

Trends in der Weiterbildung Verbandsumfrage 2020

A. Strukturdaten	2
B. Umsatzentwicklung	2
1. Umsatzerwartungen für das Jahr 2020	2
2. Umsatzanteile der einzelnen Angebotsformen	6
C. Zur Situation der Weiterbildungsdienstleister in der COVID-19-Pandemie	7
D. Geschäftsklima in der Weiterbildung	9
a) Geschäftslage-Indikator Weiterbildung	9
b) Marktpreise, Seminaranmeldungen und Aufträge für offene und firmeninterne Seminare	11
c) Kosten der Weiterbildungsinstitute	12
d) Wettbewerb auf dem Weiterbildungsmarkt	13
e) Geschäftslage, Kosten und Wettbewerb in der Weiterbildung	13
E. Trends in der Weiterbildung	15
1. Trends bei offenen und firmeninternen Seminaren	15
a) Trends bei offenen Seminaren	15
b) Formate interner Weiterbildungsdienstleistungen für Unternehmen	17
2. Digitalisierung in der Weiterbildung	19
a) Veränderte Lerngewohnheiten im Zuge der Digitalisierung	19
b) Digitalisierung der Weiterbildungsangebote	21
3. Kooperationen und Partnerschaften in der betrieblichen Weiterbildung	23
a) Kooperationen und Partnerschaften der Dienstleister für die berufliche Weiterbildung	23
b) Weiterbildungsplattformen und Weiterbildungsdatenbanken	25
F. Veränderungen im Bereich der nach SGB geförderten Maßnahmen	27
a) Entwicklung von Umsatz, Personal, Standorten im Bereich der nach SGB geförderten Maßnahmen	27
b) Entwicklung einzelner Angebote im Bereich der nach SGB geförderten Maßnahmen	28

A. Strukturdaten

Der Wuppertaler Kreis e.V. – Bundesverband betriebliche Weiterbildung ist der Verband der führenden Weiterbildungsdienstleister der Wirtschaft. Im Jahr 2019 wurden von den Mitgliedern des Wuppertaler Kreises knapp 100.000 Seminare, Tagungen und Weiterbildungsveranstaltungen durchgeführt, in denen über 1,3 Millionen Fach- und Führungskräfte der Wirtschaft teilgenommen haben.

Die Weiterbildungsanbieter im Wuppertaler Kreis erzielten mit ihren Dienstleistungen im Jahr 2019 gemeinsam einen Jahresumsatz von deutlich mehr als einer Milliarde Euro, sie beschäftigen ca. 15.000 fest angestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und mehr als 30.000 freie Trainer/innen und Dozent/innen.

Gesamtumsatz der Mitglieder des Wuppertaler Kreises	1,47 Milliarden Euro
Anzahl der bei den Bildungsunternehmen fest angestellten Mitarbeiter/innen	15.000 fest angestellte Mitarbeiter/innen
Anzahl der freien Mitarbeiter/innen Trainer- und Dozentenstamm	31.700 Trainer/innen und Dozenten
Anzahl der Veranstaltungen	99.800 Seminare, Tagungen und Lehrgänge
Anzahl der Weiterbildungsteilnehmer/innen	1,35 Millionen Teilnehmer/innen

Tabelle 1: Der Wuppertaler Kreis e.V. im Überblick (Stand 31.12.2019)

B. Umsatzentwicklung

1. Umsatzerwartungen für das Jahr 2020

In den Vorjahren hatte die gute wirtschaftliche Entwicklung bei den deutschen Unternehmen, der Fachkräftemangel und der hohe Weiterbildungsbedarf im Rahmen der digitalen Transformation zu einer vermehrten Nachfrage an Weiterbildungsdienstleistungen geführt.

Im Jahr 2020 hat die Corona-Krise die Vorzeichen für die Wirtschaft abrupt verändert. Die Weiterbildungsdienstleister sind unmittelbar von dieser Krise betroffen.

Ähnlich wie Kulturbetriebe, Tourismus und Gastronomie leidet die Weiterbildung unter großen wirtschaftlichen Einbrüchen aufgrund der präventiven Maßnahmen zur Eindämmung der Epidemie. Veranstaltungen werden abgesagt, Dienstreisen nicht genehmigt, Seminare fallen aus, viele Tagungszentren sind geschlossen.

Fast alle Mitgliedsunternehmen im Wuppertaler Kreis berichten über erhebliche Umsatzeinbrüche im laufenden Jahr, vor allem im Bereich der offenen Seminare und Tagungen, aber auch bei den firmeninternen Weiterbildungsdienstleistungen. Der Umsatz im Jahr 2020 wird bei vielen der Mitglieder um ca. ein Drittel niedriger liegen als im Vorjahr. Nachdem im ersten Halbjahr die gesetzlichen Regelungen die wirtschaftlichen Aktivitäten unmittelbar eingeschränkt haben, werden im dritten Quartal für Präsenzformate kaum bessere Ergebnisse erwartet, weil Unternehmen zum Schutz der Gesundheit ihrer Beschäftigten und als Beitrag zur gesamtgesellschaftlichen Prävention weiterhin nur in erheblich reduziertem Umfang Dienstreisen und Veranstaltungsbesuche erlauben. Darüber hinaus ist festzustellen, dass ein Teil der Betriebe ihr Weiterbildungsengagement reduziert, um Kosten zu sparen, obwohl es nicht der Empfehlung entspricht, in Krisenzeiten in Qualifikation und den Wandel zu investieren.

	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	49%	27%	16%	8%	0%	0%	0%	0%
Offene Seminare und Tagungen	68%	16%	5%	8%	0%	0%	0%	3%
Firmeninterne Seminare (inhouse)	51%	19%	16%	8%	0%	3%	0%	3%
Lehr- und Studiengänge	30%	3%	19%	16%	8%	0%	0%	24%
Maßnahmen für öffentliche Auftraggeber	5%	11%	11%	19%	8%	0%	0%	46%

Tabelle 2: Umsatzerwartungen für das Jahr 2020¹

¹ Durch die ganzzahlige Rundung der Einzelwerte kann die Summe der Ergebnisse bei allen Auswertungen von 100% leicht abweichen.

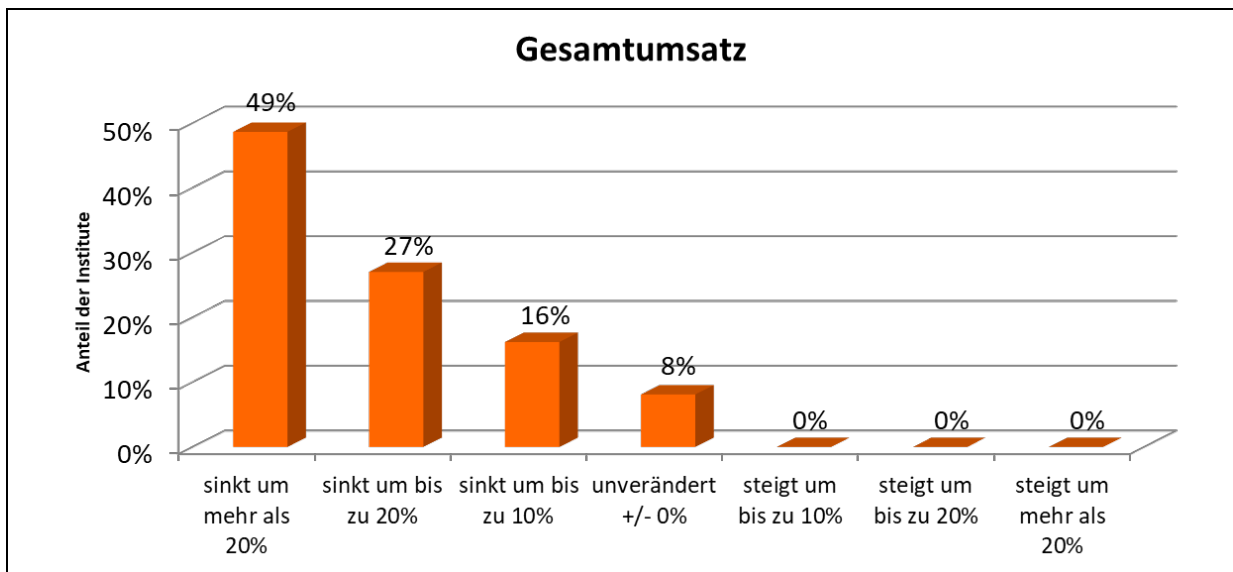


Abbildung 1: Umsatzerwartungen der Mitgliedsunternehmen des Wuppertaler Kreises für 2020

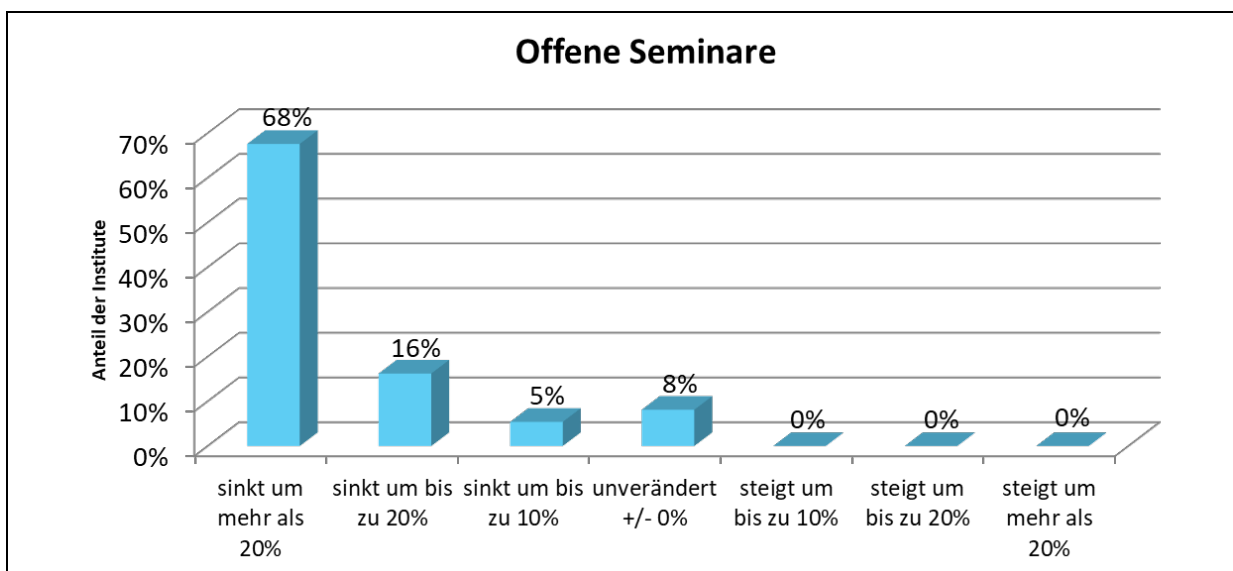


Abbildung 2: Umsatzerwartungen 2020 für offene Seminare

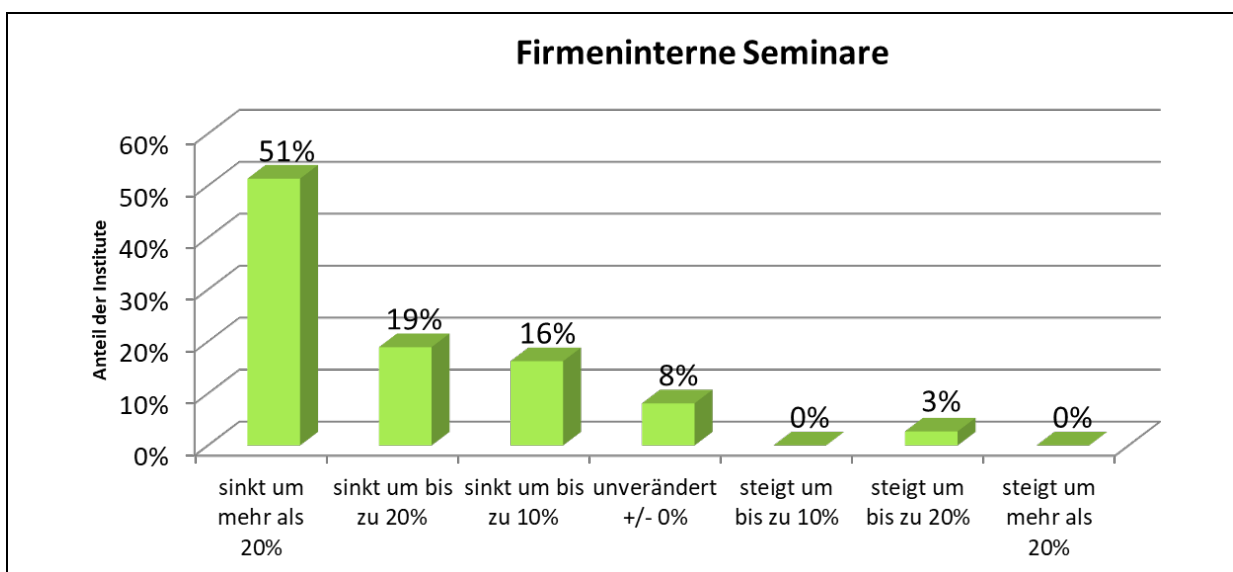


Abbildung 3: Umsatzerwartungen 2020 für firmeninterne Seminare

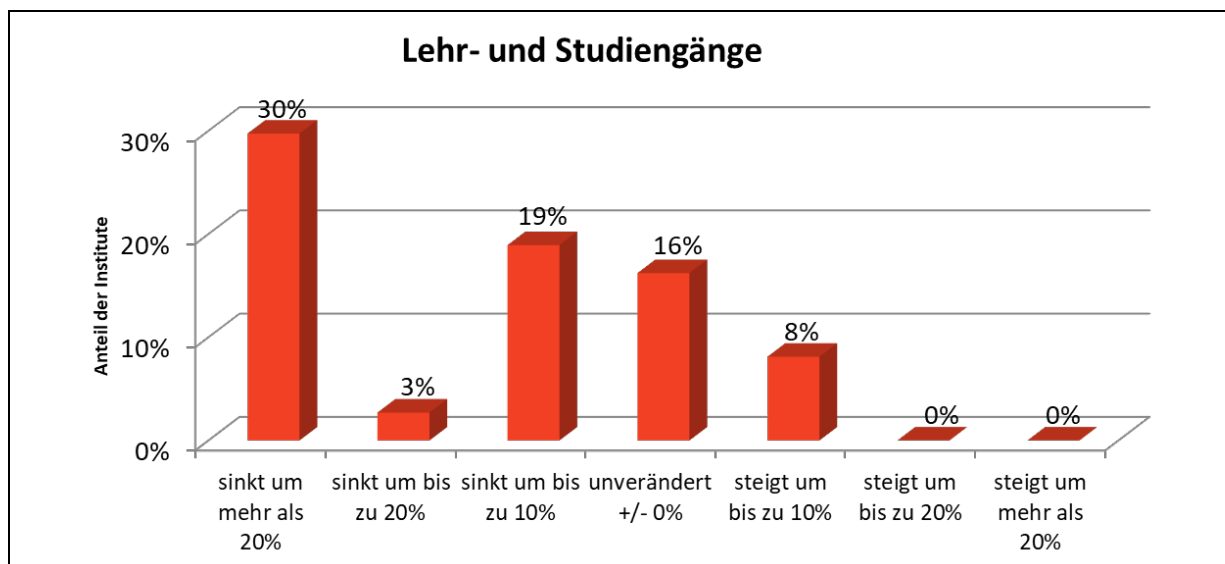


Abbildung 4: Umsatzerwartungen 2020 für Lehr- und Studiengänge

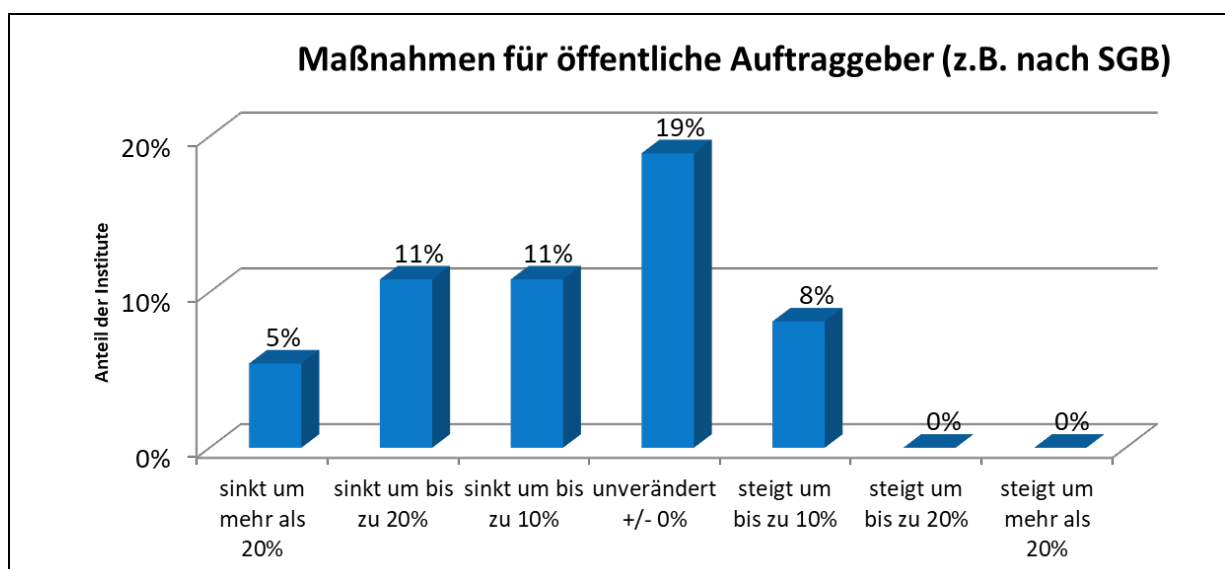


Abbildung 5: Umsatzerwartungen 2020 für Maßnahmen für öffentliche Auftraggeber

Etwas weniger stark betroffen ist der Bereich der Lehr- und Studiengänge sowie der Maßnahmen für öffentliche Auftraggeber. Gleichwohl verzeichnet die Mehrzahl der Anbieter auch hier z.T. starke Rückgänge. Hilfreich war hier insbesondere die bereits Mitte März 2020 von der Bundesagentur für Arbeit und der Deutschen Akkreditierungsstelle gewährte Möglichkeit, bei bereits zugelassenen Maßnahmen auf alternative wie z.B. digitale Lernmethoden umzustellen.

2. Umsatzanteile der einzelnen Angebotsformen

Mehr als die Hälfte ihres Umsatzes erzielen die Weiterbildungsdienstleister mit Seminaren und Tagungen, die sie sowohl als offene Veranstaltungen als auch als firmeninterne Maßnahmen durchführen. Die Weiterbildungsdienstleister sind dabei in der Regel in die Organisationsentwicklungsprozesse und Personalentwicklungsprogramme der Betriebe eingebunden. Einige Mitglieder des Wuppertaler Kreises sind als unternehmensinterne Weiterbildungsdienstleister vorwiegend als Anbieter in ihren Unternehmen tätig.

Sowohl offene Seminare als auch firmeninterne Weiterbildungsangebote wie z.B. Coaching werden dabei immer häufiger durch digitale Angebote ergänzt, in dem z.B. Teile der Weiterbildung auf Lernplattformen angeboten werden und Vor- und Nachbereitung online stattfindet.

Lehr- und Studiengänge mit akademischen oder berufsqualifizierenden Abschlüssen tragen mit rund 14% zum Gesamtumsatz der Mitglieder des Wuppertaler Kreises bei. Weiterbildungsdienstleistungen für öffentliche Auftraggeber, z.B. Maßnahmen der Arbeitsmarktförderung und der Integration tragen etwa ein Fünftel zum Gesamtumsatz der Mitglieder des Wuppertaler Kreises bei.

<i>Tätigkeitsspektrum der Mitglieder des Wuppertaler Kreises</i>	Durchschnittlicher Umsatzanteil
Offene Seminare und Tagungen	34,0%
Firmeninterne Seminare (inhouse)	25,5%
Lehr- und Studiengänge	14,0%
Maßnahmen für öffentliche Auftraggeber (z.B. nach SGB)	19,9%
Sonstiges (z.B. Forschung, Hotelbetrieb etc.)	6,6%

Tabelle 3: Anteil der verschiedenen Angebotsformen am Umsatz der Weiterbildungsinstitute

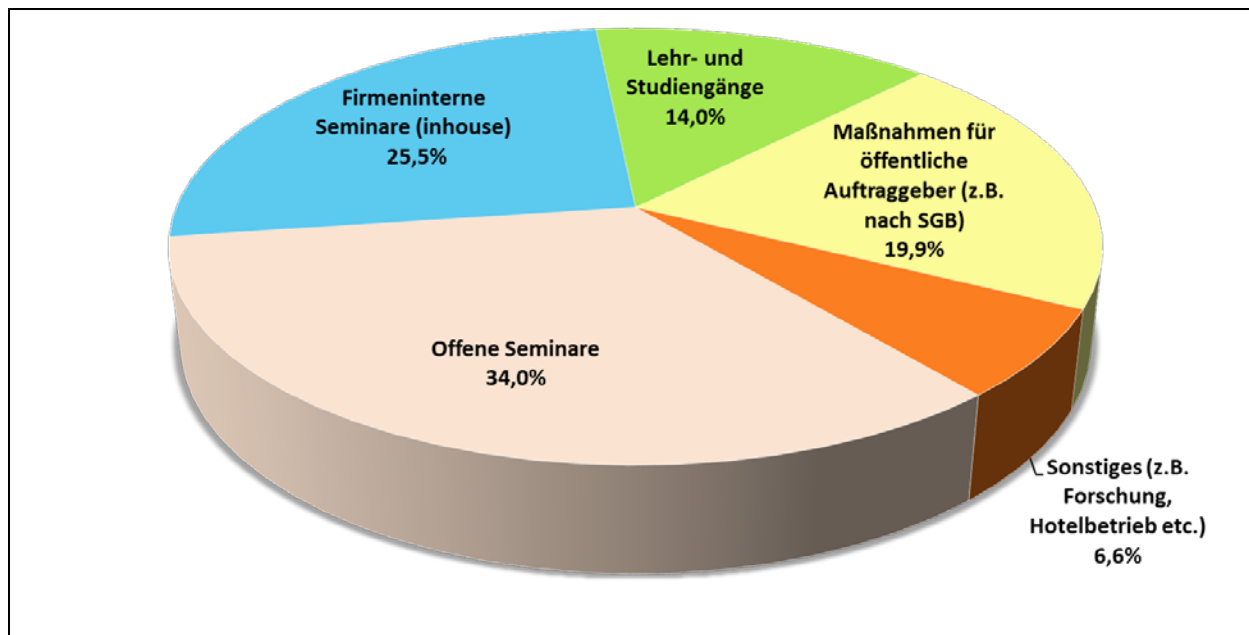


Abbildung 6: Umsatzanteile der verschiedenen Angebotsformen in der Weiterbildung

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

Weiterbildung ist eine der Branchen, die unmittelbar von den Einschränkungen im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie betroffen ist. Wenn Veranstaltungen und Dienstreisen nicht möglich sind, kann ein Großteil der Weiterbildung nicht in gleicher Form wie vor der Pandemie stattfinden. Die Digitalisierung in der Weiterbildung ist zwar weit fortgeschritten, die digitalen Angebote konnten die Rückgänge jedoch aktuell noch nicht kompensieren. Weiterbildung lebt von persönlicher Begegnung, von Gruppenarbeit und vom firmenübergreifenden Austausch bei Veranstaltungen, so dass ein vollständiger Wechsel zu digitalen Formaten nicht zu erwarten war.

Mehr als die Hälfte der Mitglieder des Wuppertaler Kreises hat krisenbedingt Kurzarbeit für ihre Beschäftigten anordnen müssen, um die Arbeitsplätze nicht zu gefährden. Daneben wurden von einigen der Weiterbildungsdienstleister weitere Kriseninstrumente genutzt wie z.B. Liquiditätshilfen, die Möglichkeit der Stundung von Beiträgen und Soforthilfen für kleine Unternehmen. Für Bildungsdienstleister, die im Bereich der arbeitsmarkt-

politisch geförderten Maßnahmen tätig sind, ist das Sozialdienstleister-Einsatzgesetz eine wertvolle Hilfe.

<i>Welche Maßnahmen zur Hilfe und Stabilisierung der Wirtschaft in der COVID-19-Pandemie haben die Weiterbildungsdienstleister genutzt?</i>	ja	geplant	bisher nicht	nicht relevant bzw. k.A.
Kurzarbeitergeld	51%	8%	35%	5%
Soforthilfen für kleine Unternehmen und Soloselbstständige (Einmalzahlungen)	8%	0%	24%	68%
Liquiditätshilfen / KfW-Sonderprogramm 2020	5%	0%	51%	43%
Expressbürgschaften über die Bürgschaftsbanken der Länder	0%	0%	46%	54%
Wirtschaftsstabilisierungsfonds für große Unternehmen (Staatsgarantien für Verbindlichkeiten, Refinanzierung von KfW-Großkrediten, direkte staatliche Beteiligungen)	0%	0%	35%	65%
Entschädigungen nach dem Infektionsschutzgesetz	0%	3%	65%	32%
Stundung von Sozialversicherungsbeiträgen und ggf. Steuern	11%	5%	57%	27%
Zuschuss nach dem Sozialdienstleister-Einsatzgesetz (SodEG)	3%	11%	43%	43%
Weitere verfügbare Maßnahmen z.B. von Bundesländern, Trägern	0%	0%	0%	100%

Tabelle 4: Nutzung von Hilfs- und Unterstützungsprogrammen in der COVID-19-Pandemie

Es besteht die Gefahr, dass die Weiterbildungsinfrastruktur in Deutschland durch die Pandemie nachhaltig Schaden nimmt. Weiterbildung ist ein Schlüsselfaktor für die Transformationsprozesse der Unternehmen. Der notwendige digitale Strukturwandel in den Betrieben wird durch die COVID-19-Pandemie noch beschleunigt. Er erfordert ein hohes Engagement bei der Qualifizierung der Beschäftigten und vermehrte Investitionen, die gerade in Krisenzeiten antizyklisch aufrechterhalten werden sollten.

Dies wird nur möglich sein, wenn die Weiterbildungsdienstleister selbst die Krise überstehen und gleichzeitig die Betriebe auch in Krisenzeiten in Personalentwicklung und Weiterbildung investieren.

Deshalb hat sich der Wuppertaler Kreis gegenüber der Politik dafür ausgesprochen, Weiterbildung in den Unternehmen gesondert zu fördern, indem überproportionale Abschreibungsmög-

lichkeiten für Weiterbildungskosten vorgesehen werden.

Weiterbildungsdienstleister in der Corona-Krise (Maßnahmen genutzt bzw. geplant)	
Kurzarbeitergeld	59,5 %
Stundung von Sozialversicherungsbeiträgen und ggf. Steuern	16,2 %
Zuschuss nach dem Sozialdienstleister-Einsatzgesetz (SodEG)	13,5 %
Soforthilfen für kleine Unternehmen und Soloselbstständige (Einmalzahlungen)	8,1 %
Liquiditätshilfen / KfW-Sonderprogramm 2020	5,4 %
Entschädigungen nach dem Infektionsschutzgesetz	2,7 %

Abbildung 7: Weiterbildungsdienstleister in der Corona-Krise

D. Geschäftsklima in der Weiterbildung

a) Geschäftslage-Indikator Weiterbildung

Der Wuppertaler Kreis erhebt im Rahmen seiner Verbandsumfrage jährlich den Geschäftslage-Indikator Weiterbildung. An diesem Indikator lässt sich die wirtschaftliche Stimmung in der Weiterbildungsbranche ablesen. Er bildet die Markterfolge der Weiterbildungsdienstleister im vergangenen und laufenden Jahr sowie die Erwartungen für das kommende Jahr ab.

Dabei 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 in diese Kennzahl mit ein. Eine positive Entwicklung der Geschäftslage zeigt sich in einem Indikator von über 100, wenn Rückgänge erwartet werden, 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.

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

Tabelle 5: Geschäftslage-Indikator Weiterbildung des Wuppertaler Kreises

Für das Jahr 2020 ist dieser Indikator aufgrund der COVID-19-Krise mit 86 Punkten erstmals seit der Finanzkrise auf ein Niveau unter 100 gesunken. Die Weiterbildungsdienstleister schätzen ihre wirtschaftliche Lage als bedrohlicher ein als während der Finanzkrise.

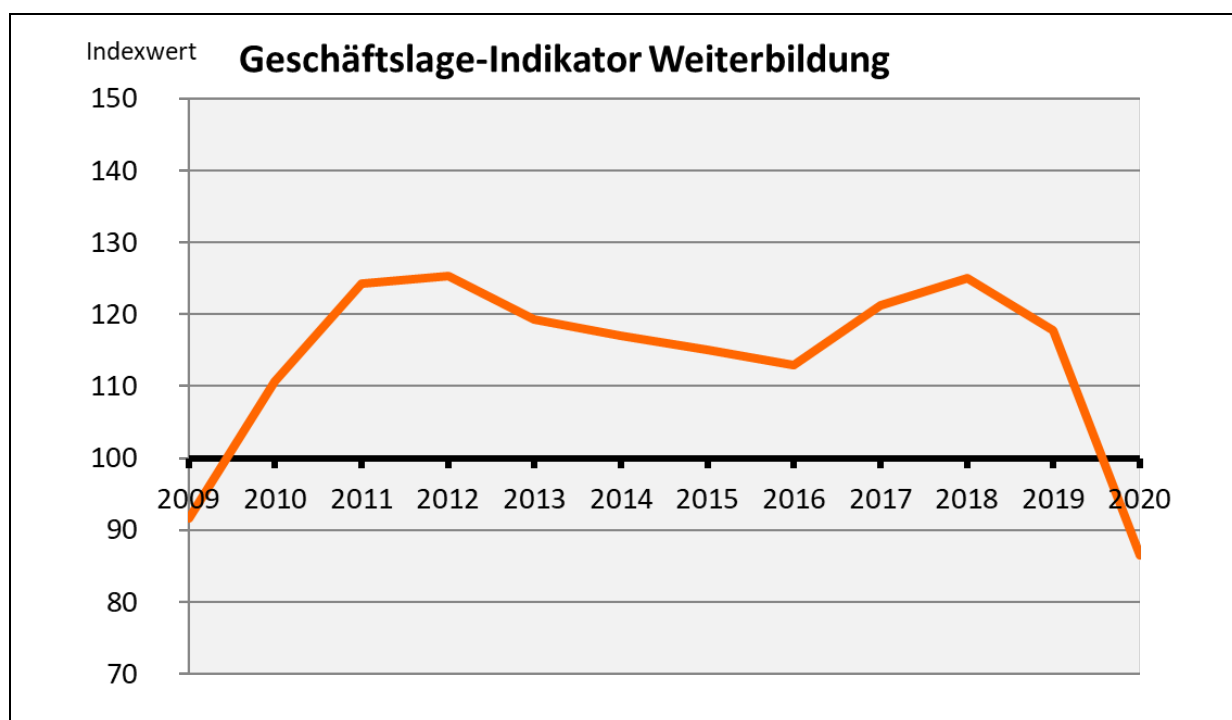


Abbildung 8: Geschäftslage-Indikator Weiterbildung des Wuppertaler Kreises 2009-2020

Die ausgesprochen positive Geschäftslage der Jahre 2010 bis 2019 ist durch die Pandemie abrupt beendet worden. Die Weiterbildungsdienstleister rechnen auch nach den corona-bedingten Lockerungen mit erheblichen Einbrüchen im laufenden Jahr 2020 sowie im Folgejahr 2021. Davon sind nicht nur die Auftragszahlen sondern auch die Preise betroffen, da der Weiterbildungsmarkt von einem erheblichen Wettbewerb gekennzeichnet ist, so dass Preissteigerungen nicht als realisierbar angenommen werden.

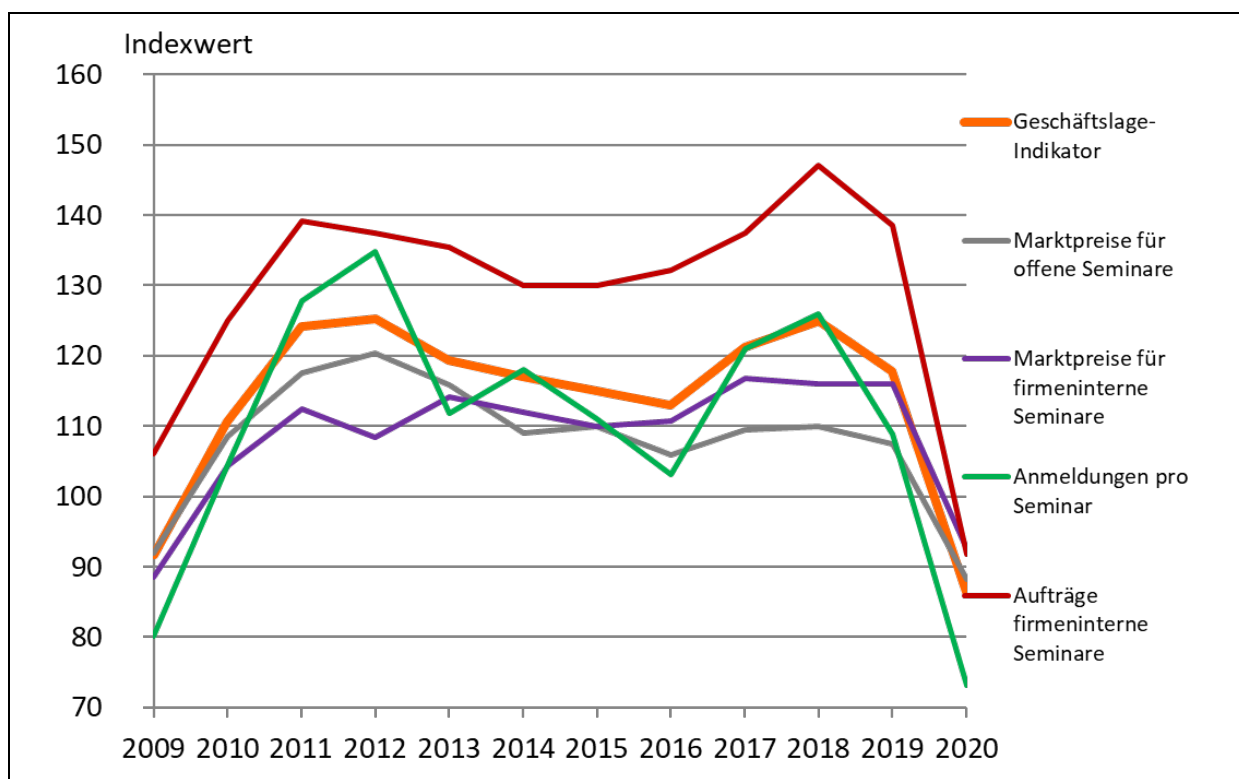


Abbildung 9: Geschäftslage-Indikator Weiterbildung – Einzelergebnisse 2009-2020

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

In der Auswertung der einzelnen Faktoren des Geschäftslage-Indikators wird sichtbar, dass die große Mehrheit der Weiterbildungsdienstleister nach einem stabilen Geschäftsverlauf im Jahr 2019 im Pandemie-Jahr 2020 erhebliche Rückgänge im Umsatz zu verzeichnen hat. Ein großer Teil erwartet darüber hinaus für dieses Jahr auch sinkende Preise. Für das Folgejahr sind die Erwartungen noch nicht einheitlich. Während ein Drittel der Weiterbildungsdienstleister auch für 2021 noch von weiter zurückge-

henden Umsätzen ausgeht, erwartet ein gleich hoher Anteil für das kommende Jahr eine Erholung.

<i>Wie entwickeln sich Preise und Nachfrage?</i>	Ergebnisse 2019			Erwartungen für 2020			Erwartungen für 2021		
	eher niedrig	wie Vorjahre	eher hoch	schlechter	gleich bleibend	besser	schlechter	gleich bleibend	besser
Marktpreise für offene Seminare	0%	95%	5%	43%	57%	0%	11%	76%	14%
Marktpreise für firmeninterne Seminare	3%	89%	9%	44%	47%	8%	14%	64%	22%
Anmeldungen pro Seminar	20%	60%	20%	81%	19%	0%	33%	33%	33%
Aufträge firmeninterne Seminare	6%	53%	41%	86%	9%	6%	26%	29%	46%

Tabelle 6: Entwicklung der Marktpreise und der Anmeldungen

c) Kosten der Weiterbildungsinstitute

Der Geschäftslage-Indikator des Wuppertaler Kreises, der die Entwicklung des Umsatzes abbildet, wird ergänzt durch einen zweiten Indikator für die Kostenentwicklung. Dieser Wert bildet die Erwartungen der Weiterbildungsdienstleister für die Entwicklung der Kosten ab. Während die Umsätze des laufenden Jahres deutlich zurückgehen, rechnen die Mitglieder überwiegend mit steigenden Kosten.

<i>Wie entwickeln sich die Kosten?</i>	Ergebnisse 2019			Erwartungen für 2020			Erwartungen für 2021		
	eher niedrig	wie Vorjahre	eher hoch	sinken	bleiben gleich	steigen	sinken	bleiben gleich	steigen
Trainer- und Dozentenhonorare	0%	76%	24%	24%	54%	22%	16%	51%	32%
Hotel- und Raumkosten	0%	70%	30%	16%	49%	35%	6%	53%	42%
Kosten für Werbung / Vertrieb / Kundenbindung	3%	69%	28%	19%	54%	27%	8%	59%	32%
Kosten lfd. Betrieb (Personal, IT, Verwaltung)	3%	61%	36%	16%	57%	27%	5%	57%	38%

Tabelle 7: Entwicklung der Kosten in der Weiterbildung

Die notwendigen Maßnahmen für den Infektionsschutz bei Präsenzveranstaltungen, aber auch der erforderliche Ausbau der Inf-

rastruktur und Entwicklungskosten für digitale Weiterbildungsmaßnahmen spiegeln sich in erhöhten Raumkosten, sowie Kosten für den laufenden Betrieb und IT wider. Die meisten der Anbieter rechnen hier für das kommende Jahr mit steigenden Kosten.

d) Wettbewerb auf dem Weiterbildungsmarkt

Als dritte Kennzahl des Wuppertaler Kreises wird die Dynamik des Wettbewerbs auf dem Weiterbildungsmarkt erfasst. Die Weiterbildungsdienstleister gehen davon aus, dass die krisenbedingte Entwicklung auf dem Weiterbildungsmarkt keinen wesentlichen Einfluss auf den Wettbewerb auf dem Weiterbildungsmarkt haben wird.

Gerade im Zusammenhang mit der stärkeren Digitalisierung von Bildungsdienstleistungen könnte sich hieraus ein wachsender Wettbewerb ergeben.

Wie entwickelt sich der Wettbewerb?	Ergebnisse 2019			Erwartungen für 2020			Erwartungen für 2021		
	wenig	wie Vorjahre	viele	weniger	gleich bleibend	mehr	weniger	gleich bleibend	mehr
Neue Mitbewerber Wirtschaft (Verbände, Institute)	0%	76%	24%	14%	70%	16%	22%	57%	22%
Neue Mitbewerber staatlich (z.B. Hochschulen)	0%	86%	14%	3%	91%	6%	3%	86%	11%
Neue Mitbewerber Unternehmen (z.B. Corporate Universities)	3%	74%	23%	11%	69%	20%	11%	60%	29%
Neue Mitbewerber Einzel-firmen (Berater, Trainer)	0%	73%	27%	27%	51%	22%	30%	54%	16%

Tabelle 8: Entwicklung des Wettbewerbs in der Weiterbildungsbranche

e) Geschäftslage, Kosten und Wettbewerb in der Weiterbildung

Die drei Indikatoren des Wuppertaler Kreises können im Zusammenspiel zur Beurteilung der wirtschaftlichen Dynamik auf dem Weiterbildungsmarkt genutzt werden: Der Geschäftslage-Indikator ist im Jahr 2020 erheblich gefallen. Er liegt nun erstmals seit der Finanzkrise 2008/2009 wieder unter 100 Punkten, und signalisiert mit 86 Punkten die Erwartung deutlich zurückge-

hender Umsätze. Der Kosten-Indikator ist ebenfalls gefallen, liegt aber mit 121 Punkten weiterhin deutlich über 100 Punkten – die Weiterbildungsdienstleister rechnen mit weiterhin steigenden Kosten für die Erbringung ihrer Dienstleistungen. Der Wettbewerbsindikator spiegelt mit 109 Punkten die Erwartung eines leicht steigenden Wettbewerbsdrucks. Die Anbieter rechnen trotz der Pandemie aufgrund der in der Weiterbildung bestehenden niedrigen Markteintrittsschwellen überwiegend nicht damit, dass sich aufgrund der Lage die Anzahl der Anbieter am Weiterbildungsmarkt stark verändert.

Die wirtschaftliche Lage der Weiterbildungsbranche im Jahr 2020 ist als ausgesprochen kritisch zu beurteilen. Insbesondere die Kostensituation vor dem Hintergrund deutlich zurückgehender Umsätze stellt die Weiterbildungsdienstleister vor große Herausforderungen.

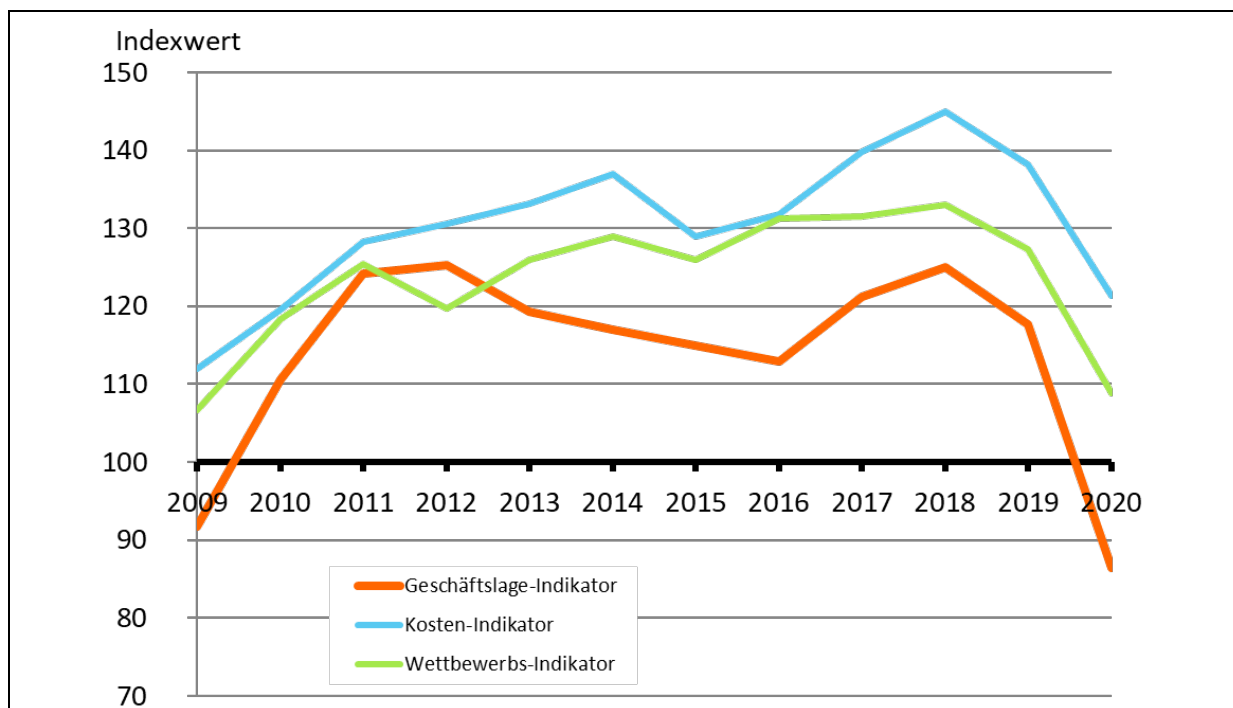


Abbildung 10: Geschäftslage, Kosten, Wettbewerb – Indikatoren des Wuppertaler Kreises

E. Trends in der Weiterbildung

1. Trends bei offenen und firmeninternen Seminaren

a) Trends bei offenen Seminaren

Offen angebotene Seminare stellen mit einem Drittel des Umsatzes weiterhin einen wichtigen Schwerpunkt des Angebotes der Weiterbildungsdienstleister der Wirtschaft dar. Die Mitglieder der Wirtschaft gehen davon aus, dass sich dieses Angebotssegment in einem Veränderungsprozess befindet und die Digitalisierung hier für erhebliche Veränderungen sorgen wird. Die Integration digitaler Lernelemente ist aktuell noch nicht bei allen offenen Seminaren ein Standard. Die befragten Anbieter sehen hier vor allem die Notwendigkeit, für die Teilnehmenden digitale Vernetzungsangebote z.B. auf Lernplattformen und Lernmanagementsystemen bereitzustellen.

<i>Wie beurteilen die Weiterbildungsdienstleister die folgenden Thesen zu offenen Seminaren?</i>	stimme nicht zu	stimme eher nicht zu	neutral	stimme eher zu	stimme zu
Auch in Zeiten der Digitalisierung besteht eine stabile Nachfrage für offen angebotene Präsenzseminare.	8%	24%	5%	35%	27%
Offene Seminare werden hauptsächlich von Teilnehmenden aus kleineren Unternehmen genutzt.	5%	41%	32%	19%	3%
Offene Seminare umfassen bereits heute meist digitale Lernelemente.	3%	43%	22%	32%	0%
Offene Seminare dienen der unternehmensübergreifenden Vernetzung und dem Erfahrungsaustausch.	0%	3%	11%	32%	54%
Zukunft haben Weiterbildungsangebote für Spezialisten, deren Weiterbildungsbedarf firmenintern nicht erfüllt werden kann.	0%	5%	8%	54%	32%
Offene Seminare müssen heute digitale Vernetzungsangebote bereitstellen, z.B. auf Lernplattformen.	0%	5%	24%	38%	32%
Nach der Corona-Pandemie wird die Nachfrage nach offenen Seminaren nachhaltig stark abnehmen.	3%	27%	24%	35%	11%
Offene Seminare könnten anstatt in Tagungsräumen zukünftig auch vollständig in virtuellen Räumen stattfinden.	11%	27%	19%	24%	19%

Tabelle 9: Trends bei offenen Seminaren

Aus Sicht der Weiterbildungsdienstleister werden offen angebotene Seminare auch in Zukunft weiter nachgefragt, dafür spricht insbesondere die Möglichkeit der firmenübergreifenden Vernetzung und des Erfahrungsaustauschs. Offene Seminare haben im Spektrum der Weiterbildungsformate weiterhin ihren Platz – z.B. bei Weiterbildungsbedarfen für Spezialisten sind offene Angebote nicht durch interne Angebote zu ersetzen.

Immerhin ein Drittel aller befragten Dienstleister geht davon aus, dass die COVID-19-Pandemie die Nachfrage nach offen angebotenen Seminaren nachhaltig beeinträchtigen wird und dass die Bildungsangebote vollständig in virtuellen Räumen stattfinden könnten.

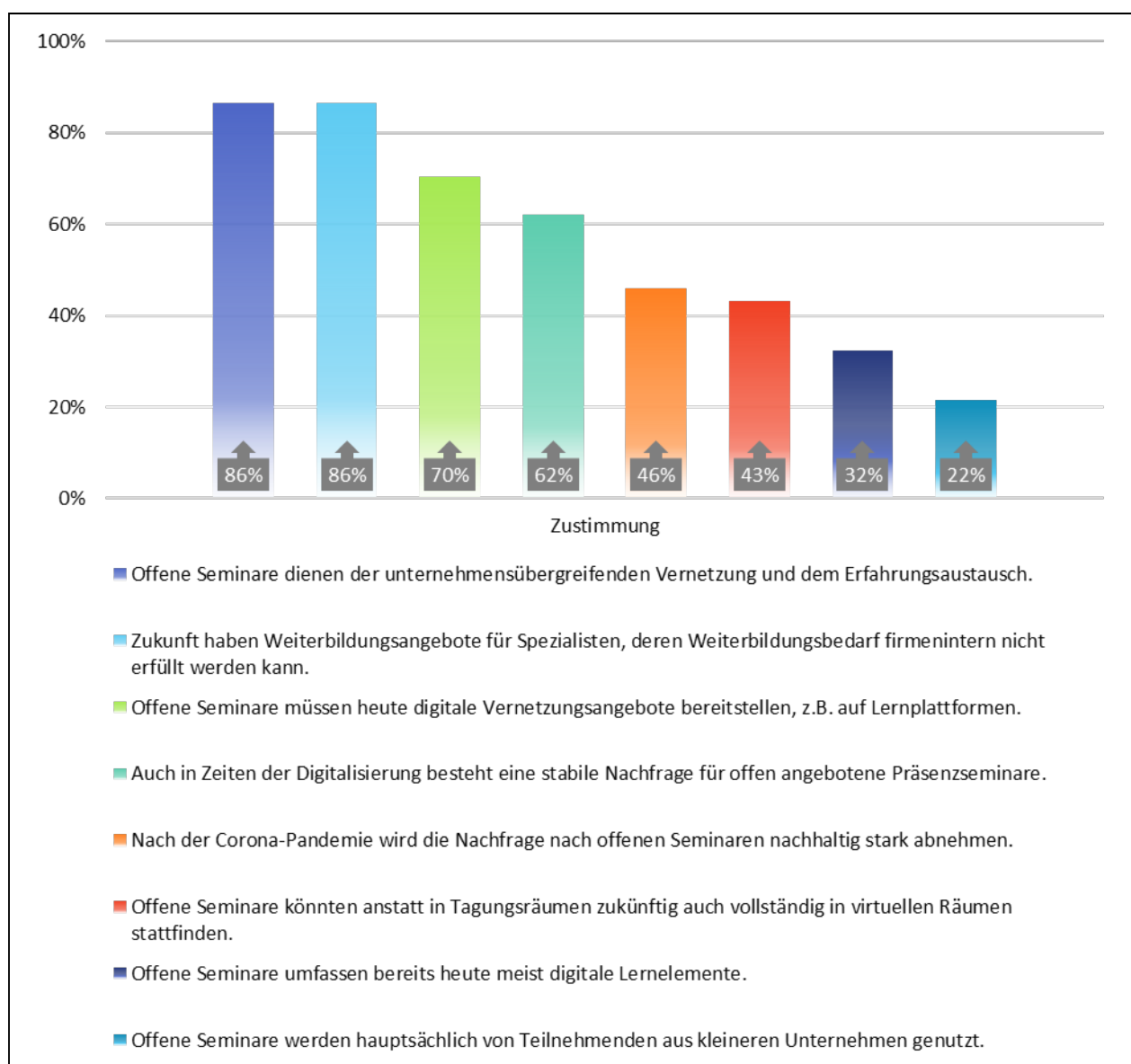


Abbildung 11: Thesen zur Zukunft offener Seminare

b) Formate interner Weiterbildungsdienstleistungen für Unternehmen

Der mit ca. 25% des Umsatzes zweitwichtigste Tätigkeitsschwerpunkt der Weiterbildungsdienstleister der Wirtschaft neben dem offenen Seminarangebot sind firmeninterne Weiterbildungsangebote. Sie sind hier meist unmittelbar in die Organisationsentwicklungsprozesse sowie die Personalentwicklung eingebunden.

Die Mitglieder des Wuppertaler Kreises sehen für die Zukunft einen hohen Bedarf an digitalen Angeboten für die interne Weiterbildung. Die Dienstleister übernehmen hier die Produktion von Videosequenzen, die von den Beschäftigten auf internen Lern- und Wissensplattformen abgerufen werden können.

Wie schätzen die Weiterbildungsanbieter die folgenden Trends bei Weiterbildungsdienstleistungen für Unternehmen ein?	unwichtig	weniger wichtig	neutral	eher wichtig	sehr wichtig
Persönliche Coaching-Angebote für Führungskräfte per Videokonferenz, Skype etc.	0%	22%	8%	62%	8%
Einsatz von „Weiterbildungsscouts“, die in den Unternehmen den Weiterbildungsbedarf feststellen	0%	24%	38%	35%	3%
Produktion von Videosequenzen, die im Arbeitsprozess von internen Lern- und Wissensplattformen abgerufen werden können	0%	0%	3%	54%	43%
Bereitstellung von KI-Tools um Beschäftigten im Arbeitsprozess individualisierte Bildungsangebote zu unterbreiten	5%	8%	19%	51%	16%
Virtuelle Lernräume, in denen Workshops und Gruppenformate ortsungebunden durchgeführt werden können	0%	3%	5%	49%	43%
Bereitstellung von Lern- und Wissensplattformen als Dienstleistung für Unternehmen	0%	0%	22%	54%	24%
Mobiles Lernen auf dienstlichen oder privaten mobilen Endgeräten	0%	3%	8%	41%	49%
Externe Bereitstellung von Onboarding-Programmen für neue Beschäftigte	3%	16%	32%	46%	3%
Outplacement-Programme und Qualifizierungen für Beschäftigte ohne Beschäftigungsperspektive im Unternehmen	0%	14%	35%	46%	5%
Integration der offenen Seminarprogramme in unternehmensinterne Bildungsdatenbanken der Kunden	0%	8%	19%	51%	22%

Tabelle 10: Trends bei internen Weiterbildungsdienstleistungen

Auch die Bereitstellung virtueller Lernräume für Workshops sehen die Bildungsanbieter für sehr wichtig. Weiterbildungsanbieter sind gefordert, diesen Trend zum digitalen Lernen im Prozess der Arbeit zu unterstützen. Das Spektrum an Leistungen der Weiterbildungsanbieter kann dabei bis zu einer sehr weitgehenden Integration in die digitale Personalarbeit der Unternehmen reichen. Hierzu gehören neben schon weitgehend etablierten Formaten wie Coaching in Videokonferenzsystemen zukünftig auch innovative KI-basierte Formate, die das individuelle Lernen im Arbeitsprozess unterstützen. Neben den digitalen Formaten der Zusammenarbeit wird auch eine persönliche Präsenz von Beschäftigten der Weiterbildungsdienstleister in den Unternehmen, wie sie z.B. für die Weiterbildungsberatung vor Ort oder die Gestaltung von Onboarding-Programmen für neue Beschäftigte erforderlich wäre, von einem Teil der Weiterbildungsanbieter in der Zusammenarbeit mit den Unternehmen als wichtiges Element eingeschätzt.



Abbildung 12: Einschätzungen zu Trends bei internen Weiterbildungsdienstleistungen

2. Digitalisierung in der Weiterbildung

a) Veränderte Lerngewohnheiten im Zuge der Digitalisierung

Die Digitalisierung ist weiterhin der herausragende Entwicklungsmotor in den Unternehmen. Die Veränderungen betreffen nahezu alle Geschäftsprozesse und führen zu einem hohen Qualifizierungs- und Lernbedarf bei den Unternehmen. Die COVID-19-Pandemie hat den Modernisierungsdruck in vielen Unternehmen noch deutlich verstärkt. Hier gehen die befragten Weiterbildungseinrichtungen mit großer Mehrheit davon aus, dass die mobilen Arbeitsformen eine Digitalisierung der betrieblichen Weiterbildung unumgänglich machen.

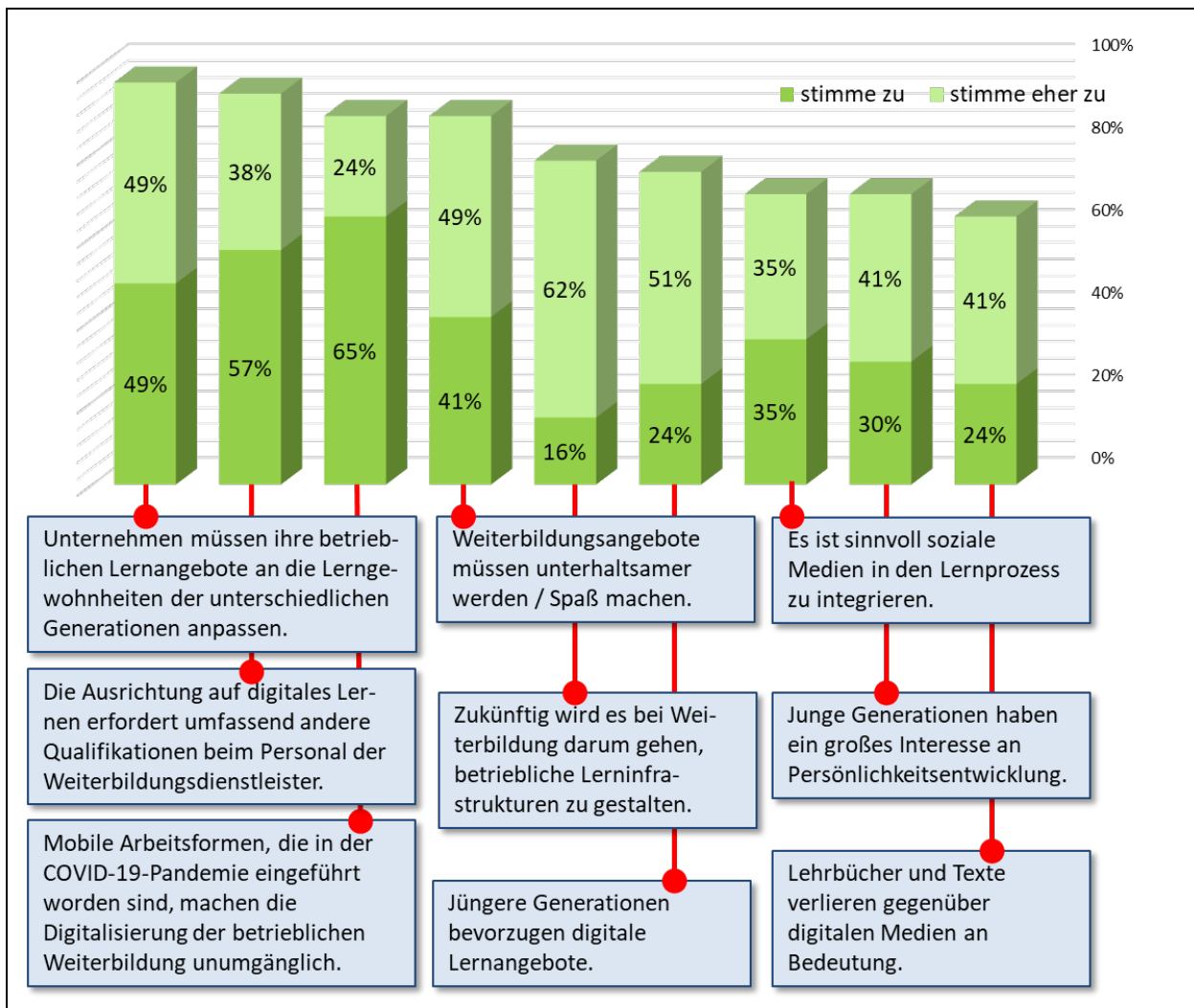


Abbildung 13: Einschätzungen zu veränderten Lerngewohnheiten im Zuge der Digitalisierung

Gleichzeitig verändern sich auch die Lerngewohnheiten und Arbeitsformen der jüngeren Generationen, die als „digital natives“

aufgewachsen sind. Die Weiterbildungsdienstleister sind gefragt, die Betriebe in der Transformation zu unterstützen und die veränderten Lerngewohnheiten der Beschäftigten proaktiv zu nutzen.

Fast alle der befragten Weiterbildungsanbieter gehen davon aus, dass die Betriebe ihre Formate an die Lerngewohnheiten der verschiedenen Generationen anpassen müssen, d.h. ggf. auch verschiedene Formate anbieten. Sie gehen davon aus, dass vor allem jüngere Generationen digitale Lernangebote bevorzugen.

<i>Wie schätzen die Weiterbildungsdienstleister die folgenden Thesen zum Lernen in der betrieblichen Weiterbildung der Zukunft ein?</i>	stimme nicht zu	stimme eher nicht zu	neutral	stimme eher zu	stimme zu
Unternehmen müssen ihre betrieblichen Lernangebote an die Lerngewohnheiten der unterschiedlichen Generationen anpassen.	0%	0%	3%	49%	49%
Weiterbildungsangebote müssen unterhaltsamer werden / Spaß machen.	0%	3%	8%	49%	41%
Junge Generationen haben ein großes Interesse an Persönlichkeitsentwicklung.	0%	3%	27%	41%	30%
Es ist sinnvoll, soziale Medien in den Lernprozess zu integrieren.	0%	3%	27%	35%	35%
Jüngere Generationen bevorzugen digitale Lernangebote.	0%	5%	19%	51%	24%
Mobile Arbeitsformen, die in der COVID-19-Pandemie eingeführt worden sind, machen die Digitalisierung der betrieblichen Weiterbildung unumgänglich.	0%	5%	5%	24%	65%
Die Ausrichtung auf digitales Lernen erfordert umfassend andere Qualifikationen beim Personal der Weiterbildungsdienstleister.	0%	3%	3%	38%	57%
Zukünftig wird es bei Weiterbildung darum gehen, betriebliche Lerninfrastrukturen zu gestalten.	0%	5%	16%	62%	16%
Lehrbücher und Texte verlieren gegenüber digitalen Medien an Bedeutung.	0%	14%	22%	41%	24%

Tabelle 11: Thesen zu veränderten Lerngewohnheiten im Zuge der Digitalisierung

Für die Weiterbildungsdienstleister ergibt sich hier die Herausforderung, dass neue und digitale Formate andere Qualifikatio-

nen beim Weiterbildungspersonal erfordern. Die Anbieter stehen dabei selbst vor der Aufgabe, die digitale Transformation in ihrem Angebot und auch bei ihrem eigenen Personal beschleunigt umzusetzen. Die Rahmenbedingungen der COVID-19-Pandemie haben hier den Innovationsdruck noch deutlich erhöht.

b) Digitalisierung der Weiterbildungsangebote

Die Weiterbildungsdienstleistungen sind dem digitalen Wandel unterworfen. Die technologische Entwicklung bietet hier die Möglichkeit, neue Weiterbildungsformen und -instrumente zu entwickeln. Die COVID-19-Pandemie hat die Voraussetzungen, diese Produkte am Markt zu etablieren, erheblich verbessert. Es ist zu erwarten, dass digitale Bildungsangebote in Zukunft deutlich wichtiger werden.

<i>Wie ist die Einschätzung der Weiterbildungsdienstleister zur zukünftigen Bedeutung der folgenden digitalen Innovationen in der betrieblichen Weiterbildung?</i>	keine	geringe	mittlere	hohe	sehr hohe
Virtual Mentoring (Mentoring in virtuellen Lernumgebungen)	0%	11%	30%	43%	16%
Data Analytics (Echtzeitanalyse von Arbeitsergebnissen)	3%	14%	30%	35%	19%
Gamification (Lernprozesse in Spiel- oder Wettbewerbsform)	0%	14%	30%	43%	14%
Personalisierte Lernangebote auf der Basis von Prüfungen oder Analysen	0%	5%	35%	41%	19%
Microlearning (Wissensplattformen mit kleinen Lernangeboten, die bedarfsabhängig abgerufen werden können)	0%	0%	8%	43%	49%
Augmented Reality (Trainingsangebote z.B. mit Datenbrillen in der realen Arbeitsumgebung)	3%	11%	32%	30%	24%
Virtual Reality (Trainingsangebote in simulierten Arbeitsumgebungen)	3%	5%	27%	38%	27%
Integration von Big Data in Lernangebote	3%	11%	43%	32%	11%
Multimodales Lernen (Ansprache von unterschiedlichen Sinneskanälen z.B. Audio, Video, haptisches Feedback)	0%	0%	14%	41%	46%
Peer Assessed Training (d.h. Bewertung von Lernergebnissen durch Kollegen)	0%	22%	59%	14%	5%

Tabelle 12: Bedeutung digitaler Innovationen in der betrieblichen Weiterbildung

Die höchste Bedeutung für die Zukunft wird dabei dem Microlearning beigemessen, bei denen Lernangebote in kleinen Formaten (Kurzvideos, Texte, Bilder etc.) auf Wissensplattformen angeboten und jeweils im Arbeitsprozess abgerufen werden können. Ein Schlüsselfaktor ist dabei auch die Integration verschiedener Lernformen und die Ansprache unterschiedlicher Sinneskanäle (Audio, Video, Feedback-Systeme). Auch die Entwicklung virtueller Umgebungen in denen z.B. Arbeitsabläufe simuliert werden und unmittelbar Feedback integriert wird, wird als sehr zukunftssträftig eingeschätzt.

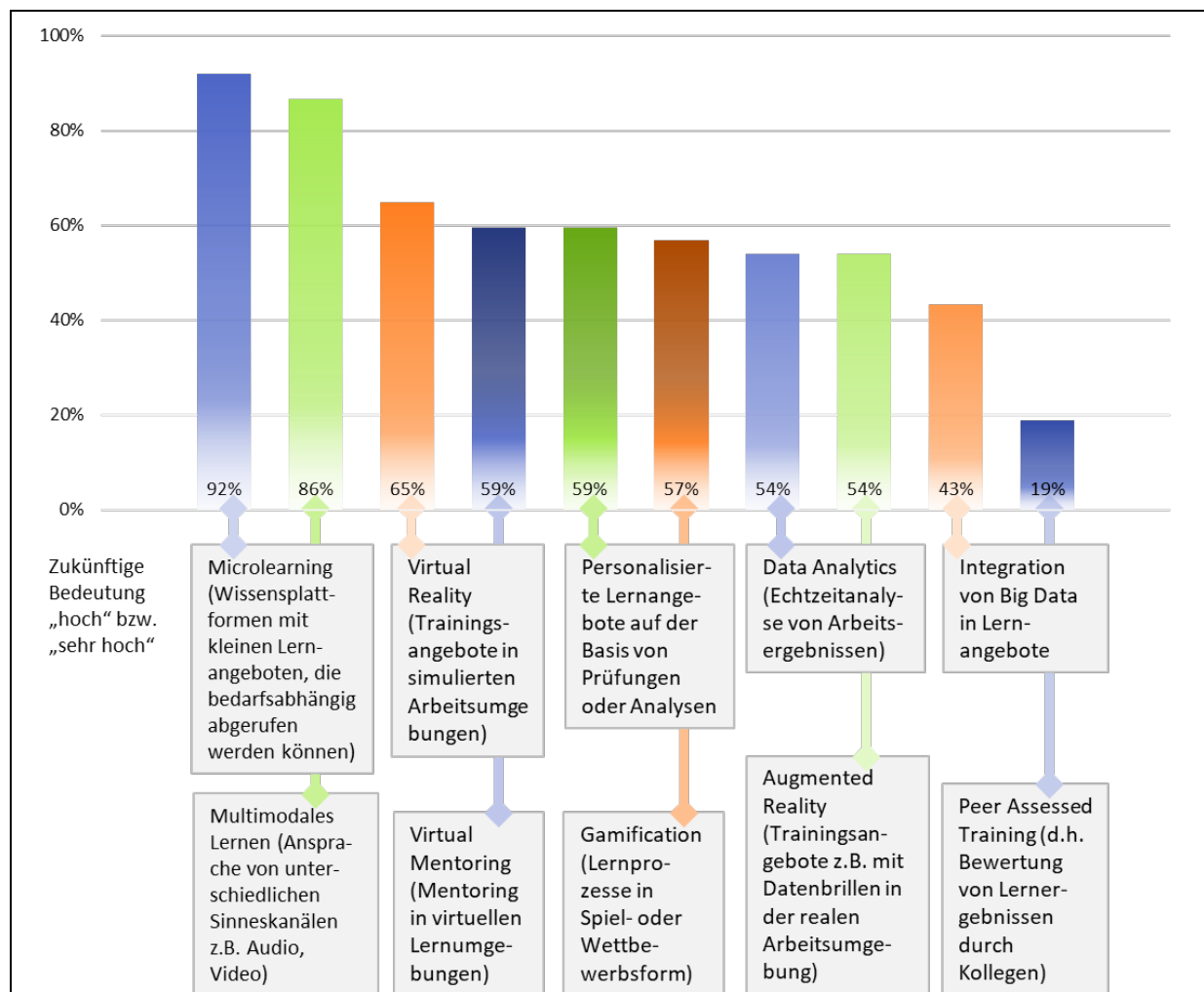


Abbildung 14: Zukünftige Bedeutung digitaler Innovationen in der betrieblichen Weiterbildung

Im Gegensatz dazu wird die Bewertung durch Kollegen aktuell noch nicht als sehr bedeutsame Innovation wahrgenommen. Insgesamt wird das Angebot der betrieblichen Weiterbildung zukünftig stark von medial aufbereiteten Angeboten geprägt sein, die von den Bildungsunternehmen bereitgestellt werden. Für die

Weiterbildungsdienstleister ergibt sich daraus die Herausforderung, dass sie selbst neben den bisherigen Schwerpunkt als Wissensdienstleister und Lernspezialist zusätzliche Kompetenzen in der Produktion und Bereitstellung medialer Angebote entwickeln müssen.

3. Kooperationen und Partnerschaften in der betrieblichen Weiterbildung

a) Kooperationen und Partnerschaften der Dienstleister für die berufliche Weiterbildung

Der Markt für betriebliche Weiterbildungsdienstleistungen ist von einem starken Wettbewerb und einer pluralen Anbieterstruktur gekennzeichnet. Strategische Partnerschaften und Kooperationen spielen in diesem Marktumfeld eine große Rolle. Für die Weiterbildungsanbieter im Wuppertaler Kreis hat die Kooperation mit Anbietern von Lern- und Wissensplattformen aktuell hohe Bedeutung.

<i>Wie schätzen die Weiterbildungsdienstleister die Bedeutung und Chancen der Kooperation mit folgenden Partnern ein?</i>	unwichtig	weniger wichtig	neutral	eher wichtig	sehr wichtig
Staatliche Hochschulen / Universitäten	5%	14%	27%	38%	16%
Private Hochschulen	8%	5%	41%	27%	19%
Anbieter von Lern- und Wissensplattformen	0%	0%	8%	65%	27%
Mediendienstleister / Produktionsfirmen	0%	8%	30%	38%	24%
Personaldienstleister / Personalvermittler	11%	38%	32%	19%	0%
Fach- und Wirtschaftsverbände	0%	11%	16%	54%	19%
Unternehmensberatungen	8%	41%	35%	16%	0%
Verlage und Medienanbieter	8%	22%	35%	32%	3%
Software- und Technologieanbieter	0%	3%	19%	54%	24%
Bildungsdienstleister in anderen Ländern	11%	24%	38%	27%	0%
Bildungsdienstleister mit anderen Branchenschwerpunkten	3%	16%	49%	30%	3%

Tabelle 13: Kooperationspartnerschaften in der betrieblichen Weiterbildung

Der hohe Innovations- und Digitalisierungsdruck, der sich in der COVID-19-Pandemie gegenüber dem Vorjahr erheblich verstärkt hat, rückt auch den Bedarf an Kooperation mit Software- und Technologieanbietern sowie Mediendienstleistern und Produktionsfirmen in den Vordergrund. Die Bedeutung von Kooperationen mit Fach- und Wirtschaftsverbänden als traditionell wichtiger Partner für die Weiterbildungseinrichtungen der Wirtschaft bleibt weiterhin hoch. Im Vergleich dazu wird die Bedeutung von Kooperationspartnerschaften mit Unternehmensberatungen und Personaldienstleistern nur von einem geringeren Teil der Weiterbildungsdienstleister als wichtig eingeschätzt.

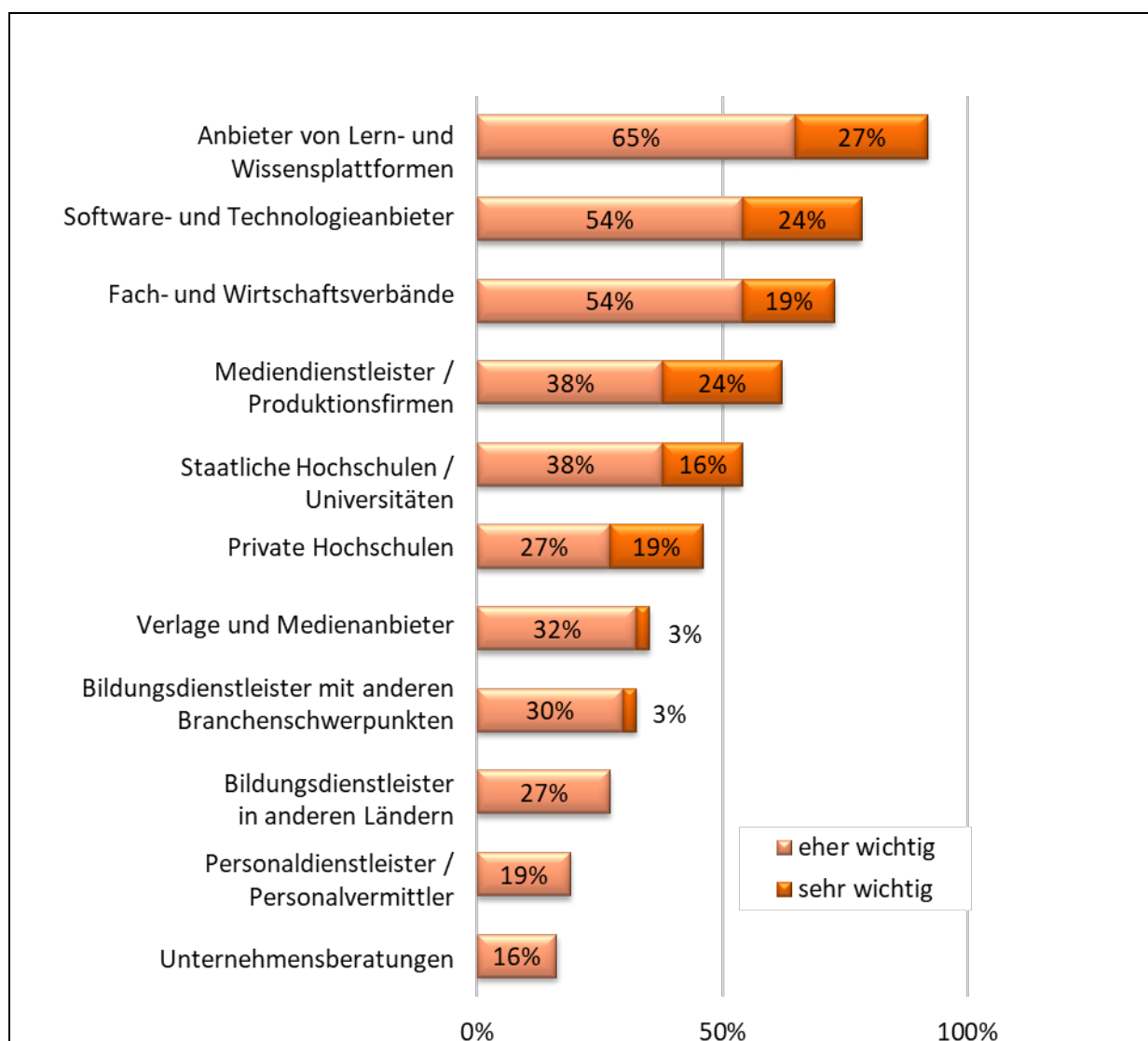


Abbildung 15: Bedeutung und Chancen von Kooperationspartnerschaften in der betrieblichen Weiterbildung

b) Weiterbildungsplattformen und Weiterbildungsdatenbanken

Die digitale Entwicklung stellt Lern- und Wissensplattformen als zentrale Infrastrukturen sowohl in der internen Weiterbildung als auch als Vermarktungsplattform für offene Weiterbildungsangebote in den Fokus. Es ist nach überwiegender Einschätzung der Weiterbildungsdienstleister damit zu rechnen, dass digitale Plattformen zukünftig ein bedeutender Vertriebsweg für Weiterbildungsdienstleistungen sein werden.

Wie schätzen die Weiterbildungsdienstleister folgende Thesen zu Weiterbildungsplattformen ein?	stimme nicht zu	stimme eher nicht zu	neutral	stimme eher zu	stimme zu
Digitale Plattformen sollten Teilnehmer-Bewertungsfunktionen bereitstellen.	5%	8%	24%	35%	27%
Digitale Plattformen sollten nicht nur Marktplätze sein, sondern unmittelbar digitale Lernangebote technisch bereitstellen.	5%	14%	14%	41%	27%
Digitale Plattformen sollten immer auch Buchungsfunktionen enthalten.	3%	8%	22%	38%	30%
Eine zentrale staatliche Plattform wird die Beteiligung an beruflicher Weiterbildung erhöhen.	46%	22%	16%	14%	3%
Es sollte eine Vielfalt branchen- und zielgruppenorientierter Plattformen erhalten bleiben.	0%	3%	16%	46%	35%
Weiterbildungsdienstleister sollten ihre Unabhängigkeit von Plattformanbietern bewahren.	0%	3%	14%	43%	41%
Digitale Plattformen sind in naher Zukunft der dominierende Vertriebsweg für Weiterbildungsangebote.	0%	19%	16%	46%	19%
Große Mediendienstleister wie z.B. Amazon, Google werden den Markt für Bildungsplattformen beherrschen.	5%	14%	49%	27%	5%

Tabelle 14: Einschätzung zur Entwicklung verschiedener Typen von Bildungsplattformen

Die Weiterbildungsdienstleister sprechen sich dabei mehrheitlich dafür aus, dass es weiterhin eine Vielfalt branchen- und zielgruppenorientierter Plattformen geben soll und erteilen damit einer Zentralisierung in einer staatlichen Plattform, wie sie zum Teil

von Seiten der Politik vorgeschlagen wurde, eine Absage. Sie halten darüber hinaus mehrheitlich auch den Aufbau einer staatlichen Weiterbildungsplattform für berufliche Weiterbildungsangebote für keinen erfolversprechenden Weg, um die Beteiligung an beruflicher Weiterbildung zu erhöhen. Den Weiterbildungsdienstleistern ist es darüber hinaus besonders wichtig, dass sie als Wissensunternehmen unabhängig von den Plattformanbietern bleiben. Sie rechnen nicht damit, dass große Mediendienstleister wie z.B. Amazon oder Google den Markt für Bildungsplattformen beherrschen werden, sondern gehen davon aus, dass auch für Plattformen die branchen- und zielgruppenspezifische Pluralität der Weiterbildung erhalten bleibt.

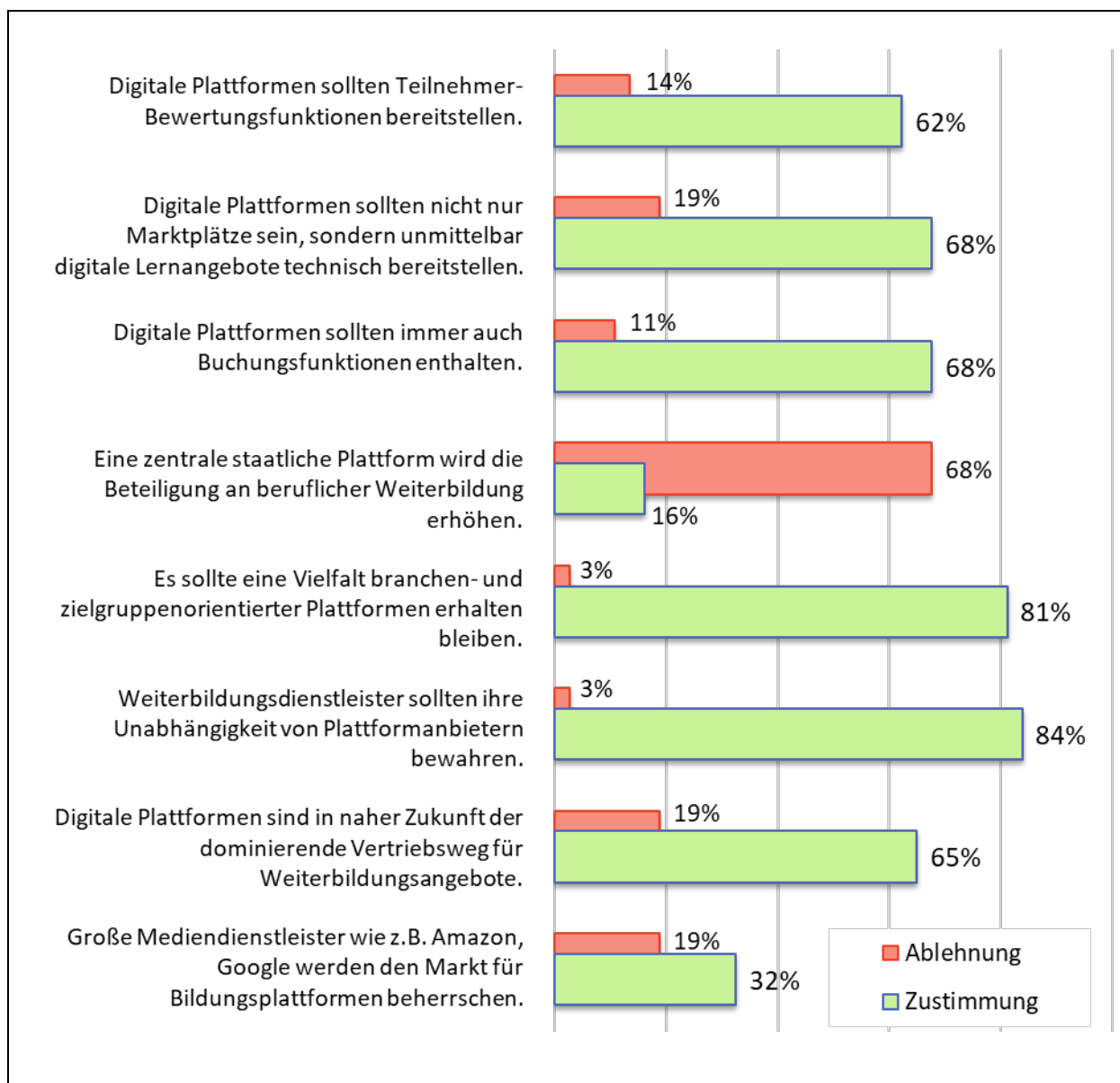


Abbildung 16: Einschätzung zur Entwicklung verschiedener Typen von Bildungsplattformen

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 als Weiterbildungsdienstleister in diesem Bereich tätig.

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

Die gute wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland und eine gute Lage auf dem Arbeitsmarkt hatte in den vergangenen Jahren eine Konsolidierung des Umsatzes und der Anbieterstruktur im Bereich der arbeitsmarktpolitischen Maßnahmen bewirkt. Die Weiterbildungsdienstleister erwarten für das laufende Jahr leicht steigende Umsätze. Hintergrund ist die Erwartung, dass aufgrund der wirtschaftlichen Folgen der COVID-19-Pandemie steigende Arbeitslosenzahlen einen zusätzlichen Bedarf an Qualifizierungen in diesem Bereich erfordern. Ebenso wird absehbar der Strukturwandel in den Betrieben und die Digitalisierung auch die Weiterbildungsnachfrage in der geförderten Beschäftigtenqualifizierung erhöhen.

<i>Entwicklung des Umsatzes</i>	Umsatzrückgang	gleich bleibender Umsatz	Umsatzwachstum	nicht im SGB-Bereich tätig bzw. k.A.
Anteil der Institute	27,0%	8,1%	5,4%	59,5%

<i>Eingesetztes hauptamtliches Personal</i>	Personalabbau	gleich bleibender Personalstand	Personalzuwachs	nicht im SGB-Bereich tätig bzw. k.A.
Anteil der Institute	16,2%	18,9%	2,7%	62,2%

<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 Institute	5,4%	32,4%	0,0%	62,2%

Tabelle 15: Für 2020 erwartete Entwicklung von Umsatz, Personal und Standorten im SGB-Bereich

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

Ein Schwerpunkt der Maßnahmen zur Arbeitsmarktförderung bei den Mitgliedern des Wuppertaler Kreises, die in diesem Bereich tätig sind, bildet die Berufliche Weiterbildung. Aufgrund des weiterhin bestehenden Fachkräftemangels sowie der Herausforderungen des Strukturwandels im Zuge der Digitalisierung ist davon auszugehen, dass Betriebe verstärkt die Möglichkeiten der geförderten Weiterbildung nach dem Qualifizierungschancengesetz nutzen werden.

Im Jahr 2020 könnten aufgrund der wirtschaftlichen Folgen der COVID-19-Pandemie auch die Optionen zur Weiterbildung während der Kurzarbeit stärker genutzt werden, wenn der Infektionsschutz gewährleistet ist. Die Rahmenbedingungen für berufliche Weiterbildung wurden im Frühjahr 2020 mit dem Gesetz zur Förderung der beruflichen Weiterbildung im Strukturwandel und zur Weiterentwicklung der Ausbildungsförderung („Arbeit-von-morgen-Gesetz“) deutlich verbessert.

Welche Maßnahmen der Arbeitsmarktförderung (Bedarflagen nach SGB III) haben Sie durchgeführt?	2019 durchgeführt	Entwicklung 2019 im Vergleich zu 2018			Umsatzerwartungen für 2020		
	ja	gestiegen	gleich geblieben	gesunken	steigen	bleiben gleich	sinken
Beratung und Vermittlung	22%	8%	11%	3%	0%	11%	11%
Aktivierung und berufliche Eingliederung	24%	8%	14%	3%	8%	3%	14%
Berufswahl und Berufsausbildung	27%	11%	11%	5%	3%	11%	14%
Berufliche Weiterbildung	43%	19%	16%	8%	8%	16%	19%
Aufnahme einer Erwerbstätigkeit	16%	3%	14%	0%	5%	3%	8%
Verbleib in Beschäftigung	22%	8%	14%	0%	11%	3%	8%
Teilnahme behinderter Menschen am Arbeitsleben	22%	8%	11%	3%	0%	11%	11%

Tabelle 16: Entwicklung einzelner Angebotsformen im Bereich der nach SGB geförderten Maßnahmen

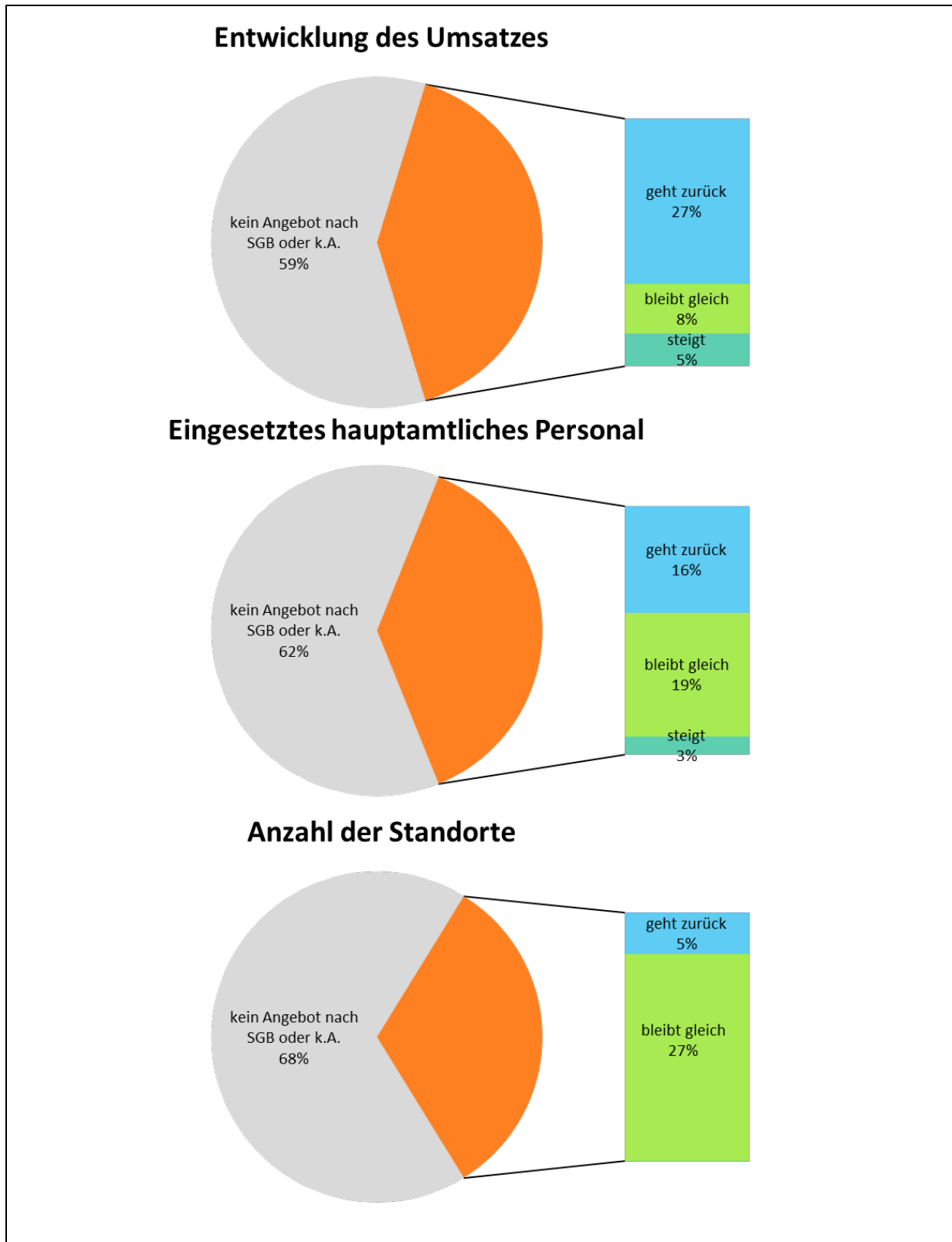


Abbildung 17: Entwicklung von Umsatz, hauptamtlichem Personal und Standorten im Bereich SGB