

Lünendonk®-Studie 2008

# **Beschaffung externer Weiterbildungsleistungen in großen Unternehmen in Deutschland**

Anforderungen – Auswahl – Entscheidungsprozesse

Kaufbeuren, November 2008

Autoren:

Dr. Heinz Streicher, Principal Lünendonk GmbH

Thomas Lünendonk, Lünendonk GmbH

Auswertungen: Werner Weigelt, Consultant Marktforschung

Keine Gewähr für die Richtigkeit der Unternehmensangaben und Berechnungen  
Herausgeber und Copyright:

LÜNENDONK GmbH • Postfach 1360 • 87573 Kaufbeuren

Tel.: 08341-96636-0 • Fax: 08341-96636-66 • Internet: [www.luenendonk.de](http://www.luenendonk.de)

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis</b> .....	<b>3</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	<b>4</b>
<b>Vorwort</b> .....	<b>8</b>
<b>Methodik der Entscheiderbefragung</b> .....	<b>10</b>
<b>Kapitel 1</b> Anteile der einzelnen Veranstaltungsformen an allen Weiterbildungsveranstaltungen .....	<b>14</b>
<b>Kapitel 2</b> Entscheidungsstrukturen für die berufliche Weiterbildung im Unternehmen .....	<b>24</b>
<b>Kapitel 3</b> Die Auswahl externer Weiterbildungsveranstalter .....	<b>42</b>
<b>Kapitel 4</b> Die Prüfung der Qualität externer Weiterbildungsangebote.....	<b>51</b>
<b>Kapitel 5</b> Überprüfung des Erfolgs von Weiterbildungsmaßnahmen .....	<b>61</b>
<b>Kapitel 6</b> Informationsverhalten bei Weiterbildungsfragen .....	<b>70</b>
<b>Kapitel 7</b> Wichtige Kriterien für die Auswahl externer Weiterbildungs-Veranstalter .....	<b>82</b>
<b>Kapitel 8</b> Einstellung zu externer Unterstützung bei der Weiterbildung .....	<b>91</b>
<b>Fazit</b> .....	<b>103</b>
<b>Anhang</b> .....	<b>106</b>
Studienerweis .....	107
Auf einen Blick .....	108
Rechtliche Hinweise .....	110
Weitere Informationen .....	112

# Abbildungsverzeichnis (1)

<b>Methodik der Entscheiderbefragung</b> .....	<b>10</b>
Funktionen der Gesprächspartner bei den befragten Unternehmen .....	11
Unternehmensgröße der befragten Unternehmen .....	12
Branchen der befragten Unternehmen .....	13
<b>Kapitel 1 Anteile der einzelnen Veranstaltungsformen an allen Weiterbildungsveranstaltungen</b> .....	<b>14</b>
Anteile der Veranstaltungsformen von Weiterbildung in Kundenunternehmen	
Mittelwerte – Alle befragten Unternehmen .....	16
Alle befragten Unternehmen .....	17
Nach Managergruppen .....	19
Nach Unternehmensgrößenklasse .....	20
Nach Branchen .....	21
Mittelwerte – Alle befragten Unternehmen in 2008 und 2007 .....	22
Veranstaltungsformen – Anteile am Umsatz	
Einfache Durchschnitte in Prozent bei Anbieter und Entscheidern .....	23
<b>Kapitel 2 Entscheidungsstrukturen für die berufliche Weiterbildung im Unternehmen</b> .....	<b>24</b>
Entscheidungsstrukturen für die berufliche Weiterbildung im Unternehmen	
Mittelwerte – Alle befragten Unternehmen .....	26
Alle befragten Unternehmen .....	27
Nach Managergruppen – Personalleiter .....	29
Nach Managergruppen – Weiterbildungsleiter .....	30
Nach Managergruppen – IT Manager / CIO .....	31
Nach Unternehmensgrößenklassen – 1.000 bis 4.999 Mitarbeiter .....	32
Nach Unternehmensgrößenklassen – 5.000 bis 9.999 Mitarbeiter .....	33
Nach Unternehmensgrößenklassen – 10.000 und mehr Mitarbeiter .....	34
Nach Branchen – Mittelwerte .....	35

# Abbildungsverzeichnis (2)

Nach Branchen – Personalleiter .....	36
Nach Branchen – Personalvorgesetzter .....	37
Nach Branchen – Fachvorgesetzter .....	38
Nach Branchen – Einkaufsleiter .....	39
Mittelwerte – Alle befragten Unternehmen in 2008 und 2007 .....	40
Mittelwerte – Alle befragten Unternehmen – Entscheider und Anbieter .....	41
<b>Kapitel 3 Die Auswahl externer Weiterbildungsveranstalter .....</b>	<b>42</b>
Auswahlprozess für externe Weiterbildungsveranstalter	
Mittelwerte – Alle befragten Unternehmen.....	44
Alle befragten Unternehmen .....	45
Mittelwerte – Nach Managergruppen .....	47
Mittelwerte – Nach Unternehmensgrößenklassen .....	48
Mittelwerte – Nach Branchen .....	49
Mittelwerte – Alle befragten Unternehmen in 2008 und 2007 .....	50
<b>Kapitel 4 Die Prüfung der Qualität externer Weiterbildungsangebote.....</b>	<b>51</b>
Qualitätsüberprüfung externer Weiterbildungsangebote	
Mittelwerte – Alle befragten Unternehmen.....	54
Alle befragten Unternehmen .....	55
Mittelwerte – Nach Managergruppen .....	57
Mittelwerte – Nach Unternehmensgrößenklassen .....	58
Mittelwerte – Nach Branchen .....	59
Mittelwerte – Alle befragten Unternehmen in 2008 und 2007 .....	60

# Abbildungsverzeichnis (3)

<b>Kapitel 5 Überprüfung des Erfolgs von Weiterbildungsmaßnahmen .....</b>	<b>61</b>
Erfolgsmessung von Weiterbildungsmaßnahmen	
Mittelwerte – Alle befragten Unternehmen .....	63
Alle befragten Unternehmen .....	64
Mittelwerte – Nach Managergruppen .....	66
Mittelwerte – Nach Unternehmensgrößenklassen .....	67
Mittelwerte – Nach Branchen .....	68
Mittelwerte – Alle befragten Unternehmen in 2008 und 2007 .....	69
<b>Kapitel 6 Informationsverhalten bei Weiterbildungsfragen .....</b>	<b>70</b>
Informationsrecherche der Kunden über den Weiterbildungsmarkt	
Mittelwerte – Alle befragten Unternehmen .....	72
Alle befragten Unternehmen .....	73
Mittelwerte – Nach Managergruppen .....	75
Mittelwerte – Nach Unternehmensgrößenklassen .....	76
Mittelwerte – Nach Branchen .....	77
Mittelwerte – Alle befragten Unternehmen in 2008 und 2007 .....	80
Mittelwerte – Alle befragten Unternehmen – Entscheider und Anbieter .....	81
<b>Kapitel 7 Wichtige Kriterien für die Auswahl externer Weiterbildungs-Veranstalter .....</b>	<b>82</b>
Wichtige Kriterien für die Auswahl externer Weiterbildungs-Veranstalter	
Mittelwerte – Alle befragten Unternehmen .....	84
Alle befragten Unternehmen .....	85
Mittelwerte – Nach Managergruppen .....	87
Mittelwerte – Nach Unternehmensgrößenklassen .....	88
Mittelwerte – Nach Branchen .....	89
Mittelwerte – Alle befragten Unternehmen in 2008 und 2007 .....	90

# Abbildungsverzeichnis (4)

<b>Kapitel 8 Einstellung zu externer Unterstützung bei der Weiterbildung .....</b>	<b>91</b>
Beurteilung von externer Unterstützung bei der Weiterbildung	
Mittelwerte – Alle befragten Unternehmen .....	94
Alle befragten Unternehmen .....	95
Mittelwerte – Nach Managergruppen .....	97
Mittelwerte – Nach Unternehmensgrößenklassen .....	98
Mittelwerte – Nach Branchen .....	99
Mittelwerte – Alle befragten Unternehmen in 2008 und 2007 .....	102

# Vorwort (1)

- Die Lünendonk GmbH Kaufbeuren erstellt seit 1998 jährlich eine große Studie über berufliche Weiterbildung in Deutschland. Dazu werden jeweils 70 bis 80 **Anbieter** von Weiterbildungsleistungen über alle Aspekte dieses Dienstleistungsmarktes schriftlich befragt. Die Studie zeigt Strukturen, Entwicklungen und Erwartungen der beruflichen Weiterbildung primär aus der Sicht der Anbieter von Weiterbildungsleistungen.
- Seit 2007 wird die Untersuchung durch eine zweite Befragung ergänzt, die sich an 100 **Entscheider** über die Beschaffung von Weiterbildungsleistungen in großen Unternehmen und staatlichen Institutionen richtet. Ziel der Untersuchung ist es, zu analysieren, welche Bedürfnisse die Unternehmen und Institutionen in Bezug auf Weiterbildungsanbieter haben, nach welchen Kriterien die Auswahl von Weiterbildungsunternehmen erfolgt, und zu beleuchten, welche Erwartungen und Anforderungen die Kunden an die Anbieter auf diesem Markt stellen.
- Die anonyme Befragung wird durch ein von Lünendonk beauftragtes Marktforschungs-Institut durchgeführt.
- Die Ergebnisse dieser Entscheiderbefragung waren zunächst nur als ergänzendes Kapitel in der jährlichen Studie „Status Quo und Perspektiven beruflicher Weiterbildung in Deutschland“ gedacht. Es hat sich nun gezeigt, dass die Wiedergabe der durch detaillierte Analysen dieser Befragung gewonnenen Ergebnisse und Erkenntnisse den Rahmen der bisherigen Weiterbildungsstudie sprengen würden. Lünendonk hat sich deshalb entschlossen, die Ergebnisse der diesjährigen Entscheider-Befragung (2008) als eigenständige Studie zu veröffentlichen.
- Dazu wurden Kreuzauswertungen der Antworten nach befragten Manager-Kategorien, nach Unternehmensgrößenklassen und nach Branche der Befragten durchgeführt. Außerdem finden Vergleiche der Ergebnisse der aktuellen mit der vorjährigen Befragung statt. Schließlich wurden, soweit methodisch vertretbar, auch bei einigen Themen Vergleiche mit Ergebnissen aus der Anbieter-Befragung angestellt.

## Vorwort (2)

- Die Lünendonk GmbH bietet im übrigen nicht nur Marktanalysen, sondern auch darauf aufbauend Beratungsleistungen an. Die Schwerpunkte der Beratungsleistungen der Lünendonk GmbH liegen dabei in der Positionierungsberatung. Mit den Leistungsfeldern Strategic Data Research (SDR), Strategic Roadmap Requirements (SRR) und Strategic Transformation Services (STS) ist die Lünendonk GmbH dabei in der Lage, die Beratungskunden von der Entwicklung der strategischen Fragen über die Gewinnung und Analyse der erforderlichen Informationen bis hin zur Aktivierung der Ergebnisse im operativen Tagesgeschäft zu unterstützen.
- Weitere Informationen zum Leistungsspektrum der Lünendonk GmbH finden sich im Anhang der Studie oder auf der Webseite der Lünendonk GmbH unter [www.luenendonk.de](http://www.luenendonk.de).

Kaufbeuren, November 2008



Thomas Lünendonk



Dr. Heinz Streicher

# Weitere Informationen

## **Lünendonk GmbH - Gesellschaft für Information und Kommunikation**

Jörg Hossenfelder, Geschäftsführer

Marktsektor Weiterbildung: Dr. Heinz Streicher, Principal  
Thomas Lünendonk

Postanschrift: Postfach 1360, D-87573 Kaufbeuren  
Hausanschrift: Ringweg 23, D-87600 Kaufbeuren

Telefon: 08341-966 36-0 – Telefax: 08341-966 36-66

Mail: [info@lunenendnk.de](mailto:info@lunenendnk.de) – Homepage: [www.lunenendnk.de](http://www.lunenendnk.de)