verharren und erst mal nichts tun.“ – Die Unsicherheit ihrer Auftraggeber zwingt die Weiterbildungsanbieter zur Untätigkeit. Und so ist es auch kein Wunder, dass die Wirtschaftskrise das beherrschende Thema unter den 720 Weiterbildungsanbietern und 96 Personalverantwortlichen ist, die sich im August 2009 an der jährlichen Trendanalyse des Verlags managerSeminare beteiligten. Besonders prekär in der aktuellen Situation: Mit den Banken und Versicherungen sowie den Automobilkonzernen sind gerade diejenigen Branchen von der Krise besonders betroffen, die mit ihren großen Auftragsvolumina bis dato zu den besonders begehrten und zuverlässigen Kunden der Weiterbildungsanbieter zählten. Schnelle Besserung ist nicht in Sicht, insbesondere der Automobilbranche steht ein düsteres Jahr 2010 ins Haus.

Gespart wird vor allem an den „Brot- und Butterthemen“, den offenen Seminarangeboten bzw. den Standardschulungen für die breite Mitarbeiterschaft. Jeder zweite Weiterbildungsanbieter muss aktuell einen Rückgang der Aufträge hinnehmen, lediglich ein gutes Viertel verzeichnet gegenüber dem Vorjahr eine bessere Auslastung. Dieser Einbruch erinnert damit frappierend an das Jahr 2001, als nach dem Platzen der New-Economy-Blase die Börsenkurse ebenfalls abstürzten und die Weltwirtschaft mit sich rissen (siehe Grafik).



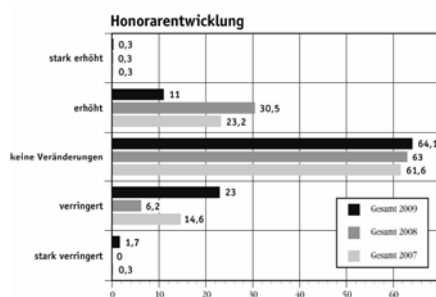
Einmal mehr zeigt sich allerdings auch, wie unterschiedlich die einzelnen Unternehmen mit der Situation umgehen. „Einige Kunden investieren wegen der Krise deutlich mehr, andere stellen Weiterbildung komplett ein“, „Budgets für Weiterbildung wurden häufig um 20 bis 30 Prozent pauschal gekürzt – ohne Differenzierung nach Effektivität von Veranstaltungen und Kundennutzen“ oder „Große Konzerne und Akademien sagen gebuchte Trainings ab, dafür buchen Mittelstand und Non-Profit-Unternehmen sehr stark“ lauten einige Statements. Das

zwischen Panik und „Jetzt erst recht!“ changierende Verhalten ihrer Auftraggeber ist dem Gros der Weiterbildungsanbieter durchaus vertraut. Ein befragter Trainer flüchtet sich dann auch in Sarkasmus: „Es scheint alles wie bisher: Die Produktion in den Unternehmen läuft super, es gibt bisher keine Entlassungen, aber massive Einsparbemühungen bei Schulungs- und Trainingsmaßnahmen.“

Tauziehen um Honorare und Leistungen

Damit steht auch ein weiteres Thema für Trainer wieder auf der Tagesagenda, das in den vergangenen Jahren ein wenig an Brisanz verloren hatte: das Tauziehen um Honorare und Leistungen. „Es wird gar nicht mehr über Honorare verhandelt, sondern es herrscht zum Teil absolutes Cost-Cutting“, erlebt ein Trainer die aktuelle Situation. „Entweder Sie sind damit einverstanden oder wir lassen es eben“, beschreibt ein anderer das Verhandlungsgebar des Kunden verbunden mit der Forderung, doch bitte für die Hälfte des bisherigen Honorars zu arbeiten.

Jeder vierte befragte Weiterbildungsanbieter sieht sich angesichts der aktuellen Situation genau zu dem gezwungen, was nach eigenem Selbstverständnis nicht einmal Ultima Ratio sein sollte: seine Honorarsätze zu senken. Noch im Jahr zuvor sahen sich lediglich sechs Prozent zu diesem Schritt veranlasst (siehe Grafik).



Großunternehmen am schwierigsten

Als nachteilig erweisen sich auch hier die Strukturen von Großunternehmen. Verhandlungsspielräume hat der Weiterbildungsanbieter kaum, weil auch seinen Gesprächspartnern häufig die Hände gebunden sind: „Die Kunden sind extrem gestresst und dürfen nicht mehr selbst entscheiden, sondern haben klare Sparvorgaben von der Konzernspitze“, drückt es ein Trainer aus.

So ändert sich auch an den typischen Aufregern in der Zusammenarbeit nichts. Als besonders belastend erleben die Weiterbildungsanbieter die fehlende Planungssicherheit, das kurzfristige Ansetzen und Stornieren von Maßnahmen, häufig wechselnde Ansprechpartner verbunden mit intransparenten Entscheidungsstrukturen bei den Auftraggebern sowie das Nachverhandeln bei Aufträgen und Absprachen.

Trend zum „Lernhappchen“ beschleunigt

Gewünscht werden vor allem kurze und kompakte Trainingseinheiten statt langer Curricula. Im optimalen Fall ist das klassische Seminar dabei ein kleiner Baustein im Lernmethodenmix, der ergänzt wird durch E-Learning-Elemente, Coaching und weitere interne Entwicklungsmaßnahmen. Im weniger optimalen Fall setzen Unternehmen respektive Teilnehmer dem Anbieter schlichtweg ein klares Zeitlimit. Die Anforderung laute, „immer mehr Themen in immer kürzeren Zeitfenstern“ abzuhandeln, so ein befragter Trainer. Die wirtschaftliche Krise wirkt dabei wie ein Katalysator, der den schon seit Jahren zu beobachtenden Trend zum „Lernhappchen“ weiter beschleunigt.

Fast 40 Prozent der Seminaranbieter geben an, dass sich die Dauer von Seminaren und Workshops weiter verkürzt hat, im Vorjahr war dies lediglich nur ein gutes Viertel der Befragten. Rund 37 Prozent der von Trainern durchgeführten Seminare sind auf maximal einen Tag angesetzt. Lediglich jede vierte Maßnahme beansprucht noch drei oder mehr Tage. Der Weiterbildungsanbieter ist somit zusätzlich in seinem Organisationstalent gefordert. „Für die Termine müssen vier bis sechs Optionstage bestätigt werden und daraus ergibt sich dann ein zweitägiges Training“, lautet das typische Statement eines befragten Trainers.

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-8022



Jürgen Graf
**Weiterbildungsszene
Deutschland 2010**
148 Seiten
89,90 EUR
Verlag managerSeminare
ISBN 978-3-941965-04-1