

PRESSEINFORMATION

WB-17-09-25

WEITERBILDUNGSANBIETER PROFITIEREN VON DER DIGITALEN
TRANSFORMATION UND PASSEN IHRE BILDUNGSANGEBOTE DARAN AN

- **Digitale Transformation und Fachkräftemangel sind Wachstumstreiber für Weiterbildungsanbieter**
- **Präsenzveranstaltungen dominieren, Online- und Mixed-Formate sind jedoch weit verbreitet**
- **Lernformate entwickeln sich infolge digitaler Fortschritte und veränderter Kundenanforderungen weiter**
- **Lünendonk-Studie „Der Markt für berufliche Weiterbildung in Deutschland“ zum zwölften Mal erschienen**

Mindelheim, 17. September 2025 — Die digitale Transformation und der Fachkräftemangel wirken sich positiv auf die Nachfrage von Weiterbildungsanbietern aus. Gleichzeitig führen digitale Technologien auch dazu, dass sich Lernformate verändern und klassische Weiterbildungen um neue Formate wie Microlearning oder Gamification ergänzt werden. Präsenzveranstaltungen sind nach wie vor das knapp am häufigsten genutzte Format, aber auch Online- oder Mixed-Formate werden von vielen Weiterbildungsanbietern angeboten.

Dies sind ausgewählte Ergebnisse der Lünendonk-Studie „Der Markt für berufliche Weiterbildung in Deutschland“. Nach 15-jähriger Pause erscheint die Studie aus dem Hause Lünendonk & Hossenfelder nun zum zwölften Mal. Die Marktuntersuchung, die Weiterbildungsanbieter, deren Entwicklungen, Prognosen und Trends analysiert, ist unter www.luenendonk.de erhältlich.

Wachstumstreiber für Weiterbildungsanbieter

Zu den wichtigsten Wachstumstreibern für die Weiterbildungsanbieter zählen die digitale Transformation, die Einführung neuer digitaler Technologien und die damit verbundenen kulturellen und organisatorischen Veränderungen. Ebenso führt der Fachkräftemangel zu einer steigenden Nachfrage bei den Weiterbildungsanbietern, da die Kundenunternehmen ihre Personalressourcen effizienter einsetzen müssen und sich Job-Anforderungen verändern, was zu einem steigenden Schulungsbedarf führt.

Weiterbildungsformate werden in Präsenz, online und als Mixed-Formate genutzt

Daneben haben digitale Technologien auch einen starken Einfluss auf die Art und Weise, wie Weiterbildungsanbieter Lernangebote entwickeln, aufbereiten und am Markt platzieren. Während durchschnittlich 32 Prozent der Weiterbildungsmaßnahmen als Präsenzveranstaltung durchgeführt werden und damit nach wie vor am häufigsten genutztes Format darstellen, machen Live-Online-Kurse bereits einen Anteil von 26 Prozent aus. Combine Learning, bei dem Teilnehmerinnen und Teilnehmer sowohl vor Ort als auch online teilnehmen können, macht 18 Prozent der Weiterbildungen im Mittel aus. Blended Learning – ein Lernmodell, das eine klassische Präsenzschulung mit Phasen des Online-Lernens kombiniert – hat einen Anteil von 15 Prozent. Reines E-Learning, bei dem die Teilnehmenden eigenständig und online Inhalte absolvieren, wird meist nur von größeren Weiterbildungsanbietern angeboten und macht daher durchschnittlich nur 5 Prozent der Weiterbildungen aus.

Veränderte Kundenbedürfnisse, neue digitale Möglichkeiten

Die Veränderungen der Möglichkeiten von Weiterbildungsanbietern sowie der Anforderungen ihrer Kunden in den letzten Jahren manifestieren sich

auch in den eingesetzten Lernformaten: 65 Prozent der Anbieter stellen ihren Kunden digitale Plattformen für selbstgesteuertes Lernen zur Verfügung, sodass einzelne Inhalte eigenständig bearbeitet werden können. Gamifizierte Lerninhalte, bei denen den Teilnehmenden Wissen spielerisch vermittelt wird, setzen derzeit 35 Prozent der befragten Weiterbildungsanbieter ein. 20 Prozent planen dies für die Zukunft. Ein ähnliches Bild zeigt sich beim Microlearning: Bereits jeder dritte Weiterbildungsanbieter bietet Lerninhalte in kleinen, leicht verdaulichen Einheiten an, die flexibel durchgearbeitet werden können. Ein weiteres Drittel plant dies für die Zukunft. „Die Anforderungen und Möglichkeiten, wie Menschen lernen, verändern sich. Lernende wünschen sich flexiblere und individuellere Lernformate. Daher passen Weiterbildungsanbieter ihr Portfolio an und ergänzen – unterstützt durch digitale Technologien – die klassische Weiterbildung durch neue Formate“, kommentiert Tobias Ganowski, Consultant bei Lünendonk und Autor der Studie, die Ergebnisse.

Studienbezug und Hintergrundinformationen

In die zwölfte Auflage der Lünendonk-Studie „Der Markt für berufliche Weiterbildung in Deutschland“ wurden 35 Dienstleister einbezogen. Der Fokus liegt auf privat-kommerziellen Weiterbildungsanbietern, die eine Gewinnerzielungsabsicht verfolgen und im Schwerpunkt Geschäfts- und Behördenkunden bedienen. Die von Amadeus Fire, Dekra Akademie, EATO und Haufe Akademie unterstützte Studie bietet einen umfassenden Überblick über die Struktur des deutschen Weiterbildungsmarktes. Die Studie ist zum Preis von 2.400 Euro (zzgl. MwSt.) als PDF-Datei unter www.luenendonk.de verfügbar.

Diese Presseinformation finden Sie im Internet unter:

<https://www.luenendonk.de/news-insights/presseinformation/>

Unternehmensprofil

Lünendonk: Informationen zur Orientierung

Lünendonk & Hossenfelder mit Sitz in Mindelheim (Bayern) analysiert seit dem Jahr 1983 die europäischen Business-to-Business-Dienstleistungsmärkte (B2B). Im Fokus der Marktforscher stehen die Branchen Digital & IT, Business Consulting, Audit & Tax, Real Estate Services, Personaldienstleistung (Zeitarbeit, IT-Workforce) und Weiterbildung.

Zum Portfolio zählen Studien, Publikationen, Benchmarks und Beratung über Trends, Pricing, Positionierung oder Vergabeverfahren. Der große Datenbestand ermöglicht es Lünendonk, Erkenntnisse für Handlungsempfehlungen abzuleiten. Seit Jahrzehnten gibt das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen die als Marktbarometer geltenden „Lünendonk®-Listen und -Studien“ heraus.

Langjährige Erfahrung, fundiertes Know-how, ein exzellentes Netzwerk und nicht zuletzt Leidenschaft für Marktforschung und Menschen machen das Unternehmen und seine Consultants zu gefragten Experten für Dienstleister, deren Kunden sowie Journalistinnen und Journalisten. Jährlich zeichnet Lünendonk zusammen mit einer Medienjury verdiente Unternehmen und Persönlichkeiten mit den Lünendonk B2B Service-Awards aus.

Weitere Informationen

Lünendonk & Hossenfelder GmbH

Jörg Hossenfelder

Geschäftsführender Gesellschafter

Telefon: +49 8261 73140-0

E-Mail: hossenfelder@luenendonk.de

Lünendonk & Hossenfelder GmbH

Theresa Drexel

Head of Operations

Telefon: +49 8261 73140-40

E-Mail: presse@luenendonk.de

Lünendonk & Hossenfelder GmbH

Maximilianstraße 40, 87719 Mindelheim

Telefon: +49 8261 73140-0 Telefax: +49 8261 73140-66

Homepage: <https://www.luenendonk.de>