



# Auswertung einer schriftlichen Anhörung regionaler Transformationsnetzwerke und Weiter- bildungsverbände

**Begleitforschung für die Ad-hoc-Gruppe „Beschäftigung, Weiterbildung und  
Qualifizierung, Strukturpolitische Aspekte“ des Expertenkreises Transformation  
der Automobilwirtschaft**

Dirk Werner / Susanne Jacobs / Maren Schulte / Jurek Tiedemann

Auftraggeber:

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK)

Köln, 06.11.2023

**Gutachten**



## Herausgeber

**Institut der deutschen Wirtschaft Köln e. V.**

Postfach 10 19 42

50459 Köln

Das Institut der deutschen Wirtschaft (IW) ist ein privates Wirtschaftsforschungsinstitut, das sich für eine freiheitliche Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung einsetzt. Unsere Aufgabe ist es, das Verständnis wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Zusammenhänge zu verbessern.

## Das IW in den sozialen Medien

Twitter

[@iw\\_koeln](https://twitter.com/iw_koeln)

LinkedIn

[@Institut der deutschen Wirtschaft](https://www.linkedin.com/company/institut-der-deutschen-wirtschaft)

Instagram

[@IW\\_Koeln](https://www.instagram.com/iw_koeln)

## Autoren

### **Dirk Werner**

Leiter

Themencenter

Berufliche Qualifizierung und Fachkräfte

[werner@iwkoeln.de](mailto:werner@iwkoeln.de)

0221 – 4981-712

### **Susanne Jacobs**

Referentin für digitale Berufsbildung

[jacobs@iwkoeln.de](mailto:jacobs@iwkoeln.de)

0221 – 4981-239

### **Maren Schulte**

Referentin für digitale Berufsbildung

[schulte@iwkoeln.de](mailto:schulte@iwkoeln.de)

0221 – 4981-342

### **Jurek Tiedemann**

Economist für Berufliche Qualifizierung und

Fachkräftesicherung

[tiedemann@iwkoeln.de](mailto:tiedemann@iwkoeln.de)

0221 – 4981-419

## Alle Studien finden Sie unter

**[www.iwkoeln.de](http://www.iwkoeln.de)**

In dieser Publikation wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit regelmäßig das grammatische Geschlecht (Genus) verwendet. Damit sind hier ausdrücklich alle Geschlechteridentitäten gemeint.

## **Stand:**

November 2023

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Zielsetzung und Vorgehensweise</b> .....	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Datenauswertung der Bestandsaufnahme</b> .....	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>Bisherige Erfahrungen der Transformationsnetzwerke und Weiterbildungsverbände</b> .....	<b>3</b>
3.1	Transformationsnetzwerke .....	3
3.1.1	Eigene Einschätzungen über erste Erfolge im Hinblick auf die individuellen Zielsetzungen und die Zielgruppen .....	3
3.1.2	Kriterien der eigenen Erfolgsmessung der TNW .....	4
3.1.3	Erfolgsfaktoren und erfolgreiche Vorgehensweisen, die sich auf andere Netzwerke übertragen lassen .....	5
3.2	Weiterbildungsverbände.....	5
3.2.1	Konkrete Erfolge im Hinblick auf die individuellen Zielsetzungen und die Zielgruppen .....	5
3.2.2	Kriterien der Erfolgsmessung.....	5
3.2.3	Erfolgsfaktoren und erfolgreiche Vorgehensweisen, die sich auf andere Verbände übertragen lassen .....	6
<b>4</b>	<b>Schwierigkeiten, Verbesserungspotenziale und Perspektiven</b> .....	<b>6</b>
4.1	Transformationsnetzwerke .....	6
4.1.1	Erfolgshemmende administrative Hürden oder weitere Schwierigkeiten .....	6
4.1.2	Potenziale und weitere Themen zur Stärkung der Transformationsnetzwerke.....	7
4.1.3	Stärkung des Austauschs und der Vernetzung zwischen den Transformationsnetzwerken .....	7
4.1.4	Unterstützungsbedarfe für die Netzwerkarbeit .....	8
4.2	Weiterbildungsverbände.....	8
4.2.1	Erfolgshemmende administrative Hürden oder weitere Schwierigkeiten .....	8
4.2.2	Potenziale und weitere Themen zur Stärkung der Weiterbildungsverbände .....	8
4.2.3	Stärkung des Austauschs und der Vernetzung mit anderen Weiterbildungsverbänden .....	9
4.2.4	Unterstützungsbedarfe für die Netzwerkarbeit .....	9
<b>5</b>	<b>Fazit</b> .....	<b>10</b>

## 1 Zielsetzung und Vorgehensweise

Ziel der schriftlichen Befragung war es, eine allgemeine Übersicht zu den Initiativen in den Automobilregionen sowie eine Bestandsaufnahme der bisherigen Erfahrungen der Transformationsnetzwerke (TNW) und der Weiterbildungsverbände in der Automobilindustrie (WBV) zu erhalten. Ebenfalls sollen Schwierigkeiten und Ideen für Verbesserungspotenziale in der Netzwerkarbeit benannt werden. Dafür wurde ein Fragebogen an ausgewählte TNW und WBV versendet, in dem vorwiegend quantitative, aber auch einige qualitative Angaben auszufüllen waren.

## 2 Datenauswertung der Bestandsaufnahme

In der vorliegenden schriftlichen Auswertung wird detaillierter auf die qualitativen Fragestellungen des Fragebogens eingegangen. Dabei geht es zum einen um aus der Sicht der TNW und WBV bisher erreichte Erfolge und zum anderen um Schwierigkeiten, Verbesserungspotenziale und Perspektiven, die aus Sicht der TNW und WBV bestehen. Ergänzend zu dieser schriftlichen Auswertung der qualitativen Angaben ist die grafische Auswertung der quantitativen Fragestellungen im Anhang zu finden.

## 3 Bisherige Erfahrungen der Transformationsnetzwerke und Weiterbildungsverbände

In diesem Abschnitt wird detaillierter auf die Fragestellungen nach den Erfahrungen der Initiativen eingegangen. Dabei geht es auch um die Selbsteinschätzung der TNW nach bisher erreichten Erfolgen in Hinblick auf die individuellen Zielsetzungen der jeweiligen Initiative sowie die jeweils angesprochenen Zielgruppen, die sich beide zwischen den Initiativen unterscheiden können. Dabei stehen auch die Messung der von den TNW und WBV selbst angegebenen Erfolge und mögliche Best-Practice-Vorgehensweisen im Fokus, die für andere Initiativen oder eine Weiterführung interessant sein könnten.

### 3.1 Transformationsnetzwerke

#### 3.1.1 Eigene Einschätzungen über erste Erfolge im Hinblick auf die individuellen Zielsetzungen und die Zielgruppen

Im Rahmen des Förderinstruments „Transformationsstrategien für Regionen der Fahrzeug- und Zulieferindustrie“ werden bundesweit 27 regionale Transformationsnetzwerke vom BMWK zu 100 Prozent gefördert. Diese haben das Ziel, die digitale und nachhaltige Transformation der Fahrzeugindustrie in den vom automobilen Strukturwandel besonders betroffenen Regionen durch die Vernetzung der relevanten Akteure voranzutreiben. Zudem sollen die Transformationsnetzwerke eine zukunftsfähige Transformationsstrategie für die jeweilige Region entwickeln und umsetzen. Für die vorliegenden Erhebungen wurden 16 regionale Transformationsnetzwerke schriftlich angehört, deren Rückmeldungen in die Auswertungen eingeflossen sind.

Mit Blick auf die individuellen Zielsetzungen der TNW ist erkennbar, dass die Vernetzung untereinander – zum einen regional und zum anderen bundesweit mit thematischen Schwerpunkten – von den befragten TNW als Erfolg gewertet wird. Die Etablierung von Kommunikationsstrukturen und die damit verbundene Schaffung von Synergien vermeiden Doppelarbeit und führen zu einem Austausch von Methodenkenntnissen, zum Beispiel im Rahmen von Arbeitskreisen. Im Rahmen dieser Vernetzung werden ebenso die Einbindung von weiteren relevanten Akteuren und Unternehmen sowie die Vernetzung dieser mit der Wissenschaft als Erfolgsfaktoren benannt. Ein TNW gibt an, dass bereits ein Kooperationsprojekt zwischen teilnehmenden Unternehmen des Netzwerks angelaufen ist und ein weiteres TNW gibt an, einen Netzwerkpartner in einem FuE-Projekt eines Originalausrüstungsherstellers (OEM) platziert zu haben. Ein bereits angestoßenes konkretes Transformationsprojekt in einem betroffenen Unternehmen wird nur durch ein TNW gemeldet und soll als Best Practice dienen. Hervorzuheben ist hier die Rückmeldung des TNW „TraSaar“, welches durch die initiierte Vernetzung der Partner die Möglichkeit einer Ansiedlung von neuen Industrien der Kreislaufwirtschaft im Saarland sieht.

Die jeweils fokussierten Zielgruppen wurden durch die TNW nach eigenen Angaben weitestgehend erreicht, was sich durch eine gute Annahme der Angebote entlang der Zieldimensionen äußert. Hier erweisen sich häufig Veranstaltungen als geeignet, um die Bekanntheit der TNW in den Regionen zu stärken. Zudem wurden diverse Studien durchgeführt und publiziert, beispielsweise zur IST-Analyse, zu den Unterstützungsbedarfen sowie den Entwicklungstendenzen.

### 3.1.2 Kriterien der eigenen Erfolgsmessung der TNW

Die TNW messen ihre Erfolge mittels quantitativer und qualitativer Kriterien. Die quantitative Messung erfolgt anhand folgender Instrumente:

- softwaregestützte Monitoringkonzepte,
- Erhebung von eigens entwickelten Indikatoren,
- Einbindung der Transformations-Hubs,
- Reichweite-Indikatoren, wie zum Beispiel Anzahl von Veranstaltungen und Teilnehmern, Reichweite in Social Media, Webseiten-Aufrufe, Kontaktanfragen, Veröffentlichungen, angesprochene Unternehmen, gesicherte oder neu entstandene Arbeitsplätze, neu initiierte Projekte.

Die qualitative Messung erfolgt anhand von:

- Feedback von Teilnehmern und Unternehmen, etwa zu Veranstaltungen oder interaktiven Sessions bei Workshops,
- Treffen und Gesprächen mit anderen TNW und WBV,
- persönliche Gespräche mit relevanten Akteuren.

### 3.1.3 Erfolgsfaktoren und erfolgreiche Vorgehensweisen, die sich auf andere Netzwerke übertragen lassen

Als erfolgreiche Vorgehensweisen werden vor allem die Vernetzung und der persönliche Austausch mit Konsortialpartnern, der regionalen Verwaltung, relevanten Stakeholdern sowie die Förderung des gezielten Austauschs zwischen den Unternehmen von den TNW genannt. Die persönliche Ansprache der Zielgruppe, Vor-Ort-Besuche bei KMU oder auch kleinere informelle Veranstaltungen mit Unternehmen und Multiplikatoren werden ebenfalls empfohlen. Neben diesen informellen Formaten wird außerdem Wert auf innovative, themenspezifische und ergebnisoffene Workshops gelegt, die in attraktiven Locations durchgeführt werden sollten. Dabei ist den TNW eine Fokussierung auf konkrete Themen ebenso wichtig wie eine zeitnahe und praxisorientierte Umsetzung der Ergebnisse in den Unternehmen. Best-Practice-Beispiele sollten als „Zugpferde“ genutzt werden.

## 3.2 Weiterbildungsverbände

### 3.2.1 Konkrete Erfolge im Hinblick auf die individuellen Zielsetzungen und die Zielgruppen

Im Rahmen des Bundesprogramms „Aufbau von Weiterbildungsverbänden“ werden 53 Projekte aus unterschiedlichen Branchen gefördert. Für diese Erhebungen wurden die 16 Verbände, die sich an die Automobilindustrie wenden, schriftlich angehört, von denen 15 Rückmeldungen in diese Auswertungen einfließen konnten. Ein WBV hat sich nachträglich gemeldet, dessen Angaben in einer gesonderten Excel-Tabelle einzusehen sind.

Eines der drei zentralen Ziele des Bundesprogramms „Aufbau von Weiterbildungsverbänden“ ist die Optimierung von Weiterbildungsangeboten. Alle Projekte sind daher grundsätzlich mit Aufgaben wie Identifikation tatsächlicher Bedarfe der Unternehmen, Anpassung bestehender Weiterbildungen sowie der Konzeptionierung und Erprobung neuer Weiterbildungen befasst. Mit Blick auf diese Ziele gibt ein Großteil der befragten WBV an, die Ermittlung der Bedarfe für die Unternehmen der Fahrzeug- und Zuliefererindustrie bereits abgeschlossen zu haben. Die meisten WBV geben an, sich aktiv vernetzt zu haben. Zwei WBV geben an, bereits passende und bedarfsgerechte Weiterbildungsformate entwickelt und erprobt zu haben. Teilweise werden Events veranstaltet, mit denen die Bekanntheit der WBV erhöht werden konnte.

Es fällt auf, dass scheinbar parallel an der Entwicklung innovativer und regionaler Weiterbildungs-Plattformen gearbeitet wird und einige WBV ihre eigene Plattform bzw. Datenbank erstellt haben. In ihren Antworten stellen die WBV die Frage, ob diese Doppelarbeiten nicht vermieden und gemeinsam zielführend an einer einheitlichen Plattform gearbeitet werden könnte. Dies hätte zudem den Vorteil, dass entwickelte Lernangebote gemeinsam in allen Regionen, eventuell mit einer jeweils regionalspezifischen Anpassung oder Ausrichtung, genutzt werden könnten.

### 3.2.2 Kriterien der Erfolgsmessung

Die Angaben der WBV weisen sowohl qualitative als auch quantitative Maßnahmen der Erfolgsmessung auf. Die quantitativen Messungen erfolgen über:

- Anzahl der Teilnehmer an Weiterbildungsangeboten,
- Anzahl getätigter Beratungen,
- Anzahl Besucher von Veranstaltungen,
- Anzahl verstetigter Weiterbildungsangebote.

Die qualitative Messung erfolgt über:

- Interviews mit Unternehmen,
- Austausch mit allen Projektpartnern,
- teilstandardisierte Fragebögen mit offenem Frageteil, der am Ende eines besuchten Weiterbildungsangebots durch die Teilnehmer ausgefüllt wird.

### 3.2.3 Erfolgsfaktoren und erfolgreiche Vorgehensweisen, die sich auf andere Verbünde übertragen lassen

Die Vernetzung stellt auch bei den WBV ein Schlüsselement des Erfolgs dar. Dabei werden die regionale Vernetzung mit allen relevanten Arbeitsmarktakteuren vor Ort, die Nutzung vorhandener Netzwerke, die Vernetzung der Bildungsträger mit den KMU, der regelmäßige Austausch mit Projektpartnern, die Vernetzung mit Gewerkschaften sowie die Intensivierung der Vernetzung mit anderen WBV genannt. Auch die Aufteilung von thematischen Inhalten zwischen WBV und themenspezifischen Qualifizierungsverbänden wird als erfolversprechende Vorgehensweise genannt.

## 4 Schwierigkeiten, Verbesserungspotenziale und Perspektiven

In diesem Abschnitt werden administrative und weitere Hürden beschrieben, die eine erfolgreiche Zielerreichung aus Sicht der TNW hemmen. Hierzu werden die Rückmeldungen der TNW und der WBV zu den benannten Potenzialen und Perspektiven eines noch intensiveren Austauschs dargestellt.

### 4.1 Transformationsnetzwerke

#### 4.1.1 Erfolgshemmende administrative Hürden oder weitere Schwierigkeiten

Oft erwähnte Schwierigkeiten sind administrative Hürden wie enge Vorgaben oder auch richtlinienspezifische Festlegungen seitens des Projektmitgelbers, unter anderem in Bezug auf die Projektadministration. Des Weiteren werden die kurze Projektlaufzeit und die unklare Anschlussfinanzierung als Hürde für ein erfolgreiches Arbeiten der TNW genannt. Ein TNW gibt zudem Hürden bei den Unternehmen an, wenn einerseits „unverzögliche Hilfe“ erwartet wird und andererseits keine Bereitschaft besteht, sich auf einen länger andauernden Strategieprozess einzulassen. Zudem kommt es durch fehlende überregionale Bekanntheit der TNW zu Schwierigkeiten, wenn die Konzernzentrale von Unternehmen mit Entscheidungsbefugnis nicht in

der gleichen Region ansässig ist wie der zu betreuende Betrieb vor Ort. Drei TNW haben zu dieser Frage keine Aussage getroffen oder sehen aktuell keine nennenswerten Schwierigkeiten.

#### **4.1.2 Potenziale und weitere Themen zur Stärkung der Transformationsnetzwerke**

Als Lösungsansatz für die genannten Schwierigkeiten lassen sich aus der Sicht der TNW folgende Aspekte identifizieren, um die TNW zu stärken: netzwerkübergreifende PR-Maßnahmen, eine frühzeitigere Perspektive für die Fortführung, eine einheitliche und überregionale Steuerung der Projekte (zum Beispiel ein einheitliches PM-Tool und zentral abgestimmte Monitoringkonzepte) sowie eine überregionale politische Unterstützung für die TNW und ihrer Rollen in der Transformation der Automobil- und Zuliefererindustrie. Dadurch würden nach Einschätzung der TNW zudem mehr relevante Akteure erreicht werden können.

Aus Sicht der TNW wäre zudem eine Bündelung aller jener regionalen Initiativen sinnvoll, die beispielsweise Veranstaltungen zu gleichen Themen anbieten. Eine „inflationäre Wirkung“ der Angebote auf die Zielgruppe könnte damit vermieden und so zudem weitere Synergien geschaffen werden. Ein weiterer Aspekt, der durch zwei TNW genannt wird, bezieht sich auf bessere Fördermöglichkeiten von KMU und den Wunsch, dass die Erfahrungen der TNW in die Entwicklung von Fördermechanismen- und Programmen durch das BMWK künftig einbezogen werden sollten.

Drei TNW haben zu dieser Frage keine Aussage getroffen oder sehen aktuell keine Schwierigkeiten.

#### **4.1.3 Stärkung des Austauschs und der Vernetzung zwischen den Transformationsnetzwerken**

Von den insgesamt 16 TNW geben elf an, dass der Austausch zwischen ihnen gestärkt werden sollte. Fünf TNW sagen hingegen, dass eine solche Stärkung aufgrund des bereits bestehenden guten und regen Austauschs mittels verschiedener Formate nicht erforderlich sei. Der Austausch zwischen den TNW ist gut organisiert und findet regelmäßig (zum Teil monatlich) statt. Größtenteils findet der Austausch regional bzw. zwischen regional angrenzenden TNW statt. Es gibt aber auch themenspezifische überregionale Austauschformate, die weiter gestärkt werden sollten.

Als Vorschlag zur Stärkung des Austauschs steht neben dem Austausch von Key Learning, Key Finding und Referenten klar der Wunsch nach einer zentralen Vernetzungsplattform und einer zentralen Koordination und Begleitung durch den Projektträger im Vordergrund. Ebenfalls wird der Wunsch nach mehr Transparenz seitens des Projektträgers in Bezug auf die TNW geäußert. Eine verstärkte Betrachtung gemeinsamer Anliegen aus den verschiedenen Regionen sowie eine nationale Vernetzung anhand von spezifischen Technologiepfaden sollte ebenfalls gestärkt werden. Dies wird allerdings auch bereits durch bestehende regelmäßige Austauschformate zwischen den Transformationshubs und Transformationsnetzwerken gelebt.



#### 4.1.4 Unterstützungsbedarfe für die Netzwerkarbeit

Die Unterstützungsbedarfe gehen einher mit den zuvor erläuterten Vorschlägen zur Stärkung der TNW und damit werden sie überwiegend beim Projektträger und der Politik gesehen. Genannt werden folgende Punkte:

- bundesweite überregionale Unterstützung durch die Politik:
  - Relevanz der Industrie für die Zukunftsfähigkeit des Standorts Deutschland herausstellen,
  - Digitalisierung und Energiewende vorantreiben, Bürokratie abbauen,
  - Aufzeigen von Perspektiven für die Fortführung des Projekts;
- durch den Projektträger:
  - zentrale Koordination,
  - überregionale PR-Maßnahmen,
  - Transparenz zu den einzelnen TNW.

Durch ein TNW wird zudem erwähnt, dass es sich eine transparente Darstellung von Netzwerkaktivitäten seitens der DIHK wünscht.

## 4.2 Weiterbildungsverbände

### 4.2.1 Erfolgshemmende administrative Hürden oder weitere Schwierigkeiten

Als häufigste Schwierigkeit wurden von den WBV die administrativen Hürden angegeben. Eine weitere häufige Herausforderung ist die Akquise neuer Projektpartner. Von den angesprochenen Unternehmen wird häufig angeführt, dass dort die Zeit für Weiterbildung zu knapp ist, und deshalb keine Beteiligung am WBV erfolgen könne. Dieses Hemmnis wird auch in zahlreichen Befragungen von Unternehmen und Beschäftigten häufig zuerst genannt.

Eine weitere Hürde scheint die Co-Existenz vieler gleichgearteter Projekte am Markt unterschiedlicher Förderer zu sein. Das überfordere die Unternehmen, deren Akquise für die Projektpartner einen wichtigen Teil der Arbeit ausmacht.

### 4.2.2 Potenziale und weitere Themen zur Stärkung der Weiterbildungsverbände

Die Angaben zu Verbesserungsvorschlägen fallen bei den WBV im Vergleich zu den TNW divers aus. Ein Grund dafür könnte die vielfältige institutionelle und thematische Verankerung der Projektträger in den jeweiligen Regionen sein. Überschneidungen gibt es beim Wunsch nach einer verbindlichen langfristigen Projektlaufzeitplanung. Als ineffizient werden die gleichzeitigen Doppelentwicklungen von Onlineformaten/-plattformen empfunden; hier könnte der Zusammenschluss der vielen WBV inklusive einer zentralen Steuerung Abhilfe schaffen, um den Überblick zu behalten und Synergien bei der Entwicklung von Lernangeboten zu

heben. Die Öffnung in Richtung zukunftsweisender Themen wie zum Beispiel Transformation, New Work oder Umwelt wird als sinnvoll erachtet. In einzelnen Fällen wird auf den nicht vorhandenen Kontakt zu weiter entfernten Regionen hingewiesen, welcher aber durchaus gewünscht wird.

### 4.2.3 Stärkung des Austauschs und der Vernetzung mit anderen Weiterbildungsverbänden

In den meisten Fällen wird der Austausch als sehr gut bewertet. Dabei helfen verschiedene Formate, von gemeinsamen (Online-)Veranstaltungen über den direkten und persönlichen Austausch bis hin zum Austausch via soziale Netzwerke. Allerdings wird der Wunsch nach mehr Präsenztreffen bekundet. Von den 15 befragten WBV wünschen sich elf eine Stärkung des Austauschs, vier haben dies verneint. Konkret betreffen die Wünsche eine Vereinheitlichung und stärkere inhaltliche Zusammenarbeit an solchen Themen, an denen die WBV aktuell eher für sich allein arbeiten. Eine solche Vereinheitlichung der Themen wird zwar bereits über das zentrale Koordinierungszentrum „forum wbv“ geleistet. Allerdings schlagen einige WBV vor, die thematischen Inhalte noch stärker als bisher zwischen WBV und themenspezifischen Qualifizierungsverbänden aufzuteilen und durch eine solche intensivere Arbeitsteilung und Abstimmung weitere Synergieeffekte zu heben. Es werden noch teilweise Doppelentwicklungen gesehen und der Wunsch besteht, unnötige Doppelansprachen der Unternehmen zu verringern. Es wäre zu prüfen, warum diese Wünsche noch nicht ausreichend im „forum wbv“ adressiert oder gelöst werden konnten. Das könnte auch zu einer besseren Akquise von wichtigen Projektpartnern beitragen. Hinsichtlich der Steigerung von Synergien und Effizienzen können Abgrenzungen der zum Teil gleichgearteten Aktivitäten voneinander sowie gemeinsam organisierte (Präsenz-)Veranstaltungen helfen.

### 4.2.4 Unterstützungsbedarfe für die Netzwerkarbeit

Von den 15 befragten WBV möchten zehn mehr Unterstützung erhalten, vier WBV benötigen keine Unterstützung, ein WBV hat keine Angabe dazu gemacht. Bei der Frage, von wem diese Unterstützung gewünscht wird, wurde mehrfach das zentrale Koordinierungszentrum der WBV, „forum wbv“, genannt. Das „forum wbv“ fungiert als Plattform für alle WBV, um Austauschformate zu bestimmten Themen, Wissenstransfer sowie die Bekanntheit der WBV im politischen Raum voranzutreiben.

Bei den Wünschen nach Unterstützung wurden die folgenden Punkte genannt:

- bundesweite überregionale Unterstützung durch die Politik:
  - Stärkung der (Online-)Kommunikation der WBV-Angebote,
  - breitere Bekanntmachung der WBV in der Öffentlichkeit, bei Kammern und Arbeitgeberverbänden durch mehr bundesweite öffentlichkeitswirksame Aktivitäten;
- durch den Projektträger:
  - den strukturierten Austausch der WBV intensivieren, etwa durch gezieltes voneinander Lernen im Bereich Finanzcontrolling,
  - überregionale PR-Maßnahmen,
  - Weiterbildung als offiziellen Teil der Transformation definieren.

## 5 Fazit

Sowohl bei den TNW als auch bei den WBV besteht – trotz bereits bestehender zentraler Koordinierungsstellen, wie etwa des „forum wbv“ für die WBV sowie regelmäßiger digitaler Austauschmeetings zwischen allen regionalen TNW bzw. etablierter digitaler Austauschformate seitens des Projektträgers für die Netzwerke untereinander – der Wunsch nach einer noch intensiveren zentralen Koordinierung, die sowohl auf strategischer als auch auf operativer Ebene agiert:

- Auf strategischer Ebene sollen relevante Themen in den einzelnen Regionen Deutschlands entlang des gesamten Transformationsprozesses der Automobil- und Zuliefererindustrie ganzheitlich in den Blick genommen und gemeinsam bearbeitet werden. Weiterbildung und Qualifizierung sollen dabei als ein wesentlicher Teil der Transformation anerkannt werden.
- Auf operativer Ebene wird der Wunsch nach bundesweiten PR-Maßnahmen, Projektmanagementtools sowie Transparenz durch den Projektträger zu den einzelnen Initiativen geäußert. Ebenfalls wünschen sich die TNW die Etablierung einer Vernetzungsplattform und die WBV die Etablierung einer Onlineplattform für die Weiterbildungsangebote, um Doppelentwicklungen zu vermeiden und die Arbeitsteilung zu verbessern. Von zentraler Bedeutung für den Transformationsprozess ist aus Sicht der WBV und TNW auch eine frühzeitig kommunizierte Anschlussförderung der Projekte.

Ebenfalls kommunizieren beide Initiativen, dass sie sich durch die Politik mehr öffentlichkeitswirksame Unterstützung wünschen, um effizienter arbeiten und eher zurückhaltende Akteure einfacher erreichen und einbeziehen zu können. Zudem ist zweifelhaft, ob die für die TNW angelaufenen öffentlichkeitswirksamen Präsenzveranstaltungen, die das BMWK mit ausgewählten Bundesländern etwa halbjährlich durchführt, bereits berücksichtigt wurden. Die informelle und persönliche Vernetzung mit relevanten Akteuren der Transformation wird von beiden Initiativbereichen als Schlüsselement für ein erfolgreiches Arbeiten genannt. Hinzu kommt der Wunsch zum Austausch über die vorhandenen diversen innovativen Veranstaltungsformate mittels derer Methodenkenntnisse, Best Practice und themenspezifische Inhalte vermittelt werden.



# Schriftliche Begleitforschung des Expertenkreises Transformation der Automobilwirtschaft

**Beitrag für die Ad-hoc-Gruppe „Beschäftigung, Weiterbildung und Qualifizierung, Strukturpolitische Aspekte“ des Expertenkreises Transformation der Automobilwirtschaft**

Dirk Werner / Susanne Jacobs / Maren Schulte / Jurek Tiedemann

Auftraggeber:

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK)

Köln, 20.10.2023

**Anhang zum Gutachten**



## Herausgeber

**Institut der deutschen Wirtschaft Köln e. V.**

Postfach 10 19 42

50459 Köln

Das Institut der deutschen Wirtschaft (IW) ist ein privates Wirtschaftsforschungsinstitut, das sich für eine freiheitliche Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung einsetzt. Unsere Aufgabe ist es, das Verständnis wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Zusammenhänge zu verbessern.

## Das IW in den sozialen Medien

Twitter

[@iw\\_koeln](https://twitter.com/iw_koeln)

LinkedIn

[@Institut der deutschen Wirtschaft](https://www.linkedin.com/company/institut-der-deutschen-wirtschaft)

Instagram

[@IW\\_Koeln](https://www.instagram.com/iw_koeln)

## Autoren

### **Dirk Werner**

Leiter

Themencenter

Berufliche Qualifizierung und Fachkräfte

[werner@iwkoeln.de](mailto:werner@iwkoeln.de)

0221 – 4981-712

### **Susanne Jacobs**

Referentin für digitale Berufsbildung

[jacobs@iwkoeln.de](mailto:jacobs@iwkoeln.de)

0221 – 4981-239

### **Maren Schulte**

Referentin für digitale Berufsbildung

[schulte@iwkoeln.de](mailto:schulte@iwkoeln.de)

0221 – 4981-342

### **Jurek Tiedemann**

Economist für Berufliche Qualifizierung und

Fachkräftesicherung

[tiedemann@iwkoeln.de](mailto:tiedemann@iwkoeln.de)

0221 – 4981-419

## Alle Studien finden Sie unter

[www.iwkoeln.de](http://www.iwkoeln.de)

In dieser Publikation wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit regelmäßig das grammatische Geschlecht (Genus) verwendet. Damit sind hier ausdrücklich alle Geschlechteridentitäten gemeint.

## Stand:

Oktober 2023

## Inhaltsverzeichnis

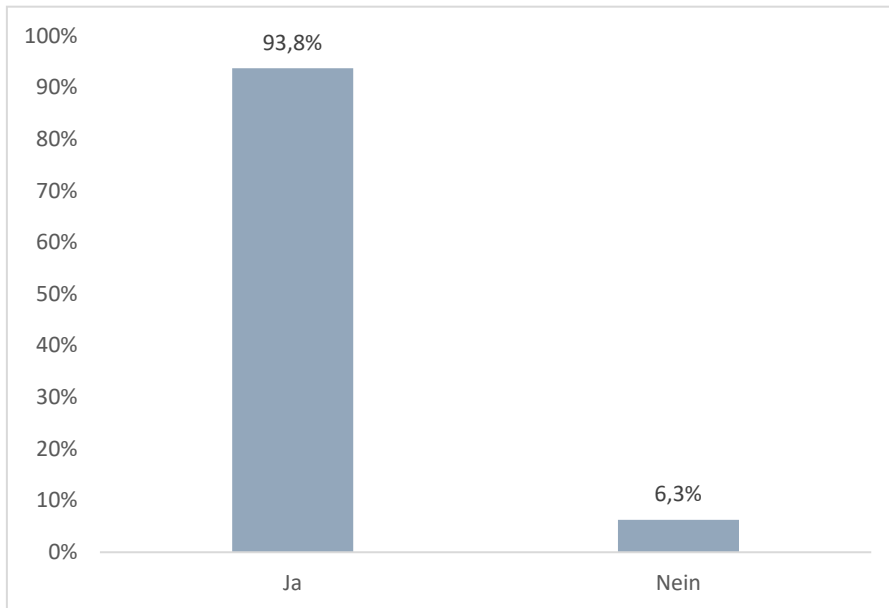
<b>1</b>	<b>Grafische Auswertung des quantitativen Parts der schriftlichen Anhörung .....</b>	<b>3</b>
1.1	Transformationsnetzwerke: Stakeholder und Beteiligte im Transformationsnetzwerk.....	4
1.2	Transformationsnetzwerke: Bekanntheit und Reichweite der Transformationsnetzwerke.....	5
1.3	Weiterbündungsverbände: Stakeholder und Beteiligte im Weiterbündungsverbund.....	7
1.4	Weiterbündungsverbände: Bekanntheit und Reichweite der Weiterbündungsverbände .....	8
<b>2</b>	<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>10</b>

## **1 Grafische Auswertung des quantitativen Parts der schriftlichen Anhörung**

In diesem Dokument sind die grafischen Auswertungen zu den Fragen nach den Stakeholdern und Beteiligten der Transformationsnetzwerke und Weiterbildungsverbände sowie die Auswertungen zur Bekanntheit und Reichweite der jeweils 16 befragten Initiativen zu finden.

## 1.1 Transformationsnetzwerke: Stakeholder und Beteiligte im Transformationsnetzwerk

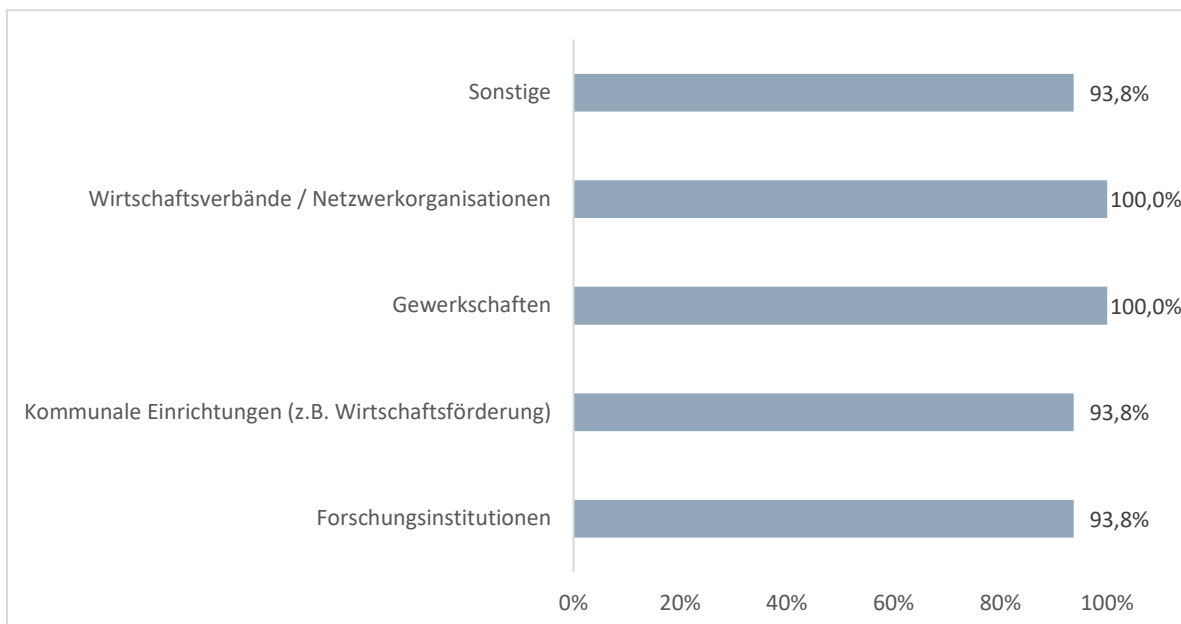
Abbildung 1: Richten sich Ihre Aktivitäten mehrheitlich an die Automobilindustrie?



N=16

Quelle: Schriftliche Anhörung der Transformationsnetzwerke, Frage Nr. 1.1

Abbildung 2: Welche Stakeholdergruppen sind in Ihrem Netzwerk als aktive Teilnehmer bzw. Konsortialpartner beteiligt?



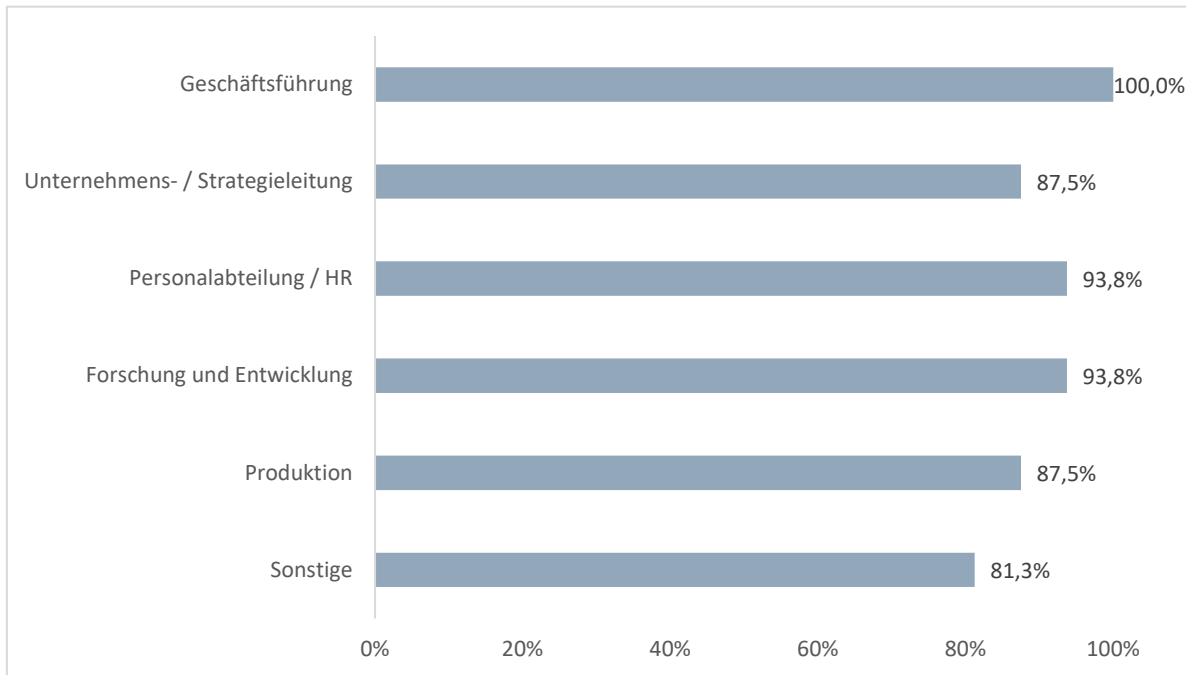
N=16 / N=15 bei „Sonstiges“

Quelle: Schriftliche Anhörung der Transformationsnetzwerke, Frage Nr. 1.2



## 1.2 Transformationsnetzwerke: Bekanntheit und Reichweite der Transformationsnetzwerke

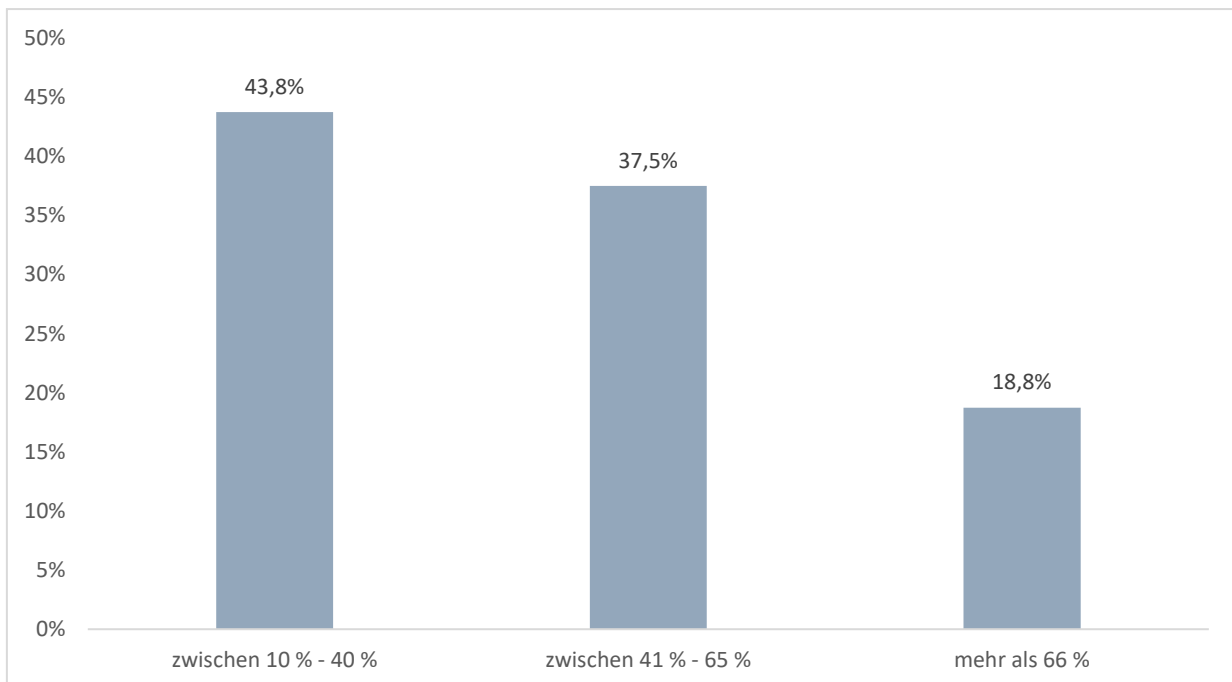
Abbildung 3: Welche Ansprechpartner erreichen Sie in den Unternehmen und Organisationen?



N=16

Quelle: Schriftliche Anhörung der Transformationsnetzwerke, Frage Nr. 2.1

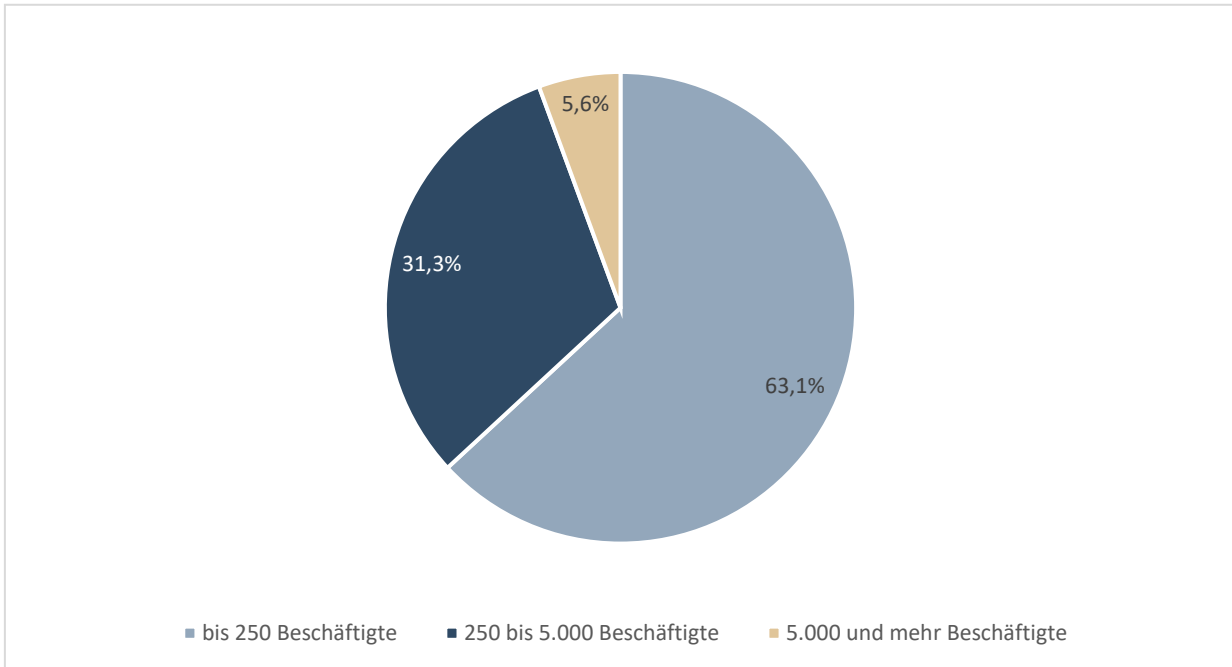
Abbildung 4: Wie hoch schätzen Sie die Resonanz ein, auf die Ihr Transformationsnetzwerk vor Ort trifft. Wie viel Prozent der betroffenen Unternehmen erreichen Sie?



N=16

Quelle: Schriftliche Anhörung der Transformationsnetzwerke, Frage Nr. 2.2

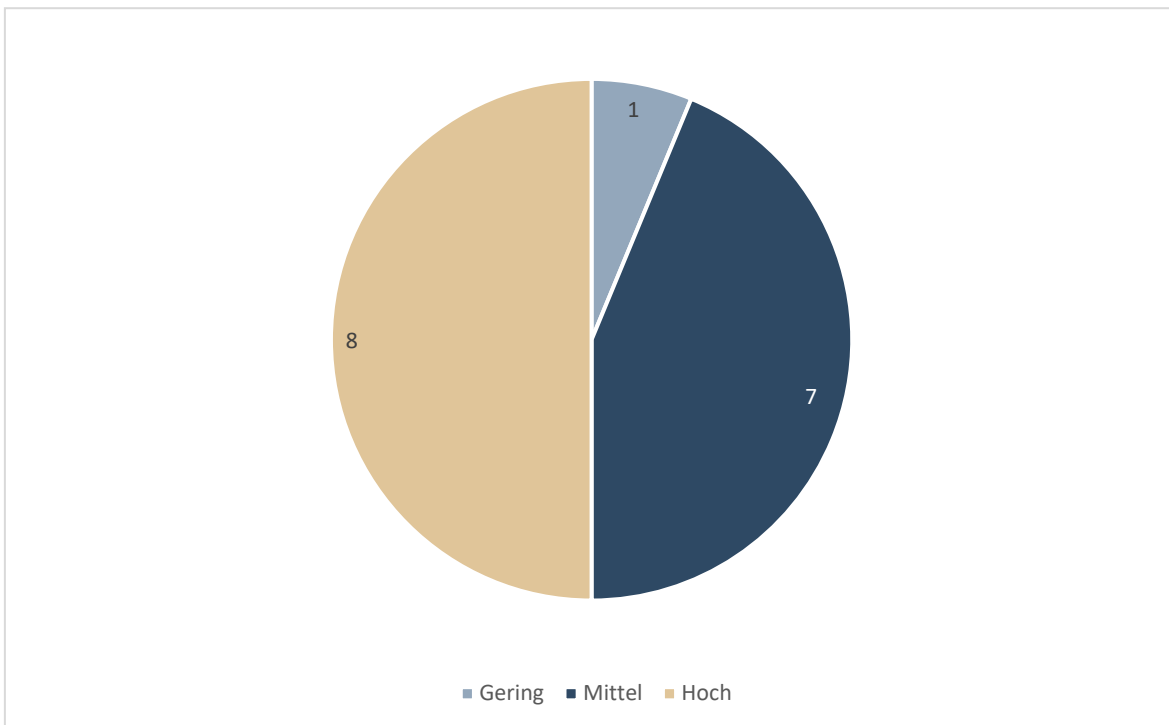
**Abbildung 5: Wie verteilen sich in etwa die Unternehmen, die sich für die Arbeit Ihres Transformationsnetzwerks interessieren, auf folgende Größenklassen?**



N=16

Quelle: Schriftliche Anhörung der Transformationsnetzwerke, Frage Nr. 2.3

**Abbildung 6: Wie hoch schätzen Sie die Nachfrage nach den von Ihnen angebotenen Veranstaltungen im Durchschnitt ein?**

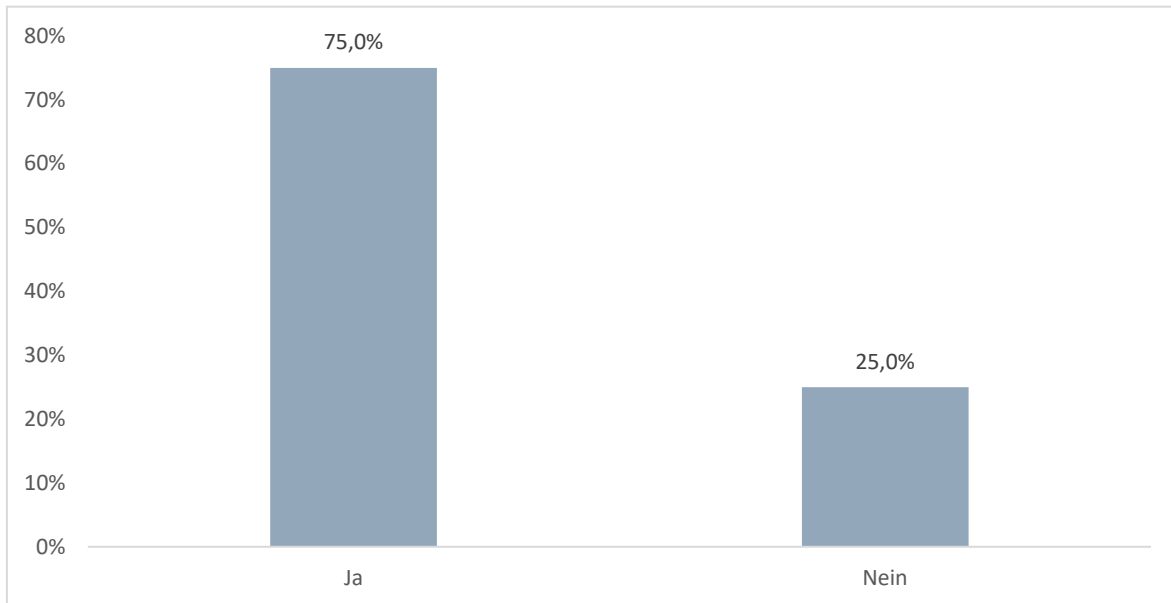


N=16

Quelle: Schriftliche Anhörung der Transformationsnetzwerke, Frage Nr. 2.4

### 1.3 Weiterbildungsverbände: Stakeholder und Beteiligte im Weiterbildungsverbund

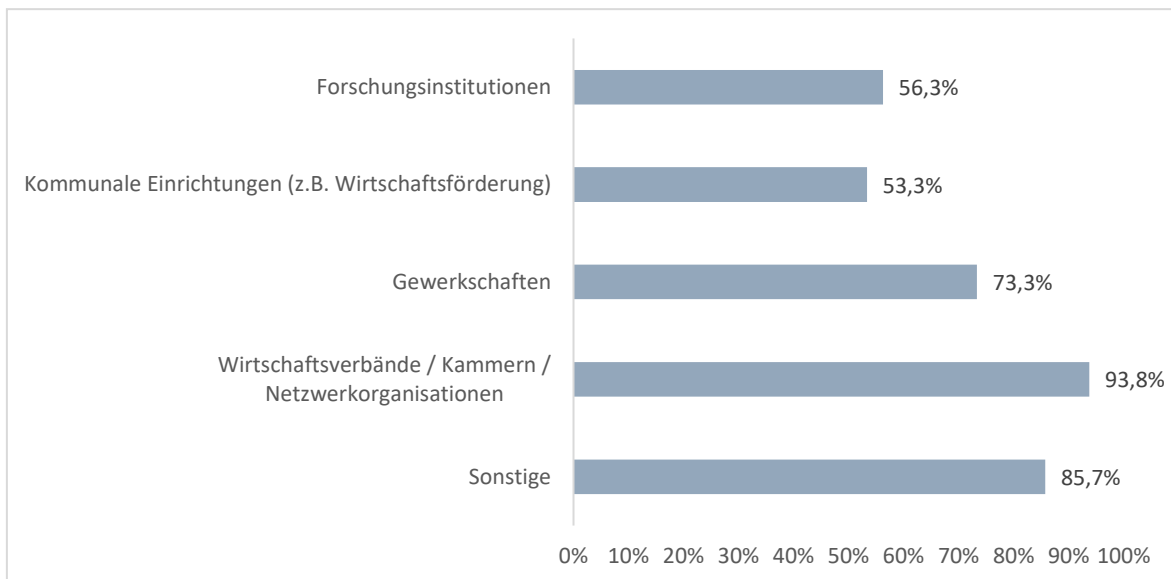
Abbildung 7: Richten sich Ihre Aktivitäten mehrheitlich an die Automobilbranche?



N=16

Quelle: Schriftliche Anhörung der Weiterbildungsverbände, Frage Nr. 1.1

Abbildung 8: Welche Stakeholdergruppen sind in Ihrem Verbund als aktive Teilnehmer bzw. Konsortialpartner beteiligt?

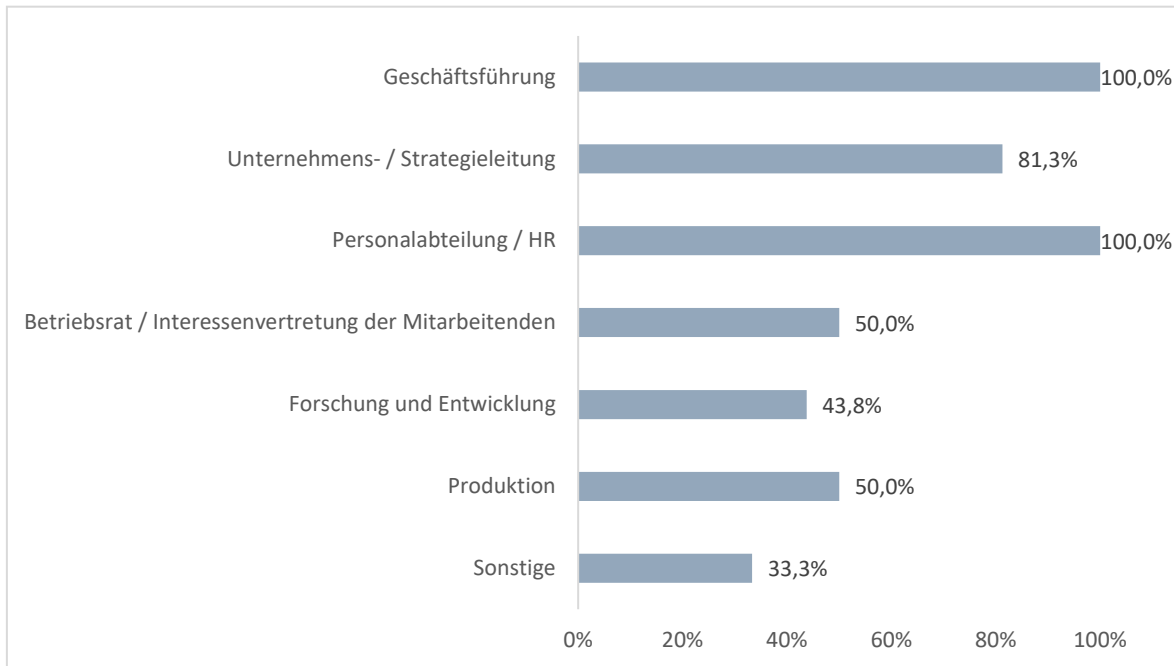


N=16

Quelle: Schriftliche Anhörung der Weiterbildungsverbände, Frage Nr. 1.2

## 1.4 Weiterbildungsverbände: Bekanntheit und Reichweite der Weiterbildungsverbände

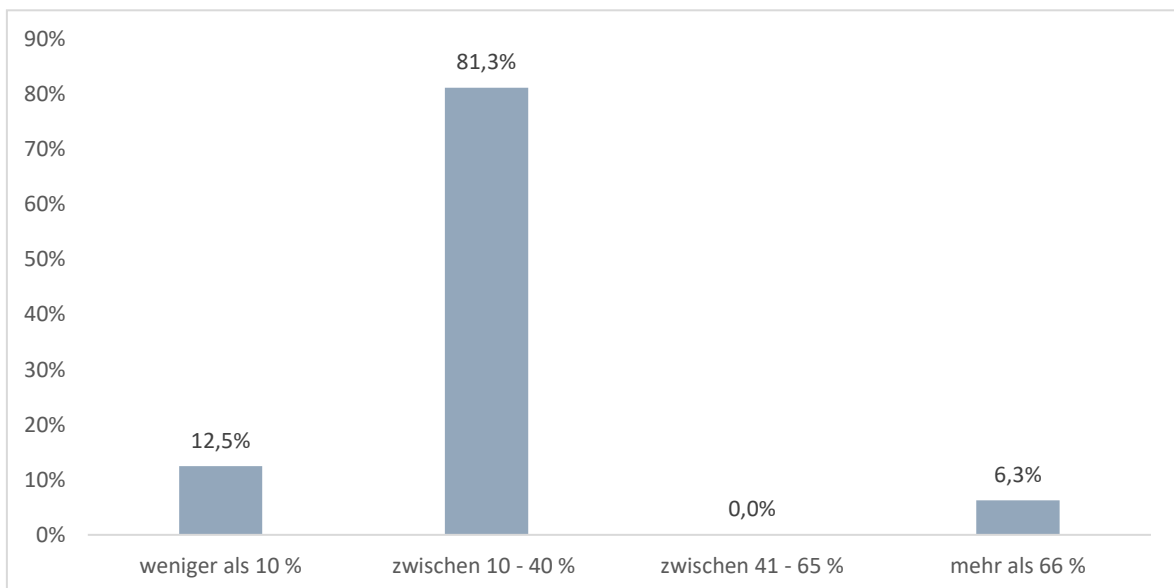
Abbildung 9: Welche Ansprechpartner erreichen Sie in den Unternehmen und Organisationen?



N=16 / N=9 bei „Sonstiges“

Quelle: Schriftliche Anhörung der Weiterbildungsverbände, Frage Nr. 2.1

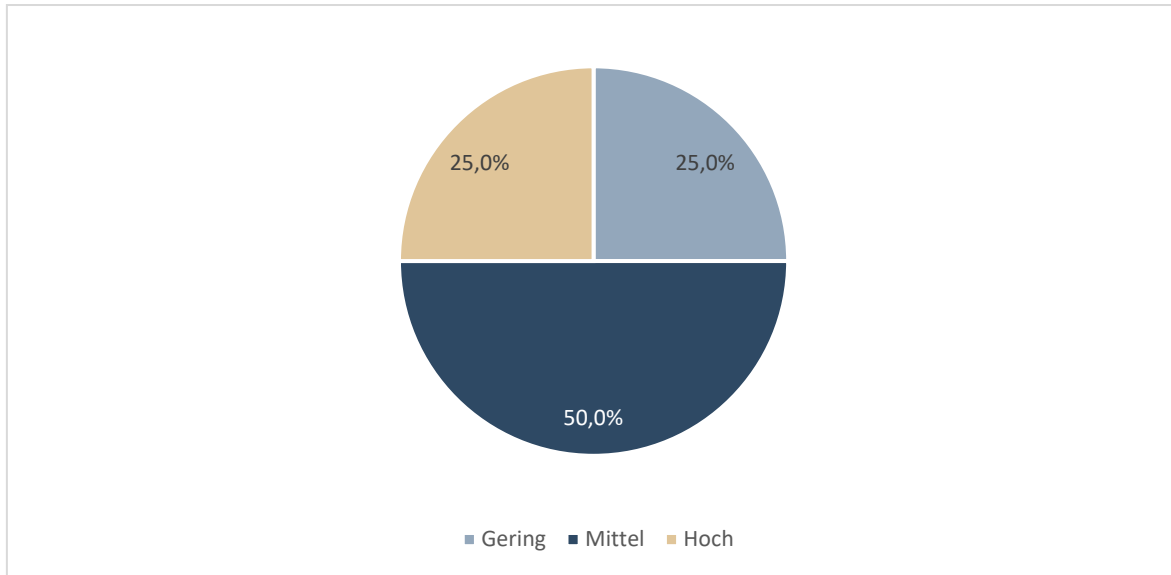
Abbildung 10: Wie hoch schätzen Sie die Resonanz ein, auf die Ihr Weiterbildungsverbund vor Ort trifft?



N=16

Quelle: Schriftliche Anhörung der Weiterbildungsverbände, Frage Nr. 2.2

Abbildung 11: Wie hoch schätzen Sie die Nachfrage nach den von Ihnen angebotenen Veranstaltungen ein?



N=16

Quelle: Schriftliche Anhörung der Weiterbildungsverbände, Frage Nr. 2.4

## 2 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Richten sich Ihre Aktivitäten mehrheitlich an die Automobilindustrie?.....	4
Abbildung 2: Welche Stakeholdergruppen sind in Ihrem Netzwerk als aktive Teilnehmer bzw. Konsortialpartner beteiligt? .....	4
Abbildung 3: Welche Ansprechpartner erreichen Sie in den Unternehmen und Organisationen?.....	5
Abbildung 4: Wie hoch schätzen Sie die Resonanz ein, auf die Ihr Transformationsnetzwerk vor Ort trifft. Wie viel Prozent der betroffenen Unternehmen erreichen Sie? .....	5
Abbildung 5: Wie verteilen sich in etwa die Unternehmen, die sich für die Arbeit Ihres Transformationsnetzwerks interessieren, auf folgende Größenklassen?.....	6
Abbildung 6: Wie hoch schätzen Sie die Nachfrage nach den von Ihnen angebotenen Veranstaltungen im Durchschnitt ein?.....	6
Abbildung 7: Richten sich Ihre Aktivitäten mehrheitlich an die Automobilbranche?.....	7
Abbildung 8: Welche Stakeholdergruppen sind in Ihrem Verbund als aktive Teilnehmer bzw. Konsortialpartner beteiligt? .....	7
Abbildung 9: Welche Ansprechpartner erreichen Sie in den Unternehmen und Organisationen?.....	8
Abbildung 10: Wie hoch schätzen Sie die Resonanz ein, auf die Ihr Weiterbildungsverbund vor Ort trifft?.....	8
Abbildung 11: Wie hoch schätzen Sie die Nachfrage nach den von Ihnen angebotenen Veranstaltungen ein? .....	9