

7. Tagung Bolognakoordinatoren „Fit für den Arbeitsmarkt“

Wissenschaftliche Weiterbildung an der Fachhochschule Frankfurt am Main

Beitrag für Arbeitsgruppe 1:

„Wissenschaftliche Weiterbildung als
lebensbegleitendes Lernen:
Ein neuer Markt für die Hochschulen?“

Frankfurt am Main, der 22. November 2007

Peter Sulzbach

Abteilung Forschung Weiterbildung Transfer (FWbT)

Dienstleistungen für Forschung und Entwicklung	Weiterbildung	Förderung von Unternehmensgründungen (Route A 66)	Career Services
Forschungsreferat + Förderprogrammberatung, Angebote + Verträge, + Support für FBe + Profs + Projektmanagement + FH-interne FuE-Förderung, Berichtswesen + Senatskommission + Drittmittelverwaltung	Weiterbildung extern + Kostenpflichtige Weiterbildungsmaßnahmen für alle (Fach-)Bereiche + Tendenziell alle Zielgruppen; Schwerpunkt: Postgradual + Support für FBe + Profs + Konzeptentwicklung + Mittelverwaltung	Zentrale Dienstleistungen + Gesamtprojektleitung Route 66 + Coaching, Gründerseminare + Kontakt zu Netzwerkpartnern	Career Services + Firmenkontaktmesse meet@fh-frankfurt + Virtuelles JobPortal + Veranstaltungen
Wissenschafts- & Technologietransfer + Dienstleistungen für Praxis + Transferstellenfunktion + Expertenvermittlung + Projektakquisition + Messen, Zielgruppenveranstaltungen + Regionale Netzwerke	Weiterbildung intern + AG Wissenschaftliche Weiterbildung (AGWW) der hess. FHn + Weiterbildung für MitarbeiterInnen und ProfessorInnen + Konzeptentwicklung und Durchführung	Fachliche Projektleitung ProfessorInnen der vier Netzwerkhochschulen	
Patentverwertung			

Merkmale

Weiterbildungsangebote der FH FFM

- Fokussierung auf **externe berufsbegleitende** Weiterbildung (WB)
- Zentrale Abteilungslösung
- Dienstleister für **alle** Fachbereiche und Fachrichtungen
- Zielgruppen: Im Prinzip alle (Schwerpunkt: Postgradual); Markt entscheidet
- Dezentrale WB-Maßnahmen (über FBe) möglich, aber eher selten
- Kostendeckungsprinzip, freie Preisbildung und partielle Refinanzierung
- Fachliche Verantwortung: ProfessorInnen; Organisation, Marketing, Finanzen: FWbT
- a) FH-Zertifikate oder Teilnehmerbescheinigungen oder b) Masterabschluss bei Weiterbildungsmastern: Dann fachliche Verankerung in Fachbereichen
- Honorierung von ProfessorInnen durch a) Zeit (Deputatsanrechnung) und / oder b) Honorar; keine formelle Honorarstaffelung
- Interne Weiterbildung
- Starke Positionierung im hessischen (Fach-)Hochschulbereich

Berufsbegleitende Organisationsformen

- Eintages-, Mehrtages- und Wochenseminare,
- Bildungsurlaub
- Workshops
- Maßgeschneiderte Inhouseangebote (zunehmend)
- Länger dauernde Angebote (mehrere Monate, bis zu 3 Jahren)
- Elearning- und Blended-Learning (in Ansätzen)
- Weiterbildende Studiengänge
- Zwei Weiterbildungsmaster in Vorbereitung:
 - a) „Supervision und Coaching“ im FB 4 (Organisation: FWbT)
 - b) „Urban Agglomeration“ im FB 1 (Organisation über Fachbereich)

Bilanz 2004 - 2006

- 103 WB-Maßnahmen (34 pro Jahr)
- 1.616 TeilnehmerInnen (538 pro Jahr)
- Umsatz Euro 1.503 Mio (501.000 Euro pro Jahr)

Zukunftsmarkt Weiterbildung

- Riesiger Weiterbildungsmarkt + Lebensbegleitendes Lernen
- Stufung des europäischen Hochschulwesens: Stärkung des Weiterbildungsgedankens
- Marktchancen für Hochschulen (neue wiss. Erkenntnisse, Branchen- und Produktneutralität)
- Weiterbildung an Hochschulen sehr ausbaufähig
- Dem Wettbewerb stellen
- Positionierung und Profilbildung durch Marketing und Kundenakquisition
- Weiterbildung als 3. Säule neben Lehre und Forschung

Zwei strategische hochschulinterne Organisationsvarianten für Weiterbildung

**Für WB-Angebote mit Zertifikat oder Teilnahme-
bescheinigung (kein akademischer Grad)**

- a) Dezentrale Organisation über Fachbereiche.
Nachteil: Ressourcenknappheit, Aufbau von Parallelkompetenzen und –ressourcen
- b) Organisation über zentrale Organisationseinheit.
Vorteil: Zentrale Kompetenzbündelung und Dienstleistung für Fachbereiche

Zukunftsaufgabe

Weiterbildende Studiengänge (BA/MA)

Zwei strategische Organisationsvarianten

- a) Dezentrale Organisation über Fachbereiche („Urban Agglomerations“ oder „Musiktherapie“).
Nachteil: Aufbau von Parallelkompetenzen und -ressourcen

- b) Arbeitsteilung: Fachliche Verankerung in Fachbereichen („Coaching und Supervision“). Organisation bzw. organisatorische Unterstützung über zentrale Organisationseinheit

Zentrale Weiterbildungsorganisation für Weiterbildung

- Zentrale Einheit für Organisation der Weiterbildung (incl. Weiterbildungsmaster) erforderlich
- „Kompetenzzentrum Weiterbildung“: Service für Fachbereiche, „Organisation aus einer Hand“ (Referat, Abteilung etc.)
- Zentrale Bündelung organisatorischer Kompetenzen: Vermarktung, Kundenakquisition, Werbung, Teilnehmerverwaltung, Rechnungslegung, Mahnwesen, Kostencontrolling, Weiterbildungsstatistik, Beratung von Fachbereichen und ProfessorInnen, Marktrecherchen, Mitwirkung in regionalen und überregionalen Netzwerken etc.
- Vermeidung von kostenintensiven Doppel- und Mehrfachstrukturen
- Genaue Arbeitsteilung zwischen Fachbereichen und zentraler Organisationseinheit bei Weiterbildungsmastern erforderlich

Zukunft der Hochschulweiterbildung

- Berufsbegleitende Weiterbildung expandiert
- Zunahme von Weiterbildungsmastern
- Maßgeschneiderte Angebote für Praxispartner nehmen zu (z.B. Inhouse-Schulungen)
- Blended Learning (Präsenz- **und** Onlinestudium)
- Trend zu schlagkräftigen zentralen Organisationseinheiten für Vermarktung und Kundenakquisition unter Einbeziehung weiterer Arbeitsfelder (Forschung, Alumni, Öffentlichkeitsarbeit etc.)
- Zunehmender Wettbewerb unter den Hochschulen und teilweise auch mit privaten WB-Anbietern: Qualität, Tempo und Marketing sind entscheidend
- Joint Ventures der Hochschulen mit „Privaten“ nehmen zu (Vertriebskooperationen)
- Vielfalt von Modellen, kein Königsweg. Markt entscheidet
- „Lohn“: Weniger Geld, aber Profil, Ansehen, Kundenakquisition, Vernetzung mit Praxis, Wissenstransfer Hochschule und Praxis