

**Einsatzmöglichkeiten des Fernstudiums  
in der betrieblichen Bildungsarbeit**

**Dr. Norbert Kailer**

**Mag. Peter Ballnik**

**Forschungsbericht 66**



***Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft***

# **INSTITUT FÜR BILDUNGSFORSCHUNG DER WIRTSCHAFT**

---

## **EINSATZMÖGLICHKEITEN DES FERNSTUDIUMS IN DER BETRIEBLICHEN BILDUNGSARBEIT**

**Hemmende und fördernde Faktoren der Kooperation  
von Unternehmen und der Fernuniversität Hagen**

**Studie im Auftrag des  
Bundesministeriums für Wissenschaft und Forschung**

**Projektleitung: Dr. Norbert Kailer**

**Bearbeitung: Mag. Peter Ballnik  
Dr. Norbert Kailer**

**EDV-Auswertung: Monika Blach**

**Wien, Juli 1989**

**2. unveränderte Auflage 1990**

**ISBN 3-900 671-26-5**

**Medieninhaber und Herausgeber: ibw-Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft,  
1010 Wien, Judenplatz 3-4, Tel. (0222) 535 17 52-0.  
Hersteller: Offset-Schnelldruck Anton Riegltechnik, 1080 Wien, Piaristengasse 19.**

## INHALTSVERZEICHNIS

|          |                                                                                                                       |    |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1.       | Problemstellung und Aufbau des Berichtes                                                                              | 1  |
| 2.       | Eingesetzte Erhebungsmethoden                                                                                         | 3  |
| 3.       | Ergebnisse der Unternehmensbefragung                                                                                  | 6  |
| 3.1.     | Erhebungsschwerpunkte                                                                                                 | 6  |
| 3.2.     | Kooperation von Unternehmen mit Fernuniversitäten bzw. Integration der Fernstudien in die betriebliche Bildungsarbeit | 8  |
| 3.3.     | Hauptthema: Informationsdefizit                                                                                       | 9  |
| 3.3.1.   | Ursachen des Informationsdefizites                                                                                    | 9  |
| 3.3.2.   | Kritik an der Qualität der Informationen                                                                              | 9  |
| 3.3.3.   | Gestaltungsvorschläge der Interviewten zur Verringerung des Informationsdefizites                                     | 10 |
| 3.4.     | Hemmende und fördernde Faktoren bezüglich einer Kooperation von Unternehmen und Fernuniversität/Studienzentren        | 11 |
| 3.4.1.   | Hemmende Faktoren                                                                                                     | 12 |
| 3.4.1.1. | Inhalte sind nicht firmenspezifisch                                                                                   | 12 |
| 3.4.1.2. | Inhalte sind nicht produktspezifisch                                                                                  | 12 |
| 3.4.1.3. | Kritik am "Fernlernen" überhaupt                                                                                      | 14 |
| 3.4.1.4. | Weitere Hemmnisse                                                                                                     | 15 |
| 3.4.2.   | Fördernde Faktoren                                                                                                    | 16 |
| 3.5.     | Zum Einsatz von Selbstlernmaterialien im Unternehmen                                                                  | 17 |
| 3.6.     | Mögliche Inhalte für Fernstudien                                                                                      | 20 |
| 3.7.     | Das "Bild vom Fernstudenten" aus der Sicht der Unternehmen                                                            | 20 |
| 3.8.     | Förderung von Studierenden durch die Unternehmen                                                                      | 22 |
| 3.9.     | Zur Stichprobe                                                                                                        | 22 |
| 3.10.    | Zwischenzusammenfassung                                                                                               | 23 |
| 4.       | Ergebnisse des Workshops mit Fernstudierenden                                                                         | 27 |

|       |                                                                                          |    |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 5.    | Ergebnisse des Unternehmens-Workshops                                                    | 35 |
| 5.1.  | Hauptproblem: Informationsdefizit<br>über Fernstudium                                    | 35 |
| 5.2.  | Vorteile von Fernstudien                                                                 | 36 |
| 5.3.  | Probleme und offene Fragen in Zusammenhang mit<br>Fernstudien                            | 36 |
| 5.4.  | Bedarfsorientiertes Bildungsmarketing ist<br>notwendig                                   | 36 |
| 5.5.  | Bedarfserhebung für Mitarbeiter, die ein vol-<br>les FU-Studium absolvieren              | 37 |
| 5.6.  | Gibt es einen "Fernstudenten-Bonus"?                                                     | 38 |
| 5.7.  | Bedarfserhebung für Mitarbeiter als "FU-Gast-<br>hörer"                                  | 39 |
| 5.8.  | Maßnahmen zur Verbesserung der Kommunikation<br>zwischen Fernuniversität und Unternehmen | 41 |
| 5.9.  | Zwischenzusammenfassung                                                                  | 43 |
| 6.    | Ergebnisse der schriftlichen Unternehmensbe-<br>fragung                                  | 46 |
| 6.1.  | Zielgruppe und Rücklauf                                                                  | 46 |
| 6.2.  | Grenzen der Aussagekraft der Daten                                                       | 49 |
| 6.3.  | Anteil der weitergebildeten Mitarbeiter                                                  | 50 |
| 6.4.  | "Nähe zu Weiterbildungsinstituten"                                                       | 51 |
| 6.5.  | Kenntnis von Anbietern von Fernstudien                                                   | 52 |
| 6.6.  | Einstellung zu Fernstudien                                                               | 53 |
| 6.7.  | Interesse der Unternehmen am Einsatz von Fern-<br>studienlehrgängen im Unternehmen       | 60 |
| 6.8.  | Bevorzugte Kooperationsformen zwischen Fern-<br>studienanbietern und Unternehmen         | 62 |
| 6.9.  | Dauer von Fernstudienlehrgängen                                                          | 63 |
| 6.10. | Von Unternehmen gewünschte Inhalte von Fern-<br>studienlehrgängen                        | 63 |
| 6.11. | Probleme durch die Art der Studienorganisation                                           | 66 |
| 6.12. | Erfahrungen mit dem Einsatz von Fernstudien-<br>lehrgängen im Unternehmen                | 67 |
| 6.13. | Zwischenzusammenfassung                                                                  | 67 |

|       |                                                                                                                                       |     |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 7.    | Fernunterricht in der Bundesrepublik Deutschland                                                                                      | 71  |
| 8.    | Einige Entwicklungstendenzen im Fernunterricht                                                                                        | 84  |
| 9.    | Zusammenfassende Betrachtung: Folgerungen für das Bildungsmarketing der Studienzentren                                                | 88  |
| 9.1.  | Ausgangslage                                                                                                                          | 88  |
| 9.2.  | Erstes Problem: Informationsdefizit der Unternehmen                                                                                   | 89  |
| 9.3.  | Erster Erfolg: Abbau des Informationsdefizites führt zu erstem Interesse:                                                             | 91  |
| 9.4.  | Zweites Problem: Nach der Weckung des Interesses und der Bildungsbedarfserhebung muß ein entsprechendes Angebot bereitgestellt werden | 92  |
| 9.5.  | Zweiter Erfolg: Ein "FU-typisches" Programmangebot wird entwickelt                                                                    | 93  |
| 9.6.  | Drittes Problem: Der Teufel steckt im Detail! Manche Probleme tauchen erst im "Tagesgeschäft" auf                                     | 96  |
| 9.7.  | Viertes Problem: Steigende Nachfrage und steigendes Anspruchsniveau erfordern einen kapazitativen Ausbau der Studienzentren           | 98  |
| 9.8.  | Aktionsplan: Aus (vermeintlichen) Schwächen Stärken machen                                                                            | 99  |
| 10.   | Zusammenfassung                                                                                                                       | 101 |
| 11.   | Summary                                                                                                                               | 109 |
| 12.   | Literatur                                                                                                                             | 117 |
| 13.   | Anhang                                                                                                                                | 121 |
| 13.1. | Fragebogen                                                                                                                            | 121 |
| 13.2. | Tabellen                                                                                                                              | 127 |
| 13.3. | Fragenkatalog: Prüf- und Auswahlkriterien für Fernstudienangebote aus der Sicht der Unternehmen                                       | 131 |
|       | Zu den Autoren                                                                                                                        | 135 |

## 1. PROBLEMSTELLUNG UND AUFBAU DES BERICHTES

1988 wurde das ibw - Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft - vom Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung mit der Durchführung des Projektes "Einsatzmöglichkeiten des Fernstudiums im Rahmen der betrieblichen Bildungsarbeit" beauftragt.

Ziel des Forschungsprojektes war es, eine Piloterhebung durchzuführen, inwieweit und in welcher Form aus der Sicht der Unternehmen Fernstudien im Rahmen der betrieblichen Weiterbildung eingesetzt werden könnten und welche hemmenden und fördernden Faktoren bezüglich einer Kooperation von Unternehmen und den Studienzentren der Fernuniversität in Österreich gesehen werden. Die Informationen aus der vorliegenden Erhebung bilden damit eine Basis für weiterführende Überlegungen zur Erhöhung insbesondere des Anteils an Gasthörern und zur Entwicklung neuer Kooperationsformen mit Weiterbildungsabteilungen von Unternehmen.

### Zum Aufbau des Berichtes

Kapitel 1 führt in die Problemstellung und Fragenkreise der Erhebung ein. In Kapitel 2 werden die in den einzelnen Projektphasen eingesetzten Erhebungsmethoden skizziert. Danach folgen die Ergebnisse der einzelnen Teilprojekte: Kapitel 3 beschreibt Ablauf und Ergebnisse der Unternehmensinterviews, Kapitel 4 des Workshops mit Fernstudenten und -innen, Kapitel 5 des Workshops mit Personal- und Weiterbildungsverantwortlichen von Unternehmen, Kapitel 6 der schriftlichen Unternehmensbefragung. Jedes dieser Kapitel enthält auch eine Zwischenzusammenfassung. Kapitel 7 gibt eine Übersicht über Forschungsergebnisse über den Einsatz von Fernunterricht in der Bundesrepublik Deutschland, Kapitel 8 über einige Entwicklungstendenzen im Fernunterricht. Im Kapitel 9 erfolgt aufgrund der Informationen aus den Teilerhebungen eine zusammenfassende Betrachtung in Form der Ableitung von Empfehlungen für die strategische Programm-

planung und das Bildungsmarketing der Studienzentren. Kapitel 10 faßt die einzelnen Untersuchungsergebnisse kurz zusammen. Daran schließen sich eine Aufstellung der eingearbeiteten Literatur, einige ausgewählte Statistiken zum Fernunterricht sowie ein Katalog von Auswahlkriterien für Fernstudienangebote aus der Sicht der Unternehmen.

#### **Fragenkreise der Erhebung:**

Im Zuge des Projektes wurden Informationen zu folgenden Fragestellungen erhoben:

1. Wie verbreitet ist in Österreich die direkte Kooperation zwischen Unternehmen und den Studienzentren der Fernuniversitäten?
2. Werden Fernstudium und -unterricht in der betrieblichen Bildungsarbeit eingesetzt?
3. Welche Bedeutung kommt Selbstlernmaterialien und -paketen in der betrieblichen Weiterbildung zu?
4. Welche Faktoren hemmen bzw. fördern die Kooperation der österreichischen Betriebe mit den Studienzentren der Fernuniversität Hagen?
5. Welche hemmenden und fördernden Faktoren sehen Fernstudenten bzgl. der Anwendung des Gelernten bzw. welche organisatorischen Formen des Fernstudiums (in Kooperation mit betrieblichen Weiterbildungsabteilungen) können sie sich vorstellen?
6. In welcher Weise können sich österreichische Betriebe eine Kooperation mit der Fernuniversität Hagen bzw. den Studienzentren vorstellen?



## 2. EINGESETZTE ERHEBUNGSMETHODEN:

Bei jeder Methodenüberlegung muß man sich darüber im klaren sein, daß jede Methode letztlich nur einen mehr oder weniger guten Kompromiß zwischen Erkenntnisanspruch und -möglichkeit darstellt. Welche Methode sich im einzelnen als "guter Kompromiß" herausstellt, hängt weniger vom Themenbereich als vielmehr von den spezifischen Erkenntnisansprüchen ab und oft auch von der Zielgruppe, an die sich die Erhebung richtet (vgl. POHLMANN 1982, S.29).

Da es zur Frage der Zusammenarbeit zwischen Studienzentren und Unternehmen in Österreich noch keine einschlägige Erhebung gibt, auf die aufgebaut werden könnte, wurde versucht, die einzelnen Fragen durch eine Kombination verschiedener Erhebungsmethoden zu beantworten (siehe Abb. 1).

### Phase 1:

Für die Fragen 1 bis 4 der Problemstellung (s.o.) wurde als Methode das qualitative Interview gewählt. Darunter versteht man "alle Formen der mündlichen Befragung, die mit nicht-standardisierten Fragen und einem geringen Maß an Strukturierung der Fragenanordnung vorgehen ..." (FRIEDRICHS 1980, S. 224).

Diese relativ offene Form der Gesprächsführung (anhand eines Kataloges von Leitfragen für den Interviewer) wurde gewählt, um einfach einmal zu "schauen", ob und wie Unternehmen mit den Studienzentren kooperieren, was überhaupt an Informationen und (Vor)-Urteilen über Fernstudien, -unterricht und die Fernuniversität in den Unternehmen vorhanden ist bzw. ob ähnliche Entwicklungen (z.B. Einsatz von Selbstlernmaterialien) in Unternehmen bereits vorhanden sind.

In dieser ersten Phase wurden 25 Personalchefs und Leiter der Aus- und Weiterbildung österreichischer Unternehmen interviewt. Als Interviewpartner wurden Großunternehmen bestimmter Branchen ausgewählt: In Erhebungen in der Bundes-

republik Deutschland (z.B. KAMMERER 1987, EHMANN 1988, KAMMERER/STOCKDREHER 1988) zeigte sich eine Konzentration des Einsatzes von Fernstudien auf große Betriebe der Branchen Industrie und Dienstleistungen (insb. Banken und Versicherungen); außerdem ist gerade in größeren Unternehmen die Palette der Weiterbildungsformen am breitesten (vgl. KAILER 1988a), wodurch auch eine größere Wahrscheinlichkeit besteht, etwas über einschlägige Anwendungserfahrungen zu erfahren.

## **Phase 2:**

Zur Beantwortung der Frage 5 bezüglich der Situation und Transferschwierigkeiten der arbeitenden Fernstudenten wurde ein Workshop mit Fernstudenten am Studienzentrum Wien abgehalten.

Die Form eines Workshops wurde gewählt, weil es sich dabei um eine Arbeitsform handelt, in die die Teilnehmer konkrete Fragestellungen aus ihrer Praxis und konkretes Datenmaterial mit einbringen, sodaß die Identifikation mit den gemeinsam erarbeiteten Problemen und Ergebnissen gefördert wird.

## **Phase 3:**

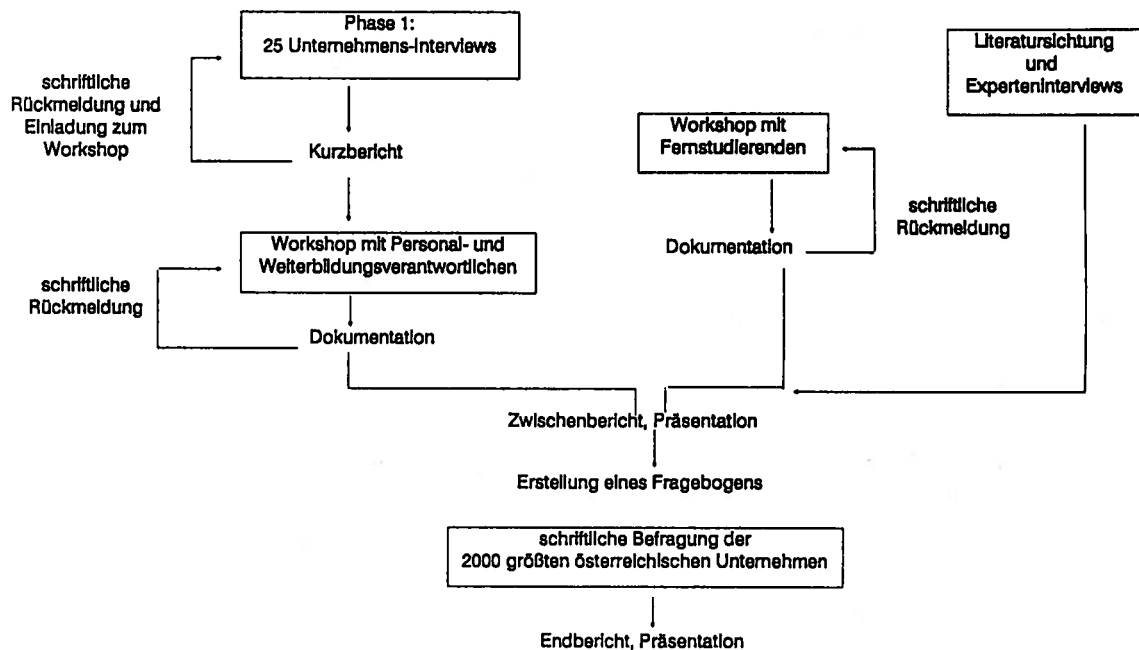
Insbesondere zur Beantwortung der Frage 6 bezüglich möglicher Kooperationsformen zwischen Unternehmen und der Fernuniversität wurde mit Vertretern von Unternehmen (Personalentwicklern, Aus- und Weiterbildungsverantwortlichen) ein Workshop am ibw abgehalten.

Parallel zu diesen Projektsschritten wurden ergänzend einschlägige Literatur, Statistiken und Forschungsergebnisse aus dem Ausland (insbesondere der Bundesrepublik Deutschland und Großbritannien) gesichtet und eine Reihe von Gesprächen mit in- und ausländischen Fachleuten geführt.

#### Phase 4:

Als abschließender Teil wurden die 2000 größten Unternehmen Österreichs schriftlich befragt, um einen Anhaltspunkt über das Ausmaß der Verbreitung von Fernstudium und -unterricht im Rahmen der betrieblichen Bildungsarbeit zu gewinnen. Weitere Fragen, wie z.B. bzgl. der Einstellung zu Fernstudium oder zu Themenschwerpunkten sollten Informationen für ein gezieltes Bildungsmarketing der Studienzentren bringen.

Abb. 1: Projektsablaufplan



### 3. ERGEBNISSE DER UNTERNEHMENSBEFRAGUNG

In diesem Untersuchungsteil wurden 25 Unternehmen durch einen Mitarbeiter des ibw-Projektteams befragt, um detaillierte Informationen über die Einstellung zu bzw. den Einsatz von Fernstudienprogrammen zu erhalten.

Aufgrund von Experteninterviews sowie aus schriftlichen Unternehmensbefragungen in der BRD (z.B. KAMMERER/STOCK-DREHER 1988) sowie in Österreich (KAILER 1988a) ließ sich ableiten, daß der Einsatz von Fernstudienprogrammen und -materialien sich vor allem auf größere, weiterbildungsin-  
tensive Unternehmen bestimmter Branchen (Industrie, Dienstleistungen, Banken, Versicherungen) konzentriert.

Um aufgrund dieses Sachverhaltes in der vorliegenden Interviewserie aussagekräftige Informationen zu erhalten, konzentrierte sich die Erhebung auf Unternehmen dieser Branchen mit mehr als 300 Mitarbeitern im Raum Wien, Graz und Salzburg .

In die Stichprobe aufgenommen wurden gezielt auch Unternehmen, von denen Mitarbeiter am Studienzentrum Wien studieren.

Die Interviewpartner waren Leiter der Weiterbildung bzw. Personalchefs der betreffenden Firmen.

Bei der Befragung selbst gab es - trotz ungünstiger terminlicher Lage der Untersuchung (kurz vor Weihnachten) - keine Schwierigkeiten mit der Terminvereinbarung, was auch auf Interesse seitens der Befragten am Thema schließen läßt.

Die Interviews wurden direkt in den Unternehmen im Zeitraum November 1988 bis Jänner 1989 durchgeführt. Sie dauerten durchschnittlich 1 Stunde (von 30 Minuten bis 2 Stunden).

### 3.1. Erhebungsschwerpunkte:

Aufgrund einiger Pilotinterviews in Unternehmen, von Expertengesprächen und einer Durchsicht der einschlägigen Literatur wurde ein grober Interviewleitfaden entwickelt.

Zu folgenden Erhebungsschwerpunkten sollte die Sichtweise der Unternehmen erhoben werden:

- \* Problemkreis: EINBAU DES FERNSTUDIUMS IN DAS BETRIEBLICHE BILDUNGSKONZEPT
  - Ausmaß der Integration von Fernstudium in das betriebliche Bildungskonzept
  - Einbau von einzelnen Fernstudienbausteinen in die Bildungsarbeit bzw. vorstellbare Formen der Integration
  - Art und Ausmaß der Förderung der Teilnahme an Fernstudien
  - Laufbahnmöglichkeiten für Absolventen von Fernstudien im Unternehmen
- \* Problemkreis: INFORMATIONSLÜCKEN DER UNTERNEHMEN
  - der Informationsstand über die Fernuniversität
  - Image von Fernstudien und Fernuniversität
  - wesentlichste Informationslücken
- \* Problemkreis: MOTIVE, EINSTELLUNGEN, ZIELE
  - Bild vom Fernstudenten
  - Unterschiede in der Einschätzung von Fernstudenten und "normalen" Studenten
- \* Problemkreis: RESTRIKTIONEN
  - Mögliche Restriktionen und hemmende Faktoren bei einer Kooperation

\* Problemkreis: STUDIENINHALTE

- Inhalte und Bedarfe aus Sicht der Unternehmen
- Globale Einschätzung des Angebotes
- Einstellung bezüglich Aktualität, Anwendbarkeit in Österreich, Übertragbarkeit auf Kleinbetriebe

3.2. Kooperation von Unternehmen mit Fernuniversitäten bzw. Integration der Fernstudien in die betriebliche Bildungsarbeit

Die Frage "Gibt es eine Kooperation Ihres Betriebes mit einer Fernuniversität bzw. sind Teile von Fernstudien als Bausteine in Ihre betriebliche Bildungsarbeit integriert?" wurde in allen Fällen verneint.

Allerdings konnten in den Interviews drei Reaktionen unterschieden werden:

- \* "Nein", und dann ein interessiertes, "ach ja das gibts"? (15 Nennungen)  
Obwohl über Fernstudium keine Kenntnisse vorlagen, schien man doch interessiert zu sein.
- \* "Nein, und das brauchen wir auch nicht." (4 Nennungen)  
Auch hier kannten die Befragten die Fernuniversität nicht, schlossen aber Fernstudium als Lernform für ihren Betrieb von vornherein aus.
- \* "Nein, setzen wir nicht ein, aber gehört habe ich schon davon." (6 Nennungen)  
Allerdings wußten bei detaillierterer Befragung nur zwei der Interviewten konkret Bescheid. Sie hatten sich schon einmal die Unterlagen schicken lassen und mit dem Gedanken gespielt, dort zu inskribieren, hatten es dann aber doch nicht gemacht.

### 3.3. Haupthemmnis: Informationsdefizit

Bereits daraus zeigt sich, daß das erste Haupthindernis bezüglich der Integration von Fernstudien in die betriebliche Bildungsarbeit im Informationsdefizit der Unternehmen über Lernen im Fernstudium im allgemeinen und über das konkrete Fernstudienangebot besteht.

Mangelnde Information über Fernstudien wurde auch in Untersuchungen in der Bundesrepublik Deutschland als Haupthindernis festgestellt (KAMMERER/STOCKDREHER 1988).

#### 3.3.1. Ursachen des Informationsdefizits:

Hauptgründe für das Informationsdefizit sind:

- \* das bisherige, bekannte und vertraute Angebot an Direktunterricht (firmeninterne und externe Kurse, Lehrgänge und Seminare) wird als ausreichend erachtet
- \* wegen der beschränkten Personalkapazität der Weiterbildungsabteilungen wird eine aktive Informationssuche nicht durchgeführt
- \* die Bildungsverantwortlichen im Unternehmen (Weiterbildungsleiter, Personalleiter, ev. Unternehmensleiter selbst) sind an eine aktive Information durch die Weiterbildungsanbieter gewöhnt ("Informationsdefizit durch Überinformation?" - vgl. KAILER 1988b):

"Warum soll ich mich bemühen, von den anderen Institutionen flattern mir die Angebote täglich auf den Tisch."

"Schauen Sie, das andere kommt mir ins Haus, dort muß ich aktiv suchen."

#### 3.3.2. Kritik an der Qualität der Informationen

Von den Befragten, die die FU-Hagen kannten und sich Unterlagen hatten schicken lassen, wurde Kritik an der Gestaltung der Unterlagen geübt (Anm.: Die Kontakte lagen allerdings

schon einige Zeit zurück):

"Viel zu kompliziert"  
"Da habe ich nicht einmal gewußt, wie man inskribiert"  
"Da wird man ja erschlagen vor lauter Information"  
"Motivierend ist das sicher nicht"  
"Da gibt es so viele Veranstaltungen, da weiß man nicht, welche man nehmen soll"  
"Ich kann mir unter dem Titel der Veranstaltungen nicht vorstellen, was da gelehrt wird"

Die Informationen schienen so auf Einzelstudierende abgestimmt, die Möglichkeit der direkten Kooperation mit Unternehmen in den Materialien nicht erwähnt zu sein, sodaß dies von den Weiterbildungsverantwortlichen gar nicht in Betracht gezogen wurde:

"An eine Integration der Fernuniversität in die betriebliche Bildungsarbeit habe ich, obwohl ich da die Unterlagen gesehen habe, gar nicht gedacht."

### **3.3.3. Gestaltungsvorschläge der Interviewten zur Verringerung des Informationsdefizits über die Fernuniversität:**

10 der 25 Interviewten gaben von sich aus Anregungen, wie dieses Informationsdefizit behoben werden könnte:

- o Informationsveranstaltungen: Fernuniversität/Studienzentrum präsentiert sich und das Angebot
- o Teilnahme der Fernuniversität an Messen, Kongressen usw.
- o Werbung in Medien
- o Kontaktmann der Fernuniversität ("Bildungsberater") geht in Firmen
- o Zusenden von Informationsmaterial der Fernuniversitäten, usw. direkt bezogen auf betriebliche Bildungsarbeit

Besonders betont wurden in diesem Zusammenhang von den Interviewten:

- \* die Notwendigkeit eines aktiven Bildungsmarketing durch die Fernuniversität, nicht nur einer reinen Bereitstellung von Materialien auf Abruf



- \* die Wichtigkeit persönlicher Kontaktnahme (wie es die Unternehmen von anderen Weiterbildungsanbietern gewohnt sind)
- \* Die Notwendigkeit, nicht nur das Studienangebot allgemein darzustellen, sondern die Informationsmaterialien direkt auf die Einsetzbarkeit von Fernstudienpaketen in der betrieblichen Bildungsarbeit hin auszurichten ("wenige Seiten, Präsentation ausgewählter betriebsrelevanter Kurse")

Als konkrete Gestaltungsvorschläge für schriftliche Informationsmaterialien wurden genannt:

- \* Entwicklung von speziellen Informationsmaterialien für Weiterbildungsverantwortliche von Betrieben
- \* Beschränkung der Informationen auf eine überschaubare Anzahl von Kursangeboten, ausgewählt nach den Kriterien der betrieblichen Relevanz (z.B. "Beschreibung von 5 Kursen auf 2 Seiten")
- \* einfachere Darstellung der formalen Wege (z.B. inskribieren)

#### 3.4. Hemmende und fördernde Faktoren bezüglich einer Kooperation von Unternehmen und Fernuniversität/Studienzentren

Nach der Frage zum Einsatz von Fernstudienlehrgängen in der betrieblichen Bildungsarbeit wurden die Interviewten gebeten, ihre betriebliche Bildungsarbeit zu beschreiben, um herauszufinden, in welchen Bereichen die Lernpakete von Fernuniversitäten als Bausteine integrierbar wären, bzw. wo bereits ähnliche Materialien (z.B. reine Selbstlernunterlagen) verwendet werden.

Aus diesen Beschreibungen der Interviewten konnten folgende hemmende und fördernde Faktoren bezüglich einer Kooperation abgeleitet werden:

### 3.4.1. Hemmende Faktoren

Praktisch alle Interviewten nannten drei hemmende Faktoren:

- \* nicht firmenspezifische Inhalte
- \* nicht produktspezifische Inhalte
- \* Kritik an der Art des Fernlernens ("Lernen vom Papier")

Diese Kritikpunkte werden im folgenden näher ausgeführt:

#### 3.4.1.1. Inhalte sind nicht firmenspezifisch

Die Interviewten nehmen an, daß die Lernunterlagen der Fernuniversität Hagen bzw. externer Fernstudienanbieter nicht auf die besonderen betrieblichen Umstände des Unternehmens eingehen (können):

"Wir sind so ein spezieller Betrieb, wir haben zum Beispiel mit der TU Graz ein Postgraduate für unsere Chemiker entworfen, diese Dinge bietet eine FU nicht an."

"Bei uns gibt es Dienstprüfungen, wir brauchen keine Fernstudien"

#### 3.4.1.2. Inhalte sind nicht produktspezifisch

Eine Reihe von Interviewten (high-tech-Bereich, Computer, KFZ, Banken und Versicherungen) verwies darauf, daß Fernuniversitäten keine auf ihre Produkte abgestimmte Lernpakete entwickeln könnten. Dies wurde vor allem im Zusammenhang mit einem wesentlichen Bereich der betrieblichen Weiterbildung, der Verkaufsschulung (im Sinne der Vermittlung von Wissen über die Produkte des Unternehmens, bzw. auch von Konkurrenten) gesehen. Insbesondere wurde in diesem Zusammenhang auf Selbstlernmaterialien verwiesen, die entweder selbst entwickelt bzw. von Herstellern im Rahmen von Kundenschulungen zur Verfügung gestellt werden:

"Wir schulen zum Beispiel unsere Verkäufer auf unsere Produkte ein, gleichzeitig müssen sie natürlich auch die Konkurrenzprodukte kennen, da müssen wir die Schulung natürlich selber entwickeln."

"Unser Hersteller hat da eine gute Schulung aufgebaut, mit Broschüren und Videos, sogar in Deutsch ..."

In diesem Bereich wird keine Möglichkeit des Einsatzes überbetrieblich entwickelter Fernlehrmodule gesehen, da es sich hier um firmen- bzw. produktspezifische Informationen handelt.

Die Möglichkeit, Fernlehrpakete quasi "maßgeschneidert" in Zusammenarbeit mit der Fernuniversität zu entwickeln, wurde von einigen Interviewten zwar allgemein erwähnt, aber von keinem auf das eigene Unternehmen konkret bezogen.

Bezüglich dieser beiden genannten Kooperationshemmnisse zeigten sich folgende Grundhaltungen der Befragten:

- o Es besteht ein sogar sehr großer Bedarf an firmen- bzw. produktspezifischer Weiterbildung, aber man nimmt an, daß das die Fernuniversität nicht macht
- o Man zieht eine Mitwirkung der Fernuniversität bei der Entwicklung von Weiterbildungsmodulen nicht in Betracht, weil
  - die Einschaltung Externer zu lange dauert
  - die Einschaltung Externer das Betriebsgeheimnis gefährdet
  - man dafür selbst gute Leute im Unternehmen hat, u.zw. die Fachspezialisten einerseits sowie in der Weiterbildungsabteilung darauf spezialisierte Pädagogen

- o Es besteht zwar zusätzlich ein Bedarf an der Vermittlung von Inhalten, die nicht unbedingt firmenspezifisch orientiert sein müssen (Beispiel: Rechnungswesen, aber auch "Kommunikationstraining" wurden genannt), aber dieser wird ohnehin von den vorhandenen bekannten Weiterbildungsinstitutionen abgedeckt.

#### 3.4.1.3. Kritik am "Fernlernen" überhaupt:

Von den meisten Befragten wurden auch grundsätzliche Bedenken gegen "Fernlernen" an sich geäußert:

- \* Fernlernen wird mit "Lernen nur vom Papier" gleichgesetzt, unter Ausschaltung des kommunikativen Aspektes, auch "Förderung des Einzelkämpfertums" wurde dazu assoziiert.
- \* Da nach Ansicht der Befragten im Fernstudium Direktunterrichtsphasen fehlen, sieht man Umsetzungsprobleme durch die mangelnde Möglichkeit des Austausches mit Kurskollegen, bzw. in der Umsetzung von theoretisch gelernten Inhalten in die betriebliche Praxis insbesondere bei technischen Inhalten:

"Der Sprung vom Papier zum Großcomputer ist einfach zu groß"

- \* Durch Lernen ohne Kontakt zu anderen Mitarbeitern bzw. zu einem Trainer entfällt nach Ansicht der Befragten auch ein wichtiger Vorteil der betrieblichen Bildungsarbeit: Die Möglichkeit, "die Unternehmenskultur im Seminar mitzutransportieren", Kontakte zu anderen Mitarbeitern (die man sonst z.B. nur über das Telefon kennt) zu knüpfen und informelle Informationen auszutauschen ("Kurs hinter dem Kurs", Abendgespräche).
- \* Es wird auch überlegt, inwieweit "Fernstudium" nicht überhaupt eine überholte Lernform sei, verglichen mit neuen Entwicklungen:

Die Befragten zeichnen - speziell für ihre Firmen - einen Entwicklungstrend in der betrieblichen Weiterbildung hin zur verstärkten Förderung kooperativer, kommunikativer Lernformen (Qualitätszirkel, Lerngruppen am Arbeitsplatz, Moderation von Klausuren, teilnehmerorientiertes Trainerverhalten, teilnehmeraktivierende Lernmethoden usw.), wobei sie den "Fernunterricht" (d.h. ihre Vorstellung davon) fast als Gegenpol einschätzen: Nur theoretisches Wissen, keine Praxisanwendung, keine Kommunikation, Einzelkämpfertum usw.

- \* Ein weiterer Nachteil des Fernstudiums wird im langen Zeitraum zwischen "Hausaufgabe" und "Feedback" (Zurücksenden der korrigierten Arbeit) gesehen
- \* Im Gespräch wurde auch immer wieder auf soziale Konflikte des Lernens zu Hause hingewiesen:

"Familie wird dadurch zu stark belastet."

#### 3.4.1.4. Weitere Hemmnisse:

Eine Reihe weiterer Hemmnisse wurde jeweils nur von einzelnen Befragten genannt:

- \* Inhalte sind nicht auf österreichische Gegebenheiten bezogen: Dies bezieht sich darauf, daß bestimmte Inhalte (z.B. Recht) auf die Lage in der Bundesrepublik Deutschland abgestimmt sind, sodaß hier eigentlich ein "Lernumweg" gemacht wird.
- \* Probleme mit Anerkennung und Nostrifikation:

"Wird das überhaupt angerechnet?"
- \* Image der FU

Da die meisten der Befragten die FU Hagen nicht kannten, schätzten sie auch das Image der Absolventen als nicht sehr hoch ein. Es wurde auch darauf verwiesen, daß solche "Imageunterschiede" auch zwischen den einzelnen öster-

reichischen Universitäten (z.B. Wirtschaftsuniversität und andere wirtschaftswissenschaftliche Fakultäten) existieren.

"Ist das überhaupt eine richtige Universität?"

- \* Level der Unterlagen ist für Betriebe zu hoch  
Was von den Interviewten in Zusammenhang mit "Universität" gebracht wird, sehen sie als eher komplex und kompliziert.
- \* Aktualität der Unterlagen  
Insbesondere high-tech-Betriebe verweisen darauf, daß eine Entwicklung des Schulungsmaterials außerhalb des Unternehmens zu lange dauern würde. Wird ein neues Produkt entwickelt, muß die Reaktion am Markt - und damit auch die dem Verkäufertraining vorgelagerte Entwicklung der Schulungsunterlagen - sehr rasch erfolgen.
- \* Betriebsinterna gibt man nicht außer Haus:  
Hier wurde darauf verwiesen, daß die Entwicklung von Schulungsunterlagen ja fast parallel zur Produktentwicklung und zur Vorbereitung der Markteinführung durchgeführt werden muß. Da sich die Inhaltsexperten in der Firma befinden und da es Probleme mit dem "Betriebsgeheimnis" geben kann, würden diese Arbeiten nicht außer Haus vergeben werden.

#### 3.4.2. Fördernde Faktoren

Im Zuge der Interviews wurde auch eine Reihe von Ansatzpunkten herausgearbeitet, die für eine Kooperation der betrieblichen Bildungsarbeit mit einer Fernuniversität bzw. einem Anbieter von Fernlehrgängen sprechen würden:

- \* Man kann zu Hause lernen
- \* Kostengünstige Form der Weiterbildung
- \* Geeignet für sehr spezielle Bedarfe, wenn z.B. nur ein Mitarbeiter diese Inhalte braucht, sodaß sich ein eigenes internes Seminar nicht lohnt

- \* Günstig für Betriebe, die keine Weiterbildungsinstitute in der Nähe haben, da dadurch lange Fahrtzeiten usw. entfallen
- \* Für bestimmte Lerntypen besonders geeignet
- \* Für Betriebe, die einen spezifischen Bedarf an ausländischen Inhalten haben (z.B. deutsches Handelsrecht)

### 3.5. Zum Einsatz von Selbstlernunterlagen in den Unternehmen

Im Zuge der Interviews konnte zwar kein Beispiel für eine direkte Kooperation zwischen Fernuniversität und Betrieben gefunden werden. Zwei von drei befragten Unternehmen setzen jedoch Selbstlernmaterialien (d.h. didaktisch aufgearbeitete Materialien) im Rahmen der betrieblichen Bildungsarbeit ein. Dies entspricht auch den Ergebnissen einer schriftlichen Betriebsbefragung, nach der 12 % der Kleinbetriebe, aber bereits 38 % der Großunternehmen mit mehr als 1000 Mitarbeitern Selbststudienmaterialien bzw. Fernstudien in ihrer betrieblichen Bildungsarbeit einsetzen (KAILER 1988a, S. 15f.).

Diese Selbstlernmaterialien und -pakete

- \* kommen von externen Bildungsträgern (2 Nennungen)

"Wir verwenden den BFI-Fernkurs für Sekretärinnen, um das Allgemeinwissen auf HAK-Niveau wieder aufzufrischen."

- \* kommen von Produzenten/Lieferanten (Kundenschulung) (4 Nennungen)

"Der Hersteller hat da eine sehr gute Schulung aufgebaut, mit Broschüren und Videos und sogar in Deutsch."

\* sind selbstentwickelte Lernprogramme (vor allem High-Tech, Informatik) (10 Nennungen)

"Wir haben neben der Kundens Schulung, die wir im Haus machen, auch noch Programme, mit denen die Kunden zum Beispiel die Textverarbeitung zu Hause erlernen können, das Ganze findet in der Form des Computerunterstützten Unterrichts statt."

Bei den - schriftlichen - Selbstlernunterlagen zeigt sich der Trend, daß diese verstärkt als "pre-work" vor Fach- und Verhaltensseminaren sowie zur Nacharbeit und Transferförderung eingesetzt werden.

In diesen - zunehmenden - Selbstlernphasen kommt nach Ansicht der Befragten der Medienvielfalt eine große Bedeutung zu. Es werden z.B. didaktisch gut aufbereitete Broschüren und Skripten, Videokassetten, Computergestützte Unterweisung und auch bereits Bildplatten eingesetzt. Sie entlasten die Präsenzveranstaltungen damit von der reinen Vermittlung von Faktenwissen und bieten Raum für Einübung, Beantwortung offener Fragen und Vertiefung im Seminar. So gehen vor allem Banken und Versicherungen dazu über, Skripten und Broschüren zu entwerfen, die die Teilnehmer der Seminare vor dem Seminar durcharbeiten. Diese sind nach didaktischen Prinzipien aufgebaut, beinhalten Strukturen, Beispiele, Problemstellungen und Rückmeldungen/Lösungen. Dies ist z.B. auch mit Prüfungen zu Beginn des Kurses gekoppelt. Es wird besonders herausgestrichen, daß beim Computergestützten Unterricht auch der "Reiz des neuen Mediums" sowie insbesondere das "Lernen im Dialog", die Möglichkeit direkter Rückmeldung, entscheidende Vorteile bieten. Ein weiterer Vorteil wird darin gesehen, daß das Unternehmen selbst über die Inhaltsexperten verfügt, an die man sich bei offenen Fragen direkt wenden kann.

Bei einem Vergleich dieser Selbstlernpakete mit den Studienangeboten der Fernuniversität ist zu berücksichtigen, daß es sich in der betrieblichen Bildungsarbeit um vergleichsweise viel kürzere Kurse handelt (z.B. mehrtägig bis mehrwöchig)



und daß die Materialien vor allem als "prework" eingesetzt werden.

Seitens der Weiterbildungsverantwortlichen in Unternehmen wird der Wert von Selbstlernmaterialien und -paketen (auch rein schriftlicher Unterlagen) durchaus anerkannt.

Es wird jedoch praktisch kein Zusammenhang zwischen Selbstlernpaketen und den "Einzelmodulen" aus dem Fernstudienangebot der FU gesehen.

**Welche Gründe können dafür ausschlaggebend sein?**

- o Mit "Fernuniversität" assoziiert man die Absolvierung eines ganzen Studiums; die Möglichkeit von gezieltem "Gasthören" von Einzelbausteinen, bzw. überhaupt der innerbetriebliche Einsatz solcher Einzellehrgänge oder Lehrbriefe wird nicht gesehen
- o Betriebliche Bildungsarbeit wird nicht mit "Universität" in Zusammenhang gebracht ("Wir würden ja auch nicht jemanden als Ersatz für innerbetriebliche Seminare auf die Wirtschaftsuniversität in die Einführung in Buchhaltung schicken")
- o "Universitätsstudium" wird von vornherein als zu komplex, als zu kompliziert angesehen
- o Selbstlernmaterial hat vor allem eine unterstützende Funktion für Präsenzveranstaltungen, während Fernstudium eher als eigenständige Lernform bzw. "Lernen einzelner Personen" gesehen wird

### 3.6. Mögliche Inhalte für das Fernstudium:

Es wurden in den Interviews zwar keine detaillierten Module genannt, aber einige Inhalte und Themen, die man auch "ohne betriebsspezifischen Bezug" vermitteln kann, womit dann eine Kooperation mit einer Fernuniversität vorstellbar wäre. Genannt wurden Teilgebiete der Betriebswirtschaftslehre, wie z.B. Strategie, Planung, Marketing, Kostenrechnung, sowie allgemeine Einführungen in bestimmte Themen, wie z.B. Versicherungswesen.

Gedacht wurde vor allem an einen Einsatz der Fernstudienmaterialien

- als "allgemeines Pre-Work", auf die Vermittlung von Grundkenntnissen, auf welche dann speziellere, betriebs-spezifische Vertiefungen, z.B. in Firmenseminaren, aufbauen
- an einen Einsatz als "allgemeine Auffrischung" der Kenntnisse auf bestimmten Gebieten, z.B. für AHS- und HAK-Maturanten Bausteine über Buchhaltung oder Kostenrechnung zur Wiederholung und Auffrischung vergessenen Wissens im Selbststudium

### 3.7. Das "Bild vom Fernstudenten" aus der Sicht der Unternehmen:

Es zeigte sich tendenziell, daß die über Fernstudium überhaupt nicht informierten Unternehmen eher ein negativeres Bild vom Fernstudenten zeichneten als die informierteren:

"Fernstudenten, das sind vor allem Einzelkämpfer"

"Das ist etwas für Leute, die eher Kontakt vermeiden wollen"

"Wenn jemand als Abendschüler täglich abends die Schulbank drückt, dann ist das sicherlich höher einzuschätzen, als wenn er zu Hause etwas lernt"

Die über Fernstudium informierten Interviewten (bzw. diejenigen, die selbst einen "zweiten Bildungsweg" bzw. ein "Werkstudium" absolvierten), beurteilten Fernstudenten tendenziell positiver:

"die Leistung an sich, im Fernstudium einen Abschluß zu machen und sich hineinzuknien, ist als positiv anzusehen und zeugt von Ausdauer"

Jedoch wird auch von diesen immer wieder der Aspekt betont, daß es sich beim Fernstudium doch eher um eine **kommunikationsvermeidende Weiterbildungsform** handelt, die entweder bewußt gewählt wird oder zumindest doch diese Vermeidungstendenz (wegen des Mangels an Sozialphasen) noch verstärkt:

"..zeigt damit Leistungsbereitschaft, Fernstudium ist aber doch eher etwas für Leute, die sich als Fachspezialist weiterbilden wollen"

"Fernstudium schaffen wahrscheinlich nur Leute, die an diese Art des Lernens bereits gewohnt sind, z.B. Abendmaturanten"

"..zu einzelkämpferisch"

"..konfliktvermeidend"

### 3.8. Förderung von Studierenden durch die Unternehmen:

Bei der Frage nach der Förderung speziell von Fernstudenten war auffällig, daß es den Befragten nicht bekannt war, ob es einen Fernstudienteilnehmer im Hause gibt (obwohl in der Stichprobe auch Unternehmen mit Fernstudenten vertreten waren):

"..ich weiß nicht, ob wir einen Fernstudenten im Haus haben. Ausschließen kann ich es aber auch nicht. Das weiß eher der unmittelbare Vorgesetzte."

Dagegen waren den meisten Befragten Mitarbeiter bekannt, die neben ihrer Arbeit an einer anderen Universität studieren.

Auf die Frage nach der Förderung von studierenden Mitarbeitern, die längere (Abend)lehrgänge (z.B. Meisterkurse, Abend-HTL) besuchen, zeigte sich, daß je nach Relevanz der Weiterbildung für das Unternehmen die Kurskosten zur Hälfte oder zur Gänze refundiert werden. Das Studium wird aber in allen Fällen außerhalb der Arbeitszeit absolviert.

Die Zusatzfrage, ob diese Regelungen für studierende Mitarbeiter und Abendschüler auch für Fern-Studenten gelten würden, wurde von allen Befragten bejaht.

### 3.9. Zur Stichprobe:

Interviewt wurden die Leiter (in einigen Fällen Mitarbeiter) von 25 Aus- und Weiterbildungs- bzw. Personalabteilungen von Betrieben in Wien, Salzburg und Graz (Tab. 1).

Die ausgewählten Betriebe hatten mit einer Ausnahme mindestens 300 Mitarbeiter (Tab. 2). Es handelte sich insbesondere um Großunternehmen der Bereiche Bank, Versicherung, Computer, Büromaschinen, Haushaltsprodukte, Lebensmittel, Mineralöl, Fahrzeugtechnik, KFZ, Druckerei, Metallverarbeitung, Elektrotechnische Produkte usw. (Tab 3).

**Tabelle 1:**  
**Interviewte nach Arbeitsbereichen**

Arbeitsbereich der  
Befragten:

|                        |    |
|------------------------|----|
| Personalwesen          | 8  |
| Personalentwicklung    | 2  |
| Aus- und Weiterbildung | 15 |

**Tabelle 2:**  
**Interviewte Unternehmen nach Unternehmensgröße**

| Unternehmensgröße | Anzahl der<br>Mitarbeiter |
|-------------------|---------------------------|
| bis 300           | 1                         |
| 300 - 500         | 4                         |
| 500 - 1000        | 3                         |
| mehr              | 17                        |

**Tabelle 3:**  
**Interviewte Unternehmen nach Wirtschaftsbereichen**

| Wirtschaftsbereiche             | Anzahl der be-<br>fragten Betriebe |
|---------------------------------|------------------------------------|
| Bank, Versicherung              | 5                                  |
| Computer, Büromaschinen         | 3                                  |
| Haushaltsprodukte, Lebensmittel | 3                                  |
| Mineralöl                       | 2                                  |
| Fahrzeugtechnik, KFZ            | 3                                  |
| Druckereiwesen                  | 1                                  |
| Metallverarbeitung              | 2                                  |
| Elektrotechnische Produkte      | 4                                  |

Erhebungszeitraum war November 1988 bis Jänner 1989. Die Kontaktaufnahme erfolgte schriftlich durch das ibw, gefolgt durch ein Telefonat des Interviewers (Mitarbeiter des ibw-Projektteams).

Schriftlich Kontakt aufgenommen wurde durch das ibw mit 33 Unternehmen: Davon wurden 27 Unternehmen vom Interviewer telefonisch um einen Termin gebeten. Lediglich 2 Unternehmen lehnten mit Hinweis auf terminliche Probleme (kurz vor Weihnachten) bzw. "daß sie in der letzten Zeit ohnehin bereits sehr viele Interviews gegeben hätten", die Teilnahme ab.

### 3.10. Zwischenzusammenfassung des Interviewteils:

Ziel der Interviewphase des ibw-Projektes "Einsatzmöglichkeiten des Fernstudiums im Rahmen der betrieblichen Bildungsarbeit" war eine Erkundung, inwieweit und in welcher Form aus Unternehmenssicht Fernstudien im Rahmen der betrieblichen Weiterbildung eingesetzt werden könnten und welche hemmenden und fördernden Faktoren bezüglich einer Kooperation von Unternehmen und den Studienzentren der Fernuniversität gesehen werden.

Interviewt wurden 25 Personalleiter bzw. Aus- und Weiterbildungsleiter von Unternehmen ab 300 Mitarbeitern im Raum Wien, Salzburg und Graz.

In keinem der befragten Unternehmen waren Studienangebote der Fernuniversität in das betriebliche Bildungsangebot eingebaut.

Da auch kaum inhaltliches Wissen über Organisationsformen des Fernstudiums bzw. über die konkreten Angebote der Fernuniversität vorhanden waren, sind die im folgenden dargestellten Ergebnisse vor diesem Hintergrund zu interpretieren.

Als hemmende Faktoren für eine Kooperation der österreichischen Betriebe mit der FU Hagen wurden von fast allen Interviewten genannt:

\* Informationsdefizit der Betriebe:

19 der 25 Befragten kannten die Fernuniversität und ihr Studienangebot nicht

\* Inhalte sind nicht firmenspezifisch:

Die Interviewten glaubten, daß Fernstudienunterlagen nicht auf die besonderen betrieblichen Umstände des Unternehmens eingehen könnten

\* Inhalte sind nicht produktspezifisch:

Gerade Betriebe der Bereiche High-tech, Computer, Banken, Versicherungen und KFZ meinten, daß Fernuniversitäten keine Weiterbildung anbieten könnten, die ihren Produkten entspricht. Dies bezieht sich vor allem auf die Verkaufsschulung.

\* Kritik am "Fernlernen" selbst:

Fernlernen wird mit Lernen vom Papier gleichgesetzt; "Lernen als Einzelkämpfer", ausgeschaltete Kommunikation wurde assoziiert.

Beim Fernstudium entfällt nach Sicht der Interviewten auch die Möglichkeit, die Unternehmenskultur wie im Seminar mitzutransportieren und informelle Informationen auszutauschen ("Kurs hinter dem Kurs", Abendgespräche)

Eine Reihe weiterer Hemmnisse wurde nur von einzelnen Befragten genannt:

- \* Inhalte sind nicht auf österreichische Gegebenheiten bezogen (z.B. auf BRD abgestimmtes Recht)
- \* Unsicherheit über Anerkennung/Nostrifikation
- \* Image der FU
- \* Level der Unterlagen ist für Betriebe zu hoch
- \* Aktualität der Unterlagen
- \* Betriebsinterna gibt man nicht außer Haus

Fördernde Faktoren für eine Kooperation:

- \* Man kann zu Hause lernen
- \* Kostengünstige Form der Weiterbildung
- \* Günstig bei sehr speziellen Inhalten, die z.B. nur eine Person im Unternehmen benötigt
- \* Für Betriebe, die keine Weiterbildungsinstitute in der Nähe haben
- \* Für bestimmte Lerntypen besonders geeignet
- \* Für Betriebe, die einen spezifischen Bedarf an ausländischen Inhalten haben (z.B. BRD-Recht).

## **Verwendung von Selbstlernunterlagen in den österreichischen Betrieben:**

Zwei Drittel der Befragten gaben an, Selbstlernmaterialien (d.h. didaktisch aufgearbeitete Materialien) in ihrer Bildungsarbeit einzusetzen.

Diese stammen von externen Bildungsträgern, von Produzenten und Lieferanten (Verkaufsschulung) bzw. sie wurden, insbesondere im high-tech-Bereich, selbst erstellt.

Eingesetzt werden diese Unterlagen vor allem als pre-work zu Seminaren bzw. zur Auffrischung von Allgemeinwissen.



#### 4. ERGEBNISSE DES WORKSHOPS MIT FERNSTUDIERENDEN

Hauptsächliche Fragestellungen für den Workshop mit Fernstudenten waren

- o Welche Faktoren hemmen und fördern das Fernstudium und die Umsetzung im Unternehmen?
- o Welche Organisationsformen des Lernens wären - auch in Zusammenhang mit Bildungsabteilungen von Unternehmen - aus Teilnehmersicht wünschenswert?

Im folgenden werden die Anregungen und Informationen, die sich bezogen auf diese Fragestellungen im Workshop ergaben, dargestellt.

Ausgeschrieben wurde die Veranstaltung vom Studienzentrum Wien der Fernuniversität wie folgt:

##### **"Erfahrungen mit dem Fernstudium"**

###### **Inhalt:**

Das Seminar soll helfen, die Erfahrungen mit dem Fernstudium in den ersten Semestern im Kollegenkreis aufzuarbeiten, Probleme zu beleuchten und Ansätze für die weitere Organisation des Studiums zu entwickeln. Es soll auch die Anregungen aus dem früheren Besuch der Lehrveranstaltung Studienorganisation im Lichte der Studientätigkeit neu diskutieren und Empfehlungen für die Fernstudientätigkeit formulieren.

###### **Zielgruppe:**

Frühere Teilnehmer der Lehrveranstaltung "Studienorganisation Berufstätiger", Studenten ab dem 3. Semester (auch Gasthörer)

###### **Termin:**

Samstag 3. Dezember 1988, 10.00 - 16.00

Ort: Studienzentrum Wien

Es zeigt sich eine gewisse Diskrepanz zwischen der Fragestellung und der Ausschreibung der Veranstaltung, was sich

u.U. auch in den Ergebnissen (den von den Teilnehmern gewählten Problemschwerpunkten) niedergeschlagen hat.

Bereits bei der Vorstellungsrunde stellte sich ein interessantes Detail heraus: Nur zwei der 8 Teilnehmer hatten ihre Vorgesetzten im Unternehmen (auf eher informeller Basis) von ihrem Studium in Kenntnis gesetzt.

Als Seminar-design wurde die "Zukunftswerkstatt" (nach Robert JUNGK) gewählt. Dieser Veranstaltungstyp umfaßt 3 Phasen (Kritik-, Phantasie- und Verwirklichungsphase). Die für die Fragestellung des Projektes relevanten Ergebnisse des Workshops werden im folgenden entsprechend dieser Phasenabfolge dargestellt.

#### **Zur "Kritikphase":**

In dieser ersten Phase wurden Gründe erhoben, warum Fernstudenten es vermeiden, ihre Unternehmen über ihre Studientätigkeit zu informieren:

Die Teilnehmer hegen folgende Befürchtungen, die sie von einer Information des Unternehmens abhielten:

##### **o "Konkurrenzneid":**

Sie befürchten, daß Mitarbeiter und Kollegen hinsichtlich des Studienabschlusses neidisch werden könnten, bzw. daß der Vorgesetzte Angst bekommt, der Mitarbeiter "könnte an seinem Sessel sägen".

##### **o "Zeit- und Kraftproblem":**

Sie befürchten, ihr Chef könnte glauben, daß sie durch das Studium für die Arbeit in der Firma nicht mehr genügend Zeit bzw. Kraft aufbringen.

##### **o "Kopf woanders":**

Sie befürchten, ihr Chef könnte glauben, daß sie jetzt mit ihrer Aufmerksamkeit nicht mehr so sehr in der Firma seien, sondern daß sie in Gedanken Aufgabenstellungen der Fernuniversität lösen.

o "nicht mehr ausführend tätig sein wollen":

Sie befürchten, der Vorgesetzte könnte glauben, daß sie nicht mehr ausführend tätig sein wollen, sondern daß sie konzeptionell und strategisch mitarbeiten wollen.

o "weggehen"

Sie befürchten, die Vorgesetzten könnten vermuten, daß sie nach abgeschlossenem Studium die Firma verlassen werden.

o "mehr Geld fordern"

Sie befürchten, daß ihre Vorgesetzten annehmen, sie würden aufgrund ihrer höheren Qualifikationen mehr Geld fordern.

Da außerdem Fernstudium und Fernuniversität - im Unterschied zur Präsenz-Universität - in den Unternehmen praktisch nicht bekannt sind, informieren die Fernstudenten ihre Unternehmen meist nicht.

Andererseits wurde aber von den Teilnehmern bemängelt, daß ihr im Fernstudium erworbenes Fachwissen im Unternehmen nicht anerkannt wird.

Darüberhinaus wurde noch eine Reihe weiterer Kritikpunkte genannt, die aber die Frage der Umsetzbarkeit des Fernstudiums im Beruf nicht direkt betrafen, z.B.

- Unsicherheit über Anerkennung und Nostrifikation
- Isolation der (insbesondere auswärtigen) Studierenden
- mangelnde Kommunikation
- Fahrzeiten, Kosten, Studentenvergünstigungen

In der folgenden Bewertung der aufgeworfenen Probleme durch die Teilnehmer ergaben sich drei Problemschwerpunkte:

- \* Isolation der Studierenden
  - Informationsmangel der Studierenden
  - "Studenten ziehen nicht an einem Strang"
  - zuwenig Kommunikation mit der Fernuniversität
  
- \* Fernstudium unbekannt
  - Unsicherheit über Anerkennung, Nostrifikation
  - Nichtanerkennung des Fachwissens im Unternehmen
  - Fernuniversität im Unternehmen unbekannt
  
- \* Zeitmangel
  - Kosten
  - zu wenige Studienzentren
  - Zeitproblem, Fahrtzeiten zum Studienzentrum
  - zeitliche Doppelbelastung Arbeit und Studium

Die Bewertung und Schwerpunktsetzung durch die Teilnehmer zeigt deutlich, daß das Problem der Umsetzbarkeit des Fernstudiums im Beruf bei den Teilnehmern von vielen anderen (Fern)-Studienproblemen überlagert ist.

So deutet nur der Punkt 2 - Fernstudium unbekannt - auf den angesprochenen Problembereich "Fernstudium: Umsetzung im Beruf" hin.

#### Zur "Phantasiephase":

In Form von brainstormings erarbeiteten die Teilnehmer eine Reihe von Vorschlägen zur Behebung dieser Probleme (siehe nächste Seite):

**Brainstorming der Fernstudenten:**  
**"Wie kann man erreichen, daß das Fernstudium bekannter wird,  
mehr Anerkennung - auch im Betrieb - findet?"**

- o Nostrifikation - Bundesministerium (5 Punkte)
- o Vorstellungsbroschüre (4 Punkte)
- o PR-Strategien (3 Punkte)
- o Arbeitsämter, Berufsinfos (3 Punkte)
- o Fernsehen (2 Punkte)
- o Volkshochschulen (1 Punkt)
- o Fortbildungslehrgänge für Unternehmen (1 Punkt)
- o eigene Zeitung (1 Punkt)
- o Messestand für FU (1 Punkt)
- o Aufzeigen der Leistungspalette (1 Punkt)
- o Informationen an Arbeiter- und Handelskammer (zur Weitergabe)
- o Werbung
- o Plakate
- o Weiterbildungsträger informieren
- o AHS, HAK, HTL informieren
- o Schulzeitung - Bundesministerium
- o ÖH, Studienberatung informieren
- o Zeitungsartikel/Annonce
- o Tagung für Personalchefs
- o Sendungen ORF - Zielpublikum
- o vergleichende Studien FU : Normale Uni

Aufgrund der Bewertungen dieser Anregungen erarbeiteten die Teilnehmer drei Schwerpunkte für das Bildungsmarketing seitens der Studienzentren:

- \* **Werbung verstärken:**
  - PR-Strategien
  - Fernsehen
  - Volkshochschulen
  - Arbeitsämter
  - eigene Zeitung
  - Vorstellungsbroschüre
  - Vergleichende Studien, FU : Normale Uni
- \* **Nostrifikation des Studiums in Österreich**
- \* **Kontakt zu Betrieben**
  - Fortbildungslehrgänge für Unternehmer
  - Messestand für FU

Zweites brainstorming der Fernstudenten:  
"Wie kann man erreichen, daß Fernstudenten  
nicht mehr isoliert sind, weniger Informationsmangel  
haben und ihre Ansprüche formulieren?"

- o Klausurvorbereitungen (4 Punkte)
- o Treffpunkt am Stammtisch (4 Punkte)
- o Lerngruppen (4 Punkte)
- o Balint-Gruppen (3 Punkte)
- o Streuung der Informationsveranstaltungen  
regional und zeitlich
- o Mehr Präsenzveranstaltungen für einzelne Kurse  
(3 Punkte)
- o Professoren mit Sprechstunden an der Uni-Wien  
in jedem Fachgebiet (3 Punkte)
- o Einführungsseminar zu jedem Fachgebiet - roter  
Faden (2 Punkte)
- o zielgruppen- und studienrichtungsspezifische  
Informationen der FU
- o Reduktion der wöchentlichen Materialbearbeitungszeit
- o Studentenvertretung
- o Österreichbezogene Lehrmaterialien
- o Kontaktbörse
- o Ombudsmann
- o Bessere Studieninformationen, allgemein - Bekannt-  
machung der FU
- o Lehrveranstaltungen Studieneingangsphase - Orien-  
tierungskurse

Aus den Bewertungen der Vorschläge verdichteten sich zwei Themenschwerpunkte:

- \* **Spezielle Einführungsseminare/Studienhilfen (8 Punkte)**
  - Sprechstunde
  - Klausurvorbereitung
  - Lehrmittelfragen
  - Zulassung Normal Uni + Infos
  - Mündliche Prüfung
  - Balint-Gruppen
  - Lerngruppen
  - Informelle Treffen
  
- \* **Studentenvertretung**

Insgesamt zeigten sich gerade bei der Diskussion dieser Fragen und Anregungen große Informationslücken der Teilnehmer bezüglich der Studienorganisation und bereits vorhandener Einrichtungen und Angebote des Studienzentrums.

#### **Zur "Konkretisierungsphase":**

Das vordringliche Interesse der Teilnehmer am Workshop lag bei "Nostrifikation des Studiums in Österreich" sowie "Schaffung von fachspezifischen Einführungsseminaren" am Studienzentrum, um mehr Informationen über die Studien- und Prüfungsorganisation sowie besseren Kontakt, insbesondere für fachspezifische Rückfragen, zu erhalten.

Es ergaben sich deshalb für den Bereich der Umsetzung des Studiums im Beruf keine konkreten weiteren Gestaltungsvorschläge.

## Zwischenzusammenfassung

Auch beim Workshop mit Fernstudenten kristallisierte sich - wie bei der Unternehmensbefragung und dem Unternehmensworkshop - ein Informationsdefizit heraus:

Die Teilnehmer informieren aus einer Reihe von Befürchtungen heraus ihre Unternehmen nicht über ihr Fern-Studium.

So ist es auch nicht verwunderlich, daß es kaum Anregungen gab, in welcher Weise die Umsetzung des Fernstudiums innerhalb des Betriebes besser gefördert werden kann. Ebenso hatten die Teilnehmer sich über mögliche neue Organisationsformen ihres Lernens - im Zusammenhang mit einer Zusammenarbeit z.B. ihrer Weiterbildungsabteilungen mit den Studienzentren - noch wenige Gedanken gemacht.

Ebenso gibt es starke Informationsdefizite der Studierenden selbst über die Studienorganisation, -abläufe und Studienhilfen, die vom Studienzentrum angeboten werden (z.B. Musterklausuren, Klausurvorbereitungskurse, Sprechstunden mit Professoren usw.).

Es zeigte sich, daß die Probleme der Umsetzbarkeit des Fernstudiums im Beruf bei den Weiterbildungsteilnehmern von anderen (Fern)-Studienproblemen überlagert waren, wie z.B. Isolation der Studierenden, mangelnde Kommunikation, Zeitmangel und Arbeitsbelastung, fehlender Bekanntheitsgrad der Fernuniversität und des Fernstudiums, Unsicherheit über Anerkennung und Nostrifikation.

Als wichtigste Maßnahmen, um Fernstudium bekannter und im Betrieb anerkannter zu machen, wurde eine Verstärkung der Werbung, Klärung von Unsicherheiten bzgl. der Nostrifikation in Österreich und Verstärkung der Kontakte der Studienzentren zu Unternehmen genannt.



## 5. ERGEBNISSE DES UNTERNEHMENS-WORKSHOPS

Nach der Unternehmensbefragung wurde als weiterer Projektsteil am 10.1.1989 am ibw ein Workshop für Weiterbildungsverantwortliche von Unternehmen zum Thema "Integration von Fernstudien in die betriebliche Weiterbildung" durchgeführt.

Der Workshop verfolgte folgende Ziele:

- o Rückmeldung über die Unternehmensbefragung
- o Erarbeitung von Möglichkeiten der Kooperation von Fernuniversität und Unternehmen in der betrieblichen Weiterbildung
- o Diskussion offener Fragen mit einem Vertreter des Studienzentrums Wien (Dr. F. Palank)

Angeschrieben wurden die 25 Interviewpartner in Wien, Graz und Salzburg sowie 12 weitere als weiterbildungsintensiv bekannte Unternehmen im Wiener Raum. Trotz einer sehr kurzen Ankündigungszeit nahmen Vertreter von sieben Wiener und einem oberösterreichischen Unternehmen am Workshop teil, was von einem hohen Interesse an dieser Lernform zeugt.

### 5.1. Hauptproblem: Informationsdefizit über Fernstudium

Im Workshop zeigte sich - wie in den Unternehmensinterviews - ein Informationsdefizit der Unternehmen: Informationsunterlagen der Fernuniversität sind in den Betrieben unbekannt (Anm.: Diese wurden von den Studienzentren auch nicht direkt an Betriebe versandt).

Daraus erklärt sich auch der geringe Informationsstand über die unterschiedlichen Angebotsformen (Voll-, Teilzeit- und Gaststudium), die angebotenen Themenbereiche, Voraussetzungen (z.B. Matura oder auch ohne?) sowie organisatorische Abläufe (Inskription, Prüfungen, "Taktung" der Unterlagen, Nostrifikation usw.) in den Unternehmen.

## 5.2. Vorteile von Fernstudien:

- \* Weiterbildungsmöglichkeit für Unternehmen ohne örtlichen Zugang zu Universitäten oder anderen Weiterbildungsträgern (zu lange Fahrtzeiten)
- \* Einsetzbar, wenn man nur für einen oder wenige etwas braucht
- \* Mitarbeitern, die zuerst eine Facharbeiterausbildung absolvieren, bleibt danach noch ein zweiter Weg offen, den sie z.B. mit 30 Jahren beschreiten können. Dabei können bereits absolvierte Studienteile u.U. angerechnet werden

## 5.3. Probleme und offene Fragen in Zusammenhang mit Fernstudien:

### - Zu lange Studiendauer:

Die Studiendauer ist im Teilzeitstudium (neben der Berufstätigkeit) relativ lang und beträgt 6 - 8 Jahre. Eine so langfristige Personalbedarfsplanung hat kein Unternehmen.

### - Drop-out-rate:

Obwohl von den Teilnehmern anders vermutet, ist diese nicht höher als bei Präsenzstudien und liegt bei ca. 70 %. Der höchste drop-out erfolgt allerdings bereits in den ersten Semestern. Neue Rekrutierungsstrategien, z.B. Auswahl, Vorbereitung und tutorielle Betreuung der Teilnehmer im Unternehmen können ebenso wie Bildungsberatung die Ausfälle weiter vermindern und die drop-out-Rate senken (vgl. z.B. die Fallstudie von STANFORD 1988).

## 5.4. Bedarfsorientiertes Bildungsmarketing ist notwendig

Bereits zu Beginn des Workshops wurde ein grundsätzliches Problem diskutiert:

Für die Fernuniversität haben sich im Laufe der Zeit die berufstätigen Studenten als wichtige - und größte - Zielgruppe herausgestellt. Es wurden Curricula und Lehrmaterialien entwickelt und eingesetzt.

Jetzt wird mit diesem bereits bestehenden Angebot an Betriebe herangetreten.

Von den Weiterbildungsleitern wurde dagegen empfohlen, daß die Studienzentren - wie auch andere Weiterbildungsträger - in einem ersten Schritt den Bedarf der Unternehmen erheben, dann in einem zweiten geeignete Produkte entwickeln (z.B. neue Lehrgänge entwickeln bzw. aus bereits vorhandenen Unterlagen zusammenstellen bzw. überarbeiten) und dann in einem dritten Schritt dieses Angebot in den Unternehmen stärker bekanntmachen sollten.

Für eine langfristige Vorgehensstrategie wird von den Weiterbildungsverantwortlichen empfohlen, nach "Vollstudenten", die ein gesamtes Studium absolvieren wollen (d.h. Voll- und Teilzeitstudenten) und "Gasthörern" (die nur bestimmte Bausteine belegen) zu unterscheiden.

In diesem Sinne wurde im Workshop eine Bedarfserhebung, getrennt nach den beiden Hörergruppen, durchgeführt.

#### **5.5. Bedarfserhebung für Mitarbeiter, die ein volles FU-Studium absolvieren**

An Absolventen speziell der Fernuniversität besteht an sich kein Bedarf, da der Akademikerbedarf im Normalfall ohnehin über die derzeitigen Universitäten gedeckt werden kann. Für eine gezielte Entwicklung von Mitarbeitern durch Ermöglichung des Studiums an der Fernuniversität würde sich das Problem stellen, daß die durchschnittliche Studiendauer für Berufstätige zu lang ist. Eine Personalbedarfsplanung auf 6 bis 8 Jahre hinaus ist unrealistisch. Planen kann man erst, wenn der Mitarbeiter bereits relativ kurz vor seinem Studienabschluß steht.

Es wird eher umgekehrt die Frage gestellt, warum denn die große Akademikerzahl zusätzlich noch vermehrt werden soll ("Wozu braucht man eine zusätzliche Universität, wenn man sich andererseits um Eindämmung der Studentenzahlen bemüht?"). Dies stellt aber an sich kein Problem dar, weil es ohnehin nur sehr wenige FU-Absolventen gibt ("Es ist schön

für die Mitarbeiter, daß es diese Möglichkeit gibt, aber für den Betrieb nicht notwendig").

#### 5.6. Gibt es einen "Fernstudenten-Bonus"?

Ist ein "im Unternehmen gewachsener FU-Absolvent" wertvoller als ein anderer Bewerber ohne diese Betriebspraxis?

Grundsätzlich hätte ein solcher FU-Absolvent einen Bonus (wie jeder "Werkstudent") und würde einem externen Bewerber vorgezogen. Sein Vorteil ist, daß man ihn kennt, daß er das Unternehmen kennt und in die Unternehmenskultur bereits hineingewachsen ist.

Hier könnte es aber auch Probleme geben:

- Von der Altersstruktur her:

Diese Absolventen sind durchschnittlich beträchtlich älter als andere neubeginnende Akademiker. Auf welchen Arbeitsplätzen setze ich sie jetzt ein? Auf den "Anfänger"-Arbeitsplätzen oder neben den bereits länger im Unternehmen tätigen Akademikern?

- Mögliche Erwartungshaltung: "Anspruch auf...":

Mitarbeiter, die ein Studium abschließen, erwarten sich auch eine Beförderung. Ist dies nicht möglich, kann es zu Frustrationen führen. Grundsätzlich kann dies nicht "von vornherein garantiert werden", aber gerade für größere Unternehmen wird darin kaum ein Problem gesehen, da laufend Jungakademiker aufgenommen werden. Es kann aufgrund der geringen Zahl von Mitarbeitern, die ein Studium absolvieren, davon ausgegangen werden, daß in angemessener Zeit "der nächste zur Verfügung stehende geeignete Posten" dann eben mit einem eigenen Mitarbeiter statt einem Bewerber von außen besetzt wird.

- Zur Frage der Unterstützung durch den Betrieb:

Grundsätzlich wird man nicht die Mitarbeiter einfach zum Voll-Studium ermuntern. Wenn jedoch jemand diesen Entschluß gefaßt hat, wird er meist vom Unternehmen unterstützt. Eine finanzielle Unterstützung ist angesichts der sehr geringen Studiengebühren kein Problem. Ein größeres Problem wird aber im Zeitaufwand, in der Ablenkung von der Arbeit gesehen (Anm.: Im Studenten-Workshop wurde dies auch als wichtiger Grund genannt, warum Fernstudenten davon am Arbeitsplatz oft nichts erzählen bzw. erst, wenn sie im Studium bereits sehr weit fortgeschritten sind.

#### 5.7. Bedarfserhebung für Mitarbeiter als "FU-Gasthörer":

Bei der Frage, ob Bedarf an Weiterbildung der Mitarbeiter durch Bearbeitung einzelner Lehrgänge als Gasthörer besteht, war grundsätzlich Interesse seitens der Unternehmen festzustellen. Allerdings bewegt sich die Fernuniversität als Lehrganganbieter hier in einem Markt, d.h. die Unternehmen beziehen auch andere Fernunterrichtsinstitute, aber vor allem auch die Anbieter traditioneller Seminarveranstaltungen, in ihre Auswahlüberlegungen mit ein.

Seitens der Unternehmen wurde eine Reihe von Entscheidungs- und Prüfkriterien genannt, anhand derer erst entschieden wird, ob man Fernunterrichtsbausteine konkret einsetzen würde oder nicht.

Diese Kriterien können gegliedert werden in

- Bedarf und Themenangebot
- Didaktische Kriterien
- formale Kriterien (Dauer der Fortbildung, Abschluß, Prüfung, Zertifikat)

**\* Zu den Themen/Inhalten:**

Inhaltlich wäre für die Weiterbildungsverantwortlichen ein Einsatz von Fernstudienmaterialien im gesamten Spektrum der betrieblichen Bildungsarbeit denkbar.

Konkret genannt wurden im Workshop z.B. Betriebswirtschaftslehre, Führungswissen, bzw. die Vermittlung von Fachwissen (z.B. Betriebswirtschaftswissen) für AHS-Maturanten, auch in Form der Erstellung eines "Collegs" (entsprechend einem Abiturientenkurs) für AHS-Maturanten vor Arbeitsaufnahme in einem Unternehmen.

Entscheidend ist, ob es zum jeweiligen Bedarf des Unternehmens ein Angebot (der Fernuniversität, oder auch anderer Weiterbildungsanbieter) gibt.

**\* Zur Didaktik:**

Es sollen nicht nur Lehrbriefe ("Lernen vom Papier") angeboten werden, sondern auch Praktika und Präsenzphasen. Insbesondere sollten auch neue Medien, wie z.B. Videocassetten, Computer Assisted Training, Computer Based Training, Audiocassetten für Verkäufer eingesetzt werden, um befürchtete Nachteile der Vermittlungsform (siehe oben) nicht eintreten zu lassen.

**\* Zur Frage von Zertifikaten/Prüfungen:**

Ein Zertifikat ist für den Betrieb an sich nicht interessant, eher für die Teilnehmer, gibt aber eine Art "Teilgarantie": Es bestätigt, daß der Teilnehmer die im Programm beschriebenen Inhalte bearbeitet und Wissen erworben hat.

**\* Zur Frage der Dauer von Veranstaltungen:**

Die Möglichkeit zur individuellen Steuerung der Lernzeit wird als Vorteil angesehen. Ein Nachteil besteht jedoch darin, daß der FU-Teilnehmer "jeden Abend über seinen Büchern sitzt". Dies kann sowohl die Familie als auch die Arbeitsleistung belasten.

Präferiert wird ein modularer Aufbau der einzelnen Blöcke/Bausteine. Die einzelnen Blöcke sollen möglichst kurz sein. Nach max. einem Jahr (2 Semestern) sollte ein "vernünftiger Zwischenabschluß" erreicht werden können.

Zum Zeitaufwand: "Man kann z.B. dieselbe Belastung wie bei einem Werkmeister verlangen, der 2 Jahre lang 3 Abende die Woche die Schulbank drückt".

**5.8. Maßnahmen zur Verbesserung der Kommunikation zwischen Fernuniversität und Unternehmen**

Zu diesem Thema wurde ein brainstorming mit den Weiterbildungsverantwortlichen durchgeführt.

**Brainstorming der Unternehmensvertreter:  
"Wie kann die Kommunikation zwischen  
Fernuniversität und Unternehmen verbessert werden?"**

- Mehr Info über das Angebot, die gesamte Palette
- Programme in Betriebe zusenden
- Mehr Info über Abläufe: Was muß ein Interessent machen, wie inskribiert man?
- Demo-Material: z.B. eine Demo-Diskette, ein Spot, ein Testfragebogen, ein Lehrbrief, eine Videocassette über die FU usw. Diese sollen für Präsentationen und Vorstellungen eingesetzt werden.
- Einbeziehung von Studenten bzw. Absolventen mit Erfahrungsberichten
- Weitergabe von Teilnehmerlisten als Referenzadressen, Kurzbeschreibungen fertiger Absolventen
- Erfahrungsberichte von Unternehmen
- Präsentationen im Unternehmen
- Informationen an Betriebsräte
- Präsentationen vor Betriebsräten, von Ausbilderkreisen, vor Personalistenkreisen (z.B. ÖPZW-Akademien)
- Brainstormings mit Ausbildungsleuten
- Spezialinformationen über FU-Angebot für Personalleiter usw.
- Informationen über Möglichkeiten öffentlicher Förderungen: Was ist möglich, wie stellt sich die AMV dazu (entsprechende Vorstöße unternehmen)
- Gütesiegel für Kurse entwickeln
- Prüfer aus Betrieben (als Beisitzer) zuziehen
- "Direktoren als Prüfer" - motivierend für beide Seiten
- Entwicklung von Gemeinschaftsprojekten zwischen FU und mehreren Unternehmen
- Individuelle Beratung durch die FU für den Ausbildungsman, Entwicklung maßgeschneiderter Kurse
- Kostproben, Schnuppermöglichkeit (z.B. erste 3 Lehrbriefe) zu einer ermäßigten Teilgebühr
- Kontinuierlich Werbung
- mehr Werbung betreiben
- Standpunkte sowohl der Vollzeituni als auch der Fernuni herausarbeiten lassen
- Diskussionen zwischen Professoren von Universitäten und Vertretern der Fernuniversität
- Minister einladen
- innerbetriebliche Weitergabe der Aufgaben und Lösungen, damit auch Möglichkeit für Zwischenkontrollen
- zusätzliche betriebsinterne Wochenendseminare
- Verzahnung mittels betrieblicher Präsenzphasen, insb. in Sprachkursen
- Datenbanken auch mit FU-Angebot
- Folder und Handreichungen



Die Gewichtung dieser Vorschläge durch die Teilnehmer erbrachte folgenden Katalog der Möglichkeiten zur Verbesserung der Kommunikation zwischen Unternehmen und Fernuniversität:

**\* Information an Unternehmen:**

- kontinuierlich und mehr Informationen an Aus- und Weiterbildner, Personalleiter, Betriebsräte
- speziell auf betriebliche Bildungsarbeit zugeschnittene Informationen
- neue Medien nutzen (z.B. Videocassetten)

**\* Präsentationen:**

- der FU und ihrer Angebote vor Aus- und Weiterbildnern, Personalleitern und Betriebsräten
- individuell bzw. in einschlägigen Gremien, Arbeitskreisen, Kongressen usw.

**\* Nachschlagewerk:**

- Übersicht über das FU-Angebot
- Aufnahme in eine gemeinsame österreichweite Datenbank der Weiterbildungsangebote

**\* Gemeinschaftsprojekte:**

- zwischen FU und mehreren Unternehmen/Weiterbildungsträgern entwickeln und einsetzen.

**5.9. Zwischenzusammenfassung:**

Am ibw wurde ein Workshop mit Personal- und Weiterbildungsverantwortlichen zum Thema der Integration von Fernstudien in die betriebliche Bildungsarbeit durchgeführt.

Auch hier zeigte sich als erstes Hauptproblem wieder das Informationsdefizit der Unternehmen über Fernstudienangebote im allgemeinen und die Fernuniversität im besonderen.

Als Strategie des Bildungsmarketing wurde empfohlen, ähnlich der Vorgangsweise anderer Weiterbildungsanbieter in einem ersten Schritt den Bedarf der Unternehmen zu erheben, dann

darauf aufbauend geeignete Produkte zu entwickeln (z.B. neue Lehrgänge entwickeln, aus bereits vorhandenen Bausteinen zusammenstellen bzw. überarbeiten) und erst dann in einem dritten Schritt diese Angebote in den Unternehmen stärker bekanntzumachen. Es sollten also nicht einfach bestehende Programme vermarktet werden.

Bei der Nachfrage nach Fernstudienangeboten wurde zwischen Vollstudium und Studium einzelner Lehrgänge (Gaststudium) unterschieden. Bezüglich einer Mitarbeiterentwicklung durch Förderung eines Studiums an der Fernuniversität besteht an sich kein Bedarf: Dieser kann über den Arbeitsmarkt gedeckt werden, außerdem wäre eine Personalbedarfsplanung über 6 bis 8 Jahre unrealistisch. Planen kann man erst, wenn der Mitarbeiter bereits relativ kurz vor seinem Studienabschluß steht.

Ein Mitarbeiter, der ein Studium absolviert, hat einen gewissen "Bonus" gegenüber einem Bewerber von außen, jedoch können auch Probleme (Altersstruktur, Arbeitsplatz usw.) auftreten. Ein Problem wird auch in der erheblichen zeitlichen Belastung des Mitarbeiters durch das Studium gesehen.

Bezüglich Weiterbildung der Mitarbeiter durch Bearbeitung einzelner Lehrgänge als Gasthörer war grundsätzlich Interesse seitens der Unternehmen festzustellen. Allerdings steht in diesem Fall die Fernuniversität in Konkurrenz zu anderen Anbietern von Fernunterricht, vor allem aber auch zu den bekannten Seminaranbietern. Seitens der Unternehmen wurde eine Reihe von Entscheidungs- und Prüfkriterien genannt, anhand derer erst entschieden wird, ob man Fernunterrichtsbausteine konkret einsetzen würde oder nicht (vgl. dazu Anhang 3). Diese Kriterien können grob gegliedert werden in

- Bedarf und Themenangebot
- Didaktische Kriterien
- formale Kriterien (Dauer der Fortbildung, Abschluß, Prüfung, Zertifikat)

Inhaltlich wäre für die Weiterbildungsverantwortlichen ein Einsatz von Fernstudienmaterialien im gesamten Spektrum der betrieblichen Bildungsarbeit denkbar. Genannt wurden z.B. Betriebswirtschaftslehre, Führungswissen, Fachwissen für AHS-Maturanten usw.

Von der didaktischen Seite her wird Wert darauf gelegt, daß nicht nur Lehrbriefe ("Lernen vom Papier") angeboten werden, sondern auch Praktika und Präsenzphasen und daß auch neue Medien, wie z.B. Videocassetten, Computergestütztes Training, Audiocassetten usw. eingesetzt werden.

Zertifikate und Prüfungen sind für die Unternehmen als eine Art "Teilgarantie" für die Teilnahme und den Lernerfolg des Teilnehmers interessant.

Präferiert wird ein modularer Aufbau der einzelnen Blöcke/Bausteine. Die einzelnen Lehrgänge sollen möglichst kurz sein, sodaß nach max. einem Jahr ein "Zwischenabschluß" erreicht werden kann.

Zur Verbesserung der Kommunikation zwischen Unternehmen und Fernuniversität wurden folgende Vorschläge präferiert: Information der Unternehmen (unternehmensbezogene Informationsmaterialien, Videocassetten, persönliche Information an Personal- und Bildungsleiter und Betriebsräte), Präsentationen des Angebots vor einschlägigen Fachkreisen, Erstellung einer Übersicht über das Fernunterrichtsangebot und Durchführung von Gemeinschaftsprojekten (gemeinsame Entwicklung und Durchführung von Pilotkursen durch Studienzentren und Unternehmen).

## 6. ERGEBNISSE DER SCHRIFTLICHEN UNTERNEHMENSBEFRAGUNG

Als abschließender Teil des Forschungsprojektes wurden die 2100 größten Unternehmen Österreichs schriftlich befragt, um einen Anhaltspunkt über das Ausmaß der Verbreitung von Fernstudium und -unterricht im Rahmen der betrieblichen Bildungsarbeit zu gewinnen. Ein weiteres Ziel der Erhebung war die Abschätzung der Bedarfslage seitens der Unternehmen, um Hinweise für Programmgestaltung und Bildungsmarketing der Studienzentren zu gewinnen.

Der Fragebogen (siehe Anhang) umfaßte insgesamt 14 Fragen (offen bzw. multiple-choice), die sich u.a. auf die Kenntnis von Fernstudienangeboten, die Einstellung zu Fernstudium, sowie inhaltliche und organisatorische Gestaltungswünsche bezogen.

### 6.1. Zielgruppe und Rücklauf:

Der Versand der Fragebögen erfolgte mit einem Begleitschreiben aufgrund des Adressenverzeichnisses "Die 10.000 größten Unternehmen Österreichs" (D&B und Schimmelpfeng Verlag, Wien 1987) an Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitern.

Es erfolgte eine Vollerhebung bei den Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern, bei den Unternehmen mit 100 bis 500 Mitarbeitern wurden mehr als drei Viertel angeschrieben.

Die Aussendung der 2124 Fragebögen erfolgte im Februar 1989. Bis Ende März 1989 antworteten 129 Unternehmen mit insgesamt ca. 90.000 Beschäftigten (weitere 10 Fragebögen trafen nach der EDV-Auswertung ein und konnten in dieser nicht mehr berücksichtigt werden).

Die Verteilung des Rücklaufes selbst kann bereits als erster Indikator für das Interesse an dieser Spezialform von Weiterbildung angesehen werden: Die höchste Rücklaufquote wurde bei Großunternehmen (Tab. 1) des Industriebereiches (Tab. 2,3) erzielt. Nach Bundesländern zeigten sich keine Unterschiede im Rücksendeverhalten (Tab. 4).

**Tabelle 1:**  
**Aussendung und Rücklauf nach Unternehmensgröße**

| Anzahl der<br>Mitarbeiter | ausgesandte<br>Fragebögen | Rücklauf<br>abs. in % |      |
|---------------------------|---------------------------|-----------------------|------|
| 101 - 250                 | 1304                      | 64                    | 5 %  |
| 251 - 500                 | 439                       | 29                    | 7 %  |
| 501 - 750                 | 129                       | 5                     | 4 %  |
| 751 - 1000                | 72                        | 9                     | 13 % |
| über 1000 (*)             | 180                       | 18                    | 10 % |
| Insgesamt                 | 2124                      | 129                   | 6 %  |

Q.: ibw-Erhebung 1989, insg. 129 Unternehmen  
b(\*): davon ein Großunternehmen mit  
20.000 Mitarbeitern

**Tabelle 2:**  
**Antwortende Unternehmen nach Sektionen**

| Sektion            | Anzahl | in % |
|--------------------|--------|------|
| Industrie          | 78     | 60 % |
| Gewerbe            | 28     | 22 % |
| Handel             | 22     | 17 % |
| Bank, Versicherung | 9      | 7 %  |
| Fremdenverkehr     | 3      | 2 %  |
| Verkehr            | 5      | 4 %  |
| Andere             | 2      | 2 %  |

Q.: ibw-Erhebung 1989, insgesamt 129 Unternehmen (tw. Doppelnennungen Industrie-Produzierendes Gewerbe); bei der Aussendung konnte nicht nach Sektionen differenziert werden

**Tabelle 3:**  
**Antwortende Unternehmen nach Branchen**

| Branchen              | Anzahl | in %    |
|-----------------------|--------|---------|
| Energieversorgung     | 2      | 1.6 %   |
| Nahrungsmittel        | 8      | 6.3 %   |
| Leder                 | 10     | 7.9 %   |
| Papier                | 9      | 7.1 %   |
| Chemie                | 6      | 4.8 %   |
| Metalle               | 16     | 12.7 %  |
| Maschinenerzeugung    | 15     | 11.9 %  |
| Elektrotechnik        | 9      | 7.1 %   |
| Bau                   | 8      | 6.3 %   |
| Dienstleistungen      | 18     | 14.3 %  |
| Sonstige Gewerbe      | 18     | 14.3 %  |
| Sonstige Industrie    | 7      | 5.6 %   |
| Unternehmen insgesamt | 126    | 100.0 % |

Q.: ibw-Erhebung 1989, insgesamt 126 Unternehmen

**Tab. 4: Aussendung und Rücklauf nach Bundesland**

| Bundesland       | ausgesandte<br>Fragebögen | Rücklauf<br>abs. | in % |
|------------------|---------------------------|------------------|------|
| Wien             | 708                       | 37               | 5 %  |
| Niederösterreich | 250                       | 15               | 6 %  |
| Oberösterreich   | 411                       | 23               | 6 %  |
| Salzburg         | 175                       | 9                | 5 %  |
| Tirol            | 127                       | 9                | 7 %  |
| Vorarlberg       | 107                       | 8                | 7 %  |
| Burgenland       | 26                        | 2                | 8 %  |
| Steiermark       | 222                       | 10               | 5 %  |
| Kärnten          | 98                        | 9                | 9 %  |
| Insgesamt        | 2124                      | 122              | 6 %  |

Q.: ibw-Erhebung 1989, insgesamt 129 Unternehmen

Es konnte insgesamt eine Rücklaufquote von ca. 6 % erzielt werden. Diese Quote ist niedriger als bei früheren Unternehmensbefragungen des ibw zum Thema der betrieblichen Bildungsarbeit. Dieser geringere Rücklauf ist vor allem auf das sehr spezialisierte Befragungsthema zurückzuführen. Die Erhebung selbst zeigte, daß Fernstudien in österreichischen Unternehmen noch nicht allzu verbreitet eingesetzt werden und daß auch wenig Information darüber vorhanden ist. Dies hat sicherlich auch die Motivation zur Beantwortung des Fragebogens beeinflusst. Eine Reihe von Gesprächen, die wäh-

rend des Projektes mit Personal- und Weiterbildungsverantwortlichen geführt wurden, zeigte, daß angenommen werden kann, daß die nichtantwortenden Unternehmen Fernstudien i.w.S. in ihrer betrieblichen Weiterbildung kaum oder nicht einsetzen. Dasselbe dürfte auch für die nicht befragten Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern zutreffen. Es kann also davon ausgegangen werden, daß der Rücklauf einen Großteil der überhaupt dzt. an Fernstudien i.w.S. interessierten Unternehmen umfaßt.

## 6.2. Grenzen der Aussagekraft

Es wurde (mit Ausnahme des Fernstudenten-Workshops) im Zuge dieses Projektes der von Unternehmen geplante Einsatz von Fernstudien bzw. eine vom Unternehmen selbst initiierte Teilnahme von Mitarbeitern an externen Fernstudienlehrgängen untersucht.

Nicht erfaßt ist die von Mitarbeitern privat initiierte Teilnahme an Fernlehrgängen.

Es ist zu berücksichtigen, daß - wie auch deutsche Erhebungen zeigen - gerade beim Fernstudium die Weiterbildungsinitiative weitaus am häufigsten vom Teilnehmer selbst ausgeht und daß die Teilnehmer in den meisten Fällen dies in ihrer Firma nicht bekanntgeben.

Eine Befragung österreichischer Fernstudenten selbst steht noch aus. Einen ersten Hinweis bietet der Mikrozensus 1982 "Berufliche Fortbildung und Umschulung": 2.900 Personen (d.s. weniger als 1 % der Weiterbildungsteilnehmer), haben sich 1981/82 an einem Fernlehrinstitut weitergebildet, davon 2.100 Männer und über 80 % auf eigene Kosten. (ÖStZ 1985, S. 179f. - siehe Anhang).

Weiters muß bei der Interpretation der im folgenden dargestellten Ergebnisse auch berücksichtigt werden, daß der Begriff "Fernstudien" von den Befragten sehr undifferenziert verwendet wird. Eine Unterteilung in "akademisches Fernstudium" (an der Fernuniversität Hagen) und in "Fernunter-

richtslehrgänge" wie in der Bundesrepublik Deutschland wird in Österreich überhaupt nicht getroffen. Es wird auch nicht zwischen Fernunterricht (im Sinne des deutschen Fernunterrichtsschutzgesetzes) und dem Einsatz von Selbstlernmaterialien unterschieden. Auch hier ist als wichtigster Grund der nur geringe Informationsstand der Weiterbildungsverantwortlichen und die geringe Verbreitung von Fernstudium i.w.S. in den Unternehmen zu sehen.

Im folgenden werden die Ergebnisse der Fragebogenerhebung kurz dargestellt und kommentiert.

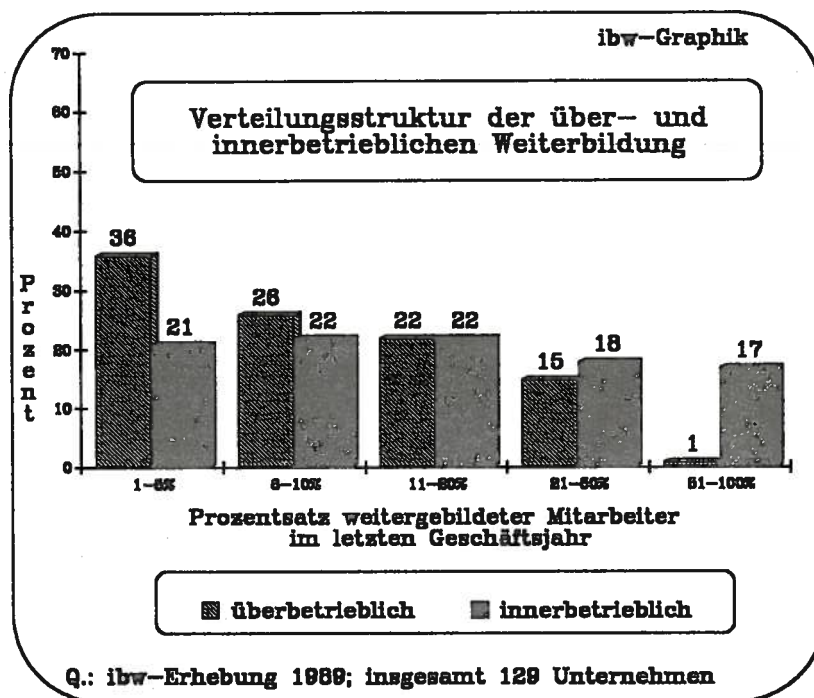
### **6.3. Anteil der weitergebildeten Mitarbeiter**

Die Frage nach dem Anteil der im letzten Geschäftsjahr weitergebildeten Mitarbeiter erbrachte erwartungsgemäß eine große Streuung bei den Antworten, was nicht zuletzt auf die Unternehmensgröße und eine unterschiedliche Struktur der Ausbildungsniveaus der Mitarbeiter zurückzuführen ist: So lag z.B. der durchschnittliche Anteil an Akademikern/Maturanten bei ca. 14 %, allerdings bei einer Spannbreite von 1 bis 80 % (Medianwert 10 %).

Praktisch alle antwortenden Unternehmen haben in irgendeiner Form im letzten Geschäftsjahr inner- bzw. überbetriebliche Weiterbildung durchgeführt.

Tendenziell werden mehr Mitarbeiter pro Jahr firmenintern als extern weitergebildet: An überbetrieblichen Weiterbildungsmaßnahmen (Kurse, Lehrgänge bei überbetrieblichen Weiterbildungsträgern usw.) haben im letzten Geschäftsjahr durchschnittlich 13 % der Mitarbeiter teilgenommen, bei den innerbetrieblich abgehaltenen Weiterbildungsmaßnahmen (firmeninterne Seminare, Workshops) waren es im Durchschnitt 26 % (Graphik 1, nächste Seite).





Diese Ergebnisse stimmen mit einer Ende 1988 bei denselben Unternehmen durchgeführten ibw-Erhebung zum Thema Weiterbildungskosten überein, in der dieselbe Frage gestellt wurde. Es ist natürlich zu berücksichtigen, daß die Teilnahmequote je nach Hierarchieebene unterschiedlich groß ist (siehe KAILER 1989b).

#### 6.4. "Nähe zu Weiterbildungsinstituten":

Das Ergebnis der Frage "Gibt es in der Nähe Ihres Unternehmens ein Weiterbildungsinstitut, mit dem Sie bereits zusammenarbeiten bzw. das als Kooperationspartner für die Weiterbildung in Frage käme" ist weniger als örtliche denn als "psychologische Nähe" zu interpretieren.

71 % der Unternehmen (n = 123) bejahten diese Frage. Interessant ist der Aspekt, daß dieser Prozentsatz z.B. bei den Wiener Unternehmen mit 59 % (n = 39) deutlich niedriger lag.

Tendenziell steigt die Zustimmungsrage mit der Unternehmensgröße (siehe Tab. 5):

**Tabelle 5:**  
**"Weiterbildungsträger in der Nähe?" nach Unternehmensgröße**

| Mitarbeiterzahl  | Zustimmungsrate |          |
|------------------|-----------------|----------|
| von 100 bis 250  | 60 %            | (n = 63) |
| von 252 bis 500  | 90 %            | (n = 28) |
| von 501 bis 1000 | 69 %            | (n = 13) |
| über 1000        | 79 %            | (n = 19) |

Q.: ibw-Erhebung 1989, 123 Unternehmen

#### 6.5. Kenntnis von Anbietern von Fernstudien:

Nur 52 Unternehmen, d.s. 42 % aller Antworten, gaben an, Fernstudienanbieter zu kennen.

Am häufigsten kennen Mittelbetriebe zwischen 250 und 1000 Mitarbeitern Fernstudienanbieter (Tab. 6).

**Tabelle 6:**  
**Kenntnis von Fernstudienanbietern nach Unternehmensgröße**

| Mitarbeiterzahl | Unt.mit Kenntnis von Fernstudienanbietern |      |
|-----------------|-------------------------------------------|------|
|                 | abs.                                      | in % |
| 100 bis 250     | 23                                        | 37 % |
| 251 bis 500     | 15                                        | 56 % |
| 501 bis 1000    | 7                                         | 50 % |
| mehr            | 7                                         | 35 % |

Q.: ibw-Erhebung 1989, insgesamt 124 Unternehmen

Die Zusatzfrage nach der konkreten Nennung von Fernstudienanbietern beantworteten 50 Unternehmen mit insgesamt 64 Nennungen (Tab. 7).

Tabelle 7:  
Von Unternehmen genannte Fernstudienanbieter

| Fernlehrinstitut                            | Anzahl der Nennungen |
|---------------------------------------------|----------------------|
| HFL                                         | 19                   |
| FU Hagen, Studienzentren                    | 10                   |
| Andere Träger                               | 8                    |
| Dr. Roland                                  | 5                    |
| BFI                                         | 4                    |
| SPIDI, Lingotec                             | 4                    |
| Schulverein Papierindustrie,<br>Steyrermühl | 3                    |

Q.: ibw-Erhebung 1989, 50 antwortende Unternehmen  
(Mehrfachnennungen)

Diese Ergebnisse zeigen einen recht geringen Informationsstand. Ausländische Anbieter wurden praktisch nicht genannt, es gab auch unzutreffende oder sehr allgemeine Angaben ("Uni").

#### 6.6. Einstellung zu Fernstudien:

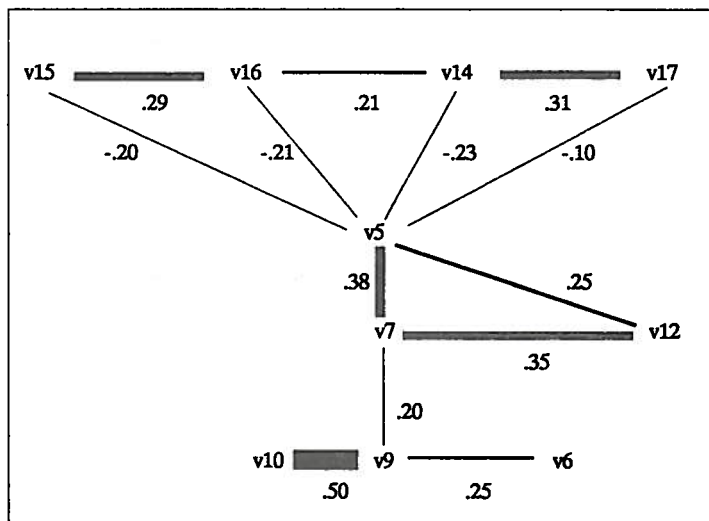
Um einige weitere Anhaltspunkte zur Einstellung der Weiterbildungsverantwortlichen der Unternehmen betreffend den Einsatz von Fernstudien in der betrieblichen Weiterbildung zu gewinnen, wurden insgesamt 8 Skalenfragen zu verschiedenen, in Expertengesprächen und der Literatur häufig genannten Vor- und Nachteilen von Fernstudium und Fernunterricht im Vergleich zu inner- und überbetrieblichen Präsenzveranstaltungen gestellt (Tab. 8).

Tabelle 8:  
Einstellung der Unternehmen zu Fernstudien (Durchschnittsprofile)

|                                                                                                             | nach Unternehmensgrösse |      |         |      |      | nach Sektoren: |         |        |      | Interne weitergeb. Mitarbeiter p.a. |      | Interesse an Fernstudien |      | Bereits Einsatz von Fernstudien |      | Gesamt-schnitt |      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------|---------|------|------|----------------|---------|--------|------|-------------------------------------|------|--------------------------|------|---------------------------------|------|----------------|------|
|                                                                                                             | 1-250                   |      | 251-500 |      | >500 | Industrie      | Gewerbe | Handel | GKV  | andere                              | <15% | >15%                     | JA   | NEIN                            | JA   |                | NEIN |
|                                                                                                             | 2.11                    | 2.07 | 2.18    | 2.15 | 2.23 | 2.10           | 2.00    | 2.22   | 2.21 | 1.94                                | 1.91 | 2.36                     | 1.90 | 2.03                            | 2.12 |                |      |
| Fernstudium ist eine kosten-günstige Art der Weiterbildung                                                  | 1.92                    | 2.29 | 1.76    | 1.95 | 1.91 | 2.05           | 1.89    | 2.00   | 1.88 | 2.08                                | 1.97 | 1.93                     | 1.64 | 2.00                            | 1.96 |                |      |
| nur ganz bestimmte Persönlichkeits-typen bilden sich im Fernstudium weiter                                  | 2.06                    | 1.89 | 2.03    | 2.09 | 2.00 | 1.81           | 2.00    | 2.00   | 2.14 | 1.87                                | 1.96 | 2.12                     | 2.09 | 1.89                            | 2.02 |                |      |
| durch Fernstudium kann man sein Fach-wissen in einem bestimmten Gebiet auf den neuesten Stand bringen       | 2.39                    | 2.46 | 2.30    | 2.49 | 2.68 | 2.04           | 2.33    | 2.22   | 2.47 | 2.19                                | 2.45 | 2.32                     | 2.09 | 2.50                            | 2.38 |                |      |
| Fernstudium fördert das Einzel-kaempferum                                                                   | 2.65                    | 2.75 | 2.91    | 2.76 | 2.73 | 2.57           | 2.56    | 3.00   | 2.79 | 2.75                                | 2.69 | 2.82                     | 2.46 | 2.81                            | 2.74 |                |      |
| Fernstudium ist besonders fuer Unter-nehmen ohne firmeninterne Weiter-bildung geeignet                      | 2.13                    | 2.27 | 2.53    | 2.31 | 2.09 | 1.90           | 2.56    | 2.67   | 2.22 | 2.40                                | 2.36 | 2.17                     | 1.90 | 2.45                            | 2.27 |                |      |
| Fernstudium ist besonders fuer Unter-nehmen geeignet, die keinen Weiter-bildungstraeger in der Naehie haben | 3.27                    | 3.25 | 3.24    | 3.32 | 3.23 | 3.57           | 3.11    | 2.56   | 3.24 | 3.33                                | 3.34 | 3.19                     | 3.36 | 3.29                            | 3.28 |                |      |
| Fernstudium ist nur fuer Mitarbeiter mit Studium oder Matura                                                | 1.47                    | 1.25 | 1.44    | 1.49 | 1.56 | 1.24           | 1.11    | 1.44   | 1.53 | 1.26                                | 1.34 | 1.48                     | 1.27 | 1.39                            | 1.41 |                |      |
| Fernstudium ermöglicht eine flexible Zeiteinteilung beim Lernen                                             |                         |      |         |      |      |                |         |        |      |                                     |      |                          |      |                                 |      |                |      |
| Unternehmen insgesamt                                                                                       | 64                      | 29   | 36      | 78   | 23   | 22             | 9       | 9      | 58   | 54                                  | 67   | 59                       | 11   | 62                              | 126  |                |      |

Eine Korrelationsanalyse ergab folgende Zusammenhänge zwischen der Beantwortung der einzelnen Fragen (Abb. 1):

Abb. 1: Einstellung zu Fernstudien



**Legende:**

- v5 = Fernstudium ist eine kostengünstige Art der Weiterbildung
- v6 = nur ganz bestimmte Persönlichkeitstypen bilden sich im Fernstudium weiter
- v7 = durch Fernstudium kann man sein Fachwissen in einem bestimmten Gebiet auf den neuesten Stand bringen
- v9 = Fernstudium ist besonders für Unternehmen ohne firmeninterne Weiterbildung geeignet
- v10 = Fernstudium ist besonders für Unternehmen geeignet, die keine Weiterbildungsträger in der Nähe haben
- v12 = Fernstudium ermöglicht eine flexible Zeiteinteilung beim Lernen
- v14 = Bevorzugte Form der Zusammenarbeit mit Fernstudienanbietern: Individuelles Studium einzelner Mitarbeiter zuhause
- v15 = Bevorzugte Form der Zusammenarbeit mit Fernstudienanbietern: eine Gruppe von Mitarbeitern bildet sich mit Lehrbriefen u.a. Materialien zu einem bestimmten Thema weiter und wird durch einen "Tutor/Berater" aus dem Unternehmen planmäßig unterstützt.
- v16 = Bevorzugte Form der Zusammenarbeit mit Fernstudienanbietern: eine Gruppe von Mitarbeitern bildet sich mit Lehrbriefen u.a. zu einem bestimmten Thema weiter, wobei zusätzliche Seminare, Praktika o.ä. im Unternehmen bzw. beim Fernstudienanbieter abgehalten werden
- v17 = Einsatz einzelner Fernlehrbriefe als Unterlage in der betrieblichen Weiterbildung

Q.: ibw-Erhebung 1989, insgesamt 129 Unternehmen. Dargestellt ist der Rangkorrelationskoeffizient nach Spearman  $r(s)$  (nur Werte über .19, absolute Werte).

Unternehmen, die Fernstudien für kostengünstig halten, sind auch der Ansicht, daß man durch Fernstudien sein Wissen auf aktuellen Stand bringen und in flexibler Zeiteinteilung lernen kann. Diese Antworten beziehen sich darauf, daß Fernstudium als (zusätzliche) neue Lernform mit spezifischen Vorteilen gesehen wird.

Unternehmen, die der Ansicht sind, daß Fernstudium vor allem für Unternehmen ohne Weiterbildungsträger in der Nähe geeignet ist, sind derselben Meinung auch bezüglich des Ersatzes innerbetrieblicher Weiterbildung durch Fernstudium. In diesen Antworten wird Fernstudium als Ersatz für andere Lernformen gesehen. Allerdings werden hier doch gewisse Grenzen gesehen: Etwas schwächer hängt damit auch die Ansicht zusammen, daß Fernstudium nur für bestimmte Persönlichkeitstypen eingesetzt werden kann und deshalb nicht für die gesamte Belegschaft geeignet ist.

Überlegungen bzgl. der didaktischen Gestaltung des Fernstudieneinsatzes hängen vor allem mit dem Kostenaspekt zusammen. Auch hier lassen sich zwei Tendenzen erkennen: Unternehmen, die eine kostengünstige Variante wünschen, bevorzugen die Form, daß Mitarbeiter zu Hause studieren, bzw. daß einfach Fernlehrbriefe als Selbststudienmaterial übernommen werden.

Eine zweite Gruppe von Unternehmen (insbes. größere Unternehmen mit Seminaraktivitäten) bevorzugt eine Kombination von Fernstudien (Lehrbriefen) mit tutorieller Betreuung und Präsenzveranstaltungen.

Im folgenden werden die Einschätzungen der Vor- und Nachteile des Einsatzes von Fernstudien durch die Weiterbildungsverantwortlichen detaillierter dargestellt:

\* Einstellung zu Fernstudien nach Unternehmensgröße:

Je kleiner die Unternehmen, desto deutlicher wird der Behauptung zugestimmt, daß Fernstudien besonders für Unter-

nehmen ohne firmeninterne Weiterbildung bzw. ohne Weiterbildungsträger in der Nähe geeignet sind. Größere Unternehmen (mit tendenziell mehr Weiterbildungserfahrung) sind diesbezüglich skeptischer.

Gerade die mittleren Unternehmen zwischen 250 und 500 Mitarbeitern sind tendenziell positiver gegenüber Fernstudien eingestellt als Kleinbetriebe (mit geringer Weiterbildungsaktivität) bzw. Großbetriebe (mit einem ausgebauten Weiterbildungssystem).

Dagegen wird der Auffassung, daß Fernstudien auch für Mitarbeiter ohne Matura/Studium geeignet sind, unabhängig von der Unternehmensgröße zugestimmt.

\* Einstellung zu Fernstudium nach Sektionszugehörigkeit:

Auch nach Sektionen zeigen sich Unterschiede:

Gerade Handelsunternehmen stimmen der Behauptung zu, daß Fernstudium das Einzelkämpfertum fördert. Sie meinen aber auch, daß Fernstudium auch für Mitarbeiter ohne Matura geeignet ist und eine flexible Lerneinteilung ermöglicht sowie auch für Unternehmen ohne Weiterbildungsanbieter in der Nähe geeignet ist. Hier scheinen Erfahrungen mit dem Einsatz fernstudienähnlicher Selbstlernmaterialien (betriebsinterne Skripten) in der betrieblichen Bildungsarbeit eine Rolle zu spielen.

Interessant ist weiters, daß gerade der an sich besonders weiterbildungsintensive Bereich der Banken und Versicherungen (Anm.: allerdings nur 9 Antworten!), der relativ umfangreiche Erfahrungen mit Selbstlern- und Fernstudienmaterialien aufweist (siehe KAILER 1988a), die Vorteile der Kostengünstigkeit und der flexiblen Zeiteinteilung besonders hervorhebt, ebenso aber auch den - negativen - Aspekt der Förderung des Einzelkämpfertums. Banken und Versicherungen widersprechen eher der Behauptung, daß Fernstudium als Ersatz für firmeninterne Weiterbildung dienen kann bzw. besonders für Unternehmen ohne Weiterbildungsträger in der Nähe geeignet ist. Dies ist wahrscheinlich auf die auch in den Firmeninterviews geäußerte Ansicht zurückzuführen, daß Fernstudium "Einzelkämpferlernen" sei, d.h. daß diese Lernform

nur gemeinsam mit Präsenzveranstaltungen eingesetzt werden könnte.

\* Einstellung zu Fernstudien nach Intensität der firmen-internen Weiterbildung:

Deutliche Unterschiede in der Einschätzung von Fernstudien zeigen sich bei einem Vergleich von Unternehmen mit hoher bzw. geringer firmeninterner Weiterbildungsaktivität: Je intensiver innerbetriebliche Weiterbildung betrieben wird, desto positiver ist tendenziell die Einstellung zu (ergänzend eingesetzten) Fernstudien; aber es wird auch die Meinung vertreten, daß Fernstudien nicht andere Formen interner Weiterbildung quasi ersetzen kann. D.h. also, es wird eher an den zusätzlichen Einsatz von Fernstudien gedacht.

\* Einstellung zu Fernstudien nach dem Interesse am Einsatz von Fernstudien-Lehrgängen:

Unternehmen, die am Einsatz von Fernstudien interessiert sind, haben diesen gegenüber eine tendenziell positivere Einstellung, jedoch zeigen sich auch bei ihnen die o.a. Vorbehalte.

\* Einstellung von Unternehmen, die bereits Fernstudienlehrgänge einsetzen:

Diese Tendenz zeigt sich bei Unternehmen, welche bereits Erfahrungen mit Fernstudienlehrgängen haben, noch deutlicher (Tab. 9):



Tabelle 9:  
Einstellung gegenüber Fernstudien

| Statement                                                                                                      | Unternehmen<br>mit      ohne<br>FLG    FLG<br>(Mittelwerte) |      | Mittel-<br>wert-<br>diffe-<br>renz |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|------|------------------------------------|
| Fernstudium ist besonders für Unter-<br>nehmen geeignet, die keine Weiter-<br>bildungsträger in der Nähe haben | 1.90                                                        | 2.45 | .55                                |
| Fernstudium fördert das Einzel-<br>kämpfertum                                                                  | 2.09                                                        | 2.50 | .41                                |
| nur ganz bestimmte Persönlichkeitstypen<br>bilden sich im Fernstudium weiter                                   | 1.64                                                        | 2.00 | .36                                |
| Fernstudium ist besonders für Unter-<br>nehmen ohne firmeninterne<br>Weiterbildung geeignet                    | 2.46                                                        | 2.81 | .35                                |
| durch Fernstudium kann man sein<br>Fachwissen in einem bestimmten<br>Gebiet auf den neuesten Stand<br>bringen  | 2.09                                                        | 1.89 | .20                                |
| Fernstudium ist eine kostengünstige Art<br>der Weiterbildung                                                   | 1.90                                                        | 2.03 | .13                                |
| Fernstudium ermöglicht eine flexible<br>Zeiteinteilung beim Lernen                                             | 1.27                                                        | 1.39 | .12                                |
| Fernstudium eignet sich nur für Mit-<br>arbeiter mit Studium oder Matura                                       | 3.36                                                        | 3.29 | .07                                |

Q: ibw-Erhebung 1989, insgesamt 129 Unternehmen, hier 62 ohne und 11 Unternehmen mit Einsatz von Fernstudien, Skala: 1 = stimmt voll, 4 = stimmt überhaupt nicht

Unternehmen mit Erfahrung mit Fernstudienlehrgängen betonen deutlich stärker als Unternehmen ohne diesbezügliche Erfahrungen, daß nur bestimmte Persönlichkeitstypen sich im Fernstudium weiterbilden und daß das Fernstudium das Einzelkämpfertum fördert. Sie stimmen aber auch eher der Ansicht zu, daß Fernstudien auch für Mitarbeiter ohne Matura/Studium geeignet sind, daß sie kostengünstig sind und eine flexible Zeiteinteilung ermöglichen. Besonders deutlich betonen aber Unternehmen mit Fernstudienenerfahrung, daß diese besonders für Unternehmen ohne interne Weiterbildung bzw. ohne Weiterbildungsträger in der Nähe besonders geeignet sind.

Erst im praktischen Einsatz dieser Lernform werden bestimmte Nachteile und Grenzen von Fernstudien erfahren, aber auch Vorteile werden deutlicher wahrgenommen: Unternehmen mit Fernstudienerfahrung heben sowohl Vor- als auch Nachteile des Einsatzes von Fernstudien deutlicher hervor als andere Firmen ohne diese Erfahrung.

#### 6.7. Interesse der Unternehmen am Einsatz von Fernstudienlehrgängen im Unternehmen:

Über die Hälfte der antwortenden Unternehmen (67 Unternehmen, d.s. 53 %) zeigte global Interesse am Einsatz von Fernstudienlehrgängen i.w.S.

Dieses Interesse steigt mit der Unternehmensgröße (Tab. 10):

Tabelle 10:  
Interesse an Fernstudienlehrgängen nach Unternehmensgröße

| Unternehmensgröße            | Interesse an Fernstudien |
|------------------------------|--------------------------|
| bis 250 Mitarbeiter          | 49 % (n = 67)            |
| von 251 bis 500 Mitarbeiter  | 54 % (n = 28)            |
| von 501 bis 1000 Mitarbeiter | 43 % (n = 14)            |
| mit mehr Mitarbeitern        | 65 % (n = 20)            |

Q.: ibw-Erhebung 1989, insgesamt 126 Unternehmen, davon 67 an Fernstudien interessiert

Nach Wirtschaftsbereichen aufgegliedert zeigt sich, daß das Interesse bei Handels- und Industriebetrieben überdurchschnittlich hoch, bei den insgesamt weiterbildungsintensiven Banken und Versicherungen dagegen relativ niedrig ist (Tab. 11). Dies stimmt auch mit dem Ergebnis überein, daß mit steigendem Akademikeranteil das Interesse am Einsatz von Fernstudien eher abnimmt.

**Tabelle 11:**  
**Unternehmen mit Interesse an Fernstudien nach Sektionen**

| Sektion            | Anzahl<br>insgesamt | davon mit<br>Interesse | Interesse<br>in % |
|--------------------|---------------------|------------------------|-------------------|
| Industrie          | 78                  | 42                     | 54 %              |
| Gewerbe            | 23                  | 11                     | 48 %              |
| Handel             | 22                  | 14                     | 64 %              |
| Bank, Versicherung | 9                   | 3                      | 33 %              |
| Sonstige           | 11                  | 3                      | 27 %              |

Q.: ibw-Erhebung 1989, insgesamt 129 Unternehmen  
(tw. Doppelnennungen)

Das höchste Interesse am (zukünftigen) Einbau von Fernlehrprogrammen weisen Unternehmen des Bereiches Elektrotechnik, energiever sorgende Unternehmen sowie Betriebe der Bereiche Chemie und Papier auf. Deutlich am geringsten ist das Interesse im Bauwesen und bei den Dienstleistungen (inkl. Banken und Versicherungen) (Tab. 12).

**Tabelle 12:**  
**Unternehmen mit Interesse an Fernstudien nach Branchen**

| Branche            | Anzahl<br>insgesamt | Anzahl<br>mit Interesse | Interesse<br>in % |
|--------------------|---------------------|-------------------------|-------------------|
| Energieversorgung  | 2                   | 2                       | 100 %             |
| Nahrungsmittel     | 8                   | 4                       | 50 %              |
| Leder              | 10                  | 4                       | 40 %              |
| Papier             | 9                   | 6                       | 67 %              |
| Chemie             | 6                   | 5                       | 83 %              |
| Metalle            | 16                  | 8                       | 50 %              |
| Maschinenerzeugung | 15                  | 7                       | 47 %              |
| Elektrotechnik     | 9                   | 9                       | 100 %             |
| Bau                | 8                   | 3                       | 38 %              |
| Dienstleistungen   | 18                  | 5                       | 28 %              |
| Sonstige Gewerbe   | 18                  | 9                       | 50 %              |
| Sonstige Industrie | 7                   | 4                       | 57 %              |
| ohne Angabe        | 3                   | 1                       | 33 %              |

Q.: ibw-Erhebung 1989, insgesamt 126 Unternehmen mit Branchenangabe

## 6.8. Bevorzugte Kooperationsformen zwischen Fernstudienanbietern und Unternehmen

Die an Fernstudien interessierten Unternehmen bevorzugen die Kombination von Lehrbriefen mit Präsenzveranstaltungen bzw. das Selbststudium der Mitarbeiter zu Hause. Mit steigender Unternehmensgröße werden aber Kombinationen mit Seminaren und Praktika bzw. der Tutoreneinsatz deutlich bevorzugt.

Tabelle 13:  
Bevorzugte Formen der Kooperation mit Fernstudienanbietern

| Kooperationsform                                                                                                                                                                                                            | mit wenig.<br>als 500<br>AN | Unternehmen<br>mit mehr<br>als 500<br>AN | %-<br>Diff. |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|------------------------------------------|-------------|
| eine Gruppe von Mitarbeitern bildet sich mit Lehrbriefen und anderen Materialien zu einem bestimmten Thema weiter, wobei zusätzlich Seminare, Praktika o.ä. im Unternehmen bzw. beim Fernstudienanbieter abgehalten werden. | 46 %                        | 79 %                                     | +33         |
| eine Gruppe von Mitarbeitern bildet sich mit Lehrbriefen und anderen Materialien zu einem bestimmten Thema weiter und wird durch einen "Tutor/Berater" aus dem Unternehmen planmäßig unterstützt                            | 38 %                        | 47 %                                     | +11         |
| Einsatz einzelner Fernlehrbriefe als Unterlage in der betrieblichen Weiterbildung                                                                                                                                           | 29 %                        | 26 %                                     | - 3         |
| Individuelles Studium einzelner Mitarbeiter zuhause                                                                                                                                                                         | 48 %                        | 37 %                                     | -11         |
| Insgesamt                                                                                                                                                                                                                   | 48                          | 19                                       |             |

Q.: ibw-Erhebung 1989, insgesamt 129 Unternehmen, 67 Unternehmen mit Interesse an Fernstudien (Mehrfachnennungen)

## 6.9. Dauer von Fernstudienlehrgängen

Bezüglich der Dauer von Fernstudien-Lehrgängen für Mitarbeiter des Unternehmens votierten die meisten Befragten für eine Dauer von maximal einem Jahr (Tab. 14).

Tabelle 14:  
Gewünschte maximale Dauer von Fernstudien-Lehrgängen

| maximale Dauer<br>des Lehrganges | ..% der Unternehmen |          |           |
|----------------------------------|---------------------|----------|-----------|
|                                  | bis 500             | über 500 | insgesamt |
| max. 3 Monate                    | 15 %                | 14 %     | 15 %      |
| max. 6 Monate                    | 44 %                | 21 %     | 39 %      |
| max. 1 Jahr                      | 26 %                | 64 %     | 36 %      |
| max. 2 Jahre                     | 13 %                | -        | 10 %      |
| länger                           | 2 %                 | -        | 2 %       |
| insgesamt                        | 46                  | 14       | 62        |

Q.: ibw-Erhebung 1989, insgesamt 129 Unternehmen, hier 62 Unternehmen mit Interesse an Fernstudien

Tab. 14 zeigt, daß die kleineren Unternehmen tendenziell kürzere Kurse bevorzugen (60 % bis 6 Monate), während die größeren Unternehmen Kurse bis zu einem Jahr Laufzeit akzeptieren. Als "Näherungswert" wird teilweise auch die Laufzeit von Abendschulen für Berufstätige (z.B. Abend-HTL, Werkmeisterschule) herangezogen (da in Österreich ja im Gegensatz zur BRD praktisch keine überbetrieblichen Fernkurse zur Vorbereitung auf berufsorientierte Prüfungen, wie z.B. den Fachwirt, angeboten werden.).

## 6.10 Von Unternehmen gewünschte Inhalte von Fernstudienlehrgängen

Bei der Frage nach für das Unternehmen "besonders interessanten" Inhalten wurde nach zwei Mitarbeitergruppen differenziert (Tab. 15):

- Mitarbeiter mit Studium oder Matura
- Mitarbeiter mit Lehrabschlußprüfung, Meisterprüfung, Handelsschule usw.

Tabelle 15: Von Unternehmen gewünschte Inhalte der Fernstudienlehrgänge

| a) Wirtschaftswissenschaften                                 | (1) | (2) | (3) | Summe |
|--------------------------------------------------------------|-----|-----|-----|-------|
| Einführung in die DVA und Methodenbanken                     | 8   | 16  | 21  | 45    |
| Unternehmensführung und -kultur                              | 26  | 5   | 11  | 42    |
| Rechnungswesen                                               | 10  | 14  | 15  | 39    |
| Probleme des Marketings                                      | 17  | 4   | 13  | 34    |
| Grundlegende Feststellungen der<br>Industriebetriebslehre    | 8   | 10  | 11  | 29    |
| Finanzierungsinstrumente und Kapitalmark                     | 18  | 4   | 2   | 24    |
| Einführung in die angewandte Statistik                       | 16  | 2   | 6   | 24    |
| Stat. Methoden der Markt- und Meinungs-<br>forschung         | 14  | 3   | 6   | 23    |
| Struktur und Grundprobleme des Bankwesens                    | 11  | 3   | 2   | 16    |
| andere Themen: 1)                                            | 2   | 1   | 5   | 8     |
| b) Informatik, Mathematik, Elektrotechnik                    |     |     |     |       |
| Programmiersprachen                                          | 7   | 11  | 15  | 33    |
| Grundlagen und neuere Anwendungen von<br>Datenbankensystemen | 13  | 3   | 13  | 29    |
| Grundlagen der Elektrotechnik und<br>Elektronik              | 2   | 17  | 10  | 29    |
| Regelungstechnik                                             | 4   | 8   | 10  | 22    |
| Programmierung komplexer Systeme                             | 15  | 2   | 4   | 21    |
| Grundlagen und Technologie moderner<br>Halbleiterschaltungen | 5   | 7   | 6   | 18    |
| Rechnerarchitektur u. Assembler-<br>programmierung           | 13  | 2   | 1   | 16    |
| Mathematik für Ingenieure/Informatiker                       | 12  | 2   | 1   | 15    |
| Nachrichtenübermittlungssysteme                              | 7   | 4   | 4   | 15    |
| Numerische Methoden                                          | 9   | 1   | 1   | 11    |
| Hochfrequenztechnik                                          | 3   | 3   | 3   | 9     |
| andere Themen: 2)                                            | 0   | 0   | 2   | 2     |
| c) andere Bereiche                                           |     |     |     |       |
| Fremdsprachen                                                | 8   | 9   | 26  | 43    |
| Österreichisches Recht                                       | 11  | 7   | 7   | 25    |
| Maschinenbau                                                 | 2   | 10  | 11  | 23    |
| EG-Vorbereitung                                              | 10  | 5   | 7   | 22    |
| Ausländisches Recht                                          | 10  | 2   | 0   | 12    |
| andere Themen: 3)                                            | 0   | 2   | 0   | 2     |

**Erklärungen:**

- (1): nur für Mitarbeiter mit Studium/Matura  
 (2): nur für Mitarbeiter mit Lehrabschluß- oder Meisterprüfung,  
 Handelsschule, usw.  
 (3): sowohl für (1) als auch für (2)

- ad 1): Arbeitsorganisation, Zielsetzungen, Planung,  
 Personalentwicklung, Verkauf;  
 ad 2): Arbeitsvorbereitung, Betriebsabläufe, Bürotechnik, Arbeitsrecht,  
 BWL, Grundwissen Wirtschaft, Steuerwesen, Finanzmathematik;  
 ad 3): Konstruktion, Lufttechnik, Umweltschutz, Energiesparen;  
 (alle jeweils 1x)

Quelle: ibw-Erhebung 1989, insg. 129 Unternehmen; hier 67 Unternehmen  
 mit Interesse an Fernstudien (Mehrfachnennungen)

Insgesamt nannten 67 Unternehmen Inhalte. Am weitaus häufigsten genannt wurden EDV-bezogene Sachthemen, Fremdsprachenvermittlung, Unternehmensführung und -kultur, Einführung in betriebswirtschaftliche Themen bzw. die Elektrotechnik (Tab. 16).

**Tabelle 16:**  
**Von Unternehmen am häufigsten genannte Themen für Fernstudien**

| Themengebiete                                           | Anzahl der Nennungen |
|---------------------------------------------------------|----------------------|
| Einführung in DV und Methodenbanken                     | 45                   |
| Fremdsprachen                                           | 43                   |
| Unternehmensführung und Unternehmenskultur              | 42                   |
| Rechnungswesen                                          | 39                   |
| Probleme des Marketings                                 | 34                   |
| Programmiersprachen                                     | 33                   |
| Grundlagen der Elektrotechnik und Elektronik            | 29                   |
| Grundlagen und neuere Anwendungen von Datenbanksystemen | 29                   |
| Grundlegende Fragestellungen der Industriebetriebslehre | 29                   |

Q.: ibw-Erhebung 1989, insgesamt 67 antwortende Unternehmen (Mehrfachnennungen)

Bei den Nennungen durch die 67 Unternehmen zeigte sich, daß Themen für Mitarbeiter mit Matura/Studium häufiger genannt wurden: 259 Nennungen entfielen auf Mitarbeiter mit Matura/Studium, 153 auf Facharbeiter, Meister und Sachbearbeiter (z.B. mit Handelsschulabschluß). 207 Themennennungen bezogen sich auf beide Gruppen.

Nach den beiden vorgegebenen Mitarbeitergruppen wurde auch inhaltlich differenziert:

Deutlich öfter für Mitarbeiter mit Matura bzw. Studium genannt wurden die Themengebiete Finanzierungsinstrumente und Kapitalmarkt, angewandte Statistik, statistische Methoden der Markt- und Meinungsforschung, Programmierung komplexer Systeme.

Umgekehrt wurden Grundlagen der Elektrotechnik und Elektronik und Maschinenbau deutlich häufiger für Mitarbeiter auf Meister- und Facharbeiterebene genannt.

#### 6.11. Probleme durch die Art der Studienorganisation:

Während - kleinere und private - Fernunterrichtsanbieter bezüglich der organisatorischen Gestaltung ihrer Lehrgänge, was z.B. Versandmodalitäten, Prüfungstermine usw. betrifft, relativ flexibel agieren können, sind bei der Fernuniversität und ihren Studienzentren aufgrund der hohen Studentenzahlen eine Reihe starrer organisatorischer Regelungen eingeführt worden (z.B. Versendetakt, Ort und Termin von Prüfungen, Einsendetermine usw.).

Es wurde deshalb auch die Frage gestellt, inwieweit solche Regelungen für die Kooperation mit Unternehmen ein Hindernis darstellen (Tab. 17).

Tabelle 17:  
Studienorganisatorische Probleme

"Könnten Mitarbeiter Ihres Unternehmens an Fernlehrgängen teilnehmen, die innerhalb der üblichen Semestereinteilung von Universitäten (d.h. Sommer- und Wintersemester, bestimmte Inskriptionstermine usw.) durchgeführt werden?"

|                         |      |
|-------------------------|------|
| Ja, ohne Probleme       | 22 % |
| Ja, mit Einschränkungen | 51 % |
| Nein, eher nicht        | 25 % |
| Nein, überhaupt nicht   | 3 %  |

Q.: ibw-Erhebung 1989, insgesamt 129 Unternehmen, hier 67 Unternehmen mit Interesse an Fernstudien

Es zeigt sich, daß doch ein relativ großer Teil der Antwortenden in fixen Regelungen und Vorgaben seitens des Fernstudienanbieters Probleme für die Bildungsarbeit sieht.

Die Frage bezog sich hier vorerst nur auf das Zeit/Termin-Problem, es ist aber zu erwarten, daß bei einer konkreten Teilnahme an Fernstudienlehrgängen zeitliche (Abstimmung zwischen Angebot und Unternehmensbedarf) und auch organisatorische Probleme (z.B. Einsendetakt) stärker hervortreten.



#### 6.12. Erfahrungen mit dem Einsatz von Fernstudien-Lehrgängen im Unternehmen

Insgesamt gaben 11 Unternehmen (15 % der Unternehmen mit Fernstudien-Interesse) an, daß sie bereits Fernstudienlehrgänge im Unternehmen einsetzen.

Davon nannten lediglich 7 Unternehmen konkret die Art des Fernstudienganges. So werden z.B. Fernsprachkurse durchgeführt (Lingotec u.a.), ein Unternehmen nannte den Schulverein der Papierindustrie, je ein Unternehmen der Bereiche Handel und Nachrichtentechnik setzt eigenes internes Fernstudienmaterial ein. Es handelt sich dabei vor allem um Mittel- und Großunternehmen.

#### 6.13. Zwischenzusammenfassung

Als abschließender Projektteil wurden im Februar 1989 die 2100 größten Unternehmen Österreichs schriftlich befragt. Es wurde ein Rücklauf von 6 % (129 Fragebögen) erzielt. Die höchste Rücklaufquote entfiel auf Großunternehmen des Industriebereiches. Der geringe Rücklauf ist vor allem auf das sehr spezielle Thema der Befragung, die geringe Verbreitung von Fernstudien und den geringen Informationsstand der Unternehmen zurückzuführen. Aufgrund zusätzlicher Gespräche kann angenommen werden, daß dieser Rücklauf einen Großteil der überhaupt an Fernstudien i.w.S. interessierten Unternehmen umfaßt.

Zu berücksichtigen ist, daß lediglich der von Unternehmensseite geplante Einsatz von Fernstudien i.w.S. erfaßt ist, nicht aber die - weitaus überwiegende - Weiterbildung im Fernstudium in Privatinitiative; sowie daß der Begriff "Fernstudien" von den Befragten sehr undifferenziert verwendet wurde und sowohl das akademische Fernstudium, Fernunterricht i.e.S. als auch den Einsatz von Selbstlernmaterialien umfaßt.

## Einige Ergebnisse der Fragebogenerhebung:

Praktisch alle antwortenden 129 Unternehmen haben in irgendeiner Form im letzten Geschäftsjahr inner- bzw. überbetriebliche Weiterbildung durchgeführt. Überbetrieblich weitergebildet wurden durchschnittlich 13 %, innerbetrieblich 26 % der Mitarbeiter.

Drei von vier Unternehmen verfügen in ihrer Nähe über ein Weiterbildungsinstitut. 42 % der Unternehmen kennen Fernstudienanbieter. Am häufigsten genannt wurden von den 50 antwortenden Unternehmen HFL (19 Nennungen), Fernuniversität Hagen (10), Dr. Roland (5), BFI (4) und SPIDI (4). Ausländische Anbieter wurden praktisch nicht genannt. Dies zeigt einen recht geringen Informationsstand der Unternehmen.

Kleinere Unternehmen schätzen Fernstudien eher als möglichen Ersatz für firmeninterne Weiterbildung ein als Großbetriebe. Gerade die mittleren Unternehmen zwischen 250 und 500 Mitarbeitern sind tendenziell positiver gegenüber Fernstudien eingestellt als Kleinbetriebe (mit geringer Weiterbildungsaktivität) bzw. Großbetriebe (mit einem ausgebauten Weiterbildungssystem).

Je intensiver innerbetriebliche Weiterbildung betrieben wird, desto positiver ist tendenziell die Einstellung zum (zusätzlichen) Einsatz von Fernstudien, es wird aber auch betont, daß Fernstudien nicht andere Formen interner Weiterbildung ersetzen können.

Unternehmen mit praktischer Erfahrung mit Fernstudienlehrgängen betonen, daß nur bestimmte Persönlichkeitstypen sich im Fernstudium weiterbilden und daß das Fernstudium das Einzelkämpfertum fördert. Sie stimmen aber auch der Ansicht zu, daß Fernstudien auch für Mitarbeiter ohne Matura/Studium geeignet sind, daß sie kostengünstig sind und eine flexible Zeiteinteilung ermöglichen. D.h. erst im praktischen Einsatz dieser Lernform werden bestimmte Nachteile und Grenzen von Fernstudien erfahren, aber auch die Vorteile werden deut-

licher wahrgenommen: Unternehmen mit Fernstudienerfahrung heben sowohl Vor- als die Nachteile des Einsatzes von Fernstudien deutlicher hervor als Firmen ohne Erfahrungen mit Fernstudien.

Über die Hälfte der antwortenden Unternehmen (67 Unternehmen, d.s. 53 %) zeigte global Interesse am Einsatz von Fernstudienlehrgängen i.w.S. Dieses steigt mit der Unternehmensgröße. Das höchste Interesse am (zukünftigen) Einbau von Fernlehrprogrammen weisen Unternehmen der Bereiche Handel, Elektrotechnik, Energieversorgung, Chemie und Papier auf. Deutlich am geringsten ist das Interesse im Bauwesen und bei den Dienstleistungsunternehmen, Banken und Versicherungen.

Von den am Fernstudieneinsatz interessierten Firmen - bei Großunternehmen von praktisch allen - wurde als Lernorganisationsform vor allem eine Kombination von Lehrbriefen mit tutorieller Betreuung und mit Präsenzveranstaltungen bevorzugt.

Bezüglich der Dauer von Fernstudien-Lehrgängen für Mitarbeiter des Unternehmens votierten die meisten Befragten für eine Dauer von maximal einem Jahr. Kleinere Unternehmen bevorzugen tendenziell kürzere Kurse (60 % bis max. 6 Monate Dauer).

67 Unternehmen nannten konkrete Weiterbildungsthemen: Am weitaus häufigsten wurden EDV-bezogene Sachthemen, Fremdsprachenvermittlung, Unternehmensführung und -kultur, Einführung in betriebswirtschaftliche Themen bzw. die Elektrotechnik genannt. Deutlich öfter für Mitarbeiter mit Matura bzw. Studium genannt wurden die Themengebiete Finanzierungsinstrumente und Kapitalmarkt, angewandte Statistik, statistische Methoden der Markt- und Meinungsforschung, Programmierung komplexer Systeme. Umgekehrt verhielt es sich bei Grundlagen der Elektrotechnik und Elektronik und Maschinenbau.

Ein doch relativ großer Teil der Antwortenden sieht in fixen Regelungen und Vorgaben seitens des Fernstudienanbieters Probleme für die Bildungsarbeit: Über ein Viertel der Unternehmen würde dann eher oder überhaupt nicht an Fernstudienlehrgängen teilnehmen. Dabei ist zu erwarten, daß bei einer konkreten Teilnahme an Fernstudienlehrgängen zeitliche (Abstimmung zwischen Angebot und Unternehmensbedarf) und auch organisatorische Probleme (z.B. Einsendetakt) stärker hervortreten werden.

Insgesamt gaben 11 Unternehmen an, daß sie bereits Fernstudienlehrgänge im Unternehmen einsetzen. Davon nannten lediglich 7 Unternehmen konkret die Art des Fernstudienganges. So werden z.B. Fernsprachkurse durchgeführt (Lingotec u.a.), ein Unternehmen nannte den Schulverein der Papierindustrie, je ein Unternehmen der Bereiche Handel und Nachrichtentechnik setzen eigenes internes Fernstudienmaterial ein. Es handelt sich dabei vor allem um Mittel- und Großunternehmen.

## 7. FERNUNTERRICHT IN DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND

Das deutsche Fernunterrichtsschutzgesetz definiert in § 1 Fernunterricht als die "Vermittlung von Kenntnissen und Fähigkeiten, bei der 1. der Lehrende und der Lernende ausschließlich oder überwiegend räumlich getrennt sind und 2. der Lehrende oder sein Beauftragter den Lernerfolg überwachen".

Die folgenden Ausführungen beziehen sich auf den Fernunterricht in der Bundesrepublik und nicht auf das akademische Fernstudium an der Fernuniversität Hagen. Da sich aber das "Gasthörer-Angebot" der Fernuniversität vor dem Hintergrund der Erarbeitung neuer Kooperationsformen mit unternehmens-internen Weiterbildungsabteilungen letztlich zu diesem Marktsegment zählt, sind diese Vergleichsdaten zur Abschätzung von zukünftigen Entwicklungstrends für Österreich von Bedeutung.

Die Bundesrepublik Deutschland wurde als Vergleichsland herangezogen, weil einerseits die Bildungs-, insbesondere die Weiterbildungsaktivitäten am ehesten eine Übertragung der Erkenntnisse auf österreichische Verhältnisse erlauben, und weil andererseits in der Bundesrepublik Fernunterricht in die betriebliche Bildungsarbeit bereits Eingang gefunden hat.

Dies zeigt sich auch daran, daß die Fernuniversität einen höheren Anteil an Gasthörern aufweist als die österreichischen Studienzentren. Diese neue Lernform wurde auch bereits durch eine Reihe von Studien des CEDEFOP und des BIBB untersucht.

Im folgenden soll ein Überblick über einige bedeutsame Resultate dieser Begleitforschungen gegeben werden.

Der Fernunterricht gewinnt nach jüngst bei einer Reihe von EG-Staaten durchgeführten Erhebungen (vgl. die einschlägigen Länderstudien des CEDEFOP bzw. für die Bundesrepublik die Untersuchungen der Abteilung Fernunterricht des BIBB) an

Bedeutung. Sowohl die Teilnehmerzahlen als auch die Zahl der angebotenen Lehrgänge steigen (siehe Tab. 1).

**Tabelle 1:**  
**Teilnehmer an Fernunterricht in der Bundesrepublik Deutschland**

| Themenbereich                                                                      | Teilnehmer |       |        |       |        |       |        |       |        |       |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|
|                                                                                    | 1983       |       | 1984   |       | 1985   |       | 1986   |       | 1987   |       |
|                                                                                    | Anzahl     | %     | Anzahl | %     | Anzahl | %     | Anzahl | %     | Anzahl | %     |
| Zeitgeschehen, Politik, Gerichte, Soziologie, Recht                                | 814        | 1,1   | 689    | 8,8   | 4.017  | 4,5   | 2.134  | 2,4   | 2.385  | 2,6   |
| Pädagogik, Psychologie, Eltern- und Familienbildung                                | 1.493      | 2,0   | 1.502  | 1,8   | 2.167  | 2,4   | 1.424  | 1,6   | 1.356  | 1,5   |
| Geisteswissenschaften incl. Kunst und Musik                                        | 2.310      | 3,2   | 2.384  | 2,9   | 3.107  | 3,5   | 2.600  | 2,9   | 1.674  | 1,8   |
| Sprachen                                                                           | 12.691     | 17,4  | 12.639 | 15,2  | 12.984 | 13,6  | 11.269 | 12,5  | 10.913 | 11,9  |
| Wirtschaft, kaufmännische Praxis                                                   | 23.138     | 31,7  | 29.007 | 34,9  | 27.857 | 31,4  | 32.487 | 36,0  | 33.421 | 36,5  |
| Mathematik, Naturwissenschaft, Technik                                             | 10.162     | 13,9  | 9.865  | 11,9  | 10.545 | 11,9  | 11.662 | 12,9  | 11.832 | 12,9  |
| Freizeit, Gesundheit, Haushaltsführung                                             | 6.485      | 8,9   | 11.150 | 13,9  | 13.805 | 15,6  | 9.612  | 10,6  | 8.222  | 9,0   |
| Schulische Abschlüsse u. sonstige Lehrgänge incl. Betriebs- und Technikerlehrgänge | 15.968     | 21,9  | 15.385 | 18,5  | 15.008 | 16,9  | 19.067 | 21,1  | 21.697 | 23,7  |
| Insgesamt                                                                          | 73.061     | 100,0 | 83.019 | 100,0 | 88.590 | 100,0 | 90.255 | 100,0 | 91.482 | 100,0 |

Die steigende Bedeutung des Fernunterrichts soll anhand von Zahlen aus der Bundesrepublik demonstriert werden:

Insgesamt nehmen dzt. ca. 100.000 Teilnehmer an Fernunterricht teil. In dieser Zahl sind die fast 40.000 Studierenden der Fernuniversität Hagen noch nicht enthalten, ebenso auch

nicht die weitverbreitete Bearbeitung reiner Selbststudienmaterialien ohne Betreuung. Gegenüber 1983 ist die Zahl der Teilnehmer um 25.000 gestiegen. Die Teilnehmeranzahl erscheint zwar verglichen mit den ca. 4 Mio. Teilnehmern p.a. (lt. "Berichtssystem Weiterbildungsverhalten" - vgl. BMBW 1987) an beruflicher Weiterbildung insgesamt relativ gering zu sein. So weist z.B. der Mikrozensus 1985 des Statistischen Bundesamtes nur 1 % Teilnehmer am Fernunterricht für den Bereich der beruflichen Weiterbildung aus (bei den Studierenden sind immerhin bereits 3 % Fernstudenten). Berücksichtigt man jedoch, daß zu den Weiterbildungsteilnehmern auch die Besucher von z.B. nur wenige Stunden dauernden Schulungen gezählt werden, während Fernunterricht mehrmonatige bis mehrjährige Ausbildungen mit 20 bis 40 Wochenstunden Studium umfaßt, ergibt sich bezogen auf das Stundenvolumen der Weiterbildung bereits ein wesentlich höheres Gewicht.

Was sind die wichtigsten Gründe, daß dem Fernunterricht bisher nur eine geringe Bedeutung zukommt?

In mehreren Erhebungen wurden vor allem folgende Gründe gefunden:

- die Betriebe halten das bisherige Angebot an Direktunterrichtsformen für ausreichend
- man hält generell die Fernunterrichtsmethode als für die eigene Praxis ungeeignet
- man findet das gewünschte fachspezifische Angebot nicht

Das Haupthemmnis bildet aber schlicht die unzureichende Information über Möglichkeiten des Fernunterrichtes. Eine skeptische Einstellung gegenüber Fernunterricht ist in erster Linie bei Unternehmen verbreitet, die am wenigsten über Fernunterricht informiert sind und keine einschlägigen Erfahrungen haben. Dies sind überwiegend kleinere und mittlere Unternehmen. Dieses Informationsdefizit wird auch dadurch verstärkt, daß Fernunterricht in die Bildungsbe-

ratung (auch öffentlicher Stellen) und die Angebotspalette externer Weiterbildungsanbieter noch wenig Eingang gefunden hat.

#### **Maßnahmen zum Abbau des Informationsdefizites:**

In der Bundesrepublik wird deshalb z.B. versucht, dieses Informationsdefizit durch Verzeichnisse von Anbietern und Kursen sowie durch die Entwicklung von Handreichungen, Informationsmaterialien (BIBB 1982, ZFU 1988) und die Publikation von einschlägigen Forschungsergebnissen zu beheben und - z.B. auch durch aktives Bildungsmarketing in Form von Bildungsberatungswochen - an Weiterbildungsinteressenten und vor allem "Multiplikatoren" (Bildungsberater, Weiterbildungsbeauftragte im Unternehmen) heranzukommen.

So hat auch die Fernuniversität jüngst eine Unterlage für Bildungsberater und Weiterbildungsverantwortliche in Unternehmen herausgegeben ("Wege zum Studium an der Fernuniversität").

#### **Themenschwerpunkte: Angebot und Nachfrage:**

Fernunterricht wird in der Bundesrepublik vor allem von privaten, kommerziellen Instituten angeboten (zwei Drittel aller Anbieter), fast 20 % entfallen auf Fernlehreinrichtungen von Verbänden oder Branchenorganisationen. Dazu gehören insbesondere die Branchen Baugewerbe, Sparkassen, Druckindustrie, Hotel- und Gaststättengewerbe, Buchhandel.

Insgesamt werden ca. 700 Lehrgänge angeboten, wobei die Schwerpunkte (insgesamt 40%) auf der beruflichen Weiterbildung im kaufmännischen und technischen Sektor (38%), den Sprachen (21%) sowie dem Nachholen schulischer Abschlüsse im Fernunterricht (27%) liegen.

So werden z.B. dzt. rund 90 Lehrgänge der Aufstiegsfortbildung und rund 180 Lehrgänge der Anpassungsfortbildung im Rahmen kaufmännischer und technischer Qualifizierung angeboten.



Es zeigt sich eine starke Konzentration des Angebotes auf nur wenige Anbieter: So werden z.B. im kaufmännischen Bereich von nur 5 Instituten zwei Drittel aller verfügbaren Lehrgänge angeboten (KAMMERER/STOCKDREHER 1988, S. 45ff).

Eine noch deutlichere Themenkonzentration zeigt sich bei der Nachfrage, wo berufsbildende Inhalte immer stärker dominieren.

1987 belegten 37 % wirtschaftlich-kaufmännische Themen, 13 % mathematische, naturwissenschaftliche bzw. technische Fächer und 12 % Sprachen, 24 % holten schulische Abschlüsse (inkl. Betriebswirte- und Technikerlehrgänge) nach (Erhebung der Fernlehrinstitute 1987).

**In welchem Ausmaß setzen die Unternehmen Fernunterricht ein?**

Eine 1982 durchgeführte Begleituntersuchung von Fernstudenten in der Bundesrepublik zeigte deutlich, daß Fernunterricht vor allem von größeren Unternehmen genutzt wird: Jeder zwanzigste Kleinstbetrieb unter 10 Mitarbeitern, jeder sechste bis 100 Mitarbeiter, aber bereits jeder dritte über 100 Mitarbeiter setzt Fernunterricht in der beruflichen Weiterbildung ein (EHMANN 1983, S. 43 - N = 160 Unternehmen).

Es zeigt sich eine deutliche Konzentration der Nachfrage auf Industrie und Dienstleistungsbetriebe, während Handel und Handwerk kaum Fernunterricht einsetzen.

**Der "typische Fernstudent":**

Aus Begleiterhebungen zeigt sich, daß die Teilnehmer meist überdurchschnittlich vorgebildet sind. Weitaus die Mehrzahl aller Fernunterrichtsteilnehmer ist berufstätig. Kaufmännische Angestellte und mittlere Führungskräfte sind die größte Adressatengruppe. Frauen stellen etwa ein Drittel aller Teilnehmer im Fernunterricht. Am stärksten vertreten sind die jüngeren Altersgruppen bis 35 Jahre (KAMMERER/STOCKDREHER 1988, S. 49). Ein ähnliches Bild zeigt

sich auch bei den Fernstudenten: 90 % sind berufstätig, der Frauenanteil liegt mit 25 % unter dem deutschen Gesamtdurchschnitt.

Gerade das "Durchhalten" eines Fernstudiums wird von den Betrieben als Qualität per se geschätzt. Ein Problem liegt jedoch darin, daß Informationsdefizite über Fernstudium und -unterricht und eine relativ negative Einschätzung von Fernstudierenden ("scheu, schüchtern, nicht selbstbewußt") eng zusammenhängen.

Die Begleiterhebungen zeigen jedoch ein anderes Bild: Die Teilnehmer wollen eine freiere Zeitdisposition haben, sie wollen nicht mehr die Schulbank drücken, bzw. sie haben diese Lernform aus echt bestehenden zeitlichen Restriktionen heraus gewählt.

#### **Problem Zeitaufwand:**

Gerade bei Berufstätigen ist der Zeitaufwand im Rahmen des Fernstudiums ein bedeutendes Hemmnis. Probleme kann es im Unternehmen z.B. durch eine in übungsintensiven Phasen notwendige Freistellung geben. Dies kann mit Stellvertretungsproblemen oder Belastungsspitzen in der Arbeit kollidieren.

Es ist natürlich zwischen Vollzeit-, Teilzeitstudium sowie der Bearbeitung von kürzeren Weiterbildungspaketen zu unterscheiden:

Z.B. wird bei Teilzeitstudenten der FU Hagen die Normstudienzeit (20 Stunden pro Woche) praktisch immer überschritten, das Teilzeitstudium dauert bis zu acht Jahren. Auch die Bearbeitung von Weiterbildungspaketen erfordert neben dem Beruf ebenfalls ca. 10 bis 15 Stunden Studienzeit. Der Erfahrung nach muß es dem Teilnehmer möglich sein, diese Stunden über die Woche zu verteilen, d.h. Lernen zumindest an einem Tag des Wochenendes sowie mindestens eine Stunde pro Tag.

Der meist unterschätzte Zeitaufwand wird im Fernunterricht i.e.S. - abgesehen von persönlichen Planungsfehlern - weni-

ger zum Problem, da die meisten Fernlehrinstitute eine entsprechende Erstreckung der Fernstudienzeit anbieten.

Probleme treten vor allem in folgenden Fällen auf:

- Externe Prüfungstermine finden z.B. zu bestimmten Terminen statt, ev. ein- oder zweimal im Jahr, sodaß eine falsche Prüfungsvorbereitung zu Nichtantreten und Terminverlust führen kann
- Es ist aus pädagogischen Gründen beabsichtigt, eine gesamte Teilnehmergruppe zu einer solchen Prüfung zu führen, das Ausscheiden von Teilnehmern ist dann pädagogisch nachteilig.
- Bei durch die Arbeitsmarktverwaltung geförderten Teilnahme am Fernunterricht besteht neben der Anwesenheitspflicht bei Direktunterrichtsteilen auch die Pflicht für den Veranstalter, einen Nachweis über die Ablegung von Fremdkontrollaufgaben zu erbringen.

Gerade die Dauer eines Fernstudiums bzw. der Teilnahme an einem Weiterbildungskurs im Fernunterricht ist - zusammen mit den oft eintretenden Verzögerungen - ein wichtiger Grund dafür, daß viele Fernunterrichtsteilnehmer dies vor ihrer Umgebung, insbesondere im Unternehmen, eher geheimhalten.

#### Weiterbildungsinitiative im Fernunterricht:

Insgesamt steht lt. Berichtssystem Weiterbildungsverhalten 1985 bei ca. der Hälfte der Teilnehmer an beruflicher Weiterbildung betriebliche Initiative (Vorschläge, Anordnung) im Hintergrund (BMBW 1987, S. 13).

Im Fernunterricht zeigt sich dagegen generell, daß die Weiterbildungsinitiative überwiegend vom Teilnehmer selbst kommt. Nur zu einem geringen Teil wird Weiterbildung durch den Betrieb angeregt (und zwar noch häufiger bei der Anpassungsqualifizierung als der Aufstiegsfortbildung) (KAMMERER/STOCKDREHER 1988, S. 68) (siehe Tab. 2).

Tabelle 2:  
**Betriebliche Teilnahmeveranlassung  
 und Unterstützung bei Fernunterrichtsteilnehmern:**

|                                                         | Aufstiegs-<br>fortbildung | Anpassungs-<br>fortbildung |
|---------------------------------------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Teilnahme auf betriebliche<br>Anordnung oder Anregung   | 4 %                       | 16 %                       |
| Initiative ging von mir selbst aus                      | 96 %                      | 84 %                       |
| Vorgesetzte unterstützen die<br>Weiterbildungsteilnahme | 29 %                      | 17 %                       |

Q.: Forschungsgruppe Kammerer,  
 Teilnehmerbefragung 1986/1987

Diese im Vergleich seltenere betriebliche Weiterbildungsinitiative bei Fernunterricht hängt damit zusammen, daß - insbesondere bei kleineren Unternehmen - Fernunterricht relativ unbekannt ist und daß ihm deshalb mit Skepsis gegenübergestellt wird. Im Zweifelsfall wird der bekannte Direktunterricht vorgezogen. Weiters ist zu berücksichtigen, daß gerade beim Fernstudium eine große Anzahl der Teilnehmer (Experten schätzen ca. die Hälfte!) im Unternehmen ihre Weiterbildungsaktivitäten nicht bekanntgibt.

#### **Kooperationsformen von Fernunterrichtsveranstaltern und Betrieben**

In Anlehnung an WOORTMANN (1984) können folgende Kooperationsfelder unterschieden werden:

##### **a) Individuelle Finanzierung von Teilnahme einzelner Betriebsangehöriger am Fernunterricht:**

Dies wird der häufigste Fall sein (neben der privat finanzierten Teilnahme an Fernunterricht), wobei tendenziell mit der Unternehmensgröße die Häufigkeit der Kostenübernahme (und u.U. auch von Freistellung für Vorbereitungen) steigt.

- b) Unternehmen kauft Fernlehrgang und bietet ihn den Mitarbeitern betriebsintern an:

Diese Version wird eher für größere Unternehmen zutreffen, die Fernstudienmaterialien entweder auf eigene Verhältnisse "umschreiben" und sie den Mitarbeitern zur Verfügung stellen (meist ohne tutorielle Begleitung) bzw. welche den Mitarbeitern die Materialien als "allgemeine Vorbereitung" oder "pre-work" für betriebsspezifische Veranstaltungen zur Verfügung stellen (z.B. zum Wiederauffrischen von Kostenrechnungskenntnissen usw.)

- c) Fernlehrinstitut erstellt maßgeschneiderte Fernlehrkurse für ein Unternehmen

Diese Version wird schon aus Kostengründen Großunternehmen vorbehalten bleiben.

Grundsätzlich sind hier zwei Varianten denkbar:

Das Unternehmen kauft auch die tutorielle Leistung mit ein (vgl. z.B. STANFORD 1988), d.h. die teilnehmenden Mitarbeiter werden durch Tutoren des Fernlehrinstitutes betreut, bzw. eigene Mitarbeiter werden als Tutoren eingeschult. Solche innerbetrieblichen Kooperationen sind bisher aber eher selten. Fernlehrrmaterialien werden in diesen Fällen meist spezifisch auf die besonderen Anforderungen des Betriebes abgestimmt und im Verbund mit Seminaren im Fernlehrinstitut bzw. in den Betrieben selbst durchgeführt. Die Teilnehmerauswahl erfolgt in diesen Fällen meist durch den Betrieb selbst.

- d) Unternehmen entwickelt Fernlehrrmaterial selbst:

Das bekannteste Beispiel ist das "Reemtsma-99-Tage-Training", welches inzwischen auch überbetrieblich angeboten wird.

In den meisten Unternehmen wird sich die Materialentwicklung auf Selbstlernpakete beschränken.

e) **Entwicklung branchenspezifischer Unterrichtslehrgänge:**

Diese Fernunterrichtslehrgänge werden in der Regel durch Verbände, Institute oder Schulen der jeweiligen Branchen entwickelt, die meist daneben auch Direktunterricht durchführen. Zwar erfolgt auch hier oft die Weiterbildung in Eigeninitiative der Mitarbeiter der Branchenunternehmen (Kleinbetriebe!), jedoch ist durch die Weiterbildungsanbieter und branchenspezifischen Inhalte eine erhöhte Akzeptanz des jeweiligen Abschlusses durch die Arbeitgeber eher gesichert.

**Lernformen und didaktisch-methodische Konzeption:**

Fernunterricht erfolgt in der Bundesrepublik vor allem durch die Versendung schriftlicher Unterlagen (Lehrbriefe), verbunden mit der Einsendung von Hausaufgaben, die korrigiert und u.U. benotet werden. Zusätzlich gibt es meist die Möglichkeit zu einer "telefonischen Sprechstunde" oder zu schriftlichen Anfragen bei inhaltlichen Problemen.

Die Fernlehrinstitute bieten z.T. auch zusätzlich begleitenden Nahunterricht in der Form von Wochenendveranstaltungen oder ein- und mehrwöchigen Seminaren an. Bei diesen handelt es sich in erster Linie um Fernlehrgänge, die auf öffentlich-rechtliche oder staatliche Abschlüsse vorbereiten (z.B. Kammerprüfung, Abitur). Der Begleitunterricht dient vor allem der Wiederholung und dem Üben praktischer Fertigkeiten (z.B. bei Sprachlehrgängen oder Elektroniklehrgängen). Nahunterricht wird jedoch nicht in allen Lehrgängen angeboten. "Die Erfahrung mit diesen Fernlehrgängen zeigte, daß Teilnehmer auch ohne zusätzliche begleitende Direktunterrichtsmaßnahmen das Ausbildungsziel erreichten und die Prüfung mit Erfolg absolvierten" (KAMMERER/STOCKDREHER 1988, S. 51).

Echte "Regionalgruppen", in denen die Teilnehmern miteinander im Fernunterricht lernen, sind kaum vorgesehen (Ausnahmen bilden die Fernuniversität Hagen und die AKAD-Schulen).

Die Teilnahme am Direktunterricht ist grundsätzlich freiwillig, jedoch ist in der Bundesrepublik eine finanzielle Förderung im Rahmen des "Arbeitsförderungsgesetzes" nur dann möglich, wenn der Fernlehrgang Präsenzphasen enthält und wenn diese auch tatsächlich besucht werden.

### **Fernunterricht als Anpassungs- oder Aufbaufortbildung?**

Wie bereits erwähnt, liegt ein klarer Schwerpunkt des Fernunterrichts bei der beruflichen Anpassungs- und Aufstiegsfortbildung (KAMMERER/STOCKDREHER 1988, S. 52ff).

#### **a) Aufstiegsfortbildung:**

Sowohl im kaufmännischen als auch im technischen Bereich umfassen Lehrgänge der Aufstiegsfortbildung je rund ein Drittel aller Lehrgangsangebote im Fernunterricht insgesamt. Ca. jeder fünfte Fernunterrichtsteilnehmer nimmt an Maßnahmen der Aufstiegsfortbildung teil.

Zugangsvoraussetzungen sind dafür meist eine abgeschlossene Berufsausbildung und eine mehrjährige einschlägige Berufspraxis. Die Lehrgänge laufen meist über 1 bis 4 Jahre (z.B. Fachwirt 18 - 24 Monate, Fachkaufmann 12 - 18 Monate, Techniker 36 - 48 Monate), die direkten Lehrgangskosten schwanken zwischen 2.700 und 9.500 DM. Die Lehrgänge führen nach einer entsprechenden Abschlußprüfung zu anerkannten staatlichen oder öffentlich-rechtlichen Abschlüssen.

In der Praxis werden diese Lehrgänge vor allem von Fachkräften (Sachbearbeitern, Facharbeitern) besucht, die eine höher qualifizierte Tätigkeit ausüben wollen, bzw. auch von Führungskräften, die ihre erreichte Qualifikation weiter absichern wollen.

Diese Lehrgänge erstrecken sich fachlich auf das gesamte Beschäftigungssystem, sind aber branchen- und funktionspezifisch stark differenziert.

Bei der Inanspruchnahme von Fernunterricht für Aufstiegsfortbildung zeigt sich jedoch, daß - obwohl kleinere Unter-

nehmen Fernunterricht weniger nützen als Großbetriebe - dieser insbesondere von Arbeitskräften aus Klein- und Mittelbetrieben in Anspruch genommen wird: 45 % der Teilnehmer, die Lehrgänge der Aufstiegsfortbildung im Fernunterricht belegt haben, sind in Klein- und Mittelbetrieben beschäftigt.

Es zeigte sich auch, daß gerade Absolventen von Fernlehrgängen deutlich öfter als die Teilnehmer an Direktunterricht von einem beruflichen Aufstieg nach Abschluß der Weiterbildung berichten (KAMMERER 1987).

Aufstiegsfortbildung wird nur von externen Trägern durchgeführt.

#### **b) Anpassungsfortbildung:**

Die Anpassungsfortbildung umfaßt ca. zwei Drittel aller kaufmännischen und technischen Fernlehrrangebote. Ca. ein Fünftel aller Fernunterrichtsteilnehmer nimmt an Anpassungsfortbildung teil.

Maßnahmen der Anpassungsfortbildung sind insgesamt gesehen meist relativ kurz. Der weitaus überwiegende Teil besucht Kurse, die von wenigen Stunden bis 3 Monaten dauern.

Anpassungsfortbildung im Fernunterricht dauert jedoch meist deutlich länger als in Form des Direktunterrichts: Ein Drittel dieser Fernlehrgänge dauert 7 - 12 Monate, ein weiteres Drittel länger als ein Jahr.

Diese Lehrgänge werden auch in erheblichem Maß von Mitarbeitern in kleinen und mittleren Unternehmen in Anspruch genommen. 60 % der Teilnehmer entfallen auf Betriebe bis zu 500 Mitarbeitern.



## Gibt es Bedarf an Weiterbildung für das Fernlehrpersonal?

Mehrere Erhebungen in der Bundesrepublik haben ergeben, daß bei der Frage des Weiterbildungsbedarfes nach verschiedenen Zielgruppen differenziert werden muß, z.B. den Fachautoren der Lehrbriefe, dem pädagogischen Ersteller des Lehrmaterials, dem Berater (Kursorganisator), sowie den Vortragenden bei den Präsenzveranstaltungen.

Insgesamt zeigte sich, daß die meisten dieser Gruppen keinen Bedarf an Train-the-Trainer-Kursen anmelden (da es sich vor allem um hauptamtliche Pädagogen handelt, die nebenbei im Fernunterrichtswesen tätig sind).

Bedarf wird vor allem seitens der Berater geäußert. Diese sind bezüglich ihrer Berufsvorbildung und auch ihrer Erfahrung mit Fernunterricht sehr heterogen. Sie sind die Ansprechpartner der Fernunterrichtsteilnehmer für organisatorische Fragen, nur zum Teil auch für weitergehende Betreuung, z.B. bei Lernproblemen o.ä.. Es gibt bereits einige Weiterbildungsangebote für die Qualifizierung von Fernstudienpädagogen, die selbst im Fernstudium abgehalten werden (z. B. EHSC, ECDE) (AVERKAMP 1988).

## 8. EINIGE ENTWICKLUNGSTENDENZEN IM FERNUNTERRICHT:

### \* "Gütekontrolle":

Auf Grund von Mißständen, insbesondere Verkauf von Fernunterrichtskursen durch Vertreter an der Haustür wurde in der Bundesrepublik Deutschland ein Fernunterrichtsschutzgesetz erlassen. Es muß jeder einzelne Fernunterrichtslehrgang im Sinne der §§ 1 und 2 des Gesetzes zuerst staatlich geprüft und zugelassen werden, um angeboten werden zu können (ZFU 1983). Als Nachteil wird allerdings die Dauer des Genehmigungsverfahrens gesehen, wodurch die schnelle Entwicklung von Fernstudienpaketen zur Befriedigung aktueller und kurzfristig auftretender Bedarfe behindert wird.

### \* Didaktische Neuerungen:

Der Fernunterricht erfolgt vorwiegend durch die Versendung von Lehrbriefen mit Korrektur von eingesandten Hausaufgaben, bei einigen Anbietern ergänzt um Präsenzveranstaltungen.

Außer Baukästen oder Pendelkassetten bei Sprachkursen werden andere neue Medien (z.B. Filme, Videocassetten) vor allem aus Kostengründen noch relativ wenig eingesetzt, wenn man von einem teilweisen Medienverbund mit staatlichen Sendern (z.B. dem Telekolleg) absieht (BATES 1988).

Es zeigen sich jedoch in der Unterrichtspraxis einige didaktische Neuentwicklungen. So werden z.B. "Mentoren" eingesetzt. Dabei handelt es sich um ehemalige Kursabsolventen, die nun eher informell ihre Kollegen im eigenen Unternehmen weiter betreuen. Spezielle Ausbildungen dafür sind aber bisher praktisch noch nicht vorgesehen.

Ein anderer Ansatz - der auch aus Kostengründen verwendet wird - ist die Gestaltung von "Hausübungen" in der Form, daß diese in Form von Lernpartnerschaften bearbeitet werden müssen (z.B. Experimente mit Elektronikbaukästen).

### \* Open Learning:

Über diese Neuerungen bei traditionellen Fernlehrprogrammen hinaus gehen Ansätze, die einen stärkeren Abbau pädagogischer und organisatorischer Restriktionen forcieren. Dies zeigt sich schon in der gerade in der britischen Literatur geprägten Unterscheidung von "distance learning" (d.i. der traditionelle Fernunterricht) und "open learning" (HODGSON u.a. 1987).

D.h. es wird nicht nur versucht, die Vermittlung der Lehrinhalte effizienter zu gestalten und örtlich/zeitliche Beschränkungen durch Fernstudien abzubauen, sondern es wird verstärkt Wert auf die Selbststeuerung durch die Teilnehmer selbst gelegt: Die Teilnehmer sollen nicht nur die Wege, wie sie lernen, sondern auch die Inhalte selbst bestimmen können.

Dies setzt völlig andere Formen der Lernorganisation voraus und erfordert die Entwicklung spezieller "Tutorenfähigkeiten" bei den Betreuern im Unternehmen bzw. bei den Weiterbildungsträgern. Zur Weiterbildung dieser Multiplikatoren wurden, z.B. von der MANPOWER SERVICES COMMISSION (1986a,b) eine Reihe von Unterlagen und Seminarangeboten entwickelt.

Ein zweiter Fokus der Forschungsarbeiten liegt auch auf der Untersuchung und Mitberücksichtigung des betrieblichen Umfeldes, in dem Fernunterricht eingeführt wird: Oft wird in Unternehmen zwar Fernstudien- und Selbstlernmaterial breit gestreut, aber nur die wenigsten Teilnehmer bearbeiten es dann wirklich. Diesbezüglich wurden in mehreren Erhebungen in Unternehmen eine Reihe von hemmenden und fördernden Faktoren ermittelt, sowie darauf aufbauend Empfehlungen für Umsetzungsstrategien entwickelt (z.B. HODGSON 1986).

### \* Zielgruppe Führungskräfte:

Eine spezielle Zielgruppe, die im deutschsprachigen Raum von Fernstudium noch kaum erfaßt wird, sind die Führungskräfte der Unternehmen. Gerade im anglo-amerikanischen Raum gibt es bereits wesentlich mehr Angebote (DEY/HARRISON 1988). So

bieten z.B. bereits mehrere renommierte britische Universitäten MBA-Programme durch Fernstudium an (Henley/Brunel, Warwick/Wolsey Hall und Strathclyde). Auch die Management Kurse der Open University werden von vielen Großunternehmen als Fernstudium in ihr Kursangebot aufgenommen (STANFORD 1988, MASH 1988).

Es wurden auch - insbesondere vom Centre for the Study of Management Learning der Universität Lancaster - zu diesem Themenbereich eine Reihe von Forschungsarbeiten mit dem Ziel einer effizienteren Managementweiterbildung im Fernstudium durchgeführt (z.B. SNELL/BINSTED 1985, MANN 1988)).

#### **\* Verstärkter Schwerpunkt auf abschlußorientierten Lehrgängen**

Generell wurde auch ein Nachfragetrend zu abschlußorientierten, längeren Lehrgängen (z.B. Technikerausbildung) festgestellt. Insbesondere die Aufstiegsfortbildung mittels Fernunterricht gewinnt in den letzten Jahren zunehmend an Bedeutung. Dies zeigt sich auch daran, daß es nur wenige Ausbildungskurse im Fernunterricht für Jugendliche gibt. Mit Zielrichtung auf ein staatliches oder öffentlich-rechtliches Zertifikat arbeitet ca. ein Drittel der Teilnehmer, der Rest erhält eine Teilnahmebescheinigung, absolviert eine "Heimprüfung" oder erhält ein privates Abschlußzertifikat des Institutes.

#### **\* Wachsender Markt:**

Insgesamt zeigt sich ein wachsender europäischer Markt der Weiterbildung (sowohl in Angebot als auch in Nachfrage), in dem neue Medien und Organisationsformen der Weiterbildung, wie z.B. Fernstudienprogramme und Selbstlernpakete, wesentlich an Bedeutung gewinnen. In Zukunft werden gerade private Weiterbildungsträger (Trainergruppen, vor allem aber auch Bildungsabteilungen von Großunternehmen) verstärkt Bildungsprogramme entwickeln und international anbieten (schon allein aufgrund der hohen Entwicklungskosten ist dieser Druck zum internationalen Absatz gegeben).

**\* Zunehmende Bedeutung von Spezialqualifikationen:**

Auch durch die immer spezialisierteren Teilqualifikationen im Rahmen der beruflichen Weiterbildung ("Früher einmal hatte der Radiomechaniker sein Meisterprüfungszertifikat im Geschäft hängen, heute sind es schon Dutzende von Bestätigungen über Spezialausbildungen") zeichnet sich eine Tendenz ab, daß - neben dem Erwerb breiter Grundqualifikationen - Spezialqualifikationen in Form sehr kurzer Kurse und spezialisierter Bausteine gelernt werden müssen.

Diese beiden letztgenannten Trends lassen auch die zunehmende Notwendigkeit einer europa- und weltweiten Informationsdatenbank über verfügbare Weiterbildungspakete und -programme, insbesondere auch Fernstudienangebote, erkennen.

## 9. ZUSAMMENFASSENDE BETRACHTUNG: FOLGERUNGEN FÜR DAS BILDUNGSMARKETING DER STUDIENZENTREN

### 9.1. Ausgangslage:

Unter Verwendung der im Rahmen der Studie erhobenen Daten sollen in diesem Kapitel einige Schlußfolgerungen über das Bildungsmarketing der Studienzentren zusammengefaßt werden.

Ausgangspunkt der Überlegungen ist, daß die österreichischen Studienzentren der Fernuniversität versuchen, die Zahl ihrer Teilnehmer, insbesondere der Gasthörer, durch Intensivierung der Kooperation mit Unternehmen zu erhöhen.

Das Studienangebot wurde bisher von in Privatinitiative studierenden Voll-, Teilzeit- und Gasthörern in Anspruch genommen. Bei berufstätigen Studierenden kann davon ausgegangen werden, daß der überwiegende Teil studiert, ohne sein Unternehmen zu informieren. Es wurden auch bisher kaum Versuche unternommen, Unternehmen direkt anzusprechen (außer über den Umweg von Annoncen usw.).

Weiters kann davon ausgegangen werden, daß insbesondere weiterbildungsintensive Unternehmen und Branchen (Banken, Versicherungen, größere Industrie- und Handelsbetriebe) bereits über Erfahrungen mit dem Einsatz von Selbststudienmaterialien begleitend zu Seminarveranstaltungen verfügen.

Als mögliche Kooperationsformen zwischen Unternehmen und Studienzentren bieten sich z.B. an:

- \* Fernstudium von Mitarbeitern als "Teilzeitstudent" (d.h. Absolvieren eines kompletten Studiums neben der Berufstätigkeit)
- \* Fernstudium von Mitarbeitern als "Gasthörer" (Absolvieren einzelner Lehrgangsteile/Bausteine)
- \* reine Übernahme von Fernstudienunterlagen durch die innerbetriebliche Bildungsarbeit

- \* Entwicklung von maßgeschneiderten Fernstudienpaketen bzw. Zusammenstellung entsprechender vorhandener Bausteine für ein Unternehmen oder eine Unternehmensgruppe

All diese genannten Formen können entweder allein oder in Kombination mit Begleitung durch externe/betriebsinterne Tutoren bzw. zusammen mit überbetrieblichen oder betriebsinternen Präsenzveranstaltungen durchgeführt werden.

Von den Unternehmen - insbesondere den größeren Unternehmen - werden eindeutig Formen präferiert, in denen die Bearbeitung von schriftlichen Unterlagen (Lehrbriefen) mit dem Einsatz von Lerngruppen, von Begleitseminaren und von Tutoren kombiniert wird.

Von dieser Ist-Situation ausgehend werden im folgenden mögliche Maßnahmen im Zuge einer Intensivierung des Bildungsmarketings in einer Abfolge von Teilschritten dargestellt. Die skizzierte Reihenfolge geht davon aus, daß zwangsläufig mit der Behebung bestimmter Probleme (insbesondere des Informationsdefizites) begonnen werden muß. Weiters wird eine Reihe von Problemen erst im Laufe einer Annäherung zwischen Fernstudienanbietern und Weiterbildungsabteilungen von Unternehmen bzw. erst im Laufe einer konkreten Zusammenarbeit in den Vordergrund treten und einer Lösung zugeführt werden müssen.

## 9.2. Erstes Problem: Informationsdefizit der Unternehmen

Das erste Hindernis für eine erfolgreiche Zusammenarbeit liegt darin, daß die Unternehmen (teilweise auch Fernstudierende selbst) über viel zuwenig Informationen über Fernstudien verfügen. Was versteht man überhaupt unter Fernstudien? Wer bietet Fernstudien an? Wie läuft ein Fernstudium ab? Gibt es eine Fernuniversität und was tut sie? Viele Unternehmen wissen überhaupt nicht, daß es die Fernuniversität gibt, Fernstudium wird vage mit "HFL" oder "Maturaschule Dr. Roland" assoziiert.

Dieses Informationsdefizit kann auf folgende Ursachen zurückgeführt werden:

- \* Die Studierenden selbst informieren ihre Unternehmen oft nicht über ihr Fernstudium. Hier spielt natürlich eine Reihe von Überlegungen und Befürchtungen eine Rolle, unter anderem aber auch, daß Fernstudium und Fernuniversität noch weitgehend unbekannt sind ("Ist das überhaupt eine richtige Universität?").
- \* Die Studienzentren selbst treten kaum aktiv an Unternehmen heran, auch die Informationsmaterialien sind auf Einzelstudenten abgestimmt.
- \* Weiterbildungsverantwortliche in Unternehmen sind an aktives Bildungsmarketing von Weiterbildungsanbietern gewöhnt, sie werden - insbesondere in Großbetrieben - von entsprechenden Angeboten (Prospektmaterial, persönliche Präsentationen und Bedarfserhebungsgespräche, Telefonmarketing usw.) eher überflutet. Es ist ihnen auch meist nicht bekannt, daß jemand im Unternehmen ein Fernstudium aufgenommen hat, sodaß hier ebenfalls der Anreiz fehlt, sich mit dieser Lernform zu beschäftigen. Mangels Information über Fernstudien werden diese eher als "Einzelkämpferlernen" oder "Lernen vom Papier" klassifiziert, bzw. sie werden als im Vergleich zu den gewohnten und "bewährten" Präsenzveranstaltungen als weniger ernsthaftes Lernen eingestuft. All diese Vorurteile motivieren wiederum wenig, sich mit dieser Lernform auseinanderzusetzen.  
Auch Weiterbildungsverantwortliche, die von der Existenz der Fernuniversität wissen, assoziieren damit oft "akademisch-theoretisch", "zu hoch", "nur für Maturanten" usw. Es ist nicht bekannt, daß die Fernuniversität auch Interesse an direkter Kooperation mit betrieblichen Bildungsabteilungen hat.
- \* Auch seitens anderer Weiterbildungsträger wurden Fernlehrgänge bisher kaum angeboten, ebenso fehlen im Rahmen der Bildungsforschung entsprechende Forschungsprojekte und -publikationen.



Ansatzpunkte zur Überwindung dieses Informationsdefizites liegen in einem aktiven Bildungsmarketing der Studienzentren. Dies kann vor allem durch auf Unternehmen und die betriebliche Bildungsarbeit zugeschnittene Informationsmaterialien und Kurzinformationen (ähnlich den Angebotsübersichten anderer Weiterbildungsträger) geschehen. Als zusätzlicher erster Anreiz, sich mit dieser Lernform überhaupt auseinanderzusetzen, sind vor allem persönliche Präsentationen und Beratungsgespräche ("aktivierende Bedarfserhebungen") in Unternehmen und im Rahmen von einschlägigen Fachkongressen und -treffen (Weiterbildungsverantwortliche, Personalleiter, Betriebsräte) als am wirkungsvollsten einzustufen.

Dies erfordert zu Beginn sicherlich noch relativ wenig Aufwand an Personal und Zeit, da es als erster Schritt genügt, Kontakte zu einer kleinen Anzahl von Unternehmen herzustellen. Im Rahmen der Studie zeigte sich ja ein grundsätzliches Interesse an Informationen über diese Lernform. Zielführend erscheint das Ansprechen von größeren Industrie- und Handelsbetrieben sowie auch von Banken und Versicherungen sowie (obwohl gerade diese aufgrund ihrer bereits ausgebauten Weiterbildungsaktivitäten eher skeptisch eingestellt sind) von größeren Unternehmen, die in der näheren Umgebung keine Weiterbildungspartner haben.

### 9.3. Erster Erfolg: Abbau des Informationsdefizites führt zu erstem Interesse:

Wie sich auch im Zuge des Projektes gezeigt hat, kann davon ausgegangen werden, daß durch eine aktive Informationspolitik der Fernuniversität das grundsätzliche Interesse der Unternehmen an dieser Lernform relativ schnell geweckt werden kann.

Es ist aber unbedingt notwendig, daß auf entsprechende Anfragen auch schnell reagiert werden kann, d.h. es müssen auf Unternehmen zugeschnittene Informationen vorliegen. Die derzeitigen Informationsunterlagen dürften zu detailliert

und zu umfangreich sein. Ebenso müssen auch ausreichend Zeit und Personalkapazität für persönliche/telefonische Bildungsberatung eingeplant werden.

In dieser ersten Phase sollte eine vertiefte Bedarfserhebung im Vordergrund stehen. Ein Versuch einer reinen "Vermarktung" des bisherigen Angebotes kann bei Weiterbildungsverantwortlichen, die an Bedarfserhebungen und an Betriebsspezifika angepaßte bzw. überhaupt "maßgeschneiderte" Angebote für firmeninterne Veranstaltungen gewohnt sind, zu Widerständen führen.

Sinnvoll erscheint die Suche nach einem oder einigen Kooperationspartnern, mit denen zusammen Kurspakete für firmeninternen Einsatz erstellt werden, wobei diese Pilotprojekte auch begleitevaluiert und entsprechend in der Bildungswerbung eingesetzt werden (Zeitungsberichte, "testimonials", Fallstudien in Fachzeitschriften, Videocassetten usw.).

#### **9.4. Zweites Problem: Nach der Weckung des Interesses und der Bildungsbedarfserhebung muß ein entsprechendes Angebot bereitgestellt werden**

Mit der Bearbeitung von Anfragen von interessierten Unternehmen tritt das Bildungsmarketing in eine zweite Phase: Für die Unternehmen müssen Angebote erstellt werden, die diese mit Konkurrenzangeboten vergleichen. Dabei ist davon auszugehen, daß die Fernuniversität sich nicht nur in Konkurrenz mit - bisher weitgehend ebenso unbekannten - in- und ausländischen Anbietern von Fernlehrprogrammen befindet, sondern daß das Angebot vor allem mit dem bereits vertrauten und "bewährten" traditionellen Seminarangebot in- und ausländischer Institutionen verglichen wird.

Damit tritt aber bereits ein Personalproblem auf: Programmentwicklungen erfordern Zeit, inhaltliche und pädagogische Experten. Die Unternehmen sind aber vor allem an kurzfristig realisierbaren Entwicklungen interessiert. Mittelfristig

erscheint es deshalb aufgrund der vorhandenen kapazitativen Beschränkungen sinnvoller, sich nicht auf völlig betriebs-spezifische Entwicklungen zu konzentrieren, sondern eher auf eine sinnvolle Adaptierung vorhandener Bausteine mit dem Ziel eines Mehrfacheinsatzes.

#### **9.5. Zweiter Erfolg: Ein "FU-typisches" Programmangebot wird entwickelt**

Grundsätzlich kann das Zielpublikum der Fernuniversität in Interessenten für "Vollstudium" (neben der Berufstätigkeit) und für "Teilstudium" (d.h. Absolvierung einzelner Lehrgänge und Bausteine als Gasthörer) unterschieden werden.

Aufgrund der vorliegenden Ergebnisse kann davon ausgegangen werden, daß für Unternehmen eine Kooperation praktisch nur für den Bereich des "Teilstudiums" interessant sein wird. Aufgrund der Studiendauer von über 8 Jahren ist es für Unternehmen vorerst kaum vorstellbar, Mitarbeiterentwicklung durch Initiierung der Aufnahme eines kompletten Studiums zu betreiben. Auf so lange Frist wird weder Bildungsbedarf noch der Personaleinsatz geplant. Seitens der Studienzentren könnte hier vor allem so argumentiert werden, daß Mitarbeiter bereits während des Studiums eine höhere Qualifikation erreichen und einsetzbar sind. Hierzu müßten Werbemaßnahmen aber auch auf "testimonials" durch bereits entsprechend eingesetzte Absolventen des Fernstudiums zurückgreifen können.

Da aber Unternehmen davon ausgehen, Akademiker normalerweise über den Arbeitsmarkt zu finden, erscheint eine Konzentration des Angebotes auf "Teilstudienangebote" sinnvoll. D.h. es sollen (aufgrund der Ergebnisse der Bedarfserhebungen) Lehrgangspakete in Modulform ("Bausteine") angeboten werden. Dies kann eher kurzfristig und wenig arbeitsintensiv durch Zusammenstellung bereits vorhandener Teilangebote geschehen, auf längere Sicht durch gezielte Entwicklung eigener Fernlehrprogramme. Dabei wird dann besonders auch der inhaltlichen und sprachlichen Abstimmung auch auf Zielgruppen ohne

Matura Bedeutung zukommen. Seitens der Unternehmen werden eher kürzere Programme präferiert, die nach max. einem Jahr mit einem Zertifikat abgeschlossen werden können. Der "Zusatzbonus" eines akademischen Zeugnisses, das u.U. auch bei späterer Aufnahme eines Studiums angerechnet werden kann, sollte bewußt genutzt werden. Gleichzeitig sind auch Überlegungen notwendig, welche Marktnischen man gezielt aufgrund der Stärken des eigenen Angebotes besetzen will (z.B. Fernlehrgang über internationales Handelsrecht) und welche nicht. Insbesondere muß entschieden werden, inwieweit von der Fernuniversität auch der Markt der Interessenten ohne Maturaabschluß bearbeitet werden soll und inwieweit man auch reine Selbststudienmaterialien für kürzere Kurse anbieten will.

Am erfolgversprechendsten erscheint eine Konzentration gerade auf Themen, die vom derzeitigen Markt nicht angeboten werden.

Bei den Überlegungen, welche Bausteine nun konkret angeboten werden sollen, ist davon auszugehen, daß die Materialien und das pädagogische Design durch die Weiterbildungsverantwortlichen der Unternehmen kritisch geprüft werden (wobei der "Bonus" des traditionellen überbetrieblichen Seminarangebotes nicht unterschätzt werden sollte).

Unter anderem dürften folgende für die Auswahlentscheidung relevante Fragen gestellt werden:

- \* Welche Konkurrenzangebote gibt es?
- \* Wie aktuell sind die Inhalte des Fernlehrprogrammes?
- \* Sind die Unterlagen pädagogisch und grafisch aufbereitet?
- \* Sind die Unterlagen sprachlich auf die Zielgruppe abgestimmt (insbesondere bei Zielgruppen ohne Matura)?
- \* Gibt es nur Lehrbriefe oder werden auch andere Medien (z.B. Filme, Video- oder Audiocassetten) eingesetzt?
- \* Wird "nur vom Papier gelernt" oder gibt es auch persönliche Kontakte (z.B. durch Tutoren, Sprechstunden, Präsenzveranstaltungen usw.)

- \* Wie lange dauert die Bearbeitung des Lehrganges?
- \* Gibt es eine Prüfung oder Teilnahmezertifikate, die für das Unternehmen eine Art "Teilerfolgsgarantie" darstellen können?
- \* Besteht die Möglichkeit, daß firmeninterne Fachleute in den Lehrgang mit eingebaut werden können (z.B. firmeninterne Tutoren, firmeninterne Korrektoren von "Hausaufgaben", firmeninterne Trainer für Präsenzveranstaltungen)?
- \* Können die Inhalte auf Unternehmensspezifika abgestimmt werden (z.B. Firmenfallstudien oder Praxisbeispiele)?
- \* Wie lange dauert die Entwicklung des Programmes?
- \* Kann das Programm zeitlich flexibel durchgeführt werden?

Vom Inhalt her kann es Probleme dadurch geben, daß die Unterlagen aufeinander aufbauen (z.B. Mathematik-Baustein als Voraussetzung für andere), d.h. es können nicht von vornherein einzelne Bausteine beliebig aus dem Angebot herausgenommen und zusammengestellt werden. D.h. für bestimmte Zielgruppen in Unternehmen kann aus dem derzeitigen FU-Angebot ohne größere Änderungen kurzfristig nichts angeboten werden.

Von der Didaktik her liegt der Schwerpunkt dzt. wohl auf Versendung von Lehrbriefen und Korrektur eingesandter Arbeiten. Dieses "Lernen vom Papier" stellt gerade aus der Sicht skeptischer Weiterbildungsabteilungen, die gerade das soziale Lernen betonen, sicherlich ein Manko dar. Dieses kann jedoch durch entsprechende Kooperationsformen mit der betrieblichen Weiterbildung behoben werden, z.B:

- \* Zuerst wird als Einführung ein Fernlehrgang bearbeitet, daran schließen sich mehrere Seminare im Unternehmen, in denen geübt wird bzw. betriebsspezifische Besonderheiten vermittelt werden (d.h. der Fernlehrgang wird als "prework" eingesetzt)
- \* Der - nicht betriebsspezifische - Fernlehrgang wird bearbeitet, es werden aber zusätzliche auf das Unternehmen abgestimmte Übungsbeispiele eingebaut und u.U.

von firmeninternen Fachleuten korrigiert, es gibt Übungsmöglichkeiten mit Tutoren im Unternehmen bzw. es werden zwischendurch firmeninterne Seminare abgehalten

Durch diese Kombinationsformen können sowohl die Befürchtungen bzgl. "Einzelkämpferlernen vom Papier" als auch von "nicht betriebsspezifischen Inhalten" entkräftet werden.

Für Fernstudienprogramme und Lehrbriefpakete usw. wird seitens der Unternehmen Interesse bestehen,

- wenn diese aufgrund von Bedarfserhebungen (Beratungsgespräche in Unternehmen) maßgeschneidert zusammengestellt werden können
- wenn dieses Zusammenstellen, da die Einzelmodule ja vorhanden sind, schnell geht
- wenn die Angebote, z.B. bzgl. Korrektur der Übungsaufgaben, Versendetakt, Bereitstellung von Tutoren für den Betrieb Zeitrahmen usw. flexibel auf das Unternehmen abgestimmt werden können
- wenn inhaltliche Änderungen bzgl. spezieller Unternehmensgegebenheiten vorgenommen werden können
- wenn es im didaktischen Bereich Kooperationsmöglichkeiten gibt (z.B. Korrektur der Zwischenaufgaben bereits im Unternehmen, Zwischenschaltung von Präsenzphasen im Unternehmen usw.)
- wenn neue Medien neben den oder anstatt der Lehrbriefe angeboten werden, z.B. Videocassetten, interaktive Medien, Audiocassetten usw.

#### **9.6. Drittes Problem: Der Teufel steckt im Detail! Manche Probleme tauchen erst im "Tagesgeschäft" auf**

Nach Überwindung dieses zweiten Hemmnisses, d.h. wenn eine (probeweise) Einführung von Lehrbriefpaketen bzw. der Einbau von Fernstudiengängen in die betriebliche Weiterbildungspalette tatsächlich erfolgt ist, ist damit zu rechnen, daß

aufgrund der Erfahrungen mit dieser Lernform andere (Detail)-Probleme in den Vordergrund treten.

Beispiele wären

- Kritik an den Inhalten, an ihrer Aktualität und Darstellungsform
- Probleme der Taktung der Unterlagen, insbesondere wenn es zu Schwankungen in der Arbeitsbelastung kommt
- Teilnehmer-Drop-Out, da Fernlernen bestimmten Lerntypen u.U. nicht liegt
- Probleme mit der Bereitstellung externer Tutoren
- Wunsch, firmeninterne statt externe Präsenzphasen abzuhalten

Dies zeigt gleichzeitig auch die Notwendigkeit auf, insbesondere bei den ersten Pilot-Projekten mit Unternehmen einen hauptverantwortlichen Projektleiter, der auch für die Durchführung einer Begleitevaluation sowie für die systematische Sammlung und Auswertung der Kritik eingesetzt wird, einzusetzen und dafür auch ausreichend Zeit einzuplanen. Ist dies mit dem bestehenden Personal nicht möglich, bietet sich der Ausweg an, dafür externe Mitarbeiter aufzunehmen. Insbesondere für firmeninterne Pilotprojekte wäre auch die Bildung eines gemischt besetzten Programmausschusses sinnvoll. Es sollte auch von Anfang an die Möglichkeit vorgesehen sein, zusätzliche bzw. andere Tutoren und Trainer für Begleitveranstaltungen einsetzen zu können, da gerade bei längeren Programmen erfahrungsgemäß sich die Bedarfe ändern. Um drop-out-Probleme zu minimieren, ist eine sorgfältige Auswahl und Vorbereitung der Teilnehmer gerade auf die Art des Lernens im Fernunterricht sinnvoll, ev. verbunden mit einer Schnupperphase.

### 9.7. Viertes Problem: Steigende Nachfrage und steigendes Anspruchs-niveau erfordern einen kapazitativen Ausbau der Studienzentren

Wenn Kooperationsprojekte mit Unternehmen realisiert werden sollen, ist mit einer quantitativen und qualitativen Mehrbelastung des Personals in den Studienzentren zu rechnen.

- mehr Teilnehmer führen zu erhöhtem Organisationsaufwand
- persönliche Bildungsberatungen in Unternehmen sind zeitintensiv
- Entwicklungsleistungen (Zusammenstellung und Überwachung spezieller Programmpakete) erfordern Zeit
- die pädagogische Aufbereitung von Unterlagen bzw. der Einsatz anderer Medien erfordert spezielle Kenntnisse
- Bedarfserhebungen, Marktbeobachtungen und Konkurrenzanalysen sind durchzuführen usw.

Erfahrungsgemäß ist auch damit zu rechnen, daß im Zuge der Zusammenarbeit mit einem Unternehmen auch das Anspruchs-niveau steigt, z.B. bzgl. der didaktischen Gestaltung der Unterlagen, des Einsatzes neuer Medien, pädagogischer und fachlicher Fähigkeiten der Tutoren und Trainer usw. Dies bedingt wiederum eine laufende Überarbeitung und Weiterentwicklung der Materialien. Damit muß auf längere Sicht die Personalkapazität der Studienzentren ebenfalls durch haupt- oder nebenamtliche Mitarbeiter ausgeweitet werden, um zumindest dasselbe Ausmaß an Kundenorientierung und dieselbe Qualität der angebotenen Dienstleistungen aufzuweisen wie andere (auch private) in- und ausländische Anbieter.



### 9.8. Aktionsplan: Aus (vermeintlichen) Schwächen Stärken machen

- \* Angebotsanalyse am österreichischen/deutschsprachigen Markt: Was bietet nur die Fernuniversität an?
- \* Vertiefte Bedarfsanalyse bei österreichischen Unternehmen
- \* Bausteine und Lehrgänge zu "Paketen" zusammenfassen, die im sonstigen österreichischen Angebot nicht vorhanden sind (Beispiel: ausländisches Recht)
- \* Bewerbung dieser Angebote (u.U. ausgesucht an bestimmte Unternehmensgruppen und -branchen)
- \* Verstärktes Angebot überbetrieblicher Präsenzphasen in Regionalzentren (u.U. in Zusammenarbeit mit anderen Weiterbildungsträgern), insbesondere für Teilnehmer aus Kleinbetrieben
- \* Werbung mit den besonderen Vorzügen von Fernlehrprogrammen der FU (z.B. Abschlußzeugnis, das auch für ein späteres Studium angerechnet werden kann), leichte Ergänzungsmöglichkeit durch betriebsinterne Veranstaltungen und Tutoren
- \* laufende Information über Anwendungserfahrungen in Unternehmenskooperationen (ersatzweise auch Praxiserfahrungen aus der Bundesrepublik Deutschland)
- \* (vorerst) Konzentration der Werbemaßnahmen auf bestimmte Zielgruppen, wie z.B. Unternehmen in geografisch ungünstiger Lage, bestimmte - weiterbildungsinensive - Branchen, Großunternehmen, auf "Gasthörer", auf Zielgruppen, für die diese Materialien ursprünglich geschrieben wurden (z.B. Maturaniveau) usw. (um mit einem vertretbaren Mittel- und Personalaufwand zu ersten Pilotprojekten zu kommen)



1. The first part of the document is a title page. It contains the title of the document, the author's name, and the date of the document. The title is "The History of the United States of America". The author is "John Adams". The date is "1776".

2. The second part of the document is a table of contents. It lists the chapters of the document and the page numbers where they begin. The chapters are "The Declaration of Independence", "The Constitution of the United States", and "The Bill of Rights". The page numbers are 1, 2, and 3 respectively.



## 10. ZUSAMMENFASSUNG

1988 wurde das ibw - Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft - vom Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung mit der Durchführung des Projektes "Einsatzmöglichkeiten des Fernstudiums im Rahmen der betrieblichen Bildungsarbeit" beauftragt.

Ziel war eine Piloterhebung, inwieweit und in welcher Form aus der Sicht der Unternehmen Fernstudien im Rahmen der betrieblichen Weiterbildung eingesetzt werden könnten und welche hemmenden und fördernden Faktoren bezüglich einer Kooperation von Unternehmen und den Studienzentren der Fernuniversität in Österreich gesehen werden.

Die Erhebung umfaßte eine Interviewerhebung bei 25 Personal- bzw. Weiterbildungsleitern von Unternehmen mit mehr als 300 Mitarbeitern im Raum Wien, Salzburg und Graz, Workshops mit Unternehmensvertretern bzw. mit Fernstudenten sowie eine schriftliche Befragung der 2100 größten Unternehmen Österreichs, um einen Anhaltspunkt über das Ausmaß der Verbreitung von Fernstudium und -unterricht im Rahmen der betrieblichen Bildungsarbeit zu gewinnen und um Informationen für ein gezieltes Bildungsmarketing der Studienzentren zu erhalten.

### Firmeninterviews:

Als hemmende Faktoren für eine Kooperation der österreichischen Betriebe mit der FU Hagen wurden von fast allen Interviewten das Informationsdefizit der Betriebe (19 der 25 Befragten kannten die Fernuniversität nicht) sowie die Vermutung, daß mit Fernstudienprogrammen keine firmen- und produktspezifischen Inhalte vermittelt werden können, genannt. Weiters wurde Kritik am "Fernlernen" selbst geübt: Fernstudium wird mit Lernen vom Papier, "Lernen als Einzelkämpfer" und Ausschaltung von Kommunikation assoziiert. Weitere genannte Hemmnisse waren z.B. die Unsicherheit bzgl.

Nostrifikation, die Aktualität und der "level" der Unterlagen.

Als fördernde Faktoren wurden genannt:

- \* Man kann zu Hause lernen
- \* Kostengünstige Form der Weiterbildung
- \* Günstig bei sehr speziellen Inhalten, die z.B. nur eine Person im Unternehmen benötigt
- \* Für Betriebe, die keine Weiterbildungsinstitute in der Nähe haben
- \* Für bestimmte Lerntypen besonders geeignet
- \* Für Betriebe, die einen spezifischen Bedarf an ausländischen Inhalten haben (z.B. BRD-Recht).

Zwei Drittel der Befragten gaben an, Selbstlernmaterialien (d.h. didaktisch aufgearbeitete Materialien) in ihrer Bildungsarbeit einzusetzen. Diese stammen von externen Bildungsträgern, von Produzenten und Lieferanten (Verkaufsschulung) bzw. sie wurden, insbesondere im high-tech-Bereich, selbst erstellt. Eingesetzt werden diese Unterlagen vor allem als pre-work zu Seminaren bzw. zur Auffrischung von Allgemeinwissen.

#### Fernstudenten-Workshop:

Auch beim Workshop mit Fernstudenten kristallisierte sich - wie bei der Unternehmensbefragung und dem Unternehmensworkshop - ein Informationsdefizit heraus: Die Teilnehmer informieren aus einer Reihe von Befürchtungen heraus ihre Unternehmen nicht über ihr Fernstudium. Probleme der Umsetzung des Gelernten im Studium werden von anderen Studienproblemen deutlich überlagert, wie z.B. dem Gefühl der Isolation von anderen Studierenden, der Unsicherheit über die Nostrifikation, die Unbekanntheit des Studiums bei Unternehmen, Zeit- und Kapazitätsprobleme. Gewünscht wurde von den Studienzentren vor allem eine Verstärkung ihrer Werbung und des Kontaktes zu Betrieben. Auffällig waren auch

die Informationsdefizite der Teilnehmer selbst über Studienorganisation, -abläufe und bereits angebotene Studienhilfen.

#### Workshop mit Personal- und Weiterbildungsverantwortlichen:

Auch hier zeigte sich als Hauptproblem das Informationsdefizit der Unternehmen über Fernstudien und die Fernuniversität.

Als Strategie des Bildungsmarketing wurde empfohlen, ähnlich der Vorgangsweise anderer Weiterbildungsanbieter in einem ersten Schritt den Bedarf der Unternehmen zu erheben, dann darauf aufbauend geeignete Produkte zu entwickeln (z.B. neue Lehrgänge entwickeln, aus bereits vorhandenen Bausteinen zusammenstellen bzw. überarbeiten) und erst dann in einem dritten Schritt diese Angebote in den Unternehmen stärker bekanntzumachen.

Während an sich kein Bedarf speziell an Absolventen der Fernuniversität selbst besteht, waren die Unternehmen grundsätzlich an Mitarbeiterweiterbildung durch Bearbeitung einzelner Lehrgänge als Gasthörer interessiert. Allerdings steht in diesem Fall die Fernuniversität in Konkurrenz zu anderen Anbietern von Fernunterricht, vor allem aber auch zu den bekannten Seminaranbietern. Die wichtigsten Entscheidungskriterien der Unternehmen beziehen sich auf die Übereinstimmung von Bildungsbedarf und Themenangebot, die Dauer der Fortbildung, Abschluß, Prüfung, Zertifikat usw.. Von der didaktischen Seite her wird Wert darauf gelegt, daß nicht nur Lehrbriefe ("Lernen vom Papier") angeboten werden, sondern auch Praktika und Präsenzphasen und daß auch neue Medien, wie z.B. Videocassetten, Computergestütztes Training, Audiocassetten usw. eingesetzt werden. Zertifikate und Prüfungen sind für die Unternehmen als eine Art "Teilgarantie" für die Teilnahme und den Lernerfolg des Teilnehmers interessant.

Zur Verbesserung der Kommunikation zwischen Unternehmen und Fernuniversität wurden folgende Vorschläge präferiert: Information der Unternehmen (unternehmensbezogene Informationsmaterialien, Videocassetten, persönliche Information an Personal- und Bildungsleiter und Betriebsräte), Präsentationen des Angebots vor einschlägigen Fachkreisen, Erstellung einer Übersicht über das Fernunterrichtsangebot und Durchführung von Gemeinschaftsprojekten (gemeinsame Entwicklung und Durchführung von Pilotkursen durch Studienzentren und Unternehmen).

#### Fragebogenerhebung:

Als abschließender Projektteil wurden im Februar 1989 die 2100 größten Unternehmen Österreichs schriftlich befragt. Es kann angenommen werden, daß der Rücklauf von 129 Fragebögen einen Großteil der überhaupt an Fernstudien i.w.S. interessierten Unternehmen umfaßt.

Zu berücksichtigen ist, daß lediglich der von Unternehmensseite geplante Einsatz von Fernstudien i.w.S. erfaßt ist, nicht aber die - weitaus überwiegende - Weiterbildung im Fernstudium in Privatinitiative; sowie daß der Begriff "Fernstudien" von den Befragten sehr undifferenziert verwendet wurde und sowohl das akademische Fernstudium, Fernunterricht i.e.S. als auch den Einsatz von Selbstlernmaterialien umfaßt.

Praktisch alle antwortenden Unternehmen haben in irgendeiner Form im letzten Geschäftsjahr inner- bzw. überbetriebliche Weiterbildung durchgeführt. Überbetrieblich weitergebildet wurden durchschnittlich 13 %, innerbetrieblich 26 % der Mitarbeiter.

Drei von vier Unternehmen verfügen in ihrer Nähe über ein Weiterbildungsinstitut.

42 % der Unternehmen kennen Fernstudienanbieter. Am häufigsten genannt wurden von den 50 antwortenden Unternehmen HFL (19 Nennungen), Fernuniversität Hagen (10), Dr. Roland (5), BFI (4) und SPIDI (4). Ausländische Anbieter wurden praktisch nicht genannt. Dies zeigt einen recht geringen In-

formationsstand der Unternehmen.

Kleinere Unternehmen schätzen Fernstudien eher als möglichen Ersatz für firmeninterne Weiterbildung ein als Großbetriebe. Gerade die mittleren Unternehmen zwischen 250 und 500 Mitarbeitern sind tendenziell positiver gegenüber Fernstudien eingestellt als Kleinbetriebe (mit geringer Weiterbildungsaktivität) bzw. Großbetriebe (mit einem ausgebauten Weiterbildungssystem).

Je intensiver innerbetriebliche Weiterbildung betrieben wird, desto positiver ist tendenziell die Einstellung zum Einsatz von Fernstudien, es wird aber auch betont, daß Fernstudien nicht andere Formen interner Weiterbildung ersetzen können.

Unternehmen mit praktischer Erfahrung mit Fernstudienlehrgängen betonen, daß nur bestimmte Persönlichkeitstypen sich im Fernstudium weiterbilden und daß das Fernstudium das Einzelkämpfertum fördert. Sie stimmen aber auch der Ansicht zu, daß Fernstudien auch für Mitarbeiter ohne Matura/Studium geeignet sind, daß sie kostengünstig sind und eine flexible Zeiteinteilung ermöglichen. D.h. Unternehmen mit Fernstudienerfahrung heben sowohl die Vor- als auch die Nachteile des Einsatzes von Fernstudien deutlicher hervor als andere Firmen.

Über die Hälfte der antwortenden Unternehmen zeigte global Interesse am Einsatz von Fernstudienlehrgängen i.w.S. Dieses steigt mit der Unternehmensgröße. Nach Wirtschaftsbereichen ist das Interesse bei Handels- und Industriebetrieben überdurchschnittlich hoch, bei den insgesamt weiterbildungsinintensiven Banken und Versicherungen relativ gering. Das höchste Interesse am (zukünftigen) Einbau von Fernlehrprogrammen weisen Unternehmen des Bereiches Elektrotechnik, energiever sorgende Unternehmen sowie Betriebe der Bereiche Chemie und Papier auf. Deutlich am geringsten ist das Interesse im Bauwesen und bei den Dienstleistungen (inkl. Banken und Versicherungen).



Von den am Fernstudieneinsatz interessierten Firmen - bei Großunternehmen von praktisch allen - wurde als Lernorganisationsform vor allem eine Kombination von Lehrbriefen mit tutorieller Betreuung und mit Präsenzveranstaltungen bevorzugt.

Bezüglich der maximalen Dauer von Fernstudien-Lehrgängen für Mitarbeiter des Unternehmens votierten die meisten Befragten für eine Dauer von maximal einem Jahr. Kleinere Unternehmen bevorzugten tendenziell kürzere Kurse (60 % bis max. 6 Monate Dauer).

Konkret als Weiterbildungsthemen genannt wurden am weitaus häufigsten EDV-bezogene Sachthemen, Fremdsprachenvermittlung, Unternehmensführung und -kultur, Einführung in betriebswirtschaftliche Themen bzw. Elektrotechnik. Deutlich öfter für Mitarbeiter mit Matura bzw. Studium genannt wurden die Themengebiete Finanzierungsinstrumente und Kapitalmarkt, angewandte Statistik, statistische Methoden der Markt- und Meinungsforschung, Programmierung komplexer Systeme. Umgekehrt verhielt es sich bei Grundlagen der Elektrotechnik und Elektronik und Maschinenbau.

Ein doch relativ großer Teil der Antwortenden sieht in fixen Regelungen und Vorgaben seitens des Fernstudienanbieters Probleme für die Bildungsarbeit: Über ein Viertel der Unternehmen würde dann eher oder überhaupt nicht an Fernstudienlehrgängen teilnehmen.

Insgesamt setzen nur 11 Unternehmen bereits Fernstudienlehrgänge i.w.S. im Unternehmen ein. So werden z.B. Fernsprachkurse durchgeführt (Lingotec u.a.), ein Unternehmen nannte den Schulverein der Papierindustrie, je ein Unternehmen der Bereiche Handel und Nachrichtentechnik setzt eigenes internes Fernstudienmaterial ein. Es handelt sich dabei vor allem um Mittel- und Großunternehmen.



Aus diesen Ergebnissen lassen sich eine Reihe von Folgerungen für das Bildungsmarketing der Studienzentren der Fernuniversität ableiten, wie z.B.

- Durchführung von Angebots- und Bedarfsanalysen
- Konzentration auf "Marktnischen"
- Zusammenfassung von Lehrgängen in Paketform
- Bewerbung dieser Angebote
- Gestaltung von Informationsmaterialien speziell für betriebliche Weiterbildungsverantwortliche
- Information von "Multiplikatoren" (Personal- und Bildungsverantwortliche, Betriebsräte), Präsentationen bei Kongressen usw.
- Verstärktes Angebot überbetrieblicher Präsenzphasen in Regionalzentren (u.U. in Zusammenarbeit mit anderen Weiterbildungsträgern), insbesondere für Teilnehmer aus Kleinbetrieben
- Entwicklung, Durchführung, Evaluierung und Bekanntmachung von Pilotprojekten mit Unternehmen
- Konzentration auf das Angebot von modular aufgebauten Lehrgangspaketen für "Gasthörer" mit max. einem Jahr Laufzeit
- Konzentration auf didaktische Formen, die eine Kombination von Lehrbriefen mit inner- oder überbetrieblichen Präsenzphasen bzw. Tutoren vorsehen



## 11. SUMMARY

In 1988, the Federal Ministry for Science and Research commissioned the IBW (Institute for Educational Research for the Austrian Economy) to conduct the project "Different Modes of Integrating Distance Learning into Training Concepts of Austrian Enterprises".

The aim of this study was to find out to what extent and in which form distance learning can be integrated in training plans of Austrian enterprises. A further question was which factors were seen by them as promoting or as obstructing their co-operation with those study centres which offer such courses.

The study included:

- \* interviews with 25 directors of personnel and training departments in companies with more than 300 employees
- \* workshops with company representatives and with participants of correspondence courses
- \* and a written enquiry in Austria's 2,100 largest companies.

Results of the interviews conducted in the companies:

In nearly all the interviews, two factors were mentioned as hampering any co-operation between Austrian companies and the Hagen University for Distance Learning: the first was an information deficit on the part of the enterprises; the second was the assumption that distance learning programs do not provide any company-, job-, or product-specific knowledge. Moreover, criticism was voiced with regard to distance learning itself: it was associated with "learning from paper", with "struggling on one's own", and with

eliminating any kind of personal communication. In addition, the respondents were uncertain with regard to the validity of university degrees by distance learning in Austria as well as the quality-level of the teaching material used.

The following factors were stated as advantages of distance learning:

- \* one can study at home;
- \* it is an inexpensive form of further education;
- \* it is a useful method if specific information is needed, for instance, only by one individual employee in a company;
- \* it is useful also for those enterprises which do not have any institute of further education nearby;
- \* it is ideally suited for some people who have a specific approach to learning and
- \* for companies that need to be provided with specific information pertaining to foreign countries, for example with knowledge of the West-German legal situation.

Two thirds of the interviewees stated that they used self-learning material - i.e. material compiled according to didactic guidelines - for their internal training. This material mainly came from external institutes of further education or from training measures conducted by traders and producers, or they put it together themselves (this applies mainly for the high-tech sector). It was used mostly as a preparation for seminars ("pre-work") and for brushing up the employees' general education.

#### Results of the workshop with students:

A workshop was held with students of the Fernuniversität Hagen (which is offering exclusively studies by distance learning, accompanied by seminars). Information deficits have come to light not only in the interviews which were carried out in the companies and in the workshops that were conducted with the companies' representatives, but also

during the workshops with students from distance learning schools: Out of certain fears and anxieties, students do not inform their enterprises about their taking part in such programs. They stressed less that they had problems with applying in practice the contents of learning, but gave much more weight to other study-related issues, like e.g. the feeling of being isolated from other students, the uncertainty that their foreign diplomas will not be valid in Austria, lacking knowledge about distance learning in the companies, and problems of timing and capacity. Their main wish was for the study centres to intensify their marketing and advertising as well as their contacts with the enterprises. It is conspicuous also that the students themselves spoke about not having enough information concerning the organization and structure of their study courses.

#### Results of the workshop with heads of personnel and training departments:

Also in this case, the enterprises' main problem was that they had an information deficit with regard to distance learning study courses in general and did not know too much about Hagen University, either.

They recommended a strategy which bears great resemblance to the one practised by other institutions for further education: as a first step, a needs analysis should be conducted; as a second, the results thus obtained should be used as the basis for developing appropriate products (such as creating new courses or putting together elements of already existing materials); and, after having done all that, the third step could consist in advertising these educational programs to the companies.

Whereas there is, actually, no need for graduates from a university that offers distance learning courses in particular, the companies' representatives were interested in a participation of their employees in certain courses by registering them as "guest students". In this case, however,

a distance learning university would have to face the competition not only of other institutions which offer distance learning courses, but of all institutions offering seminars as well.

The most important decision criteria of the companies were: the matching of educational needs and topics offered by the institutions, duration of further educational programs, and the kind of the final examinations.

From the didactic point of view it was emphasized that instruction material should be offered not only in writing ("learning from paper"), but also in the form of practical seminars or courses which must be attended personally by the students, and new forms of media, such as video or audio tapes and computer-assisted instruction (CAI). Certificates and examinations were important for the companies insofar as they could partly serve as a "guarantee" for a successful participation of their employees in such programs.

To improve communication between the companies and providers of distance learning courses (expecially Hagen University), the following suggestions were ranked on top:

- \* information: providing enterprises with specific branch-oriented information material and personally informing the heads of the personnel and training departments as well as the works council
- \* presentation
- \* giving an outline of distance learning programs; and
- \* joint realization of projects, i.e. study centres and enterprises develop and carry out pilot courses together.

Some results obtained by means of questionnaires:

In February 1989, questionnaires were sent out to Austria's 2100 largest companies. In all, 129 were sent back. This number can be assumed to comprise the majority of enterprises which are really interested in correspondence courses (in the broader sense of the word).

It must be taken into account, however, that this survey covers only the enterprises' planned use of distance learning (in a broader sense) and not any private initiatives in this field (these initiatives make up the by far largest part of this kind of further education initiatives.) A fact to be taken into consideration also is that the concept of "distance learning" was used in a very undifferentiated way by the respondents, meaning "academic studies", "distance instruction" as well as "use of self-instructional material".

In 1987 practically all of the interviewed companies carried out some kind of program of internal or external further education. On the average, 13 % of all employees participated in external programs and 26 % of them in internal ones.

Three out of four enterprises have an institute for further education in their vicinity.

A percentage of 42 % of all respondents (i.e. 50 companies) know at least one institution which offers distance learning programs. Foreign institutions were, however, practically not mentioned at all, which shows how low the companies' level of information is.

From the viewpoint of smaller companies, distance learning was seen as a better substitute for internal further training measures than for larger ones. And it is mainly in medium-size enterprises (with between 250 and 500 employees) that a tendency towards a more positive attitude towards distance learning prevails. This is because smaller

companies, on the one hand, have less demand for further educational activities in general and that larger companies, on the other, use their own systems of further education.

The more intensively companies make use of internal training, the more positive is their opinion about distance learning programs. At the same time, however, they emphasize that these cannot serve as a substitute for internal training measures.

Those companies which had already gathered practical experience with correspondence-course programs underlined that only people with a particular style of learning were interested in this type of studies and added that a participation in such programs made them more prone to "struggle on their own". Nevertheless they agreed that distance learning had advantages as well: it was accessible also to those among their employees who had not graduated from a secondary school or from a university; correspondence courses were not expensive; and they offered the possibility of a flexible organization of one's time. All these answers demonstrate that companies with some practical experience with distance learning courses see more distinctly both their advantages and their disadvantages.

More than half of the responding enterprises stated that they were, generally-speaking and in the broader sense of the term, interested in using distance learning courses. It can be observed that this interest gets more pronounced the larger the company is. Differentiating between the individual branches of the economy, this readiness to use such programs was extremely high in commerce and industry, but relatively small in banks and insurance companies (which - on the whole - intensively participate in further educational activities anyway). The greatest interest in a (future) use of distance learning could be noted in electro-technical and energy-supplying companies as well as in the chemical and paper sectors.



When asked about their preferred organization form of learning, the majority of those interested in distance learning answered that a combined use of written learning material, tutorial instruction, and seminars was ideal for them.

As far as the duration of such programs is concerned, most of the respondents were in favour of a maximum length of one year; smaller companies preferred, generally-speaking, shorter courses: 60 % of them believed that a maximum of six months would be best.

Most frequently-mentioned topics and contents of further education were EDP-related technical issues, foreign languages, management techniques, and introductions into business administration and into electrical engineering. For secondary school or university graduates, the following fields of learning were believed to be more important: financial instruments, the capital market, applied statistics, statistic devices in market and opinion research, and the programming of complex systems. For this latter group, however, acquiring basic knowledge of electrical or mechanical engineering or of electronics was not regarded as being important.

More than one fourth of all responding enterprises stated that they would not participate in distance learning courses unless they could be adapted to individual needs concerning the time of study, the deadlines for sending in home-exercises or concerning a flexible arrangement of the weekly workload.

In total, only eleven (in their majority large and medium-sized) enterprises already use distance learning courses as a part of their training programmes.

As a consequence of this variety of answers and responses, study centres as well as universities for distance learning - and, in particular, Hagen University - should concentrate their future marketing efforts on:

- \* carrying out a market analysis of distance learning programmes that are already offered on the Austrian market
- \* carrying out a needs analysis in enterprises
- \* organizing correspondence courses in the form of "packages"
- \* compiling information material especially for the heads of the companies' training departments
- \* personally informing the "key figures" (i.e. the heads of the personnel and training departments as well as the shop stewards)
- \* increasingly offering external seminars in regional centres, possibly also in co-operation with other institutes for further education
- \* developing, carrying out, evaluating, and advertising joint pilot projects (with enterprises);
- \* concentrating on offering to their "guest students" courses with a modular structure and a maximum duration of one year; and
- \* concentrating on such didactic forms which combine written learning material, tutorial instruction, and internal as well as external seminars.

## 12. LITERATUR

AVERKAMP M., u.a., Weiterbildung des pädagogischen Personals im berufsbildenden Fernunterricht, Informationen zum beruflichen Fernunterricht, Heft 18, Bundesinstitut für Berufsbildung (Hrsg.), Berlin 1988.

BALLI Ch. u.a., Einzellernen - Vereinzeltes Lernen?, Dokumentationen und Informationen zum beruflichen Fernunterricht, Heft 5, BIBB (Hrsg.), Berlin 1982.

BATES A., Unterrichtsformen, Auswahl und Kosteneffektivität alternativer Medien, in: CEDEFOP (Hrsg.), Gesucht - Die neuen Medien in der Berufsbildung, Berufsbildung Nr. 1/1988, Berlin 1988, S. 27ff.

BERGNER S. u.a., Finanzierung des Fernunterrichts und seiner Teilnehmer, Informationen zum beruflichen Fernunterricht, Heft 14, BIBB (Hrsg.), Berlin 1984.

BIBB - BUNDESINSTITUT FÜR BERUFSBILDUNG (Hrsg.), Fernunterricht, Dokumentationen und Informationen zum beruflichen Fernunterricht, Heft 1, Berlin 1982.

BMBW - DER BUNDESMINISTER FÜR BILDUNG UND WISSENSCHAFT (Hrsg.), Berichtssystem Weiterbildungsverhalten 1985, in: Bildung-Wissenschaft-aktuell 7/87, Bonn 1987.

CEDEFOP (Hrsg.), Fernunterricht, Berufsbildung Heft 15, September 1984/II, Berlin 1984.

DEY I./HARRISON J., Distance education and training for small firms in the United Kingdom, CEDEFOP (Hrsg.), Berlin 1987.

EHMANN C., Fernunterricht in Klein- und Mittelbetrieben - Ergebnisse aus Begleituntersuchungen, in: ders., Fernunterricht in Klein- und Mittelbetrieben, Informationen zum beruflichen Fernunterricht, Heft 12, Bundesinstitut für Berufsbildung (Hrsg.), Berlin 1988, S. 41ff.

FRIEDRICHS J., Methoden empirischer Sozialforschung, Opladen 1980 (2. Auflage).

HARRY K., Distance Education in Western Europe: A selective annotated bibliography of current literature, CEDEFOP (Hrsg.), Berlin 1985.

HENDERSON E., A joint-first in practical business, in: Transition, January 1988, S. 22.

HODGSON V., The relevance and effectiveness of distance learning für management education - Report to the FME, CSML research paper, Lancaster 1986.

HODGSON V./MANN S./SNELL R. (Hrsg.), Beyond Distance Teaching - Towards Open Learning, Milton Keynes 1987.

KAILER N., Betriebliche Bildungsarbeit - Entwicklungstendenzen in österreichischen Unternehmen ibw (Hrsg.), Wien, September 1988(a) (2. Auflage).

KAILER N., Weiterbildungsangebote: Informationsdefizit oder Überinformation, in: ibw-Mitt. 1988/3, Wien 1988(b).

KAILER N., Wie fördern die Unternehmen die Weiterbildung ihrer Mitarbeiter, in: ibw-Mitt. 1988/4, Wien 1988(c).

KAILER N., Fernunterricht und seine Integration in die betriebliche Bildungsarbeit, in: ibw-Mitt. 1989/1, S. 3ff., Wien 1989(a).

KAILER N., Kostenermittlung in der betrieblichen Weiterbildung, ibw (Hrsg.), Wien 1989(b) (in Arbeit).

KAMMERER Forschungsgruppe, Weiterbildung im Fernunterricht, Befragung von Teilnehmern 1986/87, Untersuchung im Auftrag des Bundesministers für Bildung und Wissenschaft, Bonn 1987 (unveröffentlicht).

KAMMERER G./STOCKDREHER P., Angebot und Nachfrage auf dem Gebiet des Fernunterrichts für obere und mittlere Führungskräfte von Klein- und Mittelbetrieben und für Handwerker, CEDEFOP (Hrsg.), Berlin 1988.

MANN S., The Effective Design and Delivery of Open Learning Packages for Management Education, School of Management and Organisational Sciences, University of Lancaster, Lancaster 1987.

MANPOWER SERVICES COMMISSION (Hrsg.), Deciding, Designing, Delivering - The Competencies of Staff involved in Computer Based Training, Sheffield 1986(a).

MANPOWER SERVICES COMMISSION (Hrsg.): Tutor Competencies for Open Learning, Sheffield 1986(b).

MANPOWER SERVICES COMMISSION (Hrsg.): Management Training and Development - A case of good practice: Pedigree Petfoods, Investing in People Nr. 3, Sheffield 1987.

MASH C., Management development to cope with success, in: Transition, January 1988, S. 19ff.

ÖStZA-Österreichisches Statistisches Zentralamt (Hrsg.), Berufliche Fortbildung und Umschulung - Ergebnisse des Mikrozensus 1982, Beiträge zur Österreichischen Statistik 753, Wien 1985.

POHLMANN G., Anmerkungen zur Methodenwahl in der Berufsbildungsforschung", in: Berufsbildung in Wissenschaft und Praxis, Heft 6/1982, S. 30ff.

SNELL R./BINSTED D., Issues in Management Development and their Implications for Open Distance Learning, CSML-Research Paper, Centre for the Study of Management Learning, University of Lancaster, Lancaster 1985.

STANFORD N., Using the Open Business School to create a Climate for Self Development in the Prudential, Surrey County Council (Hrsg.), November 1988 (Manuskript).

TREMLET L. R., Distance Learning - A Survey of Modality, Method and Management in the Non-Traditional Approach to Continuing Education, unpublished Dissertation, Northland Open University, Ontario 1981.

WOORTMANN G., Fernunterricht - eine wirtschaftliche Möglichkeit der betrieblichen Bildungsarbeit, in: BERGNER S. u.a., Finanzierung des Fernunterrichts und seiner Teilnehmer, Informationen zum beruflichen Fernunterricht, Heft 14, BIBB (Hrsg.), Berlin 1984, S. 49ff.

ZFU - STAATLICHE ZENTRALSTELLE FÜR FERNUNTERRICHT DER LÄNDER DER BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND, Rechtsgrundlagen zur Ordnung des Fernunterrichts, Köln 1983.

ZFU - STAATLICHE ZENTRALSTELLE FÜR FERNUNTERRICHT und BIBB (Hrsg.), Ratgeber für Fernunterricht, Köln und Berlin 1988.



## **13. ANHANG**

### **13.1. FRAGEBOGEN**





# Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft

Judenplatz 3-4, A-1010 Wien, Tel.: (0 22 2) 535 17 52-0

Wien, im Februar 1989

An die für Weiterbildung im Unternehmen zuständige Person

**Betrifft: Einsatz des Fernstudiums in der betrieblichen Bildungsarbeit**

Sehr geehrte Dame, sehr geehrter Herr!

Das Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft - gegründet von der Bundeskammer der gewerblichen Wirtschaft und der Vereinigung Österreichischer Industrieller - führt im Auftrag des Bundesministeriums für Wissenschaft und Forschung eine Erhebung über Einsatzmöglichkeiten des Fernstudiums im Rahmen der betrieblichen Bildungsarbeit durch.

Um die Bedarfslage in österreichischen Unternehmen besser abschätzen zu können, ersuchen wir Sie um Ihre Mitarbeit: senden Sie bitte den ausgefüllten Fragebogen in den nächsten Tagen an das Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft zurück.

Selbstverständlich bleiben alle Antworten anonym, d. h. die Ergebnisse unserer Studie lassen keinen Rückschluß auf Einzelaussagen von Unternehmen oder Personen zu.

Wir bedanken uns im voraus für Ihre Mitarbeit.

Mit freundlichen Grüßen

INSTITUT FÜR BILDUNGSFORSCHUNG  
DER WIRTSCHAFT

  
Dr. Johann Steinringer  
(Geschäftsführer)

## Fragebogen:

### Einsatz des Fernstudiums in der betrieblichen Bildungsarbeit

1. Bitte schätzen Sie:

a. Wie hoch war der Anteil an Mitarbeitern Ihres Unternehmens, der im letzten Geschäftsjahr an *überbetrieblichen* Weiterbildungsmaßnahmen (firmenexternen Kursen, Lehrgängen usw.) teilgenommen hat?

ca. .... Prozent

b. Wie hoch war der Anteil an Mitarbeitern Ihres Unternehmens, der im vergangenen Geschäftsjahr an *innerbetrieblich* abgehaltenen Weiterbildungsmaßnahmen (firmeninternen Seminaren, Workshops usw.) teilgenommen hat?

ca. .... Prozent

2. Gibt es in der Nähe Ihres Unternehmens ein Weiterbildungsinstitut, mit dem Sie bereits zusammenarbeiten bzw. das als Kooperationspartner für die Weiterbildung in Frage käme?

- ☐ JA
- ☐ NEIN

3. Kennen Sie Weiterbildungsträger, die Fernstudien anbieten?

- ☐ JA
- ☐ NEIN

Wenn JA: Welche?

.....  
 .....  
 .....

4. Inwieweit treffen die folgenden Aussagen über Fernstudien Ihrer Meinung nach zu? (Bitte alle Zellen ausfüllen!)

- 1 ... stimmt voll
- 2 ... stimmt eher
- 3 ... stimmt eher nicht
- 4 ... stimmt überhaupt nicht

Fernstudium ist eine kostengünstige Art der Weiterbildung      1   2   3   4

nur ganz bestimmte Persönlichkeitstypen bilden sich im Fernstudium weiter      1   2   3   4

durch Fernstudium kann man sein Fachwissen in einem bestimmten Gebiet auf den neuesten Stand bringen      1   2   3   4

Fernstudium fördert das Einzelkämpfertum      1   2   3   4

Fernstudium ist besonders für Unternehmen ohne firmeninterne Weiterbildung geeignet      1   2   3   4

Fernstudium ist besonders für Unternehmen geeignet, die keine Weiterbildungsträger in der Nähe haben      1   2   3   4

Fernstudium eignet sich nur für Mitarbeiter mit Studium oder Matura      1   2   3   4

Fernstudium ermöglicht eine flexible Zeiteinteilung beim Lernen      1   2   3   4

5. Wäre Ihr Unternehmen grundsätzlich am Einsatz von Fernstudienlehrgängen im Rahmen der betrieblichen Weiterbildung interessiert?

- ☐ JA
- ☐ NEIN --> weiter bei Frage 10

Wenn JA:

Welche Form(en) der Zusammenarbeit mit Fernstudienanbietern würden Sie bevorzugen? (Bitte Zutreffendes ankreuzen!)

- ☐ Individuelles Studium einzelner Mitarbeiter zuhause
- ☐ eine Gruppe von Mitarbeitern bildet sich mit Lehrbriefen u. a. Materialien zu einem bestimmten Thema weiter und wird durch einen "Tutor/Berater" aus dem Unternehmen planmäßig unterstützt
- ☐ eine Gruppe von Mitarbeitern bildet sich mit Lehrbriefen u. a. zu einem bestimmten Thema weiter, wobei zusätzlich Seminare, Praktika o. ä. im Unternehmen bzw. beim Fernstudienanbieter abgehalten werden
- ☐ Einsatz einzelner Fernlehrbriefe als Unterlage in der betrieblichen Weiterbildung
- ☐ andere Form, u. zw. ....

6. Wie lange sollte Ihrer Meinung nach ein Fernstudien-Lehrgang für Mitarbeiter Ihres Unternehmens maximal dauern?

- ☐ max. 3 Monate
- ☐ max. 6 Monate
- ☐ max. ein Jahr
- ☐ max. zwei Jahre
- ☐ max. ....

7. Welche Inhalte wären für Ihr Unternehmen als Fernstudien-Lehrgang besonders interessant?

Bitte differenzieren Sie bei Ihrer Antwort nach den folgenden beiden Mitarbeitergruppen:

- 1 ... für Mitarbeiter mit Studium oder Matura
- 2 ... für Mitarbeiter mit Lehrabschlußprüfung, Meisterprüfung, Handelsschule usw.

#### a. WIRTSCHAFTSWISSENSCHAFTEN:

|                                                         |   |   |
|---------------------------------------------------------|---|---|
| Rechnungswesen                                          | 1 | 2 |
| Finanzierungsinstrumente und Kapitalmarkt               | 1 | 2 |
| Struktur und Grundprobleme des Bankwesens               | 1 | 2 |
| Grundlegende Fragestellungen der Industriebetriebslehre | 1 | 2 |
| Einführung in die Datenverarbeitung und Methodenbanken  | 1 | 2 |
| Einführung in die angewandte Statistik                  | 1 | 2 |
| Statistische Methoden der Markt- und Meinungsforschung  | 1 | 2 |
| Probleme des Marketings                                 | 1 | 2 |
| Unternehmensführung und Unternehmenskultur              | 1 | 2 |
| andere Themen: .....                                    | 1 | 2 |

#### b. INFORMATIK, MATHEMATIK, ELEKTROTECHNIK:

|                                                           |   |   |
|-----------------------------------------------------------|---|---|
| Programmiersprachen                                       | 1 | 2 |
| Numerische Methoden                                       | 1 | 2 |
| Programmierung komplexer Systeme                          | 1 | 2 |
| Rechnerarchitektur und Assemblerprogrammierung            | 1 | 2 |
| Mathematik für Ingenieure/Informatiker                    | 1 | 2 |
| Nachrichtenübermittlungssysteme                           | 1 | 2 |
| Grundlagen und neuere Anwendungen von Datenbanksystemen   | 1 | 2 |
| Grundlagen und Technologie moderner Halbleiterschaltungen | 1 | 2 |
| Regelungstechnik                                          | 1 | 2 |
| Hochfrequenztechnik                                       | 1 | 2 |
| Grundlagen der Elektrotechnik und Elektronik              | 1 | 2 |
| andere Themen: .....                                      | 1 | 2 |

- 1 ... für Mitarbeiter mit Studium oder Matura  
2 ... für Mitarbeiter mit Lehrabschlußprüfung, Meisterprüfung, Handelsschule usw.

c. ANDERE BEREICHE:

|                        |   |   |
|------------------------|---|---|
| Maschinenbau           | 1 | 2 |
| Fremdsprachen          | 1 | 2 |
| EG-Vorbereitung        | 1 | 2 |
| Österreichisches Recht | 1 | 2 |
| Ausländisches Recht    | 1 | 2 |
| andere Themen:.....    | 1 | 2 |

10. Anzahl der Beschäftigten Ihres Unternehmens:

..... Beschäftigte Insgesamt

11. Wieviel Prozent der Beschäftigten Ihres Unternehmens verfügen über ein abgeschlossenes Studium/Matura?

ca. .... Prozent

8. Könnten Mitarbeiter Ihres Unternehmens an Fernlehrgängen teilnehmen, die innerhalb der üblichen Semestereinteilung von Universitäten (d. h. Sommer- und Wintersemester, bestimmte Inskriptionstermine usw.) durchgeführt werden?

- ☐ Ja, ohne Probleme  
☐ Ja, mit Einschränkungen  
☐ Nein, eher nicht  
☐ Nein, überhaupt nicht

12. Bitte ordnen Sie Ihr Unternehmen zu:

- ☐ Industrie  
☐ Gewerbe/Handwerk  
☐ Handel  
☐ Bank, Versicherung  
☐ Fremdenverkehr  
☐ Verkehr  
☐ andere Zuordnung, nämlich .....

9. Werden in Ihrem Unternehmen dzt. Fernstudien-Lehrgänge eingesetzt?

- ☐ JA  
☐ NEIN

Wenn JA: Welche?

.....

13. Branche/Schwerpunkt Ihres Unternehmens:

.....

14. Postleitzahl des Unternehmensstandortes

.....

**VIELEN DANK FÜR IHRE MITARBEIT!**

Bitte senden Sie den ausgefüllten Fragebogen zurück an das

Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft  
Judenplatz 3-4  
A-1010 Wien

## 13.2. TABELLEN



| Geschlecht, Veranstalter | Beschäftigte mit Fortbildung oder Umschulung 1981 oder 1982 | Kosten trug:                        |                                         |                                 |                                                |                  |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------------------|------------------|
|                          |                                                             | zur Gänze Dienstgeber               | teilweise Dienstgeber, teilweise selbst | zur Gänze öffentliche Förderung | teilweise öffentl. Förderung, teilweise selbst | zur Gänze selbst |
|                          |                                                             |                                     |                                         |                                 |                                                |                  |
|                          | Absolutzahlen                                               | Relativzahlen (Spaltenspalte = 100) |                                         |                                 |                                                |                  |

## Männer

|                                       |                |             |            |            |            |             |
|---------------------------------------|----------------|-------------|------------|------------|------------|-------------|
| Eigener Dienstgeber                   | 100.300        | 94,8        | 4,1        | 0,1        | -          | 0,5         |
| Anderer Betrieb                       | 17.000         | 87,9        | 2,3        | 0,9        | 0,8        | 7,5         |
| Wirtschaftsförderungsinstitut         | 51.200         | 38,0        | 7,8        | 4,1        | 4,5        | 45,2        |
| Berufsförderungsinstitut              | 9.100          | 36,5        | 12,0       | 12,5       | 14,7       | 24,3        |
| Landwirtschaftl. Fortbildungsinstitut | 7.800          | 25,1        | 1,9        | 20,9       | 12,2       | 39,9        |
| Kammern, Gewerkschaften               | 18.100         | 32,5        | 16,0       | 17,3       | 5,7        | 28,5        |
| Öffentliche Einrichtungen             | 20.500         | 47,3        | 8,4        | 15,6       | 7,9        | 20,8        |
| Volkshochschule                       | 3.700          | 5,6         | 1,1        | 3,7        | 13,8       | 75,8        |
| Fernlehrinstitut                      | 2.100          | 12,6        | -          | -          | 6,9        | 73,1        |
| Sonstige Stellen                      | 32.500         | 49,7        | 8,5        | 1,0        | 4,3        | 35,7        |
| <b>Zusammen</b>                       | <b>268.100</b> | <b>62,5</b> | <b>6,4</b> | <b>4,5</b> | <b>3,5</b> | <b>20,9</b> |

## Frauen

|                                       |                |             |            |            |            |             |
|---------------------------------------|----------------|-------------|------------|------------|------------|-------------|
| Eigener Dienstgeber                   | 33.000         | 84,8        | 6,3        | 2,1        | 2,2        | 3,3         |
| Anderer Betrieb                       | 3.400          | 84,5        | 4,1        | 3,7        | -          | 7,1         |
| Wirtschaftsförderungsinstitut         | 20.700         | 36,1        | 10,4       | 9,1        | 0,8        | 42,9        |
| Berufsförderungsinstitut              | 3.600          | 45,2        | 4,7        | 6,3        | 8,1        | 35,7        |
| Landwirtschaftl. Fortbildungsinstitut | 2.700          | 11,1        | 5,2        | 23,5       | 15,3       | 44,9        |
| Kammern, Gewerkschaften               | 9.100          | 23,6        | 5,1        | 16,6       | 11,8       | 42,3        |
| Öffentliche Einrichtungen             | 14.600         | 50,4        | 5,5        | 18,2       | 10,4       | 15,5        |
| Volkshochschule                       | 6.900          | 7,4         | 4,1        | -          | 0,8        | 87,7        |
| Fernlehrinstitut                      | 800            | -           | -          | -          | -          | 100,0       |
| Sonstige Stellen                      | 12.900         | 33,9        | 8,4        | 4,5        | 6,1        | 47,1        |
| <b>Zusammen</b>                       | <b>110.100</b> | <b>49,7</b> | <b>6,7</b> | <b>7,5</b> | <b>4,6</b> | <b>29,1</b> |

## Insgesamt

|                                       |                |             |            |            |            |             |
|---------------------------------------|----------------|-------------|------------|------------|------------|-------------|
| Eigener Dienstgeber                   | 133.300        | 92,3        | 4,7        | 0,6        | 0,5        | 1,2         |
| Anderer Betrieb                       | 20.400         | 87,3        | 2,7        | 1,4        | 0,7        | 7,4         |
| Wirtschaftsförderungsinstitut         | 71.900         | 37,4        | 8,6        | 5,6        | 3,5        | 44,5        |
| Berufsförderungsinstitut              | 12.700         | 39,0        | 9,9        | 10,7       | 12,8       | 27,6        |
| Landwirtschaftl. Fortbildungsinstitut | 10.500         | 21,5        | 2,7        | 21,6       | 13,0       | 41,2        |
| Kammern, Gewerkschaften               | 27.200         | 29,5        | 12,4       | 17,1       | 7,7        | 33,1        |
| Öffentliche Einrichtungen             | 35.100         | 48,6        | 7,2        | 16,7       | 8,9        | 18,6        |
| Volkshochschule                       | 10.600         | 6,7         | 3,1        | 1,3        | 5,3        | 83,6        |
| Fernlehrinstitut                      | 2.900          | 9,1         | -          | -          | 5,0        | 80,6        |
| Sonstige Stellen                      | 45.400         | 45,2        | 8,4        | 2,0        | 4,8        | 39,0        |
| <b>Insgesamt</b>                      | <b>378.200</b> | <b>58,7</b> | <b>6,5</b> | <b>5,4</b> | <b>3,8</b> | <b>23,3</b> |

Qu.: Mikrozensus 1982 "Berufliche Fortbildung und Umschulung", ÖStZA, Wien 1985

| Geschlecht, Veranstalter | Beschäftigte mit Fortbildung oder Umschulung 1981 oder 1982 | Finanzieller Aufwand in Schilling |                                    |                   |                     |                     |                  |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|-------------------|---------------------|---------------------|------------------|
|                          |                                                             | nein                              | weniger als 500.-                  | 500.- bis 1.000.- | 1.001.- bis 2.000.- | 2.001.- bis 5.000.- | mehr als 5.000.- |
|                          |                                                             | Absolutzahlen                     | Relativzahlen (Spaltensumme = 100) |                   |                     |                     |                  |

## Männer

|                                       |         |      |      |      |      |      |      |
|---------------------------------------|---------|------|------|------|------|------|------|
| Eigener Dienstgeber                   | 100.300 | 95.6 | 0.3  | 2.2  | 1.2  | 0.2  | 0.2  |
| Anderer Betrieb                       | 17.000  | 88.9 | 1.1  | 1.5  | -    | 4.5  | 0.5  |
| Wirtschaftsförderungsinstitut         | 51.200  | 42.2 | 5.2  | 13.3 | 7.6  | 16.3 | 14.1 |
| Berufsförderungsinstitut              | 9.100   | 49.8 | 5.7  | 8.7  | 5.8  | 11.9 | 12.8 |
| Landwirtschaftl. Fortbildungsinstitut | 7.800   | 49.3 | 15.5 | 27.1 | -    | 4.6  | 1.5  |
| Kammern, Gewerkschaften               | 18.100  | 52.6 | 7.6  | 16.3 | 5.1  | 11.2 | 6.1  |
| Öffentliche Einrichtungen             | 20.500  | 64.0 | 3.5  | 7.9  | 7.7  | 7.5  | 7.3  |
| Volkshochschule                       | 3.700   | 9.3  | 11.7 | 48.9 | 6.3  | 16.7 | 7.1  |
| Fernlehrinstitut                      | 2.100   | 12.6 | -    | 8.0  | 12.7 | 34.2 | 32.5 |
| Sonstige Stellen                      | 32.500  | 50.7 | 2.0  | 11.1 | 5.3  | 17.3 | 12.3 |
| Zusammen                              | 268.100 | 67.6 | 3.0  | 8.4  | 3.8  | 8.1  | 6.1  |

## Frauen

|                                       |         |      |      |      |      |      |      |
|---------------------------------------|---------|------|------|------|------|------|------|
| Eigener Dienstgeber                   | 33.000  | 87.8 | 4.3  | 3.8  | 1.8  | 0.8  | 0.5  |
| Anderer Betrieb                       | 3.400   | 88.3 | 1.8  | 9.2  | -    | -    | -    |
| Wirtschaftsförderungsinstitut         | 20.700  | 45.2 | 3.7  | 19.2 | 9.5  | 14.4 | 6.8  |
| Berufsförderungsinstitut              | 3.600   | 51.5 | 9.5  | 13.9 | 10.4 | 12.0 | -    |
| Landwirtschaftl. Fortbildungsinstitut | 2.700   | 34.6 | 36.0 | 5.1  | 9.9  | -    | 3.1  |
| Kammern, Gewerkschaften               | 9.100   | 43.1 | 11.6 | 24.5 | 10.4 | 7.3  | 2.1  |
| Öffentliche Einrichtungen             | 14.600  | 68.6 | 6.8  | 7.6  | 8.3  | 2.5  | 6.2  |
| Volkshochschule                       | 6.900   | 7.4  | 22.0 | 30.8 | 23.1 | 10.5 | 5.2  |
| Fernlehrinstitut                      | 800     | -    | -    | -    | 5.4  | -    | 94.6 |
| Sonstige Stellen                      | 12.900  | 41.0 | 5.3  | 13.7 | 11.2 | 13.9 | 14.1 |
| Zusammen                              | 110.100 | 58.1 | 7.1  | 12.2 | 7.7  | 6.8  | 5.2  |

## Insgesamt

|                                       |         |      |      |      |      |      |      |
|---------------------------------------|---------|------|------|------|------|------|------|
| Eigener Dienstgeber                   | 133.300 | 93.7 | 1.3  | 2.6  | 1.3  | 0.3  | 0.3  |
| Anderer Betrieb                       | 20.400  | 88.8 | 1.2  | 2.8  | -    | 3.8  | 0.4  |
| Wirtschaftsförderungsinstitut         | 71.900  | 43.1 | 4.7  | 15.0 | 8.2  | 15.8 | 12.0 |
| Berufsförderungsinstitut              | 12.700  | 50.3 | 6.8  | 10.2 | 7.1  | 11.9 | 9.2  |
| Landwirtschaftl. Fortbildungsinstitut | 10.500  | 45.5 | 20.8 | 21.4 | 2.6  | 3.4  | 1.9  |
| Kammern, Gewerkschaften               | 27.200  | 49.4 | 8.9  | 19.1 | 6.8  | 9.9  | 4.8  |
| Öffentliche Einrichtungen             | 35.100  | 65.9 | 4.9  | 7.8  | 8.0  | 5.4  | 6.8  |
| Volkshochschule                       | 10.600  | 8.0  | 18.4 | 37.1 | 17.2 | 12.7 | 5.9  |
| Fernlehrinstitut                      | 2.900   | 9.1  | -    | 5.7  | 10.6 | 24.7 | 49.9 |
| Sonstige Stellen                      | 45.400  | 47.9 | 3.0  | 11.8 | 6.9  | 16.4 | 12.8 |
| Insgesamt                             | 378.200 | 64.8 | 4.2  | 9.5  | 5.0  | 7.7  | 5.8  |

Qu.: Mikrozensus 1982 "Berufliche Fortbildung und Umschulung"  
ÖStZA, Wien 1985



### **13.3. FRAGENKATALOG: PRÜF- UND AUSWAHLKRITERIEN FÜR FERNSTUDIEN-ANGEBOTE AUS DER SICHT DER UNTERNEHMEN:**

- \* Wie ist der Weiterbildungsbedarf der Zielgruppe? Ist eine genaue Problemanalyse durchgeführt worden?

Anmerkung: Die Fragestellung lautet also nicht "Welche externen Weiterbildungsangebote gibt es und wie können wir diese im Unternehmen einsetzen?"

- \* Welche internen bzw. externen (Weiterbildungs-)Angebote gibt es, die diesen Bedarf abdecken könnten?

Anmerkung: Man wird im Unternehmen nicht von vornherein davon ausgehen, daß die Problemlösung nur durch Weiterbildungs- und Trainingsmaßnahmen erfolgen kann.

- \* Welcher Art sind diese Angebote (Beratungsleistungen, firmen-externes oder -internes Training im Direktunterricht, andere Weiterbildungsformen usw.)?

Anmerkung: Fernstudium und -unterricht wird als eines unter mehreren verschiedenen Angeboten auf seine Eignung zur Problemlösung geprüft werden

- \* Wird seitens der Anbieter persönliche Beratung und Bildungsinformation angeboten (Präsentation im Unternehmen, telefonische Auskünfte usw.)?

Anmerkung: aktives Bildungsmarketing der Anbieter wird erwartet

- \* Wie sieht der Kostenvergleich zwischen den einzelnen Angeboten aus?

Anmerkung: Berücksichtigt werden vor allem die direkten Kursgebühren, Reise- und Aufenthaltskosten von Teilnehmern, Trainern und Tutoren

#### **Zur Programmentwicklung:**

- \* Ist der Anbieter bereit bzw. in der Lage, auf die spezifischen Wünsche der nachfragenden Unternehmung einzugehen?

Anmerkung: Hier wird es auch eine wesentliche Rolle spielen, ob und wieviele inhaltliche und pädagogische Fachleute dem Weiterbildungsanbieter zur Verfügung stehen

- \* Wie schnell kann das gewünschte Angebot "maßgeschneidert" werden und zur Verfügung stehen?

- \* Welchen Zeitaufwand erfordert die Bearbeitung des Lernprogrammes und ist dieser für Teilnehmer, die berufstätig sind, vertretbar (insbesondere auch unter Berücksichtigung von Schwankungen der Arbeitsbelastung innerhalb des Geschäftsjahres)?

Wenn es sich um "Standard-Angebote" handelt:

- \* Gibt es bei Standard-Kursen eine "Schnuppermöglichkeit", z.B. den Bezug von Teilen des Kurses zu ermäßigter Gebühr oder ein Rücktrittsrecht nach z.B. einem Monat?
- \* Kann das Programm zeitlich angepaßt werden (Versendetakt der Unterlagen, Prüfungstermine, Bearbeitungsaufwand pro Woche usw.)?
- \* Kann das Programm inhaltlich angepaßt werden (z.B. Weglassen bestimmter Module, Einbau firmenspezifischer Fallstudien o.ä.)?

Zum didaktischen Konzept:

- \* Woraus besteht der Fernlehrgang hauptsächlich, wie wird hauptsächlich gelernt? In welchem Ausmaß wird "rein vom Papier" gelernt? In welchem Ausmaß werden neue Medien eingesetzt, wie z.B. computergestützte Unterweisung, Audio- und Videocassetten, Lehrfilme, Bildplatten usw.? In welchem Ausmaß werden zusätzlich Präsenzphasen mit Fachtrainern eingesetzt? Werden Tutoren zur Begleitung eingesetzt?
- \* Kann das angebotene Trainingsprogramm vom didaktischen Konzept her verändert und angepaßt werden?
- \* Ist es möglich, den Fernkurs durch Präsenzphasen während oder nach dem Lehrgang zu ergänzen?
- \* Können zusätzlich zu schriftlichen Unterlagen oder anderen Medien externe Tutoren und Fachtrainer für Präsenzphasen eingesetzt werden (auch innerhalb des eigenen Unternehmens)?
- \* Können firmeninterne Tutoren eingeschult werden, um zusätzliche Präsenzphasen im Unternehmen abzuhalten?
- \* Kann die "Korrekturarbeit" (Zwischentests, Hausübungen usw.) von firmeninternem Personal übernommen werden?

Prüfungen und Zertifikate:

- \* Gibt es die Möglichkeit zu Zwischen- und Abschlußprüfungen (im Sinne einer "Teilgarantie" für das Unternehmen bzgl. des Nachweises des Wissenserwerbes) oder zumindest den Nachweis der regelmäßigen Teilnahme am Lehrgang (Teilnahmebestätigung, Zertifikat)?
- \* Sind Zwischenkontrollen z.B. in Form von einzusendenden Hausübungen vorgesehen? In welchen Abständen? Wie schnell erhalten die Teilnehmer Rückmeldungen über ihre Leistungen?
- \* Besteht bei offenen Fragen auch die Möglichkeit zu direkter mündlicher oder telefonischer Rücksprache?

- \* Sind die angebotenen Programme modularartig aufgebaut und in sich so gegliedert, daß innerhalb kürzerer Frist (max. 1 Jahr) ein "vernünftiger Zwischenabschluß" (Zwischenprüfung, Zertifikat) für die Teilnehmer möglich ist?
- \* Wo werden die Prüfungen abgehalten?
- \* Sind die Prüfungstermine fix vorgegeben oder flexibel?
- \* Besteht die Möglichkeit einer Mitwirkung firmeninterner Fachleute bei der Endprüfung?
- \* Welche Art von Zertifikat wird verliehen? Besteht die Möglichkeit, dieses Zwischenzertifikat anzurechnen, wenn sich jemand später zur Aufnahme eines Vollstudiums entschließt?



## ZU DEN AUTOREN

**Monika Blach (EDV-Auswertung)**

Studium der Betriebswirtschaft, Mitarbeiterin am ibw.

**Mag. Peter Ballnik (Durchführung und Dokumentation der Firmeninterviews und der Workshops)**

Studium der Wirtschaftspädagogik, Sponsion 1986, freiberuflicher Trainer (Persönlichkeitsentwicklung, Kreativitätsmethoden), seit 1989 Assistent an der Wirtschaftsuniversität Wien, Projektarbeit in den Bereichen Personalentwicklung und Bildungsarbeit in Klein- und Mittelbetrieben.

**Mag. Dr. Norbert Kailer (Projektleitung, Expertengespräche, Literaturanalyse, schriftliche Unternehmensbefragung, Berichterlegung)**

Studium der Betriebswirtschaft und Wirtschaftspädagogik in Graz, 1981 Promotion mit einer Arbeit über Organisation und Methodik der Führungskräftefortbildung, mehrjährige Tätigkeit als Bereichsleiter und Betriebspädagoge in Management-Instituten, seit 1983 wissenschaftlicher Referent und Projektleiter am Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft, Lehrbeauftragter für Betriebspädagogik an der Universität Klagenfurt.

**Hauptarbeitsgebiete am ibw:**

Inner- und überbetriebliche Bildungsarbeit in Österreich und im internationalen Vergleich, Personalentwicklung, Klein- und Mittelbetriebe, Unternehmensgründungen, Führungskräfte- und Trainerweiterbildung, Selbstgesteuertes Lernen, Hochschulforschung, Kooperation Wirtschaft-Universität.

## **ibw-Reihe Forschungsberichte:**

(Schutzgebühr S 60,--, Forschungsberichte Nr. 53 und 54 zusammen S 120,--)

- Nr. 44: Schedler, Thum: Grundlagen und Aspekte subjektiver Zufriedenheit bei der Berufswahl
- Nr. 48: Sprachunterricht im Vergleich - Vergleichende Analyse von Konzepten zum Englischunterricht in ausgewählten Ländern
- Nr. 49: Schneeberger: Ausbildungsquoten nach Wirtschaftsbereichen (2.unveränderte Auflage)
- Nr. 50: Schneeberger: Technischer Wandel in der gesellschaftlichen Auseinandersetzung (2. unveränderte Auflage)
- Nr. 51: Piskaty, Schedler: Dokumentation zum AHS-Sprachwettbewerb Englisch/Französisch
- Nr. 53: Kailer (Hrsg.): Neue Ansätze der betrieblichen Weiterbildung in Österreich, Band I Organisationslernen
- Nr. 54: Kailer (Hrsg.): Neue Ansätze der betrieblichen Weiterbildung in Österreich: Band II Neue Organisationsformen des Lehrens und Lernens
- Nr. 55: Schwendenwein: Die Doppellehre in Österreich, Mit einem Beitrag zum Bildungsbegriff
- Nr. 57: Schneeberger: Bildungsexpansion und Beschäftigungsentwicklung, Beiträge des ibw zur Arbeitsmarktforschung, Band II
- Nr. 58: Schneeberger: Lehrlingsausbildung in Industriebetrieben
- Nr. 59: Thum-Kraft, Lassnigg: Berufliche Anforderungen und Möglichkeiten für Absolventen von BMS
- Nr. 61: Schneeberger: Lehrabschlußprüfung und berufliche Zukunft
- Nr. 62: Schneeberger: Barrieren im Zugang zum Technikstudium in geschlechtsspezifischer Analyse
- Nr. 63: Schneeberger, Stigel: Mathematik in der höheren Schule in geschlechtsspezifischer Analyse
- Nr. 64: Thum-Kraft: Studienverlauf von Studentinnen in technisch-naturwissenschaftlichen Studienrichtungen
- Nr. 65: Thum-Kraft; Blach: Kenntnisse von Pflichtschulabsolventen
- Nr. 69: Schneeberger: Zukunftsfragen der Bildungsexpansion
- Nr. 70: Thum-Kraft; Beruflicher Werdegang von Absolventen der Fremdenverkehrsschulen
- Nr. 71: Steinringer: Die Lehrabschlußprüfung im Urteil der Prüfer und Ausbilder