

JLU

NEUE WEGE. SEIT 1607.

JUSTUS-LIEBIG-
 UNIVERSITÄT
GIESSEN

Prof. Dr. Bernd Käßplinger

Glanzvolles Marketing, klamme Kassen? Die Weiterbildung im Spannungsfeld von Erwartungen und Zahlungsbereitschaft

11.05.2026

Agenda

- **Hohe Erwartungen in Bezug auf Weiterbildung**
- **Inwiefern braucht es Weiterbildungsmarketing?**
- **Zahlungsbereitschaft und -fähigkeit**
- **Fazit**
- **Fragen und Diskussion**

Hohe Erwartungen in Bezug auf Weiterbildung

- Google-Gemini: „Weiterbildung nimmt in Deutschland eine zentrale Rolle als vierte Säule des Bildungssystems ein und gilt als entscheidendes Instrument zur Sicherung der individuellen Beschäftigungsfähigkeit sowie der allgemeinen wirtschaftlichen Wettbewerbsfähigkeit.“
- „Zukunftsaufgabe“, „Weiterbildungskultur“, „Weiterbildungsrepublik“ im Kontext der Nationalen Weiterbildungsstrategie auf Bundesebene
- “The Commission launched the European Skills Agenda in July 2020 to help individuals and businesses develop more and better skills. The European Pillar of Social Rights Action Plan set an EU headline target of 60% of adults participating in training every year by 2030.”



Nationale Weiterbildungs-konferenz am 27.11.2025

25.06.2025 Hessisches Ministerium für Kultus, Bildung und Chancen

Pressemitteilung **Gesetzesnovelle**

Erwachsenenbildung in Hessen wird weiter gestärkt

Bildungsminister Schwarz: „In Zeiten von Populismus und eines erodierenden Wertebewusstseins ist diese Förderung essentiell für unsere Gesellschaft.“



Überwiegend positive Einstellungen in der Bevölkerung in Bezug auf Weiterbildung

Tabelle 5: Einstellungen zur Weiterbildung

Basis: alle (gewichtet)		M	SD
F11_8	Geld, das von Staat oder Arbeitgebern für Weiterbildung ausgegeben wird, ist gut angelegtes Geld.	3,32	0,73
F11_6	Weiterbildung hilft Menschen, mit Veränderungen im Leben klarzukommen.	3,17	0,72
F11_3	Wenn ich mich weiterbilde, fühle ich mich besser.	3,15	0,72
F11_7	Ich mag Aktivitäten, bei denen ich mit anderen Menschen zusammen lernen kann.	2,85	0,81
F11_1	Ich lerne nicht gern.	1,99	0,89
F11_4	Ich habe Lehrende und Lerngruppen satt.	1,94	0,85
F11_5	Weiterbildung ist meist etwas für Leute, die sonst wenig zu tun haben.	1,61	0,75
F11_2	Erfolgreiche Menschen brauchen keine Weiterbildung.	1,52	0,71

Anmerkung: M = Mittelwert; SD = Standardabweichung

Quelle: eigene Darstellung

N = 3.122, Feldzeit vom 4.10. bis 18.10.2024

Quelle: Käßlinger et al. 2025, S. 38 https://www.boeckler.de/fpdf/HBS-009316/p_fofoe_WP_392_2026.pdf

Überwiegend positive Einstellungen in der Bevölkerung in Bezug auf Weiterbildung

Tabelle 5: Einstellungen zur Weiterbildung

Basis: alle (gewichtet)		M	SD
F11_8	Geld, das von Staat oder Arbeitgebern für Weiterbildung ausgegeben wird, ist gut angelegtes Geld.	3,32	0,73
F11_6	Weiterbildung hilft Menschen, mit Veränderungen im Leben klarzukommen.	3,17	0,72
F11_3	Wenn ich mich weiterbilde, fühle ich mich besser.	3,15	0,72
F11_7	Ich mag Aktivitäten, bei denen ich mit anderen Menschen zusammen lernen kann.	2,85	0,81
F11_1	Ich lerne nicht gern.	1,99	0,89
F11_4	Ich habe Lehrende und Lerngruppen satt.	1,94	0,85
F11_5	Weiterbildung ist meist etwas für Leute, die sonst wenig zu tun haben.	1,61	0,75
F11_2	Erfolgreiche Menschen brauchen keine Weiterbildung.	1,52	0,71

Anmerkung: M = Mittelwert; SD = Standardabweichung
Quelle: eigene Darstellung

N = 3.122, Feldzeit vom 4.10. bis 18.10.2024

Quelle: Käßlinger et al. 2025, S. 38 https://www.boeckler.de/fpdf/HBS-009316/p_fofoe_WP_392_2026.pdf

Positivere Weiterbildungseinstellungen bei Älteren und bei tatsächlich Teilnehmenden

Tabelle 17: Einstellungen zur Weiterbildung nach Altersgruppen

Einstellungen zur Weiterbildung (F11)		Altersgruppen (neu)			
		18–34 Jahre (n = 1002)	35–49 Jahre (n = 850)	50–67 Jahre (n = 1270)	Gesamt (n = 3122)
Ich lerne nicht gern.	M	2,09 _a	2,00 _a	1,90 _b	1,99
	SD	0,91 _a	0,89 _a	0,85 _b	0,88
Erfolgreiche Menschen brauchen keine Weiterbildung.	M	1,55 _a	1,53 _a	1,50 _a	1,52
	SD	0,74 _a	0,71 _a	0,69 _a	0,71
Wenn ich mich weiterbilde, fühle ich mich besser.	M	3,21 _a	3,14 _{a,b}	3,12 _b	3,15
	SD	0,72 _a	0,72 _{a,b}	0,71 _b	0,72
Ich habe Lehrende und Lerngruppen satt.	M	2,07 _a	1,91 _b	1,85 _b	1,94
	SD	0,85 _a	0,85 _b	0,82 _b	0,84
Weiterbildung ist meist etwas für Leute, die sonst wenig zu tun haben.	M	1,69 _a	1,62 _a	1,53 _b	1,61
	SD	0,78 _a	0,76 _a	0,71 _b	0,75
Weiterbildung hilft Menschen, mit Veränderungen im Leben klarzukommen.	M	3,10 _a	3,14 _a	3,24 _b	3,17
	SD	0,72 _a	0,76 _a	0,68 _b	0,72
Ich mag Aktivitäten, bei denen ich mit anderen Menschen zusammen lernen kann.	M	2,72 _a	2,84 _b	2,97 _c	2,85
	SD	0,83 _a	0,83 _b	0,76 _c	0,81
Geld, das von Staat oder Arbeitgebern für Weiterbildung ausgegeben wird, ist gut angelegtes Geld.	M	3,28 _a	3,28 _a	3,37 _b	3,32
	SD	0,78 _a	0,74 _a	0,68 _b	0,73

Tabelle 16: Einstellungen zur Weiterbildung nach Teilnahme an nicht-formaler Bildung in den letzten zwölf Monaten

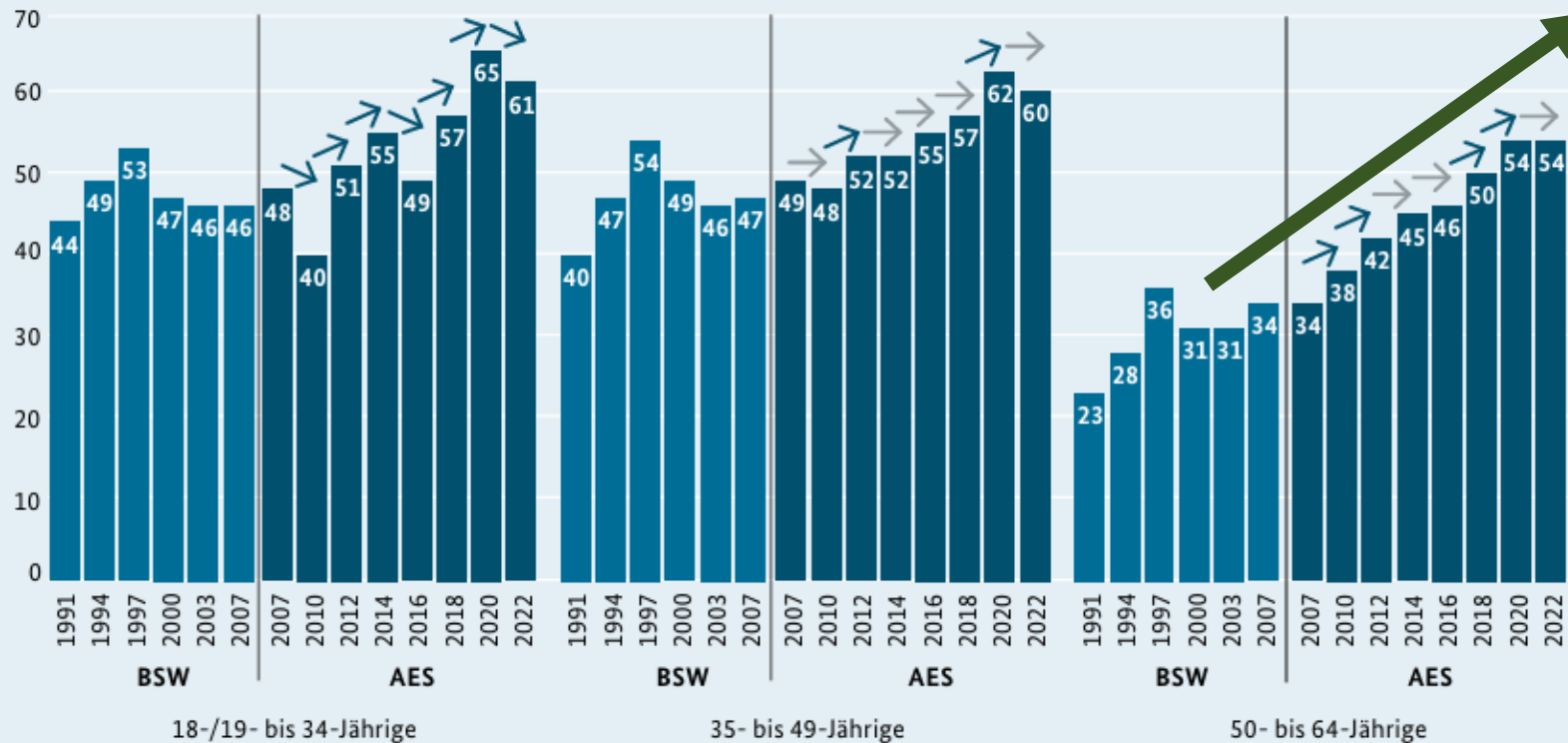
Einstellungen zur Weiterbildung (F11)		Teilnahme an nicht-formaler Bildung in den letzten zwölf Monaten		
		ja (n = 1978)	nein (n = 1144)	Gesamt (n = 3122)
Ich lerne nicht gern.	M	1,93 _a	2,11 _b	1,99
	SD	0,87 _a	0,89 _b	0,88
Erfolgreiche Menschen brauchen keine Weiterbildung.	M	1,46 _a	1,65 _b	1,52
	SD	0,69 _a	0,73 _b	0,71
Wenn ich mich weiterbilde, fühle ich mich besser.	M	3,25 _a	2,95 _b	3,15
	SD	0,70 _a	0,71 _b	0,72
Ich habe Lehrende und Lerngruppen satt.	M	1,85 _a	2,11 _b	1,94
	SD	0,82 _a	0,87 _b	0,84
Weiterbildung ist meist etwas für Leute, die sonst wenig zu tun haben.	M	1,53 _a	1,78 _b	1,61
	SD	0,71 _a	0,81 _b	0,75
Weiterbildung hilft Menschen, mit Veränderungen im Leben klarzukommen.	M	3,22 _a	3,05 _b	3,17
	SD	0,70 _a	0,74 _b	0,72
Ich mag Aktivitäten, bei denen ich mit anderen Menschen zusammen lernen kann.	M	2,90 _a	2,76 _b	2,85
	SD	0,81 _a	0,79 _b	0,81
Geld, das von Staat oder Arbeitgebern für Weiterbildung ausgegeben wird, ist gut angelegtes Geld.	M	3,37 _a	3,20 _b	3,32
	SD	0,73 _a	0,73 _b	0,73



Generell starkes Wachstum bei der WB-Beteiligung von Menschen 50+ seit Jahren schon

Abbildung 16: Weiterbildungsbeteiligung nach Altersgruppen (1991–2022)

Quoten der Teilnahme in Prozent



Basis: bis 2007: 19- bis 64-Jährige, seit 2010: 18- bis 64-Jährige

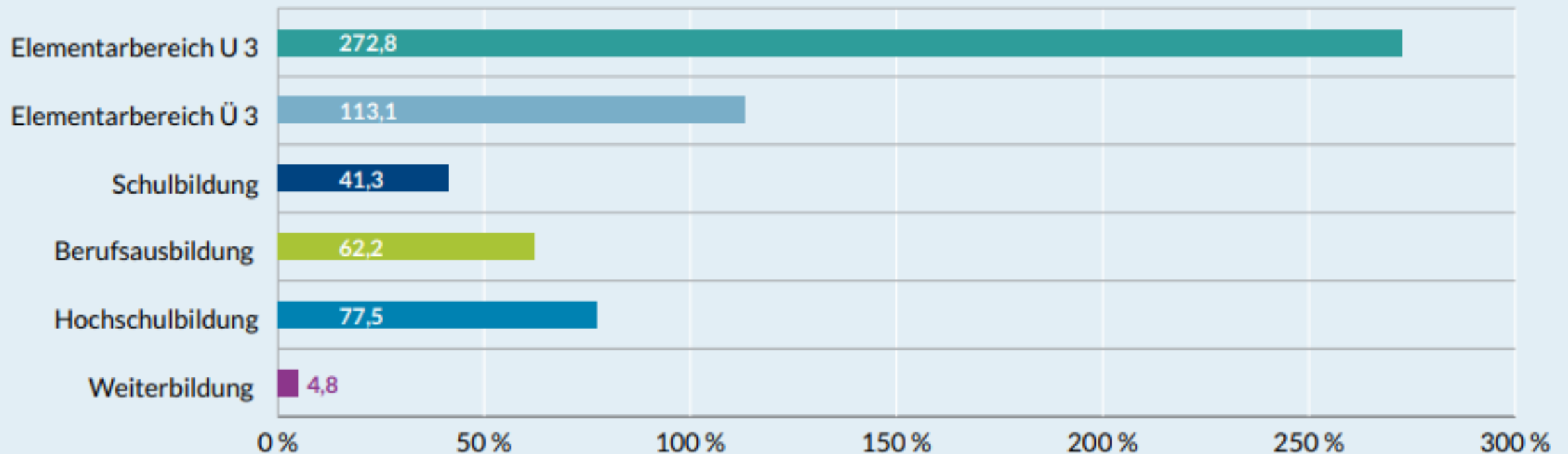
BSW: 1991: n = 7.152, 1994: n = 7.011, 1997: n = 7.071, 2000: n = 7.043, 2003: n = 7.108

AES: 2007: n = 7.346, 2010: n = 7.035, 2012: n = 7.099, 2014: n = 3.100, 2016: n = 7.102, 2018: n = 5.359, 2020: n = 5.455, 2022: n = 9.163

Braucht es da noch Marketing für WB? Wenn Weiterbildung so positiv gewertet wird?

Ja, Weiterbildungsausgaben hinken anderen Bildungsbereichen deutlich hinterher („Kita frisst Weiterbildung“...)

ABBILDUNG 5 Öffentliche Ausgaben nach Bildungssektoren 2015 im Vergleich zu 1995 (in %)



Quelle: vgl. BMBF 2017a/b; Statistisches Bundesamt 2006, 2008, 2009, 2010a/b, 2011, 2012a/b/c, 2013, 2014a/b/c/d/e, 2014f, 2015a/b/c, 2016, 2017a/b/c, 2018, S. 15; Bilger et al. 2017, S. 112; Bilger et al. 2013, S. 191; Beicht/Krekel/Walden 2006; Bundesanstalt für Arbeit 1996, S. 68; Bundesagentur für Arbeit 2006a/b, 2007–2012, 2013a/b, 2014a/b, 2015a/b, 2016a/b; BIBB 2010–2017; Walter 2015; Rosenblatt/Bilger 2011, S. 189; Bilger/Rosenblatt 2008, S. 117 f.; Bundesministerium für Finanzen 2006a/b; eigene Darstellung und Berechnungen

Ja, weniger Medienberichte über Weiterbildung oder auch oft Negativwerbung und polemische Berichte

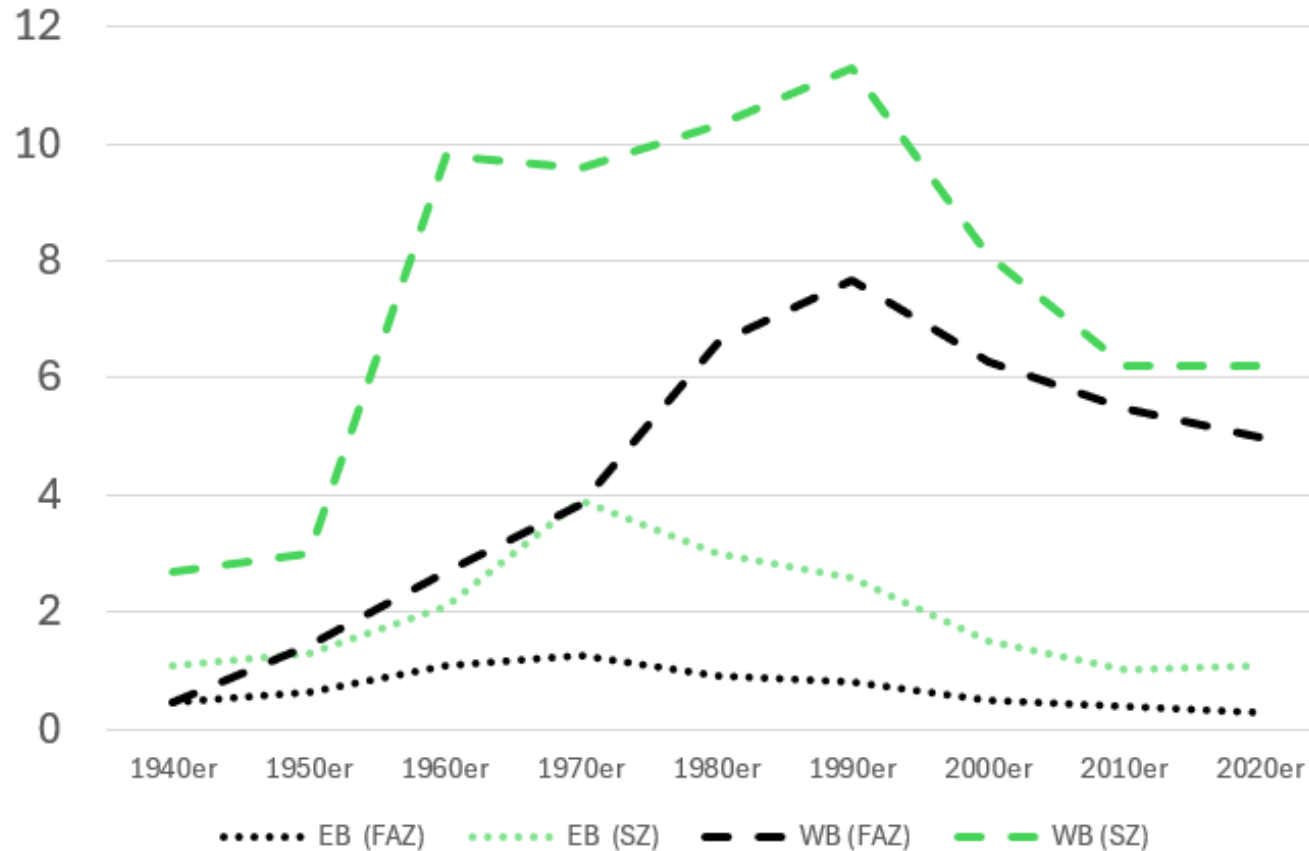
„Der Coaching-Wahn“ auf 3sat

Der „Business-Schamane“ – Viel Tamtam für Nichts?

Von Frank Jürgens | 01.10.2015, 07:00 Uhr



Abbildung 2: Anteil der Berichte (in %) in FAZ und SZ zu EB und WB im Verhältnis zu allen Suchergebnissen zu Bildungsbereichen (1940-2024) (Datenerhebung am 11.07.2024)



Arbeitslose mit Holzpferden
Nur Weiterbildung hilft den Arbeitslosen? Falsch!
21.04.2025, 08:12 Uhr
Von Nikolaus Blome

Artikel anhören (08:02 min)



Ja, aktuelle Spardebatten bzw. Kürzungen

tagesschau tagesschau24 live 




Regierung will sparen

Freiwillige Integrationskurse eingestellt


Stand: 12.02.2026 • 05:46 Uhr


Das Bundesinnenministerium schränkt den Zugang zu Integrationskursen ein, um Kosten zu sparen. Kritik kommt auch aus der eigenen Regierung. 130.000 Menschen könnten nach Schätzung des Volkshochschulverbands betroffen sein.

Menü  SZ | Meine SZ | SZ Plus | Nahost | USA | Ukraine | Politik | Wirtschaft | Meinung | Panorama | Sport | München

Erwachsenenbildung

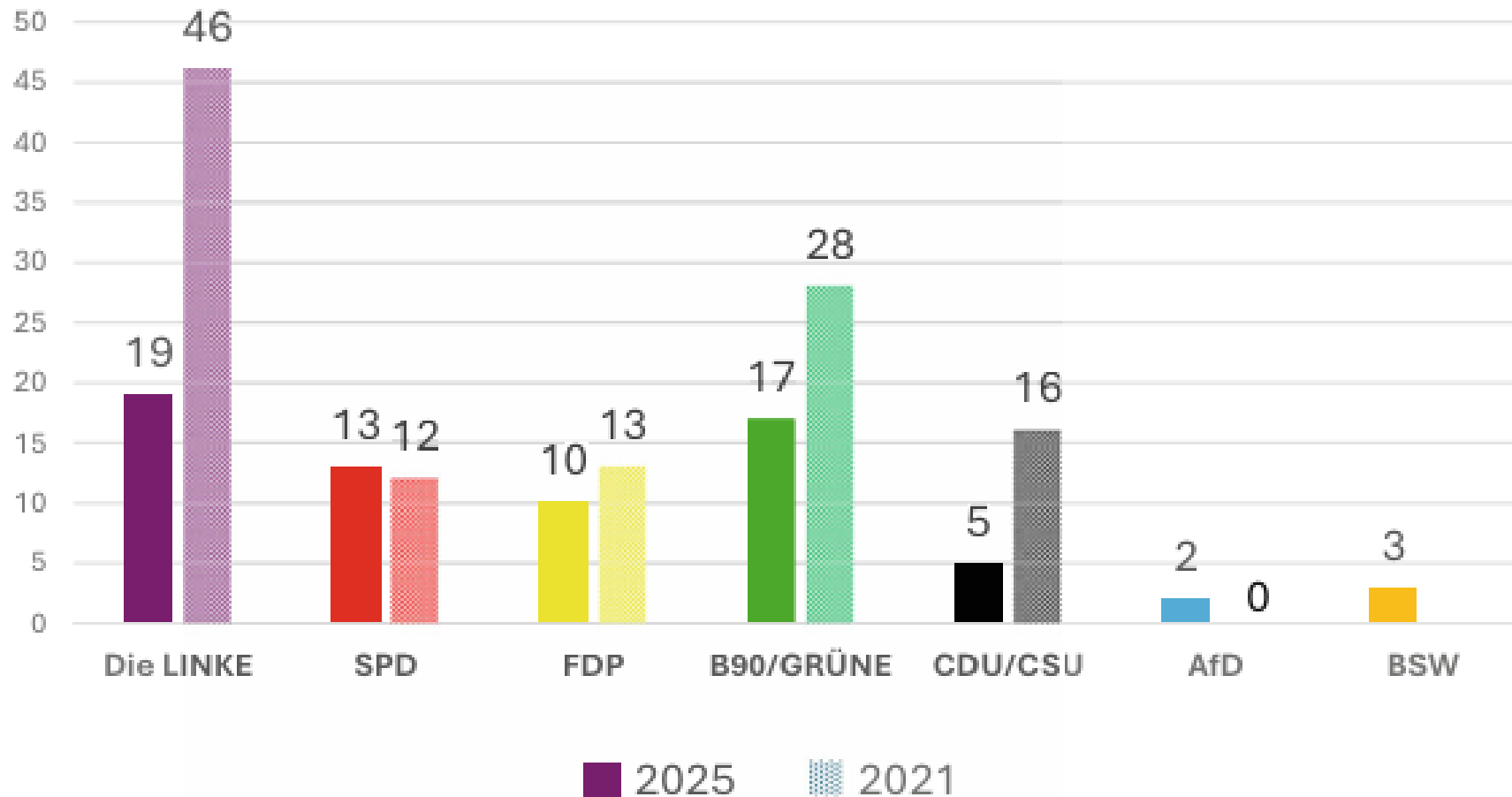
„Wenn eine Kommune sparen muss, dann trifft das auch die Volkshochschule“

3. Mai 2026, 14:38 Uhr | Lesezeit: 4 Min. |  [1 Kommentar](#)



Besonders beliebt sind an Volkshochschulen Angebote aus dem Bereich Gesundheit, wie dieser Fitnesskurs in Stuttgart.
Beate Paulus/VHS Stuttgart

Berufliche Weiterbildung in Wahlprogrammen von Parteien in Deutschland und Österreich... 461



Quelle: Käßlinger 2025
<https://link.springer.com/article/10.1007/s40955-025-00333-0>

Abb. 2 Kumulierte Zahl der Nennung von „Fortbildung“, „Weiterbildung“ und „Erwachsenenbildung“ in den Wahlprogrammen von deutschen Parteien zu den Bundestagswahlen 2021 und 2025 (Stand: 16.07.2025)

Jein, betriebliche Weiterbildung ist stark digital und WB-Ausgaben schwer(er) messbar

Investitionen der Unternehmen in betriebliche Weiterbildung

Entwicklung für die Jahre 2007 bis 2022, in Milliarden Euro

■ Direkte Kosten ■ Indirekte Kosten

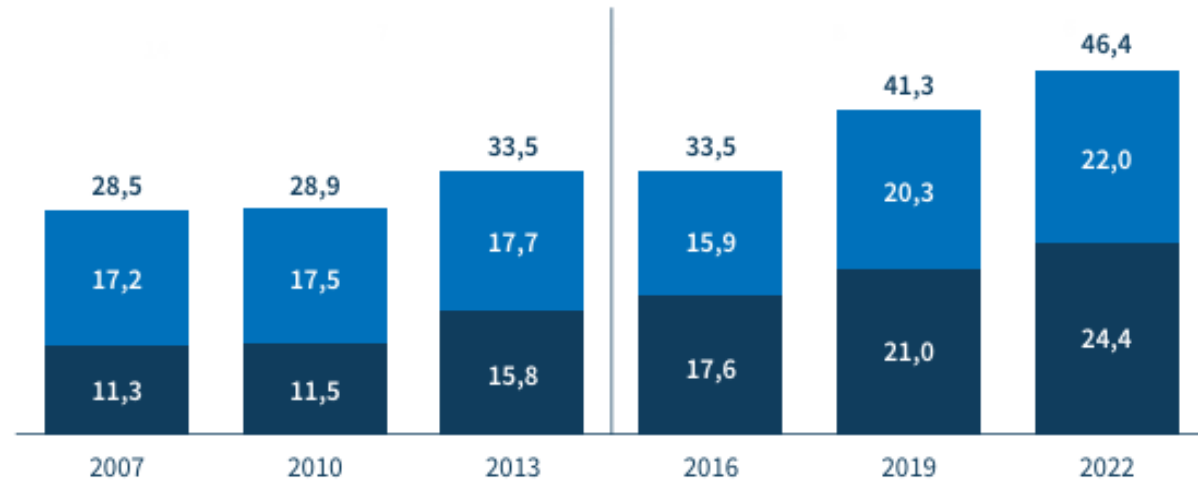


Abbildung 2

Daten für die indirekten Kosten und die Gesamtkosten sind aufgrund einer veränderten Erhebungsmethodik ab 2016 nicht mit den Vorjahren vergleichbar. Im Jahr 2022 liegt zudem eine teilweise veränderte Definition der Weiterbildungsformen zugrunde. Rundungsdifferenzen möglich.

Quellen: IW-Weiterbildungserhebungen 2008; 2012; 2014; 2017; 2020; 2023; Institut der deutschen Wirtschaft

Nutzung digitaler Lernangebote

2019 und 2022, in Prozent der weiterbildungsaktiven Unternehmen (ohne „keine Angabe“)

■ Ja, mehrfach (Jahr 2022) ■ Ja, vereinzelt (Jahr 2022) ■ Ja, mehrfach (Jahr 2019) ■ Ja, vereinzelt (Jahr 2019)

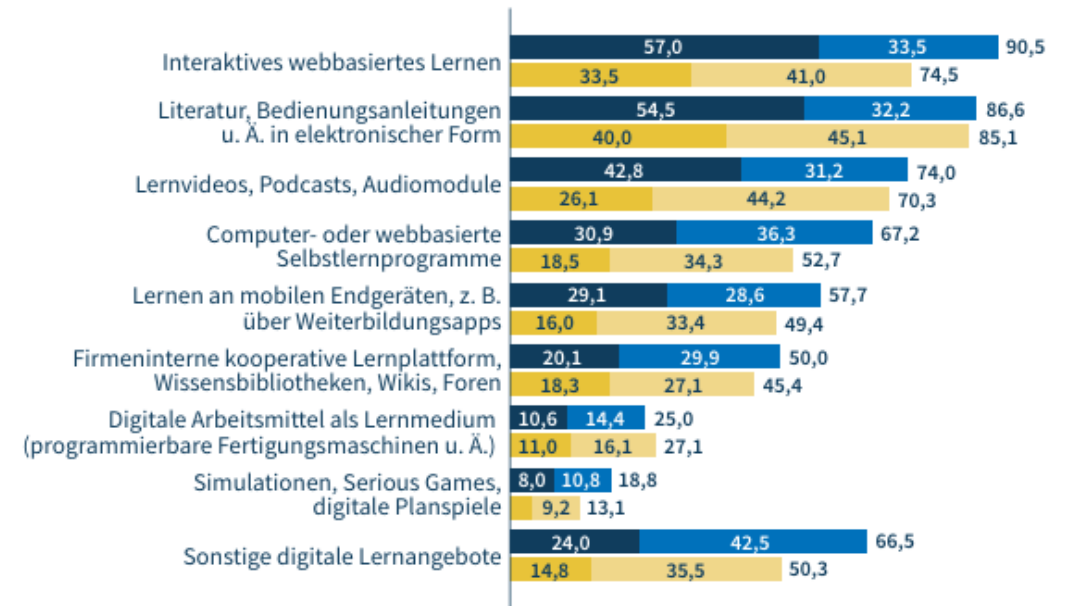


Abbildung 3

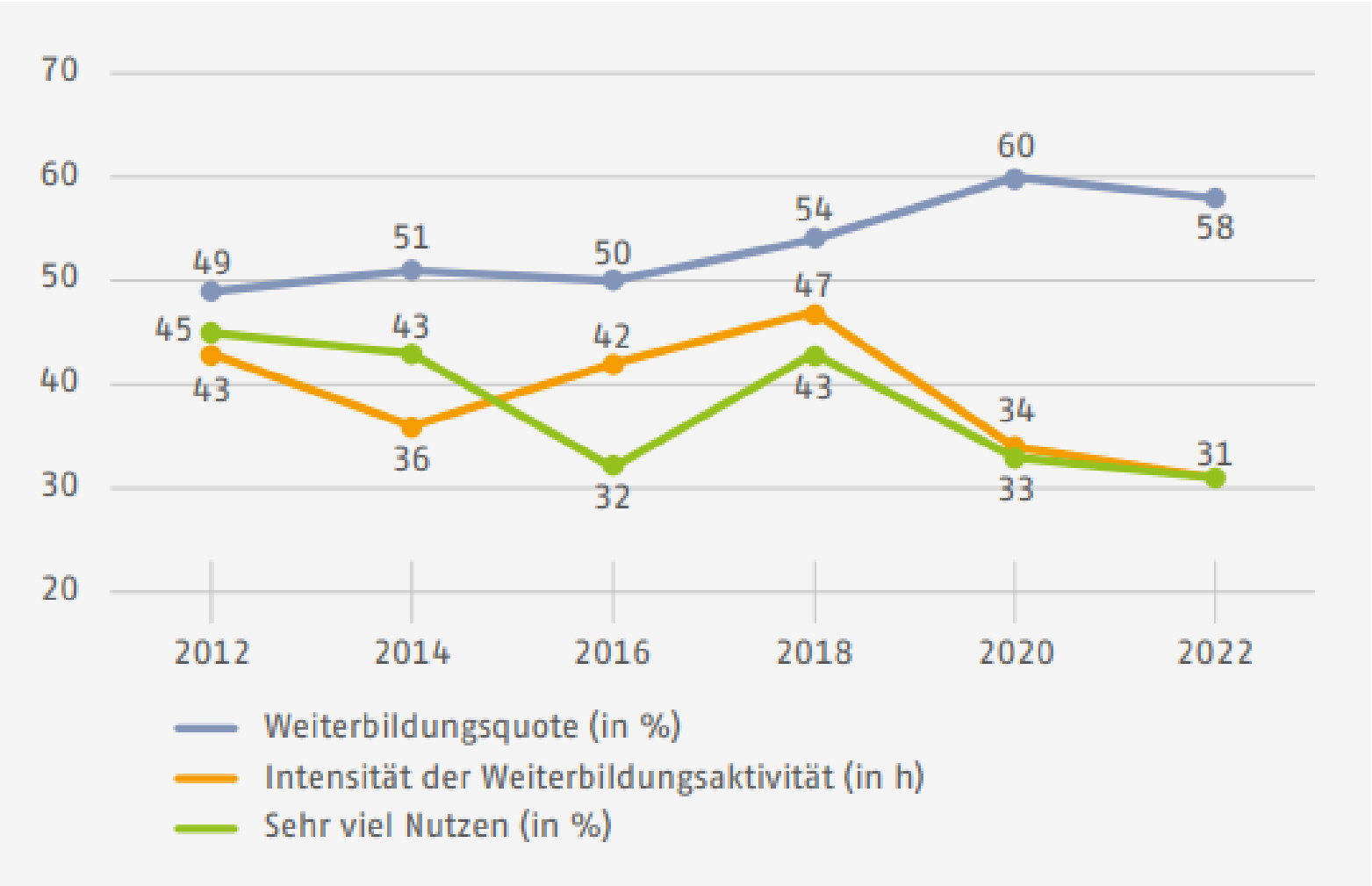
2019 (n = 937); 2022 (= 385).

Quellen: IW-Weiterbildungserhebungen 2020; 2023; Institut der deutschen Wirtschaft

Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft in Köln <https://www.iwkoeln.de/studien/susanne-seyda-sabine-koehne-finster-thomas-schleiermacher-investitionsvolumen-auf-hoehchststand.html>

Abbildung

Entwicklung der Kernindikatoren Quote, Intensität und Nutzen zwischen 2012 und 2022



Digitalisierungsschub in der WB:
Mehr Beteiligung, aber mit immer kürzerer Dauer und mit immer geringerem Nutzen?

Quelle: Haberzeth/Käpplinger 2024, S. 55
<https://www.bwp-zeitschrift.de/dienst/publikationen/de/19817>

Quelle: BMBF 2024, S. 13, 46 und 53 (eigene Darstellung)

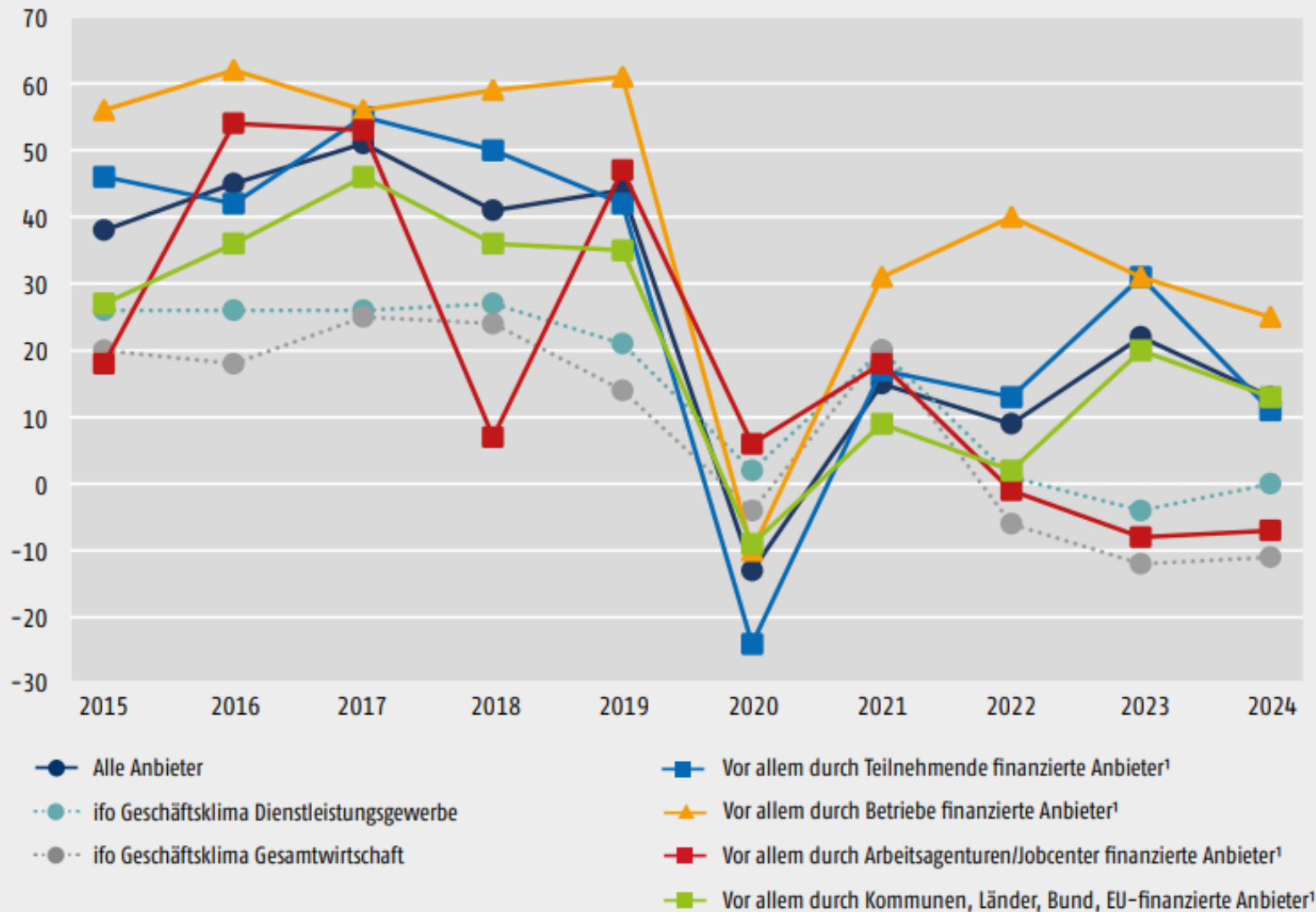
Ja, private Weiterbildungsausgaben im Wettbewerb mit anderen Lebenshaltungskosten, Inflation, etc.

Konsumausgaben privater Haushalte in Deutschland (Destatis) (Ausgaben in Euro)	2017	2022	Entwicklung
Wohnen, Energie, Wohnungsinstandhaltung	897	1025	+128
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren u. Ä.	348	417	+69
Verkehr	348	347	-1
Freizeit, Sport und Kultur	259	245	-14
Gastronomie- und Beherbergungsdienstleistungen	146	177	+31
Innenausstattung, Haushaltsgeräte/-gegenstände	140	170	+30
Bekleidung und Schuhe	110	103	-7
Information und Kommunikation	64	122	+58
Gesundheit	98	118	+20
Bildungsdienstleistungen	18	19	1
andere Waren und Dienstleistungen	90	103	+13
	2518	2846	328

Quelle: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/Konsumausgaben-Lebenshaltungskosten/Tabellen/privater-konsum-d-lwr.html>

Ja, private Weiterbildungsausgaben im Wettbewerb mit anderen Lebenshaltungskosten, Inflation, etc.

Konsumausgaben privater Haushalte in Deutschland (Destatis) (Ausgaben in Euro)	2017	2022	Entwicklung
Wohnen, Energie, Wohnungsinstandhaltung	897	1025	+128 €
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren u. Ä.	348	417	+69 €
Verkehr	348	347	-1 €
Freizeit, Sport und Kultur	259	245	-14 €
Gastronomie- und Beherbergungsdienstleistungen	146	177	+31 €
Innenausstattung, Haushaltsgeräte/-gegenstände	140	170	+30 €
Bekleidung und Schuhe	110	103	-7 €
Information und Kommunikation	64	122	+58 €
Gesundheit	98	118	+20 €
Bildungsdienstleistungen	18	19	+1 €
andere Waren und Dienstleistungen	90	103	+13 €
	2518	2846	+328 €



Erholung der WB-Branche, aber nicht auf dem Vor-Corona-Niveau.

Oder: Wenn eine Krise gleich der nächsten folgt...

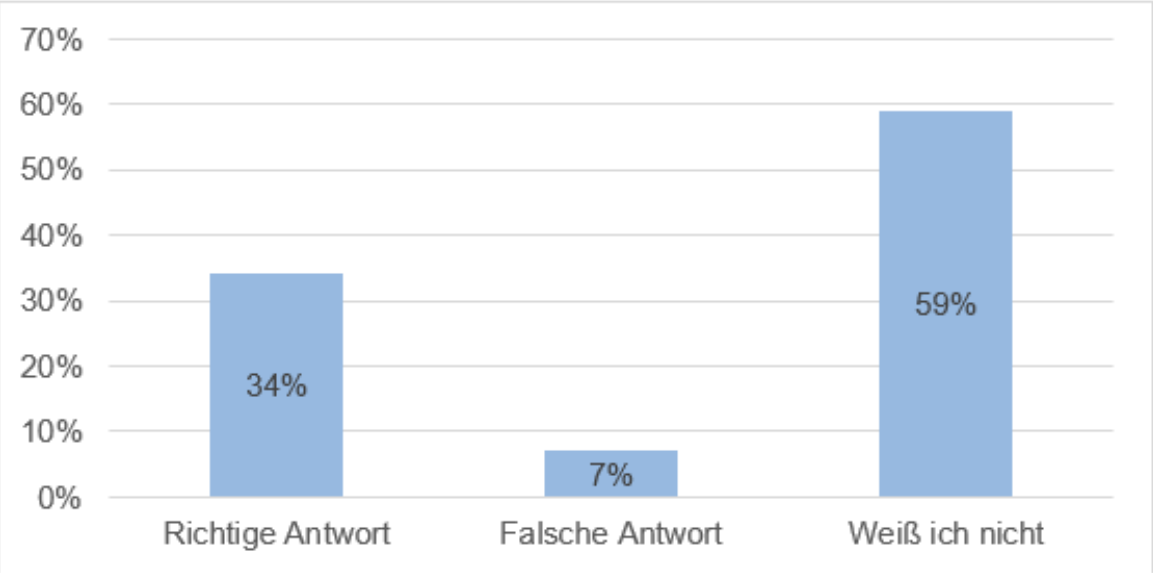
Quelle: Berufsbildungsbericht 2025, S. 367

¹ 50% und mehr der Einnahmen in der Weiterbildung stammen aus den angegebenen Finanzierungsquellen.
 In die Klimawerte fließen die Einschätzungen zur aktuellen und zukünftigen Situation ein. Sie können zwischen -100 und +100 schwanken, wobei höhere Werte eine bessere Stimmung anzeigen.

Anregungen für das Weiterbildungsmarketing

Eklatante Mängel bei der basalen Informiertheit: **Rund 2/3 kennen Bildungszeit/-urlaubsgesetze nicht** => Informieren ist wichtig

Abbildung: Informiertheit über Landesgesetze zu Bildungsurlaub, -freistellung oder -zeit (Basis: N=3.122, gewichtet)

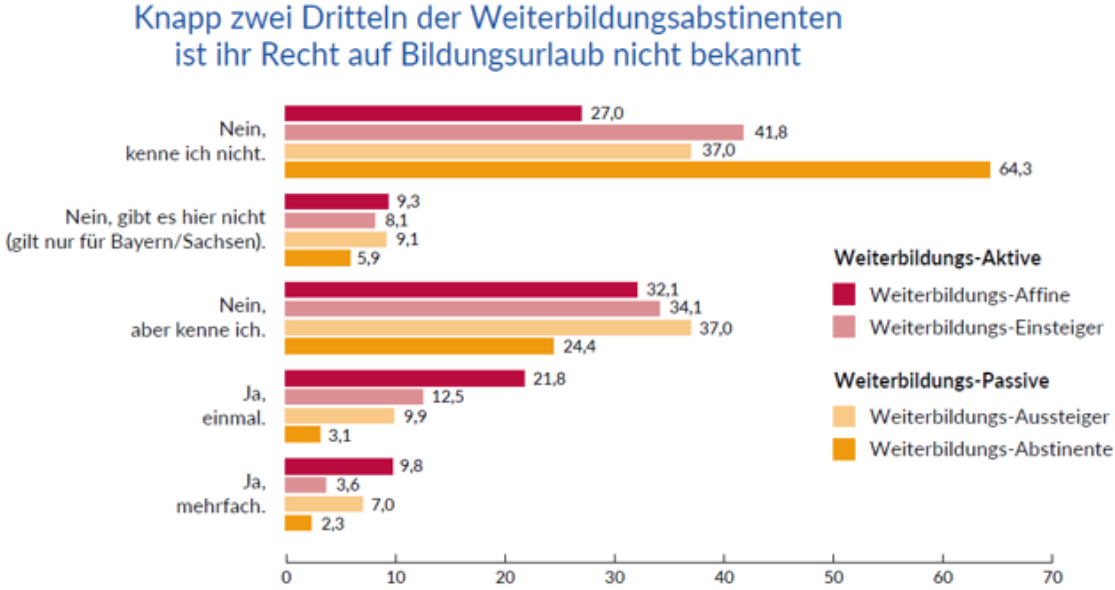


Quelle: Käßlinger et. al 2025, S. 70.

Quelle: Käßlinger et al. 2025, S. 38 https://www.boeckler.de/fpdf/HBS-009316/p_fofoe_WP_392_2026.pdf

ABBILDUNG 13 Recht auf Bildungsurlaub

Angaben in Prozent, mehrere Antwortoptionen möglich, Weiterbildungs-Affine n=1.029, Weiterbildungs-Einsteiger n=311, Weiterbildungs-Aussteiger n=301, Weiterbildungs-Abstinente n=1.000



Quelle: Eigene Berechnungen. Weiterbildungs-Aktive planen in den nächsten 12 Monaten eine Weiterbildung, Weiterbildungs-Passive nicht.

BertelsmannStiftung

Quelle: Bertelsmann-Stiftung <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/publikationen/publikation/did/was-beschaefigte-von-weiterbildung-abhaelt-1>

Eklatante Mängel bei der Informiertheit: Rund 2/3 kennen Bildungszeit/-urlaubsgesetze nicht => Informieren ist wichtig

Abbildung 2: Bevölkerungsbefragung zur Frage: „Gibt es in dem Bundesland, in dem Sie wohnen, ein Landesgesetz für Beschäftigte zu Bildungsurlaub, Bildungszeit oder Freistellung für Weiterbildung?“ (N= 3076)

Bundesland	Bekanntheit in %
Hessen	50,4
Berlin	50,0
Niedersachsen	42,5

Bildungszeit – Gönn Dir Bildung. Nimm Dir Zeit: Nutzt uns allen.



Recht hast Du



Soll das Lernsetting wirklich animierend für Erwachsene sein?



How boosting skills can improve jobs and well-being

Quelle: OECD auf Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=XvCLXPDvPCM>

Soll das Lernsetting wirklich animierend für Erwachsene sein?



How boosting skills can improve jobs and well-being



How boosting skills can improve jobs and well-being

Quelle: OECD auf Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=XvCLXPDvPCM>

„... help changing mindsets that learning doesn't stop when school finishes!“

... manche Bildungswerbung macht es den Bildungsfeinden zu einfach

1. The popular appeal against education and learning: Trump: **"I love the poorly educated!"**
2. Vance: **Universities and Professors are our enemies. "We have to attack the universities in our country"**

Source: <https://www.youtube.com/watch?v=DcE2sls4jss>



J.D. Vance: "Universities and Professors Are Our Enemies"



Trump in Nevada: 'I Love the Poorly Educated'

Ist das wirklich animierend? meinNow und „Müssen“

Abbildung 3: Werbekampagne für *mein-now.de*



Quelle: Foto von Bernd Käpplinger

„Ihr müsst was tun - ihr müsst Euch weiterbilden“ Mit diesem Statement spricht mir Thomas Benz, Betriebsratsvorsitzender der **ZF LIFETEC** aus dem Herzen. „Müssen“ in Begeisterung für Weiterbildung umzuwandeln - daran arbeiten wir alle gemeinsam. Zusammen mit dem **Transformationsnetzwerk Ostwürttemberg**, den Landkreisen, den Agenturen für Arbeit, der **Bezirksgruppe Ostwürttemberg - Südwestmetall**, der IG Metall, den Hochschulen und vielen Bildungsträgern wollen wir es schaffen, dass für Menschen in Ostwürttemberg berufliche Weiterbildung einfach immer dazugehört.

Michael Nanz Daniel Stenzel Markus Kilian



Sie und 58 weitere Personen

2 Kommentare · 2 Reposts

Ist das wirklich animierend? meinNow und „Müssen“

„Ihr müsst was tun - ihr müsst Euch weiterbilden“ Mit diesem Statement spricht mir Thomas Benz, Betriebsratsvorsitzender der **ZF LIFETEC** aus dem Herzen. „Müssen“ in Begeisterung für Weiterbildung umzuwandeln - daran arbeiten wir alle gemeinsam. Zusammen mit dem **Transformationsnetzwerk Ostwürttemberg**, den Landkreisen, den Agenturen für Arbeit, der **Bezirksgruppe Ostwürttemberg - Südwestmetall**, der IG Metall, den Hochschulen und vielen Bildungsträgern wollen wir es schaffen, dass für Menschen in Ostwürttemberg berufliche Weiterbildung einfach immer dazugehört.

Michael Nanz Daniel Stenzel Markus Kilian



The CHÄNCE u.a. mit „Du bist mehr“



Besonders polarisierte die Idee, Wortspiele mit dem Umlaut „ä“ zu betreiben. Während der Fanshop zur Kampagne regelmäßig ausverkauft war, diktierten User im Netz die Sinnhaftigkeit der Werbung. „Welcome to the Länd in dem zigtausend Lähler, Ärzieher, Pflägekräfte fehlen, aber immer ein paar Millionen Euro für eine Wärbekampagne übrig sind“, war dort zu lesen. Außerdem kritisierten Marketingfachleute, das Spiel mit dem Umlaut verstehe außerhalb des deutschen Sprachraums niemand.

Doch die Kampagne hat in den Sozialen Netzwerken auch sehr viele Freunde. Dem Instagram-Auftritt folgen 96.600 Nutzer. Manche loben die schönen Fotos aus „The Länd“, andere fragen die „Schätzis“ in Stuttgart, wann die neuen Kapuzenpullover mit „The Länd“-Aufdruck wieder zu haben seien. Andere nutzen den

Empfohlene Artikel



Arbeitsmarkt
Startschuss für Weiterbildungskampagne „The Chance“

11.07.2023 • STUTTGART



Dachmarkenkampagne
„The - gespaltene - Länd“: Die Imagekampagne des Landes sorgt für Beifall und Spott

26.11.2021 • STUTTGART

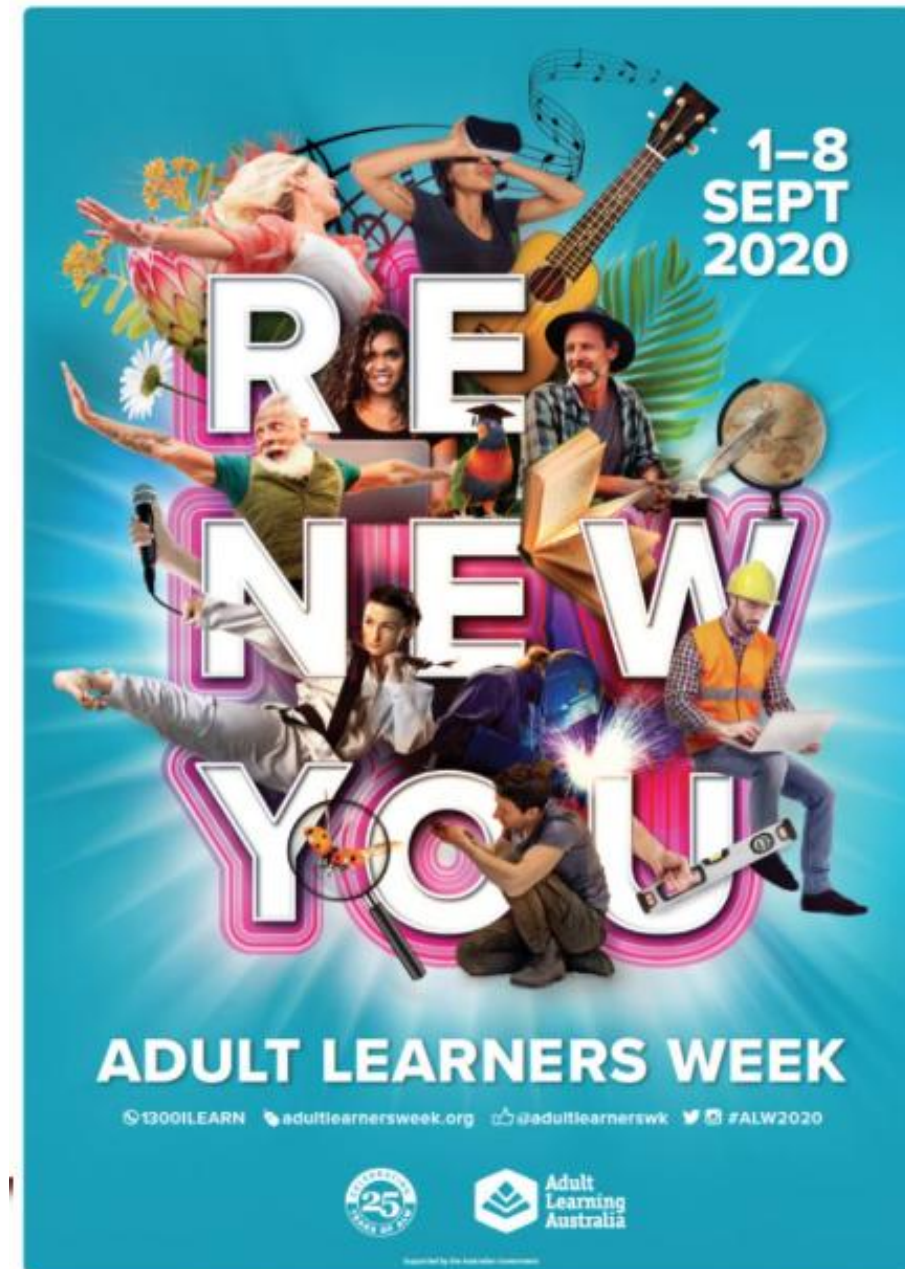
Mit Humor und Selbstironie?



Besuchte 2019 den Kurs „Selbstinstallation (DIY) von Photovoltaik-Anlagen“

Die Volkshochschule
Vielleicht der Beginn von etwas ganz Großem.
Wir lehren Nachhaltigkeit für die Zukunft.

Weiterbildung und Freude: Lernfeste



Guerilla-Marketing: Es muss nicht immer edel sein



Abbildung 4: Die Bodengrafik als Alternative zum Infotisch (Quelle: nafroth.com)



Quelle: <https://www.wbv.de/shop/Weiterbildung-ganz-anders-und-wirksamer-kommunizieren-HBV2302W008>

Weichen neu gestellt

Wie der Zweite Bildungsweg Perspektiven öffnet

.....



Dr. Ina Zöller, Zahnärztin

Zum Sommersemester 1999 meldete ich mich deshalb am Abendgymnasium in Gießen an. Ich hatte zu dem Zeitpunkt auch eine Anstellung als MTA in der Biochemie in der Forschung angetreten, so dass ich in der Woche von 8.00 bis 16.00 Uhr arbeitete und ab 17.30 Uhr in der Abendschule auf der Schulbank saß. Die größte Herausforderung war für mich zu diesem Zeitpunkt, erst einmal wieder das Lernen zu lernen. Das Klima in der Abendschule war ein anderes als in der normalen Schule. Hier saß jeder aus freien Stücken und investierte seine Freizeit, somit waren alle Schüler, ob alt oder jung, stark motiviert, wodurch auch die Lehrerschaft immer stark gefordert wurde. Auch in unserer Klasse waren Schüler im Alter von 20 bis 50 Jahren und ich empfand die Altersunterschiede und unterschiedlichen Ansichten als sehr inspirierend.

In den Herbstferien 1999 brachte ich meine Tochter zur Welt, somit arbeitete ich tagsüber nicht mehr und ging nur abends direkt danach weiter zur Abendschule. Die Abendschule war für mich als junge Mutter eine sehr willkommene Abwechslung zum Alltag und den Muttersorgen, und so investierte ich all meine Kraft in das Lernen. 2001 im Juni war es dann soweit: Ich hielt im Alter von 30 Jahren das Zeugnis der Allgemeinen Hochschulreife mit sehr gutem Ergebnis in meinen Händen. Ohne den guten Klassenverband und die Betreuung und Motivation durch die Lehrer hätten wir dieses, ich nenne es immer das zähe Abitur, nicht geschafft.

Nun stand dem Zahnmedizinstudium nichts mehr im Weg und ich erhielt direkt im Wintersemester 2001 meinen Studienplatz in Gießen an der Justus-Liebig-Universität. Ab Mitte 2002 zog ich mein Studium alleinerziehend mit meiner Tochter weiter durch und schloss es im Juli 2007 erfolgreich ab.

Testimonials und Ehrlichkeit

Beruflich bin ich angekommen, dank der Möglichkeit, das Abitur auf dem Zweiten Bildungsweg an der Abendschule Gießen zu erlangen. Würde ich es noch einmal so machen oder anderen etwas raten? Diese Frage würde ich gerne offen lassen, da jeder seinen eigenen Weg frei wählen sollte. Für mich war es der richtige.

Zahlungsbereitschaft und -fähigkeit

Relativ geringe individuelle Zahlungsbereitschaft / -fähigkeit: Der Staat und die Betriebe sollen es richten

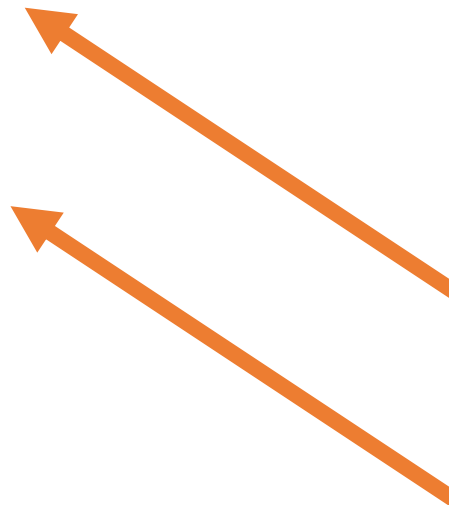
Tabelle 21: Mittelwerte der Vignetten auf Personenebene

Nr.	Alle (M)	Ohne Straight-liner (m)	Anlass		Finanzierung		Format		Zeit	
			Nr.	(3 Antworten)	Nr.	(3 Antworten)	Nr.	(3 Antworten)	Nr.	(3 Antworten)
23	6,74	6,96	1	beruflichen Gründen	3	vom Staat finanziert.	2	vor Ort, also in Präsenz, durchgeführt	2	während Ihrer Arbeitszeit statt.
17	6,81	6,85	1	beruflichen Gründen	2	vom Arbeitgeber finanziert.	3	sowohl digital als auch vor Ort durchgeführt	2	während Ihrer Arbeitszeit statt.
38	6,64	6,83	2	privaten Gründen	2	vom Arbeitgeber finanziert.	1	digital durchgeführt	2	während Ihrer Arbeitszeit statt.
14	6,75	6,81	1	beruflichen Gründen	2	vom Arbeitgeber finanziert.	2	vor Ort, also in Präsenz, durchgeführt	2	während Ihrer Arbeitszeit statt.
71	6,50	6,79	3	beruflichen und privaten Gründen	2	vom Arbeitgeber finanziert.	3	sowohl digital als auch vor Ort durchgeführt	2	während Ihrer Arbeitszeit statt.
65	6,60	6,75	3	beruflichen und privaten Gründen	2	vom Arbeitgeber finanziert.	1	digital durchgeführt	2	während Ihrer Arbeitszeit statt.
41	6,79	6,72	2	privaten Gründen	2	vom Arbeitgeber finanziert.	2	vor Ort, also in Präsenz, durchgeführt	2	während Ihrer Arbeitszeit statt.
11	6,59	6,65	1	beruflichen Gründen	2	vom Arbeitgeber finanziert.	1	digital durchgeführt	2	während Ihrer Arbeitszeit statt.
77	6,45	6,57	3	beruflichen und privaten Gründen	3	vom Staat finanziert.	2	vor Ort, also in Präsenz, durchgeführt	2	während Ihrer Arbeitszeit statt.
20	6,40	6,56	1	beruflichen Gründen	3	vom Staat finanziert.	1	digital durchgeführt	2	während Ihrer Arbeitszeit statt.
68	6,49	6,54	3	beruflichen und privaten Gründen	2	vom Arbeitgeber finanziert.	2	vor Ort, also in Präsenz, durchgeführt	2	während Ihrer Arbeitszeit statt.
74	6,41	6,51	3	beruflichen und privaten Gründen	3	vom Staat finanziert.	1	digital durchgeführt	2	während Ihrer Arbeitszeit statt.
44	6,44	6,47	2	privaten Gründen	2	vom Arbeitgeber finanziert.	3	sowohl digital als auch vor Ort durchgeführt	2	während Ihrer Arbeitszeit statt.
26	6,21	6,40	1	beruflichen Gründen	3	vom Staat finanziert.	3	sowohl digital als auch vor Ort durchgeführt	2	während Ihrer Arbeitszeit statt.
80	6,22	6,38	3	beruflichen und privaten Gründen	3	vom Staat finanziert.	3	sowohl digital als auch vor Ort durchgeführt	2	während Ihrer Arbeitszeit statt.
53	6,16	6,28	2	privaten Gründen	3	vom Staat finanziert.	3	sowohl digital als auch vor Ort durchgeführt	2	während Ihrer Arbeitszeit statt.
12	5,98	6,10	1	beruflichen Gründen	2	vom Arbeitgeber finanziert.	1	digital durchgeführt	3	sowohl in Ihrer Freizeit als auch während der Arbeitszeit statt.
50	5,88	6,05	2	privaten Gründen	3	vom Staat finanziert.	2	vor Ort, also in Präsenz, durchgeführt	2	während Ihrer Arbeitszeit statt.
47	5,83	5,99	2	privaten Gründen	3	vom Staat finanziert.	1	digital durchgeführt	2	während Ihrer Arbeitszeit statt.
45	5,94	5,98	2	privaten Gründen	2	vom Arbeitgeber finanziert.	3	sowohl digital als auch vor Ort durchgeführt	3	sowohl in Ihrer Freizeit als auch während der Arbeitszeit statt.
24	5,64	5,88	1	beruflichen Gründen	3	vom Staat finanziert.	2	vor Ort, also in Präsenz, durchgeführt	3	sowohl in Ihrer Freizeit als auch während der Arbeitszeit statt.
72	5,85	5,85	3	beruflichen und privaten Gründen	2	vom Arbeitgeber finanziert.	3	sowohl digital als auch vor Ort durchgeführt	3	sowohl in Ihrer Freizeit als auch während der Arbeitszeit statt.
81	5,77	5,78	3	beruflichen und privaten Gründen	3	vom Staat finanziert.	3	sowohl digital als auch vor Ort durchgeführt	3	sowohl in Ihrer Freizeit als auch während der Arbeitszeit statt.
39	5,60	5,72	2	privaten Gründen	2	vom Arbeitgeber finanziert.	1	digital durchgeführt	3	sowohl in Ihrer Freizeit als auch während der Arbeitszeit statt.
43	5,61	5,72	2	privaten Gründen	2	vom Arbeitgeber finanziert.	3	sowohl digital als auch vor Ort durchgeführt	1	in Ihrer Freizeit statt.
69	5,70	5,71	3	beruflichen und privaten Gründen	2	vom Arbeitgeber finanziert.	2	vor Ort, also in Präsenz, durchgeführt	3	sowohl in Ihrer Freizeit als auch während der Arbeitszeit statt.
51	5,70	5,68	2	privaten Gründen	3	vom Staat finanziert.	2	vor Ort, also in Präsenz, durchgeführt	3	sowohl in Ihrer Freizeit als auch während der Arbeitszeit statt.
18	5,54	5,64	1	beruflichen Gründen	2	vom Arbeitgeber finanziert.	3	sowohl digital als auch vor Ort durchgeführt	3	sowohl in Ihrer Freizeit als auch während der Arbeitszeit statt.
27	5,63	5,64	1	beruflichen Gründen	3	vom Staat finanziert.	3	sowohl digital als auch vor Ort durchgeführt	3	sowohl in Ihrer Freizeit als auch während der Arbeitszeit statt.
52	5,76	5,60	2	privaten Gründen	3	vom Staat finanziert.	3	sowohl digital als auch vor Ort durchgeführt	1	in Ihrer Freizeit statt.

Relativ geringe individuelle Zahlungsbereitschaft / -fähigkeit: Der Staat und die Betriebe sollen es richten

Tabelle 22: Ergebnisse der Mehrebenenanalyse (Modelle 0–7)

Modell: Linear mixed model (random intercept)			Ausschluss: Straightliner												
R-Package: lme4/lmer			Basis: 2.627 Personen × 4 Vignetten												
Signif.	*** 0.001	* 0.05													
Codes:	** 0.01	. 0.1	Antworten												
			model0	model1	model2	model3	model4	model5	model6	model7					
			n = 10.508	n = 10.508	n = 10.508	n = 10.508	n = 10.508	n = 10.508	n = 10.508	n = 10.508	n = 10.508	n = 10.508			
Modellgüte	Deviance		43.778	43.753	41.699	43.772	43.220	40.948	43.335	40.485					
	AIC		43.784	43.763	41.709	43.782	43.230	40.970	43.419	40.585					
	R ²		0,265	0,268	0,427	0,266	0,312	0,477	0,265	0,477					
	R ² _fixed (erklärende Variablen)		0,000	0,002	0,141	0,000	0,042	0,184	0,070	0,253					
	R ² _random (Person/Personen)		0,265	0,266	0,286	0,266	0,270	0,292	0,196	0,224					
Random Effect	id (within)		1,090	1,093	1,175	1,092	1,108	1,202	0,804	0,920					
	residual (between)		3,019	3,009	2,354	3,016	2,827	2,150	3,019	2,150					
	Intra Class Correlation (ICC)		0,265												
Intercept			5,258 ***	5,375 ***	4,154 ***	5,261 ***	4,815 ***	3,808 ***	3,795 ***	2,427 ***					
Fixed Effect Level 1	gruende_1	berufliche Gründe		-0,223 ***					-0,215 ***		-0,215 ***				
	gruende_2	private Gründe		Referenz					Referenz		Referenz				
	gruende_3	berufliche und private Gründe		-0,125 **					-0,098 *		-0,101 **				
	finanz_1	selbst finanziert			Referenz				Referenz		Referenz				
	finanz_2	vom Arbeitgeber finanziert			1,694 ***				1,699 ***		1,698 ***				
	finanz_3	vom Staat finanziert			1,631 ***				1,631 ***		1,626 ***				
	format_1	digital				Referenz			Referenz		Referenz				
	format_2	vor Ort, also in Präsenz				-0,059			-0,057		-0,058				
	format_3	sowohl digital als auch vor Ort				0,052			0,047		0,045				
	zeit_1	in Ihrer Freizeit					Referenz	Referenz			Referenz				
	zeit_2	während Ihrer Arbeitszeit					1,016 ***	1,023 ***			1,010 ***				
	zeit_3	sowohl in Ihrer Freizeit als auch während der Arbeitszeit					0,318 ***	0,343 ***			0,337 ***				
	Fixed Effect Level 2	alter	Alter							-0,003		-0,005 *			
sex		Frau							0,086		0,064				
bbild		keinen beruflichen Abschluss								Referenz		Referenz			
		Ausbildungsabschluss 2 bis 3 Jahre								0,124		0,091			
		Meister*in, Techniker*in, Fachwirt*in/Fachkaufleute								0,272 *		0,286 **			
		Studium und Promotion								0,158		0,139			
		Sonstiges								0,397		0,193			
erwerb01		Vollzeit/Teilzeit/Azubis							0,071		0,042				
F3	nicht in Deutschland geboren							0,074		0,069					
bula	1 Schleswig-Holstein							Referenz		Referenz					



Individuelle Weiterbildungsausgaben im Wettbewerb mit (anderen) Konsumausgaben

Konsumausgaben privater Haushalte in Deutschland (Destatis) (Ausgaben in Euro)	2017	2022	Entwicklung
Wohnen, Energie, Wohnungsinstandhaltung	897	1025	+128
Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren u. Ä.	348	417	+69
Verkehr	348	347	-1
Freizeit, Sport und Kultur	259	245	-14
Gastronomie- und Beherbergungsdienstleistungen	146	177	+31
Innenausstattung, Haushaltsgeräte/-gegenstände	140	170	+30
Bekleidung und Schuhe	110	103	-7
Information und Kommunikation	64	122	+58
Gesundheit	98	118	+20
Bildungsdienstleistungen	18	19	1
andere Waren und Dienstleistungen	90	103	+13
	2518	2846	328

Quelle: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Einkommen-Konsum-Lebensbedingungen/Konsumausgaben-Lebenshaltungskosten/Tabellen/privater-konsum-d-lwr.html>

Zahlungsbereitschaft versus Zahlungsfähigkeit?

Pro-Kopf-Ausgaben für Blumen & Zierpflanzen nach Segmenten in Deutschland, in EUR



© AMI 2023/BZ-120 | AMI-informiert.de

Quelle: AMI

Provokant formuliert kann man sagen, dass die Deutschen individuell wohl allein für Schnittblumen schon fast mehr ausgeben als für ihre Weiterbildung...

Neue Geschäftsmodelle denken? Und könnte man hier ggf. ein Lernmodul zur Nutzung von KI andocken? Oder braucht es eine Digitalsteuer für Weiterbildung?

CHATGPT PLUS FÜR NEUKUNDEN

O₂ Telefónica bringt Künstliche Intelligenz in den Mobilfunkalltag

29.10.2025

[in](#) [f](#) [@](#)



Zurück in die Zukunft? Thinking out of the box jenseits von Staat, Betrieben und Individuen

ADULT EDUCATION QUARTERLY
Volume 39, Number 3, Spring, 1989, 140-151

BEYOND CLASSROOM WALLS: THE CARNEGIE CORPORATION AND THE FOUNDING OF THE AMERICAN ASSOCIATION FOR ADULT EDUCATION

AMY D. ROSE

ABSTRACT

The beginning of the professional or "self-conscious" movement for adult education has usually been placed in the 1920s, specifically at the time that the Carnegie Corporation moved to form the American Association for Adult Education (AAAE) in 1926. While the AAAE has been seen as part of an effort to encourage the systematic growth and coordination of American adult education, the precise reasons for its formation have not been adequately investigated. Through an examination of Carnegie Corporation archives and printed materials, this paper will examine the reasons for the Carnegie Corporation recommendation for the formation of the AAAE as well as analyze the preliminary stages of the founding process.

The principal historians of adult education, C. Hartley Grattan (1955) and Malcolm Knowles (1977) have suggested that the American Association for Adult Education (AAAE) was established by the Carnegie Corporation in 1926 in order to organize the many diffuse agencies and institutions involved in educating adults. According to Knowles, before the 1920s, there had

»Ohne Geld keine Musik«

Zur Geschichte der Förderung und Finanzierung von Volks- und Erwachsenenbildung in den Jahren 1900 bis 2000

THEMENSPEKTRUM UND MÖGLICHE FRAGESTELLUNGEN:

1. Adel und gehobenes Bürgertum als finanzielle Förderer der frühen Volksbildung
2. Jüdisches Mäzenatentum an den Volkshochschulen
3. Das Ehrenamt als Instrument freiwilliger Förderung in der Volksbildung
4. Mitgliedsbeiträge als Grundlage der finanziellen Förderung von Volksbildungseinrichtungen
5. Handel, Industrie und Banken als finanzielle Förderer von Volks- und Erwachsenenbildung
6. Gewerkschaften und Kammern als finanzielle Förderer von Volks- und Erwachsenenbildung
7. Das AMS (die Arbeitsmarktverwaltung) als finanzieller Förderer von Erwachsenenbildung
8. Enteignungen und Vermögensentzug in der Zeit des Nationalsozialismus
9. Historische Beispiele für die kommunale Förderung von Erwachsenenbildung
10. Die (Bundes-)Länder als Förderer und Unterstützer der Erwachsenenbildung
11. Proteste gegen finanzielle Einsparungen
12. Geschichte der staatlichen Finanzierung der Volks- und Erwachsenenbildung
13. Vergleich der finanziellen Förderung von Erwachsenenbildung mit einzelnen Bundesländern, verschiedenen Staaten in Relation zum gesamten Bildungssystem
14. Die Europäische Union als finanzieller Förderer von Lifelong Learning
15. Budget und Eigenmittelanteil der Volkshochschulen
16. Gesetzliche Grundlagen der Förderung von Erwachsenenbildung

Fazit & Impulse

1. Weiterbildung ist breit akzeptiert, aber im Wettbewerb um Ressourcen sieht es nicht gut aus. Düstere Perspektiven aktuell bei der staatlichen, betrieblichen und individuellen Finanzierung. Klamme Kassen überall...
2. Angesichts verschiedener Krisen rückt Weiterbildung nach hinten in der Aufmerksamkeit. Hier muss man Gegensteuern mit umso mehr Marketing, Öffentlichkeits- und Lobbyarbeit auf allen Ebenen und für verschiedene Zielgruppen (Staat, Betriebe UND Individuen) wird noch wichtiger
3. Starke Tendenz der Individuen vor allem den Staat und Betriebe in der WB-Verantwortung zu sehen. Staatliche Mitverantwortung **ja**, aber auch die Weiterbildungsmärkte stärken/wiederbeleben
4. Marketing ist nicht per se gut und hilfreich, sondern es kommt sehr auf das „wie“ an. Attraktive Ansprache und Information! Mehr Ansprache individueller Motive als allgemeine Aktivierungsrhetorik oder gar Angstmacherei
5. Wie könnten neue Geschäftsmodelle für die Weiterbildung aussehen? Gemeinsame Flatrates? Platzieren auf digitalen Plattformen? Digitalabgaben für Weiterbildung? Kann man an andere Konsumausgaben „andocken“? Was können wir aus der Geschichte lernen?

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Ich freue mich auf Ihre Fragen

JLU

NEUE WEGE. SEIT 1607.

JUSTUS-LIEBIG-
 UNIVERSITÄT
GIESSEN

Prof. Dr. Bernd Käpplinger

FB 03 - Sozial- und Kulturwissenschaften

Professur für Weiterbildung

Karl-Glöckner-Straße 21B, 35394 Gießen

E-Mail: bernd.kaepplinger@erziehung.uni-giessen.de

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/bernd-k%C3%A4pplinger-67a625102/>