

Vortrag Dr. Herbert Ferger, Hauptgeschäftsführer der Industrie- und Handelskammer zu Köln, im Rahmen des Fortbildungsseminars der Fachhochschule Köln "Weiterbildung: Strategisches Ziel oder Belastung über Gebühr?" am 15. November 2004

Einige kritische Betrachtungen zum Thema „Weiterbildung als integrativer Bestandteil der Hochschule“

Sehr geehrte Damen und Herren,

wie Prof. Dr. Wagner in seinem Vortrag überzeugend dargelegt hat, besteht heute gesellschaftlicher Konsens über die Bedeutung und Notwendigkeit, wissenschaftliche Weiterbildung an den Hochschulen als wichtige Kernaufgabe zu etablieren. Die Wirtschaftsorganisationen haben immer wieder nicht nur die stärkere Berufs- und Praxisorientierung sowie verkürzte Studienzeiten der grundständigen Studiengänge, sondern auch die Entwicklung von Weiterbildungsangeboten gefordert, die dem Transfer des innovativen Wissens in die praktische Anwendung in den Unternehmen dienen. Bei den Unternehmen und ihren Mitarbeitern besteht zweifelsohne ein wachsender Bedarf an wissenschaftlicher Weiterbildung, und die Unternehmen haben ein hohes Interesse daran, mit Hochschulen zu kooperieren, um solche praxisorientierten Angebote zu entwickeln.

Der derzeitige Entwicklungsstand zeigt jedoch, dass die deutschen Hochschulen in der Regel von der Entwicklung systematischer Weiterbildungsstrategien noch weit entfernt sind, auch wenn es einige positive Ansätze gibt, wie nicht zuletzt der vom Stifterverband durchgeführte Wettbewerb gezeigt hat.

In der Tat stehen die Chancen für eine Institutionalisierung und Expansion wissenschaftlicher Weiterbildung zur Zeit besser als je zuvor. Denn gerade in den letzten Jahren wurden die rechtlichen Grundlagen in der Bundes- und Ländergesetzgebung geschaffen, und die Weiterbildung wurde programmatisch im Aufgabenverständnis der Hochschulen verankert. Ferner bietet die anhaltende Studienreformdebatte und die Einführung der konsekutiven Studiengänge sowie die Forderung nach abgestimmten Strategien und Konzepten, die Reform der Erstausbildung mit dem Ausbau der Weiterbildung zu verbinden, große Chancen, die Forderung des lebenslangen Lernens auch im Kontext der Hochschulbildung umzusetzen.

Auch wenn die Wirtschaft und ihre Interessenvertretungen prinzipiell einer systematischen Entwicklung der Hochschulweiterbildung positiv gegenüberstehen, sei es dennoch gestattet, einige kritische Fragen aufzuwerfen und Forderungen aus Sicht der Wirtschaft aufzustellen, die gerade im jetzigen Stadium der Entwicklung konkreter Strategien und Programme angebracht erscheinen. Diese Fragen und Forderungen betreffen die strukturellen und institutionellen Rahmenbedingungen, zum ändern das Selbstverständnis und die programmatische Zielrichtung und Ausgestaltung bereits bestehender und zu entwickelnder Weiterbildungsprogramme an den Hochschulen.

Fraglich ist, ob die Hochschulen tatsächlich in Zeiten einer Höchstauslastung im grundständigen Studium eine solch umfassende Zusatzaufgabe wie die Etablierung einer strategischen und professionellen Weiterbildung realisieren können, ohne die Erstausbildung und die hier anstehenden Reformen zu vernachlässigen. Gerade eine saubere Umsetzung und sinnvolle Verknüpfung der neuen Studiengänge mit der Hochschulweiterbildung birgt die Chance auf eine klarere Berufsorientierung mit flexiblen Strukturen des Lehrens und Lernens und stärkere Durchlässigkeit der Bildungssysteme. Dies und die verkürzte Studiendauer werden hoffentlich zu einem Ansteigen der Studierendenquote beitragen und

Studienabbrüche verringern. Nachhaltig kann sich das Segment Weiterbildung an den Hochschulen aber nur entwickeln, wenn ausreichende Personal- und Finanzressourcen zur Verfügung stehen. Hier ist die Politik gefordert, die rechtlichen Rahmenbedingungen zu schaffen, damit es für die Hochschulen attraktiv wird, Weiterbildungsangebote zu entwickeln und am Markt zu platzieren.

Eine weitere Frage ist, ob es gelingen kann, die klassische starke Forschungs- und Wissenschaftsorientierung an den Hochschulen durch ein erweitertes Bildungsverständnis zu ersetzen, das besonderes Engagement in der Weiterbildung als Leistung anerkennt. Hat also die wissenschaftliche Weiterbildung eine Chance, als profilbildendes Segment in die Aufgabenbereiche der Hochschulen aufgenommen zu werden? Grundlage hierfür wäre, dass sich die Hochschule als gesellschaftliche Dienstleistungseinrichtung begreift, die neben der Wissensproduktion durch Forschung eine wesentliche Aufgabe in der Qualifizierung des Humanpotenzials und dem Wissenstransfer durch Weiterbildung sieht. Zu befürchten ist allerdings, dass der wachsende Wettbewerb unter den Hochschulen einseitig über Leistungen in Forschung und Wissenschaft ausgetragen wird und die Entwicklungschancen der Weiterbildung gebremst werden.

Mit mangelnder Dienstleistungsorientierung lässt sich jedoch kein nachfrageorientiertes Angebot entwickeln, das von den Unternehmen und deren Mitarbeitern aber ebenso gefordert wird wie eine kundenorientierte Infrastruktur und professionelles Management der Hochschulweiterbildung. Hierzu gehören neben einem Leitbild und Zielgruppendefinition ein professioneller Businessplan, realistische Kostenkalkulationen, strategisches Marketing und Qualitätssicherung. An den Hochschulen müssen kundenorientierte Servicestellen geschaffen werden. Auch muss natürlich klar sein, wie eigentlich die Weiterbildungsangebote einzelner Hochschullehrer - sozusagen auf eigene Rechnung - zu denen der Gesamteinstitution stehen. Zum jetzigen Zeitpunkt hindern häufig mangelnde Transparenz über potenzielle Leistungen und vorhandene Angebote den Kontakt zwischen Unternehmen und Hochschulen. Dringend notwendig wäre aber die Entwicklung dauerhafter Kooperationsstrukturen zwischen Wissenschaft und Unternehmen zum Abgleich von Bedarf bzw. Nachfrage und Angebot. Die Entwicklung bedarfs- und zielgruppenorientierter Angebote für die Wirtschaft verlangt von den Hochschulen ein hohes Maß an Flexibilität. Eine intensive Kommunikation zwischen Abnehmer und Anbieter gehört zu einer systematischen Qualitätssicherung. Zentrales Qualitätskriterium für wissenschaftliche Weiterbildung sollte sein, ob ein Weiterbildungsangebot tatsächlich dazu beiträgt, aktuelle Innovations- oder Transferprobleme der Weiterbildungspartner zu lösen und deren Problemlösungskompetenz zu erhöhen.

In vielen Fällen werden die Hochschulen dieser Forderung nicht gerecht, und wir finden heute überwiegend angebotsorientierte Produkte in der Hochschulweiterbildung. Unter dem Etikett wissenschaftlicher Weiterbildung läuft zudem an den Hochschulen manches, was zwar marktgängig ist, aber mit Wissenschafts- und Forschungsbezug nur wenig zu tun hat. Die Hochschulen sollten ihre Weiterbildungsangebote aber nicht in Bereiche ausdehnen, die von privaten nicht akademischen Bildungsträgern ebenso angeboten werden können und bisher erfolgreich durchgeführt werden. Vielmehr sollten sie ihrem besonderen Profil entsprechend die vorhandenen Forschungspotenziale für die wissenschaftliche Weiterbildung zu Vermittlung und Transfer in die Wirtschaft nutzen. Im stark umkämpften Weiterbildungsmarkt werden sich zudem die Hochschulen nur dann auf Dauer profilieren können, wenn sie sich auf ihre Stärken konzentrieren. Wissenschaftliche Weiterbildung darf den Weiterbildungsmarkt nicht verzerren, sondern sie soll ihn bereichern. Daher müssen die Hochschulen ihre Angebote unter Wettbewerbsbedingungen auf dem Markt bringen, um die Pluralität der Anbieter auf dem Markt zu erhalten. Unrealistische Kostenkalkulationen, die haushaltsfinanzierte Ressourcen außer

Acht lassen und den Aufwand für professionelles Management, Qualitätsentwicklung und notwendige Infrastruktur maßlos unterschätzen, schaden darüber hinaus der nachhaltigen Etablierung eines neuen Geschäftsfeldes, und solche Angebote sind zudem schnell wettbewerbsverzerrend, weil sie steuerfinanzierte Ressourcen auf Wettbewerbsmärkten einsetzen; denn die Weiterbildung ist heute ein Markt - und ein hart umkämpfter dazu.

Wir wünschen uns, dass die Hochschulen wesentlich stärker als bisher insbesondere die Bedarfe der regionalen Wirtschaft berücksichtigen und hierzu eng mit Unternehmen, Verbänden und Kammern kooperieren. In die Kooperationen können auch andere regionale Weiterbildungsprofis, beispielsweise als Co-Anbieter, einbezogen werden. Wir wissen – gestützt durch die Ergebnisse der im letzten Jahr von der IHK Köln durchgeführten Unternehmensumfrage zum Weiterbildungsbedarf auf Hochschulniveau -, dass gerade bei den mittelständischen Unternehmen in unserer Region ein hoher Bedarf an wissenschaftlicher Weiterbildung besteht. Diese Unternehmen brauchen nicht nur passgenaue Weiterbildung auf hohem Niveau, insbesondere benötigen sie vielfach auch eine umfassendere Dienstleistung, die Beratung in Organisations- und Personalentwicklungsfragen sowie die Entwicklung von Problemlösungsstrategien einschließt. Die Unternehmen erwarten individuelle Weiterbildungsangebote mit klar definierten Lernzielen, Erfolgskontrollen, moderne und flexible Lehr- und Lernmethoden und -zeiten sowie aufeinander abgestimmte Module, die auch den Erwerb eines akademischen Grades ermöglichen.

Von hoher Bedeutung sind auch offenere Formen des Hochschulzugangs, die über eine individuelle Anerkennung beruflicher Qualifikationen und Leistungen auch Berufserfahrenen ohne schulische Hochschulzugangsberechtigung den Zugang zu Studienangeboten der Hochschulen sowie eine Anrechnung beruflicher Qualifikationen auf ein Studium ermöglichen. Dies würde zu einer höheren Durchlässigkeit und Optimierung der beiden Bildungssysteme sowie zu einer effizienten Umsetzung lebensbegleitenden Lernens beitragen.

Einiges ist auf diesem Gebiet zweifellos in die richtige Richtung in Gang gekommen:

An den Kölner Hochschulen wurde bereits vor einigen Jahren zu einer systematischen Entwicklung des Segments Weiterbildung das Zentrum für wissenschaftliche Weiterbildung der Fachhochschule Köln e. V. sowie das CCE Center for Continuous Education GmbH der Universität Köln gegründet. Hier existieren zum Teil bereits intensive, über punktuelle Kontakte hinausgehende Kooperationen mit Unternehmen einzelner Branchen, der IHK Köln und regionalen Weiterbildungsträgern sowie hieraus resultierende bedarfs- und nachfragebezogene Weiterbildungsveranstaltungen. Weitere Marktstudien werden derzeit durchgeführt, und die bereits vorliegenden Ergebnisse zeigen Interesse von Unternehmen an berufsbegleitender Hochschulweiterbildung in räumlicher Nähe, an der gemeinsamen Durchführung von Pilotprojekten, kontinuierlicher Zusammenarbeit und sogar an einer Kooperation zur Etablierung einer regionalen Business School. Jedoch gibt es auch skeptische Reaktionen, ob Hochschulangebote tatsächlich einen prinzipiellen Mehrwert gegenüber Angeboten etablierter Weiterbildungsanbieter haben. Hier zeigt sich, dass die Hochschulen verschärft an der Profilierung ihrer Angebote arbeiten müssen. Für dringend notwendig halten wir ein höheres Maß an Transparenz über die vorhandenen Angebote, die Schaffung kundenorientierter Strukturen und ein systematisches Marketing. Es kann beispielsweise nicht sein, dass der Begriff "Weiterbildung" in der Navigationsleiste des Internetauftritts einer Hochschule nicht vorhanden ist und die tatsächlich vorhandenen Angebote nur auf Umwegen recherchierbar sind. Eine weitere rasche Professionalisierung der Weiterbildung wird offenbar auch hier durch mangelnde Personal- und Finanzressourcen sowie die noch nicht in ausreichendem Maß gelungene Einbindung aller Fachbereiche gebremst.

Ich hoffe, meine Damen und Herren, ich bin mit diesen Ausführungen der Rolle eines kritischen Impulsreferats gerecht geworden. Lassen Sie mich aber zum Schluss eines unterstreichen: Gerade wir als Institution der regionalen Wirtschaft sind und bleiben natürlich unter dem Aspekt Standortfaktor an einem möglichst vielfältigen, kundennahen Weiterbildungsangebot auf Hochschulniveau äußerst interessiert.