

Themenschwerpunkt: Lernen lokal, regional, global

Editorial

Das Modell einer weit reichenden staatlichen Steuerung der beruflichen Bildung ist an seine Grenzen gestoßen. Dass das so ist, lässt sich an zwei sehr verschiedenen, ja scheinbar gegenläufigen Phänomenen ablesen:

- der zunehmenden Bedeutung regionaler Netzwerke für die berufliche Bildung;
- den Tendenzen zur Internationalisierung des Bildungsmarkts, die in den gegenwärtig laufenden GATS-Verhandlungen ihren politischen Ausdruck finden.

Das klassische System gewissermaßen obrigkeitsstaatlicher Reglementierung des Berufsbildungswesens schien plausibel in Zeiten, in denen Lernen für die Arbeit weitgehend mit dem Erwerben von Zertifikaten und formalen Qualifikationen verbunden wurde. Mit dem Paradigmenwechsel der beruflichen Bildung – weg vom Vorratslernen für lebenslang auszuübende Berufe, hin zur prinzipiell unabschließbaren Kompetenzentwicklung für einen kontinuierlichen wirtschaftlichen Wandel – sind viele hergebrachte Konzepte beruflicher Aus- und Weiterbildung problematisch geworden.

Wenn Berufspädagogen zunehmend daran gemessen werden, ob sie auf volatile Bedarflagen rasch und sicher zu reagieren vermögen, gewinnen Netzwerke unterschiedlichster Lernorte an Bedeutung. Es gilt, Probleme dort zu bearbeiten, wo sie entstehen, und pragmatische Lösungen im unmittelbaren Kontakt zu den Lernenden selbst zu entwickeln. Regionalität als Entwicklungsmuster – in der Europäischen Union verwirklicht im Konzept der Lernenden Regionen – ermöglicht solche flexible Lösungen. Netzwerke, die unterschiedlichsten regionalen Akteuren eine Basis der Zusammenarbeit bieten, fördern eine Rück-

bindung beruflicher Bildung an die Probleme der Praxis: Vermittlung dessen, was benötigt wird, in der erforderlichen Zeitdauer und Tiefe. Dieser Ansatz ist heute dem Pilotstadium längst entwachsen: Das Engagement großer Unternehmen und institutioneller Förderer belegt es. Die Öffnung der betrieblichen Bildung in Richtung Produktion und die Schaffung von Wissensnetzen in den Betrieben sprechen ebenso dafür wie die aktuellen Tendenzen zur Dezentralisierung in der deutschen Arbeitsmarktpolitik.

Der Entwicklungsbedarf, auf den das Bildungssystem zu reagieren hat, wird zunehmend auf den globalisierten Märkten definiert. Es braucht also nicht zu verwundern, dass die Regionalisierung beruflicher Bildung mit ihrer Internationalisierung einhergeht. Technische Entwicklungen und Inhalte der Berufspädagogik harmonisieren sich weltweit. Neue Werbe- und Distributionsmedien – an erster Stelle das Internet – ermöglichen es den Anbietern, nationale Grenzen zu überwinden, und legen es den Nachfragern nahe, sich an Angebote ‚aus erster Hand‘ zu halten: wenn es um interkulturelle Kompetenz und Spracherwerb geht, an Bildungsträger aus den Zielländern; wenn IT-Schulungen benötigt werden, an die – oft transnational operierenden – Softwarehäuser.

Regionalisierung und Globalisierung beruflicher Bildung stellen keinen Gegensatz dar. Sie sind nur zwei Seiten *eines* Prozesses: einer weltweiten Verallgemeinerung der *Inhalte* beruflicher Bildung einerseits, der Individualisierung von Bildungsaktivitäten und -verantwortlichkeiten andererseits. Wenn die Europäische Union heute neben ihren Bemühungen um die Transparenz von Abschlüssen und Qualifikationsnachweisen zunehmend auf subsidiäre Lösungen setzt, wird sie dieser Doppeltendenz gerecht. Bottom-up-Ansätze vermögen die *lokalen* Strukturen zu schaffen, in denen die Lernenden der Informationsgesellschaft Zugang

Inhalt

Editorial
Seite 1

**Durch regionale Netzwerke
Ausbildung fördern – regionale
Kompetenzen und Ressourcen
gemeinsam nutzen**
Seite 2

**Mit eLearning internationale
Märkte erobern?**
Seite 3

**Der internationale Bildungs-
markt – Herausforderung für
deutsche Weiterbildungsanbieter.**
Seite 4

**Die Lernende Region
Nürnberg – Fürth – Erlangen**
Seite 6

Neue Veröffentlichungen
Seite 7

**Lange Nacht der Wissenschaften
in Nürnberg**
Seite 7

Nachlese
Seite 8

Veranstaltungen
Seite 8

zu den Segmenten des *globalen* Wissens finden, die sie benötigen.

Eckart Severing

Durch regionale Netzwerke Ausbildung fördern – regionale Kompetenzen und Ressourcen gemeinsam nutzen

Die Leistungen des dualen Systems sind unbestritten – auch wenn gegenwärtig wieder einmal ein Unterangebot an Ausbildungsplätzen beklagt wird. Ein wichtiges Hilfsmittel, um in Zeiten eines Nachfrageüberhangs die Zahl der Ausbildungsplätze zu erhöhen und auf diese Weise die Ausbildungschancen der Jugendlichen zu verbessern, sind regionale Netzwerke.

Ausbildungsstrategien, die auf regionalen Kooperationen beruhen, stellen eine effiziente Lösung dar: Sie nutzen vorhandene Kompetenzen, um auf örtliche Ausbildungsbedürfnisse schnell und flexibel zu reagieren und Ausbildungshemmnisse abzubauen. Die Zusammenarbeit von Betrieben, Schulen, Arbeitsmarktexperten und anderen Akteuren der Berufsbildung vor Ort macht die betrieblichen Anforderungen in den Regionen transparent. Der Umgang mit den rechtlichen Rahmenbedingungen der Ausbildung wird erleichtert. Gemeinsam lassen sich sowohl bedarfsgerechte Beratungs- und Unterstützungsmodelle für Unternehmen als auch zielgruppenspezifische Qualifizierungskonzepte in den Bereichen Berufsorientierung und Ausbildungsbegleitung entwickeln und umsetzen.

Solche regionalen Ausbildungskooperationen funktionieren jedoch nur, wenn Institutionen geschaffen werden, die die Zusammenarbeit im Netzwerk koordinieren. Eine solche Institution stellt in Bayern die vom Bayerischen Unternehmensverband Metall und Elektro e.V. (BayME) und vom Verband der Bayerischen Metall- und Elektro-Industrie e.V. (VBM) geförderte Initiative „Zentrum für Ausbildungsmanagement Bayern (zab)“ dar. zab moderiert bayernweit in verschiedenen Regionen die Zusammenarbeit von Betrieben, Schulen, Arbeitsmarktexperten und anderen Akteuren der Berufsausbildung und organisiert für Mitgliedsunternehmen der Verbände Unterstützungsleistungen für alle Fragen rund um die Ausbildung.

Unternehmen für Ausbildung gewinnen

Beratungs- und Unterstützungsmodelle, die den spezifischen betrieblichen Bedarf im Auge behalten, sind gerade für kleine und mittlere Unternehmen wichtig. Sie bilden oft auch dann nicht aus, wenn eine Ausbilderberechtigung vorhanden ist – in wirtschaftlich angespannten Zeiten gilt dies in besonderem Maße. Die Kosten und der organisatorische Aufwand, die einem Ausbildungsbetrieb entstehen, sind hoch. In kleineren Betrieben fehlt es oft am erforderlichen Know-how, und die in der Regel dünne Personaldecke lässt gerade in der gegenwärtigen Situation nicht zu, Mitarbeitern die Ausbildungsverantwortung zu übertragen. Hinzu kommt, dass kleine Betriebe aufgrund der hohen Spezialisierung ihrer wirtschaftlichen Aktivitäten oft nicht alle Ausbildungsinhalte abdecken können, die gesetzlich verlangt werden.

Mit dem Modellversuch „Externes Ausbildungsmanagement“, der vom Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) betreut und mit Mitteln des Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert wird, greift das „Zentrum für Ausbildungsmanagement Bayern (zab)“ diese Problematik kleiner und mittlerer Unternehmen auf. Im Rahmen des Modellversuchs entwickeln Experten gemeinsam mit den Ausbildungsverantwortlichen größerer Betriebe und Vertretern kleiner und mittlerer Unternehmen maßgeschneiderte Ausbildungskonzepte. Unternehmen, die ohne externe Unterstützung nicht in der Lage wären, Ausbildungsplätze zur Verfügung zu stellen, werden bei allen organisatorischen Fragen, die mit der Ausbildungstätigkeit in Zusammenhang stehen, beraten und erhalten so die erforderliche Entlastung.

Regionale Netzwerke von Betrieben, Schulen, Arbeitsmarktexperten und Bildungsträgern fördern den wechselseitigen Austausch und ermöglichen es, Ausbildungsaktivitäten, die für ein einzelnes Unternehmen betriebswirtschaftlich nicht tragbar wären, gemeinsam zu planen und durchzuführen. So kann über Ausbildungsverbände und gemeinsame Qualifizierungsmaßnahmen die Zahl der Ausbildungsplätze erhöht werden.

Auszubildende besser vorbereiten

Auch für die Jugendlichen, die einen Ausbildungsplatz suchen, stellen regionale Ausbildungsnetze ein geeignetes Unterstützungsinstrument dar. Sie helfen, die jungen Menschen auf einen für sie geeigneten Beruf hin zu orientieren und dabei den ‚richtigen‘ Ausbildungsbetrieb zu finden. Im Projekt „Zentrum für Ausbildungsmanagement Bayern (zab)“ werden dazu ‚Schnupperwochen‘ organisiert,

Schülern Gelegenheit bieten, Berufsfelder in den regionalen Betrieben kennen zu lernen. So lernen die Jugendlichen die Vielzahl beruflicher Ausbildungsfelder in der Region kennen und erhalten die Möglichkeit, ihre Qualitäten unter Beweis zu stellen. Das erweist sich vor allem für diejenigen als hilfreich, die formal schlechtere Ausgangsbedingungen für eine Ausbildung mitbringen.

Ein spezielles Angebot des zab adressiert sich an Mädchen. In dem vom Bayerischen Staatsministerium für Arbeit und Sozialordnung, Familie und Frauen (StMAS) geförderten Projekt „Girls just do IT!“ werden Mädchen gründlich über die IT-Berufe informiert und so an eine ‚Männerdomäne‘ herangeführt, zu der sie oft auch dann nur schwer Zugang finden, wenn sie die gleiche Eignung zu gewerblich-technischen Berufen mitbringen wie männliche Altersgenossen. IT-Betriebe aus der Region bieten Mädchen die Gelegenheit, die Ausbildungswirklichkeit in der IT-Branche zu erkunden und festzustellen, ob die angebotenen Berufe zu ihnen passen.

Auch für die Betriebe bieten solche ausbildungsvorbereitenden Maßnahmen erhebliche Vorteile: Sie können den betriebseigenen Bedarf nach außen kommunizieren, lernen potenzielle Auszubildende vorab persönlich kennen und haben die Gewissheit, dass sich die Bewerberinnen und Bewerber gezielt für ein Berufsbild entschieden haben. Das „Zentrum für Ausbildungsmanagement Bayern (zab)“ beweist, dass regionale Netzwerkarbeit einen Beitrag leisten kann, Ausbildung vor Ort zu fördern, und hilft, das Problem eines nicht hinreichenden Ausbildungsplatzangebots auf regionaler Ebene zumindest zu entschärfen.

Claudia Abt/Christa Oberth

Impressum

Herausgeber (V.i.S.d.P.): Dr. Eckart Severing
Forschungsinstitut Betriebliche Bildung
gGmbH,
Obere Turnstraße 8, 90429 Nürnberg
<http://www.f-bb.de>

Anfragen zum Newsletter

Julia Busse
Telefon: +49 (911) 27 77 9 - 15
Fax: +49 (911) 27 77 9 - 50
E-Mail: info@f-bb.de

Bestellung

Der Newsletter kann unter folgender Adresse kostenlos abonniert werden:
<http://www.f-bb.de/newsletter/>

Mit eLearning internationale Märkte erobern?

Für die internationale Vermarktung scheint eLearning – mehr als jedes andere Produkt des Bildungssektors – prädestiniert. Richtig vorbereitet, können netzgestützte Seminare für Bildungsträger den Eintritt ins grenzüberschreitende Geschäft bedeuten. Allerdings werden die Anforderungen oft unterschätzt: Mit der Bereitstellung übersetzter WBTs auf der Lernplattform eines Anbieters ist es nicht getan.

In der Initiative „weiterbildung worldwide“ (www.training-germany.de) haben wir uns intensiv mit dem Stand deutscher eLearning-Aktivitäten und mit Engagement und Perspektiven deutscher Anbieter auf dem internationalen eLearning-Markt befasst. Das Ergebnis fällt ernüchternd aus: Der Anteil von eLearning an der ohnehin schwach ausgeprägten internationalen Präsenz deutscher Bildungsanbieter ist gering. Dabei finden zwei Drittel (68%) der Weiterbildungsanbieter, die sich an der breit angelegten weiterbildung-worldwide-Befragung beteiligten, eLearning für die internationale Vermarktung besonders gut geeignet.

Aber: Nur ein knappes Drittel aller befragten Weiterbildungsanbieter (32%) gibt an, selbst eLearning – Computer Based Training (CBT)

oder Web Based Training (WBT) – anzubieten. Diese Gruppe ist im Ausland deutlich aktiver als die restlichen Weiterbildungsanbieter: 61% sind hier auf internationalen Märkten engagiert. Auch sie bieten jedoch im Ausland nur zu einem sehr geringen Teil eLearning an (14% der international Aktiven).

Für die internationale Vermarktung von eLearning spricht ein starkes betriebswirtschaftliches Argument: Die Vorschüsse weisen beim netzgestützten multimedialen Lernen eine für den Bildungssektor recht untypische Struktur auf. Vergleichsweise hohen Anfangsinvestitionen stehen – auch bei kontinuierlicher Aktualisierung der Inhalte – eher geringe laufende Kosten gegenüber. Die Internationalisierung bietet sich zur *Erzielung von Skaleneffekten* an.

Eine bloße Zweitvermarktung des am nationalen Markt Erprobten auf breiterer Ebene wird jedoch nicht zum Erfolg führen. Im Projekt „GreTel – Grenzüberschreitende Entwicklung von Telelernprodukten in virtuellen Zirkeln“ und in anderen europäischen Kooperationsprojekten haben wir erforscht, welche Anforderungen grenzüberschreitende eLearning-Angebote an die *Lokalisierung der Produkte* stellen. Ergebnis: Die Aufgaben sind keineswegs trivial – aber lösbar.

Übersetzer und Redakteure vor neuen Herausforderungen

Das beginnt mit den *Übersetzungen*, die für das fremdsprachige Ausland zu erstellen sind. Lesen am Bildschirm strengt an. Diejenigen

Teile netzgestützter Lernangebote, die für das eigentliche Bildschirmlernen gestaltet sind, sollten daher textlich gestrafft sein, Informationen nach Möglichkeit piktoral codiert und Lernerfolge durch grafisch gestaltete interaktive Übungen gesichert werden. Die schriftsprachlichen Komponenten sind dann im Vergleich zu einfachem Fließtext in hohem Maße dekontextualisiert. Das gilt auch für automatisierte Feedbacks, die Beschriftung von Buttons etc. Aufgabe der Übersetzer ist es, gleichwohl die *tonality* des Originals zu erkennen und zu erhalten – oder sie manchmal auch an die Erfordernisse einer anderen nationalen Kommunikations- und Lernkultur anzupassen. Guidelines und kommentierende Regieanweisungen sollten diese Arbeit unterstützen.

Erfahrungen, die bei der Anpassung eines für den deutschen Markt konzipierten Online-Lehrgangs (des bfz-Online-Seminars „Teledozent – Didaktik und Methodik online“: www.bbwonline.de) für den Einsatz in der deutschsprachigen Schweiz gewonnen und auf einem Workshop der Initiative „weiterbildung worldwide“ vorgestellt wurden, belegen, dass *auch innerhalb des deutschsprachigen Raumes* sprachliche und orthographische Besonderheiten eine umfassende Bearbeitung des Ausgangsprodukts erforderlich machen können. *Erläuternde Beispiele* verfehlen ihren Zweck, wenn sie auf einen nationalen Kontext Bezug nehmen, der den Lernenden nicht vertraut ist. Bei der *Einbeziehung lehrgangsexterner Websites* in den Lernprozess wird es häufig erforderlich sein, auf nationale Quellen Bezug zu nehmen – aus methodischen Gründen oder weil die Vertrautheit mit wichtigen nationalen Informationspools selber Lernziel ist. Die Beispiele ließen sich vermehren.

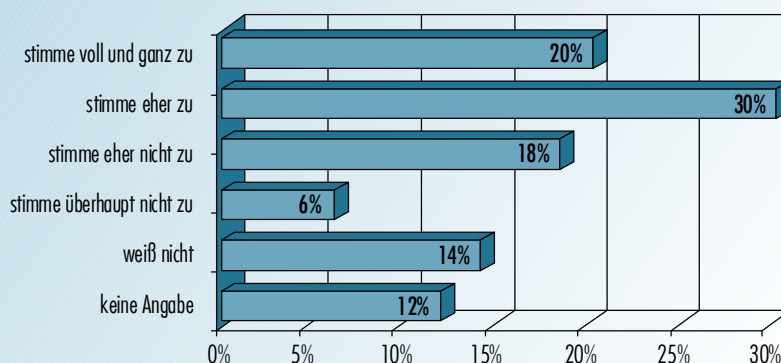
Neben die Lokalisierung des „Content“ treten Übersetzung und Anpassung der *Lernplattform*, des Mediums, über das Anbieter und Lernende zunächst miteinander in Kontakt treten.

Full Service durch Kooperationen

Um den Prozess des netzgestützten Lernens gruppiert sich eine Vielzahl von Aktivitäten – vom Marketing über Weiterbildungs- und Lernberatung, Integration von eLearning in „Blended-Learning“-Szenarien und betriebliche Lernkulturen bis hin zur Zertifizierung. Sie führen eine ausschließlich webbasierte Angebotsstrategie rasch an ihre Grenzen. *Vermarktungsk Kooperationen* können helfen, soll ein nachhaltiger, über punktuelle Verkaufserfolge hinausgehender Einstieg in ausländische Märkte erreicht werden.

■ Bildungsträger sind nur selten über die Landesgrenzen hinaus bekannt. Es gilt also, einen oder mehrere renommierte Träger

E-Learning-Angebote eignen sich besonders gut für eine internationale Vermarktung.



Wie deutsche Weiterbildungsanbieter die Eignung von eLearning für eine internationale Vermarktung einschätzen (weiterbildung-worldwide-Befragung, n=1234)

im Zielland als Kooperationspartner zu gewinnen. Gegebenenfalls sollten die eLearning-Produkte dann auch über deren Lernplattform bereitgestellt werden (was eine Berücksichtigung gängiger Standards auf beiden Seiten erforderlich macht!).

- eLearning ist ein beratungsintensives Produkt. Die bloße Bereitstellung von Produktinformationen auf einer Website greift nicht nur deshalb zu kurz, weil sie ein Angebot (zudem über nationale Grenzen hinweg) nicht erkennbar zu machen vermag. Viele *Online-Lerner* benötigen Unterstützung im Vorfeld – bei Bildungsbedarfserhebung, Produktauswahl und Vorbereitung auf eine noch ungewohnte Form des Lernens. Für *Unternehmen* ist die Einführung von eLearning eine strategische Entscheidung mit weitreichenden Folgen für die betriebliche Bildungsarbeit, was im Normalfall Beratungskapazitäten vor Ort erforderlich macht.
- Für *Zertifikate* bedarf es der Zusammenarbeit mit national anerkannten Instanzen.
- Um aufwändige Nacharbeiten zu vermeiden, sollte bereits die *Entwicklung* international ausgerichteter eLearning-Angebote in Zusammenarbeit mit kompetenten Partnern vor Ort stattfinden. Es kann dabei um Fragen der Interkulturalität von Inhalten und Kommunikationsformen ebenso gehen wie um unterschiedliche nationale Entwicklungsstände von Telekommunikationsdiensten und Informatisierung der Arbeit (also die für netzgestütztes Lernen verfügbare Infrastruktur).
- Hohe Erwartungen richten sich schließlich auf „Blended Solutions“. Sie werden nur dann funktionieren, wenn beide Komponenten auf hohem Qualitätsniveau, in

sinnvollem Ergänzungsverhältnis und abgestimmt auf den konkreten Weiterbildungsbedarf angeboten werden. Die erforderlichen Dienstleistungen werden sich in der Regel nur unter Einbeziehung eines kompetenten nationalen Partners im Zielland erbringen lassen.

Gabriele Fietz/Thomas Reglin

Der internationale Bildungsmarkt – Herausforderung für deutsche Weiterbildungsanbieter

Im Jahr 2002 waren nur 16 Prozent der deutschen Weiterbildungsanbieter auf Märkten außerhalb Deutschlands aktiv. Es ist jedoch zu erwarten, dass sich die Internationalisierung der Weiterbildung unabhängig davon vollziehen wird, wie sehr deutsche Anbieter an ihr partizipieren. Die aktuell zu konstatierende Vernachlässigung des internationalen Marktgeschehens kontrastiert auffällig mit dem Umstand, dass die Weiterbildung in Deutschland sehr wohl in der Lage ist, auf neue und wechselnde Anforderungen des Binnenmarktes flexibel und effektiv zu reagieren.

Internationale Markttätigkeit in der Weiterbildung: Deutsche Anbieter zögern noch.

Deutschland spielt als Anbieter auf den internationalen Weiterbildungsmärkten heute nur eine untergeordnete Rolle. Während es den Bildungsdienstleistern vor allem aus den angelsächsischen Ländern in den vergangenen Jahren gelungen ist, Angebote aus den Bereichen Weiterbildung und Bildungsberatung global zu vermarkten und zu einem Element ihres ökonomischen Engagements im Ausland zu machen, sind deutsche Bildungsanbieter bisher nur punktuell international tätig: Die im Jahr 2002 von der bfz Bildungsforschung im Auftrag des BMBF durchgeführte empirische Erhebung bestätigt dies: Nur 16 % der befragten deutschen Weiterbildungsanbieter sind auch auf Märkten außerhalb Deutschlands vertreten.

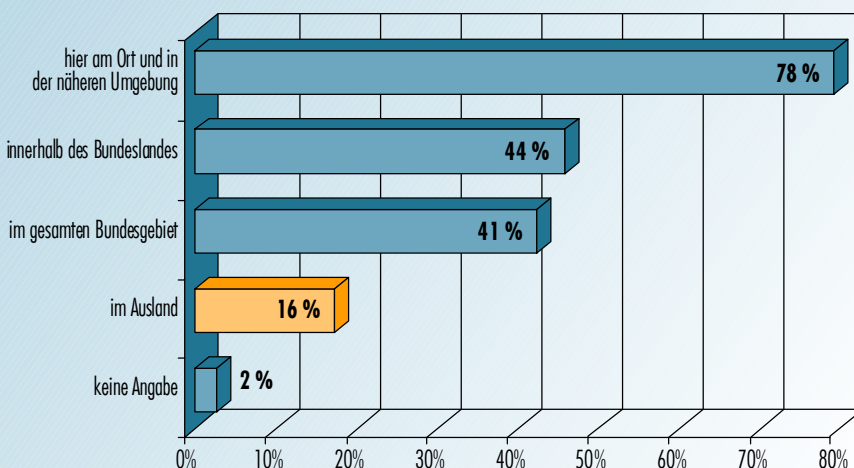
Das wirtschaftliche Gewicht solcher internationaler Angebote ist zudem relativ gering. Bei gut drei Viertel der sich als international aktiv bezeichnenden Anbieter beträgt der Anteil der internationalen Angebote am Gesamtumsatz weniger als 10 %. Lediglich 3 % aller befragten Unternehmen bezeichnen das Ausland als ihren wichtigsten Einzugsbereich.

Die Internationalisierung der Weiterbildung ist bereits heute Realität.

Sieht man sich den deutschen Bildungsmarkt an, so fällt auf, dass bereits heute wesentliche und sich ausweitende Marktanteile von transnationalen Konsortien und multinationalen Anbietern gehalten werden. Für die US-amerikanischen Universitäten, die seit jeher in der kommerziellen Weiterbildung stark engagiert sind, ist Deutschland einer der interessantesten Zielmärkte.

Die Internationalisierung der Weiterbildung ist daher keine Option für die Zukunft, sie ist bereits heute Realität. Und es ist zu erwarten, dass diese sich unabhängig davon vollziehen wird, wie sehr deutsche Anbieter an ihr partizipieren. Beschleunigt wird diese Entwicklung durch die laufende und im Jahr 2005 abzuschließende Verhandlungsrunde der World Trade Organisation (WTO): Wenn dort auf Drängen der USA, Australiens und Neuseelands die Liberalisierung der Bildungsmärkte auf die Tagesordnung gesetzt wurde, dann zeigt dies, dass es dabei nicht nur um punktuelle Engagements einzelner Anbieter geht. Bereits heute hat die EU für ihre Mitgliedsländer wesentliche Schritte vorweggenommen, indem sie Verpflichtungen zur Öffnung von Bildungsdienstleistungen übernommen und ihre Märkte für internationale Bildungsanbieter geöffnet hat.

Wo bietet Ihr Unternehmen Weiterbildung an?



Good Practice

„Wir gehen dahin, wohin unsere Kunden gehen!“

Das Unternehmen:	eLearning Anbieter 75 fest Angestellte, 150 freie Mitarbeiter seit Gründung im Jahre 1994 international aktiv (Ausgründung aus international tätigem Unternehmen der Elektronikbranche) arbeiten für Großunternehmen und Mittelständler als Partner.
das internationale Angebot:	im Angebotssegment Managementtraining; Change Management für gehobene Führungskräfte und Technologie mit Kundenswerpunkt Telekommunikationsunternehmen
die Strategie:	„Folge Deinem Kunden international!“ „Unsere Zielmärkte sind weltweit, unsere Schwerpunkte schwer lokalisierbar. Immer da, wo unsere internationalen Kunden ihre Kunden haben.“



Präsentation der Good Practice auf der 2. Fachtagung der Initiative „weiterbildung worldwide“

Gründe für Zurückhaltung deutscher Anbieter

Auch wenn die Presseberichterstattung gelegentlich einen anderen Eindruck vermittelt: Auf dem deutschen Weiterbildungsmarkt herrscht seit Jahren intensiver Wettbewerb. Sobald sich ein gesellschaftlicher Qualifizierungsbedarf eingestellt hat, wurden diese Lücken durch Weiterbildungsanbieter geschlossen, lange bevor Universitäten, Schulen und Berufsbildung mit neuen Abschlüssen oder Berufsbildern reagieren konnten.

Weshalb aber nimmt ein Sektor, der seit Jahren an intensive Konkurrenz gewöhnt ist, nur marginal wahr, wie sich außerhalb der Grenzen Deutschlands Chancen ergeben und welche Möglichkeiten dort bestehen, das Umfeld der Aktivitäten zu erweitern? Zur Beantwortung dieser Frage hat die Initiative „weiterbildung worldwide“ durch intensiven Meinungsaustausch mit Bildungsträgern im Wesentlichen drei Gründe ermitteln können, die auf strukturelle Besonderheiten des deutschen Weiterbildungsmarkts verweisen. Deutlich erkennbar wurde eine spezifische Kombination von

- Regionalisierung,
- Unterfinanzierung und
- Lehrgangsorientierung,

die deutschen Bildungsanbietern das Überschreiten nationaler Grenzen in mehrerlei Hinsicht erschwert.

Stichwort Regionalisierung: Weiterbildung findet in Deutschland auf sehr engen, regionalen oder oft auch nur lokalen Märkten statt. Etablierte Förderstrukturen und Vergabe-

praktiken führen dazu, dass eine sehr große Zahl kleiner und kleinster Anbieter – oft Einmannunternehmen – auf dem Markt präsent ist. Diese Angebotsstruktur hat sicherlich mit dazu beigetragen, konkret anfallende Weiterbildungsbedarfe rasch und flexibel abzudecken. Internationale Engagements jedoch sind für diese Unternehmen finanziell und personell sehr schwer zu kalkulieren und meist schlicht jenseits der gegebenen Geschäftsmöglichkeiten.

Stichwort Finanzmangel: Die öffentliche Förderung der beruflichen Weiterbildung in Deutschland mag zwar in der Summe auf stattliche Beträge verweisen können, bezogen auf die erbrachten Dienstleistungen erweist sie sich jedoch als chronisch unterfinanziert. Die für ein Qualitätsbenchmarking relevanten Teilnehmerstundensätze wurden über die Jahre kontinuierlich abgesenkt, so dass in Deutschland sehr oft auf einem unteren Niveau operiert werden muss, was zu Qualitätseinbußen führen kann. Von dieser Basis aus können nur schwer internationale Angebote entstehen, die etwa der Qualität deutlich besser finanzierter amerikanischer Universitäten entsprechen.

Stichwort Lehrgangsorientierung: Der dritte und vermutlich gewichtigste Grund für die internationale Enthaltbarkeit deutscher Bildungsanbieter findet sich in einer bis heute weitgehend lehrgangs- und zertifikatsorientierten Weiterbildung. Der Preis der Pflege eines starren Berufs- und Tarifsystems in Deutschland ist, dass es viele Berufsabschlüsse gibt, die nur auf genau vorgezeichneten Wegen erlangt werden können.

Erfolgsbedingungen für deutsche Weiterbildungsanbieter

Die angeführten Faktoren, die ein Auslandsengagement deutscher Bildungsanbieter behindern, sind jedoch keineswegs unüberwindlich. Zum einen ist in der nationalen Bildungsdiskussion bereits vieles in Bewegung geraten, was in der Folge zu einer größeren Offenheit des Bildungssektors führen wird. Zum anderen ist festzuhalten: Es gibt deutsche Bildungsanbieter, die erfolgreich im Ausland tätig sind. Im Rahmen von „weiterbildung worldwide“ wurden die Erfolgsbedingungen dieser Fälle von „Good Practice“ analysiert. Dabei zeigte sich, dass deutsche Anbieter einige gute Voraussetzungen für internationale Aktivitäten mitbringen.

Guter Ruf als Bildungsstandort: Die erste und vielleicht wichtigste Voraussetzung ist, dass Deutschland nach wie vor einen guten Ruf als Bildungsstandort genießt. Deutschland gilt international als eine der erfolgreichsten Bildungsnationen. Über die internen Diskussionen, genährt etwa durch die Ergebnisse der PISA-Studie, welche Probleme der Starrheit und Leistungsfähigkeit unseres Bildungssystems offen benennt, darf nicht vergessen werden, dass der Ruf des deutschen Bildungswesens im Ausland besser ist als im Inland. So notwendig Reformen auf den Weg gebracht werden müssen, so fatal wäre es, darüber die vorhandenen Stärken des deutschen Systems zu verkennen.

Exportbegleitung: Deutschland ist eine der wichtigsten Exportnationen. Der Export komplexer Produkte bedarf der Ergänzung um Weiterbildungsangebote. Es sind Systemanbieter gefragt, die nicht nur eine Anlage produzieren oder eine Dienstleistung ins Ausland transferieren, sondern die auch die dazu gehörigen Qualifikationen quasi „im package“ liefern.

Duale Lernorte/Nähe zu Betrieben: Einen dritten Standortfaktor schließlich, der sich als Erfolgsbedingung für international aktive deutsche Bildungsanbieter herauskristallisiert hat, stellen die Erfahrungen mit dualen Lernordnungen und mit dem Lernen am Arbeitsplatz in der Weiterbildung dar. In vielen anderen Ländern ist die berufliche Bildung stärker verschult. Lehrgänge als quasi geschlossene Einheiten lassen sich jedoch nur auf den ersten Blick einfacher transportieren. Bei näherer Betrachtung zeigt sich, dass Arrangements für Lernen am Arbeitsplatz bzw. arbeitsplatznahes Lernen sehr viel leichter in modularisierte, flexibel handhabbare und daher auch mit erheblich weniger Aufwand in internationalisierte Angebote transformiert werden können. Deutsche Bildungsanbieter bringen hier praxisbewährte Konzepte mit.

Resümee: Der Umstand, dass deutsche Bildungsanbieter über günstige Bedingungen für erfolgreiches Auftreten auf internationalisierten Märkten verfügen, muss genutzt werden. Es wäre verfehlt, im Inland bewährte Muster und Konzepte in einer Art Zweitverwertung ins Ausland zu transportieren. Weiterbildung ist kein Fertigprodukt, das, einmal entworfen und produziert, beliebig oft als Standardware verkauft werden könnte. Weiterbildung entsteht vielmehr in einem stetigen Prozess des Austausches mit ihren Kunden und Auftraggebern und nicht zuletzt mit ihren Teilnehmern. Unterschiedliche Formen von Kooperationen – mit Kunden, den Unternehmen, mit Weiterbildungsanbietern vor Ort oder in Deutschland – haben sich daher als entscheidender Erfolgsfaktor herauskristallisiert. Das große Interesse an den Fachtagungen und Workshops rund um „weiterbildung worldwide“ und die rege Beteiligung an den Diskussionen zeigen: Deutsche Weiterbildungsanbieter haben dies erkannt.

Weitere Informationen unter www.training-germany.de. In Kürze erscheint in der Reihe BMBF Publik die Dokumentation der Ergebnisse von „weiterbildung worldwide“: Deutsche Weiterbildungsanbieter auf internationalen Märkten. Daten – Fallstudien – Perspektiven. Hrsg. BMBF 2003

Eckart Severing/Gabriele Fietz

Die Lernende Region Nürnberg – Fürth – Erlangen

Die Städte Nürnberg, Fürth und Erlangen haben sich im Rahmen des gleichnamigen Förderprogramms des BMBF zu einer „Lernenden Region“ zusammengeschlossen. Was sind die Ziele? Es geht darum, die Bildungsbeteiligung zu fördern, vorhandene Angebote stärker an den Bedürfnissen der Nachfragenden auszurichten und das Lernen stärker in den beruflichen und privaten Alltag der Menschen zu integrieren.

Nun gibt es im mittelfränkischen Ballungsraum bereits ein breites und qualitativ hochwertiges Bildungsangebot. Warum noch eine zusätzliche Initiative? Was leistet die Lernende Region über die erprobten Bildungsaktivitäten hinaus? Einige Beispiele:

- Frauen, die als Reinigungspersonal in einem Altenheim beschäftigt sind, erwerben dort vor Ort unter Mithilfe einer Dozentin, die sie bei Lernproblemen unterstützt, Computer- und Internetkenntnisse. Bisher haben sie sich weder an einen Computer noch in einen Kurs der institutionalisierten Erwachsenenbildung gewagt. Für die Teilnehmerinnen bedeutet das neuartige Lernangebot ein Stück verbesserter Teilhabe an der Gesellschaft und auch eine Verbesserung ihrer beruflichen Aussichten. Dieser niedrigschwellige Einstieg erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass sie auch den Anschluss an das reguläre Angebot der Volkshochschulen oder anderer Einrichtungen finden.
- Jugendliche aus der Nürnberger Südstadt und der Fürther Innenstadt führen unter Anleitung Medienprojekte durch. Sie gründen z. B. eine fiktive Band, über deren Besetzung im Internet durch Publikumsabstimmung entschieden wird. Sie verwenden Fotos echter Stars, um ‚Fälschungen‘ herzustellen, und fingieren Bravo-Interviews. Dabei lernen sie nicht nur den technischen Umgang mit den modernen Medien, sondern werden auch zu einem kritischeren Verhältnis zu Fernsehen und Internet angeregt und erwerben Sozialkompetenzen.
- Die bfz Bildungsforschung moderiert ein überbetriebliches Lernnetz von Unter-

Nürnberg – Fürth – Erlangen“. Im Mittelpunkt stehen dabei benachteiligte und bildungsferne Gruppen, insbesondere aus den Problemgebieten der drei Städte. Die Bedeutung dieser Projekte, die Lernen und Bildung außerhalb der eingefahrenen Bahnen institutionalisierter Bildungsarbeit fördern und anregen, liegt in ihrem exemplarischen Charakter.

Die punktuellen Initiativen verstehen sich als Anstoß zu ähnlichen Projekten des Lernens jenseits der Schulbank und wollen so zu einem lernförderlichen Klima in der Region beitragen. Es geht darum, Modelle selbstorganisierten Lernens zu entwickeln, die auf Dauer, über eine staatliche Projektförderung hinaus, Bestand haben. Die Koppelung des Bildungs- an das Beschäftigungssystem wird ein Stück weit gelockert, wenn Lernen im sozialen Umfeld und jenseits der herkömmlichen Zugangsberechtigungen stattfindet. Der Fokus liegt auf Integration und Verbesserung der Beschäftigungsfähigkeit und auf der Stärkung der Eigeninitiative.

Die Region als Handlungsebene

Für die Realisierung einer solchen Lernkultur ist die regionale Ebene besonders geeignet. Die Nähe der beteiligten Akteure zu den Zielgruppen und ihrer spezifischen Situation garantiert Bedarfsgerechtigkeit. Die Kooperation von Kommunen, Bildungseinrichtungen, Unternehmen und anderen Organisa-

Die Projekte der Lernenden Region

- Bürgerschaftliches Engagement für Schule und Kindergarten
- Medienpädagogisches Netz
- Lebenswelt Deutschland
- Medienkompetenz an neuen Lernorten
- Wissenstransfer Wirtschaft – Schule
- Regionales Lernnetz von und für Betriebe
- Migration und Alter
- Stadtgeschichten
- Erkundendes Lernen
- „Südstadtkids“: Integration und Lernen im Stadtteil
- BQN Netzwerk zur Förderung der beruflichen Qualifizierung von MigrantInnen

nehmen, in dem Kleinbetriebe, die Weiterbildung für ihre Mitarbeiter nur schwer organisieren und finanzieren können, an neue, kostengünstigere Lernformen selbstständigen Lernens im Verbund herangeführt werden und vom Know-how der größeren Unternehmen profitieren.

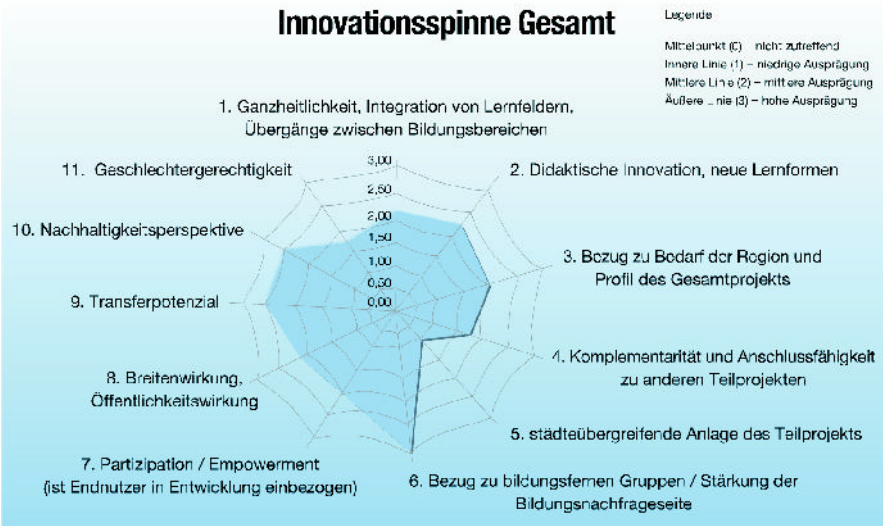
Modellcharakter der Teilprojekte

Das sind nur drei von mittlerweile elf Teilprojekten der „Lernenden Region

tionen vor Ort weitest zugleich den Blick und macht unkonventionelle, innovative Angebote möglich. Strukturmerkmale einer Lernenden Region sind deshalb das „Bottom-up“-Prinzip und das Netzwerk als Steuerungskonzept.

Ideal aller Standortpolitik ist das Silicon Valley: Der Blick auf die kalifornische High-Tech-Gründerszene lässt in der Region endogene Ressourcen vermuten, die nur richtig kombiniert werden müssen, damit es mit Wachstum und Beschäftigung vorangeht.

Innovationsspinne Gesamt



Lange Nacht der Wissenschaften in Nürnberg

Die Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät der Universität Erlangen-Nürnberg in Kooperation mit f-bb/bfz: Alles zur Arbeit und ihrem Markt

In ein Zentrum für Arbeitsmarktpolitik verwandelt sich am 25. Oktober 2003 zwischen 19 und 1 Uhr das Ludwig-Erhard-Gebäude der WiSo-Fakultät in der Findelgasse in Nürnberg. Zusammen mit Experten aus der WiSo werden Florian Gerster, Vorsitzender des Vorstands der Bundesanstalt für Arbeit, die Bundestagsabgeordnete Renate Schmidt und Prof. Jutta Allmendinger vom Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) in einer Podiumsdiskussion die aktuelle Situation im Arbeitsmarkt diskutieren. Bis in die späte Nacht hinein bekommen Interessenten viele Informationen zur Arbeitsmarktforschung, zur Europäischen Arbeitsmarktverwaltung im Wandel, zu Zukunfts- und Gesetzentwürfen. Das Forschungsinstitut Betriebliche Bildung und die bfz Bildungsforschung beraten zum Thema E-Learning, stellen selbst-organisiertes Lernen vor und zeigen, wie Studierende ihre Sozialkompetenzen testen können. Zum Abschluss erwartet die Besucher im Chill-out-Bereich ein kabarettistischer Vortrag sowie die

Selbsteinschätzung der Teilprojekte

Eine Förderpolitik „von oben nach unten“, die in entfernten Metropolen beschlossen wird, scheint demgegenüber weniger wirksam. Mit ein wenig Realismus ließe sich dieses Modell so verstehen: In der Nürnberger Südstadt geht es zwar nicht um technologische Marktführerschaft, sondern um die Verbesserung der Chancen von Ausländerkindern, Jugendlichen und Kleinbetrieben. Aber vielleicht lassen sich durch Kooperationen vor Ort Innovation – neue Lernorte, Lernformen etc. – generieren, die als Potenzial und Entwicklungsmotor für den Stadtteil wirkt?

Für Irritation bei den Beteiligten sorgt immer wieder, dass man eine „Lernende Region“ nicht anhand von Blaupausen implementieren kann. Sie ist eine Vision, die Bewegung auslösen soll. Dass alle Aktivitäten etwas Fragiles und Vorläufiges haben, darf da nicht verwundern. Die Projekte können Nachahmer finden oder nicht, die Kooperationsbeziehungen, die neben und quer zu den alten Strukturen liegen, können als Störung wahrgenommen werden, Empfindlichkeiten verletzen oder sich auch langfristig bewähren und stabilisieren. Die Netzwerkstruktur lässt ein zentrales Management nur begrenzt zu.

Eine „Lernende Region“ muss daher vor allem Wirkung in der Öffentlichkeit erzielen, ihre Modelle bekannt machen und eine breite Bildungskampagne ins Leben rufen.

Wissenschaftliche Begleitung

Das Forschungsinstitut Betriebliche Bildung (f-bb) führt im Auftrag des Netzwerkmanagements, das beim Bildungszentrum der Stadt Nürnberg angesiedelt ist, die wissenschaftliche Begleitung des Projekts durch.

Wenn die Entstehung einer Lernenden Region ein Prozess mit offenem Ausgang ist, dann muss sich die Wissenschaftliche Begleitung

als „Lotse“ in diesem Prozess verstehen. Den Teilprojekten hilft sie, ihre Identität als Beitrag zu einem Ganzen zu entwickeln. Die Programmkriterien stellen eine Basis für die Evaluation dar, die mit den Beteiligten gemeinsam für ihre Projekte übersetzt werden. Die Abbildung gibt die aggregierte Selbsteinschätzung der Teilprojekte in Bezug auf die Programmkriterien wieder.

Brigitte Geldermann

Neue Veröffentlichungen

Reihe „Wirtschaft und Weiterbildung“

Band 29
 Roland Geldermann, João Filipe Baigger, Brigitte Geldermann: Qualitätssicherung in der betrieblichen Bildung. Eine Studie mit sechs Fallbeispielen. Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag, Juli 2003, ISBN 3-7639-3090-6

Qualitätssicherung der Weiterbildung gewinnt heute wegen knapper öffentlicher Mittel und Unternehmensbudgets zunehmend an Bedeutung. In einer Studie wurde die Praxis der Implementierung und Qualitätssicherung von Weiterbildung in Unternehmen untersucht.

Band 30
 Thomas Reglin, Eckart Severing u. a.: eLearning für die betriebliche Praxis, Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag, Juli 2003, ISBN 3-7639-3112-0

Der Sammelband fasst Erfahrungen aus zahlreichen eLearning-Projekten in der mittelständischen Wirtschaft zusammen. Im

Mittelpunkt stehen dabei Konzepte arbeitsplatznahen Lernens, der didaktischen Gestaltung und der Qualität von eLearning. Untersucht wird insbesondere, wie eLearning zum unterstützenden Instrument praxisintegrierten Lernens werden kann.

Band 33
 Gabriele Fietz, Christina Godio, Robin Mason u. a.: eLearning für internationale Märkte: Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag, November 2003

Entwicklung und Einsatz von eLearning in Europa

Trainingsangebote werden in Zukunft in steigendem Maße international ausgerichtet sein. Dies trifft schon heute für den Bereich des Telelernens zu. eLearning-Produkte werden zunehmend auf internationalen Märkten angeboten. Die bedarfsgerechte Produktion für Lerner aus verschiedenen Ländern erfordert spezielles Know-how. Auf Basis der

in dem Leonardo-Projekt GreTel gewonnenen Erfahrungen werden Bildungsanbietern aus ganz Europa Handreichungen für Entwicklung und Einsatz von eLearning in der beruflichen Bildung gegeben.

Reihe Leitfaden für die Bildungspraxis

Band 1

Ursula Krings: Chancen für An- und Ungelernte – modulare Qualifizierung in der Personalentwicklung, Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag 2002, ISBN 3-7639-3026-4

Band 2

Ursula Krings: Ein neuer Markt für Bildungsträger – Modulare und betriebsnahe Nachqualifizierung, Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag 2002, ISBN 3-7639-3027-2

Band 3

Annelies Hilger, Gaby Wimmer: Flexibilität durch Kompetenz – Personalentwicklung für Mitarbeiter mit Handicap, Bielefeld: W. Bertelsmann Verlag 2003, ISBN 3-7639-3106-6

BMBF Publik

Gabriele Fietz, Helmut Kuwan, Eckart Severing u. a.: Deutsche Weiterbildungsanbieter auf internationalen Märkten Daten – Fallstudien – Perspektiven

Deutsche Anbieter beruflicher Aus- und Weiterbildung sind auf dem expandierenden internationalen Markt der Bildungsdienstleistungen nur unzureichend vertreten – und dies trotz der hohen Qualität ihrer Angebote und des guten Ansehens, das die deutsche Berufsbildung wegen ihrer engen betrieblichen Verankerung weltweit genießt. Der Sammelband fasst die Ergebnisse der empirischen Erhebung zum Stand der internationalen Marktstätigkeit deutscher Weiterbildungsanbieter zusammen. Good-Practice-Beispiele zeigen Strategien erfolgreicher Markterschließung auf. Bei der Diskussion zentraler Fragen internationalen Engagements in der Weiterbildung kommen Experten des f-bb, der neu geschaffenen Stelle iMove beim BIBB sowie zahlreiche erfahrene Weiterbildungsanbieter zu Wort.
Juli 2003

Nachlese

Konferenz des Bundesinstituts für Berufsbildung und des Forschungsinstitut Betriebliche Bildung (f-bb) am 19. und 20. Mai in Nürnberg

Innovationen fördern, Transfer sichern – Aufgaben wissenschaftlicher Begleitung bei der Neugestaltung des Lernens

Die Veranstaltung wurde von 70 Teilnehmer(inne)n besucht. Während am ersten Tag die Thematik stärker aus der Perspektive der Praxis wissenschaftlicher Begleitung beleuchtet wurde, kamen am zweiten Tag - vor allem beim Expertenpanel – Grundfragen des Verhältnisses zu Handlungs-, Berufsbildungs- und Evaluationsforschung zur Sprache. Das BIBB wird die Ergebnisse in einem Sammelband dokumentieren und auswerten. So wird sichergestellt, dass die Konferenz auch von Dritten nachvollzogen werden kann.

Dr. Dorothea Schemme, Bundesinstitut für Berufsbildung

Alternde Gesellschaft und alternde Belegschaften – die demographische Herausforderung für Gesellschaft und Unternehmen in Europa

Bei der Konferenz, die am 2. Juni in Nürnberg stattfand, diskutierten Unternehmensvertreter und Projektpartner der europäischen Gemeinschaftsinitiative EQUAL Probleme und Lösungsansätze in Deutschland, Frankreich und Großbritannien. Die Konferenz wurde von bfz Bildungsforschung im Rahmen der regionalen Entwicklungspartnerschaft FAIR organisiert.

Wirtschaftsreferent Dr. Fleck würdigte den Beitrag der Europäischen Gemeinschaftsinitiative EQUAL zur Bewältigung des Strukturwandels mit älter werdenden Belegschaften in der Region. In den anschließenden Beiträgen der drei Entwicklungspartnerschaften FAIR (Region Nürnberg), „Building London Creating Futures“ (England) und „Age et Travail dans le Bâtiment“ (Frankreich) wurde deutlich, dass in allen drei Ländern bereits heute die Belegschaften älter werden und dass die Unternehmen beginnen, sich dieser Herausforderung zu stellen. Die bisher gängige Praxis, ältere Beschäftigte in den vorzeitigen Ruhestand zu verabschieden, ist nicht nur sozialpolitisch zunehmend fragwürdig, sondern auch wirtschaftlich kurz-sichtig: Wertvolles Erfahrungswissen geht verloren, und bereits in wenigen Jahren werden Nachwuchskräfte knapp. Für Deutschland wurde von Wolfgang Mai von der SIEMENS AG der Kompass-Prozess bei SIEMENS vorgestellt. In der Diskussion wurde deutlich, dass noch großer Bedarf besteht an Konzepten für die Personalentwicklung 45+ unterhalb der Führungsebene. Auch die Notwendigkeit, ein Instrumentarium zu entwickeln, das die Kompetenzen langjähriger Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sichtbar macht, wurde betont.
Information: www.aqua-nordbayern.de

Roland Geldermann

Veranstaltungen

Ausbildung in Bayern

16.07.2003 in Nürnberg

Das Thema Ausbildung ist aktueller denn je. Die Tagung bringt Unternehmen, Berufsschulen, Bildungsanbieter und politische Akteure ins Gespräch. Neben einer Experten-Diskussion zum Thema „Ausbildung in schweren Zeiten: Kosten verringern – Nutzen steigern?“ – kommen vor allem die Betriebe in mehreren Workshops zu Wort. Ausbildungsunterstützung und das Ausbildungsmanagement als externe Dienstleistung für ausbildungswillige Betriebe stehen im Mittelpunkt der Tagung. Veranstaltungsprogramm und Online-Anmeldeformular unter www.zab-bayern.de

Neue Schlüsselqualifikationen arbeitsplatznah erwerben

Informationsveranstaltung zur Weiterbildung mon-key

25. September in Nürnberg

Kontakt: sack.claudia@bf.bfz.de

Kommunikation mit hörbehinderten und gehörlosen Mitarbeitern

Seminar für Vorgesetzte und Kollegen im Rahmen des Projekts Kompetenz-plus
Im Herbst in Nürnberg

Info über das Portal www.kompetenz-plus.de

Menschen mit Hörbehinderung im Arbeitsleben

Vorstellung des Online-Informationsmoduls im Rahmen eines Fachtags des Integrationsamts Mittelfranken

30. September 2003 in Nürnberg

Info über das Portal www.kompetenz-plus.de

Corporate Social Responsibility in der Unternehmenspraxis

Workshop für Unternehmen im Rahmen des Projekts REBUS

9. Oktober 2003, Nürnberg

Info: www.rebus-csr.org

Lebenslanges Lernen: Methoden für Ältere und Lernengewohnte

Workshop für Trainer und

Erwachsenenbildner

Anfang Oktober 2003, Nürnberg

www.aqua-nordbayern.de

eLearning für internationale User

Expertenworkshop: Erfahrungen und Schlussfolgerungen aus dem Leonardo-Projekt GreTel

28. Oktober 2003, Nürnberg

Info unter www.Poolweb.istud.it

Kontakt: fietz.gabriele@bf.bfz.de