



# Weiterbildung nach Maß?! – Entwicklung von Weiterbildungsangeboten mit und für eine Zielgruppe

Wien, 15.09.2016

# Agenda

1. „Produkttest“
2. Produktkliniken für die Weiterbildung
3. Produktklinik für  
GebärdensprachdolmetscherInnen
4. Ableitungen für Bedarfserhebungen
5. Diskussion

# Produktkliniken für die Weiterbildung

- Spezielle Form des „Produkttests“
- „Klinik“ als geschützter Raum, wo Produkt „verarztet“ wird
- Methode der Marktforschung
- Einbeziehung Kunden in den Entwicklungs- und Optimierungsprozess
- Methoden der qualitativen und quantitativen Sozialforschung
- In der Weiterbildung: Nutzung für Milieumarketing
- Zielgruppe = KundInnen als Ideenliefernde, Anspruchsformulierende, Testpersonen/Evaluierende und Ko-Entwickelnde

# Produktkliniken für die Weiterbildung

Zielgruppenanalyse  
WB allgemein

Konkurrenzumfeld  
& Wettbewerbsanalyse

Zielgruppenanalyse  
spezifisch

Ko-Entwicklung, „Test“  
Evaluation

- Lebenswelt-exploration
- Einstellung zu WB
- WB-Interessen
- WB-Barrieren

- Bekanntheitsgrad
- Image
- Konkurrenzumfeld

- Themeninteresse
- Optimale WB-Veranstaltung

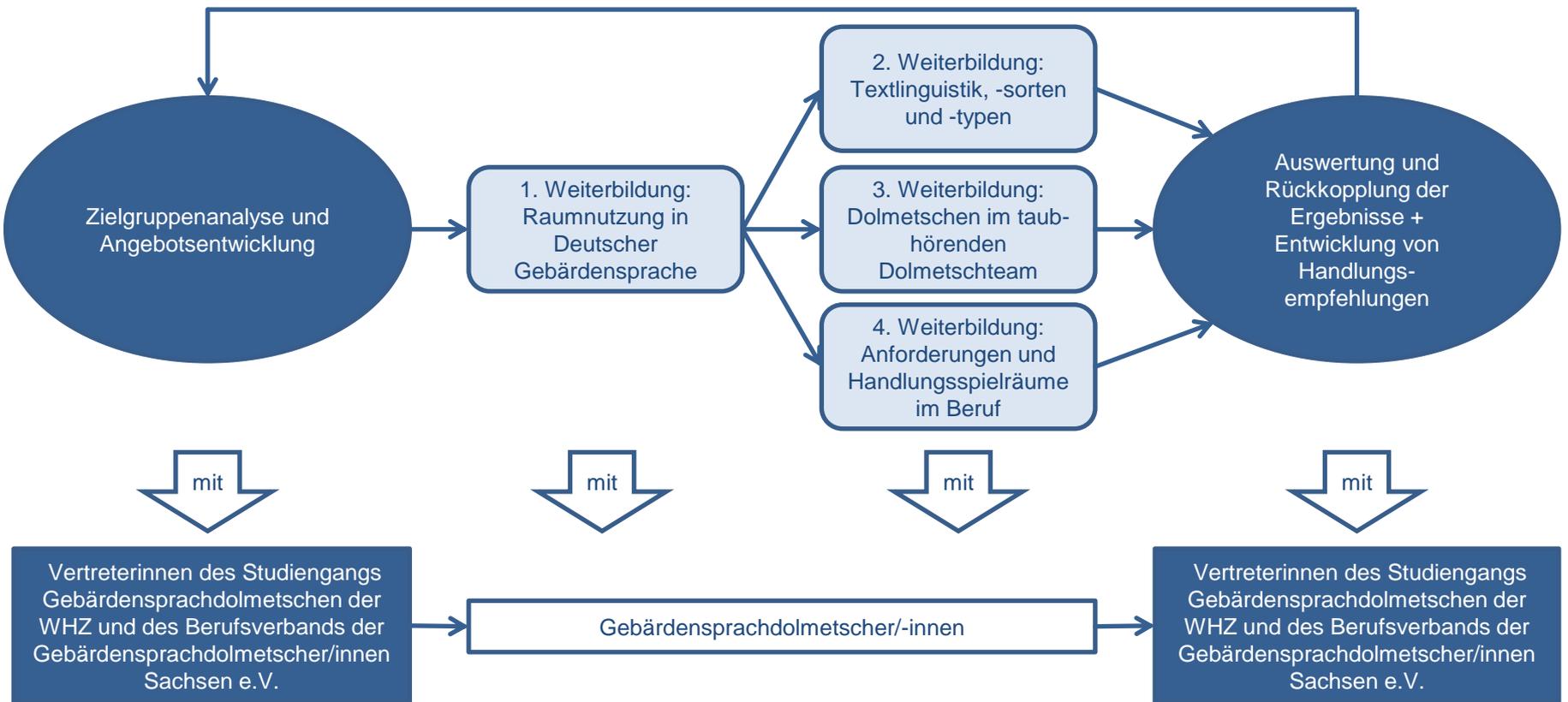
- Did. Handlungsfelder
- Konkurrenzangebote
- Bewertung/Ranking

Vgl. Tippelt, v. Hippel, Fuchs (2008)

## Forschungsfragen:

- Welche Weiterbildungsbedarfe bestehen für die Zielgruppe der GebärdensprachdolmetscherInnen?
- Welche Merkmale hat die Zielgruppe?
- Welche Ansprüche an die Gestaltung von Angeboten stellt die Zielgruppe?
- Stimmen Erwartungen an die Zielgruppe und die Angebotsgestaltung von AkteurInnen des Faches und der Verbände und den Zielgruppen überein?
- Wie lassen sich bestehende Angebote weiterentwickeln/verstetigen?

# Überblick Produktklink GSD



# Produktklinik GSD: Meilensteine

- Feststellung Bildungsbedarfe
- Erkennen der Erwartungen an die didaktische, zeitliche und organisatorische Gestaltung
- Erprobung von Veranstaltungsformaten
- Durchführung der Evaluationen der Veranstaltungen
- Diskussionen mit Zielgruppe über Veranstaltung
- Feedbackgespräche mit Dozentinnen, Professorinnen, Berufsverbandsvertreterinnen
- Einbezug der Ergebnisse in die Gestaltung weiterer Angebote

# Produktklinik GSD: Ergebnisse

---

- Erfassung der Zielgruppenmerkmale
- Feststellen eines Themenspektrums
- Gewünschte organisatorische Rahmenbedingungen (Zeit, Zeitrahmen, Ort)
- Mögliches Preissegment

# Produktklinik GSD: langfristige Ergebnisse

- Handlungsempfehlungen zur
    - ✓ inhaltlich-thematischen
    - ✓ didaktischen
    - ✓ organisatorischen Ausgestaltung (Zeit, Kosten)von Weiterbildungsangeboten für GSD
  - Fragebögen zur Evaluation und Erhebung von Bildungsbedarfen der Zielgruppe
- ➔ Etablierung eines regelmäßigen Weiterbildungsangebots der Fachgruppe

# Ableitungen für Bedarfserhebungen

- Produktklinik: Partizipatives Verfahren der Teilnehmerorientierung
- (Weiter-)Entwicklung von „maßgeschneiderten“ Weiterbildungsangeboten für bestimmte homogene Zielgruppen
- Gewinnung von neuen Zielgruppen für bestimmte Angebote
- Gestaltung von Weiterbildungen nach Wünschen der Zielgruppe

Aber:

- hoher Ressourcenaufwand
- Widerspruch: heterogene Zielgruppen und „maßgeschneiderte“ Angebote

# Diskussionsfragen

- Inwieweit kann Teilnehmerorientierung bei der Gestaltung von Angeboten bei heterogenen Zielgruppen greifen (Vereinbarkeit verschiedenster Vorstellungen)?
- Wie kann mit dem Spannungsfeld umgegangen werden, dass für bestimmte Themen zwar ein Weiterbildungsbedarf besteht, diese aber in verpflichtenden Weiterbildungskatalogen für bestimmte Berufsgruppen nicht vorgesehen sind?
- Wie können Angebote wissenschaftlicher Weiterbildung für Berufsgruppen mit geringem Einkommen realisiert werden, wenn Gewinne erwirtschaftet werden müssen?

# Literatur

- v. Hippel, Aiga (2008): Die Produktklinik – eine Methode zur nachfrageorientierten Planung von Angeboten wissenschaftlicher Weiterbildung. In: REPORT Zeitschrift für Weiterbildungsforschung 1/2008 (31): Wissenschaftliche Weiterbildung. Bonn. S. 42-51.
- Koepernik, Claudia (2014): Weiterbildung nach Maß?! Produktklinik für Gebärdensprachdolmetscher/innen – Konzept. Zwickau.
- Koepernik, Claudia; Langer, Christiane (2015): Weiterbildung nach Maß?! Produktklinik für Gebärdensprachdolmetscher/innen – Dokumentation. Zwickau.
- Koepernik, Claudia; Vollstädt, Susann (2015): Hochschulen als Orte Lebenslangen Lernens. Teil 2: Strukturen etablieren, neue Formate entwickeln. Zwickau.
- Tippelt, Rudolf; v. Hippel, Aiga; Fuchs, Sandra (2008): Aus der Praxis für die Praxis. Zielgruppenorientierte Produktkliniken. Weiterbildungstag Ruhr – Lippe. Vortrag am 16. Oktober 2008.
- Tippelt, Rudolf; Reich, Jutta; v. Hippel Aiga u.a. (2008): Weiterbildung und soziale Milieus in Deutschland. Band 3: Milieumarketing implementieren. Bielefeld.