

Petra Arenberg:

Soziographische Merkmale als Determinanten von Präferenzstrukturen und Zahlungsbereitschaften für berufliche Weiterbildungsveranstaltungen

Ausgangslage und Problemstellung

Berufliche Weiterbildung besitzt eine hohe Bedeutung für Individuen in Hinblick auf Lebenschancen und die damit verbundene Konstruktion des Lebenslaufs. Überdurchschnittliche Einkommen, Status und Zufriedenheit mit Arbeitsinhalten sind determiniert durch Bildungsabschlüsse und Arbeitsqualifikationen. Weiterbildung ist somit ein integraler Bestandteil der Erwerbsbiographie.

Trotzdem ist die Teilnahmeintensität von sozialen Gruppen stark unterschiedlich und es besteht eine soziale Weiterbildungsungleichheit. Daraus ergeben sich bildungssoziologische Fragestellungen im Hinblick auf die Einflussfaktoren der individuellen Weiterbildungsentscheidungen. Neben soziographischen Merkmalen wie Alter, Geschlecht und Erwerbsstatus zeigen sich insbesondere auch finanzielle Faktoren als Bildungsbarrieren.

Entscheidungen für oder gegen eine Teilnahme an beruflicher Weiterbildung werden von den Akteuren in einer Kosten-Nutzen-Abwägung getroffen. Präferenzen werden subjektiven Begrenzungen gegenübergestellt und die zielnaheste Alternative realisiert. Zur Klärung der Bestimmungsfaktoren und Ausgestaltungen monetärer Weiterbildungsbeteiligungen verbindet diese Arbeit die bildungssoziologische Betrachtungsweise mit einer anwendungs- und praxisbezogenen Perspektive, den betriebswirtschaftlichen Anforderungen von Weiterbildungsanbietern.

Ziel und Methode

Ziel der Arbeit ist die Analyse von Präferenzstrukturen, Nutzenprofilen und Zahlungsbereitschaften für unterschiedliche Merkmale von Weiterbildungsveranstaltungen in Abhängigkeit von soziographischen Merkmalen.

Durch die Feststellung der Kundenpräferenzen und Zahlungsbereitschaften können Veränderungen der Produkt- und Preispolitik aufgrund valider Daten vorgenommen werden, um eine wettbewerbsfähige Positionierung unter den Bildungsanbietern zu erreichen.

Als Methode wird die Choice-Based Conjoint-Analyse mit Hierarchischer Bayes Schätzung angewendet. Zur Identifikation und Selektion der determinierenden Merkmale und Merkmalsausprägungen der Kaufentscheidung bei Weiterbildungsveranstaltungen werden Experteninterviews geführt.

Kontakt

Petra.Arenberg@uni-duesseldorf.de