Harm Kuper

Die Öffentlichkeit der betrieblichen Weiterbildung – Vorschläge zur Strukturierung eines Themenfeldes

1. Einleitung

Der Begriff der Öffentlichkeit ist für die Beschreibung einiger Segmente der institutionalisierten Weiterbildung hinlänglich bekannt (vgl. Brödel 1988; Wittpoth 1997). Er kennzeichnet eine Rechtsform in der sehr heterogenen Trägerstruktur der Weiterbildung. Auf die betriebliche Weiterbildung treffen dessen Attribute nicht zu – sie ist nicht öffentlich, sondern privat – und fast fühlt man sich dadurch provoziert, im Titel des Beitrags schon dessen Ende zu erkennen. Gleichwohl soll hier der Versuch unternommen werden, Potentiale des Begriffs Öffentlichkeit für die betriebliche Weiterbildung in tentativer Absicht aufzuzeigen.

Die rechtliche Unterscheidung von Öffentlichkeit und Privat zieht eine eindeutige Trennungslinie, zu der die Systemgrenze der betrieblichen Weiterbildung parallel zu verlaufen scheint. Ein kurzer Blick in die rechtlichen Grundlagen der Weiterbildung – die Öffentlichkeit im Sinne kollektiver Verantwortung und Entscheidung sichern – kann das bestätigen. Die Weiterbildungsgesetze der Länder (vgl. Rohlmann 1994) beruhen auf Ordnungsgrundsätzen, die eine institutionelle Förderung der betrieblichen Weiterbildung ausschließen:

- Die betriebliche Weiterbildung verfolgt nicht das Ziel einer flächendeckenden Versorgung mit Angeboten der Weiterbildung;
- die betriebliche Weiterbildung steht in enger Abhängigkeit zum Betrieb und kann als Organisation keine Selbständigkeit beanspruchen;
- die betriebliche Weiterbildung bietet keinen prinzipiell offenen Zugang für alle Personen der Bevölkerung.

Die betriebliche Weiterbildung bleibt damit ein vollständig privater Initiative überlassenes Segment, das gegenüber kollektiven Prozessen der Entscheidungsfindung und Legitimation autonom ist. Rahmungen erfährt die Autonomie der Betriebe in Hinblick auf Weiterbildung durch die Bildungsurlaubsgesetze, das Betriebsverfassungs- und das Arbeitsförderungsgesetz. Diese Gesetze wirken allerdings nicht positiv gestaltend auf die betriebliche Weiterbildung, sondern sie schützen die Weiterbildungsmotive der Beschäftigten in den Betrieben vor einer einseitig an den Interessen der Betriebe ausgerichteten Verfügung über Arbeitszeit.

In der rechtlichen Regulierung der Weiterbildung ist die Öffentlichkeit ein den Betrieben und der betrieblichen Weiterbildung äußerlicher Bereich, von dem kein direkter Einfluss durch Regulierung oder Unterstützung auf die betriebliche Weiterbildung

ausgeht. Vielmehr bieten rechtliche Regulierungen privaten Einzelpersonen Gewährleistungen für die Teilhabe an einer Öffentlichkeit, der die Betriebe nicht angehören.

Wesentlich weniger eindeutig fällt die Abgrenzung zwischen betrieblicher Weiterbildung und Öffentlichkeit aus, wenn anstelle des Gegenbegriffs „Privat“ der Gegenbegriff „Geheim“ die Überlegungen leitet. Er markiert nicht eine durch Regelungsansprüche gekennzeichnete Grenzziehung, sondern eine soziale. Öffentlichkeit umfasst in dieser Unterscheidung nach Peters (1994, S. 44) das, „was vor aller Augen geschieht und in aller Munde ist“. Mit dieser – sehr viel unschärferen – Unterscheidung betrachtet, erhält die betriebliche Weiterbildung durch die Menge ihrer Teilnehmer und die von den Betrieben erbrachten Leistungen für die Förderung der Weiterbildung erhebliche öffentliche Bedeutung. Den Angaben aus dem Berichtssystem Weiterbildung VII (Kuwan/Gnahs/Seidel 2000, S. 206) folgend, waren im Jahre 1997 bundesweit 27% aller Teilnahmefälle an Weiterbildung der betrieblichen Weiterbildung zuzurechnen. Eines der exklusivsten Segmente der Weiterbildung inkludiert damit den größten Teil der Weiterbildungsteilnehmer. Eine ähnliche Beobachtung gibt es bezüglich der Ressourcen für den Aufbau und Erhalt institutioneller Strukturen in der Weiterbildung. Nach einer Darstellung von Krekel/Kath (1999) brachten Betriebe im Jahr 1995 über die Hälfte der für Weiterbildung ausgegebenen Mittel auf. Trotz des privaten Charakters, den die betriebliche Weiterbildung aufgrund ihrer formalen Verfasstheit, ihrer Exklusivität und ihrer Distanz zum Ziel des institutionellen Aufbaus der Weiterbildung zum quartären Sektor des Bildungssystems hat, ist sie durch ihren quantitativen Umfang von öffentlichem Belang.

Diese Gegenüberstellung zeigt, dass die Frage nach der Öffentlichkeit der betrieblichen Weiterbildung in die Frage nach der Grenze betrieblicher Weiterbildung mündet. Sowohl für betriebsinterne als auch für betriebsexterne Relationen ist damit die Frage nach ihrer Funktion verbunden. Aus dieser Perspektive steht das deskriptive und analytische Potential des Öffentlichkeitsbegriffs für die Beschreibung und Definition der Grenzen betrieblicher Weiterbildung zur Diskussion. Sie kann sich durch unterschiedliche Konzepte der Öffentlichkeit aus einer primär normativ geführten Diskussion um die Autonomie der betrieblichen Weiterbildung (vgl. Seitz 1997, S. 40ff.) anregen lassen. Auf der einen Seite stehen Positionen, die eine Installation von Elementen öffentlicher Kontrolle bzw. Steuerung für die betriebliche Weiterbildung fordern. Getragen werden sie von der Zielsetzung, die betriebliche Weiterbildung für ein sozialemanzipatorisches Verständnis von Qualifizierung zu gewinnen und den mit dem Bedeutungsgewinn der Weiterbildung gegenüber der Erstausbildung einhergehenden Kontrollverlust über Prozesse der beruflichen Bildung zu kompensieren. Dabei sollen entweder rechtliche Regulierungen oder tarifvertragliche Bindungen die Wahrung öffentlicher Interessen gegenüber betrieblichen Verwertungsinteressen garantieren. Öffentlichkeit meint hier die zentralisierte Repräsentanz von Arbeitnehmerinteressen gegenüber den betrieblichen Interessen. Das unterliegende Modell ist eines der Aggregation individueller Interessen der Arbeitnehmer zu der Fiktion eines Kollektivinteresses, das wiederum gegenüber den Partikularinteressen der Betriebe positioniert wird. Öf-

fentlichkeit wird darüber zum Garant einer Rationalität, die von einzelnen Akteuren nicht aufgebracht oder durchgesetzt werden kann.

Dem gegenüber steht die Überzeugung, dass die Qualität betrieblicher Weiterbildung – nämlich flexibel auf Erfordernisse einer wechselseitigen Passung von Qualifikationsanforderungen und Qualifikation reagieren zu können – durch zentrale Regulierungsversuche zerstört würde. Dem korrespondiert ein Regulationsmodell, in dem Verantwortung für die Gestaltung der betrieblichen Weiterbildung beim betrieblichen Management verbleibt, das Weiterbildung als Investition behandelt. Vor diesem Hintergrund bekommt eine andere Öffentlichkeit regulativen Einfluss auf die betriebliche Weiterbildung – nämlich die des Marktes. Sie soll erstens – als Markt für Produkte und Dienstleitungen – eine betriebsinterne Optimierung der Qualifikationsstruktur bewirken, um die Konkurrenzfähigkeit von Betrieben zu sichern; und sie soll zweitens – als Arbeitsmarkt – einen Austausch von Qualifikationen über die Grenzen von Betrieben hinweg ermöglichen. In diesem Modell verhalten sich die Individuen (Betriebe/Arbeitnehmer) rational zu den wechselnden Bedingungen einer Öffentlichkeit, die ihrerseits keine Rationalität mehr beanspruchen kann, sondern aus dem Aufeinandertreffen individueller Interessen emergiert. In dieser Eigenschaft bietet die Öffentlichkeit eine Plattform der wechselseitigen Beobachtung von Akteuren und der Selektion erfolgreicher individueller Handlungsstrategien.

In der normativen Auseinandersetzung um unterschiedliche Regulationsmodelle für die betriebliche Weiterbildung sind einige Aspekte enthalten, die zur Spezifikation der Frage beitragen, inwiefern sich mit dem Begriff der Öffentlichkeit die Grenze und Funktion betrieblicher Weiterbildung bestimmen lassen. Formal betreffen sie die (Interessen-)Konstellation und den Einfluss von Akteuren sowie die Kapazitäten der Informationsverarbeitung, Koordination und Steuerung durch Öffentlichkeit. Im Folgenden sollen einige Ergebnisse aus einer empirischen Fallstudie zur betrieblichen Weiterbildung skizziert werden, die sich an den genannten Aspekten orientieren. Dabei wird zunächst eine auf die Innenseite des Betriebes gerichtete Betrachtungsweise der betrieblichen Weiterbildung verfolgt und in einem zweiten Schritt wird die betriebliche Weiterbildung vor dem Hintergrund des Verhältnisses zwischen Betrieb und externer Öffentlichkeit thematisiert.

2. Betriebsinterne Öffentlichkeiten der betrieblichen Weiterbildung

Die folgenden Betrachtungen sind einer Einzelfallstudie zur betrieblichen Weiterbildung eines Industrieunternehmens entnommen, die 1995 in den Neuen Bundesländern durchgeführt wurde. Sie stellt eine Momentaufnahme aus der Transformation von einem planwirtschaftlich verwalteten Kombinat zu einem marktwirtschaftlich ausgerichteten Unternehmen dar (vgl. ausführlich Kuper 2000). Diese exzeptionelle Situation wirft ein besonderes Licht auf die betriebliche Weiterbildung und die Frage nach ihrer Öffentlichkeit. Im Zuge des strukturellen Umbaus ehemaliger Volkseigener Be-

triebe wurden Funktionen der betrieblichen Weiterbildung akzentuiert, die im Zusammenhang mit der Legitimation des Strukturwandels gegenüber der Belegschaft stehen. Die betriebliche Weiterbildung übernimmt damit klassische Funktionen der Öffentlichkeit, indem sie für die Herstellung von Transparenz im Wandel, für die Validierung eines neuen Modus betrieblich organisierter Arbeit und für Orientierung in der Belegschaft sorgen soll (zu den Funktionen der Öffentlichkeit vgl. Neidhardt 1994, S. 8f.).

Besondere Aufmerksamkeit wird in der folgenden Darstellung auf die Variation der Konstellationen zwischen innerbetrieblicher Öffentlichkeit und betrieblicher Weiterbildung gerichtet. Unter innerbetrieblicher Öffentlichkeit wird hier eine Sphäre verstanden, in der Zugänge zu Informationen nicht mehr durch hierarchische Positionen oder fachliche Expertise restringiert, sondern prinzipiell für die gesamte Belegschaft des Unternehmens offen sind. Diese Zugänglichkeit kann durch Verlautbarung, durch die Eröffnung variierender Austauschverhältnisse oder durch Diskursivität hergestellt werden. Unter dem Gesichtspunkt des Einflusses unterschiedlicher Akteure ist das Ausmaß an Zentralität und Hierarchisierung der Entscheidungen über Themen, Teilnahme oder Förderung der betrieblichen Weiterbildung von Bedeutung.

a) Weiterbildung als Präsentation des Managements in der betrieblichen Öffentlichkeit

Ein Bündel sehr deutlich zentralisierter und durch die Unternehmensleitung verfügter Entscheidungsprämissen zur betrieblichen Weiterbildung betraf die Führungskräfte des Unternehmens. Verschiedene Indikatoren sprechen dafür, dass diese Gruppe im Fokus besonderer Aufmerksamkeit einer zentralisierten Weiterbildungsplanung lag:

- Die Teilnahme an Managementtrainings war für alle Führungskräfte obligatorisch, die bereits vor der Wende im Betrieb gearbeitet hatten;
- der Weiterbildungsplanung für die Managementtrainings lag eine zentralisierte Bedarfserfassung zugrunde;
- die Teilnahme an Managementtrainings wurde nahezu vollständig vom Unternehmen finanziert, während in anderen thematischen Bereichen der Weiterbildung Mischfinanzierungen gehäuft auftraten.

Angesichts der sehr skeptischen Äußerungen von Führungskräften über den praktischen Nutzen dieser Fortbildung in ihrem Arbeitsalltag und angesichts der Kritik an einer mangelnden Rückkopplung der Managementtrainings mit den individuellen Arbeitserfahrungen der Führungskräfte, lässt sich die Funktion dieses Weiterbildungstyps nur unter Einschränkung mit der Förderung individueller Kompetenzen beschreiben. Anstelle dessen dominieren Sinnzuschreibungen, denen zufolge die primäre Funktion der Managementtrainings darin bestand, Führungskräfte in die Aufmerksamkeit einer betriebsinternen Öffentlichkeit zu stellen. Weiterbildung war hier ein Mittel der Inszenierung bzw. Herstellung von Öffentlichkeit. Dabei kam es weniger auf die *Vermittlung* fachlicher Kompetenz, als auf die *Symbolisierung* fachlicher Kompetenz an, die ihrerseits Grundlage war, um Personen mit Führungsaufgaben in der Unternehmensstruktur als Zentren der Verantwortlichkeit und unspezifisch bleibender Entscheidungs-

kompetenz zu profilieren. Hintergrund dafür war der mit hoher Unsicherheit verbundene Prozess der Neustrukturierung des Unternehmens. In ihm mussten so widersprüchliche Aufgaben wie die Förderung einer ergebnisoffenen Entwicklungsdynamik bei gleichzeitiger Beachtung struktureller Kontinuitäten oder der Erhalt der Mitarbeitermotivation bei gleichzeitiger Bedrohung durch Massenentlassungen integriert werden. Aufgrund des diffusen Charakters dieser Aufgaben waren keine vorstrukturierten Schemata oder Strategiemuster verfügbar, die zu ihrer Lösung beitrugen. Gleichzeitig musste aber für den Wandel des Unternehmens ein hohes Maß an sozialer Bindung und Legitimation hergestellt werden. Dem diffusen Charakter dieser Aufgabe entsprach der diffuse Charakter der betriebsinternen Öffentlichkeit, die mittels der Managementtrainings geschaffen wurde. Die Trainings zielten darauf ab, Führungskräfte mit einer Aura der Autorität auszustatten, mit der erstens die Akzeptanz von Entscheidungen gesichert werden sollte und zweitens eine Appellationsinstanz geschaffen wurde, die von der Geschäftsführung und der Belegschaft für die Zurechnung von Verantwortung genutzt werden konnte. Es waren hauptsächlich zwei Merkmale der Managementtrainings, mit denen die betriebsöffentliche Aufmerksamkeit auf die Führungskräfte gelenkt wurde: Erstens die hohe Exklusivität der Teilnahme an Managementkursen; zweitens die Ausrichtung vieler Managementkurse auf habituelle Dispositionen der Führungskräfte, mit denen eine persönliche Verantwortung für die Umstellung von einem bürokratisch gelenkten Kombinat auf ein marktwirtschaftlich agierendes Unternehmen konstruiert wurde.

b) Weiterbildung als Voraussetzung für die Nutzung von Medien der betriebsöffentlichen Kommunikation

Von erheblichem Einfluss auf die Struktur betriebsinterner Öffentlichkeit waren Tendenzen zur Dezentralisierung der betrieblichen Organisation. Einerseits schränkten sie die Entstehung betriebsinterner Öffentlichkeit durch die Unterteilung von Unternehmen in kleine Einheiten mit eigener wirtschaftlicher Verantwortung ein; andererseits wurden mit der Dezentralisierung Medien der unternehmensinternen Kommunikation (bspw. über Controlling) und Mechanismen der Kontrolle (bspw. Profitcenter) installiert, die sich an einem abstrakten Modell interner Öffentlichkeit orientierten – nämlich dem Modell unternehmensinterner Märkte, auf denen die Leistungen einzelner Abteilungen nach ökonomischen Kriterien bewertet und ausgetauscht werden. Ungeachtet der spezifischen Leistungen, die einzelne Abteilungen erbringen, erfolgt darin eine Steuerung von Unternehmen über das generalisierende Kommunikationsmedium Geld und über die Verfahren, mit denen Kostenverantwortung (teilweise sogar unternehmerische Verantwortung) an einzelne Einheiten eines Unternehmens delegiert wird. Einen öffentlichen Charakter bekommen diese Steuerungskonzepte, weil sie den Ideen einer wechselseitigen Transparenz von Kosten und der Aushandelbarkeit von Preisen folgen, um auf dieser Grundlage betriebsintern Lieferanten-Kunden-Beziehungen etablieren zu können. In diesem thematischen Kontext erfüllte betriebliche Weiterbildung im untersuchten Fall eine typische Aufgabe der Bildung in Relation zur Öffentlichkeit, indem sie für (ökonomisch) nicht vorgebildetes Personal die Voraussetzungen der Beteiligung an der (unternehmensinternen) Kommunikation legte. Die Entschei-

dungsprämissen, mit denen im Unternehmen die Weiterbildungsteilnahme im Zusammenhang mit der Implementation ökonomischer Kontrollmechanismen gesteuert wurde, waren in erster Linie zentralistisch durch die Unternehmensleitung gesetzt. Die Teilnahme erfuhr ein hohes Maß an generalisierter Unterstützung durch Finanzierung und zeitliche Freistellung; für die individuelle Teilnahme waren damit günstige Voraussetzungen geschaffen. Der an die Belegschaft gerichtete Erwartungsdruck, sich gegebenenfalls in Themenbereichen wie Kostenrechnung, Controlling und diesbezüglicher EDV-Software weiterzubilden, war hoch, ohne dass es eine Verpflichtung zur Teilnahme gab.

c) Berufsspezifische Weiterbildung im Betrieb – Indifferenz gegenüber der betriebsinternen Öffentlichkeit

Die deutlichste Distanz zwischen einem thematischen Feld der betrieblichen Weiterbildung und der betriebsinternen Öffentlichkeit ließ sich aus der vorliegenden Fallstudie heraus für den Bereich der Weiterbildung von Mitarbeitern in der Produktion bzw. Produktentwicklung feststellen. Zwar hatten sich auch die organisatorischen und ökonomischen Rahmungen der Produktionstätigkeit im untersuchten Unternehmen im Zuge der Umorientierung zur Marktwirtschaft gewandelt, aber diese Veränderungen blieben weitgehend ohne Konsequenz für die Anforderungen, die sich aus der technischen Dimension der Arbeit ergaben. Ebenso hatten Veränderungen in der technischen Dimension kaum Rückwirkungen auf die Organisation bzw. die Mechanismen ökonomischer Steuerung des Unternehmens. Der Veränderungsdruck und die Qualifizierungserfordernisse, die sich aus technischer Innovation ergaben, waren davon entlastet, sich in der innerbetrieblichen Öffentlichkeit legitimieren zu müssen oder ihre Kompatibilität zu den neuen Steuerungsmechanismen des Unternehmens zu erweisen.

Darüber hinaus hatten die Themen der Weiterbildung von Facharbeitern und Ingenieuren in der Produktion einen so hochspezifizierten fachlichen Gehalt, dass sie in einem öffentlichen Kontext unternehmensinterner Kommunikation keine Resonanz finden konnten. Vor diesem Hintergrund wurden Entscheidungen über die Teilnahme an betrieblicher Weiterbildung im technischen Themenfeld von den individuell betroffenen Personen im kollegialen Rahmen bzw. mit unmittelbaren Vorgesetzten abgestimmt. Das allgemeine Interesse des Unternehmens an diesem Typ der Weiterbildung wurde zwar über eine weit reichende finanzielle Unterstützung und Freizeitausgleich deutlich; es gab allerdings in diesem Bereich keine Form des regulativen Zugriffs auf die Weiterbildungsbeteiligung mehr. Das wurde daran deutlich, dass bereits bei Facharbeitern kaum noch Bedarfserhebungen vorgenommen wurden und mit zunehmendem Qualifikationsniveau die Durchführung von Bedarfserhebungen fast vollständig unterblieb.

Als regulierendes Moment für die Weiterbildungsteilnahme wirkte unter diesen Voraussetzungen die Expertenschaft der Facharbeiter und Ingenieure. Von dieser Expertenschaft ausgehend erschlossen sich Formen und Aspekte einer Öffentlichkeit, die kaum noch mit der innerbetrieblichen Öffentlichkeit kompatibel sind. Erstens wurden

die Qualifizierungsanliegen von Facharbeitern und Ingenieuren in den überbetrieblichen Kontext beruflicher und fachlich/wissenschaftlicher Öffentlichkeiten gestellt; zweitens erlaubte die Expertenschaft innerhalb des Unternehmens das Einnehmen einer diskursiven Position, von der aus Weiterbildungsinteressierte mit sachbezogenen Argumenten für ihre Weiterbildungsteilnahme eintreten konnten. Dieses diskursive Element kann allerdings kaum als ein Charakteristikum betriebsinterner Öffentlichkeit gekennzeichnet werden, da seine Funktion nur auf sehr kleine, durch fachliche Expertise definierte Mitarbeitergruppen begrenzt blieb.

3. Betriebsexterne Öffentlichkeiten der betrieblichen Weiterbildung

Betriebsexterne Öffentlichkeiten stellen eine Umwelt der Betriebe dar – entsprechend können Verbindungen, die betriebliche Weiterbildung zwischen Unternehmen und externen Öffentlichkeiten herstellt, als Leistungsbeziehungen konzipiert werden. Unter dem existenziellen Druck, den der wirtschaftliche Umbau auf die Betriebe in den Neuen Bundesländern ausübte, richteten sich Leistungen erstens auf die Frage der Versorgung, betrieblichen Reintegration und Qualifizierung der Arbeitskräfte, die von Massenentlassungen betroffen waren; ein zweites bedeutsames Feld war der Aufbau einer ökonomischen Infrastruktur, innerhalb derer sich verbliebene oder neu gegründete Unternehmen etablieren konnten.

In der Fallstudie konnte bezüglich beider Felder beobachtet werden, wie die betriebliche Weiterbildung in den Aufbau dieser Leistungsbeziehungen einbezogen war. In Folge der Massenentlassungen in der Nachwendezeit reichte die Absorbtionskraft der öffentlichen Arbeitsmärkte nicht aus, um für die große Anzahl betroffener Personen Möglichkeiten der Qualifizierung, geschweige denn Vermittlungsperspektiven in Beschäftigung zu bieten. Die Aufgabe der Bewältigung von Massenarbeitslosigkeit hatte eine Größenordnung angenommen, die zu einer Überlastung der Arbeitsmärkte einschließlich seiner Institutionen führte. Eine der Leistungen des Arbeitsmarktes – die Unternehmen von den Folgelasten ökonomisch bedingter Entscheidungen über die Reduktion ihres Personalbestandes zu befreien – konnte nicht bewältigt werden. In dieser Situation erfolgte eine Rückdelegation der öffentlichen Aufgabe, arbeitsuchende Personen durch Qualifizierung auf den Wiedereintritt in die Erwerbsarbeit vorzubereiten, an das Unternehmen. Genutzt wurde dabei der gegenüber dem Arbeitsmarkt deutlich höhere Organisationsgrad von Unternehmen, der eine koordinierte, an individuellen Bedarfslagen orientierte Planung von Qualifizierungsmöglichkeiten eröffnete. Die Funktion der betrieblichen Weiterbildung verschob sich dabei vom Erhalt der qualifikatorischen Bedingungen für die betriebliche Aufgabenerfüllung auf die Reproduktion von Qualifikationsstrukturen auf dem Arbeitsmarkt. Freilich konnte die Rückdelegation dieser öffentlichen Aufgabe an das Unternehmen nur durch öffentliche Subventionen gesichert werden, die wiederum an die Auflage der erfolgreichen Vermittlung einer festgelegten Anzahl von Personen aus den innerbetrieblichen Qualifizierungsprogrammen in Erwerbsarbeit verbunden war.

Das untersuchte Unternehmen ist Restbestandteil eines Kombinates, das vor der Wende für eine gesamte Region Arbeitsplätze sicherte. Mit der Zerschlagung des Kombinates hat das Unternehmen die Infrastruktur eingebüßt, die bislang die für seine Produktion erforderlichen Zulieferungen, Absatzwege aber auch den Kompetenztransfer gewährleistete. Um den Verlust dieser Infrastruktur zu kompensieren, ist die Aufgabe der Qualifizierung zu entlassenden Personals mit einer strukturpolitischen Aufgabe verkoppelt worden, die eine Ansiedlung kleiner und mittelständischer Unternehmen in der Region vorsah. Diese Unternehmen sollten ein Netzwerk von Kooperationspartnern bilden und den ehemaligen Mitarbeitern des Kombinates neue Arbeitsmöglichkeiten bieten. Für die innerbetriebliche Qualifizierung ergaben sich darüber neue Anforderungen, weil sie nun ihre inhaltliche Ausrichtung an den spezifischen Bedarfslagen anderer Unternehmen findet. Die Funktion der Weiterbildung lag dabei in der Sicherung qualifikatorischer Grundlagen für die Gründung eines Kooperationsnetzwerks.

4. Zusammenfassung und abstrahierendes Resümee

Die betriebliche Weiterbildung geht weder in Öffentlichkeit auf, noch ist sie vollständig von der Öffentlichkeit getrennt. Vielmehr ist sie ein Instrument, das in unterschiedlicher Weise Verbindungen zwischen dem Unternehmen und verschiedenen Öffentlichkeiten herstellt. Aus der Fallbeobachtung lässt sich folgende abstrahierende Beschreibung gewinnen: Im innerbetrieblichen Kontext ist die auf Belegschaften ausdehnbare Öffentlichkeit eine Sphäre, in der Bezugsprobleme mit sehr diffusem Gehalt bearbeitet werden. Dazu zählen die Sicherung von Akzeptanz für innerbetriebliche Hierarchien und die Implementation von Verfahren und Techniken der innerbetrieblichen Kommunikation. Die betriebliche Weiterbildung nimmt gegenüber der betriebsinternen Öffentlichkeit einen funktionalen Bezug ein, insofern sie der Herstellung dieser Öffentlichkeit und der Sicherung einer für die betriebsöffentliche Kommunikation erforderlichen Basis individueller Kompetenzen dient. Die betriebliche Weiterbildung wird dabei selbst nicht Thema der betriebsinternen Öffentlichkeit. Vielmehr nutzt die Unternehmensleitung betriebliche Weiterbildung als Medium der Verlautbarung oder der Festlegung von Kommunikationsverfahren, über die eine kontrollierte Herstellung der betriebsinternen Öffentlichkeit erfolgt. Diskursive, durch hierarchische Kontrolle nicht mehr direkt gebundene Elemente gewinnt die Auseinandersetzung um die betriebliche Weiterbildung nur in Bereichen, in denen sie aufgrund ihrer hohen Bindung an fachliche Expertise der innerbetrieblichen Öffentlichkeit entzogen und damit auf kleine Personengruppen und technische Sachfragen begrenzt ist. In der überbetrieblichen Öffentlichkeit dagegen ist die Weiterbildung selbst ein Thema der Auseinandersetzung, weil sie auf Arbeitsmärkten und in wirtschaftlichen Netzwerken, die als Öffentlichkeiten keiner zentralen Regulationskompetenz unterliegen, mit dazu beitragen kann, dass punktuelle Verhältnisse der Kooperation und des Leistungsaustauschs entstehen. Sofern sich betriebliche Weiterbildung nicht nur am betriebsintern erforderlichen Bedarf der Qualifikationen und Personalentwicklung orientiert, kann sie als Ele-

ment für die Konstitution von Öffentlichkeiten angesehen werden, die privatwirtschaftlich organisierte Unternehmen notwendig für ihre Tätigkeit voraussetzen müssen. Die Funktionalität dieser Form betrieblicher Weiterbildung ist von einem Mindestmaß an Transparenz abhängig, indem Fragen der Anerkennung innerbetrieblich erworbener Qualifikationen oder der Definition erforderlicher Qualifikationsstrukturen für die Entwicklung von wirtschaftlichen Netzwerken einem Diskurs zwischen den privatwirtschaftlich handelnden Akteuren anheim gestellt werden. Insofern müssen zur Steuerung der betrieblichen Weiterbildung auch die privaten Akteure um ihres privaten Interesses willen in eine Sphäre der Öffentlichkeit eintreten. Offen bleibt dann die Frage, wie betriebsübergreifende und -interne Öffentlichkeiten im Interesse der Gestaltung der betrieblichen Weiterbildung miteinander verkoppelt werden können.

Literatur

Brödel, R.: Öffentliche Erwachsenenbildung – Studium und Beruf. Hannover 1988

Krekel, E./Kath, F.: Was ist berufliche Bildung in Deutschland wert? Bielefeld 1999

Kuper, H.: Weiterbildung im sozialen System Betrieb. Frankfurt a.M. 2000

Kuwan, H./Gnahs, D./Seidel, S.: Berichtssystem Weiterbildung VII. Bonn 2000

Neidhardt, F.: Öffentlichkeit, öffentliche Meinung und soziale Bewegung. In: Ders. (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegung. 34. Beiheft der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen 1994, S. 7–41

Peters, B.: Der Sinn von Öffentlichkeit. In: Neidhardt, F. (Hrsg.): Öffentlichkeit, öffentliche Meinung, soziale Bewegung. 34. Beiheft der Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Opladen 1994, S. 42–76

Rohlmann, R.: Weiterbildungsgesetze der Länder. In: Tippelt, R. (Hrsg.): Handbuch der Erwachsenenbildung/Weiterbildung. Opladen 1994, S. 356–371

Seitz, B.: Tarifierung von Weiterbildung. Opladen 1997

Wittpoth, J.: Recht, Politik und Struktur der Weiterbildung. Baltmannsweiler 1997