Weiterbildungsszene Deutschland 2010
„Weiche“ Themen mit hartem Nutzen
Jürgen Graf

Sind in der Krise vor allem „harte” Weiterbildungsthemen gefragt? Nein. Unternehmen erkennen durchaus, dass in den Mitarbeitern und deren individuellen Qualitäten ein echter Wettbewerbsvorteil steckt. Vermeintlich „harte” und krisenrelevante Themen wie Verkauf stoßen hingegen an ihre Grenzen.

Abkehr vom klassischen Katalogseminar

„Mittlerweile werden in den Trainings nahezu ausschließlich Problemstellungen aus dem Arbeitsalltag bearbeitet.” So bringt ein Personalentwickler die Abkehr vom klassischen Katalogseminar auf den Punkt. Konsequent schichten die Unternehmen ihre Budgets und Aktivitäten zugunsten firmeninterner Maßnahmen um – oder streichen Ausgaben für offene Seminare rigoros zusammen. Dies gilt erst recht in Krisenzeiten: Mehr als 35 Prozent der Unternehmen haben den Anteil offener gegenüber firmeninternen Maßnahmen im Vergleich zum Vorjahr verringert, lediglich zehn Prozent geben an, dass sich der Anteil offener Seminare erhöht hat. Dies ist ein Ergebnis aus der jährlichen Trendanalyse des Verlags managerSeminare, an der sich im August 2009 720 Weiterbildungsanbieter sowie 96 Personalverantwortliche aus Unternehmen beteiligten.

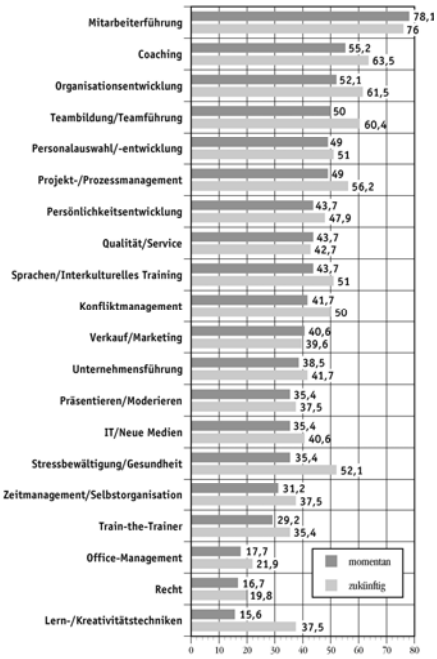
Thema Mitarbeiterführung genießt unangefochtene Priorität, Persönlichkeitsentwicklung holt auf

Hinsichtlich der inhaltlichen Schwerpunkte der betrieblichen Weiterbildung sind sich die Anbieter und Unternehmen in einem Punkt nach wie vor einig: Das Thema Mitarbeiterführung genießt sowohl aktuell als auch zukünftig die unangefochtene Priorität. Dahinter folgen bei den Weiterbildungsanbietern beinahe gleichauf die Themen Organisationsentwicklung, Coaching, Persönlichkeitsentwicklung sowie Verkauf / Marketing. Im Vergleich zum Vorjahr befindet sich damit das Thema Teambildung / Teamführung nicht mehr unter den ersten fünf Plätzen, stattdessen hat die Thematik Persönlichkeitsentwicklung einen erheblichen Bedeutungsschub erfahren. Entsprechende Weiterbildungsangebote werden wohl vor allem von Privatzahlern wahrgenommen, die Unternehmen schätzen ihren aktuellen Bedarf in dieser Hinsicht deutlich niedriger ein.

Weiterbildungsthemen orientieren sich am Arbeitsalltag der Mitarbeiter

Ausgerechnet dem Thema Teambildung / Teamführung gilt hingegen ihre erhöhte Aufmerksamkeit. Auch in naher Zukunft rechnen sie mit einem Bedeutungszuwachs im Rahmen ihrer betrieblichen Weiterbildungsaktivitäten. Neben der Mitarbeiterführung zählen des Weiteren Coaching, Organisationsentwicklung sowie Projekt- / Prozessmanagement zu den momentanen Top-Themen. Die Schwerpunktsetzung belegt auch hier die eingangs erwähnten Bemühungen der Unternehmen, Weiterbildungsmaßnahmen nahe am Arbeitsalltag der Mitarbeiter bzw. an deren operativen Tätigkeiten und Arbeitsprozessen anzusiedeln.

Weiterbildungsbedarf der Unternehmen



Weg vom rein methodischen hin zum erfahrungsorientierten Training

Einen im Vergleich zu den Vorjahren erheblich höheren Stellenwert im Ranking erfährt zudem das Thema Personalauswahl / -entwicklung. Der Fachkräftemangel scheint als Problematik nicht mehr nur in der Wirtschaftspresse diskutiert zu werden, sondern auch im Alltag der Unternehmen angekommen zu sein – verbunden mit der Erkenntnis, dass mit der besseren Vernetzung der vorhandenen Mitarbeiterkompetenzen im Rahmen der Teamarbeit zusätzliche Produktivitätspotenziale erschlossen werden können. Ein befragter Personaler erwähnt ausdrücklich „das zunehmende bewusst werden aller, dass die wirkliche Differenzierung zum Wettbewerb nur über die Person geht”. Diese Einzelaussage spiegelt durchaus einen Tenor wieder, der in zahlreichen Statements der an der Studie beteiligten Unternehmensvertreter herauszuhören ist. Trotz Wirtschaftskrise und Kosteneinsparungen betonen sie die wachsende Bedeutung der Soft gegenüber den Hard Skills, die geänderte Ausrichtung der Weiterbildungsmaßnahmen „weg von fachlicher, hin zu sozialer Kompetenz” bzw. „weg vom rein methodischen hin zum erfahrungsorientierten Training”.

Verkaufstrainings haben ein massives Legitimationsproblem

Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang, dass die befragten Betriebe dem „harten” Thema Verkauf/Marketing trotz des Wirtschaftseinbruchs lediglich eine mittlere Priorität beimessen. Das war in der Krisenphase nach dem Platzen der New-Economy-Blase noch anders. Doch insbesondere die für Weiterbildungsanbieter so attraktiven Kunden aus den Branchen Automobil und Banken haben aktuell aus unterschiedlichen Gründen ein Problem mit dem Thema: In der Automobilbranche erwies sich die Abwrackprämie als Verkaufsförderung par excellence – und begründete damit zugleich den jetzigen Absatzeinbruch, an dem auch Verkaufstrainings nichts mehr auffangen können. Banken wiederum stehen derzeit mit ihrer Verkaufspolitik moralisch am Pranger. Das Vertrauen der Kunden in „ihre” Hausbank ist geschwunden, gerade weil diese „nur noch verkauft” anstatt kundenorientiert zu beraten. Verkaufstrainings haben vor diesem Hintergrund ein massives Legitimationsproblem.

Es braucht eine kritische Masse an Leidensdruck, damit konkrete Maßnahmen ergriffen werden

Ist es also Zufall oder konsequent, dass die Unternehmen einem bisherigen Nischenthema wie „Lernen und Kreativität” zukünftig wesentlich mehr Aufmerksamkeit widmen wollen? Das wird sich erst zeigen, wenn sich dieser Befund in den kommenden Jahren verstetigt. Doch immerhin: Auch der Themenbereich „Stressbewältigung / Gesundheit” besticht nicht mehr allein durch seine exorbitante Zukunftsprognose, sondern etabliert sich sukzessive im bestehenden Weiterbildungsportfolio der Unternehmen. Womit sich einmal mehr zeigt: Weiterbildungsbedarf zu erkennen, ist eine Sache. Es braucht eine kritische Masse an Leidensdruck, damit konkrete Maßnahmen ergriffen werden.

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”.

Kontaktadresse:
managerSeminare Verlags GmbH
Jürgen Graf
Endenicher Straße 41
D-53115 Bonn
Tel.: 0228/97791-25
Fax: 0228/97791-99
e-Mail: juergen.graf@managerseminare.de
www.managerseminare.de/tb/tb-8022

Jürgen Graf
Weiterbildungsszene Deutschland 2010
146 Seiten
99,90 EUR
Verlag managerSeminare
ISBN 978-3-941965-04-1