Betriebliche Weiterbildung in Österreich

Band II:

Strukturen und Entwicklungen des überbetrieblichen Weiterbildungsmarktes

Dr. Norbert Kailer

Forschungsbericht 68

Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft

INSTITUT FÜR BILDUNGSFORSCHUNG DER WIRTSCHAFT

Betriebliche Weiterbildung in Österreich

Band II:

Strukturen und Entwicklungen des überbetrieblichen Weiterbildungsmarktes

von

Dr. Norbert Kailer

EDV-Auswertung: Mag. Manfred Steiner

Wien 1990

2. überarbeitete Auflage 1990

3. Auflage 1990

ISBN 3 900671 28 1

© 1989 by Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft, Wien

Medieninhaber und Herausgeber: ibw – Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft
(Dr. Johann Steinringer), 1010 Wien
Satz und Layout: Andreas Marchesani, 1130 Wien
Hersteller: Offset-Schnelldruck Anton Riegelnik, 1080 Wien

Inhaltsverzeichnis

	Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	5
I.	Einleitung und Übersicht über die Teiluntersuchungen	7
II.	Informationsdefizit oder Überinformation?	10
1.	Mögliche Ursachen des "Informationsdefizits"	11
2.	Wie reagieren Nachfrager und Anbieter auf dieses "Informationsproblem"?	13
III.	Strukturen und Entwicklungstendenzen	15
1.	Einleitung	15
1.1	Ausgangspunkt	15
1.2	Haupttrends am Weiterbildungsmarkt	15
2.	Strukturdaten der Weiterbildungsträger	19
2.1	Kundenstruktur der Weiterbildungsträger nach Unternehmensgröße	19
2.2	Kundenstruktur der Weiterbildungsträger nach der Höhe der Gesamt-Weiterbildungskosten der Unternehmen	20
2.3	Zusammenarbeit der Unternehmen mit Weiterbildungsträgern nach Sektionen	21
2.4	Kundenstruktur pro Weiterbildungsinstitution nach Sektionen	23
3.	Entwicklungstendenzen	23
3.1	Unternehmen mit Änderungen in der betrieblichen Weiterbildung in den letzten drei Jahren	23
3.2	Unternehmen mit Weiterbildungsverantwortlichen	25
3.3	Unternehmen mit Organisationsentwicklungs-Erfahrung	26
3.4	Unternehmen mit Marktüberblick	27
4.	Datengrundlage und Aussagekraft der Daten	30
IV.	Ergebnisse einer Angebotsanalyse	32
1.	Einleitung	32
1.1	Ausgangspunkt der Erhebung	32
1.2	Zur Vorgangsweise	33
2.	Entwicklungstrends des Weiterbildungsangebotes	34
2.1	Trend: Das Weiterbildungsangebot nimmt zu	34
2.2	Trend: Qualitative Veränderung des Angebotes	36
2.2.1	Neue Veranstaltungsformen	36
2.2.2	Neue Organisationsformen des Lernens	37

3. Trends in der Fachliteratur 39

V. Herausforderungen für Weiterbildungsträger 41

VI. Zusammenfassung 45

VII. Summary 49

VIII. Literatur- und Quellenverzeichnis 53

IX. Anhang 57

1. Ausgewählte Tabellen 57

2. Fragebogen 75

Zum Autor 85

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

II. Informationsdefizit oder Überinformation?

Tab. II-1 Von Unternehmen für interne oder externe Weiterbildung herangezogene Weiterbildungsträger 10
Tab. II-2 Probleme der Information über das Weiterbildungsangebot 11

III. Strukturen und Entwicklungstendenzen

Tab. III-1 Von Unternehmen für interne oder externe Weiterbildung herangezogene Weiterbildungsträger (Gesamtdarstellung) 16
Tab. III-2 Kooperation mit WIFI und/oder BFI 17
Tab. III-3 In Anspruch genommene Weiterbildungsträger (nach Gruppen) 17
Tab. III-4 Anteil von Großunternehmen an den Kunden pro Weiterbildungsinstitution 20
Tab. III-5 Ausmaß der Kooperation mit Weiterbildungsträgern 22
Tab. III-6 Zusammenarbeit von Unternehmen mit neuen externen Trainern und Beratern mit Weiterbildungsinstitutionen 24
Tab. III-7 Zusammenarbeit von Unternehmen mit methodisch-didaktischen Änderungen mit Weiterbildungsinstitutionen 25
Tab. III-8 Zusammenarbeit von Unternehmen mit Organisations-entwicklungs-Erfahrung mit Weiterbildungsinstitutionen 26
Tab. III-9 Zusammenarbeit mit Weiterbildungsträgern nach Ausmaß des Marktüberblicks 27

IX. Anhang: Ausgewählte Tabellen

Tab. A-1 Zusammen auftretende Nennungen von Weiterbildungs-institutionen durch Unternehmen (Assoziationskoeffizient Cramer's V) 57
Abb. A-1 Grafik zu Tab. A-1: In Anspruch genommene Weiterbildungsinstitutionen 58
Tab. A-2a Kundenstruktur der Weiterbildungsinstitutionen nach Unternehmensgröße 59
Tab. A-2b In Anspruch genommene Weiterbildungsinstitutionen nach Unternehmensgröße 60
Tab. A-3 Kundenstruktur der Weiterbildungsinstitutionen nach Höhe der Gesamt-Weiterbildungskosten der Unternehmen 61
Tab. A-4 Nennung der Weiterbildungsinstitutionen durch Unternehmen mit geringen Weiterbildungskosten (bis 50.000 öS) bzw. mit hohen Weiterbildungskosten (über 1 Mio. öS jährlich) 62
Tab. A-5 Zusammenarbeit mit Weiterbildungsinstitutionen pro Sektion . . . 63
Tab. A-6 Kundenstruktur nach Sektionen je Weiterbildungsinstitution 64

Tab. A-7a Zusammenarbeit von Unternehmen mit Weiterbildungsinstitutionen je Branche 65
Tab. A-7b Kundenstruktur nach Branchen je Weiterbildungsinstitution 66
Tab. A-8a In Anspruch genommene Weiterbildungsinstitutionen je Subgruppe von Unternehmen mit Änderungen in der betrieblichen Weiterbildung der letzten drei Jahre 67
Tab. A-8b Tabelle der Differenzen zur Grundgesamtheit zu Tab. A-8a 68
Tab. A-9 Zusammenarbeit von Weiterbildungsinstitutionen mit Unternehmen mit/ohne definierten Weiterbildungsverantwortlichen 69
Tab. A-10 Weiterbildung der Unternehmen durch Weiterbildungsinstitutionen nach Erfahrungen des Unternehmens mit Organisationsentwicklung 70
Tab. A-11 KEBÖ-Teilnehmerstatistik 71
Tab. A-12 Kostenträger der Fortbildung nach Geschlecht und Veranstalter (Mikrozensus 1982) 72
Tab. A-13 Kosten der Fortbildung nach Geschlecht und Veranstalter (Mikrozensus 1982) 73

Teil I

Einleitung und Übersicht über die Teiluntersuchungen

Am Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft wird seit 1986 – mit Förderung durch den Jubiläumsfonds der Oesterreichischen Nationalbank – das Forschungsprojekt "Betriebliche Weiterbildung in Österreich" durchgeführt. Im Rahmen dieses Projektes wird das Weiterbildungsverhalten österreichischer Unternehmen untersucht, wobei sowohl firmeninterne Aktivitäten als auch die Zusammenarbeit mit externen Weiterbildungsträgern berücksichtigt werden.

Die Hauptziele des Projektes

- Analyse der Strukturen und Rahmenbedingungen der betrieblichen Weiterbildung in Österreich
- Herausarbeiten von die betriebliche Weiterbildung hemmenden und fördernden Einflußgrößen
- Darstellung der verschiedenen Organisationsformen betrieblicher Weiterbildung
- Analyse des überbetrieblichen Weiterbildungsmarktes und der Kooperationsformen zwischen Unternehmen und Weiterbildungsträgern
- Herausarbeitung der Entwicklungstrends der betrieblichen Bildungsarbeit
- Vergleich der Weiterbildungsformen in verschiedenen Unternehmensgrößen und Branchen und Ableitung von Schlußfolgerungen zur Gestaltung der Weiterbildungsarbeit

Das Forschungsprojekt besteht aus folgenden *Teilen*:

- Vergleichende Analyse in- und ausländischer Forschungsergebnisse (Auswertung von Forschungsprojekten)
- Durchführung einer österreichweiten Fragebogenerhebung bei den 10.000 größten Unternehmen Österreichs
- Durchführung einer Interviewserie bei Experten und Unternehmen
- Publikation von Beispielen innovativer Bildungsarbeit und von betrieblichen Bildungskonzeptionen

- Inhaltsanalyse des überbetrieblichen Weiterbildungsangebotes bezüglich neuer Entwicklungstendenzen und Kooperationsformen

Wichtige *Merkmale des gewählten Forschungsansatzes* sind:

- Einbeziehung nicht nur der seminar- und kursmäßigen, sondern auch der nicht-organisierten Lernformen (z. B. Selbstlernmaterialien und Fernstudien, Computergestützter Unterricht, selbstgesteuertes Lernen)
- Untersuchung über alle Betriebsgrößen hinweg, d. h. Einbeziehung auch der Unternehmen unter 100 Mitarbeitern
- spezielle Untersuchung von Aufgabenbereich, Rolle und Person der Weiterbildungsbeauftragten im Unternehmen als wichtigen Einflußfaktor auf die Gestaltung der Weiterbildung

Ein Kernstück des Forschungsprojektes bildet die schriftliche Unternehmensbefragung, die in Form einer Vollerhebung bei den 10.000 größten Unternehmen Österreichs Ende 1987 durchgeführt wurde.

Insgesamt konnten 1.100 Fragebögen von Unternehmen in die Auswertung einbezogen werden, in denen die Unternehmen auch Auskunft über ihre Zusammenarbeit mit überbetrieblichen Weiterbildungsanbietern gaben.[1]

Damit können Aussagen über die Weiterbildungsarbeit der Unternehmen mit mehr als 20 Mitarbeitern getroffen werden. Diese Gruppe umfaßt über 14.000 Unternehmen mit mehr als 1,3 Millionen unselbständig Beschäftigten.

Im Rahmen des Projektes wurden auch zwei Reader mit theoretischen Beiträgen und Fallstudien zur Weiterbildungsarbeit und Unternehmensentwicklung veröffentlicht[2]: Band I beschäftigte sich mit Fragen des Organisationslernens, Band II konzentrierte sich auf neue Formen des Lehrens und Lernens, wobei auch neue Formen der Kooperation zwischen Weiterbildungsträgern und Unternehmen dargestellt werden.[3]

Parallel zur Fragebogenerhebung wurde auch eine Analyse des beruflich orientierten Weiterbildungsangebotes in Form einer Inhaltsanalyse von Weiterbildungsangeboten in Tages- und Fachzeitschriften durchgeführt.

Der vorliegende Forschungsbericht wertet diese beiden Erhebungen speziell in Hinsicht auf Strukturen und Entwicklungen des unternehmensexternen Weiterbildungsmarktes aus.

---

1 KAILER N., Betriebliche Weiterbildung – Entwicklungstendenzen in österreichischen Unternehmen, Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft (Hrsg.), Wien, September 1988 (2. Auflage).

2 KAILER N. (Hrsg.), Neue Ansätze der betrieblichen Weiterbildung in Österreich, Band I: Organisationslernen, ibw-Forschungsbericht Nr. 53, Wien 1988 (3. Auflage), Band II: Neue Organisationsformen des Lehrens und Lernens, ibw-Forschungsbericht Nr. 54, Wien 1988 (2. Auflage).

3 Siehe dazu insbesondere die Beiträge von PIBER und SOHM in Band I und von KAILER und PETERMANDL in Band II.

Aufbau des Berichtes

Teil I gibt einen kurzen Überblick über das Projekt und seine Ziele.

Teil II beschäftigt sich mit dem "Informationsdefizit" bezüglich externer Weiterbildungsangebote und möglicher Ursachen sowohl seitens der Unternehmen als auch der Weiterbildungsanbieter. Wie kommt es, daß einerseits ein Informationsdefizit verspürt wird, andererseits aber quasi "überinformiert" wird?

Bei Teil III handelt es sich um eine Auswertung der Fragebogenerhebung, und zwar speziell bezogen auf die Zusammenarbeit mit externen Anbietern. Der Fokus der Untersuchung liegt auf den Strukturen und Entwicklungen des Weiterbildungsmarktes, in erster Linie auf Institutsebene: Welche Unternehmen bzw. -gruppen arbeiten mit welchen Weiterbildungsträgern zusammen?

Diese Ergebnisse werden durch die qualitativen Informationen aus der Annoncen-analyse des Teiles IV ergänzt: Welche Änderungen gibt es bei den Formen der Kooperationen im Bereich der Weiterbildung? Welche neuen Veranstaltungstypen, welche Lehr- und Lernformen werden von den Weiterbildungsträgern angeboten?

Aufbauend auf diese Informationen und Tendenzen in der Fachliteratur werden in Teil V kurz einige Arbeitsbereiche für Weiterbildungsträger skizziert, die künftig verstärkt an Bedeutung gewinnen werden.

Teil VI faßt die Ergebnisse nochmals zusammen.

Teil II

Informationsdefizit oder Überinformation?

Der Markt überbetrieblicher berufsorientierter Weiterbildung wird in Österreich von wenigen Veranstaltern dominiert.

Österreichische Unternehmen mit mehr als 20 Mitarbeitern arbeiten vor allem mit folgenden Weiterbildungsinstitutionen zusammen (Tab. II-1):

Tabelle II-1:
Von Unternehmen für interne oder externe Weiterbildung herangezogene Weiterbildungsträger

Wirtschaftsförderungsinstitut (WIFI)	91 %
inländische Berater-/Trainer(gruppen)	41 %
Österr. Zentrum für Produktivität und Wirtschaftlichkeit (ÖPWZ)	35 %
Berufsförderungsinstitut (BFI)	32 %
Hernstein Institut für Unternehmensführung	29 %
Österr. Akademie für Führungskräfte (ÖAF)	29 %
ausländische Berater-/Trainer(gruppen)	24 %
Arbeiterkammer / Österr. Gewerkschaftsbund	20 %
andere Weiterbildungsträger	17 %
Sprachinstitute	17 %
Universitätsinstitute, Uni-Außeninstitute	17 %

Quelle: ibw-Erhebung 1988
Insgesamt 1.109 Unternehmen (Mehrfachnennungen)
(Anmerkung: Nur Werte über 15 % sind ausgewiesen)

Die führende Rolle der Wirtschaftsförderungsinstitute als Kooperationspartner in der beruflichen Weiterbildung wird auch durch die Ergebnisse des Mikrozensus des ÖStZA (1985, S. 178; Daten aus dem Jahr 1982) unterstrichen.

Wenn auch in den letzten Jahren ein stärkeres Ansteigen der Anzahl der Anbieter (insbesondere Kleininstitute, Trainergruppen, Hersteller und Händler) zu beobachten ist, könnte man trotzdem noch immer – verglichen z. B. mit der Situation in der BRD – von einer hohen Markttransparenz bezüglich des Weiterbildungsangebotes ausgehen.

Entgegen dieser Annahme berichten jedoch Unternehmen häufig einerseits von einer Überflutung mit Seminarprospekten, andererseits von einem Informationsdefizit über das externe Angebot. Die Häufigkeit der Nennung von Informationsproblemen hängt insbesondere mit der Unternehmensgröße zusammen (Tab. II-2):

Tabelle II-2:
Probleme der Information über das Weiterbildungsangebot

Anzahl der Mitarbeiter	"es gibt für uns kein entsprechendes externes fachliches Angebot" sehen als "eher große" Schwierigkeit	
	absolut	in Prozent
20 – 49	445	15 %
50 – 99	210	14 %
100 – 499	285	11 %
500 – 999	85	2 %
1.000 und mehr	66	8 %

Quelle: ibw-Erhebung 1988
Insgesamt 1.091 Unternehmen (100 % = Zeilensumme)
(Anmerkung: Nur die "eher groß"-Antworten sind ausgewiesen)

1. Mögliche Ursachen des "Informationsdefizits"

Insbesondere bei kleineren Unternehmen wirken sich folgende Probleme negativ auf die Intensität der Informationssuche aus (vgl. KAILER u. a. 1985, KRAUS u. a. 1985):

- **Arbeitsüberlastung ...**

  Je höher die subjektiv empfundene Arbeitsbelastung, desto untergeordneter wird die Aufgabe eingeschätzt, sich einen Überblick über das Weiterbildungsangebot zu verschaffen. Insbesondere im Kleinbetrieb führt dies dazu, daß der Bildungsplanung und -information überhaupt kein Augenmerk geschenkt wird ("das Tagesgeschäft geht vor").

- **Fehlende Zielvorstellungen ...**

  Je mehr konkrete Unternehmensziele und langfristige Überlegungen fehlen, desto weniger konkrete Vorstellungen werden entwickelt, welchen Nutzen Weiterbildung denn eigentlich bringen könnte. Auch fehlendes Problembewußtsein bezüglich möglicher Marktnischen, notwendiger Umstrukturierungen und sich abzeichnender technischer und wirtschaftlicher Entwicklungen führt dazu, daß ein Qualifikationsbedarf kaum wahrgenommen wird. Dadurch gibt es scheinbar keine Notwendigkeit, sich laufend über das Weiterbildungsangebot zu informieren. Tritt für das Unternehmen dann tatsächlich ein Weiterbildungsbedarf auf, entsteht dann das Problem, kurzfristig Informationen über Bildungsangebote zu beschaffen bzw. überhaupt Weiterbildung als Beitrag zur Problemlösung zu akzeptieren.

- **Informationsüberflutung ...**

  Informationsdefizite entstehen einerseits durch zuwenig detaillierte Informationen in den Unterlagen, andererseits durch zuviel Informationsmaterial: wöchentlich einlangende Massenaussendungen oder umfangreiche Seminarübersichten werden nicht mehr auf ihre Relevanz hin geprüft.
  Der Eindruck einer "Prospektüberflutung" tritt insbesondere mit steigender Unternehmensgröße und Weiterbildungsintensität auf (so arbeitet z. B. ein Drittel der befragten Unternehmen mit mehr als fünf Institutionen zusammen und ist auch in deren mailing-list eingebunden).

Weitere Problemursachen liegen jedoch auch auf der Seite der Weiterbildungsanbieter:

- **Breite Vermarktung ähnlicher Angebote ...**

  Da gerade die größeren Weiterbildungsinstitute in ihrer Werbestrategie meist auf Massenaussendungen setzen und Veranstaltungen mit relativ ähnlichen Titeln anbieten (Mitarbeiterführung, Rhetorik, Managementtechniken usw.), erhalten Unternehmen laufend eine Vielzahl von Angeboten, ohne aufgrund der gebotenen schriftlichen Informationen Besonderheiten der einzelnen Programme und damit Aussagen über ihre Relevanz ableiten zu können. Gerade Unternehmen ohne Weiterbildungserfahrung werden durch die Vielfalt von Angeboten (z. B. verschiedene Management-, Führungs- und Kommunikationstheorien und -modelle) verwirrt.

- **Zuwenig Detailwissen über Veranstaltungen ...**

  Auch Veranstaltungsorganisatoren fehlt unter Umständen bei gezielten Nachfragen von Interessenten das inhaltliche Detailwissen, wenn Veranstaltungen nicht von hausinternen Trainern abgehalten werden.

- **Umfassende Weiterbildungsberatung fehlt ...**

  Es fehlen zentrale Auskunftsstellen über das gesamte beruflich orientierte Weiterbildungsangebot. Dies könnte praktisch nur in Form einer ständig aktualisierten Datenbank geschehen. "Seminarführer", die zumindest Veranstalter und ihre inhalt-

lichen Schwerpunkte für das deutschsprachige Gebiet zusammenstellen, werden in österreichischen Unternehmen nur wenig genützt.

- Die Angebotspalette ist zu eng ...

  Es dominieren Veranstaltungen in Seminarform, der restlichen Palette möglicher Bildungs- und Entwicklungsmaßnahmen bzw. einer Erweiterung der Veranstaltungstypen über Blockseminare und Lehrgänge hinaus wird noch relativ wenig Augenmerk geschenkt.

2. Wie reagieren Nachfrager und Anbieter auf dieses "Informationsproblem"?

Eine für die Unternehmen zuwenig informative Gestaltung der Seminarprospekte ("zu viele Prospekte mit zuwenig Inhalt") führt dazu, daß entweder überhaupt von Weiterbildung Abstand genommen wird oder oft sehr einfache Entscheidungskriterien für die Auswahl von Seminaren angelegt werden: Die Entsendung auf ein Seminar erfolgt z. B. "aufgrund des passenden Seminartitels", d. h. eine weitergehende Suche nach Angeboten bzw. zusätzlichen Detailinformationen wird vernachlässigt.

Als Reaktion auf diese Probleme und zur Vermeidung negativer Auswirkungen auf das eigene Image ("Bauchladeninstitut") versuchen die meisten Weiterbildungsträger verstärkt eine differenzierte Kundenansprache.

Dazu gehören in erster Linie:

- eine Verbesserung des EDV-gestützten Adreßmaterials durch updating der Kunden- und Interessentendatei (Adreßkorrektur, Interessensprofile) und
- eine geänderte Aussendestrategie: Aussendung nur mehr von Jahres- oder Quartalsübersichten, wobei der Interessent Detailprogramme gesondert anfordern muß
- andere Ansprechstrategien für Interessenten, z. B.:
  - Werbung über andere Kanäle, wie z. B. Annoncen in Tages- und Fachzeitschriften, BTX/Teletext
  - Spezialinformationen für Bildungsverantwortliche
  - Information über eine Institutszeitschrift
  - Angebot persönlicher Bildungsberatung
  - gezielte Ansprache von gate-keepers in Sachen Weiterbildung (z. B. Top Management, Betriebsrat)

Da dieses "Informationsproblem" auch eng mit der Einstellung gegenüber Weiterbildung zusammenhängt, ist es mit einer Verbesserung der schriftlichen Informationsunterlagen allein sicherlich nicht getan. Als Abhilfemaßnahme erscheinen vor allem Akti-

vitäten im Bereich der Bildungsberatung zielführend (vgl. z. B. WACK 1980, KLEVENOW 1980, KAILER 1987).

So könnten z. B. von den Weiterbildungsträgern Anlaufstellen für die Beratung von weiterbildungsinteressierten Unternehmen und von Einzelpersonen eingerichtet werden, wobei sinnvollerweise eine organisatorische Trennung erfolgen sollte (vgl. KAILER 1988 f).
Die Dienstleistungen für Unternehmen könnten z. B. (Bildungs)-Bedarfserhebungen, Organisationsdiagnosen, Mithilfe bei der Weiterbildungsplanung bzw. bei der Förderung der Umsetzung umfassen. Für Einzelpersonen wären individuelle Informations- und Beratungsgespräche bzw. Veranstaltungen sinnvoll, in denen individuelle Weiterbildungsmotive und -ziele herausgearbeitet oder Lernprobleme thematisiert werden können.
Diese Stelle könnte auch eine Lernbörsen-Funktion beim Zusammenführen weiterbildungsinteressierter Unternehmen bzw. Lernpartner übernehmen.

Teil III

Strukturen und Entwicklungstendenzen

1. Einleitung

1.1 Ausgangspunkt

Im Rahmen der Erhebung des Weiterbildungsverhaltens österreichischer Unternehmen wurde auch nach Zusammenarbeit mit Institutionen der berufsorientierten Weiterbildung gefragt (Frageformulierung: "Durch welche Weiterbildungsinstitutionen sind Angehörige des Unternehmens intern oder extern weitergebildet worden?").

Der Fokus des vorliegenden Untersuchungsteiles liegt auf der Herausarbeitung von Strukturen und Entwicklungen des Weiterbildungsmarktes in erster Linie auf Institutionsebene ("Welche Weiterbildungsinstitutionen arbeiten mit welchen Unternehmensgruppen zusammen, und welche Entwicklungen sind hier zu beobachten?").

Einer zweiten Fragestellung ("Welche Änderungen gibt es bei den Formen der Kooperation?") wird in der qualitativen Inhaltsanalyse (Teil IV) nachgegangen.

1.2 Haupttrends am Weiterbildungsmarkt

Die 1.109 antwortenden Unternehmen (mit mehr als 20 Mitarbeitern) nennen insgesamt 4.428 in Anspruch genommene Weiterbildungsträger, d. h. durchschnittlich vier pro Unternehmen, wobei die durchschnittliche Anzahl der Nennungen mit der Unternehmensgröße steigt.

Eine Analyse nach gemeinsam auftretenden Nennungen (Anhang, Tab. A-1) zeigt im wesentlichen zwei große Gruppen:

- Anbieter beruflich orientierter Weiterbildung (insbesondere für Lehrlinge und Fachkräfte), das sind die großen Erwachsenenbildungseinrichtungen, deren Angebote durch Händler- und Herstellerschulungen ergänzt werden, und
- Institute zur Fortbildung von Spitzenkräften. Dazu gehören insbesondere die Mitglieder der ARGE Management-Institute, Universitätsinstitute, Sprachinstitute sowie Berater- und Trainergruppen.

Bereits aus einer ersten Linearauszählung lassen sich einige Besonderheiten des österreichischen Weiterbildungsmarkts erkennen (Tab. III-1):

Tabelle III-1:
Von Unternehmen für interne oder externe Weiterbildung herangezogene Weiterbildungsträger

Wirtschaftsförderungsinstitut (WIFI)	91 %
Inländische Berater-/Trainer(gruppen)	41 %
Österr. Zentrum für Produktivität und Wirtschaftlichkeit (ÖPWZ)	35 %
Berufsförderungsinstitut (BFI)	32 %
Hernstein Institut für Unternehmensführung	29 %
Österr. Akademie für Führungskräfte (ÖAF)	29 %
ausländische Berater-/Trainer(gruppen)	24 %
Arbeiterkammer / Österr. Gewerkschaftsbund	20 %
andere Weiterbildungsträger	17 %
Sprachinstitute	17 %
Universitätsinstitute, Uni-Außeninstitute	17 %
Management-Institut der Industrie (MDI)	14 %
Volkswirtschaftliche Gesellschaften	13 %
Spracheninstitut / Bildungswerk der Industrie (SPIDI-BWI)	12 %
andere ausländische Institutionen	8 %
Management Center Vorarlberg (MCV)	5 %

Quelle: ibw-Erhebung 1988
Insgesamt 1.109 Unternehmen (Mehrfachnennungen)

Die wichtige Rolle der Wirtschaftsförderungsinstitute in der berufsorientierten Weiterbildung läßt sich daran erkennen, daß über 90 % der Unternehmen bereits mit den Wirtschaftsförderungsinstituten kooperiert haben. Etwa ein Drittel aller befragten Unternehmen arbeiten sowohl mit WIFIs als auch dem BFI zusammen (Tab. III-2).

Auch Management-Institute werden relativ häufig genannt. Führungskräftefortbildung wird nicht nur von Großunternehmen betrieben: So entfallen z. B. bei Hernstein fast ein Drittel, bei den Management-Instituten ÖAF, ÖPWZ und MDI fast ein Viertel ihrer Nennungen auf Unternehmen unter 100 Mitarbeitern. Sie haben auch bei kleineren Unternehmen einen beachtlichen Marktdurchdringungsgrad erreicht.
Beachtenswert ist auch die bedeutende Rolle ausländischer Anbieter (Weiterbildungs-

träger 8 %, Berater-/Trainer(gruppen) 24 %). Dies wird auch durch die Annoncenanalyse (siehe Teil IV: "Ergebnisse einer Angebotsanalyse") bestätigt.

Tabelle III-2:
Kooperation mit WIFI und/oder BFI

Die betriebliche Weiterbildung erfolgt ...	ohne BFI	mit BFI	Insges.
ohne WIFI	100	5	105
mit WIFI	650	354	1004
Insgesamt	750	359	1109

Quelle: ibw-Erhebung 1988
Insgesamt 1.109 Unternehmen

Der in den letzten Jahren verzeichnete Angebotszuwachs bei Kleinst- und Kleinanbietern zeigt sich in der häufigen Nennung von Trainer- und Beratergruppen: Inländische Gruppen 41 %, ausländische Gruppen 25 %!

Die Bedeutung dieser Entwicklung läßt sich durch eine Zusammenstellung nach Instituts-Gruppen zeigen (Tab. III-3):

Tabelle III-3:
In Anspruch genommene Weiterbildungsträger (nach Gruppen)

Institutionen der beruflich orientierten Weiterbildung (WIFI, BFI)	123 %
Management-Institute (Hernstein, ÖPWZ, ÖAF, MCV, MDI)	112 %
Sprachinstitute (SPIDI-BWI, private)	29 %
ausländische Anbieter (Institute, Beratergruppen)	32 %
Berater-/Trainer(gruppen) im In- und Ausland	65 %

Quelle: ibw-Erhebung 1988
Insgesamt 1.109 Unternehmen (Mehrfachnennungen)
(Anmerkung: Prozentwerte der einzelnen Weiterbildungsträger addiert aus Tab. III-1)

Im folgenden werden die Nennungen der Weiterbildungsinstitute zuerst global, dann an Hand ausgewählter Untergruppen von Unternehmen untersucht, um strukturelle Unterschiede und Entwicklungstendenzen feststellen zu können.

An dieser Stelle soll nochmals darauf hingewiesen werden, daß die hier behandelten Ergebnisse sich auf die Teilnahmehäufigkeit von Betrieben an Kooperationen mit externen Weiterbildungsanbietern beziehen. Das heißt, es werden damit keine Aussagen über das Ausmaß der Kooperation (z. B. Anzahl der weitergebildeten Mitarbeiter) oder die Kooperationsform (intern, extern usw.) gemacht.

Um auch über das Ausmaß der Weiterbildungsaktivitäten einen ungefähren Überblick zu bekommen, können mangels bundesweiter Weiterbildungsstatistiken zwei Quellen herangezogen werden, die allerdings nur beschränkt aussagekräftig sind.

Die KEBÖ-Teilnehmerstatistik (BMUKS 1986) basiert auf Eigenangaben der Weiterbildungsträger, wobei ein Problem darin besteht, daß die Institutsstatistiken nur beschränkt vergleichbar sind (Beispiel: Zählung von Teilnehmern oder Teilnahmen, Berücksichtigung von Kursabbrechern, Art der Definition einer Veranstaltung usw.) (siehe Anhang, Tab. A-11).

Einen weiteren Anhaltspunkt bietet der "Mikrozensus berufliche Fortbildung und Umschulung" (ÖStZA 1985, S. 179). Die hier erhobenen Teilnahmezahlen beruhen auf ca. 35.000 befragten Berufstätigen. Es ist allerdings zu berücksichtigen, daß etwa ein Drittel Fremdauskünfte (bei jüngeren Männern bis über die Hälfte Fremdauskünfte!) die Ergebnisse erheblich verzerren können. Außerdem wurde bei der Frage nach den Weiterbildungsträgern nur nach dem "subjektiv bedeutsamsten Kurs" gefragt (siehe Anhang, A-Tab. 12).

Dies zeigt sich auch in den enormen Unterschieden zwischen den Teilnehmerangaben (z. B. BFI im Mikrozensus 3.600 Teilnehmer, laut KEBÖ-Eigenangabe über 100.000, oder im Falle der Wirtschaftsförderungsinstitute: Mikrozensus (für 1981) 20.700, KEBÖ (1984) 185.000, derzeit etwa eine Viertelmillion Teilnehmer).

Jedoch zeigt sich, wenn man die Statistiken für sich betrachtet, derselbe Trend wie bei den hier referierten Daten: Der Schwerpunkt der berufsorientierten Weiterbildung liegt bei den Unternehmen selbst sowie bei den externen Trägern bei den Wirtschaftsförderungsinstituten: 60 % der Personen, die 1981/82 an Fortbildung oder Umschulung teilnahmen, gaben Betriebe bzw. die WIFIs als Veranstaltungsträger an.

Derselbe Befund zeigt sich z. B. auch bei einer groben Schätzung der privaten Weiterbildungskosten (Kursgebühren), wobei mit etwa einem Drittel der größte Anteil wiederum auf die WIFIs entfiel (KAILER 1988 g, S. 25).

2. Strukturdaten der Weiterbildungsträger

2.1 Kundenstruktur der Weiterbildungsträger nach Unternehmensgröße

Betrachtet man die Kundenstruktur der Weiterbildungsträger nach der Unternehmensgröße (Anhang, Tab. A-2a) , fällt die – der österreichischen Betriebsgrößenstruktur entsprechende – überwiegend kleinbetriebliche Klientel der WIFIs auf. Dies erklärt sich durch ihre flächendeckende Zusammenarbeit mit Unternehmen. Fast 60 % ihrer Kunden sind Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern, nur 14 % ihrer Kunden sind Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern.

Verglichen mit den WIFIs arbeitet das BFI mit eher größeren Unternehmen zusammen. Auf Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern entfallen beim BFI knapp 40 % seiner Nennungen, während jede vierte Nennung von Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern stammt.

Der Anteil von Großunternehmen fällt erwartungsgemäß bei den Management-Instituten noch deutlich ausgeprägter aus. Den Spitzenplatz nimmt das MDI ein, bei dem fast die Hälfte der Nennungen auf Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern entfällt.

Die hohen Anteile von Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern bei inländischen sowie auch ausländischen Berater- und Trainergruppen deuten darauf hin, daß die Nennungen von "Berater- und Trainergruppen" sowohl die eher kleinbetrieblich orientierten externen Fachberater als auch die eher in Großbetrieben arbeitenden Organisationsentwicklungsberater umfassen.

Überraschend hoch ist weiters der Anteil der Betriebe mit weniger als 100 Mitarbeitern bei den ausländischen Weiterbildungsinstitutionen: Er liegt sowohl bei ausländischen Berater- und Trainergruppen als auch bei ausländischen Weiterbildungsinstitutionen jeweils über 40 %. Da eher wenige ausländische Weiterbildungsträger in Österreich überbetriebliche Seminare anbieten, zeigt dies, daß auch kleinere österreichische Unternehmen Mitarbeiter zur Einschulung oder zu Trainingsmaßnahmen ins Ausland entsenden bzw. firmeninterne Weiterbildung mit ausländischen Trainern veranstalten.

In die Gruppe der "sonstigen Anbieter" fallen vor allem Kundenschulungen durch Hersteller, Großhändler und Lieferanten, Kurse von Unternehmensverbänden, von konzern- und verbandseigenen Schulungsinstituten und Kurse öffentlicher Institutionen (z. B. Verwaltungsakademien). Diese Mischgruppe soll bei der folgenden Analyse außer Betracht bleiben.

Die Wirtschaftsförderungsinstitute werden in jeder Unternehmensgrößenklasse von über 90 % der Unternehmen als Kooperationspartner genannt (siehe Anhang, Tab. A-2b).

Betrachtet man jedoch für jede Weiterbildungsinstitution nur den prozentuellen Anteil an Kunden mit mehr als 500 Mitarbeitern (wobei diesen Kunden wegen des Ausmaßes ihrer Weiterbildungsintensität besonderes Gewicht zukommt), ergibt sich folgendes Bild (Tab. III-4):

Tabelle III-4:
Von den Kunden der Weiterbildungsinstitution entfallen auf Unternehmen über 500 Mitarbeiter bei ...

Management-Institut der Industrie (MDI)	47 %
Spracheninstitut / Bildungswerk der Industrie (SPIDI-BWI)	42 %
Österr. Akademie für Führungskräfte (ÖAF)	38 %
Volkswirtschaftliche Gesellschaften	37 %
Management Center Vorarlberg (MCV)	36 %
Österr. Zentrum für Produktivität und Wirtschaftlichkeit (ÖPWZ)	34 %
Universitätsinstitute, Uni-Außeninstitute	33 %
andere ausländische Institutionen	31 %
Sprachinstitute	30 %
Hernstein Institut für Unternehmensführung	28 %
Berufsförderungsinstitut (BFI)	25 %
ausländische Berater-/Trainer(gruppen)	25 %
Arbeiterkammer / Österr. Gewerkschaftsbund	24 %
inländische Berater-/Trainer(gruppen)	21 %
andere Weiterbildungsträger	15 %
Wirtschaftsförderungsinstitut (WIFI)	14 %

Quelle: ibw-Erhebung 1988
Insgesamt 1.109 Unternehmen
(100 % = Gesamtzahl der Unternehmen als Kunden pro Weiterbildungs-Institution)

2.2 Kundenstruktur der Weiterbildungsträger nach der Höhe der Gesamt-Weiterbildungskosten der Unternehmen

Betrachtet man die Kundenstruktur pro Weiterbildungsinstitution nach der angegebenen Summe der Gesamt-Weiterbildungskosten (siehe Anhang, Tab. A-3), erhält man ein ähnliches Ergebnis:

Mit den Wirtschaftsförderungsinstituten arbeiten über 90 % der Unternehmen – praktisch unabhängig von der Höhe ihrer Weiterbildungskosten – zusammen. Von den antwortenden Unternehmen, die weniger als 50.000,– öS Weiterbildungsaufwendungen pro Jahr aufweisen, kooperieren fast alle mit den Wirtschaftsförderungsinstituten.

Beim BFI entfallen 28 % der Kunden auf weiterbildungsintensive Betriebe über 1 Million öS Gesamt-Weiterbildungskosten, bei den Management-Instituten steigt der Anteil bis fast auf die Hälfte (z. B. MDI 46 %).

Besondere Aufmerksamkeit verdienen die ausländischen Weiterbildungsinstitutionen: Obwohl auch sie vor allem von Kleinunternehmen unter 100 Mitarbeitern genannt werden (etwa 45 %), entfällt mehr als die Hälfte ihrer Kooperationspartner auf Unternehmen mit über 1 Million öS Gesamtweiterbildungskosten jährlich. Das heißt, daß ausländische Weiterbildungsanbieter nicht nur mit großen Unternehmen, sondern auch mit weiterbildungsintensiven Kleinbetrieben zusammenarbeiten.

Diese Tendenz läßt sich auch für die inländischen Management-Institute feststellen, wenn man die Nennungen der einzelnen Weiterbildungsträger durch Unternehmen mit geringen Weiterbildungsausgaben (unter 50.000 öS) bzw. mit Weiterbildungsausgaben über 1 Million öS jährlich einander gegenüberstellt (Anhang, Tab. A-4): So wird z. B. das ÖPWZ von 94 %, die ÖAF von 89 %, Hernstein von 73 % der Unternehmen mit hohen Weiterbildungsausgaben genannt, dagegen nur von einem geringen Prozentsatz der Unternehmen mit geringen Weiterbildungsausgaben.

2.3 Zusammenarbeit der Unternehmen mit Weiterbildungsträgern nach Sektionen

Die weiterbildungsintensiven Sektionen – gemessen an der Höhe der durchschnittlichen Weiterbildungsausgaben – Industrie und Geld/Kredit/Versicherung weisen durchschnittlich 5,3 bzw. 6,5 Nennungen von Weiterbildungsträgern pro Unternehmen auf, verglichen mit 2,8 Nennungen im Gewerbe oder drei Nennungen im Einzelhandel (siehe Tab. III-5). Auch hier zeigt sich wieder, daß mit steigender Weiterbildungsaktivität mit mehr Weiterbildungsinstitutionen zusammengearbeitet wird.

Ein Vergleich der Zusammenarbeit mit Weiterbildungsträgern nach Sektionen zeigt folgendes Bild (siehe Anhang, Tab. A-5):

- Erwartungsgemäß werden die WIFIs in allen Sektionen von über 90 % der Unternehmen genannt. Die einzige Ausnahme bildet der Bereich Geld/Kredit/Versicherung, wo die WIFIs nur von 75 % der Unternehmen genannt werden.
- In der Sektion Industrie wird auch das BFI von fast der Hälfte der Unternehmen genannt, relativ hohe Werte erzielen auch das ÖPWZ mit 59 %, Sprachinstitute mit 45 %, inländische Berater- und Trainergruppen mit 44 % und die ÖAF mit 41 %.
- In der Sektion Gewerbe dominieren eindeutig die Wirtschaftsförderungsinstitute, die von 95 % der Unternehmen genannt werden. Mit weitem Abstand folgen inlän-

dische Berater mit 31 % (wovon wiederum ein Großteil auf durch das WIFI beauftragte Beratungen und Trainings entfällt), das BFI mit 29 % und die sonstigen Weiterbildungsträger mit 20 %. Im Großhandel führen ebenfalls die WIFIs mit 92 % vor inländischen Berater- und Trainergruppen mit 47 %, Hernstein mit 39 %, ÖPWZ mit 35 % und ausländischen Beratern und Trainern mit 35 %.

- Auch im Einzelhandel dominieren die WIFIs mit 87 %, gefolgt von inländischen Beratern und Trainern mit 48 % und ausländischen Beratern mit 25 %.
- In der Sektion Geld/Kredit/Versicherung zeigt sich ein anderes Bild: Es führt die ÖAF, die von 83 % der Unternehmen genannt wird, gefolgt vom WIFI mit 75 %, Hernstein mit 64 % und ÖPWZ mit 61 % sowie dem MDI mit 56 % und den inländischen Beratern mit 56 %.
- In der Sektion Fremdenverkehr wird das WIFI von 96 % der Unternehmen genannt, das BFI von 36 %. Inländische Berater- und Trainergruppen kommen auf 44 %.
- In der Sektion Verkehr führen die WIFIs mit 95 % vor dem ÖPWZ mit 43 %, inländischen Beratern und Trainern mit 41 % und dem BFI und der ÖAF mit je 31 %.
- Auch bei den Nicht-Kammermitgliedern führen die Wirtschaftsförderungsinstitute mit 85 %, gefolgt von der ÖAF mit 63 %.

Tabelle III-5:
Ausmaß der Kooperation mit Weiterbildungsträgern

Sektion	durchschnittl. Anzahl der WB-Träger
Industrie	5,3
Gewerbe	2,8
Großhandel	4,1
Einzelhandel	3,0
Geld / Kredit / Versicherung	6,5
Fremdenverkehr	3,2
Verkehr	4,1
sonstiges	4,9
Insgesamt	4,1

Quelle: ibw-Erhebung 1988
Insgesamt 1.082 Unternehmen (Mehrfachnennungen)

2.4 Kundenstruktur pro Weiterbildungsinstitution nach Sektionen

Diese Auswertung zeigt folgendes Ergebnis (siehe Anhang, Tab. A-6):

- Bei den WIFIs liegt ein Schwergewicht im Bereich der Industrie mit 33 %, gefolgt von Gewerbe (27 %) und Handel (26 %).
- Im Vergleich hat das BFI einen größeren Anteil an Betrieben der Sektion Industrie (46 %), aber deutlich weniger Kunden aus Gewerbe und Einzelhandel.
- Das Hernstein-Institut hat neben der Industrie (40 %) auch noch größere Anteile in den Bereichen Gewerbe, Groß- und Einzelhandel. Es zeigt sich schon wie in den vorangehenden Auswertungen, daß gerade die Management-Institute stärker auf die weiterbildungsintensiven Sektionen (Geld/Kredit/Versicherung, Industrie, Großhandel) konzentriert sind: Die Werte lauten z. B. für die zahlenmäßig stärkste Sektion Industrie: ÖPWZ 53 %, ÖAF 46 %, Management-Institut der Industrie 57 %, MCV 48 %, Sprachinstitute 49 %, ausländische Institutionen 45 %.
- Auch bei den volkswirtschaftlichen Gesellschaften entfallen über 60 % ihrer Nennungen auf den Bereich der Industrie, ebenso liegen die Nennungen von SPI-DI/BWI und Arbeiterkammer/ÖGB in dieser Sektion über 50 %.

3. Entwicklungstendenzen

Neben der derzeitigen Kundenstruktur der Weiterbildungsinstitutionen interessieren vor allem auch Strukturveränderungen in diesem Bereich.

3.1 Unternehmen mit Änderungen in der betrieblichen Weiterbildung in den letzten drei Jahren

Vergleicht man nun die Verteilungen der Nennungen der Weiterbildungsinstitutionen der 1.109 antwortenden Unternehmen mit den in den jeweiligen Subgruppen (jeweils entsprechend bestimmten Änderungen in der betrieblichen Bildungsarbeit der letzten drei Jahre), fallen erhebliche Unterschiede auf (siehe Anhang, Tab. A-8a und A-8b):

Die Nennungshäufigkeit liegt insgesamt bei den WIFIs leicht und beim BFI etwas stärker über den Werten der Grundgesamtheit. Kooperationen mit Management-Instituten (z. B. Hernstein, ÖAF, ÖPWZ, MDI, Universitäten, MCV, Sprachinstitute) werden dagegen in diesen Subgruppen sehr viel häufiger genannt (siehe Anhang, Tab. A-8b).

Ins Auge fällt auch die überdurchschnittlich hohe Häufigkeit der Zusammenarbeit gerade der Unternehmen mit Änderungen in ihrer betrieblichen Weiterbildungsarbeit mit in- und ausländischen Berater- und Trainergruppen (Tab. III-6).

Dieser Trend wird bei Betrachtung nur der Subgruppen mit qualitativen Änderungen ihrer betrieblichen Bildungsarbeit innerhalb der letzten drei Jahre noch unterstrichen (gerade "personelle Umbesetzungen in der Weiterbildungsabteilung" und "methodisch-didaktische Änderungen" werden häufig gemeinsam genannt) (Tab. III-7).

Unternehmen mit Umstellungen in der Bildungsarbeit – insbesondere mit qualitativen Änderungen – kooperieren weitaus häufiger mit Management-Instituten und Trainer- und Beratergruppen als die antwortenden Unternehmen insgesamt.

Tabelle III-6:
Unternehmen mit neuen externen Trainern und Beratern arbeiten zusammen mit ...

Institution	kooperiert mit Prozent der Unternehmen	Differenz zu Prozent der Grundgesamtheit
inländische Berater-/Trainer(gruppen)	76 %	35 %
ausländische Berater-/Trainer(gruppen)	44 %	21 %
Österr. Akademie für Führungskräfte (ÖAF)	48 %	18 %
Hernstein Institut für Unternehmensführung	46 %	16 %
Management-Institut der Industrie (MDI)	28 %	15 %
Universitätsinstitute, Uni-Außeninstitute	31 %	14 %
Spracheninstitut / Bildungswerk der Industrie (SPIDI-BWI)	23 %	11 %
Sprachinstitute	28 %	11 %
Volkswirtschaftliche Gesellschaften	20 %	7 %
andere ausländische Institutionen	12 %	4 %
Berufsförderungsinstitut (BFI)	41 %	4 %
Management Center Vorarlberg (MCV)	8 %	3 %
Arbeiterkammer / Österr. Gewerkschaftsbund	23 %	2 %
Österr. Zentrum für Produktivität und Wirtschaftlichkeit (ÖPWZ)	58 %	2 %
Wirtschaftsförderungsinstitut (WIFI)	91 %	– 1 %
andere Weiterbildungsträger	15 %	– 3 %

Quelle: ibw-Erhebung 1988
Insgesamt 256 Unternehmen, die in den letzten drei Jahren neue Trainer und Berater eingesetzt haben (Mehrfachnennungen)
%-Differenz = % der Nennungen in der Grundgesamtheit (1.109 Unternehmen) – % der Nennungen in dieser Subgruppe (gerundete Werte)
(100 % = Zeilensumme)

Tabelle III-7:
Unternehmen mit methodisch-didaktischen Änderungen ihrer betrieblichen Bildungsarbeit arbeiten zusammen mit...

Institution	kooperiert mit Prozent der Unternehmen	Differenz zu Prozent der Grundgesamtheit
Österr. Akademie für Führungskräfte (ÖAF)	68 %	38 %
Österr. Zentrum für Produktivität und Wirtschaftlichkeit (ÖPWZ)	72 %	35 %
Hernstein Institut für Unternehmensführung	62 %	32 %
Management-Institut der Industrie (MDI)	47 %	32 %
Universitätsinstitute, Uni-Außeninstitute	47 %	30 %
inländische Berater-/Trainer(gruppen)	67 %	26 %
ausländische Berater-/Trainer(gruppen)	46 %	23 %
Sprachinstitute	38 %	21 %
Volkswirtschaftliche Gesellschaften	33 %	20 %
andere ausländische Institutionen	22 %	14 %
Sprachen-Institut / Bildungswerk der Industrie (SPIDI-BWI)	25 %	13 %
Management Center Vorarlberg (MCV)	16 %	11 %
Berufsförderungsinstitut (BFI)	48 %	11 %
Arbeiterkammer / Österr. Gewerkschaftsbund	25 %	4 %
andere Weiterbildungsträger	21 %	3 %
Wirtschaftsförderungsinstitut (WIFI)	93 %	2 %

Quelle: ibw-Erhebung 1988
Insgesamt 81 Unternehmen mit methodisch-didaktischen Änderungen innerhalb der letzten drei Jahre (Mehrfachnennungen)
%-Differenz = % der Nennungen in der Grundgesamtheit – % der Nennungen in dieser Subgruppe (gerundete Werte)

3.2 Unternehmen mit Weiterbildungsverantwortlichen

Management-Institute, SPIDI-BWI und VWG arbeiten überwiegend mit Unternehmen mit Weiterbildungsverantwortlichen zusammen. Die Klientel von WIFI, BFI und Berater- und Trainergruppen umfaßt dagegen vorwiegend Unternehmen ohne Weiterbildungsverantwortliche (siehe Anhang, Tab. A-9).

3.3 Unternehmen mit Organisationsentwicklungs-Erfahrung

Differenziert man die Kundenstruktur nach dem Ausmaß der Organisationsentwicklungs-Erfahrung des Unternehmens (Selbsteinschätzung!), so ergeben sich erwartungsgemäß starke Unterschiede zwischen den einzelnen Instituten (siehe Anhang, Tab. A-10).

Die höchsten Anteile an OE-erfahrenen Kunden weisen die Management-Institute und Berater- und Trainergruppen auf (Tab. III-8):

Tabelle III-8:
Von den Unternehmen mit OE-Erfahrung kooperieren mit ...

Institution	kooperiert mit Prozent der Unternehmen	Differenz zu Prozent der Grundgesamtheit
Österr. Akademie für Führungskräfte (ÖAF)	52 %	33 %
Hernstein Institut für Unternehmensführung	54 %	25 %
inländische Berater-/Trainer(gruppen)	65 %	24 %
Österr. Zentrum für Produktivität und Wirtschaftlichkeit (ÖPWZ)	59 %	24 %
Universitätsinstitute, Uni-Außeninstitute	36 %	19 %
Management-Institut der Industrie (MDI)	33 %	19 %
Spracheninstitut / Bildungswerk der Industrie (SPIDI-BWI)	26 %	14 %
ausländische Berater-/Trainer(gruppen)	37 %	13 %
Berufsförderungsinstitut (BFI)	43 %	11 %
Volkswirtschaftliche Gesellschaften	24 %	11 %
Arbeiterkammer / Österr. Gewerkschaftsbund	30 %	10 %
Sprachinstitute	27 %	10 %
andere ausländische institutionen	16 %	8 %
Management Center Vorarlberg (MCV)	8 %	3 %
Wirtschaftsförderungsinstitut (WIFI)	92 %	1 %
andere Weiterbildungsträger	15 %	– 2 %

Quelle: ibw-Erhebung 1988
Insgesamt 212 Unternehmen mit bereichs- oder unternehmensweiter Organisationsentwicklungs-Erfahrung (Mehrfachnennungen)
%-Differenz = % der Nennungen in der Grundgesamtheit (1.109 Unternehmen) – % der Nennungen dieser Subgruppe (gerundete Werte)

3.4 Unternehmen mit Marktüberblick

Inwieweit beeinflußt das Ausmaß an Marktüberblick und an Kooperationserfahrungen in der Weiterbildung die Zusammenarbeit mit bestimmten Weiterbildungsanbietern? Als Indikator wird die Zahl der von den Unternehmen genannten Weiterbildungs-Institutionen genommen.

Wie bereits erwähnt, nimmt die Anzahl der Nennungen von Weiterbildungsträgern mit zunehmender Unternehmensgröße zu (Tab. III-9).

Tabelle III-9:
Zusammenarbeit mit Weiterbildungsträgern nach Ausmaß des Marktüberblicks

Von den Unternehmen kooperieren mit ...	institutstreu[1]	wenig informiert[2]	breit informiert[3]
Wirtschaftsförderungsinstitut (WIFI)	77 %	88 %	98 %
Österr. Zentrum für Produktivität und Wirtschaftlichkeit (ÖPWZ)	1 %	8 %	87 %
Hernstein Institut für Unternehmensführung	–	5 %	76 %
Österr. Akademie für Führungskräfte (ÖAF)	–	14 %	70 %
inländische Berater-/Trainer(gruppen)	6 %	24 %	70 %
Berufsförderungsinst. (BFI)	1 %	18 %	61 %
Management-Institut der Industrie (MDI)	–	1 %	52 %
Universitätsinstitute, Uni-Außeninstitute	2 %	10 %	50 %
ausländische Berater-/Trainer(gruppen)	1 %	4 %	44 %
Sprachen-Institut / Bildungswerk der Industrie (SPIDI-BWI)	–	4 %	41 %
Arbeiterkammer / Österr. Gewerkschaftsbund	–	1 %	38 %
Sprachinstitute	1 %	10 %	38 %
Volkswirtschaftliche Gesellschaften	–	3 %	36 %
ausländische Institutionen	3 %	4 %	19 %
andere Weiterbildungsträger	9 %	17 %	18 %
Management Center Vorarlberg (MCV)	–	1 %	11 %
Anzahl der Unternehmen	149	556	260

Quelle: ibw-Erhebung 1988
100 % = Anzahl der Unternehmen je Spalte (Mehrfachnennungen)
[1]) Unternehmen, die nur mit einem Weiterbildungsträger kooperieren
[2]) Unternehmen, die mit ein bis drei Weiterbildungsträgern kooperieren (Ø 2,1 Nennungen)
[3]) Unternehmen, die mit sechs oder mehr Weiterbildungsträgern kooperieren (Ø 8,1 Nennungen)

Untersucht man nur die *"institutstreuen Unternehmen"* (das sind 149 Unternehmen, die nur ein Weiterbildungsinstitut nannten), zeigt sich quasi ein Monopol der WIFIs. Drei Viertel dieser Unternehmen nannten die WIFIs, nur 9 % andere Weiterbildungsträger (z. B. Händlerschulungen, Schulungen durch Verband usw.), 6 % inländische Berater- und Trainergruppen.

Diese "institutstreuen" (bzw. "WIFI-treuen") Unternehmen

- kommen vor allem aus den Sektionen Gewerbe, Industrie, Groß- und Einzelhandel
- nennen als Weiterbildungsmöglichkeiten vor allem externe Seminare, Fachmessen, mit Abstand auch Benutzung von Fachbibliotheken und on-the-job-Training
- sind vor allem Kleinstunternehmen (drei Viertel der Nennungen entfallen auf Unternehmen bis 50 Mitarbeiter!)

Untersucht man die Gruppe der *"wenig informierten Unternehmen"* (das sind 556 Unternehmen, die mit einem bis drei Weiterbildungsinstitutionen kooperieren), zeigt sich, daß diese Gruppe gerade Klein- und Mittelbetriebe mit weniger als 500 Mitarbeitern, vor allem aber Betriebe mit weniger als 100 Mitarbeitern umfaßt.

Auch in dieser Gruppe dominieren die Wirtschaftsförderungsinstitute, die von noch mehr – nämlich 88 % – der Unternehmen genannt werden. Allerdings werden daneben zunehmend andere Weiterbildungsträger genannt.

Insgesamt zeigt sich, daß Unternehmen mit geringem Marktüberblick vor allem mit Wirtschaftsförderungsinstituten, inländischen Berater- und Trainergruppen und dem BFI zusammenarbeiten. Jedoch sind in dieser Gruppe auch bereits Management-Institute als Kooperationspartner vertreten.

Untersucht man nun die Gruppe der *"breit informierten Unternehmen"* (das sind 260 Unternehmen, die mit sechs bis 15 Weiterbildungsinstituten zusammenarbeiten), setzt sich dieser Trend weiter fort.

Diese 260 Unternehmen nannten insgesamt 2.105 Institute, d. h. jedes Unternehmen hat Weiterbildungserfahrungen mit durchschnittlich acht Weiterbildungsträgern gemacht.

Die WIFIs werden in dieser Gruppe von praktisch allen Unternehmen genannt (98 %), jedoch nehmen die Nennungen der anderen Weiterbildungsträger sehr stark zu: So wird z. B. das ÖPWZ von 87 %, inländische Berater- und Trainergruppen von 70 % der Unternehmen genannt.

Nach Sektionen entfallen in dieser Gruppe die meisten Nennungen auf die Industrie, mit sehr großem Abstand gefolgt von Großhandel und GKV. Das heißt, es handelt sich hier vor allem um die weiterbildungsintensiven und großen Unternehmen.

Es zeigt sich, daß die Marktübersicht der Unternehmen bzw. das Ausmaß ihrer Weiterbildungserfahrung (gemessen an der Anzahl der Weiterbildungsträger, mit denen

sie kooperieren) stark mit der Unternehmensgröße und Branche – und damit ihrer Weiterbildungsintensität und der Höhe ihrer Ausgaben – zusammenhängt.

Während bei den Kleinbetrieben die Wirtschaftsförderungsinstitute quasi über ein Bildungsmonopol verfügen, nimmt dies mit steigendem Marktüberblick ab.

Da die Unternehmen mit steigendem Marktüberblick insgesamt mehr Weiterbildungsaktivitäten – unter Inanspruchnahme einer größeren Zahl von Weiterbildungsinstituten – betreiben, nimmt für jede Weiterbildungsinstitution die Anzahl der mit ihnen kooperierenden Unternehmen zu.

Im Falle der WIFIs steigt die Nennungshäufigkeit von 77 % auf 98 %. Noch weitaus stärker ist jedoch der Anstieg bei den Trainer- und Beratergruppen (z. B. inländische Trainer/Berater von 6 % auf 70 %) bzw. der Management-Institute (z. B. beim MDI von 0 % auf 52 %, beim ÖPWZ von 1 % auf 87 %).

Das heißt insgesamt, daß die Unternehmen mit zunehmendem Ausbau ihrer Weiterbildungsaktivitäten zusätzlich zu WIFI bzw. Händler- und Herstellerschulungen mit weiteren Weiterbildungsträgern zusammenarbeiten, wobei Management-Institute und Berater- und Trainergruppen besonders häufig genannt werden.

Dies deutet auf eine zielgruppenspezifische und problemorientierte Inanspruchnahme von Weiterbildungsanbietern seitens der Unternehmen hin: So werden z. B. mit steigender Unternehmensgröße und Weiterbildungsintensität immer häufiger Lehrlinge und Fachkräfte – insbesondere in den Wirtschaftsförderungsinstituten bzw. im BFI – geschult, während für Führungskräftetraining, verhaltensorientierte Trainings, interne Workshops oder Fragen der Unternehmensentwicklung zusätzlich Management-Institute oder Trainer- und Beratergruppen hinzugezogen werden.

Zusammengefaßt läßt sich mit steigender Unternehmensgröße und Weiterbildungsaktivität folgender *Entwicklungspfad in der Zusammenarbeit mit Externen zeichnen:*

- Beginnt ein Unternehmen mit Weiterbildung, arbeitet es in den allermeisten Fällen mit den Wirtschaftsförderungsinstituten zusammen bzw. besucht Kundenschulungen.
- Wird die Weiterbildung intensiviert, z. B. durch vermehrte Seminare oder durch Einführung innerbetrieblicher Veranstaltungen bzw. durch Weiterbildung der Führungskräfte über die Fachschulung hinaus, werden meist zusätzlich Management-Institute in Anspruch genommen und/oder Trainer- und Beratergruppen eingesetzt.
- Unternehmen mit bereits ausgebauter Weiterbildung arbeiten mit einer großen Anzahl von Weiterbildungsinstitutionen sowohl für die Fach- als auch die Führungskräfteschulung zusammen; mit anderen Worten: die Entsendungen auf externe Kurse werden sehr breit gestreut. Zusätzlich wird der Ausbau firmeninterner Weiterbildung forciert, wobei verstärkt auch externe Trainer- und Beratergruppen eingesetzt werden.

4. Datengrundlage und Aussagekraft der Daten

Vom ibw wurden die 10.000 größten Unternehmen Österreichs schriftlich über ihr Weiterbildungsverhalten befragt. 1.100 Unternehmen über 20 Mitarbeitern gaben Auskunft über ihre Aktivitäten.

Die im vorliegenden Untersuchungsteil im wesentlichen ausgewertete Frage lautete: "Durch welche Weiterbildungsinstitutionen sind Angehörige des Unternehmens intern oder extern weitergebildet worden?"
Das heißt, die Fragestellung bezieht sich nicht auf den reinen Bekanntheitsgrad von Weiterbildungsträgern, sondern auf die tatsächliche Zusammenarbeit mit diesen.

Im Rahmen des vorliegenden Untersuchungsteiles sollen vor allem Strukturen und Entwicklungen des Weiterbildungsmarktes – in erster Linie auf Institutsebene – herausgearbeitet werden ("Welche Weiterbildungsträger arbeiten mit welchen Unternehmensgruppen zusammen?"). Es handelt sich also nicht um eine Marktanalyse im Sinne einer exakten Ermittlung des quantitativen Ausmaßes der Zusammenarbeit nach Ausgabenhöhe, Teilnehmertagen u. ä.

Bei einer Interpretation der vorgelegten Daten sind folgende Punkte zu berücksichtigen:

- Es wird nicht zwischen verschiedenen Kooperationsformen unterschieden, z. B. externe Seminare, firmeninterne Seminare, Unternehmensberatung (siehe dazu STIEFEL 1980, KAILER 1987, 1988 d).
- Das Ausmaß der Zusammenarbeit wurde nicht erhoben. Wesentlichste Bestimmungsgrößen für das Ausmaß der Weiterbildungsaktivität sind sicherlich Unternehmensgröße und Branche, allerdings verteilen sich die Weiter- bildungsaktivitäten mit steigender Intensität auf mehrere Kooperationspartner.
- Obwohl keine Abfrage nach dem Zeitpunkt der Kooperation erfolgte, ist aufgrund des Fragenprogrammes anzunehmen, daß sich auch die Antworten auf diese Frage auf den Zeitraum der letzten drei Jahre beziehen.
- Die Frage, ob es einen Wandel in der Zusammenarbeit eines Unternehmens mit bestimmten Institutionen gegeben hat; d. h. zum Beispiel, ob mit dem Institut noch kooperiert wird oder ob, etwa aufgrund eines Wechsels des Weiterbildungsverantwortlichen, auch ein Wechsel in der Zusammenarbeit mit bestimmten Weiterbildungsträgern eingetreten ist, läßt sich nur indirekt beantworten:
  Aus den Auswertungen zeigt sich, daß die Weiterbildungsaktivität nur bei ca. 3 % der Unternehmen eingeschränkt wird und ansonsten eher zunimmt. Dies weist sowohl auf eine Intensivierung der Kooperation mit bereits bekannten Instituten als auch die Zusammenarbeit mit weiteren Weiterbildungsträgern hin. Weiters läßt sich aus einer Analyse der Unternehmen mit Änderungen in ihrer Weiterbildungsarbeit (siehe Teil III, Kap. 3.1: "Unternehmen mit Änderung in der betrieblichen Weiterbildung in den letzten drei Jahren") erkennen, daß bei allen Unterauswertungen praktisch ausnahmslos – je nach Weiterbildungsinstitution unterschiedlich

starke – Erhöhungen des "Marktdurchdringungsgrades" auftreten. Das heißt, auch bei Änderungen in der Gestaltungsform der betrieblichen Weiterbildungsarbeit wird tendenziell eher mit mehr Weiterbildungsträgern zusammengearbeitet, ohne daß deshalb die Zusammenarbeit mit bisherigen Kooperationspartnern völlig abgebrochen wird.

Teil IV

Ergebnisse einer Angebotsanalyse

1. Einleitung

1.1 Ausgangspunkt der Erhebung

Insgesamt ist in Fragen der Weiterbildung und Unternehmensentwicklung eine Reihe von Kooperationsfeldern zwischen Weiterbildungsinstituten und Unternehmen denkbar: Seminare, Kurse, Lehrgänge, aber auch didaktisch von Design und Organisation her flexiblere Formen wie Workshops, Lernstatt und Qualitätszirkel, Selbststudienmaterialien, Fernstudiengänge, computergestützter Unterricht, Lern- und Bildungsberatung, Transferunterstützung, Einzelberatungsgespräche, Organisations- entwicklungs-Beratung usw. (STIEFEL 1980, KAILER 1987, 1988 d).

Die Auswertung der Unternehmensbefragung zeigte, daß quantitativ gesehen der Schwerpunkt nach wie vor auf kursmäßigen Veranstaltungen liegt.
Jedoch ist, insbesondere in größeren Unternehmen und weiterbildungsintensiven Branchen, bereits eine Reihe von Veränderungen in der Methodik und Didaktik und der gewählten Organisationsform des Lernens zu beobachten (vgl. KAILER 1988 a,b,c): So wird z. B. in jedem zweiten Großunternehmen on-the-job-Training durchgeführt, jeweils vier von zehn organisieren Lerngruppen am Arbeitsplatz, erstellen Selbststudienmaterialien oder führen job-rotation durch. Jeder dritte Großbetrieb setzt auch bereits computergestützte Unterweisung ein.

Als weiterer Trend läßt sich feststellen, daß nicht nur das Thema Weiterbildung, sondern auch das konkrete Weiterbildungsangebot in den Medien in den letzten Jahren immer stärker vertreten ist:

- Zeitschriften gehen dazu über, als Leserservice Übersichten über Seminaranbieter und aktuelle Seminare anzubieten (z. B. Trend, Cash flow, Industrie, Presse, Management-Wissen, Personal usw.)
- in Fachzeitschriften finden sich vermehrt Hinweise auf einschlägige Fachseminare (z. B. Computerzeitschriften) bzw. Seminarberichte und -bewertungen
- Fachzeitschriften für den Bildungsbereich (z. B. Congress und Seminar) sowie Institutszeitschriften wurden gegründet

- Bildungsanbieter gehen dazu über, direkt Annoncen in Zeitschriften einzuschalten

Im vorliegenden Erhebungsteil wird in Form einer Analyse von Weiterbildungsangeboten in Zeitschriften versucht, Entwicklungstendenzen qualitativer Art bezüglich der angebotenen Kooperationsformen – insbesondere Neuentwicklungen von Veranstaltungstypen – zwischen Unternehmen und Weiterbildungsträgern in Österreich aufzuzeigen. Es wird also keine zahlenmäßig repräsentative Aussage über das Ausmaß der Kooperation in verschiedenen Kooperationsfeldern angestrebt.

1.2 Zur Vorgangsweise

Österreichische Tages- und Wochenzeitschriften sowie in- und ausländische Fachzeitschriften (z. B. "Presse", "Industrie", "Österreichische Hochschulzeitung", "Trend", "Cash flow" u. a. Computerzeitschriften) wurden im Zeitraum Sommer 1986 bis März 1988 bezüglich Werbeeinschaltungen von Weiterbildungsträgern, Seminarberichten und -prospekten, Fachartikeln zum Thema Weiterbildung und Übersichten über den Weiterbildungsmarkt untersucht. Insgesamt wurden – ohne Anspruch auf Vollständigkeit – fast 300 Weiterbildungsanbieter erfaßt (siehe KAILER 1988 e).

Die gewählte Vorgangsweise der Inhaltsanalyse von Weiterbildungsannoncen geht von der Hypothese aus, daß Aussagen dieser Art, die sich ja an ein sehr breites Publikum richten, auch einen hohen Verbindlichkeitsgrad für den Weiterbildungsträger, seine Programmausrichtung und Trainingsphilosophie aufweisen.

Es handelt sich auch nicht um Frühindikatoren für einen künftig eintretenden Wandel im Weiterbildungsangebot, sondern um bereits eingetretene Veränderungen der derzeitigen Programmpalette.
Natürlich sind auch bei dieser gewählten Erhebungsform der Aussagekraft der Daten Grenzen gesetzt, z. B.:

- Es werden Einzelangebote und nicht die gesamte Programmpalette untersucht, sodaß aus einem einzelnen didaktisch neuartigen Angebot eines Weiterbildungsträgers nicht auf eine Umänderung des Gesamtangebotes rückgeschlossen werden kann. Sicherlich gibt es hier auch gezielte Testangebote, um die Reaktion der Nachfrager zu erkunden, bzw. Angebote, bei denen es eher auf die "Signalwirkung" ankommt ("... auch wir bieten das an ...").
- Nicht erfaßt wurden Angebote von Herstellerfirmen (Kundenschulungen), unternehmensinterne Angebote (z. B. bei Schulung durch konzerneigene Institute) sowie externe Trainer- und Beratergruppen, die potentielle Interessenten direkt anschreiben. Dies ist besonders deshalb von Bedeutung, weil sich einerseits bei der Betriebsbefragung zeigte, daß Unternehmen mit methodisch-didaktischen Änderungen besonders stark mit kleineren Anbietern und Trainergruppen zusammenarbeiten, andererseits auch gerade von kleineren Anbietern sehr oft Programminnovationen ausgehen.

2. Entwicklungstrends des Weiterbildungsangebotes

Es können folgende qualitative Trends im überbetrieblichen, beruflich orientierten Weiterbildungsangebot festgestellt werden:

2.1 Trend: Das Weiterbildungsangebot nimmt zu

Dies ist vor allem auf folgende Faktoren zurückzuführen:

- neue Einzelanbieter (Ein-Mann-Institute)
- Beratergruppen übernehmen auch Trainings
- Zunehmen der Kundenschulung durch Händler/Hersteller
- Organisationen und Unternehmen als "Nebenbei-Anbieter" (Seminarangebot unter PR-Aspekten usw.)

Die Angebotsausweitung schlägt sich auch in diesem qualitativen Teil der Analyse nieder: Ohne besondere Ausrichtung auf Vollständigkeit wurden im Zuge der Durchsicht der erwähnten Publikationen bereits knapp 300 neue Weiterbildungsanbieter eruiert (KAILER 1988 e). Ihr tatsächliches Marktvolumen ist nur schwer quantifizierbar, da Informationen über Teilnehmerzahlen sowie insbesondere über Absagequoten angebotener Seminare praktisch nicht vorhanden sind.

Diese Angebotsausweitung kann auf eine Reihe von Ursachen zurückgeführt werden:

- Personen, die bisher haupt- oder nebenberuflich Seminare bei Bildungsträgern oder in Unternehmen durchgeführt haben, machen sich selbständig bzw. übernehmen die Organisation der Veranstaltungen (Werbung, Hotelreservierung) selbst. Je höher die Teilnahmegebühr des Bildungsträgers im Verhältnis zum Trainerhonorar ist, je weniger anspruchsvoll, zeit- und kostenaufwendig die Organisationsleistung des Bildungsträgers eingeschätzt wird, desto stärker kommt dieser Effekt zum Tragen.
- Unternehmensberater bieten zunehmend zusätzlich auch – vor allem betriebsinterne – Schulungen, Trainingsmaßnahmen, Problemklärungsklausuren und Workshops begleitend zu ihrer Beratung an. Dies ist vor allem bei Beratergruppen der Fall, die aufgrund unterschiedlicher Spezialisierung ihrer Mitglieder mehrere inhaltliche Kompetenzbereiche abdecken können.
- Schulungsangebote durch Unternehmen für ihre Kunden, Händler, Lieferanten und deren Mitarbeiter nehmen an Bedeutung zu (in der schriftlichen Unternehmensbefragung nannten ca. 45 % aller Unternehmen über 20 Mitarbeiter entsprechende Aktivitäten).
  Kundenschulungen umfassen Aktivitäten von den üblichen Produktschulungen (oft durch den Außendienst vor Ort) über die Einschulung an neuinstallierten Anlagen und Maschinen bis hin zu turn-key-Projekten mit maßgeschneiderten Schulungspaketen. In letzter Zeit werden auch verstärkt nicht-produktspezifische Kurse angeboten. Es handelt sich hier meist um Standardseminare zu Themen wie Rhetorik,

Verkaufstechnik, Präsentationstechniken, Einführung in die EDV o. ä., die von den Bildungsabteilungen von Großunternehmen bzw. direkt von Kundenschulungsreferaten angeboten werden.
Um die Kosten von Kundenschulungen zu verringern, werden auch verstärkt neue Medien und Lernformen eingesetzt (z. B. Schulung von Mechanikern von KFZ-Vertragswerkstätten mit Videocassetten, die von der Bildungsabteilung des Herstellerunternehmens produziert wurden).

Eine weitere wichtige Ursache ist das verstärkte "Nebenbei-Angebot", d. h. am Markt tauchen verstärkt Anbieter auf, für die "Weiterbildung" nicht ihre Hauptaktivität darstellt:

- Unternehmen und Organisationen, die in schulungsfremden Bereichen tätig sind, entdecken das Angebot von Seminaren als Nebengeschäft. Dies trifft insbesondere auf Organisationen zu, die auf einen bisher anders genützten Expertenpool zurückgreifen können.
  Beispiele: Die Servicebetriebe der Wirtschaftsuniversität (Vortragende aus dem Bereich der WU), Rechtsseminare des Manz-Verlages (bekannte Fachautoren im Rechtsbereich)

- Seminare werden auch als effizientes PR-Mittel eingesetzt (z. B. die Geldanleger-Seminare des Trend, Time-Management-Seminare der Presse usw.).

- Auch Interessensvertretungen bieten verstärkt Veranstaltungen an, die teilweise nur für Mitglieder zugänglich, teilweise auch öffentlich ausgeschrieben sind. Hier handelt es sich insbesondere um Großveranstaltungen (Symposien), Fachseminare und Vorträge zu aktuellen Themen sowie die Organisation regionaler Erfahrungsaustauschgruppen.
  Beispiele: Veranstaltungen von Abteilungen der Bundeswirtschaftskammer, der Industriellenvereinigung, des ÖGB, Junge Wirtschaft, Junge Industrie, Frau in der Wirtschaft, Management Club, WdF usw.

- Die Weiterbildungseinrichtungen der Universitäten (z. B. Außeninstitute der Technischen Universität Graz, Universität Graz, Technische Universität Wien, Wirtschaftsuniversität Wien, TU-Contact der Technischen Universität Graz, Abteilung Weiterbildung der Universität Linz, Zentrum für Berufsplanung der Wirtschaftsuniversität Wien) bieten zunehmend Fachseminare, fachspezifische Lehrgänge, Diskussionsveranstaltungen usw. an.

- Von Universitätsangehörigen bzw. -instituten werden – teilweise in Zusammenarbeit mit Weiterbildungsinstituten – spezialisierte Seminarpakete entwickelt und angeboten.
  Beispiele: Projektmanagementinstitut (PMI), Bankwissenschaftliche Gesellschaft, Veranstaltungen der AIESEC und der Österreichischen Hochschülerschaft (ÖH).

Zunehmend gehen auch ausländische Bildungsträger dazu über, den österreichischen Markt direkt zu bearbeiten, indem z. B. Kooperationen mit österreichischen Weiterbildungsträgern eingegangen werden (z. B. Management Zentrum St. Gallen und Mana-

gement-Institut der Industrie) oder "Österreich-Filialen" gegründet werden (z. B. das Horst-Rückle-Team Österreich).

Diese Zunahme von Anbietern wird vom organisatorischen Aspekt her dadurch begünstigt, daß sich immer mehr Fremdenverkehrsbetriebe gezielt auf das Seminargeschäft einstellen. Spezielle Seminarräume, Medien, unter Umständen auch Videogeräte werden oft kostenlos oder zu einem geringen Pauschale zur Verfügung gestellt. Neben den Hotelketten entdecken insbesondere auch Privatpensionen usw. zunehmend diese Zielgruppe. Hier sind auch die Aufenthaltskosten meist erheblich geringer als in Hotels, was vor allem für privat finanzierte Teilnehmer und Klein- und Mittelbetriebe von Bedeutung ist, da hier nicht so sehr der "hohe Seminarpreis" als vielmehr hohe Zusatzkosten durch Anreise und Hotel bemängelt werden.

Während bisher der Vorteil des Angebotes von Veranstaltungen durch Weiterbildungsträger vor allem in der Übernahme des "Auswahlrisikos" (Kenntnis "geeigneter" Trainer und Vortragender, des "Ausschreibungsrisikos" (Ausschreibung über eine große Interessentenkartei mit Übernahme des Absagerisikos) und im Vorhandensein entsprechender Infrastruktur (Kopiermöglichkeit, Seminarräume, Medienausstattung) gesehen wurde, nimmt insbesondere der letzte Punkt stark an Bedeutung ab.

2.2 Trend: Qualitative Veränderung des Angebotes

Neben dem Auftauchen neuer Anbieter läßt sich aus der Inhaltsanalyse der Annoncen auch eine qualitative Veränderung des Angebotes erkennen.

2.2.1 Neue Veranstaltungsformen

Nach wie vor überwiegen einphasige Veranstaltungen ohne Vor- und Nachbereitungsteil. Es werden jedoch zunehmend methodisch-didaktische Änderungen eingeführt, die eine erhöhte Transfer- und Problemorientierung zum Ziel haben (STIEFEL / KAILER 1982):

- Vor (insbesondere längeren) Veranstaltungszyklen und Lehrgängen wird ein Informationstag (-abend) eingeschaltet. Dieser dient z. B. der Information über Inhalte, Ziele und Vorgangsweise während des Seminares (z. B. über individuelle Projektarbeit zwischen den Seminarphasen), der genauen Besprechung benötigter Vorkenntnisse, individueller Beratung und unter Umständen Entscheidungshilfe, ob der Kurs besucht werden soll.
- Vor längeren Kursen wird (nur für die angemeldeten Teilnehmer) eine Vor-Veranstaltung ("Problemklärungsklausur") angesetzt. Diese dient der genaueren Abklärung der Ziele und der Herausarbeitung der Probleme bzw. Wissensdefizite der Teilnehmer und bildet auch die Grundlage für die weitere Programmplanung.
- Nach längeren Kursen werden zusätzliche Treffen eingeplant ("Transferseminare", "Umsetzungskonferenzen"), bei denen die Teilnehmer nochmals zusammentreffen und Umsetzungs- und Anwendungsprobleme besprechen.

- Es werden moderierte Klausuren bzw. überbetriebliche Blockseminare angeboten, deren Ziel eine genauere Problem- und Interessenanalyse ist. Im Rahmen dieser Veranstaltung liegt das Schwergewicht auf der vertieften Analyse von Problemursachen. Beratung bzw. Informationen werden nur im beschränkten Umfang angeboten. Ziel dieses Veranstaltungstyps ist, daß die Teilnehmer am Ende ein klareres Bild ihrer individuellen Problemlagen, Ziele und Bedarfe haben und danach – wenn nötig – gezielt Schulungs- und Beratungsleistungen nachfragen können.

- Es werden mehrteilige Beratungsseminare angeboten. Das heißt, im Unterschied zu mehrteiligen Seminaren mit dem Schwerpunkt auf Wissensvermittlung wird hier Wert auf die Bearbeitung betriebsspezifischer Probleme gelegt. Die Teilnehmer besuchen über einen längeren Zeitraum hinweg diese Veranstaltung, welche ein Mittelding zwischen Beratung und Fachseminar darstellt. Sie führen zwischenzeitlich selbständig Diagnoseaufgaben in ihrem Unternehmen durch, sammeln Informationen oder erarbeiten betriebsspezifische Konzepte, die in den Folgeveranstaltungen weiterbearbeitet werden. Aufgabe der Trainer/Berater ist es, geeignete Untersuchungsinstrumente vorzustellen, die Gruppe zu moderieren, bei Bedarf Fachinputs zu geben und die Teilnehmer bei der Bearbeitung ihrer Projekte zu unterstützen.

2.2.2 Neue Organisationsformen des Lernens

- Computerunterstützte Unterweisung

  Es werden Lernprogramme entwickelt, die inner- und überbetriebliche Standardseminare ersetzen können bzw. zur individuellen Bearbeitung von Wissensdefiziten vor Besuch eines bestimmten Kurses eingesetzt werden (vgl. z. B. PETERMANDL 1988, BINSTED 1986). Dies spielt auch im Rahmen der Dezentralisierung innerbetrieblicher Weiterbildung eine bedeutende Rolle (vgl. z. B. HOLZER 1988).

  Weiterbildungsträger sind in diesem Zusammenhang vor allem in der Produktion von computergestützten Unterweisungsprogrammen, die im Rahmen ihres eigenen Angebotes eingesetzt werden, tätig.

- Selbstlernmaterialien

  Neben der Entwicklung von Medienverbundprogrammen gewinnt auch die Gestaltung von Lehrfilmen (Videocassetten) und Audiocassetten an Bedeutung. Zur Entlastung der Seminare werden Vorbereitungsunterlagen und Selbstlernunterlagen entwickelt. Fernunterricht im engeren Sinne spielt dagegen in der Bildungsarbeit derzeit noch eine sehr geringe Rolle.

- Einzelberatung

  Dies wird zurzeit vor allem in Form von "Coaching" (Supervisionsstunden) für Führungskräfte eingesetzt (SOHM 1988), jedoch werden von einigen Instituten auch Weiterbildungs- und Lernberater (die über die üblichen Seminarinformationen hinausgehen) installiert (KAILER 1988 f).

- Schaffung von Kontaktplattformen

  Von Weiterbildungsträgern werden Kontaktveranstaltungen angeboten, in denen ein fachlicher Erfahrungsaustausch ermöglicht wird, z. B. die Organisation von regionalen Erfahrungsaustauschgruppen für Personal- und Weiterbildungsverantwortliche, die Einladung zu "Unternehmer-Abend-Gesprächen", die Organisation von "Interessenmeetings" (z. B. durch die Innovationsagentur), bei denen die Anknüpfung von Kontakten zwischen Fachleuten und Interessenten im Mittelpunkt steht. Der Weiterbildungsträger nimmt in diesem Zusammenhang z. B. nur die organisatorische Abwicklung vor oder stellt auch Fachreferenten für Inputs oder Moderatoren bei.

- Es werden begleitete Studienreisen mit Vorbereitungs- und Nachbereitungsphasen organisiert, wobei aufgrund von Bedarfserhebungen die Besuchsprogramme individuell abgestimmt werden.

- Workshops zur Gestaltung von Unternehmensleitbildern und Branchenszenarien: Diese Workshops gehen über Bildungsbedarfserhebungen im engeren Sinne hinaus und umfassen die gesamte Unternehmensentwicklung bzw. beziehen sich direkt auf Entwicklungsszenarien einer gesamten Branche.

- Integration von Beratung und Weiterbildung

  Diese Angebote kombinieren Trainings- und Beratungsleistungen, d. h. die künstliche Trennung zwischen Schulung und Beratung wird aufgehoben:

  - *Überbetriebliche Angebote*

    Entwicklungsprogramme für Unternehmen, die Weiterbildung in Sandwichform (Blockveranstaltungen mit offenem Programm über einen längeren Zeitraum) mit kontinuierlicher zwischenzeitlicher Umsetzungsberatung im Unternehmen verbinden. Beispiele: Vorarlberger Programm, Steirisches Innovationsprogramm STIP (PIBER 1988), WEP.

  - *Innerbetriebliche Angebote*

    Diese umfassen meist Organisationsentwicklungs-Beratung, in deren Rahmen Angehörige der Unternehmen selbst in Workshops Problemdiagnosen durchführen, Ziele erarbeiten, Soll-Ist-Vergleiche anstellen und daraus selbst den Bildungsbedarf ableiten. Das Angebot der Bildungsträger umfaßt die Beistellung von Moderatoren, Hilfestellung bei der Auswahl geeigneter Weiterbildungsangebote und Fachberater sowie unter Umständen Entwicklung und Einsatz unterstützender Selbstdiagnose- und -lernmaterialien.

3. Trends in der Fachliteratur

Eine Durchsicht der einschlägigen anglo-amerikanischen und deutschsprachigen Fachliteratur sowie eine Reihe von Interviews mit in- und ausländischen Fachleuten zeigen weitere Gebiete, Spezialthemen und Problemstellungen auf, die in den Ergebnissen der Annoncenanalyse nur wenig Niederschlag finden, jedoch mittelfristig verstärkt an Bedeutung gewinnen werden: Änderungen im Nachfrageverhalten und auch in der Angebotspalette und Trainingsphilosophie sind im Zuge der Auseinandersetzung mit diesen Fragen zu erwarten.

- Explizite "Lernberatung für Organisationen"

  Bei diesem Themenkreis handelt es sich um umfassende Beratungsaktivitäten für Unternehmen, die über eine Beratung zur Verbesserung der Trainingsarbeit hinausgehen und die lernfördernde Gestaltung von Personalentwicklungssystemen und -instrumenten (z. B. Nachwuchsförderkreisen, Projektteams, job-rotation-Programmen), deren Abstimmung mit Laufbahnplanung und Strategischer Unternehmensplanung, letztlich eine lernfördernde Strukturierung der Arbeit und eine "lernende Organisation" zum Ziele haben (BURGOYNE 1988, KAILER 1988 a, PEDLER / BOYDELL / BURGOYNE 1988).

- Integration der vielfältigen Formen von "Self-Development"-Ansätzen in die betriebliche Bildungsarbeit

  Dieser Themenkreis umfaßt die Unterstützung von selbstorganisiertem Lernen und selbstgesteuerten Lerngruppen (STIEFEL 1984, CUNNINGHAM 1986, WEGER 1987), Entwicklung von Open Learning und Distance-Learning-Programmen (SNELL / BINSTED 1985, GARRY / COWAN 1986, BINSTED 1986, MANN 1987), individuelle Lernstilanalysen und -beratung (KOLB 1979, VESTER 1981, SNELL 1987, ARROBA / JAMES 1987), Laufbahnberatung (SCHEIN 1978, GERMAIN / BURGOYNE 1984, DERR / MILLER 1985), Entwicklung von Selbstlernmaterialien und Self-Development-Aktivitäten (FRANCIS / YOUNG 1982, PEDLER u. a. 1986) usw.

- Learning on the job

  Dies umfaßt die Förderung des Lernens an der und durch die Arbeit (RICHARDSON / BENNETT 1984, SNELL 1987 a,b, GARAVAN 1987), die Förderung des Ausbaues der Beratungsfunktionen, z. B. durch Coaching, Tutoring, Mentoring usw. oder die Förderung des "Alltagslernens" (STUART 1984, SNELL 1988)

- Aktionslernen, Verbindung von Arbeit mit Lernprojekten (PEDLER 1985, REVANS 1978)

- Integration von Weiterbildung, Personalentwicklung und Strategischer Unternehmensplanung (GOLDEN / RAMANUJAM 1985, ASHTON 1987, STIEFEL / BELZ 1987 a,b, STIEFEL 1989)

- Evaluierungsprojekte, Lerntransferuntersuchungen, Durchführung von Trainings-Audits inner- und überbetrieblicher Bildungsprogramme (STIEFEL 1980, 1988, BUCKLEY / CAPLE 1984, KUBR 1984, KURTZ u. a. 1984, EASTERBY-SMITH u. a. 1986, SPENCER 1986)

- Ausbau der "Lernmittel- und Lerner-Börsen-Funktion" der Weiterbildungsträger, Unterstützung von Unternehmenskooperationen in der Bildungsarbeit

- Qualifizierung betriebsinterner "Multiplikatoren" (DONELLY 1985, KAILER 1988 c)

- Internationalisierung der Weiterbildungsarbeit, damit verbunden auch Fragen der strategischen Ausrichtung und Positionierung von Weiterbildungsanbietern am internationalen Markt (STIEFEL 1978, EASTERBY-SMITH / TANTON 1988, KUBR / PROKOPENKO 1989)

Teil V

Herausforderungen für Weiterbildungsträger

Ausgehend von diesen Ergebnissen sollen im folgenden einige wichtige Problemstellungen und Aufgaben bzw. Planungs- und Entwicklungsprojekte für Weiterbildungsträger skizziert werden (die in ähnlicher Form auch für betriebliche Weiterbildungsabteilungen zutreffen):

- Die steigende Anbieterzahl führt zu erhöhtem Konkurrenzdruck: Dieser wird aber von den Anbietern nur eingeschränkt wahrgenommen, da gleichzeitig auch die Nachfrage steigt (auch kleine Unternehmen beginnen mit seminar- und kursmäßiger Weiterbildung, bzw. weiterbildungserfahrene Firmen bauen ihre Trainingsaktivitäten aus, die private finanzierte Nachfrage durch Einzelpersonen steigt ebenfalls an).
  Mangels geeigneter statistischer Unterlagen sind Teilnehmerzu- und -abflüsse zwischen den einzelnen Anbietern kaum feststellbar, sodaß hier für spekulative Überlegungen, aber auch für Wunschdenken breiter Raum bleibt.

  Insbesondere für die größeren Anbieter ist es wichtig, ihren Informationsstand in diesen Bereichen zu verbessern:

  - Erstellung von Teilnehmeranalysen und Bildungsstatistiken durch die Weiterbildungsinstitute
  - Ausbau der Markt- und Konkurrenzanalyse
  - schriftliche und mündliche Befragung von Teilnehmern und Nicht-Teilnehmern, um das Image des eigenen Institutes mit dem der Konkurrenz vergleichen zu können
  - Institutionalisierung eines aussagekräftigen, aber dennoch praktikablen Feedbacksystems in der eigenen Organisation, welches über Seminarabschlußfragebögen hinausgeht

- Mit dem Zunehmen firmeninterner Veranstaltungen und der steigenden Bedeutung von ganzheitlichen Problemlösungen durch integrierte Beratung und Weiterbildung wird eine stimmige, in sich geschlossene Programm- und Trainingsphilosophie des Bildungsträgers immer wichtiger.

Gerade bei den großen Weiterbildungsträgern erschwert ein umfangreiches Angebot das Erkennen eines Institutsprofiles.
Dies trifft insbesondere auf die vorwiegend auf Seminar- und Kursbetrieb ausgerichteten Weiterbildungsanbieter zu.

- Klareres Herausarbeiten des Institutsprofils und der angesprochenen Zielgruppe. Gerade die Grundsatzfrage des "Wer sind wir?" müßte ausreichend geklärt werden.
- Überprüfung des eigenen Angebotes und der Marketingstrategien, ob sie diesem (angestrebten) Institutsprofil entsprechen
- Überprüfung der Frage, inwieweit der Weiterbildungsträger von der organisatorischen Struktur, der Mitarbeiteranzahl und -qualifikation überhaupt in der Lage ist, dieses angestrebte Institutsprofil glaubwürdig zu machen
- Überprüfung, inwieweit Trainerstab und Institutsphilosophie kompatibel sind und welche Änderungen bei der Rekrutierung von Trainern und hausinternen Mitarbeitern durchgeführt werden müßten, Erarbeitung von Auswahlkriterien für Trainer, Vorgehenskriterien für die Durchführung und Evaluierung von Trainings- und Beratungsprojekten und internen Train-the-Trainer-Programmen usw.

Gerade Bildungsanbieter mit einem kleinen Trainerstab sind hier im Vorteil, da sie ihre "Trainingsphilosophie" leichter abstimmen und nach außen kommunizieren können.

- Die Angebotskonkurrenz (gerade bei Standardseminarthemen) führt zu "Prospektüberflutung" (aber auch gesteigerter Orientierungslosigkeit) der Unternehmen:
  - Überprüfung der eigenen Strategie des Bildungsmarketing, insbesondere im Hinblick auf die anzusprechende Zielgruppe.

- Umgang mit "Angebots-Imitationen": Eine häufige vorkommende Planungsstrategie besteht darin, (scheinbar) erfolgreiche Programme und Themen der Konkurrenz ins eigene Programm aufzunehmen. Dies ist oft mit Niedrig- oder Hochpreisstrategien verbunden.
  - Überprüfung, ob Kompatibilität des Angebotes mit dem Institutsprofil gegeben ist
  - Überprüfung der eigenen Kalkulation unter Berücksichtigung der "Umwegrentabilität" für die Institution (über Einzelbereiche hinaus)

- Konkurrenz von eigenen eingeführten Angeboten durch Spezialinstitute mit zielgruppenspezifischer Ausrichtung (z. B. Themen wie Kommunikation und Führung, aber bezogen auf einen speziellen Teilnehmerkreis) bzw. mit Einsatz neuester Spezialgeräte (Beispiel: EDV-Schulung direkt durch den Hersteller).
  Ein nicht darauf spezialisierter Bildungsträger mit einem breiteren Angebotsbereich läuft Gefahr, sich in diesem Bereich auf allgemeiner gehaltene Einführungskurse von geringerer Qualität beschränken zu müssen.

- Kritische Überprüfung, inwieweit eigene "Standardthemen" mit unspezifischer Ausschreibung überhaupt noch weiter angeboten werden sollen
- Prüfung von Möglichkeiten der Zusammenarbeit mit externen Spezial-Anbietern

- Neue Themen werden durch darauf spezialisierte (Klein)-Anbieter angeboten:
  - Überprüfung, ob in diese neuen Bereiche überhaupt eingestiegen werden soll, inwieweit sie zum bestehenden Angebot kompatibel sind und ob überhaupt intern ausreichendes "know-how" in diesem Bereich vorhanden ist oder zugekauft werden kann.
  - Prüfung von Kooperationsmöglichkeiten

- Neue Organisationsformen des Lernens gewinnen zunehmend an Bedeutung: Diese stoßen teilweise – aufgrund des noch geringen Bekanntheitsgrades – noch auf wenig Interesse, es besteht weiterhin Nachfrage nach der bisherigen Angebotsform, hohe Anfangsinvestitionen in Hard- und Software (z. B. bei computergestütztem Unterricht), notwendige Veränderungen der Organisationsform des Weiterbildungsträgers (z. B. bei der Einrichtung von Selbstlernzentren oder Lernerbörsen), neue Anforderungen an die Qualifikation der eigenen Mitarbeiter und Trainer (z. B. für die Übernahme von Funktionen als Tutoren und Lernberater) erschweren jedoch intern den Entschluß, diese neuen Angebotsfelder auch tatsächlich zu besetzen.
  Als Anzeichen für Nachfrageänderungen in diesen Bereichen ist das vermehrte Auftauchen neuer Kleinstinstitute und privater Trainergruppen zu sehen, die sich in den neuen Marktnischen etablieren (z. B. Erstellung von Lehrfilmen, Lernprogrammen, Cassetten, Selbstlernmaterialien, Coaching/Einzelberatung) bzw. diese überhaupt erst schaffen.
  - Intensivierung der Markterkundung, Vergabe von Pilotforschungsprojekten, Entwicklung von Pilotprojekten und -programmen dürften gerade für größere Anbieter die geeigneten Formen sein, diese neuen Entwicklungen auszuloten. Diese Arbeiten können kaum neben dem "Normallehrbetrieb" durchgeführt werden, sodaß sich die Einsetzung entsprechend qualifizierter Projektgruppen bzw. die Installierung von "Skunkwerkstätten" (PETERS / AUSTIN) als geeignete Organisationsformen anbieten.
  - Gerade bei Instituten mit etablierten Programmangeboten stellt sich auch die Frage, ob hier einfach verschiedene Lernformen parallel angeboten werden sollen oder welche Veranstaltungsformen und -themen durch diese neuen Formen der Lernorganisation ersetzt werden können.

- Wie die Ergebnisse der ibw-Erhebung zeigen, werden sowohl unternehmensinterne als auch externe Weiterbildung in Zukunft weiter ausgebaut werden. Auch die privat finanzierten Kursbesuche werden weiter zunehmen.
  Die bereits jetzt sehr weiterbildungsintensiven Unternehmen legen dabei aber den Schwerpunkt eher auf einen weiteren Ausbau ihrer internen Aktivitäten. Dadurch

werden die Qualitätsanforderungen an Kooperationsangebote externer Institute steigen (Beispiel: Entwicklung neuer Lernformen durch externe Institute, um die angestrebte Dezentralisierung der firmeninternen Weiterbildung zu unterstützen). Bei einer großen Anzahl von Unternehmen wird die Weiterbildungsfunktion aber nur nebenamtlich ausgeübt. Das heißt, Zeitbeschränkungen, aber auch Qualifikations- und Informationsdefizite im Trainingsbereich stehen einem intensiveren Ausbau der internen Weiterbildung entgegen. Gerade in der "Multiplikatorenschulung" ergibt sich ein weiterer wichtiger Aufgabenbereich für externe Weiterbildungsträger.

- Ausbau der Weiterbildung innerbetrieblicher "Multiplikatoren" (z. B. Train-the-Trainer-Kurse, einschlägige Handbücher sowie auch neue Angebote wie die Beratung bei Bedarfsanalysen, bei der Erstellung von Weiterbildungskonzepten, die Förderung von Unternehmenskooperationen, von Lernpartnerschaften und selbstgesteuertem Lernen durch Lerner- und Lehrmittelbörsen usw.
- Angebot von Beratungsleistungen für die Personalentwicklungs- und Weiterbildungsarbeit für den Übergang von "Unternehmen mit hoher Weiterbildungsaktivität" hin zur "lernenden Organisation". Diese Beratungsleistungen zur Frage, wie eine Unternehmung gestaltet werden kann, um effizient und nachhaltig zu lernen, sind eng mit Organisationsentwicklungs-Beratung im weiteren Sinne verknüpft und setzen natürlich den Aufbau entsprechender Qualifikationen auch beim Weiterbildungsanbieter voraus.

Teil VI

Zusammenfassung

Ende 1987 wurden vom Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft (ibw) die 10.000 größten Unternehmen Österreichs schriftlich über ihr Weiterbildungsverhalten befragt. 1.100 Unternehmen über 20 Mitarbeitern gaben Auskunft über ihre Aktivitäten.

Im Rahmen des vorliegenden Untersuchungsteiles werden aufgrund einer Sonderauswertung dieser Ergebnisse Strukturen und Entwicklungen des Weiterbildungsmarktes – in erster Linie auf Institutsebene – herausgearbeitet ("Welche Weiterbildungsträger arbeiten mit welchen Unternehmensgruppen zusammen?").

Zusätzlich wurden Annoncen und Weiterbildungsangebote von fast 300 Weiterbildungsträgern in österreichischen Printmedien analysiert, um auch Aussagen über Angebotsveränderungen qualitativer Art treffen zu können ("Welche Änderungen gibt es bezüglich der angebotenen Kooperationsformen in der Weiterbildung?").

Ergebnisse

Der österreichische beruflich orientierte Weiterbildungsmarkt wird von einer eher geringen Anzahl von Anbietern dominiert.

Die berufsorientierte Weiterbildung für Fachkräfte und Lehrlinge erfolgt vor allem in Zusammenarbeit mit den Wirtschaftsförderungsinstituten (über 90 % der befragten Unternehmen kooperieren mit Wirtschaftsförderungsinstituten), im Rahmen von Händler- und Herstellerschulungen (jedes vierte Unternehmen bietet selbst entsprechende Trainings und Schulungsmaßnahmen an), sowie durch das Berufsförderungsinstitut, mit dem jedes dritte Unternehmen zusammenarbeitet.

Eine zweite große Gruppe von Anbietern konzentriert sich eher auf die Fortbildung von Spitzenkräften. Dazu zählen insbesondere die auch im Rahmen der ARGE Management-Institute zusammenarbeitenden Institutionen sowie in- und ausländische Berater- und Trainergruppen.

Insgesamt nahmen in den letzten Jahren die Weiterbildungsaktivitäten der Unternehmen und die Nachfrage nach externen Weiterbildungsangeboten zu.

Mit steigender Weiterbildungsaktivität arbeiten die Unternehmen auch mit mehr Weiterbildungsträgern zusammen.
Diese Inanspruchnahme von zusätzlichen Weiterbildungsträgern (über die Fachkräfteschulung hinaus) innerhalb der letzten Jahre ist besonders ausgeprägt bei Unternehmen, die methodisch-didaktische Änderungen oder personelle Umbesetzungen in den letzten drei Jahren durchgeführt haben, die Erfahrungen mit Organisationsentwicklung gemacht haben oder Weiterbildungsabteilungen eingerichtet haben.

Ebenso wächst aber auch die Zahl der Anbieter von Trainings- und Beratungsleistungen.
Dieser Angebotszuwachs ist vor allem – neben den erwähnten Händler- und Herstellerschulungen und aperiodischen Angeboten von "Nebenbei-Anbietern" – auf Einzeltrainer sowie in- und ausländische Berater- und Trainergruppen zurückzuführen. Die ausländischen Weiterbildungsträger kooperieren dabei insbesondere mit weiterbildungsintensiven Unternehmen (das sind vor allem Großunternehmen, aber auch eine Reihe von weiterbildungsaktiven Kleinunternehmen).

Während die berufsorientierten Weiterbildungsträger, insbesondere die Wirtschaftsförderungsinstitute, den gesamten österreichischen Markt vom Kleinst- bis zum Großbetrieb abdecken (entsprechend der Größenstruktur der österreichischen Grundgesamtheit), sind Management-Institute stärker an – weiterbildungsintensiven – Großbetrieben orientiert (obwohl auch bei ihnen bis zu einem Viertel ihrer Nennungen auf Unternehmen unter 100 Mitarbeitern entfallen).

Die Weiterbildungsträger werden von den Unternehmen zielgruppenspezifisch und problemorientiert in Anspruch genommen: Insgesamt kooperiert der weitaus überwiegende Teil der Unternehmen im Rahmen der Fachkräftefortbildung mit WIFIs, Händlern und Herstellern und dem BFI. Mit steigender Weiterbildungsaktivität werden von den Unternehmen zusätzlich die Dienste von Management-Instituten und Berater- und Trainergruppen in Anspruch genommen (für neue Zielgruppen wie z. B. Führungskräfte, für neue Themenbereiche wie z. B. Persönlichkeitsentwicklung und Kommunikation, für integrierte Trainings- und Beratungsansätze im Sinne der Organisationsentwicklung, für strategische Klausuren und moderierte Workshops usw.).

Während von der Organisationsform her nach wie vor die seminar- und kursmäßige Form der Weiterbildung überwiegt, gibt es schon eine Reihe von Unternehmen, die mit neuen Lehr- und Lernformen Erfahrungen gesammelt hat: So organisieren z. B. vier von zehn Großunternehmen mit mehr als 1.000 Mitarbeitern Lerngruppen am Arbeitsplatz, jeder dritte Großbetrieb setzt auch computergestützte Unterweisung ein.
Dies betrifft auch das überbetriebliche Weiterbildungsangebot: Es werden zunehmend neue Kooperationsformen von den Weiterbildungsträgern angeboten und auch nachgefragt.

In der Annoncenanalyse der Weiterbildungsangebote konnte eine Reihe von neuen bzw. qualitativ veränderten Kooperationsformen zwischen Unternehmen und Weiterbildungsträgern festgestellt werden:

- neue Veranstaltungsformen, wobei aufgrund methodisch-didaktischer Änderungen auf die Erhöhung der Transfer- und Problemlösungsorientierung abgezielt wird (z. B. mehrphasige Veranstaltungen mit Vor- und Nachbereitungsphase, Vorveranstaltungen zur Information, Transferseminare, moderierte Klausuren, mehrteilige Beratungsseminare usw.)
- neue Organisationsformen des Lernens, wie z. B. Einsatz von computergestütztem Unterricht, Selbststudienmaterialien, organisierte Studienreisen, Einzelberatung (Coaching), Schaffung inner- und überbetrieblicher Erfahrungsaustauschkreise, Integration von Training und Beratung.

Zukünftige Entwicklungen

Die anglo-amerikanische und deutschsprachige Fachliteratur sowie die Ergebnisse von Gesprächen mit in- und ausländischen Fachleuten zeigen darüberhinaus eine Reihe von Themen und Problemstellungen auf, die in Zukunft verstärkt an Bedeutung gewinnen werden:

- Entwicklung der Unternehmen in Richtung auf eine "lernende Organisation"
- Integration des "self-development"-Ansatzes in die betriebliche Bildungsarbeit
- Entwicklung von Open Learning und Distance-Learning-Programmen (Weiterentwicklung des Fernstudiums)
- Ausbau der Beratungsfunktion (Bildungs- und Lernberatung, Coaching, Tutoring, Mentoring)
- Ausbau der Lernbörsenfunktion der Weiterbildungsträger
- Internationalisierung der Weiterbildung
- Trainings Audits
- Integration von Weiterbildung, Personalentwicklung und Strategischer Unternehmensplanung

Teil VII

Summary

Structures and Tendencies in the Field of External Further Vocational Training

At the end of 1987, Austria's 10.000 largest companies received questionnaires from the Institute for Educational Research for the Austrian Economy (ibw) regarding their activities in the field of further education. 1.000 of them (all of them having more than 20 employees) answered them, giving full details concerning their educational activities.

Within the framework of this study a special analysis has been carried out concerning tendencies in the field of further education ("Which institutes cooperate with which groups of companies?").

Additionally the various forms of further education offered by almost 300 institutes in the Austrian print media were analysed in order to assess qualitative changes that have emerged with regard to the forms of cooperation in the field of further education between training institutions and enterprises.

Chapter one deals with the "deficit of information concerning external offers". The question was: How is it possible that on the one hand (particularly small) enterprises continue to speak of a lack of information and that on the other hand an excess of information, a flood of brochures, etc., is often complained about? Which measures are taken by the companies as well as by the institutions providing further education in this respect?

Chapter two contains results of a special analysis based upon the above mentionend 1.100 questionnaires with regard to the cooperation of the companies and the institutes for further education.

These results are completed by the above-mentioned analysis of advertisements in Chapter three. Two problems are discussed there:

- What are the causes of the increase of activities offered in the field of further education, and
- which qualitative changes can be observed there?

This is completed by a short survey of future trends and developments in this field.

On the basis of these evaluations, Chapter four gives an outline of some of the main areas of work and development in the future concerning institutes for further education.

Some results

The Austrian market of further vocational training is dominated by a fairly small number of institutions.

Further vocational training for skilled workers and apprentices is offered chiefly in cooperation with the institutes for economic promotion of the Chamber of Commera (the WIFIs) – more than 90 % of the interviewed companies work together with them – with training programs offered by producers (one out of four companies offer such programs themselves), and by the Institute of Occupational Promotion (BFI), with which one out of three companies cooperates.

A second main group among the institutes concentrates its educational efforts mainly on the top management. These are especially Austrian Management training institutes as well as groups of consultants and trainers from Austria and abroad.

On the whole it can be said that in the course of the last few years a considerable increase could be noted not only in the number of activities pursued but also in the demand for external programs.

Those companies which have increased their training activities also tend to cooperate with more institutes. This has become particularly pronounced with those companies which have – during the last three years – carried out changes of didactic nature, which have had changes in their training department, which have made experience with organizational development or which have installed specific training departments.

But also the number of institutes offering training and consulting programs has been increasing.

Apart from the above-mentioned programs offered by producers and apart from programs offered in irregular intervals by organizations which do not primarily work in the field of further education, this increase is mainly due to individual trainers as well as to training and consulting groups from Austria and abroad. Non-Austrian institutes cooperate mainly with those enterprises which intensively make use of further educational programs, i. e. above all large enterprises as well as quite a number of "educationally-active" small ones.

Whereas the job-oriented institutes of further education (and among them particularly the WIFIs) cover the whole Austrian market from the smallest up to the largest companies the management-institutes are more concentrated on large-scale enterprises, though the data obtained also show that up to one fourth of the companies seeking their services has less than 100 employees.

Companies select external institutes for further education with a special regard to the target group involved and the problem(s) to be solved: On the whole the by far largest number of companies cooperates with the WIFIs, their suppliers and the BFI as far as their skilled workers are concerned. As soon as a company intensifies its activities, it most frequently also cooperates with management institutes as well as training and consulting groups (with the aim of reaching new target groups like managers, of dealing with new topics like the individual's development or communication, or when they try to adopt a more integrated approach to training and consulting in the sense of OD etc.).

Whereas short seminars and courses still represent the two dominant organizational forms of further education, a series of enterprises already uses new forms of learning and teaching: e. g. four out of ten large companies with more than 1,000 employees have organized learning groups or quality circles, every third large enterprise also uses computer-aided instruction. The same applies to external programs: there is an increase both in the demand for and in the supply with new forms of cooperation.

An analysis of the advertisement of training offers sector has brought to light some new forms of cooperation between the companies on the one hand and the institutes for further education on the other:

- new training programs with the aim of increasing transfer- and problem-orientation e. g. by introducing training programs divided into different phases including a preparation and a final transfer phase, preparatory information evenings, transfer seminars (concerning the successful application of acquired knowledge).
- new organizational forms of learning, like computer-aided instruction, distance learning, organized study tours, coaching, integration of training and consulting, etc.

On the whole, the following trend in the development of the cooperation between training institutes and enterprises did emerge:

At the beginning, the majority of companies cooperates with the institutes of economic promotion and/or attends training seminars for customers. In the case of small companies we could almost speak of a "WIFI-monopoly". The two most popular topics to start further vocational training with are sales training and EDP.

In the case of intensification of a company's activities (e. g. by increasingly attending seminars or by introducing in-house training) as well as in the case of a company starting projects related to organizational development, it most frequently additionally

cooperates with management institutes and/or private groups of trainers and consultants.

If a company already has installed an internal training department, it tends to intensify internal training activities more than external ones.

Future trends and developments

A survey of training literature and interviews of training experts in Austria and abroad show, moreover, that a series of topics and issues are going to gain more and more importance in the near future:

- companies are going to develop more towards being "learning organizations",
- the "self-development approach" is going to be integrated more into internal educational programs,
- open-learning and distance-learning programs are going to be developed more intensively,
- the function of the trainers is going to be expanded (consulting with regard to education and learning, coaching, tutoring, mentoring),
- the function of the training institutes as "mediators of information" is going to become increasingly important,
- further education will become more internationalized,
- training audits,
- the integration of further education, personnel development and strategic management planning is going to become more important.

Teil VIII

Literatur- und Quellenverzeichnis

ARROBA T. / JAMES K., Pressure at Work, Maidenhead 1987.

BINSTED D., New Ways of Learning, in: MUMFORD A., a. a. O., S. 163 *ff.*

BMUKS (Hrsg.), KEBÖ-Grundlehrgang für Erwachsenenbildner – Selbstdarstellung der in der KEBÖ vertretenen Organisationen, Wien, Juni 1986 (2. Auflage).

BUCKLEY R. / CAPLE J., The Training Audit, in: Journal of European Industrial Training 8,7, 1984, S. 3 *ff.*

BURGOYNE J., Management Development for the individual and the organisation, in: Personnel Management, Juni 1988, S. 40 *ff.*

CUNNINGHAM I., Self-Managed Learning, in: MUMFORD A., a. a. O., S. 145 *ff.*

DAVIES I., The Management of Learning, London 1971.

DERR C. / MILLER S., Career Anchor Assessment, in: KURTZ H.-J. / STIEFEL R., a. a. O., S. 95 *ff.*

DONELLY E., Tomorrows Industrial Training Officer – The Challenge of Change, in: Journal of European Industrial Training, Vol. 9., Number 5/1985.

EASTERBY-SMITH M. / BRAIDEN E. / ASHTON D., Auditing Management Development, Aldershot 1986 (2. Auflage).

EASTERBY-SMITH M. / TANTON M., Strategies and Faculty Development in Business Schools and Management Development Institutes: An International Study, CSML (Hrsg.), Lancaster, März 1988.

FRANCIS D. / YOUNG D., Mehr Erfolg im Team, Essen 1982.

GARAVAN T., Promoting Natural Learning Activities within the Organisation, in: Journal of European Industrial Training 11,7, 1987, S. 15 *ff.*

GARRY A. / COWAN J., Continuing Professional Development: A learner centred Strategy, Project Report, FEU (ed), London 1986.

GERMAIN C. / BURGOYNE J., Self-development and career planning: an exercise in mutual benefit, in: Personnel Management, April 1984, S. 21 *ff.*

GOLDEN K. / RAMANUJAM V., Between a Dream and a Nightmare: On the Integration of the Human Resource Management and Strategic Business Planning Processes, in: Human Resource Management, Winter 1985, Vol. 24, Nr. 4, S. 429 *ff*.

KAILER N. u. a., Bildungsarbeit im Klein- und Mittelbetrieb, Forschungsbericht Nr. 39 des Instituts für Bildungsforschung der Wirtschaft (Hrsg.), Wien 1985.

KAILER N., Neue Kooperationsformen zwischen Unternehmen und über- betrieblichen Bildungsträgern, Studie des Instituts für Bildungsforschung der Wirtschaft im Auftrag des Wirtschaftsförderungsinstituts der Bundes- wirtschaftskammer, Wien, Mai 1987 (Manuskript).

KAILER N. (Hrsg.), Neue Ansätze der betrieblichen Weiterbildung in Österreich, Band I: Organisationslernen, Forschungsbericht Nr. 53 des Instituts für Bildungsforschung der Wirtschaft, Wien 1988 (a) (3. Auflage), Band II: Neue Organisationsformen des Lehrens und Lernens, Forschungsbericht Nr. 54 des Instituts für Bildungsforschung der Wirtschaft, Wien 1988 (b) (2. Auflage).

KAILER N., Betriebliche Weiterbildung – Entwicklungstendenzen in österreichischen Unternehmen, Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft (Hrsg.), Wien, Sep. 1988 (c) (2. Auflage).

KAILER N., Möglichkeiten der Kooperation zwischen Weiterbildungsinstitutionen und Unternehmen, in: ders. (Hrsg.), a. a. O., Band II, S. 123 *ff*., Wien 1988 (d).

KAILER N., Weiterbildungsanbieter in österreichischen Printmedien, Studie des Instituts für Bildungsforschung der Wirtschaft (Hrsg.), (Manuskript), Wien, März 1988 (e).

KAILER N., Bildungsberatung – Anforderungsprofil und organisatorische Eingliederung von Bildungsberatern im Bereich der Wirtschafts- förderungsinstitute, Studie des Instituts für Bildungsforschung der Wirtschaft (Hrsg.), Wien, April 1988 (f) (Manuskript).

KAILER N., Kosten der beruflichen Weiterbildung, Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft (Hrsg.), Wien 1988 (g), (Manuskript).

KLEVENOW U., SESTMAT-Studieneinheit "Weiterbildungsberatung", Pädagogische Arbeitsstelle des Deutschen Volkshochschulverbandes (Hrsg.), Bonn 1980.

KOLB D. / RUBIN I. / Mc INTYRE J., Organizational Psychology – An Experimental Approach, Englewood Cliffs 1979 (3. Auflage).

KRAUS H. / PIBER H. / SASSEN v. H. / TICHY G., Schrumpfende Märkte, Wien 1985.

KUBR M., Managing a management development institution, ILO (Hrsg.), Genf 1982.

KUBR M. / PROKOPENKO J., Diagnosing management training and development needs, ILO (Hrsg.), Genf 1989.

KURTZ H.-J. / STIEFEL R., Laufbahn und Laufbahngestaltung, München 1985.

KURTZ H.-J. / MARCOTTY A. / STIEFEL R., Neue Evaluierungskonzepte in der Management-Andragogik, München 1984.

MANN S., The effective design and delivery of open learning packages for management education, CSML (Hrsg.), Lancaster 1987.

MUMFORD A. (Hrsg.), Handbook of Management Development, Aldershot 1986 (2. Auflage).

ÖStZA (Hrsg.), Mikrozensus berufliche Fortbildung und Umschulung, Beiträge zur Österr. Statistik 753, Wien 1985.

PEDLER M. (Hrsg.), Action Learning in Practice, Aldershot 1985.

PEDLER M. / BURGOYNE J. / BOYDELL T., A Manager's Guide to Self-Development, Maidenhead 1986 (2. Auflage).

PEDLER M. / BOYDELL T. / BURGOYNE J., Learning Company Project – A report on work undertaken October 1987 to April 1988, Lancaster, Mai 1988 (vervielfältigtes Manuskript)

PETERMANDL M., Aus- und Weiterbildung durch computerunterstützten Unterricht, in: KAILER N. (Hrsg.), a. a. O., Band II, S. 161 *ff.*

PETERS T. / AUSTIN N., Leistung aus Leidenschaft – Über Management und Führung, Hamburg 1986.

PIBER H., Innovation im Klein- und Mittelbetrieb, in: KAILER N. (Hrsg.), a. a. O., Band I, S. 145 *ff.*

REVANS R., The A.B.C. of Action Learning, London 1978.

RICHARDSON J. / BENNET B., Applying Learning Techniques to On-the-Job Development, Journal of European Industrial Training 8,1, 1984, S. 3 *ff.*

SCHEIN E., Career dynamics: matching individual and organizational needs, Reading (Mass.) 1978.

SNELL R., The Challenge of painful and unpleasant emotions, in: HODGSON V. u. a., (Hrsg.), Beyond Distance Teaching – Towards Open Learning, Milton Keynes 1987 (a), S. 59 *ff.*

SNELL R., Patterns and Outcomes of Managerial Learning at Work, CSML working paper, Lancaster 1987 (b).

SNELL R., The emotional cost of managerial learning at work, in: Management Education and Development Vol. 19, pt. 4/88, S. 322 *ff.*

SNELL R. / BINSTED D., Issues in Management Development and their implications for Open and Distance Learning, CSML working paper, Lancaster 1985.

SOHM K., Einzelberatung von Führungskräften, in: KAILER N. (Hrsg.), Band I, S. 184 *ff.*

SPENCER L., Calculating Human Resource Costs and Benefits, New York 1986.

STIEFEL R., Internationale Management-Schulung, Frankfurt/Main 1978.

STIEFEL R., Neue Kooperationsformen zwischen betrieblicher und überbetrieblicher Management-Schulung, in: ders., Betriebliche Weiterbildung, München 1980, S. 73 *ff.*

STIEFEL R., Lernen im Zweier-Team, München 1980 (b)

STIEFEL R., So plane ich meine Weiterbildung! Eine strukturierte Arbeitshilfe mit vielfacher Verwendungsmöglichkeit, in: Management-Andragogik und Organisationsentwicklung (MAO), Nr. 3/1984, S. 14 *ff.*

STIEFEL R., Management Training Audit, in: io Management Zeitschrift 1988/3, S. 133 *ff.*

STIEFEL R., Orientierungsrahmen für die Entwicklung einer Management-Development-Konzeption, in: Personal, Heft 6/1989, S. 231 *ff.*

STIEFEL R. / BELZ O., Strategische Managemententwicklung, in: Harvard Manager 3/1987, S. 119 *ff.*

STIEFEL R. / BELZ O., Lernen als strategischer Erfolgsfaktor, in: Jahrbuch der Absatz- und Verbrauchsforschung, GfK Nürnberg (Hrsg.), Heft 1/1987, S. 47 *ff.*

STIEFEL R. / KAILER N., Problemorientierte Management-Andragogik, München 1982.

STUART R., Using others to learn: Some everyday practice, in: Personnel Review, 13,4, 1984, S. 13 *ff.*

VESTER F., Denken, Lernen, Vergessen, Stuttgart 1981.

WACK O., Weiterbildungsberatung – Aufbau und Entwicklung von Weiterbildungsberatungsstellen, Wb-Praxis Heft 6, Landesinstitut für Curriculumentwicklung, Lehrerfortbildung und Weiterbildung (Hrsg.), Neuss 1980.

WEGER G., Führungskräfteentwicklung durch selbstorganisierte Peersupervision – Ein Werkstattbericht, in: Zeitschrift für Organisationsentwicklung 4/1987, S. 63 *ff.*

Teil IX

Anhang

1. Ausgewählte Tabellen

Tab. A 1: Zusammen auftretende Nennungen von Weiterbildungsinstitutionen durch Unternehmen

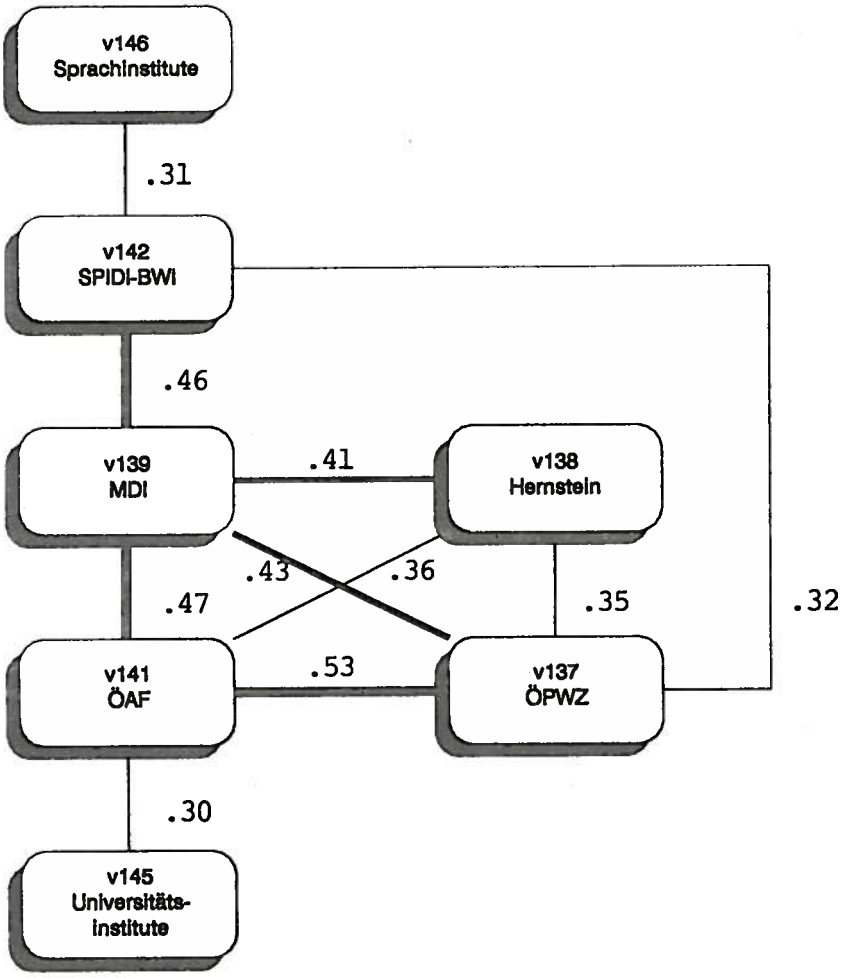
	v135	v136	v137	v138	v139	v140	v141	v142	v143	v144	v145	v146	v147	v148	v149	v150
v135		.19	.09	.13	.08	.04	.06	.06	.10	.10	.06	.05	.06	.07	.02	.07
v136			.26	.11	.15	.12	.22	.11	.18	.22	.11	.11	.01	.09	.03	.07
v137				.35	.43	.05	.53	.32	.24	.17	.26	.27	.21	.23	.13	.07
v138					.41	.08	.36	.37	.18	.03	.26	.23	.21	.19	.10	.07
v139						.08	.47	.46	.24	.08	.28	.29	.22	.24	.15	.04
v140							.05	.05	.15	.06	.09	.03	.04	.04	.02	.02
v141								.26	.22	.12	.30	.22	.20	.18	.11	.02
v142									.16	.07	.22	.31	.16	.19	.09	.05
v143										.14	.20	.13	.15	.08	.15	.02
v144											.05	.06	.01	.03	.04	.00
v145												.25	.10	.16	.18	.02
v146													.12	.16	.18	.05
v147														.29	.09	.06
v148															.15	.04
v149																.00

Qu.: ibw-Erhebung 1988, insgesamt 1100 Unternehmen
Dargestellt ist der Assoziationskoeffizient Cramer's V

Erläuterungen:

v135 = Wirtschaftsförderungsinstitut
v136 = Berufsförderungsinstitut
v137 = Österreichisches Zentrum für Produktivität und Wirtschaftlichkeit
v138 = Hernstein Institut für Unternehmensführung
v139 = Management-Institut der Industrie
v140 = Management Center Vorarlberg
v141 = Österreichische Akademie für Führungskräfte
v142 = Spracheninstitut/Bildungswerk der Industrie
v143 = Volkswirtschaftliche Gesellschaften
v144 = Arbeiterkammer/Österreichischer Gewerkschaftsbund
v145 = Universitätsinstitute, Uni-Außeninstitute
v146 = Sprachinstitute
v147 = inländische Berater-/Trainer(gruppen)
v148 = ausländische Berater-/Trainer(gruppen)
v149 = andere ausländische Institutionen
v150 = andere Weiterbildungsträger

Abbildung A-1:
In Anspruch genommene Weiterbildungsinstitutionen



Quelle: ibw-Erhebung 1988
Insgesamt 1.074 Unternehmen
Dargestellt: Assoziationskoeffizient Cramer's V (nur Werte über .29)
(Quelle: Anhang, Tab. A-1)

Tabelle A-2a:
Kundenstruktur der Weiterbildungsinstitutionen nach Unternehmensgröße

Weiterbildungs-Institution	Anzahl der Mitarbeiter					Insges.
	20 bis 49	50 bis 99	100 bis 499	500 bis 999	1.000 und mehr	
Wirtschaftsförderungs-Institut (WIFI)	39 %	20 %	28 %	8 %	6 %	992
Berufsförderungs-Institut (BFI)	22 %	17 %	36 %	13 %	12 %	356
Österr. Zentrum für Produktivität und Wirtschaftlichkeit (ÖPWZ)	16 %	10 %	40 %	19 %	15 %	387
Hernstein Institut für Unternehmensführung	24 %	14 %	35 %	15 %	13 %	321
Management-Institut der Industrie (MDI)	10 %	5 %	39 %	23 %	24 %	157
Management Club Vorarlberg (MCV)	11 %	15 %	38 %	19 %	17 %	53
Österr. Akademie für Führungskräfte (ÖAF)	13 %	11 %	38 %	20 %	18 %	318
Spracheninstitut/ Bildungswerk der Industrie (BWI)	18 %	12 %	29 %	24 %	18 %	130
Volkswirtschaftliche Gesellschaften (VWG)	6 %	14 %	42 %	21 %	16 %	140
Arbeiterkammer/ Gewerkschaftsbund	22 %	18 %	37 %	15 %	9 %	220
Universitätsinstitute	20 %	12 %	36 %	18 %	15 %	186
Sprachinstitute	24 %	16 %	29 %	15 %	15 %	183
inländische Berater-/ Trainer(gruppen)	30 %	18 %	31 %	11 %	10 %	444
ausländische Berater-/ Trainer(gruppen)	30 %	13 %	31 %	13 %	12 %	264
andere Institutionen	30 %	15 %	24 %	11 %	20 %	91
andere Weiter-bildungsträger	48 %	17 %	21 %	8 %	7 %	186
Insgesamt	40 %	20 %	26 %	8 %	6 %	1.074

Quelle: ibw-Erhebung 1988
Insgesamt 1.074 Unternehmen (100 % = Zeilensumme)

Tabelle A-2b:
In Anspruch genommene Weiterbildungsinstitutionen nach Unternehmensgröße

Weiterbildungs-institution	Anzahl der Mitarbeiter					insges.
	20 bis 49	50 bis 99	100 bis 499	500 bis 999	1.000 und mehr	
Wirtschaftsförderungs-institut (WIFI)	386 90 %	193 92 %	274 97 %	79 93 %	60 91 %	992 92 %
Berufsförderungs-institut (BFI)	79 18 %	59 28 %	129 46 %	47 55 %	42 64 %	356 33 %
Österr. Zentrum für Produktivität und Wirtschaftlichkeit (ÖPWZ)	61 14 %	39 19 %	155 55 %	75 88 %	57 87 %	387 36 %
Hernstein Institut für Unternehmensführung	76 18 %	45 21 %	111 39 %	47 55 %	42 64 %	321 30 %
Management-Institut der Industrie (MDI)	16 4 %	7 3 %	61 22 %	36 42 %	37 56 %	157 15 %
Management Club Vorarlberg (MCV)	6 1 %	8 4 %	20 7 %	10 12 %	9 14 %	53 5 %
Österr. Akademie für Führungskräfte (ÖAF)	42 10 %	36 17 %	120 42 %	64 75 %	56 85 %	318 30 %
Spracheninstitut/ Bildungswerk der Industrie (BWI)	23 5 %	15 7 %	38 13 %	31 37 %	23 35 %	130 12 %
Volkswirtschaftliche Gesellschaften (VWG)	9 2 %	19 9 %	59 21 %	30 35 %	23 35 %	140 13 %
Arbeiterkammer/ Gewerkschaftsbund	49 11 %	39 19 %	81 29 %	32 38 %	19 29 %	220 21 %
Universitätsinstitute	37 9 %	22 11 %	66 23 %	34 40 %	27 41 %	186 17 %
Sprachinstitute	44 10 %	30 14 %	53 19 %	28 33 %	28 42 %	183 17 %
inländische Berater-/ Trainer(gruppen)	132 31 %	81 39 %	138 49 %	47 55 %	46 70 %	444 41 %
ausländische Berater-/ Trainer(gruppen)	79 18 %	35 17 %	83 29 %	35 41 %	32 49 %	264 25 %
andere Institutionen	27 6 %	14 7 %	22 8 %	10 12 %	18 27 %	91 8 %
andere Weiter-bildungsträger	90 21 %	31 15 %	39 14 %	14 17 %	12 18 %	186 17 %
insgesamt	430	210	283	85	66	1.074

Quelle: ibw-Erhebung 1988
Insgesamt 1.074 Unternehmen (Mehrfachnennungen)
(100 % = Spaltensumme)

Tabelle A-3:
Kundenstruktur der Weiterbildungsinstitutionen nach Höhe der Gesamt-Weiterbildungskosten der Unternehmen

Weiterbildungsinstitution	Gesamt-Weiterbildungskosten (in 1.000 öS)				insges.
	bis 50	bis 500	bis 1.000	über 1.000	
Wirtschaftsförderungsinstitut (WIFI)	27 %	43 %	12 %	18 %	373
Berufsförderungsinstitut (BFI)	18 %	37 %	18 %	28 %	145
Österr. Zentrum für Produktivität und Wirtschaftlichkeit (ÖPWZ)	6 %	44 %	17 %	33 %	202
Hernstein Institut für Unternehmensführung	11 %	43 %	14 %	32 %	161
Management-Institut der Industrie (MDI)	3 %	30 %	20 %	46 %	93
Management Club Vorarlberg (MCV)	10 %	39 %	19 %	32 %	31
Österr. Akademie für Führungskräfte (ÖAF)	8 %	36 %	17 %	39 %	161
Sprachenlnstitut / Bildungswerk der Industrie (SPIDI-BWI)	9 %	35 %	17 %	39 %	75
Volkswirtschaftliche Gesellschaften (VWG)	9 %	36 %	17 %	39 %	70
Arbeiterkammer / Österr. Gewerkschaftsbund	22 %	46 %	11 %	21 %	85
Universitätsinstitute	4 %	41 %	20 %	35 %	97
Sprachinstitute	13 %	33 %	15 %	38 %	84
Inländische Berater- und Trainer(gruppen)	17 %	45 %	14 %	24 %	204
ausländische Berater- und Trainer(gruppen)	5 %	49 %	15 %	31 %	131
andere Institutionen	6 %	35 %	6 %	52 %	48
andere Weiterbildungsträger	29 %	42 %	14 %	15 %	69
Insgesamt	27 %	44 %	12 %	18 %	393

Quelle: ibw-Erhebung 1988
Insgesamt 393 Unternehmen mit Angabe von Gesamt-Weiterbildungskosten
(100 % = Zeilensumme)

Tabelle A-4:
Nennung der Weiterbildungsinstututionen durch Unternehmen mit geringen bzw. hohen Weiterbildungskosten

Weiterbildungsinstitution	Institution wird genannt von % der Unternehmen mit jährlichen Gesamt-Weiterbildungskosten	
	bis 50.000 öS	über 1 Mio. öS
Wirtschaftsförderungsinstitut (WIFI)	97 %	95 %
Berufsförderungsinstitut (BFI)	25 %	57 %
Österr. Zentrum für Produktivität und Wirtschaftlichkeit (ÖPWZ)	14 %	94 %
Hernstein Institut für Unternehmensführung	18 %	73 %
Management-Institut der Industrie (MDI)	2 %	61 %
Management Club Vorarlberg (MCV)	3 %	14 %
Österr. Akademie für Führungskräfte (ÖAF)	14 %	89 %
Spracheninstitut / Bildungswerk der Industrie (SPIDI-BWI)	7 %	41 %
Volkswirtschaftliche Gesellschaften (VWG)	6 %	39 %
Arbeiterkammer / Österr. Gewerkschaftsbund	21 %	21 %
Universitätsinstitute	2 %	35 %
Sprachinstitute	11 %	46 %
inländische Berater-/Trainer(gruppen)	37 %	69 %
ausländische Berater-/Trainer(gruppen)	7 %	57 %
andere Institutionen	3 %	36 %
andere Weiterbildungsträger	18 %	14 %
insgesamt	89	70

Quelle: ibw-Erhebung 1988
Insgesamt 393 Unternehmen mit Angabe von Gesamt-Weiterbildungskosten
(100 % = Spaltensumme)

Tabelle A-5:
Zusammenarbeit mit Weiterbildungsinstitutionen pro Sektion

Weiterbildungsinstitution	kooperierende Unternehmen insgesamt	Industrie	Gewerbe	Groß-handel	Einzel-handel	GKV	Fremden-verkehr	Verkehr	Andere	Insgesamt
Wirtschaftsförderungsinstitut (WIFI)	1.004 91 %	95 %	95 %	92 %	87 %	75 %	96 %	95 %	85 %	1.001
Berufsförderungsinstitut (BFI)	359 32 %	47 %	29 %	25 %	19 %	28 %	36 %	31 %	29 %	358
Österr. Zentrum für Produktivität und Wirtschaftlichkeit (ÖPWZ)	390 35 %	59 %	13 %	35 %	12 %	61 %	18 %	43 %	56 %	388
Hernstein Institut für Unternehmens-führung	323 29 %	37 %	18 %	39 %	18 %	64 %	–	29 %	39 %	320
Management-Institut der Industrie (MDI)	160 14 %	26 %	3 %	14 %	5 %	56 %	–	10 %	15 %	159
Management Club Vorarlberg (MCV)	53 5 %	7 %	2 %	4 %	4 %	14 %	–	5 %	5 %	52
Österr. Akademie für Führungskräfte (ÖAF)	320 29 %	41 %	9 %	28 %	14 %	83 %	24 %	31 %	63 %	318
Sprachenlnstitut / Bildungswerk der Industrie (SPIDI-BWI)	132 12 %	20 %	3 %	15 %	3 %	33 %	8 %	10 %	14 %	132
Volkswirtschaftliche Gesellschaften (VWG)	142 13 %	25 %	7 %	7 %	8 %	22 %	4 %	10 %	3 %	141
Arbeiterkammer / Österr. Gewerk-schaftsbund	221 20 %	33 %	17 %	11 %	9 %	14 %	12 %	26 %	20 %	220
Universitätsinstitute, Außeninstitute	187 17 %	23 %	9 %	18 %	10 %	42 %	8 %	10 %	31 %	184
Sprachinstitute	184 17 %	25 %	7 %	17 %	11 %	19 %	20 %	24 %	22 %	183
inländische Berater-/Trainer(gruppen)	452 41 %	44 %	31 %	47 %	48 %	56 %	44 %	41 %	39 %	451
ausländische Berater-/Trainer(gruppen)	266 24 %	28 %	13 %	35 %	25 %	33 %	24 %	24 %	25 %	265
andere Institutionen	93 8 %	12 %	4 %	8 %	6 %	22 %	8 %	7 %	12 %	92
andere Weiterbildungsträger	189 17 %	10 %	20 %	18 %	19 %	25 %	20 %	17 %	37 %	189
Insgesamt	1.109 100 %	350	279	146	145	36	25	42	59	1.082

Quelle: ibw-Erhebung 1988

Tabelle A-6:
Kundenstruktur nach Sektionen je Weiterbildungsinstitution

Weiterbildungsinstitution	Industrie	Gewerbe	Groß-handel	Einzel-handel	GKV	Fremden-verkehr	Verkehr	Andere	Insgesamt
Unternehmen je Sektion	350	279	146	145	36	25	42	59	1.082
Wirtschaftsförderungsinstitut (WIFI)	33 %	27 %	13 %	13 %	3 %	2 %	4 %	5 %	1.001
Berufsförderungsinstitut (BFI)	46 %	22 %	10 %	8 %	3 %	3 %	4 %	5 %	358
Österr. Zentrum für Produktivität und Wirtschaftlichkeit (ÖPWZ)	53 %	10 %	13 %	5 %	6 %	1 %	5 %	9 %	388
Hernstein Institut für Unternehmens-führung	40 %	16 %	18 %	8 %	7 %	–	4 %	7 %	320
Management-Institut der Industrie (MDI)	57 %	5 %	13 %	4 %	13 %	–	3 %	6 %	159
Management Club Vorarlberg (MCV)	48 %	10 %	12 %	12 %	10 %	–	4 %	6 %	52
Österr. Akademie für Führungskräfte (ÖAF)	46 %	8 %	13 %	6 %	9 %	2 %	4 %	12 %	318
Sprachen-Institut / Bildungswerk der Industrie (SPIDI-BWI)	53 %	7 %	17 %	4 %	9 %	2 %	3 %	6 %	132
Volkswirtschaftliche Gesellschaften (VWG)	61 %	14 %	7 %	8 %	6 %	1 %	3 %	1 %	141
Arbeiterkammer / Österr. Gewerk-schaftsbund	52 %	21 %	7 %	6 %	2 %	1 %	5 %	6 %	220
Universitätsinstitute, Außeninstitute	44 %	14 %	13 %	8 %	8 %	1 %	2 %	10	184
Sprachinstitute	49 %	10 %	14 %	9 %	4 %	3 %	6 %	7 %	183
inländische Berater-/Trainer(gruppen)	34 %	19 %	15 %	15 %	4 %	2 %	4 %	5 %	451
ausländische Berater-/Trainer(gruppen)	37 %	14 %	19 %	14 %	5 %	2 %	4 %	6 %	265
andere Institutionen	19 %	30 %	14 %	14 %	5 %	3 %	4 %	12 %	189
Insgesamt	32 %	26 %	14 %	13 %	3 %	2 %	4 %	6 %	100 %

Quelle: ibw-Erhebung 1988
Insgesamt 1.082 Unternehmen mit Sektionsangabe
(100 % = Zeilensumme, Anzahl der Nennungen pro Weiterbildungsinstitution)

Tabelle A-7a:
Zusammenarbeit von Unternehmen mit Weiterbildungsinstitutionen je Branche

Weiterbildungsinstitution	Energie, Gas, Wasser	Nahrungs- u. Genuß-mittel	Leder, Textil, Bekleidung	Papier, Holz	Chemie, chem. Produkte	Steine, Erden, Glas	Metalle, Metall-waren	Maschinen-erzeugung	elektro-technische Produkte	Bauwesen, Bauneben-gewerbe	Dienst-leistungen	Sonstige	Insgesamt
Wirtschaftsförderungsinstitut (WIFI)	97 %	93 %	94 %	99 %	89 %	93 %	93 %	99 %	91 %	90 %	87 %	91 %	92 %
Berufsförderungsinstitut (BFI)	53 %	32 %	27 %	26 %	26 %	41 %	33 %	46 %	37 %	46 %	29 %	24 %	33 %
Österr. Zentrum für Produktivität und Wirtschaft-lichkeit (ÖPWZ)	62 %	39 %	24 %	32 %	54 %	26 %	36 %	50 %	47 %	24 %	43 %	22 %	36 %
Hernstein Institut für Unternehmensführung	24 %	32 %	23 %	21 %	50 %	30 %	28 %	39 %	32 %	17 %	39 %	24 %	30 %
Management-Institut der Industrie (MDI)	30 %	16 %	6 %	10 %	29 %	19 %	14 %	18 %	29 %	8 %	22 %	3 %	15 %
Management Club Vorarlberg (MCV)	18 %	5 %	10 %	1 %	3 %	11 %	4 %	4 %	5 %	–	6 %	4 %	5 %
Österr. Akademie für Führungskräfte (ÖAF)	59 %	32 %	18 %	20 %	40 %	30 %	22 %	31 %	41 %	21 %	50 %	14 %	30 %
Sprachen-Institut / Bildungs-werk der Industrie (BWI)	12 %	9 %	10 %	8 %	21 %	15 %	9 %	23 %	24 %	2 %	19 %	5 %	12 %
Volkswirtschaftliche Gesellschaften (VWG)	24 %	16 %	20 %	10 %	7 %	26 %	22 %	18 %	18 %	8 %	8 %	7 %	13 %
Arbeiterkammer / Österr. Gewerkschaftsbund	21 %	25 %	19 %	25 %	15 %	26 %	25 %	24 %	14 %	25 %	19 %	12 %	13 %
Universitätsinstitute	32 %	23 %	5 %	13 %	25 %	7 %	12 %	34 %	15 %	12 %	27 %	8 %	21 %
Sprachinstitute	15 %	9 %	12 %	10 %	25 %	15 %	19 %	37 %	30 %	3 %	24 %	10 %	17 %
inländische Berater- und Trainer(gruppen)	44 %	52 %	43 %	42 %	40 %	33 %	37 %	38 %	46 %	34 %	41 %	47 %	41 %
ausländische Berater- und Trainer(gruppen)	29 %	34 %	28 %	19 %	35 %	19 %	23 %	27 %	30 %	6 %	25 %	27 %	25 %
andere Institutionen	21 %	7 %	5 %	7 %	15 %	15 %	10 %	20 %	8 %	5 %	10 %	3 %	9 %
andere Weiterbildungsträger	32 %	14 %	7 %	12 %	14 %	7 %	21 %	12 %	14 %	17 %	23 %	27 %	18 %
Insgesamt	34	56	95	92	72	27	121	74	66	89	135	147	1.008

Quelle: ibw-Erhebung 1988
Insgesamt 1.008 Unternehmen (Mehrfachnennungen)
100 % = jeweils die Spaltensumme der Unternehmen (je Branche)

Tabelle A-7b:
Kundenstruktur nach Branchen je Weiterbildungsinstitution

Weiterbildungsinstitution	Energie, Gas, Wasser	Nahrungs- u. Genuß-mittel	Leder, Textil, Bekleidung	Papier, Holz	Chemie, chem. Produkte	Steine, Erden, Glas	Metalle, Metall-waren	Maschinen-erzeugung	elektro-technische Produkte	Bauwesen, Bauneben-gewerbe	Dienst-leistungen	Sonstige
Wirtschaftsförderungsinstitut (WIFI)	3 %	5 %	9 %	9 %	7 %	3 %	12 %	8 %	6 %	8 %	12 %	14 %
Berufsförderungsinstitut (BFI)	5 %	5 %	8 %	7 %	6 %	3 %	12 %	10 %	7 %	12 %	11 %	10 %
Österr. Zentrum für Produktivität und Wirtschaft-lichkeit (ÖPWZ)	6 %	6 %	6 %	8 %	10 %	2 %	11 %	10 %	8 %	6 %	15 %	8 %
Hernstein Institut für Unternehmensführung	3 %	6 %	7 %	6 %	12 %	3 %	11 %	9 %	7 %	5 %	17 %	11 %
Management-Institut der Industrie (MDI)	7 %	6 %	4 %	6 %	14 %	3 %	11 %	8 %	12 %	5 %	19 %	3 %
Management Club Vorarlberg (MCV)	12 %	6 %	18 %	2 %	4 %	8 %	10 %	6 %	6 %	–	16 %	12 %
Österr. Akademie für Führungskräfte (ÖAF)	7 %	6 %	6 %	6 %	9 %	3 %	9 %	8 %	9 %	6 %	22 %	7 %
Spracheninstitut / Bildungs-werk der Industrie (BWI)	3 %	4 %	7 %	5 %	12 %	3 %	9 %	13 %	12 %	2 %	20 %	6 %
Volkswirtschaftliche Gesellschaften (VWG)	6 %	7 %	14 %	7 %	4 %	5 %	19 %	10 %	9 %	4 %	8 %	8 %
Arbeiterkammer / Österr. Gewerkschaftsbund	3 %	7 %	8 %	11 %	5 %	3 %	14 %	8 %	4 %	10 %	12 %	8 %
Universitätsinstitute	6 %	7 %	3 %	7 %	10 %	1 %	9 %	14 %	6 %	6 %	21 %	7 %
Sprachinstitute	3 %	3 %	6 %	5 %	10 %	2 %	13 %	15 %	11 %	2 %	18 %	8 %
inländische Berater- und Trainer(gruppen)	4 %	7 %	10 %	9 %	7 %	2 %	11 %	7 %	7 %	7 %	13 %	16 %
ausländische Berater- und Trainer(gruppen)	4 %	7 %	11 %	7 %	10 %	2 %	11 %	8 %	8 %	2 %	13 %	16 %
andere Institutionen	8 %	4 %	5 %	7 %	12 %	4 %	13 %	16 %	5 %	4 %	14 %	5 %
andere Weiterbildungsträger	6 %	4 %	4 %	6 %	6 %	1 %	14 %	5 %	5 %	8 %	17 %	21 %
insgesamt	3 %	5 %	9 %	9 %	7 %	3 %	12 %	7 %	8 %	9 %	13 %	14 %

Quelle: ibw-Erhebung 1988
Insgesamt 1.008 Unternehmen
100 % = Zeilensumme (Nennungen je Weiterbildungsinstitution)

Tab. A 8a: In Anspruch genommene Weiterbildungsinstitutionen je Subgruppe von Unternehmen mit Änderungen in der betrieblichen Weiterbildung der letzten drei Jahre

	WIFI	BFI	ÖPWZ	HERN	MDI	MCV	ÖAF	BWI	VWG	AK	UNI	SPRI	inlB	aBer	AUS	So.	Summe
Kooperierende Unternehmen insgesamt	1004	359	390	323	160	53	320	132	142	221	187	184	452	266	93	189	1109
	91%	32%	35%	29%	14%	5%	29%	12%	13%	20%	17%	17%	41%	24%	8%	17%	100%
Änderung der Anzahl der Teilnehmer in %	94%	35%	45%	36%	19%	7%	36%	16%	16%	24%	22%	22%	48%	30%	11%	17%	533
Änderung der Ausgaben für Weiterbildung	99%	36%	49%	38%	24%	6%	39%	17%	17%	25%	25%	24%	51%	32%	11%	16%	502
Änderung der Zahl des WB-Personals	92%	34%	36%	31%	15%	7%	26%	13%	11%	23%	21%	22%	45%	24%	9%	16%	284
Änderung neue Themenbereiche	94%	38%	53%	41%	25%	7%	42%	17%	18%	24%	29%	24%	57%	35%	14%	19%	421
Änderung neue Zielgruppen	96%	50%	61%	42%	28%	9%	52%	24%	27%	28%	34%	29%	60%	36%	15%	17%	221
Änderung des Einsatzes neuer externer Trainer	91%	41%	58%	46%	28%	8%	48%	23%	20%	23%	31%	28%	76%	44%	12%	15%	256
Änderung methodisch-didaktisch	94%	48%	72%	62%	47%	16%	68%	25%	33%	25%	47%	38%	67%	46%	22%	21%	81
Änderung personelle Umbesetzung	93%	50%	59%	45%	38%	13%	58%	24%	24%	29%	39%	34%	54%	36%	16%	18%	80

Qu.: ibw-Erhebung 1988, insgesamt 843 Unternehmen mit Änderungen (Mehrfachnennungen)
100 % = Zeilensumme

Erläuterungen:

WIFI = Wirtschaftsförderungsinstitut
BFI = Berufsförderungsinstitut
ÖPWZ = Österreichisches Zentrum für Produktivität und Wirtschaftlichkeit
HERN = Hernstein Institut für Unternehmensführung
MDI = Management-Institut der Industrie
MCV = Management Center Vorarlberg
ÖAF = Österreichische Akademie für Führungskräfte
BWI = Spracheninstitut/Bildungswerk der Industrie
VWG = Volkswirtschaftliche Gesellschaften
AK = Arbeiterkammer/Österreichischer Gewerkschaftsbund
SPRI = Sprachinstitute
inlB = inländische Berater-/Trainer(gruppen)
auslB = ausländische Berater-/Trainer(gruppen)
auslI = andere ausländische Institutionen
andere = andere Weiterbildungsträger

Tab. A 8b: In Anspruch genommene Weiterbildungsinstitutionen je Subgruppe von Unternehmen mit Änderungen in der betrieblichen Weiterbildung der letzten drei Jahre (Differenzen zur Grundgesamtheit lt. Tab. A 8a)

	WIFI	BFI	ÖPWZ	HERN	MDI	MCV	ÖAF	BWI	VWG	AK	UNI	SPRI	inlB	aBer	AUS	So.	
antw. Unt. insg.	1004	359	390	323	160	53	320	132	142	221	187	184	452	266	93	189	1109
in %	91%	32%	35%	29%	14%	5%	29%	12%	13%	20%	17%	17%	41%	24%	8%	17%	100%
Änderung d. Anzahl d. Teilnehmer in %	+2%	-2%	+8%	+6%	+4%	+2%	+6%	+4%	+3%	+3%	+5%	+5%	+7%	+7%	+7%	-1%	533
Änderung d. Ausgaben f. Weiterbildung	+7%	-1%	+12%	+8%	+9%	+1%	+9%	+5%	+4%	+4%	+8%	+7%	+10%	+9%	+2%	-2%	502
Änderung d. Zahl d. Weiterbildungspersonals	0	-3%	-1%	+1%	0	+2%	-4%	+1%	-2%	+2%	+4%	+5%	+4%	+1%	+1%	-2%	284
Änderung neue Themenbereiche	+2%	+1%	+16%	+11%	+10%	+2%	+12%	+5%	+5%	+3%	+12%	+7%	+16%	+12%	+6%	+1%	421
Änderung neue Zielgruppen	+4%	+13%	+24%	+12%	+7%	+4%	+22%	+12%	+14%	+7%	+17%	+12%	+19%	+13%	+7%	-1%	221
Änderung Einsatz neuer externer Trainer	-1%	+4%	+2%	+16%	+13%	+3%	+18%	+11%	+7%	+2%	+14%	+11%	+35%	+21%	+4%	-3%	256
Änderung methodisch-didaktisch	+2%	+11%	+35%	+32%	+32%	+11%	+38%	+13%	+20%	+4%	+30%	+21%	+26%	+23%	+14%	+3%	81
Änderung personelle Umbesetzung	+1%	+13%	+22%	+15%	+23%	+8%	+28%	+12%	+11%	+8%	+22%	+17%	+13%	+13%	+8%	0	80

Qu.: ibw-Erhebung 1988, insgesamt 843 Unternehmen mit Änderungen in der betrieblichen Weiterbildung, (Mehrfachnennungen), 100 % = Zeilensumme

Erläuterungen:

WIFI = Wirtschaftsförderungsinstitut
BFI = Berufsförderungsinstitut
ÖPWZ = Österreichisches Zentrum für Produktivität und Wirtschaftlichkeit
HERN = Hernstein Institut für Unternehmensführung
MDI = Management-Institut der Industrie
MCV = Management Center Vorarlberg
ÖAF = Österreichische Akademie für Führungskräfte
BWI = Spracheninstitut/Bildungswerk der Industrie
VWG = Volkswirtschaftliche Gesellschaften
AK = Arbeiterkammer/Österreichischer Gewerkschaftsbund
SPRI = Sprachinstitute
inlB = inländische Berater-/Trainer(gruppen)
auslB = ausländische Berater-/Trainer(gruppen)
auslI = andere ausländische Institutionen
andere = andere Weiterbildungsträger

Anmerkung:
Die ausgewiesenen Prozentwerte sind errechnet als % absolut minus % je Subgruppe und anschließend gerundet.

Tabelle A-9:
Zusammenarbeit von Weiterbildungsinstitutionen mit Unternehmen mit/ohne definierten Weiterbildungsverantwortlichen

Weiterbildungsinstitution	ohne Weiterbildungs-beauftragte	mit Weiterbildungs-beauftragten	Insgesamt
Wirtschaftsförderungsinstitut (WIFI)	678 71 %	284 30 %	962
Berufsförderungsinstitut (BFI)	188 56 %	150 44 %	338
Österr. Zentrum für Produktivität und Wirtschaft (ÖPWZ)	164 45 %	203 55 %	367
Hernstein Institut für Unternehmensführung	157 52 %	146 48 %	303
Management-Institut der Industrie (MDI)	46 30 %	108 70 %	154
Management Club Vorarlberg (MCV)	16 32 %	34 68 %	50
Österr. Akademie für Führungskräfte (ÖAF)	118 39 %	183 61 %	301
Spracheninstitut / Bildungswerk der Industrie (SPIDI-BWI)	54 44 %	69 56 %	123
Volkswirtschaftliche Gesellschaften (VWG)	59 45 %	71 55 %	130
Arbeiterkammer / Österr. Gewerkschaftsbund	126 61 %	81 39 %	207
Universitätsinstitute	72 41 %	104 59 %	176
Sprachinstitute	84 48 %	93 53 %	177
inländische Berater- und Trainer(gruppen)	261 60 %	174 40 %	435
ausländische Berater- und Trainer(gruppen)	138 54 %	117 46 %	255
andere Institutionen	47 52 %	43 48 %	90
andere Weiterbildungsträger	130 71 %	54 29 %	184
Insgesamt	739 71 %	303 29 %	1.042

Quelle: ibw-Erhebung 1988
Insgesamt 1.042 Unternehmen (100 % = Zeilensumme)

Tab. A 10: Weiterbildung der Unternehmen durch Weiterbildungsinstitutionen nach Erfahrungen des Unternehmens mit Organisationsentwicklung

	WIFI	BFI	ÖPWZ	HERN	MDI	MCV	ÖAF	BWI	VWG	AK	UNI	SPRI	inlB	aBer	AUS	So.	Summe
Nein, bisher nicht	671	216	203	161	63	24	151	58	63	125	75	96	247	149	42	135	726
	71%	63%	54%	52%	41%	47%	50%	46%	46%	59%	42%	55%	58%	60%	49%	73%	71%
OE-Projekte sind in Planung	84	38	48	34	21	9	43	12	22	25	27	21	41	22	11	18	89
oder zukünftig vorgesehen	9%	11%	13%	11%	14%	18%	14%	10%	16%	12%	15%	12%	10%	9%	13%	10%	9%
OE-Projekte wurden/werden i.e.abgegr.	111	53	68	60	39	10	56	33	27	35	38	32	80	41	15	19	120
Unternehmensbereich durchgeführt	12%	15%	18%	19%	25%	20%	18%	26%	20%	16%	21%	18%	19%	16%	17%	10%	12%
Unternehmensweite OE-Projekte wurden/	83	38	57	55	31	8	55	23	24	28	39	26	57	38	18	13	92
werden durchgeführt	9%	11%	15%	18%	20%	16%	18%	18%	18%	13%	22%	15%	13%	15%	21%	7%	9%
Gesamt	949	345	376	310	154	51	305	126	136	213	179	175	425	250	86	185	1027

Qu.: ibw-Erhebung 1988, insgesamt 1027 antwortende Unternehmen, 100 % = Spaltensumme

Erläuterungen:

WIFI = Wirtschaftsförderungsinstitut
BFI = Berufsförderungsinstitut
ÖPWZ = Österreichisches Zentrum für Produktivität und Wirtschaftlichkeit
HERN = Hernstein Institut für Unternehmensführung
MDI = Management-Institut der Industrie
MCV = Management Center Vorarlberg
ÖAF = Österreichische Akademie für Führungskräfte

BWI = Spracheninstitut/Bildungswerk der Industrie
VWG = Volkswirtschaftliche Gesellschaften
AK = Arbeiterkammer/Österreichischer Gewerkschaftsbund
SPRI = Sprachinstitute
inlB = inländische Berater-/Trainer(gruppen)
auslB = ausländische Berater-/Trainer(gruppen)
auslI = andere ausländische Institutionen
andere = andere Weiterbildungsträger

Tab. A 11: KEBÖ-Teilnehmerstatistik

Wirtschaftsförderungsinstitute (1984/85):
- 11.000 Kurse und Lehrgänge
- 185.000 Teilnehmer bei KUrsen und Lehrgängen
- insgesamt 595.000 Lehrgangsstunden
- 1100 Vorträge und Vorführungen mit 60.000 Teilnehmern
- 31.000 Prüfungen

Berufsförderungsinstitut (1985):
- 8900 Veranstaltungen
- 102.000 Teilnehmer

Österreichische Volkswirtschaftliche Gesellschaft (1984/85):
- 2.000 Veranstaltungen
- 50.000 Teilnehmer

Volkshochschulen (84/85):
- 27.000 Kurse
- 380.000 Teilnehmer (ca. 5 % Wirtschaft/Beruf)
- 13.000 Einzelveranstaltungen mit 1.536.000 Teilnehmern

Verband Österr. Schulungs- und Bildungshäuser (AK, Gewerkschaften): (ohne Angabe)

ARGE der Bildungsheime Österreichs (1985):
- 3900 Eigenveranstaltungen
- 130.000 Teilnehmer
- 156.000 Teilnahmetage

Ländliches Fortbildungsinstitut (1984/85):
- 8300 Veranstaltungen (davon ca. 90 % bis 8 Unterrichtseinheiten)
- 212.000 Teilnehmer

Institutionen Katholischer Erwachsenenbildung (1983):
- 4900 Veranstaltungen
- 212.000 Teilnahmen

Ring österreichischer Bildungswerke (Verband Österreichischer bildungswerke, ARGE Katholischer Bildungswerke, ARGE Evangelischer Bildungswerke):
- 58.000 Veranstaltungen
- 3.400.000 Teilnehmer

Qu.: BMUKS (1986)

Anm.: Eigenangaben der Institutionen
(Bezugsjahr in Klammer)

Tab. A 12: Kostenträger der Fortbildung nach Geschlecht und Veranstalter (Mikrozensus 1982)

Kostenträger der Fortbildung oder Umschulung (Geschlecht, Veranstalter)

Tabelle 117

Geschlecht, Veranstalter	Beschäftigte mit Fortbildung oder Umschulung 1981 oder 1982	Kosten trug: zur Gänze Dienstgeber	teilweise Dienstgeber, teilweise selbst	zur Gänze öffentliche Förderung	teilweise öffentl. Förderung, teilweise selbst	zur Gänze selbst
	Absolutzahlen	Relativzahlen (Summenspalte = 100)				
Männer						
Eigener Dienstgeber	100.300	94.8	4.1	0.1	-	0.5
Anderer Betrieb	17.000	87.9	2.3	0.9	0.8	7.5
Wirtschaftsförderungsinstitut	51.200	38.0	7.8	4.1	4.5	45.2
Berufsförderungsinstitut	9.100	36.5	12.0	12.5	14.7	24.3
Landwirtschaftl. Fortbildungsinstitut	7.800	25.1	1.9	20.9	12.2	39.9
Kammern, Gewerkschaften	18.100	32.5	16.0	17.3	5.7	28.5
Öffentliche Einrichtungen	20.500	47.3	8.4	15.6	7.9	20.8
Volkshochschule	3.700	5.6	1.1	3.7	13.8	75.8
Fernlehrinstitut	2.100	12.6	-	-	6.9	73.1
Sonstige Stellen	32.500	49.7	8.5	1.0	4.3	35.7
Zusammen	268.100	62.5	6.4	4.5	3.5	20.9
Frauen						
Eigener Dienstgeber	33.000	84.8	6.3	2.1	2.2	3.3
Anderer Betrieb	3.400	84.5	4.1	3.7	-	7.1
Wirtschaftsförderungsinstitut	20.700	36.1	10.4	9.1	0.8	42.9
Berufsförderungsinstitut	3.600	45.2	4.7	6.3	8.1	35.7
Landwirtschaftl. Fortbildungsinstitut	2.700	11.1	5.2	23.5	15.3	44.9
Kammern, Gewerkschaften	9.100	23.6	5.1	16.6	11.8	42.3
Öffentliche Einrichtungen	14.600	50.4	5.5	18.2	10.4	15.5
Volkshochschule	6.900	7.4	4.1	-	0.8	87.7
Fernlehrinstitut	800	-	-	-	-	100.0
Sonstige Stellen	12.900	33.9	8.4	4.5	6.1	47.1
Zusammen	110.100	49.7	6.7	7.5	4.6	29.1
Insgesamt						
Eigener Dienstgeber	133.300	92.3	4.7	0.6	0.5	1.2
Anderer Betrieb	20.400	87.3	2.7	1.4	0.7	7.4
Wirtschaftsförderungsinstitut	71.900	37.4	8.6	5.6	3.5	44.5
Berufsförderungsinstitut	12.700	39.0	9.9	10.7	12.8	27.6
Landwirtschaftl. Fortbildungsinstitut	10.500	21.5	2.7	21.6	13.0	41.2
Kammern, Gewerkschaften	27.200	29.5	12.4	17.1	7.7	33.1
Öffentliche Einrichtungen	35.100	48.6	7.2	16.7	8.9	18.6
Volkshochschule	10.600	6.7	3.1	1.3	5.3	83.6
Fernlehrinstitut	2.900	9.1	-	-	5.0	80.6
Sonstige Stellen	45.400	45.2	8.4	2.0	4.8	39.0
Insgesamt	378.200	58.7	6.5	5.4	3.8	23.3

Qu.: ÖStZA (1985), Mikrozensus Berufliche Fortbildung und Umschulung, Seite 179, Tab. 117.

Tab. A 13: Kosten der Fortbildung nach Geschlecht und Veranstalter (Mikrozensus 1982)

Kosten der Fortbildung oder Umschulung (Geschlecht, Veranstalter)

Tabelle 118

Geschlecht, Veranstalter	Beschäftigte mit Fortbildung oder Umschulung 1981 oder 1982	Finanzieller Aufwand in Schilling					
		nein	weniger als 500.-	500.- bis 1.000.-	1.001.- bis 2.000.-	2.001.- bis 5.000.-	mehr als 5.000.-
	Absolutzahlen	Relativzahlen (Summenspalte = 100)					
Männer							
Eigener Dienstgeber	100.300	95.6	0.3	2.2	1.2	0.2	0.2
Anderer Betrieb	17.000	88.9	1.1	1.5	-	4.5	0.5
Wirtschaftsförderungsinstitut	51.200	42.2	5.2	13.3	7.6	16.3	14.1
Berufsförderungsinstitut	9.100	49.8	5.7	8.7	5.8	11.9	12.8
Landwirtschaftl. Fortbildungsinstitut	7.800	49.3	15.5	27.1	-	4.6	1.5
Kammern, Gewerkschaften	18.100	52.6	7.6	16.3	5.1	11.2	6.1
Öffentliche Einrichtungen	20.500	64.0	3.5	7.9	7.7	7.5	7.3
Volkshochschule	3.700	9.3	11.7	48.9	6.3	16.7	7.1
Fernlehrinstitut	2.100	12.6	-	8.0	12.7	34.2	32.5
Sonstige Stellen	32.500	50.7	2.0	11.1	5.3	17.3	12.3
Zusammen	268.100	67.6	3.0	8.4	3.8	8.1	6.1
Frauen							
Eigener Dienstgeber	33.000	87.8	4.3	3.8	1.8	0.8	0.5
Anderer Betrieb	3.400	88.3	1.8	9.2	-	-	-
Wirtschaftsförderungsinstitut	20.700	45.2	3.7	19.2	9.5	14.4	6.8
Berufsförderungsinstitut	3.600	51.5	9.5	13.9	10.4	12.0	-
Landwirtschaftl. Fortbildungsinstitut	2.700	34.6	36.0	5.1	9.9	-	3.1
Kammern, Gewerkschaften	9.100	43.1	11.6	24.5	10.4	7.3	2.1
Öffentliche Einrichtungen	14.600	68.6	6.8	7.6	8.3	2.5	6.2
Volkshochschule	6.900	7.4	22.0	30.8	23.1	10.5	5.2
Fernlehrinstitut	800	-	-	-	5.4	-	94.6
Sonstige Stellen	12.900	41.0	5.3	13.7	11.2	13.9	14.1
Zusammen	110.100	58.1	7.1	12.2	7.7	6.8	5.2
Insgesamt							
Eigener Dienstgeber	133.300	93.7	1.3	2.6	1.3	0.3	0.3
Anderer Betrieb	20.400	88.8	1.2	2.8	-	3.8	0.4
Wirtschaftsförderungsinstitut	71.900	43.1	4.7	15.0	8.2	15.8	12.0
Berufsförderungsinstitut	12.700	50.3	6.8	10.2	7.1	11.9	9.2
Landwirtschaftl. Fortbildungsinstitut	10.500	45.5	20.8	21.4	2.6	3.4	1.9
Kammern, Gewerkschaften	27.200	49.4	8.9	19.1	6.8	9.9	4.8
Öffentliche Einrichtungen	35.100	65.9	4.9	7.8	8.0	5.4	6.8
Volkshochschule	10.600	8.0	18.4	37.1	17.2	12.7	5.9
Fernlehrinstitut	2.900	9.1	-	5.7	10.6	24.7	49.9
Sonstige Stellen	45.400	47.9	3.0	11.8	6.9	16.4	12.8
Insgesamt	378.200	64.8	4.2	9.5	5.0	7.7	5.8

Qu.: ÖStZA (1985), Mikrozensus Berufliche Fortbildung und Umschulung, Seite 180, Tab. 118.

Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft
A-1010 Wien, Judenplatz 3-4, Tel. (0 22 2) 535 17 52

Wien, September 1987

An die für Weiterbildung im Unternehmen zuständige Person

Betreff: Fragebogen über "Betriebliche Weiterbildung in Österreich"

Sehr geehrte Dame, sehr geehrter Herr !

Das Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft - gegründet von der Bundeswirtschaftskammer und der Industriellenvereinigung - führt mit Förderung durch den Jubiläumsfonds der Österreichischen Nationalbank eine Untersuchung über **Inhalte und Gestaltungsformen der betrieblichen Weiterbildung** in österreichischen Unternehmen durch.

Selbstverständlich bleiben alle Antworten **anonym**, d. h. die Ergebnisse unserer Studie lassen keinen Rückschluß auf Einzelaussagen von Unternehmen oder Personen zu.

Bitte beachten Sie bei der Beantwortung der Fragen folgendes:

Bitte wählen Sie die zutreffenden Antwortvorgaben aus und kreuzen Sie die danebenstehende(n) Ziffer(n) an.

Da wir Betriebe unterschiedlicher Unternehmensgrößen und Branchenzugehörigkeit befragen, enthält der Fragebogen auch Fragen, die auf Sie nicht zutreffen. In diesem Falle gehen Sie bitte einfach zur nächsten Frage über.

Wir unterscheiden weiters zwischen "externen" und "internen" Bildungsmaßnahmen: Unter **"externen"** sind Veranstaltungen zu verstehen, die von Weiterbildungsinstitutionen organisiert und für Teilnehmer aus verschiedenen Firmen durchgeführt werden, unter **"internen"** jene Bildungsmaßnahmen, die von einem Unternehmen selbst durchgeführt werden.

Bitte senden Sie den Fragebogen in den nächsten Tagen an das Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft zurück.

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Johann Steinringer
(Geschäftsführer des ibw)

P.S.:
Als "Dankeschön" für Ihre Mitarbeit senden wir Ihnen auf Wunsch gerne die branchenspezifisch aufbereiteten Ergebnisse der Erhebung zu !

1.
Welche Weiterbildungsmöglichkeiten werden den Unternehmensangehörigen geboten ?

(Zutreffendes bitte ankreuzen - Mehrfachnennungen möglich)

- [1] Besuch von Bildungsveranstaltungen außerhalb des Unternehmens
- [1] Besuch von Fachmessen
- [1] Seminare im Unternehmen
- [1] Lerngruppen am Arbeitsplatz (z. B. "Qualitätszirkel", Bereichsseminare)
- [1] Ausbildung zum Trainer für die interne Weiterbildung
- [1] On-the-job-Training (Schulung durch Vorgesetzte)
- [1] Computergestützte Unterweisung
- [1] Selbststudienunterlagen, Fernstudien
- [1] Job-rotation-Programme
- [1] Benutzung von Fachbibliotheken, Fachzeitschriften
- [1] Etwas anderes, und zwar: .....

2.
Wer führt in Ihrem Unternehmen Weiterbildungsmaßnahmen durch ?

(Mehrfachnennungen möglich)

- [1] Hauptamtliche Trainer (Lehrbeauftragte, Vortragende) aus dem Unternehmen
- [1] Führungskräfte oder Mitarbeiter des Unternehmens, die nebenamtlich als Trainer tätig sind
- [1] Firmenexterne Trainer/Berater
- [1] Ein zentral für die Unternehmens-Gruppe eingerichtetes, u. U. organisatorisch ausgegliedertes Schulungsinstitut

3.
Welche Ziele hat die Weiterbildung in Ihrem Betrieb ?

(Mehrfachnennungen möglich)

1. [1] Behebung aktueller Qualifikationsdefizite
2. [1] Vorbereitung auf beruflichen Aufstieg
3. [1] Steigerung der Identifikation mit dem Unternehmen
4. [1] Förderung der allgemeinen Persönlichkeitsbildung
5. [1] Verminderung von Personalfluktuation/Fehlzeiten
6. [1] Training sozialer Fertigkeiten
7. [1] Verbesserung des Kontaktes der Mitarbeiter untereinander
8. [1] Anpassung an zukünftige fachliche Erfordernisse
9. [1] Belohnung für gute Leistungen
10. [1] Umschulung auf andere Aufgaben im Betrieb
11. [1] Erhöhung der Bereitschaft für organisatorische Veränderungen
12. [1] Unterstützung bei der Einführung neuer Technologien
13. [1] Andere Ziele, und zwar: .....

3 a. Und welche der genannten Ziele *sollten* Ihrer Meinung nach vorrangig verfolgt werden ?
Geben Sie bitte die wichtigsten in einer Rangreihe an (max. 3)

☐ ☐ ☐

(Bitte entsprechende Nummern aus Frage 3 hier eintragen)

4.
Wie häufig haben Mitarbeiter aus folgenden Bereichen im letzten Jahr an Weiterbildung teilgenommen ?

(Bitte *für alle vorhandenen* Arbeitsbereiche ausfüllen)

	oft	selten	nie
Einkauf	[3]	[2]	[1]
Marketing, Werbung	[3]	[2]	[1]
Rechnungswesen, Buchhaltung	[3]	[2]	[1]
Produktion, Fertigung	[3]	[2]	[1]
Kundendienst, Service, Reparatur	[3]	[2]	[1]
Verkauf, Außendienst	[3]	[2]	[1]
Personal- und Rechtswesen	[3]	[2]	[1]
Verwaltung, Innendienst, Büro	[3]	[2]	[1]
Forschung und Entwicklung	[3]	[2]	[1]
Lagerhaltung, Materialwirtschaft	[3]	[2]	[1]
Transport, Fuhrpark	[3]	[2]	[1]
Organisation, EDV	[3]	[2]	[1]
Arbeitsvorbereitung	[3]	[2]	[1]
Aus- und Weiterbildung	[3]	[2]	[1]
Betriebsrat	[3]	[2]	[1]
Andere Bereiche, und zwar	[3]	[2]	[1]

5. Bildet Ihr Unternehmen auch Mitarbeiter anderer Unternehmen aus (Kundenschulung) ?

[1] Ja
[2] Nein

6.
Nehmen Angehörige des Unternehmens an längerdauernden Lehrgängen außerhalb des Unternehmens teil ?

(Mehrfachnennungen möglich)

[1] JA, und zwar ....

- [1] ..... an Lehrabschlußprüfungs-Vorbereitungskursen
- [1] ..... an Meisterprüfungs-Vorbereitungskursen
- [1] ..... an Werkmeisterschulen
- [1] ..... an Universitätslehrgängen und -kursen
- [1] ..... an Post-Graduate-Studien für Führungskräfte an ausländischen Universitäten
- [1] ..... an anderen Lehrgängen, und zwar .....

[2] NEIN

7.
Was wurde im Rahmen der Weiterbildung im letzten Jahr vermittelt ?

(Bitte *für alle vorhandenen* Mitarbeitergruppen ausfüllen)

Inhalte der Weiterbildung	Es wurde vermittelt für .... die Unternehmensleitung	qualifizierte Angestellte/ Meister	einfache Angestellte/ Facharbeiter	angelernte Kräfte
technisches Fachwissen	[1]	[1]	[1]	[1]
kaufmännisch/rechtliches Fachwissen	[1]	[1]	[1]	[1]
EDV	[1]	[1]	[1]	[1]
Fremdsprachen	[1]	[1]	[1]	[1]
Allgemeinwissen	[1]	[1]	[1]	[1]
Persönlichkeitsbildung	[1]	[1]	[1]	[1]
Mitarbeiterführung	[1]	[1]	[1]	[1]
Kommunikation, Verhaltenstraining	[1]	[1]	[1]	[1]
Andere Inhalte, und zwar:	[1]	[1]	[1]	[1]

8.
Wo liegen Schwierigkeiten in der Weiterbildung in Ihrem Unternehmen ?

(Bitte *alle* Zeilen ausfüllen)

	Die Schwierigkeiten sind .... eher groß	eher gering	nicht vorhanden
Finanzielle Beschränkungen	[3]	[2]	[1]
Zeitmangel, Arbeitsüberlastung der Mitarbeiter/Teilnehmer	[3]	[2]	[1]
Mangelnde Motivation der Mitarbeiter	[3]	[2]	[1]
Nicht ausreichende Unterstützung durch Vorgesetzte der Teilnehmer	[3]	[2]	[1]
Nicht ausreichende Unterstützung durch die Unternehmensleitung	[3]	[2]	[1]
Personelle Engpässe in der Bildungsabteilung	[3]	[2]	[1]
Erfolg der Weiterbildung ist schwer nachweisbar	[3]	[2]	[1]
Es wird nur wenig vom Gelernten umgesetzt	[3]	[2]	[1]
Zuwenig Zusammenarbeit des Bildungswesens mit anderen Abteilungen	[3]	[2]	[1]
Es gibt für uns kein entsprechendes externes fachliches Angebot	[3]	[2]	[1]
Andere Schwierigkeiten, und zwar	[3]	[2]	[1]

9. **Was hat sich in den letzten 3 Jahren im Unternehmen in der betrieblichen Weiterbildung geändert ?** (Mehrfachnennungen möglich)	[1] Anzahl des Personals in der Weiterbildung [1] Ausgaben des Unternehmens für Weiterbildung [1] Anzahl der Teilnehmer [1] Personelle Umbesetzungen im Weiterbildungsreferat [1] Einsatz neuer externer Trainer im Unternehmen [1] Methodisch-didaktische Änderungen in den Seminaren [1] Neue Zielgruppen für die Weiterbildung [1] Neue Themenbereiche [1] Andere wesentliche Änderung, nämlich	
10. **Wird im Unternehmen der Weiterbildungsbedarf erhoben ?**	[1] JA [2] NEIN (---> *Bitte weiter bei Frage 11 !*)	
10 a. **Wenn JA:** **Wie wird der Weiterbildungsbedarf erhoben ?** (Mehrfachnennungen möglich)	Durch ... [1] ... Befragung von Vorgesetzten [1] ... Fragebogenerhebung bei Mitarbeitern [1] ... Einzelgespräche mit Mitarbeitern [1] ... Bildungsbeauftragte in den Abteilungen [1] ... Mitarbeiterbeurteilungsgespräche [1] ... Meldung durch Mitarbeiter selbst [1] ... einen "Bildungsausschuß" [1] ... laufende Bedarfserhebung in Seminaren [1] ... etwas anderes, nämlich	
11. **Hat das Unternehmen Erfahrungen mit "Organisationsentwicklung" (OE) gemacht ?**	[1] Nein, bisher nicht [2] OE-Projekte sind in Planung oder zukünftig vorgesehen [3] OE-Projekte wurden/werden in einem abgegrenzten Unternehmensbereich durchgeführt [4] Unternehmensweite OE-Projekte wurden/werden durchgeführt	
12. **Wie wird sich die Weiterbildung in Ihrem Unternehmen in den nächsten 3 Jahren Ihrer Meinung nach entwickeln ?**	**a) die *externe* Weiterbildung wird ...** [1] zunehmen [2] gleichbleiben [3] abnehmen	**b) die *interne* Weiterbildung wird ...** [1] zunehmen [2] gleichbleiben [3] abnehmen

13.
Werden im Unternehmen die Weiterbildungskosten ermittelt ?

[1] JA
[2] NEIN (---> *Bitte weiter bei Frage 14 !*)

13 a.
Wenn JA:
Wie hoch waren 1986 die Weiterbildungskosten des Unternehmens ?

Insgesamt ca. ..... öS (ST)

davon entfallen auf
firmeninterne Aktivitäten: ca. ..... öS (ST)
externe Seminare usw.: ca. ..... öS (ST)

14.
Wie fördert Ihr Unternehmen die Inanspruchnahme externer Bildungsmaßnahmen ?

(Bitte *alle* Zeilen ausfüllen)

	häufig	selten	nie
Durch Information und Beratung	[1]	[2]	[3]
Durch teilweise Kostenübernahme	[1]	[2]	[3]
Durch gänzliche Kostenübernahme	[1]	[2]	[3]
Durch teilweise Freistellung	[1]	[2]	[3]
Durch gänzliche Freistellung	[1]	[2]	[3]
Durch entsprechende Arbeitszeitregelung	[1]	[2]	[3]

15.
Durch welche Weiterbildungsinstitutionen sind Angehörige des Unternehmens intern oder extern weitergebildet worden ?

(Mehrfachnennungen möglich)

Durch ....

[1] Wirtschaftsförderungsinstitut (WIFI)
[1] Berufsförderungsinstitut (BFI)
[1] Österr. Zentrum für Produktivität und Wirtschaftlichkeit (ÖPWZ)
[1] Hernstein Institut für Unternehmensführung
[1] Management-Institut der Industrie (MDI)
[1] Management Center Vorarlberg (MCV)
[1] Österr. Akademie für Führungskräfte (ÖAF)
[1] Spracheninstitut/Bildungswerk der Industrie (SPIDI-BWI)
[1] Volkswirtschaftliche Gesellschaften
[1] Arbeiterkammer/Österr. Gewerkschaftsbund
[1] Universitätsinstitute, Uni-Außeninstitute
[1] Sprachinstitute
[1] inländische Berater-/Trainer(gruppen)
[1] ausländische Berater-/Trainer(gruppen)
[1] andere ausländische Institutionen

[1] andere Weiterbildungsträger: .....

16.
Gibt es im Unternehmen eine(n) bestimmte(n) Mitarbeiter(in), der (die) für die Planung und Durchführung von Weiterbildungsmaßnahmen zuständig ist ?

[1] JA, und zwar .....

[1] ..... einen hauptamtlichen Weiterbildungsbeauftragten (-leiter)
[1] ..... der Leiter (ein Mitarbeiter) des Personalwesens betreut diese Aufgabe mit
[1] ..... den Leiter der Personalentwicklung
[1] ..... eine andere Person, nämlich .....

[2] NEIN, denn .....

[2] ..... der Unternehmensleiter betreut diese Aufgabe selbst
[2] ..... das ist Aufgabe der jeweiligen Vorgesetzten
[2] ..... das ist von Fall zu Fall verschieden

Wenn NEIN: --> *Bitte gehen Sie weiter zu Frage 25 !*

Die Fragen 17 bis 24 bitte nur ausfüllen, wenn Sie bei der Frage 16 mit "JA" geantwortet haben !

17.
Wem ist diese für die Weiterbildung zuständige Person direkt unterstellt ?

(Bitte nur *eine* Angabe)

- [1] Der Geschäftsführung/Unternehmensleitung
- [2] Dem Vorstandsdirektor Personalbereich
- [3] Dem Leiter des Personalwesens
- [4] Jemand anderem, und zwar: .....
- [5] Keine eindeutige Zuordnung

18.
Was ist die höchste abgeschlossene Ausbildung dieser für die Weiterbildung zuständigen Person ?

- [01] Lehrabschlußprüfung
- [02] Meisterprüfung
- [03] berufsbildende mittlere Schule
- [04] AHS-Matura
- [05] BHS-Matura (HTL, HAK)

Universitätsabschluß in ....

- [06] Wirtschaftswissenschaft
- [07] Wirtschaftspädagogik
- [08] Pädagogik, Psychologie
- [09] Technische Studienrichtung
- [10] Rechtswissenschaften
- [11] Andere, und zwar .....

19. Alter dieser Person

..... Jahre (2)

20. Tätigkeitsdauer im Unternehmen insgesamt

..... Jahre (2)

21.
Zuständig für die Weiterbildung

seit ..... Jahren (2)

22. Geschlecht der für die Weiterbildung zuständigen Person

[1] männlich [2] weiblich

23.
Über wieviel Personal verfügt das Weiterbildungsreferat (inklusive Leiter) ?

- [| |] hauptamtliche Trainer
- [| |] Schulungsorganisatoren (ohne eigene Trainingstätigkeit)
- [| |] Sekretariat
- [| |] nebenamtliche Trainer (in anderen Unternehmensbereichen tätig)

24.
Für welche Aufgaben ist die für die Weiterbildung zuständige Person (das Weiterbildungsreferat) im Unternehmen verantwortlich, woran wirkt sie mit ?

(Bitte füllen Sie *alle* Zeilen aus)

Der Weiterbildungsleiter ....

Aufgaben:	ist verantwortlich für	wirkt mit bei	wirkt nicht mit bei	diese Aufgabe gibt es nicht
Auswahl neuer Mitarbeiter	[1]	[2]	[3]	[4]
Bildungsbedarfserhebung	[1]	[2]	[3]	[4]
Planung des Seminarangebotes	[1]	[2]	[3]	[4]
Auswahl externer Trainer	[1]	[2]	[3]	[4]
Auswahl von Beratern	[1]	[2]	[3]	[4]
Auswahl der Teilnehmer	[1]	[2]	[3]	[4]
Auswahl externer Seminare	[1]	[2]	[3]	[4]
Durchführung von Bildungsveranstaltungen	[1]	[2]	[3]	[4]
Begleitung von Organisationsentwicklungsprojekten	[1]	[2]	[3]	[4]
Planung und Durchführung von Personalentwicklungsmaßnahmen	[1]	[2]	[3]	[4]
Änderungen in Aufbau- und Ablauforganisation	[1]	[2]	[3]	[4]
Strategische Unternehmensplanung	[1]	[2]	[3]	[4]
Andere Aufgaben, und zwar	[1]	[2]	[3]	[4]

Für eine branchenspezifische Auswertung und Rückmeldung der Informationen benötigen wir noch einige Angaben zum Unternehmen:

25.
Wie schätzen Sie das "Umfeld" Ihres Unternehmens ein ?

(Bitte *alle* Zeilen ausfüllen)

	stimmt voll	stimmt eher	stimmt eher nicht	stimmt überhaupt nicht
Unser Unternehmen hat viele Konkurrenten	4	3	2	1
Die Konkurrenz nimmt eher zu	4	3	2	1
Es herrscht ein Verdrängungswettbewerb	4	3	2	1
Unsere Branche expandiert	4	3	2	1
Grundlegende technische Neuentwicklungen kommen in der Branche auf uns zu	4	3	2	1
Es gibt in unserer Branche ständig Produktinnovationen	4	3	2	1

26.
Welche der folgenden schriftlichen Konzepte oder Pläne wurden in Ihrem Unternehmen erstellt ?

(Mehrfachnennungen möglich)

- [1] Bildungskonzept/Weiterbildungsplan
- [1] Personalentwicklungs- und -förderungskonzept
- [1] Führungsrichtlinien
- [1] Unternehmensleitbild

27.
Das Unternehmen ....

- [1] .... ist eine Filiale eines anderen Unternehmens
- [1] .... ist eine Tochter eines inländischen Unternehmens
- [1] .... ist eine Tochter eines ausländischen Unternehmens
- [1] .... hat selbst Filialen
- [1] .... hat selbst Tochtergesellschaften
- [1] .... bildet Lehrlinge aus
- [1] .... ist im Export tätig
- [1] .... verfügt über eine Forschungs- und Entwicklungs-Abteilung
- [1] .... kooperiert mit Universitäten/Forschungsinstituten

28.
Anzahl der Beschäftigten im Unternehmen

.....(5)..... Beschäftigte, davon weiblich ca. .....(5).....

29.
Die Mitarbeiter setzen sich nach ihrer höchsten abgeschlossenen Ausbildung wie folgt zusammen:

	viele	einige	keine
Universitätsabschluß	3	2	1
Allgemeinbildende höhere Schule (AHS)	3	2	1
Berufsbildende höhere Schule (HTL, HAK)	3	2	1
Mittlere Berufsausbildung (HASch, Fachschule)	3	2	1
Meisterprüfung	3	2	1
Facharbeiter mit Lehrabschlußprüfung	3	2	1
Angelernte Kräfte	3	2	1

30. **Bitte ordnen Sie Ihr Unternehmen zu**	[01] Industrie [02] Gewerbe/Handwerk [03] Großhandel [04] Einzelhandel [05] Geld- und Kreditwesen, Versicherung [07] Fremdenverkehr [08] Verkehr/Transport [09] Öffentliche Verwaltung [10] Andere, und zwar .....
31. **Branche/Schwerpunkt ihres Unternehmens**	.....
32. ***Nur für Produktionsbetriebe:*** **Wodurch ist die Produktion gekennzeichnet ?** (Mehrfachnennungen möglich)	[1] Prozeßfertigung [1] Großserien- und Massenfertigung [1] Einzel- oder Kleinserienfertigung [1] Einsatz computergesteuerter Werkzeugmaschinen (z. B. NC, CNC, CAD/CAM)
33. **Postleitzahl Ihres Unternehmensstandortes**	[ ] [ ] [ ] [ ]

* * * VIELEN DANK ! * * *

Diese Erhebung soll durch **Interviews mit Betriebspraktikern** ergänzt werden. Wären Sie grundsätzlich bereit, sich für ein **Interview** mit einem ibw-Mitarbeiter (in Ihrem Unternehmen) zur Verfügung zu stellen ?

[1] JA [2] NEIN

Sollen wir Ihnen die **branchenspezifische Auswertung** dieser Untersuchung **zusenden** ?

[1] JA [2] NEIN

Zustelladresse / Zuständiger Sachbearbeiter:

(Firmenstampiglie)

Bitte hier Adresse eintragen oder die Auswertung gesondert schriftlich beim **Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft, Judenplatz 3-4, 1010 Wien,** anfordern