

## **Executive Summary**

Evelyne Leu

Die Globalisierung der Wirtschaft und die weltweit entstehende Informationsgesellschaft intensivieren den Wettbewerb zwischen Wirtschaftsstandorten und beeinflussen dadurch auch die Arbeitswelt in der Schweiz. Diese ist innert weniger Jahre deutlich komplexer geworden und verändert sich fortwährend. Für die Schweizer Wirtschaft hat sich der Ausbildungsstand der Mitarbeiter zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor entwickelt, denn nur mit gut ausgebildeten Fachkräften kann sie den innovatorischen Vorsprung halten und sich zukünftige Standortvorteile sichern.

Die Staat versucht die Wirtschaft zu unterstützen, in dem er die Wichtigkeit von Weiterbildung propagandiert. Zudem ist seit dem 1. Januar 2004 das neue Berufsbildungsgesetz (nBBG) in Kraft. Es umfasst auch den Bereich der beruflichen Weiterbildung. Man erhofft sich durch die neue Regelung, den steigenden Anforderungen der Wirtschaft gerecht zu werden. Das nBBG soll neue Wege der Weiterbildung anbieten und Durchlässigkeiten im Schweizerischen Bildungssystem schaffen.

Die Arbeitnehmer müssen sich heute laufend weiterbilden, um den steigenden Anforderungen auf dem Arbeitsmarkt gerecht zu werden. Lebenslanges Lernen wird dadurch für viele zur Pflicht.

Das macht den Markt der beruflichen Weiterbildung in der Schweiz für die Anbieter von beruflichen Lehrgängen sehr interessant. Es herrscht eine grosse Konkurrenz und eine riesige Angebotsfülle, in der sich auch Fachleute kaum noch zurecht finden. Der Weiterbildungswillige versucht, aus dieser Vielfalt von Angeboten den Lehrgang auszusuchen, welcher am ehesten seine individuellen Bedürfnisse befriedigt.

Die vorliegende Arbeit untersucht, ob die Anbieter von beruflicher Weiterbildung ihr Lehrgangsangebot laufend den aktuellen Kundenbedürfnissen anpassen, und somit eine Individualisierung, ev. sogar eine Mass Customization des Weiterbildungsangebotes in der Schweiz statt findet.

Um aussagekräftige Daten zur Überprüfung der Situation im Bereich der beruflichen Weiterbildung der Schweiz zu erhalten, werden in einem ersten Teil acht Anbieter von beruflicher Weiterbildung mit Hilfe eines speziell ausgearbeiteten Fragebogens interviewt. Es wird in Erfahrung gebracht, nach welchen Kriterien Lehrgänge gestaltet werden, und ob die Anbieter ihr Angebot nach den Bedürfnissen der Kunden und der Wirtschaft ausrichten.

Speziell gefragt wird nach dem Angebot von Blended Learning-Lehrgängen. Blended Learning eröffnet neue Lehr- und Lernformen und ermöglicht dem Kursteilnehmer neue Möglichkeiten der Individualisierung des Unterrichts, wie z.B. persönlich gestaltbare Lernzeit und Ortungebundenheit.

In einem zweiten Teil wird untersucht, welches die aktuellen Kundenbedürfnisse der beruflichen Weiterbildung sind und ob die Individualisierung des Unterrichts dazugezählt werden kann. Für die Seite der Nachfrager werden Lehrgangsteilnehmer mittels eines speziell ausgearbeiteten Fragebogens nach Ihren Wünschen und Erwartungen befragt.

Die Auswertungen der Interviews der Anbietern und der Fragebogen der Nachfrager werden mit einander verglichen und ergeben folgende Erkenntnisse:

Die Nachfrager beruflicher Weiterbildung treffen die Wahl ihres Lehrganges nach einer persönlichen Gewichtung verschiedener Kriterien. Als sehr wichtig bewertet wurde von ihnen die Lage und das Image der Schule sowie das Preis-/Leistungsverhältnis. Die Kunden wünschen sich Lehrgänge, welche auf ihr individuelles Lernverhalten abgestimmt sind. Sie sind Blended Learning gegenüber nicht abgeneigt.

Alle Anbieter versuchen den Kundenbedürfnissen gerecht zu werden und diese zu erfassen. Die Methoden dazu sind jedoch noch nicht ausgereift. Die Individualisierung des Angebotes ist das Ziel aller befragten Anbieter, ausgenommen der Hochschulen. Diese sind davon überzeugt, dass bei ihren Kunden andere Bedürfnisse im Vordergrund stehen, welche berücksichtigt werden müssen. Blended Learning wird von allen Weiterbildungsinstituten als Zukunftstrend bezeichnet, jedoch lehnen sie reines E-Learning ab.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die Individualisierung der beruflichen Weiterbildung ein Kundenbedürfnis darstellt, welches sich aus der

persönlichen Lernweise und dem Bedürfnis nach Erfolg im Beruf zusammensetzt. Die Anbieter versuchen die Wünsche der Kunden zu erfüllen, jedoch verfolgen sie bei der Erreichung dieses Ziels keine klar definierte Marketingstrategie. Insbesondere der Einbezug des Kunden in die Produktgestaltung erfolgt nur mangelhaft. Die Anbieter sollten ihre Bemühungen im Bereich des Beziehungsmarketings verstärken, damit langfristige Kundenbeziehung aufgebaut und gepflegt werden können.

Von eigentlicher Mass Customization im Bereich der beruflichen Weiterbildung kann (noch) nicht gesprochen werden. Eine solche könnte sich aber anbahnen, wenn die neuen Strukturen im Bildungswesen etabliert sind. Vor allem Blended Learning bietet dazu viele neue Möglichkeiten und gilt im Bildungsbereich als Trend mit Zukunft.