

Wie bilden sich Chefs weiter?

Befragung zum Weiterbildungsverhalten
der IHK-Vollversammlungsmitglieder



For.Bild
Forschungsstelle Bildung
IHK für München und Oberbayern



In einer schriftlichen Befragung der Vollversammlung der IHK für München und Oberbayern haben wir die anwesenden Geschäftsführer nach ihrem Weiterbildungsverhalten, ihrem thematischen Interesse und ihrer Zufriedenheit mit dem bestehenden Weiterbildungsangebot gefragt. Wie die Ergebnisse zeigen, stuft dieser Personenkreis Weiterbildung nicht nur als „sehr wichtig“ ein, sondern plant diese auch nach erfolgreicher Karriere weiterhin strategisch. Der Qualitätsanspruch dieser Zielgruppe ist sehr hoch, vor allem

individuelle und problemzentrierte Weiterbildungsangebote werden nachgefragt. Insgesamt sind die „Chefs“ mit den Angeboten der IHK sowie der privaten Bildungsanbieter sehr zufrieden.

Die Studie können Sie kostenlos downloaden unter: <http://www.ihk-forbild.de> oder per E-Mail anfordern: for-bild@muenchen.ihk.de

Inhaltsverzeichnis

1. Einführung und Methodenbeschreibung	3
2. Kommentierte Ergebnisse	3
2.1 Persönliche Weiterbildung ist wichtig	
... für Chefs mehr als nur ein Lippenbekenntnis!	3
2.2 Weg vom klassischen Seminar – hin zum Netzwerk	
... informelles Lernen steht bei Chefs hoch im Kurs!	5
2.3 Bei der Entscheidungsfindung hilft Bewährtes	
... Chefs bauen auf persönliche Empfehlungen und Printwerbung	6
2.4 Hochkarätige Referenten sind gefragt	
... Chefs betonen die Wichtigkeit der Kompetenz bei Trainern	7
2.5 „Weiter wie bisher!“	
... große Zufriedenheit mit den Bildungsanbietern	8
3. Fazit	10
4. Stichprobenbeschreibung	11
Literaturhinweise	11

1. Einführung und Methodenbeschreibung

Führungskräfte stellen für Weiterbildungspraxis und -forschung eine interessante Zielgruppe dar. Während das Weiterbildungsverhalten von jungen, aufstrebenden Fach- und Führungskräften meist im Fokus des allgemeinen Interesses steht, werden trotz Diskussionen um lebenslanges Lernen die höheren Führungsschichten – also die „Chefs“ von Unternehmen – eher selten untersucht.¹

Der vorliegende Bericht „Wie bilden sich Chefs weiter?“ ist das Ergebnis einer Blitzuntersuchung, die For.Bild im

Auftrag der IHK Akademie München. Westerham durchgeführt hat. Sie plant, das Seminarangebot für Kräfte der oberen Führungsebene zu optimieren und gegebenenfalls auszubauen. Um dies bedarfsgerecht umsetzen zu können, hat For.Bild das Weiterbildungsverhalten von Chefs untersucht.

Dazu wurde ein teilstandardisierter Fragebogen mit 12 teils offenen, teils geschlossenen Fragen verwendet. Er wurde am 8. Dezember 2009 in der Vollversammlung der IHK für München und Oberbayern ausgeteilt. Die Befragung

war anonym und freiwillig. 54 Personen waren an diesem Tag anwesend, 33 Personen beteiligten sich an der Umfrage. Alle Mitglieder der Vollversammlung sind Geschäftsführer von Unternehmen aus dem Kammerbezirk München/Oberbayern oder deren Vertreter. Eine genauere Beschreibung der Stichprobe finden Sie auf Seite 11.

Aus Gründen der Lesbarkeit wurde jeweils auf die Nennung der weiblichen Form verzichtet.

Wir danken allen Mitgliedern der Vollversammlung für ihre Beteiligung!

2. Kommentierte Ergebnisse

2.1 Persönliche Weiterbildung ist wichtig

... für Chefs mehr als nur ein Lippenbekenntnis!

Chefs sind Personen, die ihre Karriereziele in der Regel weitgehend erreicht haben. Vor dem Hintergrund lebenslangen Lernens ist es von Interesse, wie

dieser Personenkreis die Wichtigkeit von Weiterbildung für sich persönlich einschätzt und ob diese, trotz geringer weiterer Aufstiegsmöglichkeiten, noch strategisch geplant wird.

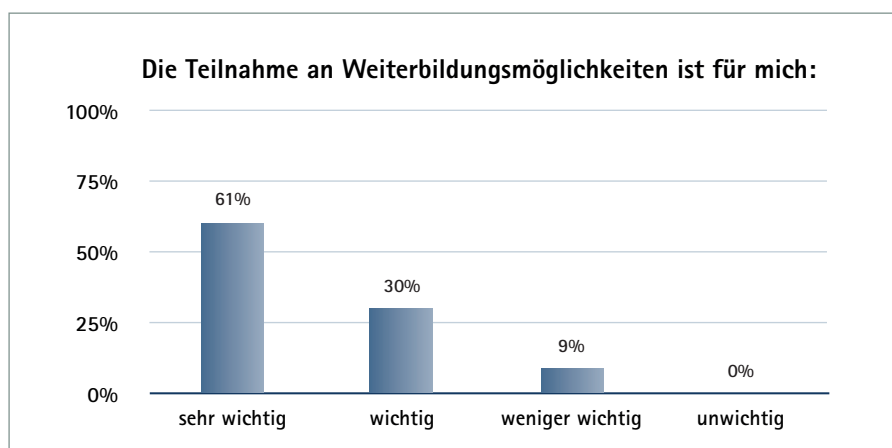


Abbildung 1 zeigt, dass 61 Prozent der befragten Chefs ihre persönliche Weiterbildung als „sehr wichtig“, 30 Prozent als „wichtig“ einschätzen. Das entspricht insgesamt 91 Prozent der Stichprobe. Lediglich 9 Prozent geben an, dass die eigene Weiterqualifizierung für sie von geringer Bedeutung ist.

Abb. 1: Einschätzung der Wichtigkeit der Teilnahme an Weiterbildungsmöglichkeiten (absolute Häufigkeiten in %, n=33)



Auch wenn die Chefs das Thema Weiterbildung für wichtig halten, bedeutet dies noch lange nicht, dass sie entsprechende Weiterbildungsangebote wahrnehmen. Tabelle 1 zeigt jedoch, dass die Wichtigkeit der Weiterbildung für Chefs mehr als nur ein Lippenbekenntnis darstellt.

70 Prozent der Chefs planen ihre Teilnahme an Qualifizierungsmaßnahmen aktiv und informieren sich in regelmäßi-

gen Abständen über aktuelle Bildungsangebote. Für 61 Prozent der Führungskräfte stellt die eigene Weiterbildung sogar einen festen Bestandteil ihrer persönlichen Planung dar.

Jeder fünfte Chef bildet sich „eher spontan“ weiter. Weiteren 18 Prozent fehlt es momentan an Zeit, um an Weiterbildungsmaßnahmen teilnehmen zu können. Eine Person gibt an, dass sie sich gerne weiterbilden würde, jedoch keine

entsprechenden Angebote findet. Die Tatsache, dass die übrigen Befragten diesem Statement nicht zustimmen, lässt vermuten, dass ausreichend Qualifizierungsangebote auf dem Bildungsmarkt existieren. Dass die persönliche Weiterbildung von den Geschäftsführern

„70 % der Chefs erkundigen sich regelmäßig nach aktuellen Bildungsangeboten“

als „wichtig“ eingestuft wird, ist schon allein aus Gründen der sozialen Erwünschtheit nicht weiter verwunderlich. Dass allerdings die meisten Chefs angeben, die eigene Weiterbildung konkret, zum Teil sogar strategisch zu planen, ist gerade im Hinblick auf die Struktur der Zielgruppe ein überraschend positives Ergebnis. Der Großteil der Befragten (66%) gehört der Altersgruppe 50 plus an.

Ich informiere mich regelmäßig über aktuelle Angebote für meine eigene Weiterbildung	70%
Weiterbildungsmaßnahmen sind fester Bestandteil meiner persönlichen Planung	61%
Weiterbildung findet bei mir eher spontan statt	21%
Mir fehlt es momentan an Zeit, an Weiterbildungsveranstaltungen teilzunehmen	18%
Ich würde mich gerne weiterbilden, finde jedoch keine entsprechenden Angebote	3%
Ich spiele zur Zeit nicht mit dem Gedanken, mich weiterzubilden	0%

Tab. 1: Weiterbildungsplanung von Führungskräften (Vorgegebene Kategorien, Mehrfachnennungen möglich, Häufigkeiten in %, n=33)

2.2 Weg vom klassischen Seminar – hin zum Netzwerk

... informelles Lernen steht bei Chefs hoch im Kurs!

In den letzten 15 Jahren sind neben der Erhöhung der Akzeptanz informeller Lernformen, wie Communities auch virtuelle Varianten und neue didaktische Konzepte entstanden.² Inwiefern die Chefs auf diese Trends aufgesprungen sind, hat uns in diesem Fragenkomplex interessiert.

Die Antworten, welche in Abbildung 2 im Überblick dargestellt werden, zeigen,

dass in den vergangenen zwei Jahren 55 Prozent der Chefs „oft“ Messen und Tagungen besucht haben. 53 Prozent haben sich mit Hilfe von Fachliteratur weitergebildet. 36 Prozent haben Informationsveranstaltungen besucht. „Hin und wieder“ haben sich die Chefs in „Seminaren“ (65%), „Workshops“ (54%) und auf „unternehmensinternen Veranstaltungen“ (46%) weitergebildet. Auf virtuelle Lernformen haben die

Führungskräfte dagegen kaum zurück gegriffen. 43 Prozent der Chefs haben E-Learning-Maßnahmen „selten“, 44 Prozent „gar nicht“ genutzt. Fernstudiengänge wurden ebenfalls „selten“ besucht (17%).

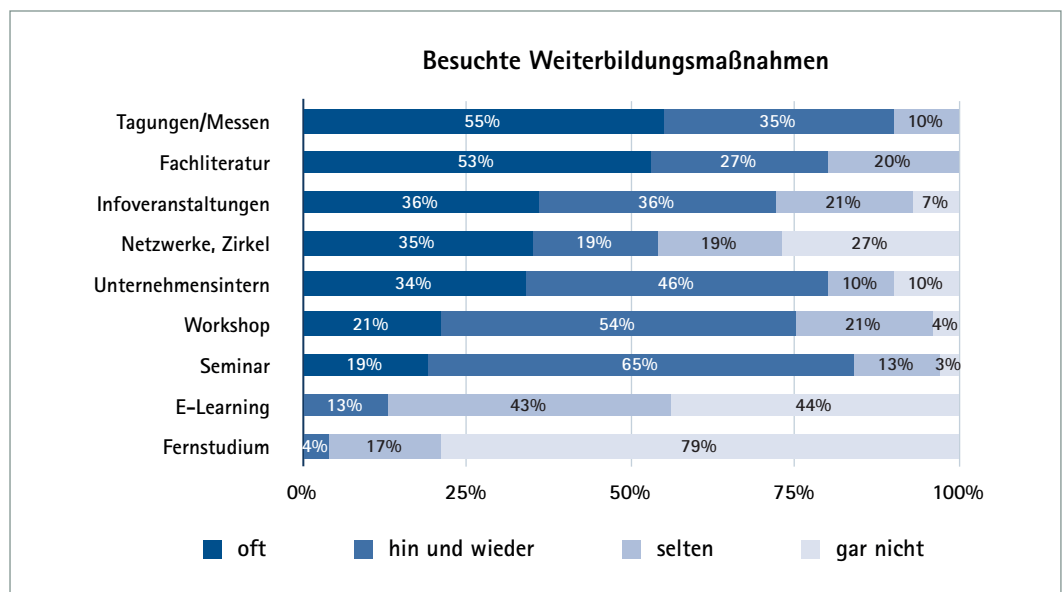


Abb. 2: Veranstaltungs- und Methodenpräferenz für die Weiterbildung (Absolute Häufigkeiten in %, n=33)

„Mehr als die Hälfte der Chefs hat in den vergangenen zwei Jahren regelmäßig Messen und Tagungen besucht“

Zwei Chefs haben unter „Sons-tige Bildungsmaßnahmen“ ihre eigene Referententätigkeit angegeben. Diese Angaben lassen auf eine ziemlich weite Interpretation des Begriffs „Bildungsmaßnahme“ schließen. Die Weitergabe des eigenen Wissens wird von den Chefs als persönliche Weiterbildung eingestuft.

Zusammenfassend kann man feststellen, dass die Chefs statt auf klassische Unterweisungsmethoden auf informelle Treffen, Netzwerke und Zirkel setzen. Lernprozesse finden bei ihnen überwiegend außerhalb von Bildungseinrichtungen, im Arbeits- und Lebenszusammenhang statt. Virtuelle Angebote finden dabei eher geringe Bedeutung.

2.3 Bei der Entscheidungsfindung hilft Bewährtes

... Chefs bauen auf persönliche Empfehlungen und Printwerbung

Worin sehen Chefs die wichtigsten Indikatoren für ein „gutes“ Weiterbildungsangebot? Diese Frage haben wir den Geschäftsführern gestellt. Die Ergebnisse im Überblick liefert Abbildung 3.

Die überwiegende Mehrheit der Chefs (73%) lässt sich bei der Wahl der Bil-

dingsmaßnahme von persönlichen Kontakten und Empfehlungen leiten. Darüber hinaus informiert sich ein Großteil der Chefs in verschiedenen Printmedien über Fortbildungsmöglichkeiten. 58 Prozent der Führungskräfte stützen sich dabei auf „Fachzeitschriften“, ebenso viele auf „Informationsmaterial der Bildungs-

träger“ und 36 Prozent auf „Zeitschriften und Broschüren der Industrie- und Handelskammer“. Bei Letzterem ist zu vermuten, dass sich die Zahl auf das eigene Engagement der Chefs in der IHK-Organisation zurückführen lässt.

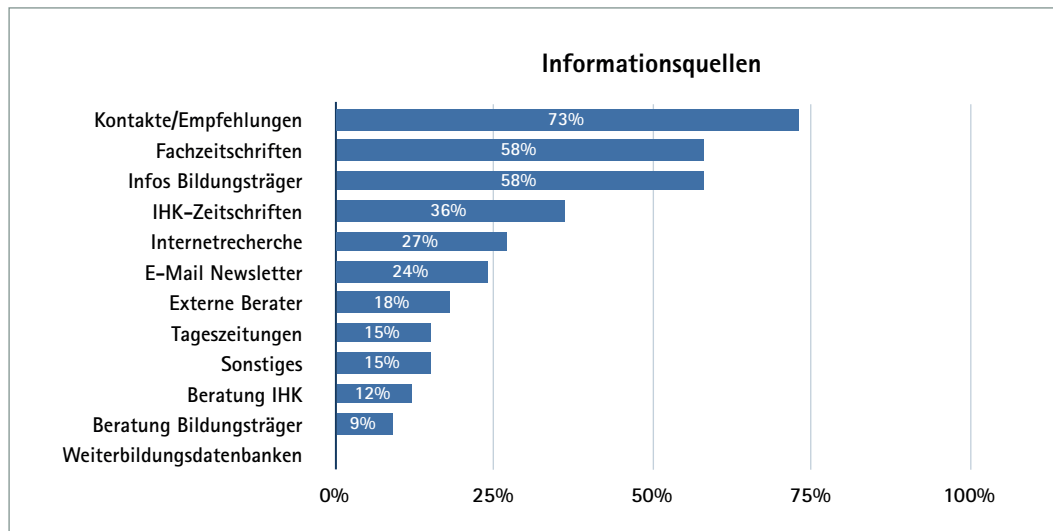


Abb. 3: Informationsquellen für die Auswahl von Maßnahmen (Antwortkategorien vorgegeben, Mehrfachnennungen möglich, absolute Häufigkeiten in %, n=33)

Nur jeder vierte Chef recherchiert im Internet nach geeigneten Bildungsangeboten, 24 Prozent der Befragten halten sich mit Hilfe von E-Mail-Newsletter über aktuelle Angebote der Bildungsträger auf dem Laufenden. Lediglich 9 Prozent lassen sich bei Bildungsanbietern persönlich beraten. Keiner der Chefs nutzt Weiterbildungsdatenbanken.

Unter „Sonstige Informationsquelle“ gibt eine Person die unternehmensinterne Weiterbildungsabteilung an. Weitere vier

„73 % der Chefs entscheiden auf Basis von persönlichen Kontakten und Empfehlungen“

Personen geben an, sich bei diversen Verbänden nach Fortbildungsmöglichkeiten zu informieren.

Bemerkenswert ist, dass die Führungskräfte trotz anzunehmender Zeitnot nur selten virtuelle Medien zu Informations-

zwecken nutzen. Die überwiegende Mehrheit der Führungskräfte bedient sich verschiedener Printmedien. Das dominierende Kriterium bei der Wahl einer Bildungsmaßnahme stellt jedoch die positive Erfahrung von Arbeitskollegen und Bekannten dar. Dieses Bild entspricht auch den Ergebnissen aus Punkt 2.2. So haben die Chefs in der Vergangenheit selten auf virtuelle Lernformen zurück gegriffen. Sehr viel häufiger wurden von ihnen Messen und offene Informationsveranstaltungen besucht (vgl. Punkt 2.2).

2.4 Hochkarätige Referenten sind gefragt

... Chefs betonen die Wichtigkeit der Kompetenz bei Trainern

Für die Chefs stellt die „Fach- und Methodenkompetenz des Trainers“ das absolut dominierende Kriterium bei der Wahl eines Bildungsanbieters dar. Hochkarätige Referenten steigern die Attraktivität von Bildungsangeboten für Chefs. Die folgenden Ergebnisse, dargestellt in Abbildung 4, verdeutlichen dies im Detail.

75 Prozent der Befragten stufen die „Fach- und Methodenkompetenz“ des Trainers als „sehr wichtig“, 25 Prozent

als „wichtig“ ein. In der offenen Zusatzfrage nach Wünschen und Anregungen an die IHK-Akademie geben zwei Chefs

„3/4 der Chefs betonen die Wichtigkeit der Kompetenz des Trainers“

den Wunsch nach hochkarätigen Referenten an („noch bessere Referenten in München und Westerham anbieten“,

„hochkarätige Referenten/Unternehmenspersönlichkeiten“). Die Aussagen stützen die Bedeutung der Trainerkompetenz.

Eine ebenfalls bedeutende Rolle stellen für 43 Prozent der Führungskräfte die „Beratungskompetenz“ und für 38 Prozent die „Referenzen“ des Anbieters dar. Des Weiteren stufen die Chefs die Kriterien „Größe der Teilnehmergruppe“ (54%) und „Preis“ der Maßnahme (43%) als „wichtig“ ein.

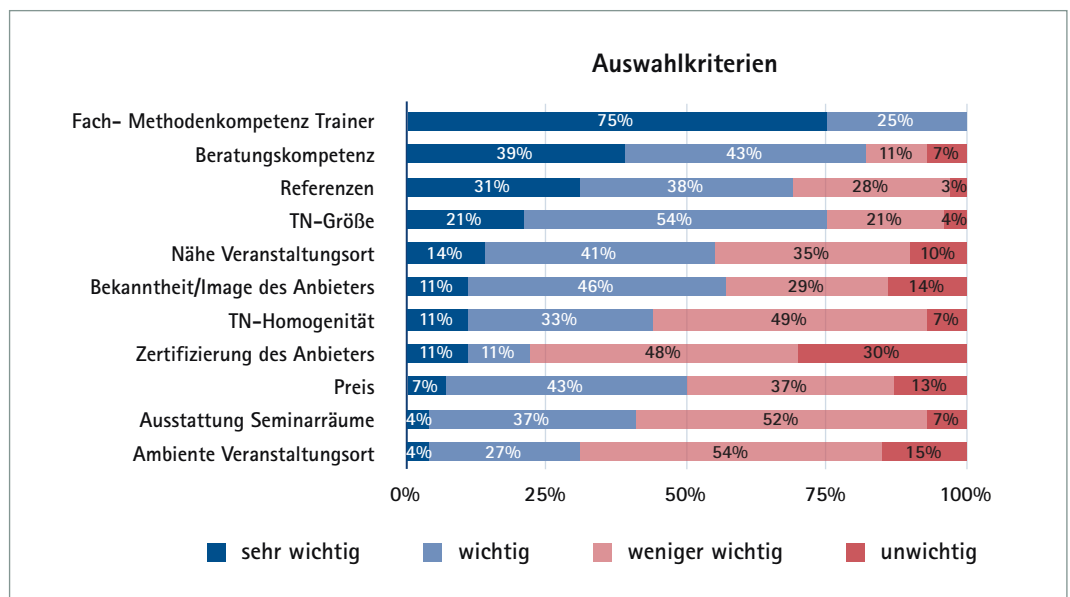


Abb. 4: Ausschlaggebende Kriterien bei der Entscheidung für eine Maßnahme (absolute Häufigkeiten in %, n=33)

Eine eher geringe Rolle spielen für die Führungskräfte „das Ambiente des Veranstaltungsortes“ und die „Ausstattung der Seminarräume“. Gleiches gilt für die Zertifizierung eines Bildungsanbieters. Das Image und der Bekanntheitsgrad haben für sie einen größeren Stellenwert. Diese werden von 46 Prozent der Führungskräfte als „wichtig“ eingestuft.

Nachdem die Zielgruppe, wie unter 2.2 dargestellt, klassische Seminare nur „hin und wieder“ nutzt, konzentriert sie sich auf Kurse, die von ausgewiesenen Experten oder renommierten Häusern angeboten werden. Der Ruf eines Bildungsanbieters stellt für die Chefs ein bedeutendes Kriterium für die Wahl einer Bildungsmaßnahme dar.

„Der gute Ruf eines Bildungsanbieters hat für die Chefs einen sehr hohen Stellenwert“

2.5 „Weiter wie bisher!“

... große Zufriedenheit mit den Bildungsanbietern

Bei welchen Bildungsträgern sich die Chefs weiterbilden und wie zufrieden sie mit den Angeboten sind, wird im Folgenden dargestellt. Daran anschließend wird aufgezeigt, welche Themen die Chefs in der Vergangenheit besonders interessiert haben und zu welchen sie sich künftig gern weiterbilden möchten.

94 Prozent der Chefs haben in den vergangenen fünf Jahren Bildungsangebote

bei Verbänden, 64 Prozent bei den Industrie- und Handelskammern besucht. Des Weiteren haben sie sich bei diversen privaten Anbietern weitergebildet. Auffällig war, dass die Chefs hier Anbieter aufgeführt haben, die auf bestimmte Thematiken oder Situationen spezialisiert sind, wie beispielsweise „ASU- die Familienunternehmer“ oder „Professor Hennerkes“. Beide Bildungsanbieter sind speziell auf die Zielgruppe Familienunternehmen ausgerichtet.

33 Prozent haben Bildungsangebote bei Hochschulen, 30 Prozent bei namenhaften Management-Instituten besucht (z.B. Malik Management Zentrum St. Gallen). Auch dies stützt den unter 2.4 dargestellten Befund, dass bei Spezialthemen auf renommierte Häuser gezählt wird.

Verbände	94%
IHK	64%
Private Anbieter	36%
Hochschulen	33%
Management-Institute	30%

Tab. 2: Besuch von Bildungsträgern in den letzten fünf Jahren (vorgegebene Kategorien, Mehrfachnennung möglich, Häufigkeiten in %, n=33)

Insbesondere die Angebote der privaten Anbieter sowie der Industrie- und Handelskammern schätzen die Chefs. 55 Prozent bewerten die besuchten Angebote bei der IHK als „gut“, 45 Prozent sogar als „sehr gut“ (siehe Abb. 5). Unterstrichen wird dieses Ergebnis mit den Angaben der Chefs zur offenen Zusatzfrage nach Unterstützungsmöglichkeiten durch die IHK. Diese Frage haben sechs Chefs genutzt, um das Weiterbildungsangebot der Industrie- und Handelskammer explizit zu loben.

Wie kann die IHK Sie in Zukunft bei Ihrer Weiterbildung unterstützen?

- „... ist in Ordnung wie bisher“
- „... tut sie unentwegt, sowohl mich als auch meine Mitarbeiter“
- „... sehr gutes und breites Angebot vorhanden, weiter wie bisher“
- „... wie bisher“ (2 mal)
- „... weiter wie bisher – es gibt eine Fülle guter Angebote“

Diese Aussagen unterstreichen die Zufriedenheit der Chefs mit dem IHK-Weiterbildungsangebot und stützen darüber hinaus die These, dass bereits ausreichend Weiterbildungsangebote für Führungskräfte auf dem Markt existieren.

Die privaten Anbieter erhalten ebenfalls eine sehr positive Bewertung von Seiten der Chefs. 58 Prozent bewerten diese als „sehr gut“, 42 Prozent als „gut“. Auch die Angebote der Management-Institute werden von den Chefs als „sehr gut“ bewertet. Allerdings geben hier 10 Prozent der Führungskräfte an, dass sie mit der Qualität „weniger zufrieden“ sind. Als „gut“ werden von 73 Prozent der Chefs die bisher besuchten Angebote an den Hochschulen, von 50 Prozent die der Verbände eingestuft.

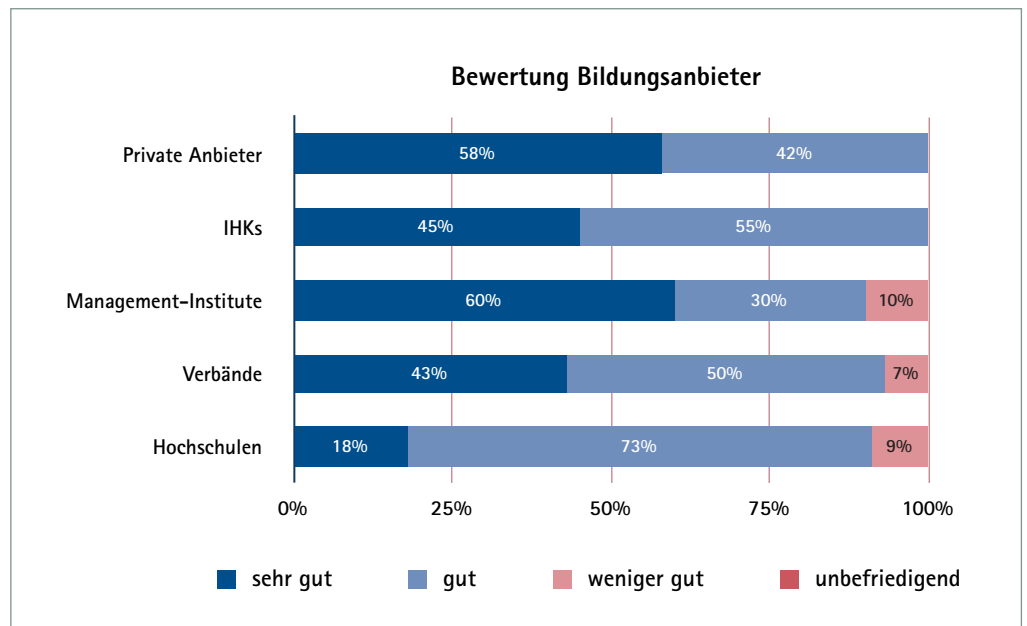


Abb. 5: Zufriedenheit mit Bildungsanbietern (absolute Häufigkeiten in %, n=33)

Thematisch haben sich die Chefs in den vergangenen zwei Jahren zu beruflich-fachlichen Spezialthemen weitergebildet. Die offene Frage nach konkreten Inhalten haben sechs Personen mit Weiterbildungsthemen aus dem Bereich „Steuern und Finanzen“ angegeben.

Darüber hinaus wurde eine Vielzahl an Einzelthemen genannt. Eine Tendenz in eine bestimmte thematische Richtung konnte jedoch nicht festgestellt werden.

Bei der Frage nach künftigen Themen, die für die Chefs interessant sein könnten, zeigen 76 Prozent der Chefs Interesse an dem Thema „Unternehmensführung und Strategie“. Gefolgt von Qualifizierungsmaßnahmen im Bereich „Mitarbeiterführung und Kommunikation“ (55%) sowie „Marketing, Öffentlichkeitsarbeit und Verkauf“ (52%). Weniger stark nachgefragt sind unter den Chefs Weiterbildungsangebote in den Themenbereichen „Projektmanagement“ (9%) sowie „Einkauf, Logistik und Verkehr“ (6%).

Die offene Frage nach konkreten Themen zu denen sich die Chefs in naher Zukunft weiterbilden möchten, ergaben keine zusätzlichen Erkenntnisse. Es handelt sich um Einzelaussagen, wie „Gesundheitsvorsorge für die Mitarbeiter“, „Variable Vergütungssysteme“ oder „Tourismusmarketing in Bayern“. Drei Personen geben an, dass sie derzeit kein konkretes Thema beschäftigt, zu dem sie sich gerne weiterbilden möchten.

Die offene Zusatzfrage nach Unterstützungsmöglichkeiten von Seiten der IHK ergibt ebenfalls eine Reihe von Einzelaussagen, die keine bestimmte Tendenz erkennen lassen. Lediglich das Anbieten von „Inhouse-Seminaren“ wird zwei Mal explizit nachgefragt. Zählt man die Aussagen „Persönliche Beratung im Unternehmen“ sowie „gutes Angebot im Unternehmen“ hinzu, dann lässt sich eine Nachfrage nach Weiterbildungsangeboten feststellen, welche unternehmensspezifisch konzipiert sind. Der Trend weg von der Massenbeschulung hin zu passgenauen Konzepten lässt sich also auch hier nachzeichnen.³

Unternehmensführung, Strategie	76%
Mitarbeiterführung und Kommunikation	55%
Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Verkauf	52%
Controlling, Rechnungswesen, Steuern	36%
Persönlichkeitsentwicklung	36%
Personalmanagement, Arbeitsrecht	33%
Arbeitstechniken, Rhetorik, Methodik, Didaktik	33%
EDV	18%
Innovation, Produktion, Service	15%
Qualität, Umwelt, Arbeitssicherheit	15%
Projektmanagement	9%
Einkauf, Verkehr, Logistik	6%

Tab. 3: Themen von besonderem Interesse (Vorgegebene Kategorien, Mehrfachnennungen möglich, Häufigkeiten in %, n=33)



3. Fazit

Im Auftrag der IHK Akademie München. Westerham haben wir das Weiterbildungsverhalten der Mitglieder der IHK-Vollversammlung untersucht. Aufgrund der Fallzahl wird hierbei statistisch nicht auf die Grundgesamtheit geschlossen. Die vorliegenden Ergebnisse sollen vielmehr einen tendenziellen Einblick in das Verhalten, die Motivation und Interessen der hierarchiehohe Führungskräfte geben.

Die eigene Weiterbildung wird von Chefs nahezu einstimmig als wichtig oder sehr wichtig eingeschätzt. Über die Hälfte plant diese zudem auch strategisch und zielgerichtet.

Statt auf klassische Lehrmethoden setzen die Chefs auf informelle Treffen, Netzwerke und Zirkel. Lernprozesse finden bei ihnen überwiegend außerhalb von Bildungseinrichtungen, im Arbeits-

und Lebenszusammenhang statt. Virtuelle Lernformen werden so gut wie nicht genutzt. Eine Studie der Akademie für Führungskräfte der Wirtschaft (2007) zeigt interessanter Weise eine gegenläufige Tendenz: Hier werden Informationsveranstaltungen, Konferenzen und Vorträge eher selten genannt, klassische Präsenztrainings hingegen am häufigsten. Bei dieser Untersuchung handelt es sich im Mittel um jüngere Führungskräfte.⁴ Inwiefern hier ein Alterseffekt angenommen werden kann, wäre eine interessante zukünftige Untersuchungsfrage.

Auch bei den Informationsquellen zur Identifizierung passender Weiterbildungen setzen Chefs eher auf die Klassiker, wie Printmedien und Empfehlungen. Unabhängig davon bei welchen Bildungsträgern sich die Befragten weiter-

gebildet haben; insgesamt sind die Chefs mit den bestehenden Bildungsangeboten sehr zufrieden. Thematisch zeigen sie großes Interesse an Inhalten aus dem Bereich „Unternehmensführung und Strategie“.

Insgesamt wollen Chefs direkt auf ihre Probleme bezogene „Weiterbildung“ in Anspruch nehmen. Das Angebot an Coachings und Inhouse-Seminaren, welche bestimmte zeit- und fachspezifische Themen fokussieren, kann hier eine sinnvolle Strategie sein, um das Angebot von Weiterbildungsinstitutionen noch stärker auf die Anforderungen dieser speziellen Zielgruppe auszurichten. Von Bedeutung ist dabei, auf die Qualität und den Bekanntheitsgrad der Dozenten und Referenten zu achten, um das entsprechende Vertrauen in die Beratungskompetenz des Anbieters zu stärken.

4. Stichprobenbeschreibung

Verteilung nach Geschlecht und Alter (n=33):

Insgesamt haben 33 Personen an der Umfrage teilgenommen. Unter diesen befinden sich deutlich mehr Männer (88%) als Frauen (12%). Der Großteil der Befragten ist zwischen 51 und 60 Jahre alt (36%). Weitere 30 Prozent haben ein Alter von 60 Jahren überschritten.

27 Prozent der Befragten sind zwischen 41 und 50 Jahre alt. Personen unter 30 Jahren haben an der Befragung nicht teilgenommen.

Verteilung nach Branchen:

Die befragten Chefs stammen aus verschiedenen Branchen der IHK-zugehörigen Unternehmen. Folgende Branchen werden zusammen gefasst (siehe Tab. 4):

Der Großteil der Befragten gehört der Dienstleistungsbranche (34%), gefolgt von der Industriebranche (18%) sowie dem Banken- und Versicherungsbereich (12%) an.

Dienstleistung	34%
Industrie	18%
Banken/Versicherungen	12%
Bauwesen	10%
HoGa	7%
Logistik/Verkehr	5%
IT/Medien	5%
Tourismus	3%
E-Technik/Maschinenbau	3%
Sonstiges	3%

Tab. 4: Zielgruppe nach Branchen (vorgegebene Kategorien, Mehrfachnennung möglich, Häufigkeiten in %, n=33)

Verteilung nach Größe des Unternehmens:

Bei der Hälfte der befragten Personen handelt es sich um Chefs aus kleinen Unternehmen, die bis zu 50 Mitarbeiter beschäftigen. Weitere 36 Prozent gehören Unternehmen mit einer Größe von bis zu 1.000 Mitarbeitern an.

Lediglich 9 Prozent der Chefs sind in Unternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeitern tätig.

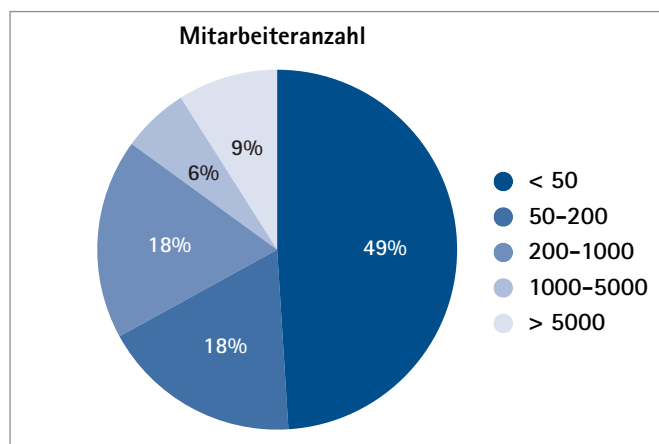


Abb. 6: Zielgruppe nach Unternehmensgröße (absolute Häufigkeiten in %, n=33)

Literaturhinweise

(1) Rosenstiel, L. von (2009). Weiterbildung von Führungskräften. In: Tippelt R. & Hippel A. (Hrsg.): *Handbuch Erwachsenenbildung/ Weiterbildung* (S. 955-970). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

(2) Bliss, F.R., Johanning, A. & Schicke, H. (2006). *Communities of Practice – Ein Zugang zu sozialer Wissensgenerierung*. Online im Internet: <http://www.die-bonn.de/esprid/do>

kumente/doc-2006/bliss06_01.pdf download: 04.02.2009.

(2) Zwiefka, N. (2007): *Digitale Bildungskluft. Informelle Bildung und soziale Ungleichheit im Internet*. Reihe: Internet Research, Band 28. München: Verlag Reinhard Fischer.

(3) Fengler, J. (2009). Nicht an Bildung sparen. *Weiterbildung*, 6, 22-25.

(4) Pinnow, D.F. (2007). *Akademie-Studie 2007: Lernen-Managen-Führen: Wie bilden sich deutsche Manager weiter?* Befragung von 360 Führungskräften der Wirtschaft. Überlingen: Akademie für Führungskräfte der Wirtschaft GmbH.

(5) Tippelt, R. & Hippel, A. von (Hrsg.). (2009). *Handbuch Erwachsenenbildung/Weiterbildung*. 3., überarbeitete und erweiterte Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Impressum

Industrie- und Handelskammer für
München und Oberbayern
Forschungsstelle Bildung
Milchstraße 14
85049 Ingolstadt
Telefon: 0841 - 88 55 26-0
E-Mail: for-bild@muenchen.ihk.de
www.ihk-forbild.de

Autoren: Dr. Katharina Schnurer, Linda Funcke (M.A.)

Gestaltung: Word Wide KG, München

Bildnachweis: Fotolia

Dieser Bericht wurde von For.Bild, der IHK-Forschungsstelle Bildung verfasst. For.Bild ist ein Projekt der IHK für München und Oberbayern und wird vom Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie sowie der Europäischen Union aus Mitteln des Europäischen Regionalfonds unterstützt.



Bayerisches Staatsministerium für
Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie

