

Positive Erwartungen trotz unsicherer Wirtschaftslage

Der SVEB-Branchenmonitor erfasst aktuelle Entwicklungen und Tendenzen im Weiterbildungssektor. Jährlich wird die Entwicklung in vier Dimensionen des Weiterbildungsmarktes beobachtet:

- Wirtschaftliche Situation
- Nachfrage
- Angebot
- Personal

Gleichzeitig weisen zwei Indikatoren auf die generelle Entwicklung in der Branche hin. Der Branchenindikator zeigt die Bewertung der Branchenlage im vergangenen Jahr (2021) aus Sicht der Anbieter. Der Erwartungsindikator erfasst die Einschätzung der Erwartungen für das laufende Jahr (2022).

Der diesjährige SVEB-Branchenmonitor basiert auf den Angaben von 210 Weiterbildungsinstitutionen, die zwischen April und Mai 2022 an der Online-Umfrage teilgenommen haben.

Vor zwei Jahren hat der SVEB begonnen, eine systematische Branchenbeobachtung aufzubauen. Dieses Jahr konnte die erste standardisierte Umfrage realisiert werden. Damit ist nun die Grundlage für ein jährlich wiederkehrendes Branchenmonitoring vorhanden.

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|----|
| Einleitung | 3 |
| SVEB-Branchenmonitor 2022 | 4 |
| Herausforderungen | 13 |
| Tendenzen in der Weiterbildungsbranche | 15 |
| Erhebungsmethode und Eigenschaften der Stichprobe | 17 |
| Anhang | 20 |
| Abbildungsverzeichnis | 22 |
| Literaturverzeichnis | 22 |
| Impressum | 24 |

Einleitung

Angesichts der unsicheren Lage infolge der Corona-Pandemie war es im vergangenen Jahr kaum möglich, längerfristige Prognosen für die wirtschaftliche Entwicklung zu stellen. Trotz einer leichten Entspannung gegenüber dem ersten Pandemiejahr 2020 stellten die Pandemie und die damit verbundenen Massnahmen die Weiterbildungsanbieter auch 2021 vor grosse Herausforderungen, wie die Ergebnisse des diesjährigen Monitors im Rückblick zeigen.

Die Pandemie beschäftigt die Weiterbildungsanbieter auch 2022, wobei jetzt allerdings die kurzfristige Krisenbewältigung nicht mehr im Zentrum steht. Für die Institutionen rückt jetzt vermehrt die Frage in den Vordergrund, wie sich die Pandemie längerfristig auf die Nachfrage und das Lernverhalten der Teilnehmenden auswirken wird. In den Resultaten zeigt sich weiter, dass die Digitalisierung weiterhin eine grosse Herausforderung für die Anbieter darstellt, sei es in der Angebotsplanung oder in der Organisationsentwicklung.

In diesem Monitoringbericht werden die Daten der diesjährigen Anbieterumfrage präsentiert und mögliche Tendenzen in der Weiterbildungsbranche aufgezeigt. Zwischen April und Mai 2022 nahmen über 200 Weiterbildungsanbieter an der SVEB-Anbieterumfrage teil.

Der Bericht beginnt mit den allgemeinen Einschätzungen zur Branchenentwicklung. Anschliessend werden die Resultate zur wirtschaftlichen Situation, der Nachfrage, dem Angebot und dem Personal dargestellt und die aktuell grössten Herausforderungen für die Weiterbildungsanbieter aufgezeigt. Auf der Basis dieser Resultate werden Tendenzen in der Weiterbildungsbranche skizziert.

RESULTATE IM ÜBERBLICK

Die Umfrageergebnisse zeigen eine leicht positive Erwartung für die Branchenentwicklung. Die Mehrheit der Befragten schätzt die wirtschaftliche Situation für das Jahr 2022 positiv ein. Viele Anbieter gehen zudem von einer positiven Nachfrageentwicklung aus. Auch das Angebotsvolumen wird sich im laufenden Jahr (2022) nach Einschätzung der Teilnehmenden positiv entwickeln. Beim Personalbestand zeichnet sich hingegen keine deutliche Veränderung ab. Die zurzeit grössten Herausforderungen sehen die Befragten in der unsicheren wirtschaftlichen Lage und in der Digitalisierung.

SVEB-Branchenmonitor 2022

Basierend auf den Umfrageergebnissen werden im Folgenden die aktuellen Entwicklungen in der Weiterbildungsbranche in den Dimensionen wirtschaftliche Situation, Nachfrage, Angebot und Personal aufgezeigt. Dieser erste, deskriptive Teil umfasst die Einschätzungen zum Jahr 2021 und die Erwartungen für das Jahr 2022.

Leicht positive Erwartung für die Branchenentwicklung¹

Während der Branchenindikator für das Jahr 2021 bei 7 Punkten und damit im neutralen Bereich liegt, fällt der Erwartungswert für das Jahr 2022 mit 19 Punkten leicht positiv aus. Diese Zahlen² veranschaulichen, dass sich die wirtschaftliche Lage aus Sicht der Anbieter dieses Jahr im Vergleich zum Vorjahr etwas verbessert. Mit +19 Punkten auf einer Skala von –100 bis +100 schätzen die Institutionen ihre wirtschaftliche Situation also positiv ein, der Wert liegt aber im unteren Bereich der positiven Bewertung.

INDIKATOREN UND DEREN INTERPRETATION

Der Branchenindikator ist eine Bewertung der Entwicklungen im Jahr 2021. Der Erwartungsindikator beschreibt die Erwartungshaltung in der Branche für die Entwicklungen im Jahr 2022. Ein Indikator kann zwischen +100 bis –100 Punkten liegen. Werte zwischen +10 und –10 werden als neutral interpretiert. Werte über +10 zeigen also auf eine positive und Werte unter –10 auf eine negative Einschätzung.

1 Erklärungen zum Massstab für die Interpretation der Mittelwerte vgl. Anhang.

2 Erklärung zur Konstruktion der Indizes vgl. Anhang.

Einschätzungen zur Branchenentwicklung

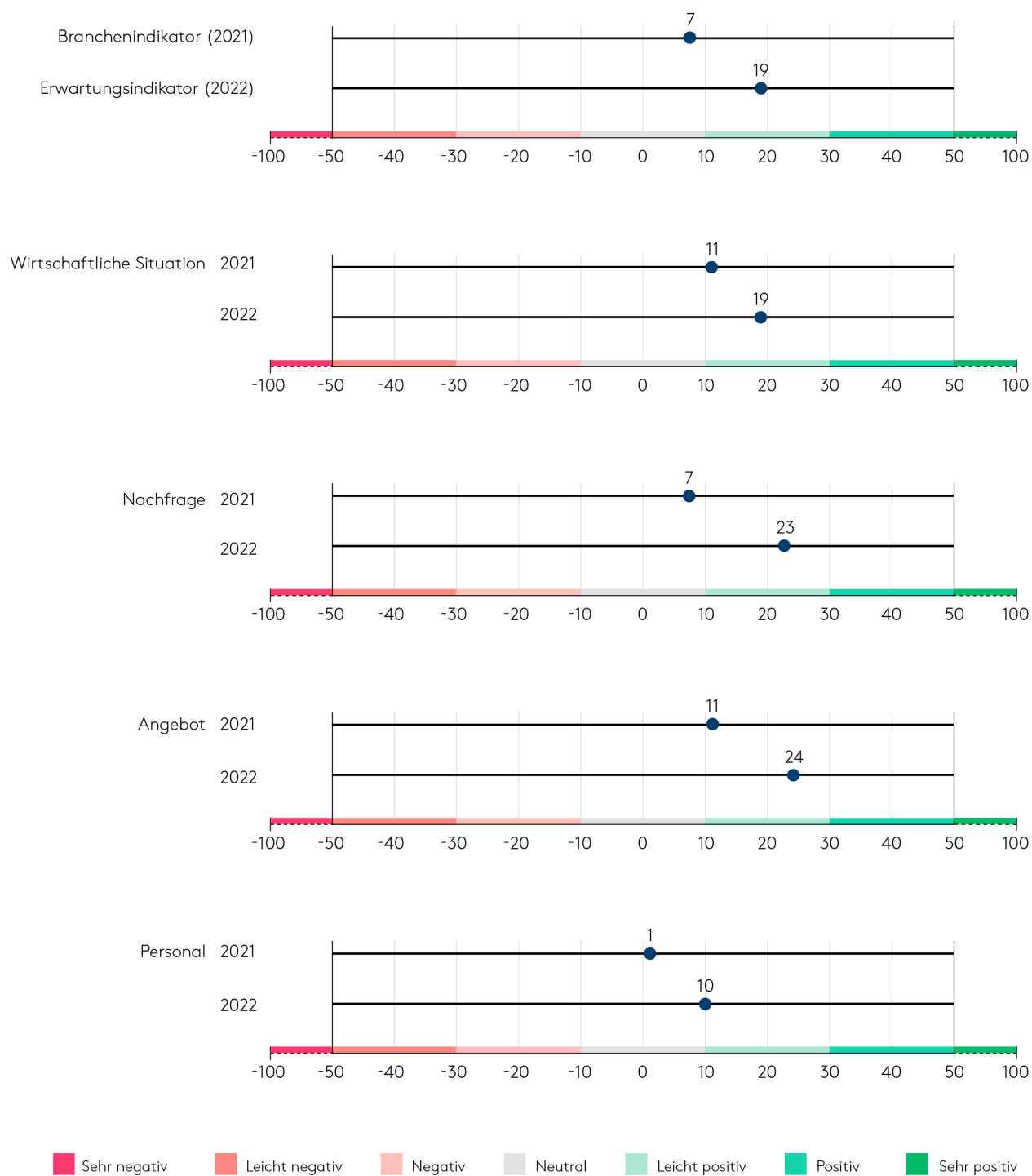
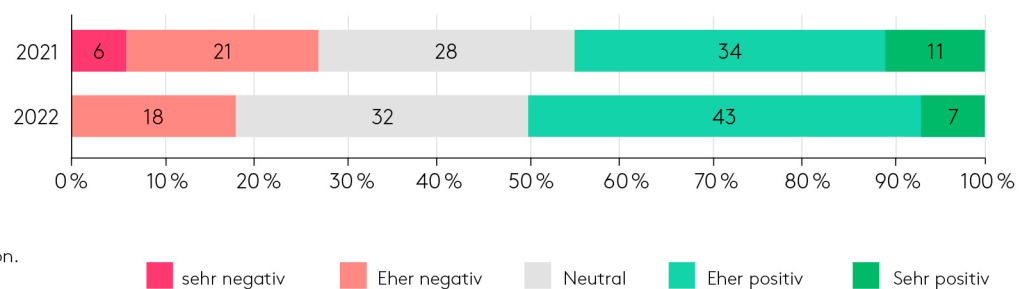


Abb. 1:
Einschätzung der Entwicklung
in den Dimensionen: wirtschaft-
liche Situation, Nachfrage, An-
gebotsvolumen und Personalbe-
stand. (N=205-209, gerundete
Prozentwerte)

Dimension: wirtschaftliche Situation

Die Weiterbildungsanbieter schätzen ihre allgemeine wirtschaftliche Situation für das Jahr 2022 leicht positiv ein (Mittelwert bei 19 Punkten). Während der Mittelwert für die Bewertung der wirtschaftlichen Situation für das Jahr 2021 ebenfalls knapp im positiven Bereich lag (bei 11 Punkten), zeigt sich, dass 6 % der befragten Anbieter ihre wirtschaftliche Situation 2021 rückblickend als sehr schlecht einstufen. Für das Jahr 2022 schätzen die Hälfte der Anbieter (50 %) die Entwicklung ihrer wirtschaftlichen Situation 2022 als gut bis sehr gut ein.

Wie beurteilen Sie die wirtschaftliche Situation Ihrer Einrichtung?



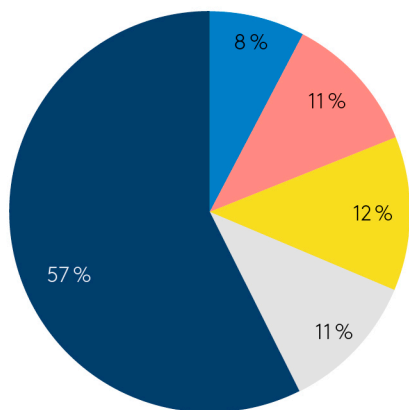
Teilnehmerzahlen bestimmen die Umsatzentwicklung

Der durchschnittliche Umsatz der teilnehmenden Institutionen liegt bei knapp über 3,5 Millionen CHF. Dabei weisen über drei Viertel der befragten Anbieter (76 %) ein Umsatzvolumen³ zwischen 100'000 und 10 Millionen auf. Dieser Umsatz setzt sich bei über der Hälfte der Anbieter (57 %) fast gänzlich aus Teilnahmegebühren zusammen (vgl. Abb. 3). Dieses Ergebnis weist einmal mehr auf den starken Zusammenhang zwischen der wirtschaftlichen Situation und der Nachfrageentwicklung hin. So geht eine positive Entwicklung der wirtschaftlichen Situation meist mit einer positiven Entwicklung der Nachfrage einher.

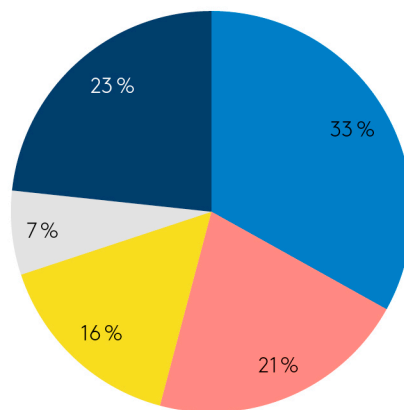
3 Vgl. Abb.12.

Schätzen Sie den Anteil der folgenden Finanzierungsquellen am Gesamtumsatz im Jahr 2021.

Anteil von Teilnahmegebühren



Anteil von öffentlichen Mitteln



Anteil von Eigenmitteln

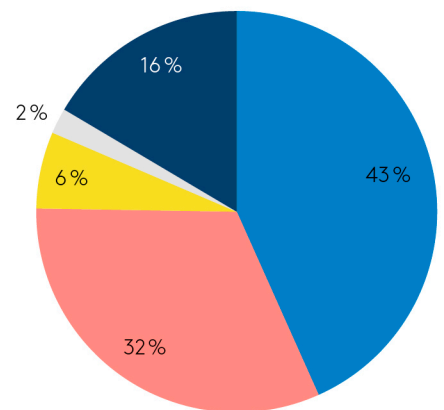


Abb. 3

Anteil verschiedener Finanzierungsquellen am Gesamtumsatz (N=97-196, gerundete Prozentwerte)

keine bis zu 25 % bis zu 50 % bis zu 75 % bis zu 100 %

Personalkosten überwiegen bei den Ausgaben

Bei den Ausgaben machen die Personalkosten den grössten Anteil aus. Knapp die Hälfte der Anbieter (48 %) gibt an, dass die Personalkosten zwischen 50 % und 75 % der Gesamtausgaben betragen. Bei weiteren 27 % der Befragten machen die Personalkosten mehr als 75 % der Gesamtausgaben aus. Die Umfrage unterschied zwischen Personalausgaben, Sachkosten und Betriebskosten. Unter den Angaben zu «weiteren Angaben» werden bspw. Werbeausgaben genannt.

Schätzen Sie den Anteil der Personalausgaben an den Gesamtausgaben Ihrer Einrichtung.

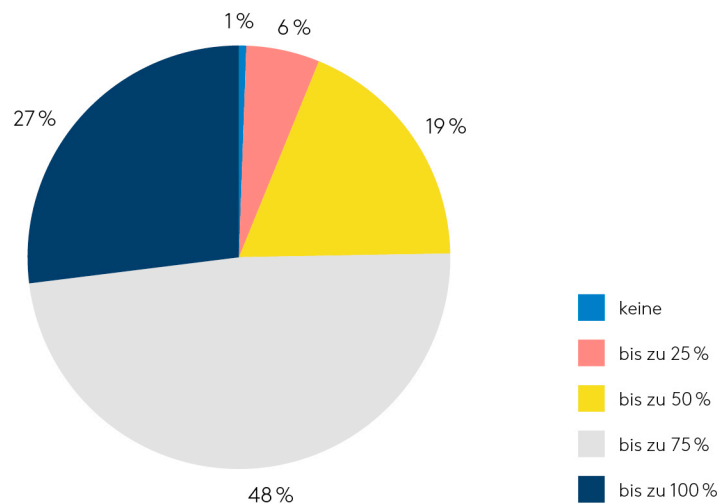


Abb. 4

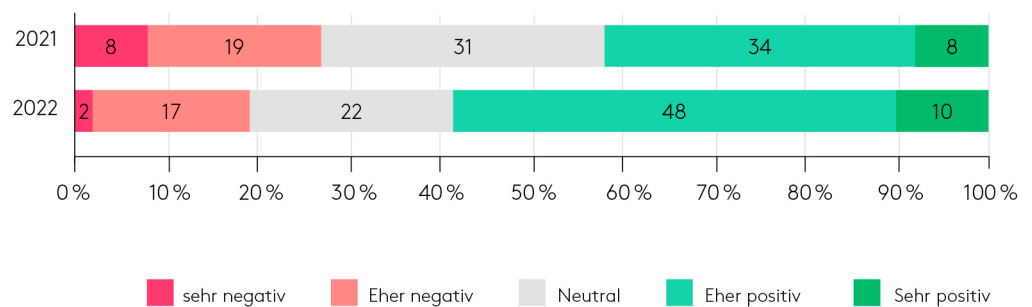
Anteil Personalausgaben an den Gesamtausgaben (N=178, gerundete Prozentwerte)

Dimension: Nachfrage

Eine leicht positive Erwartung zeigt sich in der Nachfrageentwicklung. Dies deuten die Vergleiche der Mittelwerte für das Jahr 2021 und das Jahr 2022 an. So liegt der Mittelwert für die Bewertung zum Jahr 2021 bei 7 Punkten, was einer neutralen – also weder positiven noch negativen – Einschätzung⁴ der Nachfrageentwicklung entspricht. Der Mittelwert der Einschätzungen für das Jahr 2022 liegt demgegenüber bei 23 Punkten und weist auf eine leicht positive Nachfrageentwicklung hin. Wie Abbildung 6 zeigt, gehen dabei 60 % der Befragten von einer positiven Nachfrageentwicklung für das Jahr 2022 aus.

Trotz des positiven allgemeinen Eindrucks geht fast jeder fünfte Anbieter (19%) von einer leicht sinkenden Nachfrage für das Jahr 2022 aus.⁵ In der differenzierten Analyse der Umfrageergebnisse finden sich keine Hinweise darauf, dass die negative Einschätzung der Nachfrageentwicklung einer bestimmten Gruppe von Anbietern zuzuordnen wäre.

Wie schätzen Sie die Entwicklung der Nachfrage ein?



Abgesagte Kurse belasten vor allem kleine und mittlere Anbieter

Zwei von drei Anbietern hatten Anmeldungen für Kurse, die nicht durchgeführt werden konnten. Grund für die Kursabsage ist meist, dass die erforderliche minimale Anzahl Anmeldungen nicht erreicht wurde. Die statistischen Auswertungen zeigen, dass die Anzahl ausgeschriebener, aber nicht durchgeführter Kurse im Zusammenhang mit der Anbietergrösse steht.⁶ So weisen kleine und mittlere Anbieter mehr abgesagte Kurse aus als grosse Anbieter. Erfasst wurde hier die Anzahl abgesagter Kurse, also nicht der prozentuale Anteil der nicht durchgeführten Kurse am gesamten Angebot.

⁴ Erläuterungen zu den Dimensionen und deren Interpretationen vgl. Anhang.

⁵ Auch die Zahlen des Bundesamtes für Statistik weisen bei der Weiterbildungsteilnahme auf einen Nachfragerückgang im Jahr 2021 hin, vgl. <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bildung-wissenschaft/bildungsindikatoren/themen/zugang-und-teilnahme/weiterbildungsteilnahme.assetdetail.22024621.html>

⁶ Chi-Quadrat (8) = 22.2, $p < 0.01$, $n = 103$

Wie viele Anmeldungen hatten Sie für Kurse im Jahr 2021, die nicht stattfinden konnten?

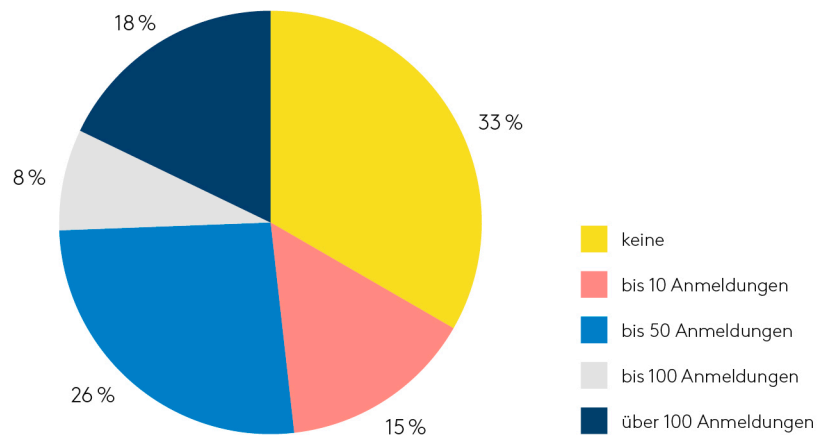


Abb. 6:
Anmeldungen für abgesagte Kurse (N=168, gerundete Prozentwerte)

Leicht steigendes Angebotsvolumen⁷

Die Anbieter schätzen die Angebotsentwicklung im Jahr 2021 als leicht positiv ein (Mittelwert 11 Punkte). Der Mittelwert für das Jahr 2022 liegt bei 24 Punkten und weist somit weiterhin auf eine leicht positive Entwicklung des Angebotsvolumens hin. Während fast die Hälfte der befragten Anbieter (45 %) für das Jahr 2021 ein unverändertes Angebotsvolumen angeben, erwarten über die Hälfte der Anbieter (54 %) für das Jahr 2022 ein wachsendes Angebotsvolumen.

Wie schätzen Sie die Entwicklung des Angebotsvolumen ein?

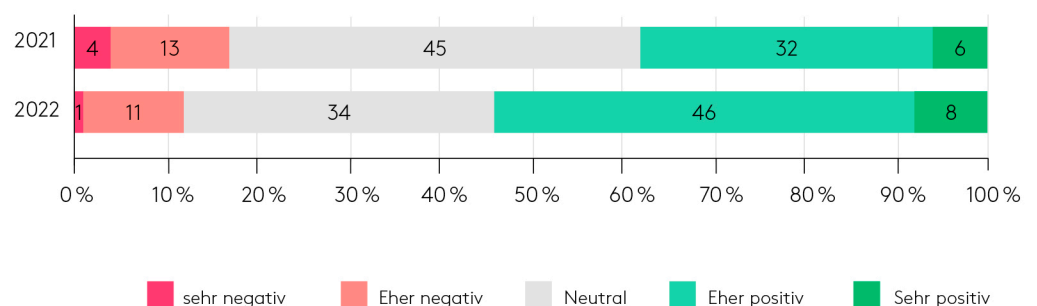


Abb. 7:
Einschätzung zur Entwicklung der Angebotsvolumens (N=208–209, gerundete Prozentwerte)

Der Wandel in den Angebotsformen

Die Hälfte der Anbieter (50 %) sieht rückblickend für das Jahr 2021 den Schwerpunkt ihrer Weiterbildungspraxis in der Verbindung zwischen

⁷ Das Angebot wurde in der Umfrage als Lehr-Lern-Veranstaltung definiert. Folglich stellt beispielsweise auch ein in sich geschlossenes Modul ein Angebot dar. Zudem gelten mehrere Kursdurchführungen als mehrere Angebote.

Online- und Präsenzunterricht, wozu bspw. Blended Learning gehört⁸. Für das Jahr 2022 liegt dieser Anteil etwas tiefer (41 %), wobei etwa gleich viele Anbieter den Schwerpunkt ihrer Weiterbildungspraxis im digital angereicherten Präsenzunterricht (43 %) sehen.

Gleichzeitig zeigt sich ein tendenzieller Rückgang des Online-Unterrichtes seit dem ersten Corona-Jahr 2020. Reiner Online-Unterricht steht ähnlich wie vor der Pandemie lediglich bei einem kleinen Teil der Anbieter im Zentrum ihrer Weiterbildungspraxis⁹. Hier zeigt sich also eine deutliche Verschiebung: Während 2019 die überwiegende Mehrheit der Anbieter (ca. 90 %) den Schwerpunkt ihrer Weiterbildungspraxis im (technologiefreien oder digital angereicherten) Präsenzunterricht sah, ist dieser Anteil heute auf 55 % geschrumpft. Parallel dazu hat der Anteil der Anbieter, die ihren Schwerpunkt in der Verbindung von Online- und Präsenzunterricht sehen, stark gestiegen (von 7 % für 2021 auf 41 % für 2022)

Auf die Frage, in welchen Bereichen die Anbieter im Jahr 2021 Angebote auf- bzw. abgebaut hätten, nennen jeweils ähnlich viele Anbieter Veränderungen in Bezug auf die Angebotsform. Während manche Anbieter aus didaktischen Gründen Online-Angebote konsequent abgebaut haben, benennen andere Anbieter den Ausbau von Online-Formaten. Als Grund wird häufig die positive Erfahrung mit Online-Angeboten während der Pandemie genannt. Gleichzeitig versuchen die Anbieter mit Online-Formaten die Bedürfnisse der Teilnehmenden zu berücksichtigen.

Wo sehen Sie den Schwerpunkt in der Weiterbildungspraxis Ihrer Einrichtung zu den genannten Zeitpunkten?

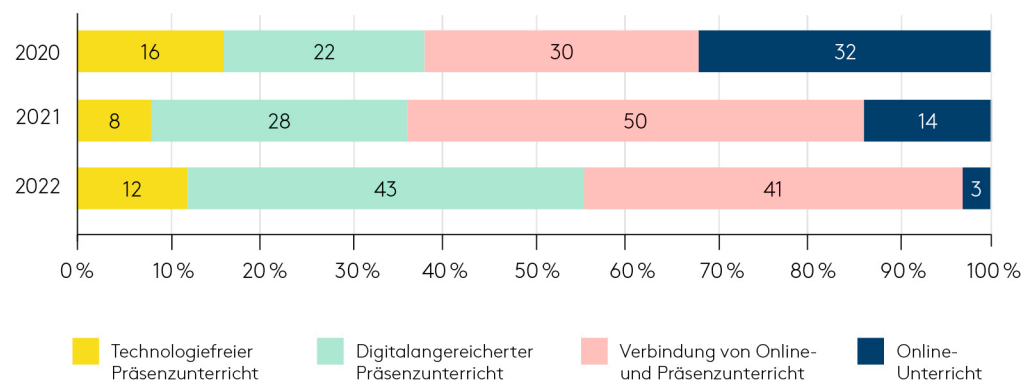


Abb. 8:
Schwerpunkt der Weiterbildungspraxis zu drei Zeitpunkten (N=208–209, gerundete Prozentwerte)

⁸ In Anlehnung an Bremer (2019, p.76) zu den Szenarien des Einsatzes digitaler Medien in der Weiterbildung. Bremer unterscheidet zwischen dem Anreicherungskonzept (Unterstützung der Präsenzlehre), dem Integrationskonzept (Kombination von Online- und Präsenzunterricht) und dem Virtualisierungskonzept (vorrangig Online-Phasen).

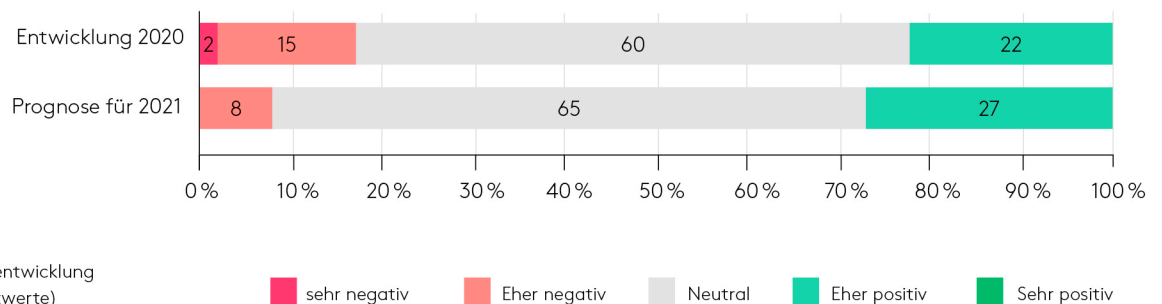
⁹ (Poopalapillai et al., 2021)

Kaum Veränderungen im Personalbestand

Die Weiterbildungsanbieter beurteilen die Entwicklung des Personalbestandes im Jahr 2021 als neutral. So ergibt sich ein Mittelwert der Einschätzungen von 1 Punkt. Ähnlich fallen die Einschätzungen für das Jahr 2022 aus, wo der Mittelwert bei 10 Punkten liegt. Die Anbieter gehen folglich weder davon aus, dass sie neues Personal rekrutieren, noch dass sie bestehendes Personal reduzieren werden.

Dieses Bild zeigt sich auch in der Abbildung 9. So geben die meisten Anbieter sowohl für das Jahr 2021 (60 %) als auch für das Jahr 2022 (65 %) einen gleichbleibenden Personalbestand an. Dementsprechend sind für dieses Jahr keine grösseren Veränderungen im Personalbestand zu erwarten. Gleichzeitig gibt es aber Hinweise auf einen Fachkräftemangel in der Weiterbildungsbranche (siehe Seite 16).

Wie schätzen Sie die Personalentwicklung ein?



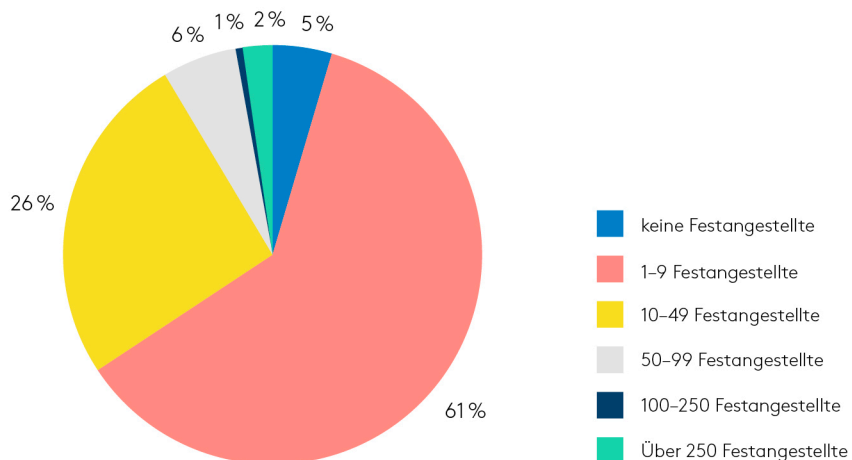
Vergleichsweise hoher Anteil an Mandatierten

Ein Grossteil der befragten Institutionen (61 %) sind kleine Anbieter mit weniger als 10 angestellten Mitarbeitenden. Bei vielen Anbietern spielen zudem Mandate eine wichtige Rolle. So engagieren 40 % der Anbieter zwischen einem und neun Mandatierten, ein weiterer Drittel der Befragten (33 %) hat zwischen 10 und 49 Personen, die im Mandatsverhältnis für die Institution arbeiten. Dabei korreliert die Zahl der Mandatierten mit der Anbietergrösse⁷. Während die kleinen und mittleren Anbieter keine oder wenige Mandatierte beschäftigen, arbeiten die grossen Anbieter häufiger mit Mandatierten zusammen. Allerdings gibt es auch einzelne kleine Anbieter, die 2021 über 250 Mandatierte beschäftigt haben.

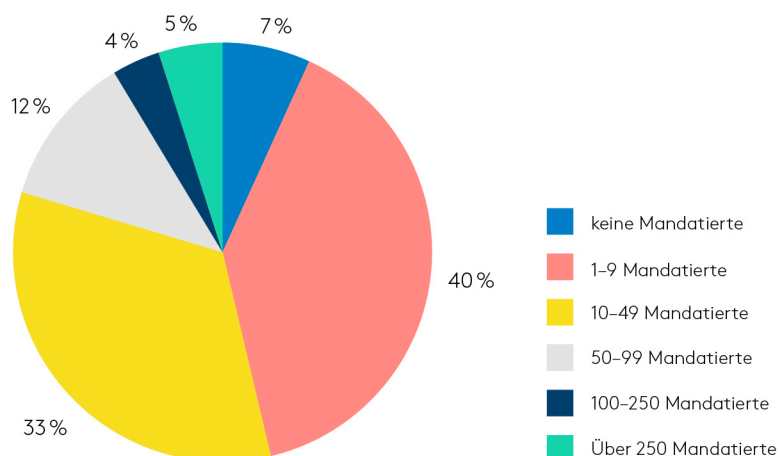
¹⁰ Chi-Quadrat (10) = 36.7, $p < 0.01$, $n = 160$

Wie viele Mitarbeitende waren im Jahr 2021 in Ihrer Einrichtung tätig? Unterschieden zwischen Festangestellten, Mandatierten und Ehrenamtlichen

Anzahl Festangestellte



Anzahl Mandatierte



Anzahl Ehrenamtliche

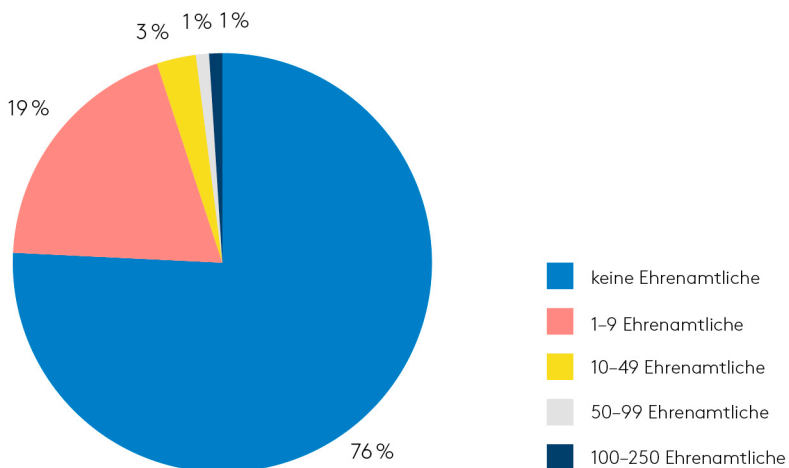


Abb. 10:
Anzahl Angestellte nach Anstellungsform
(N=99-175, gerundete Prozentwerte)

Herausforderungen

Bei der Online-Befragung im Frühjahr 2022 wurden die Anbieter in einer offen gestellten Frage gebeten, ihre aktuell grössten Herausforderungen zu schildern. Die dabei genannten Herausforderungen werden im Folgenden zu drei Themenfeldern zusammengefasst. So nehmen die Anbieter ihre wirtschaftliche Situation aufgrund der weiterhin – infolge der Corona-Pandemie – unvorhersehbaren Lage als unsicher und herausfordernd wahr. Zudem finden sich Belege dafür, dass sich die Teilnehmergeewinnung nach der Pandemie erschwert hat. Schliesslich weisen die Daten darauf hin, dass die Angebotsformen, insbesondere die Wahl und Umsetzung der optimalen Angebotsformate, die Anbieter weiterhin stark herausfordern.

Grosse Planungsunsicherheit aufgrund der unvorhersehbaren Lage

Viele der befragten Anbieter sehen derzeit ihre grösste Herausforderung in der Planungsunsicherheit. Diese Unsicherheit bezieht sich zum einen auf die Frage, ob im Herbst wieder mit Corona-Massnahmen zu rechnen ist. Mit dem «ständigen Wechsel zwischen den Online- und Präsenzformaten» (Fall 162), zu dem sie während der Pandemie gezwungen waren, sowie den pandemiebedingten Einschränkungen sehen sich die Anbieter mit einer hohen Ungewissheit und Unstetigkeit in der Planung konfrontiert.

Ein zweiter Grund für die Planungsunsicherheit liegt in der Zurückhaltung der (potenziellen) Teilnehmenden. Viele Anbieter geben an, dass sie eine «Zurückhaltung» (Fall 189) bzw. ein «Misstrauen bei der Kundschaft» (Fall 374) feststellen. Den Grund für die Zurückhaltung der Teilnehmenden sehen die Anbieter in deren Verunsicherung. So stellen manche Anbieter fest, dass die Unsicherheit darüber, ob ein Kurs letztlich in Präsenz oder online stattfinden wird, Teilnehmende davon abhalte, sich anzumelden.

Zusätzliche Hürden in der Kundengewinnung nach der Corona-Pandemie

Die Daten zeigen, dass die Teilnehmenden für das wirtschaftliche Überleben der Weiterbildungsinstitutionen von zentraler Bedeutung sind, da sich die Einrichtungen zu einem grossen Teil über Teilnehmergebühren finanzieren (siehe Abb. 2). Dass die Kundengewinnung eine grosse Herausforderung für die Institutionen darstellt, scheint deshalb naheliegend. Nach zwei Jahren Corona-Pandemie ist die Herausforderung in der Gewinnung von Teilnehmenden zusätzlich gestiegen, da viele Weiterbildungsanbieter durch die pandemiebedingten Massnahmen Kundinnen und Kunden¹¹ verloren haben. Gleichzeitig stellen manche Anbieter fest, dass nach der Pandemie das «Interesse ihrer Kundschaft unberechenbar geworden ist» (Fall 344). Bei manchen Anbietern steht nun eine Bedarfsanalyse an, andere passen ihre Veranstaltungen an mit dem Ziel, mögliche Teilnehmende besser zu erreichen.

11 Bei Kundinnen und Kunden kann es sich nicht nur um Privatpersonen, sondern auch um Firmenkunden handeln.

Eine geeignete Mischung aus Online- und Präsenzunterricht finden

Nach der Corona-Pandemie und den Erfahrungen mit digitalem Unterricht sehen sich die Anbieter vor der Herausforderung, für die unterschiedlichen Zielgruppen geeignete Kombinationen aus Online- und Präsenzunterricht zu finden. Diese Herausforderung hat teilweise widersprüchliche Züge.

Manche Programmplanende versuchen, die bestehenden Angebote in Bezug auf digitale Möglichkeiten weiterzuentwickeln. Andere nehmen Widersprüche zwischen ihren eigenen Präferenzen und den Kundenbedürfnissen wahr. So würden manche Anbieter bspw. Präsenzunterricht bevorzugen, während ihre Teilnehmenden aber digitalen Unterricht wünschen. Mit der passenden Mischung aus digitalem Lernen und Präsenzlernen ringen auch jene Anbieter, die die Vorteile im digital unterstützten Lernen sehen, deren Teilnehmende aber der Nutzung digitaler Technologien skeptisch gegenüberstehen.

Aus dieser Herausforderung ergibt sich ein Spannungsfeld zwischen den andragogischen Zielsetzungen der Anbieter und den Bedürfnissen ihrer Zielgruppen. So erkennen die Anbieter bei vielen Teilnehmenden den Wunsch nach der Flexibilität, frei zwischen digitalem Lernen und Präsenzlernen wählen zu können. Wenn sie diesen Erwartungen gerecht werden wollen, müssen die Anbieter aber einen hohen Aufwand betreiben, insbesondere in technischer und didaktischer Hinsicht.

Tendenzen in der Weiterbildungsbranche

Auf der Basis der dargestellten Resultate lassen sich einzelne Tendenzen erkennen:

Leicht positive Einschätzung zur Entwicklung der Weiterbildungsbranche

Der Erwartungsindikator weist für 2022 auf eine leicht positive Einschätzung hin. Dabei handelt es sich allerdings nur um eine Momentaufnahme zum Befragungszeitpunkt im Frühling 2022. Dieser Index wurde im Jahr 2022 erstmals in dieser Form erhoben. Es lässt sich also nicht feststellen, wie diese Einschätzung im Vergleich zu den Jahren während und vor der Pandemie ausfällt. Eine Entwicklung über die Zeit wird sich erst durch die standardisierte jährliche Erfassung des Indikators erkennen lassen.

Steigende Ansprüche der Teilnehmenden

Zusammen mit dem Digitalisierungsschub hat die Corona-Pandemie eine verstärkte Diversifizierung der Angebotsformate bewirkt (Poopalapillai et al., 2021). Die diesjährigen Umfrageergebnisse zeigen nun, dass der Umgang mit der Vielfalt an Angebotsformen zu den grössten aktuellen Herausforderungen der Weiterbildungsanbieter gehört (siehe Seite 13). Insbesondere die Erwartung vieler Teilnehmender, flexibel zwischen den diversen Formaten sowie zwischen digitalem Lernen und Präsenzunterricht wählen zu können, stellt hohe Anforderungen an die Anbieter. Es gibt Anzeichen, dass deren Bemühungen, die Erwartungen und Ansprüche ihrer Zielgruppen zu erfüllen, mit einer Tendenz zur Individualisierung, teilweise auch zur Fragmentierung von Lernangeboten einhergehen. Damit steigt auch der Aufwand für die Beratung und Begleitung der Teilnehmenden.

Bildungsmarketing wird komplexer

Die wachsende Vielfalt an Angebots- und Lernformaten erhöht die Anforderungen nicht nur in der Programmplanung und -umsetzung, sondern auch im Marketing. Um die wachsende Vielfalt an Angebotsformaten und die unterschiedlichen Kombinationen von Lernorten, Lernformen und Lernzeiten adäquat an die Zielgruppen kommunizieren zu können, braucht es präzise Ausschreibungen und differenzierte Marketingmassnahmen (vgl. dazu auch Haberzeth/Dernbach 2022 oder Zechner 2022).

Digitale Transformation als kostenintensive Phase

Digitalisierung bedeutet nicht nur oder den zunehmenden Einsatz digitaler Technologien oder die Verlagerung des Präsenzunterrichtes in den Online-Unterricht. Nach dem Digitalisierungsschub während der Corona-Pandemie befinden sich viele Weiterbildungsanbieter zudem auf der Organisationsebene in einem Transformationsprozess. Dieser betrifft neben den Organisationsstrukturen und Prozessen auch die Organisationskultur, die Strategie und das Geschäftsmodell. Die digitale Transformation erfordert auch das Tätigen von Investitionen in die Infrastruktur und in die Kompetenzentwicklung des Personals.

Möglicher Fachkräftemangel nach Sparmassnahmen bei Mandatierten

In der Weiterbildungsbranche ist ein wesentlicher Teil des pädagogischen Personals auf Mandatsbasis tätig. Wie der letztjährige SVEB-Branchenmonitor zeigt, haben die Weiterbildungsanbieter, die während der COVID-Pandemie ihr Angebot reduzieren mussten, in erster Linie bei den Mandatierten gespart (Poopalapillai et al., 2021). Die meisten Anbieter mussten aufgrund des Präsenzverbotes oder der fehlenden Nachfrage während der Krise Lernveranstaltungen streichen oder auf Monate hinaus verschieben. Diese Ausfälle wurden beim Personal über die Streichung von Mandaten aufgefangen, festangestelltes Personal wurde hingegen kaum abgebaut. In der diesjährigen Anbieterbefragung gibt es Hinweise darauf, dass ein Teil der mandatierten Personen sich während der Pandemie beruflich neu orientiert und den Weiterbildungsbereich teilweise verlassen haben könnte. Insbesondere Kursleitende, die neben der beruflichen Tätigkeit in ihrem Fachgebiet ihr Fachwissen auf Mandatsbasis weitergaben, ihre Lehrtätigkeit infolge der Pandemie eingestellt oder in den formalen Bildungsbereich verlagert haben. Zusammen mit den steigenden Kompetenzanforderungen im Zusammenhang z.B. mit der Diversifizierung der Angebote und mit der digitalen Transformation könnte diese Entwicklung dazu führen, dass die Anbieter in den nächsten Jahren Schwierigkeiten bekommen, qualifiziertes pädagogisches Personal zu finden.

Erhebungsmethode und Eigenschaften der Stichprobe

Die Datengrundlage für den SVEB-Branchenmonitor bilden die Resultate der Anbieterumfrage des SVEB. Diese Online-Umfrage wird einmal jährlich durchgeführt. Dieses Jahr wurde der Fragebogen an 2395 Adressen versandt. Während des Zeitraums vom 5. April 2022 bis zum 17. Mai 2022 gingen 486 Beantwortungen ein, was einer Rücklaufquote von 20,3 % entspricht. Die Nettostichprobe (nach der Bereinigung) umfasst 210 Fälle und bildet die Datengrundlage für die vorliegenden Analysen.

Anbieter nach Unternehmensgrösse

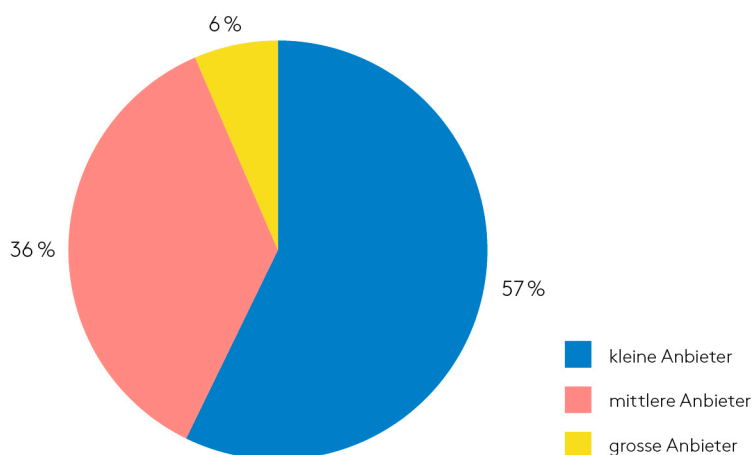


Abb. 11:
Anbieter nach Unternehmensgrösse
(Index, N=201, gerundete Prozentwerte)

Gesamtumsatz im Jahr 2021

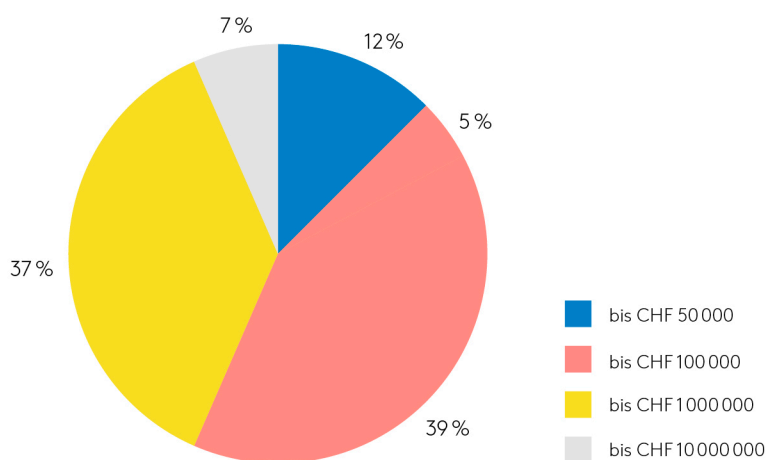


Abb. 12:
Gesamtumsatz, kategorisiert (N=168,
gerundete Prozentwerte)

Sprachregionale Verteilung der Anbieter

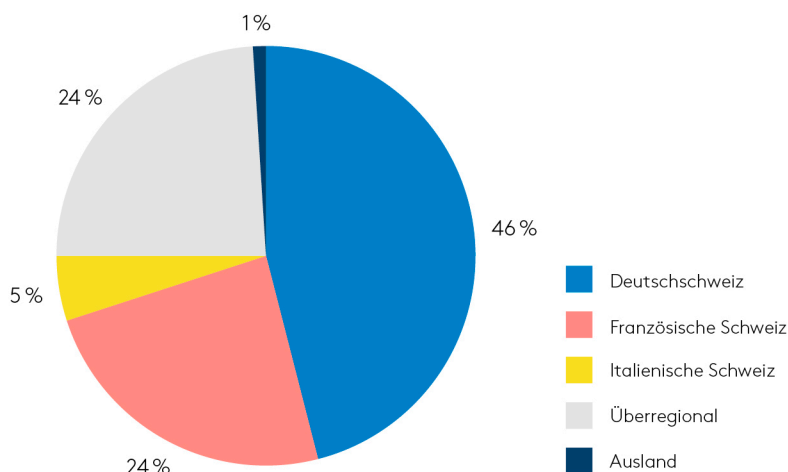


Abb. 13:
Sprachregionale Verteilung der Anbieter
(N=196, gerundete Prozentwerte)

Thematische Ausrichtung der Anbieter

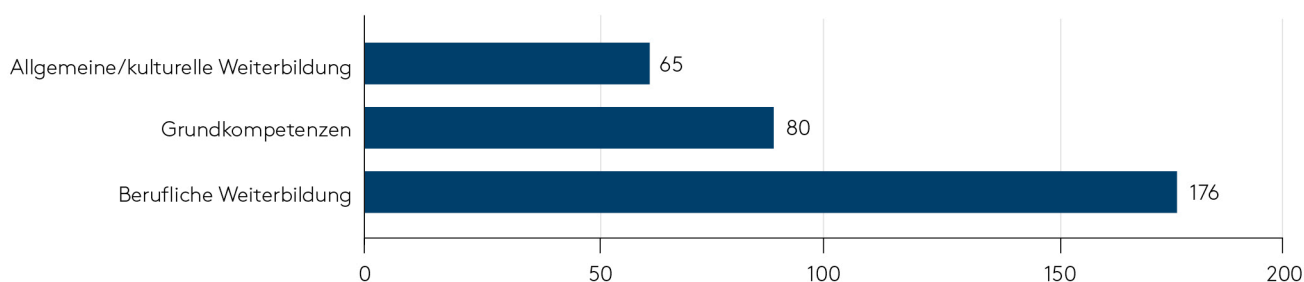


Abb. 14:
Thematische Ausrichtung
der Anbieter mit Mehrfachselektion
(N= 211, absolute Nennungen)

Thematische Ausrichtung der Anbieter

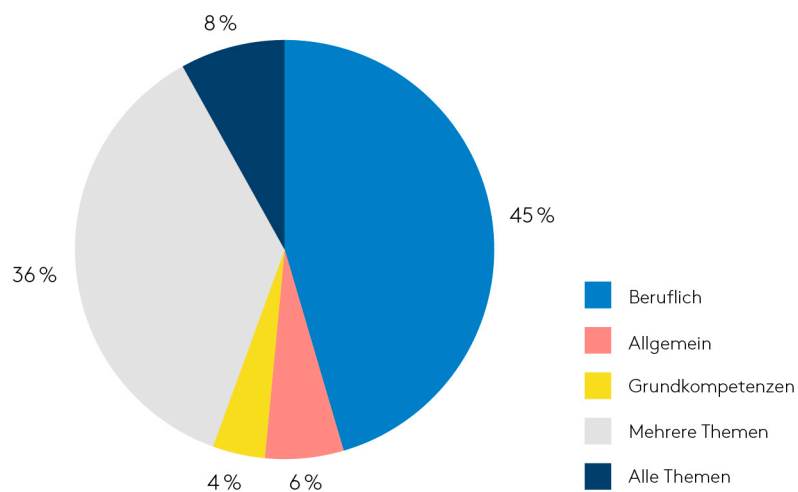


Abb. 15:
Thematische Ausrichtung der
Anbieter, kategorisiert (N=211,
gerundete Prozentwerte)

Trägerschaft der Anbieter

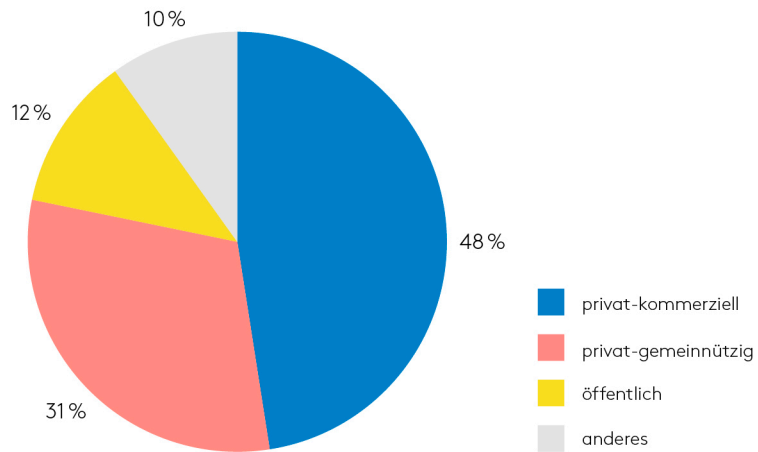


Abb. 16:
Trägerschaft der Anbieter
(N=211, gerundete Prozentwerte)

Art der Institution

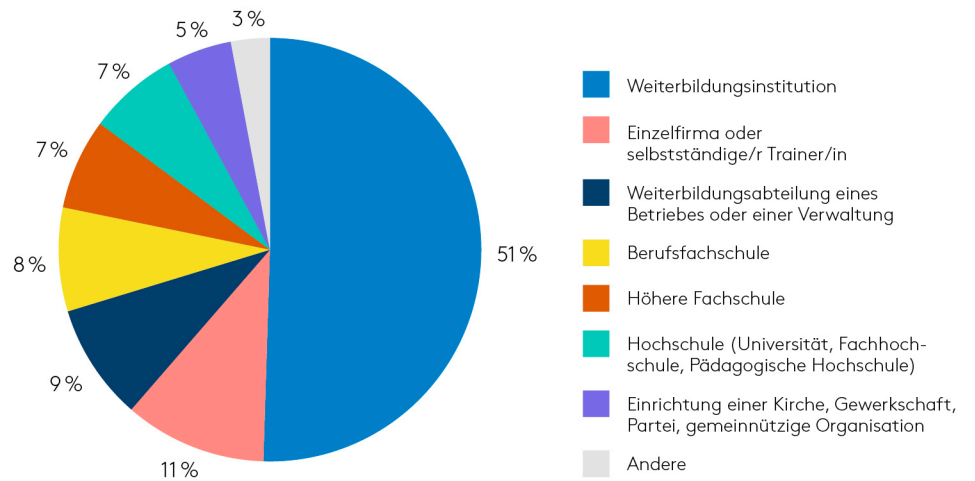


Abb. 17:
Anbietertypen nach Art der Institution
(N=211, gerundete Prozentwerte)

Anhang

Indexkonstruktion

Zu jeder der vier Dimensionen (wirtschaftliche Situation, Angebot, Nachfrage und Personal) wird je eine Einschätzungsfrage zum Referenzzeitraum (bei der aktuellen Ausgabe ist dies 2021) und zum laufenden Jahr (2022) gestellt. Aus den vier Einschätzungsfragen zum jeweiligen Jahr wird ein Mittelwertindex konstruiert. Die Indikatoren ergeben somit ein Bild der Situation in der Weiterbildungsbranche im laufenden Jahr und im Vorjahr. Das längerfristige Ziel der Indexbildung ist es, die Entwicklungen über die Jahre zu beobachten und zu interpretieren.

Branchenindikator

Bei den vier Dimensionen wird je eine Einschätzungsfrage zur Entwicklung im Vorjahr (aktuell 2021) gestellt. Im Fragebogen wird die Einschätzung mit Plus- und Minuszeichen (ohne beschreibende Worte) erfasst. Für die statistische Auswertung wird der Bereich von -1 bis $+1$ definiert. Aus diesen vier Einschätzungen wird ein Mittelwertindex konstruiert, der als Branchenindikator bezeichnet wird. Bei der Reliabilitätsanalyse ergab sich ein Cronbachs Alpha von 0.8, was auf einen guten Index hinweist. Im Interesse einer besseren Lesbarkeit wird der Bereich des Indexes von -1 bis $+1$ in die Punktespanne von -100 bis $+100$ Punkten übersetzt.

Erwartungsindikator

Ähnlich wie beim Branchenindikator wird zu den vier Dimensionen je eine Einschätzungsfrage zur Entwicklung im laufenden Jahr (aktuell 2022) gestellt. Aus den vier Aussagen wird wiederum ein Mittelwertindex konstruiert, der sich Erwartungsindikator nennt. Mit einem Cronbachs Alpha von 0.75 schneidet dieser Index gut ab. Wie beim Branchenindikator wird auch hier der Bereich des Indexes von -1 bis $+1$ zugunsten einer besseren Verständlichkeit auf einer Punkteskala von -100 bis $+100$ dargestellt.

Aufgrund der Fragebogenstruktur kann es beim Erwartungsindikator zu Verzerrungen kommen. So wird die Einschätzung zum laufenden Jahr jeweils nach der Beurteilung des Vorjahres erhoben. Es besteht daher die Möglichkeit, dass die Einschätzung zur ersten Frage jene zur zweiten Frage beeinflusst. Wer die Entwicklung im vorigen Jahr (2021) positiv beurteilt, könnte also dazu tendieren, die Entwicklung im laufenden Jahr (2022) positiver zu beurteilen, als er bzw. sie dies ohne die vorangegangene Frage getan hätte.

Massstab für die Interpretation der Dimensionen

Zu jeder Einschätzungsfrage pro Dimension wird der Mittelwert berechnet. Anhand der Mittelwerte werden die Einschätzungen zum Vorjahr und zum laufenden Jahr verglichen. Für die Interpretation dieser Mittelwerte wurde ein Massstab festgelegt. Mangels Langzeitdaten wird die Interpretation bei dieser ersten Ausgabe des Branchenmonitors um den Nullpunkt zentriert. Aufgrund der Annahme der

Standardverteilung und der Tendenz zur Mitte sind die Abstände um den Nullpunkt kleiner als bei den Extremen. Nach mehreren Erhebungen des Branchenmonitors kann die Standardisierung des Massstabs überarbeitet werden.

Masstab für die Interpretation der Dimensionen

| | |
|---------------------------|-----------------------------|
| 0 bis 10: Neutral | -10 bis 0: Neutral |
| 11 bis 30: Leicht positiv | -30 bis -11: Leicht negativ |
| 31 bis 60: Positiv | -60 bis -31: Negativ |
| 61 bis 100: Sehr positiv | -100 bis -61: Sehr negativ |

Abbildungsverzeichnis

| | | | |
|---|----|---|----|
| Abb. 1 | 5 | Abb. 9 | 11 |
| Einschätzung der Entwicklung in den Dimensionen: wirtschaftliche Situation, Nachfrage, Angebotsvolumen und Personalbestand. (N=205–209, gerundete Prozentwerte) | | Einschätzung zur Personalentwicklung (N=205, gerundete Prozentwerte) | |
| Abb. 2 | 6 | Abb. 10 | 12 |
| Einschätzung der wirtschaftlichen Situation. (N=206–207, gerundete Prozentwerte) | | Anzahl Angestellte nach Anstellungsform (N=99–175, gerundete Prozentwerte) | |
| Abb. 3 | 7 | Abb. 11 | 17 |
| Anteil verschiedener Finanzierungsquellen am Gesamtumsatz (N=97–196, gerundete Prozentwerte) | | Anbieter nach Unternehmensgrösse (Index, N=201, gerundete Prozentwerte) | |
| Abb. 4 | 7 | Abb. 12 | 17 |
| Anteil Personalausgaben an den Gesamtausgaben (N=178, gerundete Prozentwerte) | | Gesamtumsatz, kategorisiert (N=168, gerundete Prozentwerte) | |
| Abb. 5 | 8 | Abb. 13 | 18 |
| Einschätzung der Nachfrageentwicklung (N=209, gerundete Prozentwerte) | | Sprachregionale Verteilung der Anbieter (N=196, gerundete Prozentwerte) | |
| Abb. 6 | 9 | Abb. 14 | 18 |
| Anmeldungen für abgesagte Kurse (N=168, gerundete Prozentwerte) | | Thematische Ausrichtung der Anbieter mit Mehrfachselektion (N= 211, absolute Nennungen) | |
| Abb. 7 | 9 | Abb. 15 | 18 |
| Einschätzung zur Entwicklung der Angebotsvolumens (N=208–209, gerundete Prozentwerte) | | Thematische Ausrichtung der Anbieter, kategorisiert (N=211, gerundete Prozentwerte) | |
| Abb. 8 | 10 | Abb. 16 | 19 |
| Schwerpunkt der Weiterbildungspraxis zu drei Zeitpunkten (N=208–209, gerundete Prozentwerte) | | Trägerschaft der Anbieter (N=211, gerundete Prozentwerte) | |
| | | Abb. 17 | 19 |
| | | Anbietertypen nach Art der Institution (N=211, gerundete Prozentwerte) | |

Literaturverzeichnis

Bremer, C. (2019). Szenarien des Einsatzes digitaler Medien in Bildungsprozessen – Chancen und Herausforderungen für Weiterbildungseinrichtungen. In: E. Haberzeth & I. Sgier (Hrsg.), Digitalisierung und Lernen. Gestaltungsperspektiven für das professionelle Handeln in der Erwachsenenbildung und Weiterbildung (Bd. 8, S. 78–97). hep.

Haberzeth, E., & Dernbach-Stolz, S. (2022). Programmplanung in der Weiterbildung unter dem Einfluss der Corona-Pandemie: Befunde einer empirischen Studie. In: Zeitschrift für Weiterbildungsforschung. <https://doi.org/10.1007/s40955-022-00217-7>.

Poopalapillai, S., Gollob, S., & Sgier, I. (2021). SVEB-Branchenmonitor 2021: Tendenzen der Weiterbildung nach der Covid-Pandemie. SVEB.

Zechner, Marlies (2022): Was Teilnehmende von digitalen Bildungsangeboten erwarten: Ein Stimmungsbild. In: Magazin erwachsenenbildung.at. Das Fachmedium für Forschung, Praxis und Diskurs. Ausgabe 44–45. Online: <https://erwachsenenbildung.at/magazin/ausgabe-44-45>.

Impressum

Autorinnen

Saambavi Poopalapillai, Soziologin MSc, wissenschaftliche Mitarbeiterin beim SVEB, Arbeitsschwerpunkte: Weiterbildungsstatistik, internationale Projekte, digitale Transformation.

Irena Sgier, Soziologin MA, Vizedirektorin des SVEB, Leiterin Entwicklung & Innovation. Arbeitsschwerpunkte: Entwicklung und Tendenzen der Weiterbildung, Digitalisierung.

Projektteam

Sofie Gallob, Historikerin MA, Projektleiterin beim SVEB

Marianne Müller, Soziologin MA, Projektleiterin beim SVEB

Layout

Völlm + Walthert, Zürich

Korrekturat

Karina Büchler

Bezug

www.alice.ch/de/informiert-bleiben/publikationen/

Nutzungsrechte

Der Branchenmonitor ist lizenziert unter CC BYSA 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>)

Weitere Informationen

Der SVEB-Branchenmonitor erfasst anhand Indikatoren und Dimensionen die Entwicklungen im Weiterbildungsmarkt. Weiter untersucht der SVEB Trends und Tendenzen in der Weiterbildung. Mehr dazu unter: www.alice.ch/de/themen/forschung/sveb-branchenmonitor/

Bibliografische Angabe

Poopalapillai, Saambavi; Sgier, Irena (2022): SVEB-Branchenmonitor 2022: Positive Erwartungen trotz unsicherer Wirtschaftslage. Zürich: SVEB.