

Was Kunden wollen

Zielgruppengerechte Weiterbildung auf der Grundlage wissensbasierten Marketings

von Ulrich Wirth

1. Vorbemerkung

Das „Weiterbildungsbarometer Medizinische Dokumentation“ verfolgt den Zweck, alle zwei Jahre Daten speziell zu den organisierten Formen beruflicher Weiterbildung innerhalb der Medizinischen Dokumentation zu erheben, also zu Aufstiegsfortbildungen, Anpassungsweiterbildungen und Lehrgängen. Die Anwendungsperspektive ist dabei die eines privatwirtschaftlichen Bildungsanbieters. Aus den Daten sollen steuerungsrelevante Informationen zur systematischen Angebotsentwicklung von markt- und zielgruppengerechten Weiterbildungsprodukten generiert werden. Davon profitiert nicht nur der Bildungsanbieter, sondern vor allem die Kunden und damit mittel- bis langfristig auch die Informationsbranche.

Im Folgenden wird ausschließlich auf die Weiterbildungsmotive und Weiterbildungsmöglichkeiten fokussiert. Die Gesamtergebnisse sind bereits publiziert worden und können auf der Homepage der Euro-Schulen Trier abgerufen werden. [1]

2. Der Hintergrund: wissensbasiertes Marketing

Bildungsbedarfe und Bildungsangebote frühzeitig aufeinander abzustimmen, ist für Bildungsanbieter nach betriebswirtschaftlicher Logik geschäftskritisch. Da Hintergrundwissen bereits bei der Angebotsentwicklung vorliegen sollte, müssen Bildungsanbieter konkrete Strategien und Vorgehensweisen kennen, um Nutzerbedürfnisse zu ermitteln: etwa anhand von Forschungsliteratur oder nötigenfalls eigener Erhebungen. Kenntnisse der sozialwissenschaftlichen Berufs- und Verbleibsforschung sind hier von Vorteil. Dennoch wird dieser Abgleich viel seltener systematisch vorgenommen, als eigentlich nötig wäre, was wahrscheinlich dem hohen Aufwand gezollt ist.

Entsprechend war mit dem Weiterbildungsbarometer intendiert, Marktdaten zu erhalten, um über ein zielgruppenorientiertes Marketing markt- und zielgruppengerechte Weiterbildungsprodukte entwickeln zu können. Durch Interaktion und Kooperation mit den Befragten wird Wissen ausgetauscht bzw. neu generiert. Potenzielle Kunden werden dabei frühzeitig in den Produktentwicklungs- und Marketingprozess eingebunden. Damit geht es letztlich um die Implementierung von Wissensmanagement in den Marketingprozess, mithin um wissensbasiertes Marketing.

3. Die Online-Befragung

Die nicht-repräsentative Online-Befragung erfolgte im Juni 2007 und ergab 561 verwertbare Datensätze. Obwohl es primär um die Fachrichtung „Medizinische Dokumentation“ ging, wurde der Teilnehmerkreis bewusst um sämtliche Fachrichtungen der Informationsbranche (Archiv, Bibliothek, Bildagentur, Dokumentation) erweitert. Beabsichtigt war, möglichst viele Respondenten zu erreichen, um eine aussagekräftige Datenbasis für einen branchenübergreifenden Vergleich zu erhalten. Dazu wurden alle Berufsverbände angeschrieben sowie Newsletter und Foren benutzt. 51% aller Befragten gaben an, in der Bibliotheksbranche zu arbeiten, 26,4% im Bereich der Medizinischen Dokumentation – der eigentlichen Zielgruppe – und 13,9% im he-

terogenen wie spannenden Bereich „Sonstiges“. Dort ließen sich nochmals 23 Arbeitsgebiete identifizieren, die eindeutig der Medizinischen Dokumentation zuzuordnen sind: Klinische Studien, Medizinische Statistik, Klinisches Datenmanagement, Biometrie, Studienassistenz, Arzneimittelzulassung, wodurch die Zielgruppe nochmals erweitert wurde.

Bei der Fragenkonstruktion wurde sich an vergleichbaren Erhebungen aus der sozialwissenschaftlichen Berufs- und Verbleibsforschung orientiert. Für die spezifische Problemstellung wurde Einiges auch neu entwickelt, etwa zum Themenkomplex „organisierte berufliche Weiterbildung“ (Wichtigkeit, Weiterbildungsmöglichkeiten, Kompetenzen, Kriterien für Aufnahme einer Aufstiegsweiterbildung). Die Daten wurden nach soziodemografischen (Alter, Professionalisierung, Berufsabschlüsse), regionalen (West-Ost-Vergleich, Mobilität) und beschäftigungsbezogenen (Beschäftigungsverhältnis, Einrichtungen und Jahresbruttoeinkommen) Einflussfaktoren ausgewertet.

4. Ausgewählte Ergebnisse

4.1 Weiterbildungsinteressierte nach Alter und Jahresbrutto

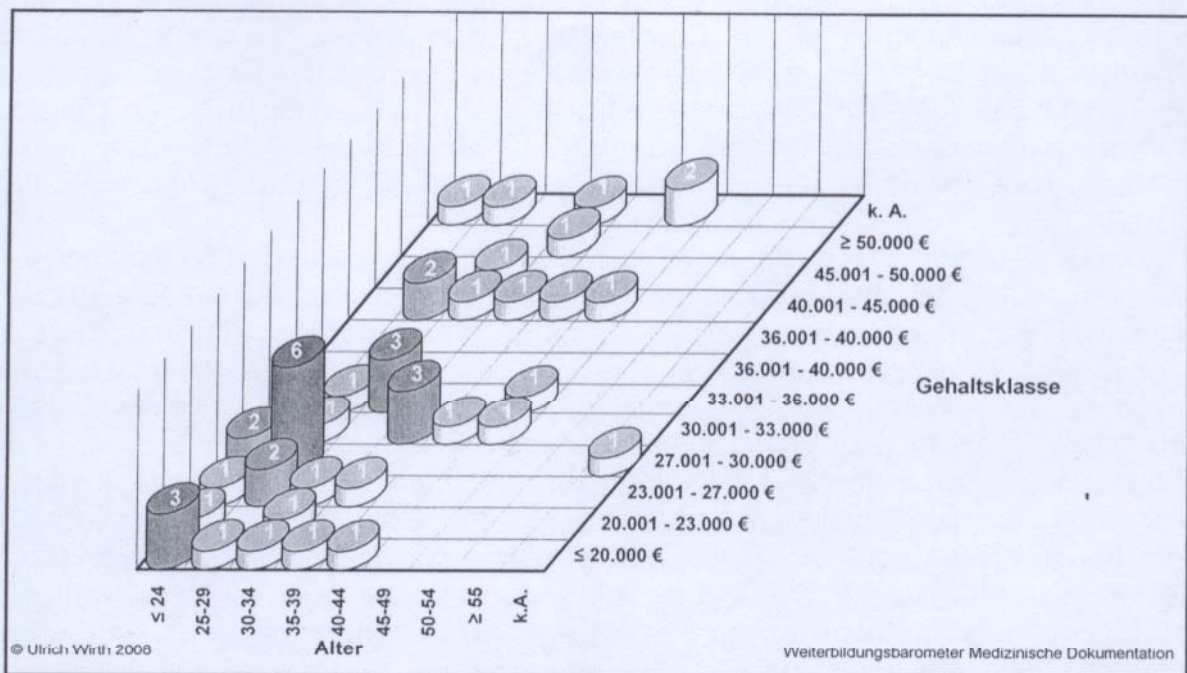


Abbildung 1: Weiterbildungsinteressierte nach Alter und Jahresbrutto (N=47)

Aufschlussreich ist es, die Weiterbildungsabsicht in Beziehung zu den Gehaltsklassen einerseits und den Alterskohorten andererseits zu setzen. Je dunkler bzw. höher die Säule, desto ausgeprägter der Weiterbildungswunsch. Das sind in Abbildung 1 die 25-29-Jährigen, die zwischen 27 und 30.000 Euro verdienen: ein typisches Einstiegsgehalt nach einer zweijährigen Ausbildung zum Medizinischen Dokumentationsassistenten (MDA) oder Medizinischen Dokumentar (MD). Diese Informationen sind insbesondere hinsichtlich der Faktoren Preispolitik und Kommunikationspolitik im Marketing-Mix wesentlich: Kundenstruktur, Kaufkraft und nicht zuletzt die Ansprache sind hier passende Stichworte.

4.2 Motivationale Aspekte: Aufstiegschance und Zufriedenheit

Die Einstellung gegenüber beruflicher Weiterbildung wird maßgeblich von motivationalen Faktoren beeinflusst. 34,5% der befragten Arbeitnehmer im Berufsfeld Medizi-

nische Dokumentation sehen ausreichende Aufstiegschancen in ihrem derzeitigen Beruf, 64,3% nicht, 1,2% machten keine Angabe (N=168). Von den Angehörigen der anderen Fachrichtungen sehen nur 27% ausreichende Aufstiegschancen, 72% nicht und 1% machte keine Angabe (N=393).

81,5% der Respondenten aus der Medizinischen Dokumentation sind mit ihrer aktuellen Tätigkeit zufrieden, 18,5% gaben an, dies nicht zu sein. In den anderen Fachrichtungen liegt der Grad der Zufriedenheit mit mehr als sieben Prozentpunkten deutlich darunter (74,3% Zufriedene vs. 25,7% Unzufriedene).

4.3 Weiterbildungsabsicht

28% der aus dem Sektor Medizinische Dokumentation Befragten gaben an, innerhalb der nächsten 24 Monate eine Aufstiegsweiterbildung beginnen zu wollen, 72% verneinten dies (N=168). Diese 28% oder 47 Befragten wurden nun mit verschiedenen vorgegebenen Weiterbildungsmöglichkeiten konfrontiert, wobei Mehrfachantworten möglich waren. Erste Wahl ist ein Berufsbegleitendes Studium (48,9%). Für das Zertifikat Medizinische Dokumentation interessieren sich 23,4%. Immerhin 10,6% denken darüber nach, die neue Aufstiegsfortbildung „Geprüfte/r Fachwirt/in für Informationsdienste (IHK)“ aufzunehmen. Dabei kennen gerade mal 19,1% aller in der Medizinischen Dokumentation Beschäftigten diese neue Aufstiegsqualifizierung überhaupt, im Gegensatz zum Bibliotheksbereich, wo der Bekanntheitsgrad bei immerhin 56,3% liegt. 8,5% interessieren sich für den Wissenschaftlichen Dokumentar/Information Specialist, der am Institut für Information und Dokumentation (IID) in Potsdam ausgebildet wird. Der Betriebswirt IHK/HWK/VWA spielt mit 4,3% kaum eine Rolle.

Für eine „sonstige“ Weiterbildung würden sich 31,9% begeistern. Die Antworten sind hier so speziell, das man ein regelrechtes Weiterbildungsbewusstsein diagnostizieren kann: die Betroffenen haben sich bestens über ihre Möglichkeiten informiert. Folgende Weiterbildungen wurden genannt: Master of Clinical Research, Master of Regulatory Affairs, Biometriker, Weiterbildung zum Studienassistenten; Weiterbildungen im Bereich Medizincontrolling sowie allgemein im IT-Bereich.

Zudem ließen einzelne Antworten auf taktisches, wohl: aufstiegsorientiertes Vorgehen schließen. Die Aufstiegsweiterbildung an sich sei eine beschlossene Sache, nur der Bereich stehe noch nicht fest, da man erst seit zwei bzw. zweieinhalb Monaten im Unternehmen arbeite. Das legt die Interpretation nahe, dass man sich erst einmal informieren möchte, über welche Fortbildung man im Unternehmen und in der Branche am besten aufsteigen kann.

4.4 Kriterien für Aufnahme einer Aufstiegsweiterbildung

Der Befund hinsichtlich der Kriterien, von denen man die Aufnahme einer Fortbildung abhängig macht, ist eindeutig. Wie so oft ist der Kostenfaktor der entscheidende: eine unerschwingliche Weiterbildung nützt wenig, übrigens auch Bildungsanbietern nicht. In welcher Reihenfolge die weiteren Kriterien genannt wurden, zeigt Abbildung 2, einmal für die medizinische Dokumentation (N=45) und auch für die anderen Fachrichtungen (N=67).

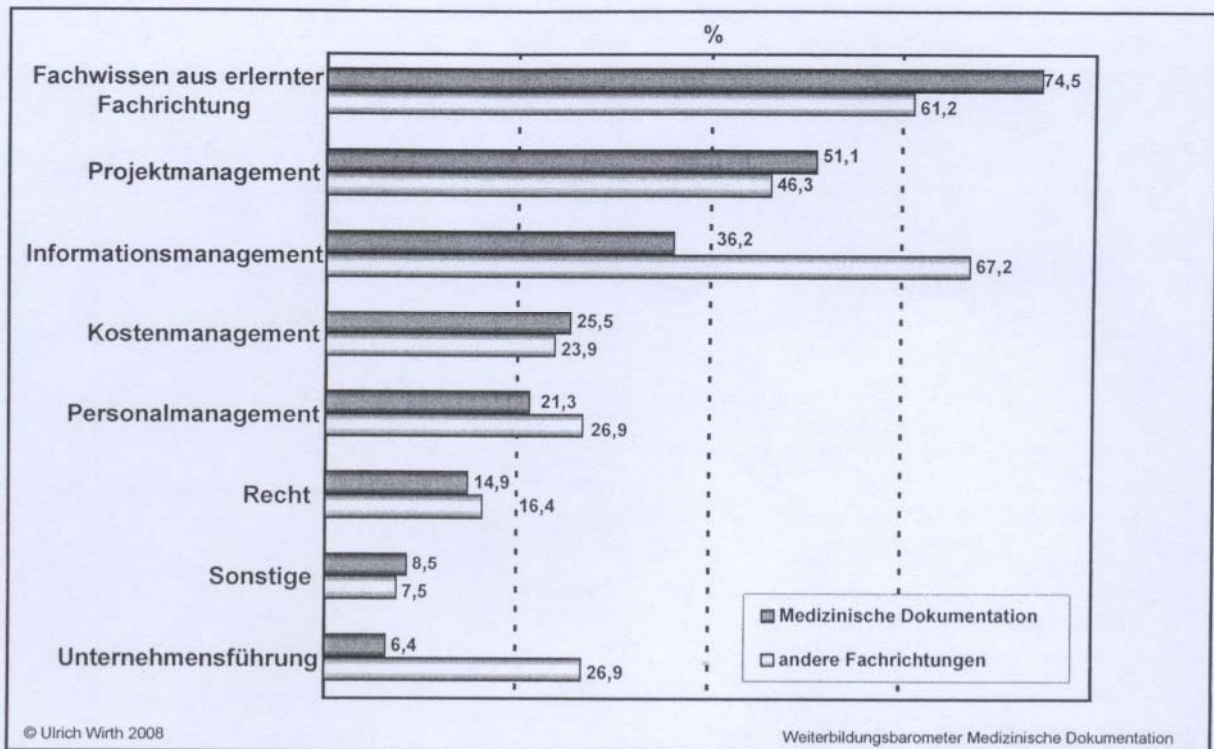


Abbildung 3: Kompetenzen, die man sich von der Weiterbildung verspricht (N=47 bzw. 67)

Beschäftigte in der Medizinischen Dokumentation wollen in erster Linie ihr fachspezifisches Wissen vertiefen, sodann Projektmanagementkenntnisse erwerben und Kenntnisse des Informationsmanagements. Klassische Managementthemen wie Unternehmensführung bilden das Schlusslicht, anders als bei den anderen Fachrichtungen, wo diese Kompetenz als deutlich wichtiger eingestuft wird. In der Kategorie „Sonstige“ wurden Statistik-Kenntnisse genannt, SAS-Programmierung, Prozessmanagement sowie Marketing.

Sondiert man die Weiterbildungswilligen nach Berufsabschlüssen, ergibt sich folgendes Bild: 38,6% aller Weiterbildungswilligen der Fachrichtung Medizinische Dokumentation verfügen über einen MDA-Abschluss, 27,3% über einen MD-Abschluss und 18,2% über den Diplom-Dokumentar.

Auf alle Abschlüsse hochgerechnet, wollen 100% aller Bachelor eine Weiterbildung aufnehmen (und zwar ein weiterführendes Studium), 34,8% aller Diplom-Dokumentare, 33,3% aller MDA und 22,6% aller MD.

Um welche Weiterbildungen handelt es sich dabei? MDA entscheiden sich in erster Linie für das Zertifikat Medizinische Dokumentation, sodann für ein Studium (vermutlich sofern Studierfähigkeit vorliegt); der Fachwirt für Informationsdienste und sonstige Weiterbildungen rangieren auf Platz 3. Die Gruppe der weiterbildungswilligen MD, Diplom-Dokumentare und Bachelor entscheidet sich unisono für die Aufnahme eines Studiums, vereinzelt auch für sonstige Weiterbildungen, bei denen es sich vermutlich um solche handelt, die gezielt spezielle Kompetenzen vervollständigen sollen (z.B. Statistik).

5 Fazit

Eine Befragung ist ein Diagnosewerkzeug, mit dessen Hilfe versucht wird, aussagekräftige branchenspezifische Indikatoren zu bilden. Für die Praxis aufbereitet, bildet dieses Gestaltungswissen die Grundlage ein personalisiertes Marketing, wodurch die individuellen Kundenbeziehungen in den Mittelpunkt rücken. Dadurch lassen sich

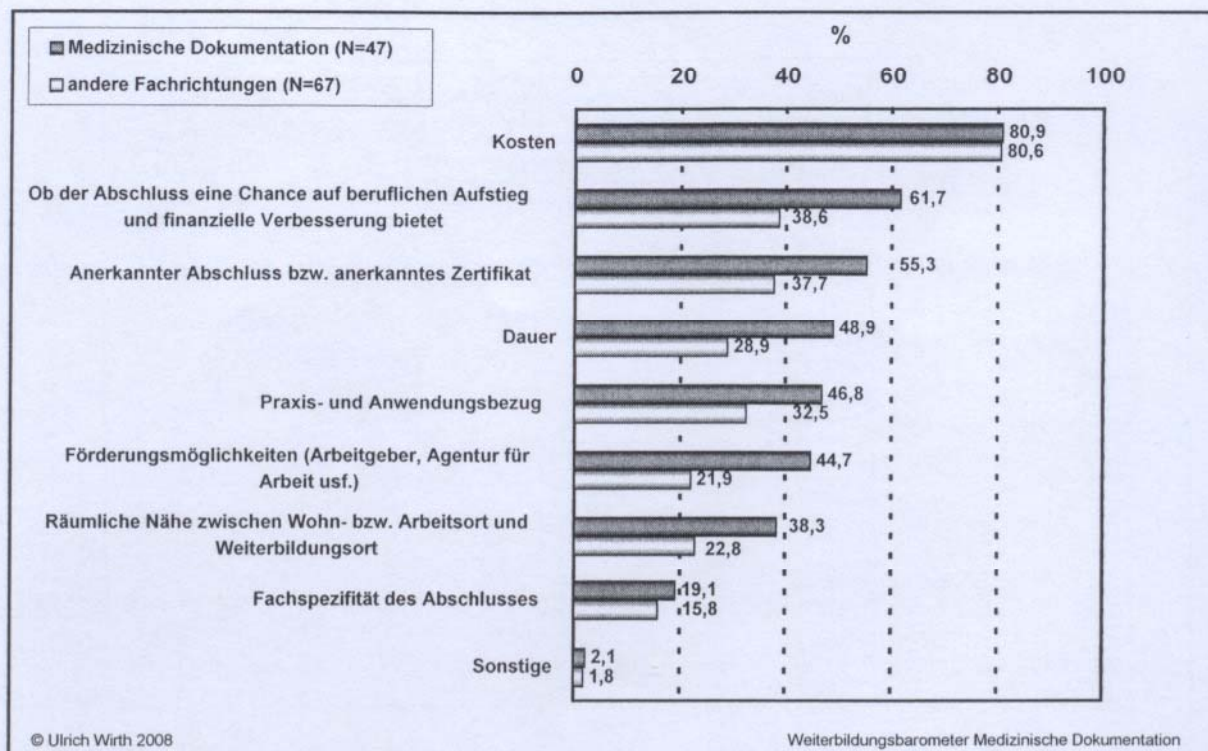


Abbildung 2: Kriterien für die Aufnahme einer Aufstiegsweiterbildung (N=47 bzw. 67)

Aus Sicht der Personalentwicklung sollte es bedenklich sein, dass der Anwendungs- und Praxisbezug einer Weiterbildung offenbar für weniger relevant erachtet wird als die beschäftigungsbezogenen Aspekte, allen voran das Kriterium, dass der Abschluss eine Chance auf beruflichen Aufstieg und finanzielle Verbesserung bietet. In einer Art Kosten-Nutzen-Analyse wird offenbar erwogen, ob der Nutzen der Weiterbildung deren finanziellen Aufwand rechtfertigt. Und ähnlich wichtig war den Befragten überdies, ob Abschluss oder Zertifikat anerkannt sind.

Beides wirft ein bezeichnendes Licht auf die Weiterbildungsmotive, auf die Nachfrage und darauf, wie eine entsprechende Qualifizierung kalkuliert und durch wen sie zertifiziert sein muss.

Die Nähe zwischen Wohn- bzw. Arbeitsort und dem Weiterbildungsort ist von untergeordneter Bedeutung, vielleicht weil viele Weiterbildungen schon in Form von Fernlehrgängen mit wenigen überschaubaren Präsenzphasen stattfinden. Die Fachspezifität des Abschlusses rangiert auf dem vorletzten Platz. Tut sich hier ein Widerspruch zur nächsten Frage auf?

4.5 Welche Kompetenzen erwartet man von einer Weiterbildung

In welchen Bereichen sich die Befragten qualifizieren wollen, zeigt Abbildung 3. Auch hier wurden die Ergebnisse mit denen der anderen Fachrichtungen kontrastiert.

markt- und zielgruppengerechte Produkte und damit wettbewerbsfähige Lösungen kreieren. Ein Mehrwert ergibt sich zusätzlich auch für Beratungszwecke, etwa Laufbahnberatungen. Ferner hat auch der Deutsche Verband Medizinischer Dokumentare (DVMD) e. V. unmittelbar für sein Verbandsmarketing von branchenspezifischen Informationen profitieren können.

[1] Unter <http://www.euroschulen-trier.de/Pressemitteilun.169.0.html>.

Anschrift des Autoren:

Ulrich Wirth M.A.
Wiss. Dokumentar / Information Specialist
Leiter der BFS für MDA

Euro-Schulen Trier
Private staatl. anerk. Höhere Berufsfachschule für
Medizinische Dokumentationsassistenten
Nagelstraße 10
D-54290 Trier

Fon: +49 (0)651-97561-16
Fax: +49 (0)651-97561-20

Mailto:wirth.ulrich@es.trier.eso.de