



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

Wien, 15.09.2016

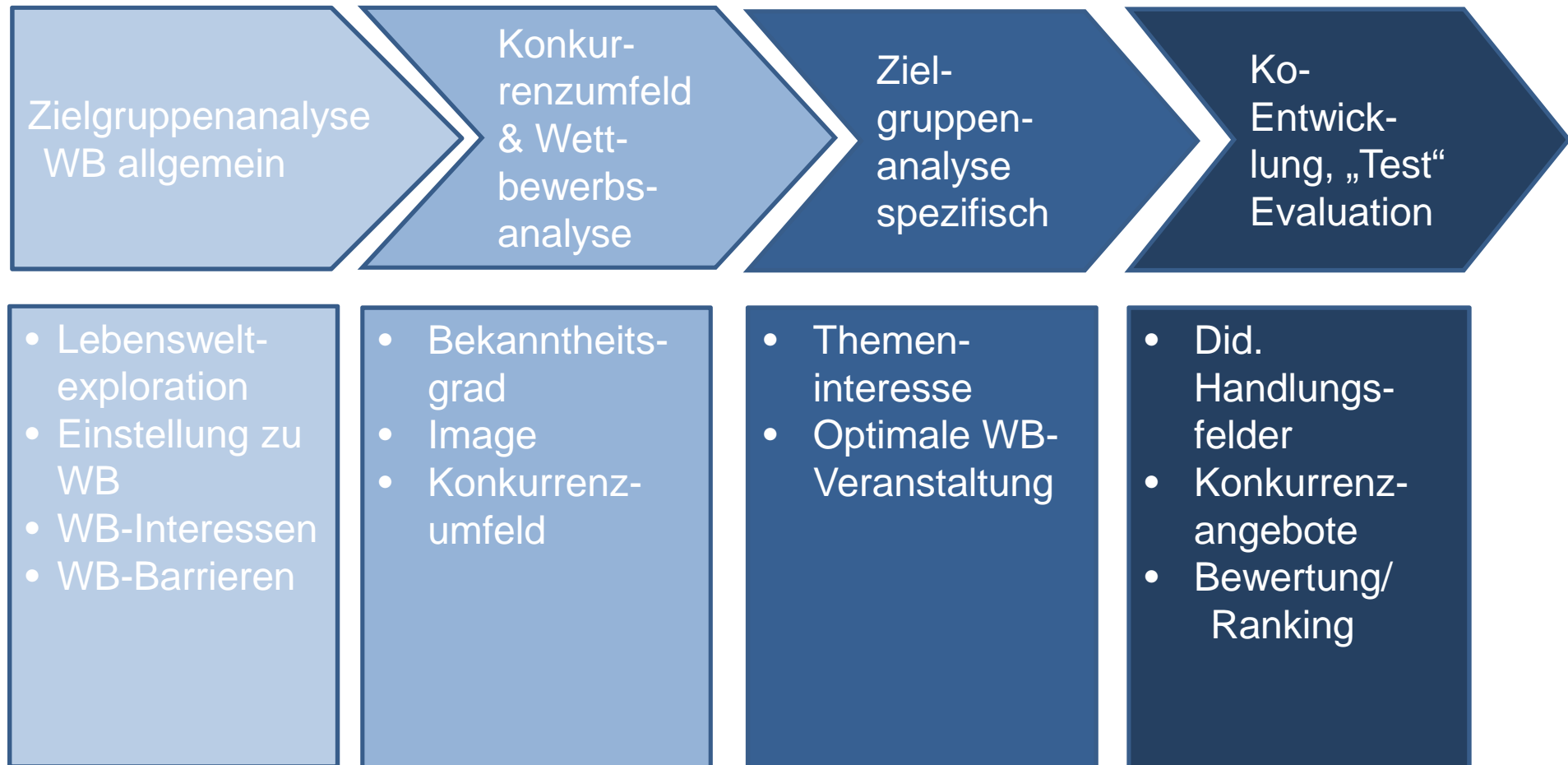
Agenda

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



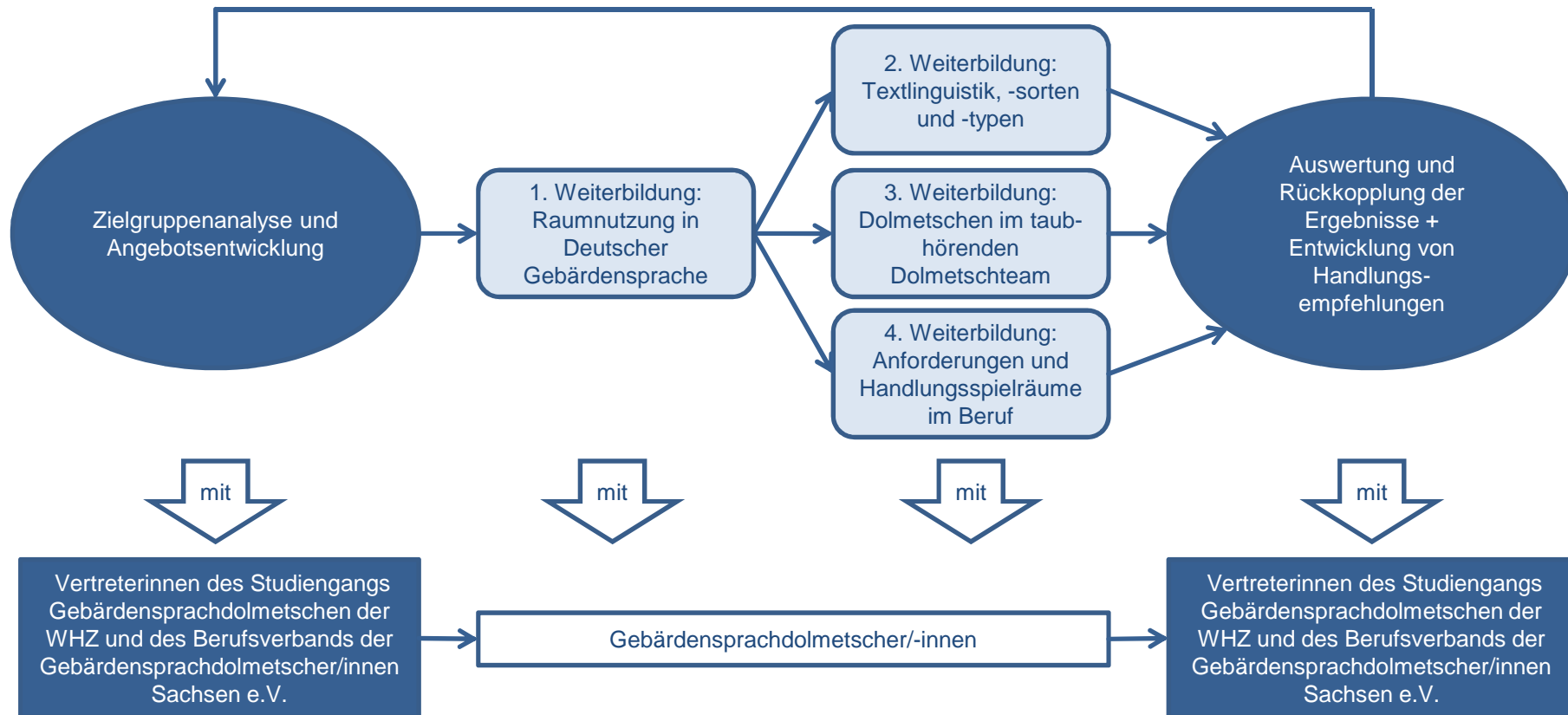
Vgl. Tippelt, v. Hippel, Fuchs (2008)

Produktklinik GSD

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 Produktklinik 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.