

## **Checklist Weiterbildung – ein Beitrag zur Stärkung des Nachfrageverhaltens von Weiterbildungsinteressierten.**

*Wer hat ihn noch nicht erlebt, den Frust, aus einer unüberschaubaren Anzahl von Kursen, Seminaren und Lehrgängen das auf die eigenen Bedürfnisse zugeschnittene Weiterbildungsangebot zu wählen? Die Klagenfurter Bildungswissenschaftlerin Elke Gruber entwickelte gemeinsam mit Peter Schlögl und Maria Gutknecht-Gmeiner vom Österreichischen Institut für Berufsbildungsforschung einen Kriterienkatalog für die Auswahl von Bildungsangeboten. Das Projekt wurde aus Mitteln des ESF und des Österreichischen Bildungsministeriums finanziert.*

### **Teilnehmerinnen und Teilnehmer als Kunden?**

Zunächst einmal widerstrebt es vielen ErwachsenenbildnerInnen von Teilnehmern als Kunden oder Konsumentinnen zu sprechen<sup>1</sup>, weil damit - ihrer Meinung nach - impliziert wird, dass Bildung eine x-beliebige Ware und das Bildungsangebote ein veräußerbares Gut darstellen. Irritierend für diesen Personenkreis kommt hinzu, dass mit dieser Kategorisierung vertrautes pädagogisches Denken verlassen und weniger bekanntes ökonomisches Terrain betreten wird.

Tatsache ist, dass die Erwachsenenbildung/Weiterbildung in ihrer modernen Form zu einem wesentlichen Teil über eine "Kaufbeziehung" gesteuert wird. Das heißt, beim Kunden (das etymologisch auf das Wort "Kundiger" zurückgeht) besteht ein bestimmter Bedarf, eine bestimmte Motivation, einen Kurs, eine Veranstaltung der Erwachsenenbildung zu besuchen. Er oder sie begibt sich auf die Suche und findet hoffentlich ein passendes Angebot, wofür - je nach Angebot und Institution - mehr oder weniger bezahlt werden muss. Andererseits wird von den Anbietern angeboten, was gerade ankommt, wo eine wie immer geartete aktuelle ökonomische und individuelle Nachfrage besteht.

So einfach und idealtypisch wie hier beschrieben, geht es jedoch nicht immer zu. Was, wenn zum Beispiel den Nachfragenden noch nicht richtig klar ist, was sie lernen wollen und wie sie zu diesem Angebot kommen. Oder, wenn es für den Bedarf kein günstig erreichbares oder nur ein sehr teures oder überhaupt kein entsprechendes Angebot gibt? Und wie sieht es gar mit dem Bedarf an bestimmten gesellschaftlichen Problemlösungsstrategien aus, die sehr wohl InteressentInnen ansprechen aber kaum Käufer am Markt finden werden? Auch die Frage nach dem Abhängigkeitsverhältnis vom Referenten und der Institution ist nicht vom

---

<sup>1</sup> Schlutz, Erhard: Erwachsenenbildung als Dienstleistung. In: Knoll, Joachim (Hrsg.): Studienbuch Grundlagen der Weiterbildung. Neuwied Kriftel 1999, S. 31.

Tisch zu wischen, die sich zum Beispiel klassisch bei abschlussorientierten Kursen stellt und die einer reinen Kunden-Kauf-Beziehung entgegensteht.

Erwachsenenbildung/Weiterbildung in seiner ursprünglich Zielsetzung war eben immer mehr! Sie war einerseits ein Gut oder eine Dienstleistung, die nachgefragt und bezahlt wurde, sie wollte andererseits aber auch immer latente Bildungsmotivationen ansprechen und neue Bildungsbedürfnisse wecken. Letzteres gilt sowohl für bisher nicht oder nur schwer erreichbare Gruppen, wie etwa Menschen außerhalb von Ballungszentren, Menschen mit Behinderung, Personen mit niedrigem Bildungsabschluss, aber auch für Interessenten mit besonderen oder höheren Ansprüchen.

Im Begriff der Teilnehmerorientierung finden wir diese Strategie verankert. Teilnehmerorientierung spricht jene Qualität erwachsenenpädagogischer Arbeit an, die im Vorfeld ein aufsuchendes Marketing betreibt, die den Lernenden mit seinen Erfahrungen und Ansprüchen schon in der Planungsphase ernst nimmt und während der Veranstaltung im Sinne einer "Ermöglichungsdidaktik" (Siebert) jene Voraussetzungen schafft, die zu erfolgreichem Lernen führen können.

### **Weiterbildung benötigt ein Höchstmaß an Beteiligung**

Damit sind wir bei einer weiteren wesentlichen Besonderheit von Erwachsenenbildung angelangt. Auch wenn uns diverse Prospekte und Werbeeinschaltungen glauben machen wollen, kann Bildung oder Qualifikation - wörtlich genommen - nie ein Konsumgut sein. Denn Bildung - oder moderner formuliert Kompetenzentwicklung - *ist immer verbunden mit Selbstentwicklung und Selbst-Bildung, kurz: mit Arbeit an sich selbst*. Es ist kein passives Konsumieren, sondern Lernen ist nur unter tätiger, aktiver Mitarbeit der Subjekte möglich. Oder ökonomisch formuliert: Jeder einzelne muss durch eigene Mitarbeit zum Gelingen der Dienstleistung beitragen, dessen Ausgang oder Ergebnis trotzdem höchst ungewiss bleibt. Hannelore Bastian spricht in diesem Zusammenhang auch vom Teilnehmer als "Ko-Produzent" dessen, was als individueller Lern-, Erlebnis- und Erfahrungsertrag für ihn am Ende dieser Veranstaltung steht."<sup>2</sup> (In diesem Sinne sind Angebote der Erwachsenenbildung – wenn wir uns schon ökonomischer Termini bedienen - viel eher als besondere personenbezogene Dienstleistungen, denn als Produkte einzuschätzen.)

"Keine Bildungseinrichtung, weder eine öffentlich verantwortete noch eine gewinnorientierte, kann den Abnehmern diese Arbeit ersparen und ihnen 'Bildung' verkaufen. Nicht einmal über das Lernen und den Lernerfolg der Teilnehmer können Bildungseinrichtungen verfügen, wie uns konstruktivistische Theorien zur Zeit wieder deutlich machen (Siebert 1996)."<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Bastian, Hannelore: Der Teilnehmer als Kunde - der Bildungsauftrag als Dienstleistung. In: Bastian, Hannelore; Beer, Wolfgang; Knoll, Jörg (Hg.): Pädagogisch denken – wirtschaftlich handeln: zur Verknüpfung von Ökonomie und Profession in der Weiterbildung. Bielefeld 2002, S. 15.

<sup>3</sup> Schlutz, a.a.o., S. 24

Weiterbildung benötigt demnach ein Höchstmaß an Beteiligung. Ohne diese ist ein Lernprozess überhaupt nicht möglich. Wie sagt doch ein Sprichwort: Ich kann zwar ein Pferd zur Tränke führen, trinken muss es aber selbst. Weiterbildung verlangt Arbeit, oft harte Arbeit - das ist aber eine Tätigkeit, "für die man in der Regel bezahlt wird, nicht selbst bezahlt. Auch das macht" - wie Erhard Schlutz treffend feststellt - "die 'Vermarktung' von Weiterbildung nicht einfach."<sup>4</sup>

Die Kritik an der zumeist unreflektierten Übernahme ökonomischer Termini in den Weiterbildungsbereich soll jedoch nicht heißen, dass sich Bildungseinrichtungen selbst genügen und sich nicht zu ändern brauchen. Das Gegenteil ist der Fall: Bildungseinrichtungen können sich heute weniger denn je als Hüter privilegierter Wissensgüter oder eines unveräußerlichen Bildungsschatzes aufspielen, sie müssen vielmehr stärker wie bisher das Eigenrecht der Nachfragenden als lernende Subjekte erkennen und wahrnehmen. Besonders auch im Hinblick darauf, dass sich derzeit ein Paradigmenwechsel vom Lehren zum Lernen vollzieht (vergleiche dazu auch die Diskussion um selbstorganisiertes/selbstbestimmtes/offenes Lernen).

### **... und Eigenständigkeit**

Die damit verbundene Aufwertung der Eigenständigkeit der potentiellen und der tatsächlich Teilnehmenden ist allerdings noch nicht allgemein ins Bewusstsein der Anbieter getreten. Die im Rahmen unseres Projektes durchgeführten Interviews haben deutlich gezeigt, dass die Institutionen zwar seit einiger Zeit intensiv an einer Qualitätssicherung arbeiten, diese findet jedoch fast ausschließlich aus der Sicht der Institution und kaum aus der Sicht der Nachfragenden statt. So ernteten wir teilweise Erstaunen oder gar Unverständnis, wenn wir nach der Transparenz der Qualität einer Veranstaltung oder eines Angebotes für Bildungsinteressierte fragten.

Weiterbildungsinstitutionen müssen sich in Zukunft vielmehr fragen, was sie für die Bildung und das Lernen der anderen leisten können und müssen. Dies trifft nicht nur auf Einrichtungen, die öffentliche Gelder erhalten, sondern verstärkt auch auf privatwirtschaftliche Einrichtungen zu. Nicht zuletzt deshalb, da die Nachfragenden mit der Inanspruchnahme einer Weiterbildungsdienstleistung ein erhebliches Risiko eingehen<sup>5</sup>, für das sie zumeist noch ordentlich in die Tasche greifen müssen. Denn zum Unterschied zur irreführenden Bezeichnung eines Angebotes als Produkt, das dieses als etwas Fertiges, Konsumierbares ansieht, handelt es sich bei den Angeboten der Erwachsenenbildung streng genommen um ein Leistungsversprechen, das erst im Laufe einer Veranstaltung unter Beteiligung durch die Lernenden selbst zum Lernerfolg führt oder nicht.

---

<sup>4</sup> Ebd., S. 28

<sup>5</sup> Ebd., S.26

Ausgangs- und Endpunkt jeglicher Qualitätsentwicklung, auch wenn dies manchmal übersehen wird, haben deshalb die Lernbedürfnisse der Bildungsabnehmer zu sein<sup>6</sup>. Daher ist es um so erfreulicher, dass das Österreichische Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur und der Europäische Sozialfond das Projekt der Entwicklung eines nachfrageorientierten Online-Kataloges von Qualitätskriterien unterstützt haben, anhand derer Bildungsinteressierte Weiterbildungseinrichtungen und -angebote bewerten können. Andernorts übliche Maßnahmen zum Konsumenten- und Verbraucherschutz<sup>7</sup> werden damit auch in der österreichischen Erwachsenenbildung/Weiterbildung zunehmend ins Bewusstsein gerückt.

### **Kriterienkatalog für die Auswahl von Weiterbildungsangeboten**

Der Boom an Weiterbildung in Österreich in den letzten Jahren ist unübersehbar. Eine für die NutzerInnen kaum mehr überblickbare Anzahl von Anbietern mit unterschiedlichstem institutionellen Hintergrund offeriert einer steigenden TeilnehmerInnenzahl ein immer umfangreicheres Angebot an Bildungsveranstaltungen. Im Gegensatz zu Schule und Hochschule ist die Erwachsenenbildung ein sehr offenes und unreguliertes Feld. Die Heterogenität zeigt sich vor allem in den Veranstaltungsformen, Zielsetzungen und Qualitäten der Angebote. Im Unterschied zu Schule und Hochschule gibt es kaum verbindliche, öffentlich anerkannte Curricula. Über die Auswahl von Zielen, Inhalten und Methoden entscheidet der Anbieter weitgehend selbst.

Neben den Vorteilen dieser Offenheit wie rasche Anpassung an veränderte Lerngewohnheiten und neue Qualifikationen, Eingehen auf die TeilnehmerInnenwünsche und -bedürfnisse, Entwicklung innovativer Bildungsgänge gibt es auch diverse Nachteile. Dazu gehören: eine für die TeilnehmerInnen unübersehbare, verwirrende Angebotsvielfalt, kaum Klärung von Prioritäten zwischen den Institutionen, große regionale Unterschiede im Programmangebot, kaum Möglichkeiten der Qualitätskontrolle durch die TeilnehmerInnen, geringe Transparenz der Leistungen der Anbieter.<sup>8</sup> Die Nachfragenden haben die „Qual der Wahl“ und müssen dafür auch noch oft (recht tief) in die eigene Geldtasche greifen.

Wer sich im „Dschungel“ von Weiterbildungsangeboten zurechtfinden möchte, kommt an der Beurteilung und dem Vergleich der Qualität verschiedener Angebote nicht vorbei. Während professionelle Personalisten in Betrieben für Entscheidungen über die Wahl von Bildungsanbietern für betriebliche Bildungsmaßnahmen zumindest prinzipiell auf

---

<sup>6</sup> Vgl. Ehses, Christiane; Zech, Rainer: Organisationale Entwicklungsbedarfe in der Erwachsenenbildung. In: Zech, Rainer, Ehses, Christiane: Organisation und Innovation. Hannover 2000, S. 55.

<sup>7</sup> Vgl. hierzu u.a. die informativen Diskussionspapiere des BIBB (Hg.): Qualitätsentwicklung in der Weiterbildung. Zum Stand der Anwendung von Qualitätssicherungs- und Qualitätsmanagementsystemen bei Weiterbildungsanbietern. Schriftenreihe des Bundesinstituts für Berufsbildung (Heft 62) Bonn 2002.

<sup>8</sup> Vgl. Gruber, Elke: Weiterbildung als private Dienstleistung. Ein zukunftsweisendes Bildungsmodell? In: Lenz, Werner: Lernen ist nicht genug! Arbeit- Bildung-Eigen-Sinn. Innsbruck Wien München 2000, S. 167ff.

kaufmännische und Managementinstrumente zurückgreifen können und das Arbeitsmarktservice auf kontinuierliche Kooperation mit bestimmten Bildungsträgern setzt, bleiben private NachfragerInnen in der individuellen Recherche auf die Marketingprodukte der Bildungsanbieter (Kursprogramme, Datenbanken, ...) sowie „Mundpropaganda“ angewiesen.

Im Unterschied zu Deutschland<sup>9</sup> stand Nachfragenden hierzulande bisher kein anbieterübergreifendes Instrument für Markt- und Produktinformation sowie Preisvergleiche zur Verfügung. Mit der Checklist Weiterbildung wird Bildungsnachfragenden nun ein Instrument in die Hand gegeben, das ihnen hilft, den richtigen Bildungsanbieter und das passende Angebot zu ermitteln sowie die Leistungen des jeweiligen Bildungsträgers einzuschätzen und zu bewerten.

### **Vorgehen bei der Entwicklung**

Im Rahmen des Projektes<sup>10</sup> wurde folgendes methodische Vorgehen gewählt:

#### *Literatur- und Materialrecherche*

Diese bezog sich vor allem auf Materialien, Literatur und Dokumente zum Thema Qualität von Erwachsenenbildung/Weiterbildung, Bildungsberatung und Konsumentenschutz im Bildungs- und Weiterbildungsbereich. Dabei zeigte sich, dass mittlerweile eine Fülle an Untersuchungen und Material vor allem zum Thema Qualitätssicherung und –entwicklung in der Erwachsenenbildung vorliegt.

#### *ExpertInnengespräche*

Als Instrumentarium wurde auf eine problemorientierte, mündliche Befragung mittels Leitfadeninterviews zurückgegriffen. Diesem lag ein sozialwissenschaftlicher Forschungsansatz zugrunde, wie er unter anderem von Lamnek und Mayring<sup>11</sup> vertreten wird.

Zielgruppen der Befragung waren:

- (Bildungs-)Beratungsstellen,

---

<sup>9</sup> Vgl. hier vor allem die Kriterien zur Beurteilung der Qualität von Weiterbildungsmaßnahmen (Checkliste BIBB) des Bundesinstituts für Berufsbildung ([www.bibb.de/beruf/weitbild.htm](http://www.bibb.de/beruf/weitbild.htm)) und die Checkliste für Weiterbildungsinteressierte (Checkliste DIE) vom Deutschen Institut für Erwachsenenbildung e.V. ([www.vhs-hagen.de/texte/check.htm](http://www.vhs-hagen.de/texte/check.htm))

<sup>10</sup> Der Projektbericht ist erschienen als: Schlögl, Peter/Gruber, Elke (Hg.): Wo geht's hier zum „richtigen Kurs“? Entscheidungshilfen für die Auswahl eines Kursangebots in der allgemeinen und beruflichen Weiterbildung. Wien (Österreichisches Institut für Berufsbildungsforschung – öibf) 2003.

<sup>11</sup> Lamnek, Siegfried: Qualitative Sozialforschung. Bd. 1 und 2. München 1995; Mayring, Philipp: Einführung in die qualitative Sozialforschung. Eine Anleitung zu qualitativem Denken. Weinheim 1999 (4. Auflage).

- Anbieterinstitutionen (hier vor allem deren Qualitätsbeauftragte oder Marketing-Verantwortliche),
- nationale und internationale ExpertInnen, die bereits ähnliche Checklisten/Kriterienkataloge entwickelt haben,
- „erfahrene“ TeilnehmerInnen.

Darüber hinaus wurden auf einer ExpertInnentagung Erfahrungen nationaler und internationaler ExpertInnen zu den Themen Qualitätssicherung und Kriterienkataloge/Checklisten diskutiert.

#### *Erarbeitung eines Kriterienkataloges für Bildungsinteressierte*

Dabei flossen nationale und internationale Erfahrungen, die mit bereits entwickelten Checklisten/Kriterienkatalogen gemacht wurden, ein.

#### *Technische Implementierung des Kriterienkataloges*

Der Kriterienkatalog wurde sowohl in Form einer Online-Checkliste im Internet als auch in einer Printversion erarbeitet.

### **Was kann die Checklist leisten?**

Die Qualität eines Angebotes hängt sehr von den persönlichen Erwartungen ab. Es macht einen Unterschied, ob Menschen durch Arbeitslosigkeit gezwungen werden, sich umschulen zu lassen oder sie einen Sprachkurs für den nächsten Urlaub besuchen, ob sie in ihrem Beruf weiterkommen wollen und dafür eine Aufstiegsfortbildung mit Zertifikat benötigen oder ob sie sich durch Kurse fit und gesund erhalten möchten.

Es fällt in den Bereich der Eigenverantwortung, dass Bildungsinteressierte ihre Ziele abstecken und den individuellen Bedarf definieren können. Dazu wurden in der Checklist eine Reihe persönlicher Kriterien wie die eigenen Beweggründe für Weiterbildung, den erwarteten Nutzen und die Reflexion der momentanen Lebenssituation definiert. Denn ein Kurs kann noch so hochwertig sein – wenn er nicht dem entspricht, was der oder die Bildungsinteressierte gesucht hat, wird er immer als minderwertig oder der Inhalt als nicht brauchbar empfunden werden.

Neben den persönlichen gibt es aber auch objektive Qualitätskriterien, die vor Kursbeginn unbedingt abgeklärt werden sollten. Dazu gehören beispielsweise das Preis-Leistungs-Verhältnis, die Qualifikation der TrainerInnen, die Angemessenheit der räumlichen und technischen Ausstattung einer Weiterbildungseinrichtung, die Möglichkeit persönlicher Beratung oder des „Schnupperns“. Wichtig ist es auch, Informationen über Gruppengröße und –zusammensetzung (bei Sprachkursen etwa markieren zwölf TeilnehmerInnen die Obergrenze für intensives, erfolgreiches Lernen), Ziele und Inhalte der Veranstaltung sowie Teilnahmevoraussetzungen einzuholen. Bei teuren Kursen sollten Fragen zum eigenen

Finanzbudget, zu Stornobedingungen und zusätzlichen Kosten durch Skripten, Zeugnisse, Übernachtungen und dgl. gestellt werden.

Allerdings kann der Kriterienkatalog kein mündliches Beratungsgespräch ersetzen, vielmehr soll er als vorgelagertes oder zusätzliches individuelles Instrumentarium den Entscheidungsprozess des/der Einzelnen für ein Angebot unterstützen. In diesem Sinne kann der Vergleich der unterschiedlichen Anbieter und Angebote anhand des Kriterienkataloges auch einen Beitrag zur Erhöhung der Selbstorganisationsfähigkeit von Menschen leisten. Gleichzeitig soll er die Anbieter motivieren, die Qualität ihrer Angebote im Sinne der Bildungsnachfragenden zu überprüfen.

Um unterschiedlichen Nutzergewohnheiten Rechnung zu tragen, wird der Kriterienkatalog in einer Online- und einer Printversion angeboten. Die Online-Checklist ([www.checklist-weiterbildung.at](http://www.checklist-weiterbildung.at)) ermöglicht direkte Nutzung für die Bildungsinteressierten und auch Vervielfältigung und Verbreitung etwa durch Beratungseinrichtungen und andere interessierte Stellen. Eine Vernetzung mit anderen Informations- und Beratungsangeboten ist unmittelbar möglich. Die Printversion (erhältlich beim Österreichischen Institut für Berufsbildungsforschung, Email: [m.gutknecht-gmeiner@oeibf.at](mailto:m.gutknecht-gmeiner@oeibf.at)) soll Personen, die keinen oder keinen unmittelbaren Zugang zu Neuen Medien haben, den Zugang zum Kriterienkatalog ermöglichen.

## **Ausblick**

Im Dokument der Europäischen Union „Einen europäischen Raum des lebenslangen Lernens schaffen“ wird in Kapitel 3.6.<sup>12</sup> auf die Erreichung eines Höchstmaßes an Qualität verwiesen. Dieses soll über die Entwicklung von Indikatoren, Leitlinien und Normen sowie über Aufsichtssysteme und Zertifikate erreicht werden, die schließlich in die Entwicklung eines „Europäischen Gütesiegels“ münden sollen. Die Entwicklung der vorliegenden „Checklist Weiterbildung“ ist ein wichtiger Schritt in Richtung Stärkung des Nachfrageverhaltens von Weiterbildungsinteressierten. Weitere Schritte zu mehr Transparenz für Lernende und einer Erhöhung verbraucherorientierter Bildungsqualität müssen folgen.

Univ.-Prof. Dr. Elke Gruber, Inhaberin des Lehrstuhls für Erwachsenen- und Berufsbildung am Institut für Erziehungswissenschaft und Bildungsforschung der Universität Klagenfurt, A-9020 Klagenfurt, Universitätsstrasse 65-67, Email: [elke.gruber@uni-klu.ac.at](mailto:elke.gruber@uni-klu.ac.at)

---

<sup>12</sup> Europäische Kommission: Einen europäischen Raum des lebenslangen Lernens schaffen. Brüssel 2001, S. 24ff..