

Bildungsmarktplatz Sachsen Zielgruppendifferenzierung von Bildungsinformationssystemen am Beispiel von älteren Erwachsenen

Carmen Stadelhofer, Markus Marquard

1. Gesellschaftliche Relevanz der Zielgruppe 50+

Der Anteil älterer Menschen an der Bevölkerung nimmt rapide zu. Drei Komponenten sind für diese Bevölkerungsentwicklung verantwortlich: die niedrige Geburtenhäufigkeit, die Zunahme der Lebenserwartung, resultierend aus einer besseren Gesundheitsversorgung und einem höheren Bildungsstand, sowie Zu- bzw. Abwanderungen. In den nächsten 15 Jahren strömen geburtenstarke Jahrgänge in die Zielgruppe 50+ und stärken die Gruppe der sogenannten "Jungen Alten" als aktives Potential weiterbildungsinteressierter älterer Menschen. Dieser bundesweite Trend wird in Sachsen, wie auch den meisten anderen neuen Bundesländern, durch die Abwanderung jüngerer Menschen aufgrund der hohen Arbeitslosigkeit verstärkt.

Bei der Zielgruppe 50+ handelt es sich um eine sehr heterogene Zielgruppe. Die wichtigste Binnendifferenzierung im Zusammenhang mit der Weiterbildung ist die Frage nach der beruflichen Orientierung. Die Ausweitung der Lebensarbeitszeit wird aufgrund der oben skizzierten demographischen Entwicklungen bereits seit längerem prognostiziert. In absehbarer Zukunft werden immer mehr ältere Arbeitnehmer dem Arbeitsmarkt zu Verfügung stehen. 2000 lag der Anteil der 50 bis 65 Jährigen laut Statistischem Bundesamt bei 30,4% der Menschen im Erwerbsalter, 2020 werden es, ohne eine Ausweitung der Lebensarbeitszeit, bereits fast 40% sein. Die bisherige Arbeitsmarktpolitik der letzten Jahrzehnte hat aber dazu geführt, dass die Berufs- und Karriereplanung bei Arbeitnehmern bereits ab 50 Jahren zunehmend in den Hintergrund tritt und eine Neuorientierung und Suche nach einer nachberuflichen Tätigkeit bei vielen in den Vordergrund rückt. Dies gilt auch für sogenannte Familienfrauen, die ihre aktive Familienphase abgeschlossen haben.

Ein weiterer wichtiger Aspekt besteht in den Individualisierungstendenzen in unserer heutigen Gesellschaft. Die damit verbundene Ausdifferenzierung in verschiedene soziale Milieus erreicht in zunehmendem Maße auch das Alter. Insbesondere in Hinblick auf die Bildungsorientierung und die Bereitschaft, sich mit den neuen Kommunikationstechnologien auseinander zu setzen, spielt die Zugehörigkeit zu "sozialen Milieus" eine nicht unerhebliche Rolle, d.h. dass Binnendifferenzierungen, auch über die Frage der Berufstätigkeit hinaus, innerhalb der Zielgruppe 50 + berücksichtigt werden müssen. Bemerkenswert ist auch, dass mit dieser Zielgruppensetzung fast 6 Jahrzehnte erfasst werden. Das sind z.Zt. ca. 28 Millionen Menschen, über ein Drittel der deutschen Gesamtbevölkerung.

Unsere Gesellschaft kann es sich nicht mehr erlauben, auf die Kompetenzen und Erfahrungen älterer Menschen zu verzichten. Ohne entsprechende Angebote liegen diese Kompetenzen aber meist brach, denn Engagement erfordert eine entsprechende Qualifikation. Dies gilt sowohl im beruflichen Kontext wie auch bei nachberuflichen Tätigkeitsfeldern. Angesichts der steigenden Lebenserwartung ist Weiterbildung und gesellschaftliche Partizipation ein wesentlicher Faktor zur Erhaltung der Vitalität und Selbständigkeit im hohen Alter.

2. Computer und Internet-Nutzung der Zielgruppe 50+

Ein nicht unerheblicher Teil der über 50-Jährigen hat sich in den letzten Jahren den Computer und das Internet erschlossen. Unterstützt durch Aktionen wie die bundesweite Kampagne "Senior-Info-Mobil" hat sich die Gruppe 50+ mit den größten Zuwachsraten innerhalb kürzester Zeit mehr als verdoppelt. Nach aktuellen Daten der @facts-Studie vom Januar 2003 gehören weit über 6 Millionen zu den Internetnutzer, das sind 23 Prozent der über 50-jährigen. In Sachsen sind nach den neusten Zahlen 28,7% der 50 bis 65 Jährigen Online, bei den über 65 Jährigen sind es noch 4,2% (@facts SevenOne Interactive Januar 2003).

Eine differenziertere Betrachtung der Zahlen zeigt aber auch, dass in der Altersgruppe 60+ bundesweit eine leicht rückläufige Tendenz festzustellen ist: laut ARD/ZDF Online-Studie 2002 nutzen 7,8 Prozent aller über 60jährigen das Internet, 2001 waren es noch 8,1 Prozent. Wo sich die Werte nahezu jedes Jahr zuvor verdoppelten, kehrt nun Stagnation ein. Vergleicht man die Quote der Internetnutzer 50+ mit derjenigen der Gesamtnutzerschaft (ab 14 Jahre), so wird letztere mit 50% mit mehr als dem Doppelten übertroffen. Der Anteil der 14 bis 19 Jährigen, die das Internet nutzen, beträgt sogar über 85 Prozent. Von einer Überwindung des "Digital Divide" der Gruppe 50+ kann so gesehen noch keine Rede sein. Neben dem Aufbau von Bildungsangeboten über das Internet und anderen sinnvollen Nutzungsmöglichkeiten dieses Mediums muss es für die Zielgruppe 50+ weiterhin auch besondere Maßnahmen der Erschließung des Internets geben. Gerade für die über 60 Jährigen muss dabei großer Wert darauf gelegt werden, dass die Hemmschwellen gegenüber dem Medium Internet fallen. Die Nutzung des Internets in Sachsen liegt mit 41,8% deutlich unter dem Bundesdurchschnitt von 49,8%. Nur noch Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen-Anhalt liegen dahinter. Bei den Großstädten ergibt sich ein etwas anderes Bild: Dresden liegt bei der Internetnutzung laut @facts 2. Quartal 2002 gleich hinter Frankfurt am Main an zweiter Stelle. D.h., will man eine nachhaltige Entwicklung der Mediennutzung in ganz Sachsen, darf man auf weitere Maßnahmen zur Erschließung des Internets nicht verzichten.

Die Gruppe der "Jungen Alten" in der Zielgruppe 50+ wächst bei den Internetnutzern zunehmend an. Damit gibt es immer mehr "junge Alte", die bereits Erfahrung mit dem Medium Internet haben, oder dafür zumindest sehr aufgeschlossen sind. Mit dem Interesse am Medium selbst wächst aber auch die Bereitschaft, sich auf komplexere Multimediaanwendungen (z.B. Videostreaming) einzulassen und die technischen Möglichkeiten, die das Internet bietet, stärker zu nutzen. Dies erlaubt und erfordert zugleich anspruchsvollere didaktisch-methodische Aufbereitung im Bereich E-Learning und im internetgestützten Weiterbildungsbereich, um den spezifischen Anforderungen und Bedürfnissen (Layout, inhaltliche Aufbereitung) gerecht zu werden.

3. Bildungsorientierung der Zielgruppe 50+

Die Wissensgesellschaft ist nicht nur durch die Bedeutung des Wissens als Produktivkraft gekennzeichnet, sondern auch durch das Anwachsen und die ständige Erneuerung von Wissen. Gerade berufsorientierte Kenntnisse und Fachwissen werden durch eine immer kürzere werdende Halbwertszeit bestimmt. Das Schlagwort "Lebenslanges Lernen" wird heute zumeist im Kontext mit der beruflichen Fort- und Weiterbildung verwendet. Gerade für ältere Mitarbeiter gibt es einen enormen Bedarf an beruflicher Fort- und Weiterbildung, sollen sie nicht vorzeitig aus dem Erwerbsleben ausgeschlossen werden. Ältere Arbeitnehmer sind aber bislang im Bereich der beruflichen Fort- und Weiterbildung unterrepräsentiert. Es gibt zwar inzwischen einen fluktuierenden Markt für berufliche Fortbildungen im Bereich des E-Learning, dieser orientiert sich aber nicht an den Bedürfnissen und dem Bedarf älterer Arbeitnehmer. Hier gibt es noch einen enormen Nachholbedarf.

Für eine nichtberufsorientierte Weiterbildung gibt es ebenfalls einen enormen Bedarf in der Zielgruppe 50+. Wie die jüngste Studie der Deutschen Gesellschaft für Gerontotechnik, GGT Iserlohn zeigt, interessiert sich jeder fünfte ältere Mensch (19%) für eine wissenschaftliche Weiterbildung. Derzeit absolvieren aber lediglich 0,19% der über 60 Jährigen ein Seniorenstudium. 1/3 der in dieser Studie Befragten würden dafür auch das Internet nutzen. Die Interessensschwerpunkte sind breit gefächert: die Bereiche Gesundheit, Kultur, Politik, Religion, Philosophie und Soziales – Männer etwas mehr für Wirtschaft und Politik. Spezifische Inhalte, die überwiegend 50+ interessieren, gibt es nur in wenigen Bereichen, so z.B. das Themen Gesundheit.

Die Gruppe 50+ verbindet die nichtberufsorientierte Weiterbildung meist mit dem Wunsch, selbstbestimmt und frei von beruflichen Zwängen lernen zu können. Auf Zertifikate und staatlich anerkannte Abschlüsse reagieren viele, ebenso wie bei verordneten Prüfungen und Leistungsnachweisen, mit Vorbehalten. In der GGT-Studie bezeichnen 82% der Befragten Zertifikate als nicht wichtig oder unerwünscht, immerhin 14% möchten aber einen entsprechenden Leistungsnachweis. Diese Bildungsinteressierten in der Zielgruppe 50+ zeichnen sich durch eine hohe Lernmotivation aus. Neuere Studien zeigen, dass diese meist durch intrinsische Motive (z.B. Lust am Lernen selbst) und persönlichem Interesse an der Sache zum Lernen bewegt werden, und nicht aufgrund extrinsischer Motive, wie z.B. Belohnung durch eine anstehende Beförderung. Diese Erkenntnisse muss sich auch eine berufliche Fort- und Weiterbildung zu nutze machen. Ein wesentliches Motiv für die Teilnahme an Weiterbildungsangeboten, ebenso wie für das Engagement in einer nachberuflichen Tätigkeit, ist das Bedürfnis nach sozialem Kontakt.

Berufliche und nachberufliche Bildungsangebote für die Zielgruppe 50+ müssen in besonderem Maße auf die Interessen und Lebenswirklichkeit der Teilnehmenden abgestimmt sein. An den Erfahrungen der Teilnehmenden muss angeknüpft und deren Kompetenzen und Fertigkeiten in den Lernprozess eingebunden werden. Informelles und formelles Lernen verschränken sich bei dieser Zielgruppe zunehmend. Außerdem muss auf die jeweilige Lernbiographie, die jeder als "biographischer Rucksack" mit seinen Erfolgs- aber eben auch Frustrationserlebnissen mit sich herum schleppt, gezielt Rücksicht genommen werden. Gerade selbstbestimmtes und selbstorganisiertes Lernen erfordert eine entsprechenden Lernberatung und Lernsupervision, damit die unterschiedlichen Lerntypen die jeweils auf sich passenden Lernformen finden können.

4. Defizite bisheriger Bildungsinformationssysteme für die Zielgruppe 50+

Fehlende Transparenz, ein unüberschaubares Angebot an Datenbanken, Lernplattformen, Content-Anbietern und Online-Kursen kennzeichnet die gegenwärtige Situation der Bildungsangebote im Internet. Dies gilt auch für die allgemeinen Angebote, die sich an die Zielgruppe 50+ wenden. Privatpersonen tummeln sich hier neben kommerziellen Anbietern, etablierten Institutionen der Altenarbeit oder Altenbildung, Wohlfahrtsverbände sowie neuen Initiativen, die meist erst langsam im Aufbau sind. Von der Fülle des keineswegs immer qualitativ hochwertigen Angebots sind viele ältere Menschen abgeschreckt und nutzen das Internet über die ihnen bereits bekannten Anwendungen (surfen, e-mail) und Internetseiten hinaus kaum.

Im Gegensatz zur beruflichen Fort- und Weiterbildung sind allgemeine Bildungsangebote nicht so ausdifferenziert. Doch auch im Bereich der beruflichen Weiterbildung sind spezielle Angebote für ältere Arbeitnehmer selten und meist mit einem bestimmten "Stigma" behaftet. Auch im Bereich der allgemeinen Weiterbildungsangebote sind die Bildungsserver oder Lernplattformen

eher auf junge Menschen, also auf Schüler, Studenten oder Lehrer zugeschnitten und sprechen ältere Menschen aufgrund des Designs und der Art der methodisch-didaktischen Darstellung oft nicht an. Ausgewiesene Bildungsinformationssysteme für die Zielgruppe 50+ gibt es kaum. Für kommerzielle Anbieter offensichtlich derzeit nicht rentabel, werden diese Bildungsangebote von einer Handvoll Institutionen (Seniorenstudium, Träger der Altenbildung) oder kleinen (z.T. Privat-) Initiativen angeboten. Im beruflichen Bereich sind es das Arbeitsamt und die Kammern, die hier wenigstens ausgewählte Angebote anbieten. Ein eigenständiger Markt hat sich aber auch hier noch nicht ausdifferenzieren können.

Die Bildungsangebote, die sich nicht direkt an die Zielgruppe 50+ richten, sind von der technischen Handhabung oft sehr anspruchsvoll und überfordern die eher ungeübten Nutzer. Meist stehen technischer Aufwand (beim Anbieter ist es der Produktionsaufwand, bei den Nutzern die oft zusätzlich erforderlichen Plugins) nicht im Verhältnis zum inhaltlichen Wert der Angebote. Vorwiegend begrenzen sich viele der Bildungsangebote auf Informationsbereitstellung, die oft nicht einmal gut strukturiert ist. Lernkontrollen und Kommunikationsmöglichkeiten sind begrenzt, der Austausch mit anderen Lernenden oder den Lehrenden (ggf. Tutoren) wird nur sehr selten ermöglicht und kommt aufgrund einer mangelnden Begleitung schnell ins Stocken.

Die Qualität vieler Bildungsangebote und Webseiten krankt daran, dass die Angebote selbst in sich vom Aufbau her nicht transparent sind. Die Nutzer können sich nicht richtig orientieren, wissen nicht, wo sie einsteigen und wie sie navigieren sollen. Auf den Internetseiten bleiben sie oft verloren (Sequenzierungsproblem) und geben irgendwann frustriert die weitere Recherche auf. Bildungsangebote, die die Erfahrungen, Kompetenzen und Fertigkeiten der Lernenden mit einbeziehen möchten, müssen teilnehmer- und prozessorientiert angelegt sein. Vorstrukturierte Lerninhalte, die nach immer der gleichen technischen und inhaltlichen Struktur eingeübt werden sollen, zumal im Sinne des WBT, sprechen die Gruppe der aktiven Älteren weniger an. Gewünscht werden für die Zielgruppe 50+ methodisch-didaktische Lernkonzepte, die modular aufgebaut sind und eine themenspezifische Auswahl und Interaktivität ermöglichen. Die Lernenden sollen untereinander in einen Diskurs treten, so dass in Ansätzen eine E-Community entstehen kann. Dies ermöglichen derzeit die wenigsten Bildungsangebote im Internet.

Die Online-Kursangebote für die Zielgruppe 50+ sind derzeit überwiegend auf technische Themen (Handhabung des Internets, Gestaltung von Webseiten, Bildbearbeitung etc.) konzentriert. Entsprechend dem oben formulierten Weiterbildungsbedarf müssen zunehmend auch Bildungsangebote mit anderen thematischen Schwerpunkten, wie z.B. Gesundheit, Kultur, Politik, Religion, Philosophie und Soziales entwickelt und angeboten werden.

Es gibt derzeit kein Bildungsinformationssystem, das für die Zielgruppe 50+ einen Gesamtüberblick über die vorhandenen Lernangebote und deren spezifische Ausprägung bieten könnte, geschweige denn eine gezielte Lernberatung leisten kann. Während im beruflichen Bereich, teils durch das Arbeitsamt, die Kammern oder die Wirtschaftsverbände eine solche Beratung wenigstens in Ansätzen angeboten wird, fehlt es für die Zielgruppe 50+ im Bereich der allgemeinen Weiterbildung komplett.

Die verschiedenen Bildungsinformationssysteme erfassen immer nur Ausschnitte und kommen oft über eine einfache Linkliste, in denen auf weitere Anbieter verwiesen wird, nicht hinaus. Die wenigen Beispiele für "Good Practice" im Bereich der Zielgruppe 50+ zeigen aber, dass auch andere Angebote möglich sind. Das Europäische Netzwerk "Learning in Later Life" bietet beispielsweise in Form einer Datenbank einen guten Überblick über die verschiedenen Weiterbildungsmöglichkeiten älterer Menschen, insbesondere im Bereich des Seniorenstudiums.

Für Online-Kurse können die Angebote der "Australischen U3A" (Universität des dritten Lebensalters) als Vorbildlich bezeichnet werden. Im Rahmen des BLK-Projekts "gemeinsamlernen" werden Selbstlerngruppen älterer Erwachsener initiiert und bei "senioren-lernen-online" treffen sich ältere Erwachsene aus ganz Deutschland in einem "virtuellen elektronischen Klassenzimmer". Solche Angebote zu vernetzen, neue Online-Angebote auch regional zu initiieren und interessierte ältere Menschen entsprechend zu beraten wäre eine wichtige Aufgabe.

Innerhalb der Zielgruppe 50+ gibt es ein großes Bedürfnis, die verschiedenen Formen des virtuellen Lernens mit realen Begegnungen zu verbinden. Diese Verbindung von virtuellen und realen Lernangeboten wird z.Zt. nur in sehr wenigen Lernprojekten erprobt. In diesem Zusammenhang hat sich im letzten Jahr unter Beteiligung mehrerer Träger aus Sachsen eine bundesweite Initiative gebildet, die zum Ziel hat, ein virtuelles und reales Lern- und Kompetenznetzwerk älterer Erwachsener im Sinne einer Lern- und E-Community aufzubauen. Damit bildungsinteressierte ältere Menschen nicht in die Gefahr kommen, sich vereinzelt vor ihrem Computer in den Tiefen des Internets zu verlieren oder es gar nicht mehr zu nutzen, wäre eine Zusammenarbeit zwischen dem Bildungsmarktplatz Sachsen und diesem regionalen und bundesweiten Netzwerk empfehlenswert.

5. Besondere Anforderungen aus Sicht der Zielgruppe 50+ an einen zukünftigen "Bildungsmarktplatz Sachsen"

Zentrale Aufgabe des "Bildungsmarktplatz Sachsen" muss es sein, für die jeweilige Zielgruppe einen angemessenen Einstieg für interessierte Einzellernende und Lerngruppen in die Bildungsangebote via Internet zu bieten. Menschen über 50 müssen sich gezielt über für sie interessante Bildungsangebote aus dem Bereich der allgemeinen und berufsbezogenen Weiterbildung informieren und unter zielgruppenspezifischen Aspekten auswählen können. In diesem Sinne muss der "Bildungsmarktplatz Sachsen" für die Zielgruppe 50+ Transparenz schaffen und auf Lernangebote für verschiedene Interessenslagen und unterschiedliche Voraussetzungen Empfehlungen aussprechen.

Neben einem übersichtlich gestalteten Internetportal müssen dazu Möglichkeiten gefunden werden, wie ältere Bildungsinteressierte eine entsprechende Lernberatung und ggf. auch Lernsupervision erhalten können. Diese Aufgabe muss keinesfalls zentral gelöst werden, sondern kann z.B. in Zusammenarbeit mit ausgewählten Bildungsträgern jeweils in den Kommunen vor Ort angeboten werden. Empfehlenswert wäre es, dies mit der Einrichtung von lokalen Lernwerkstätten zu verbinden, in denen die Möglichkeit besteht, das Internet kostenlos bzw. kostengünstig zu nutzen und entsprechende technische Beratung zu erhalten. Als realer Ort der Begegnung tragen solche Lernwerkstätten auch dem Bedürfnis nach sozialen Kontakten Rechnung. Sie knüpfen an die Idee der "öffentlichen Internet-Zugangs- und Lernorte" (Kubicek) an, die von der Stiftung Digitale-Chancen empfohlen werden.

Über den "Bildungsmarktplatz Sachsen" sollen gezielt Grundlagenkurse für virtuelles Lernen für die Zielgruppe 50+ angeboten und entsprechende Lernmaterialien bereit gestellt werden. Im Multiplikatorenprinzip sollen Lernberater und Tutoren im Sinne von "SeniorTrainern" ausgebildet werden, die zum einen bei technischen Problemen Hilfestellung anbieten, zum anderen aber auch Lernprozesse von Einzellernenden oder von Lerngruppen im Sinne einer guten Moderation begleiten könnten. Diese technische Basisunterstützung würde sowohl die beruflichen wie auch die allgemeinen Weiterbildungsangebote deutlich unterstützen.

In Kooperation mit ausgewählten Anbietern müssen Qualitätsstandards entwickelt werden, die als Grundlage für die Empfehlung von Lernangeboten dienen könnten. Mit einem

entsprechenden Qualitätssiegel könnten Dienstleistungsunternehmen, öffentliche Anbieter und Firmen dazu gebracht werden, die Bedürfnisse der Zielgruppe 50+ stärker zu berücksichtigen und den Lernenden werden damit selbst Kriterien an die Hand gegeben, wonach sie ihre Bildungsangebote selbstbestimmt auswählen können. In diesem Kontext könnte der "Bildungsmarktplatz Sachsen" einen Erfahrungsaustausch zwischen den verschiedenen Bildungsanbietern im Bereich 50+ ermöglichen und diese entsprechend beraten. Der "Bildungsmarktplatz Sachsen" sollte aber nicht selbst als Lernplattform dienen, sondern sich nur als Portal und Dienstleister verstehen, der eine vermittelnde Funktion erfüllt.

Mit ausgewählten Projekten sollte der "Bildungsmarktplatz Sachsen" im Bereich der nachhaltigen Erschließung des Internets für sogenannte "Offliner" sowie für besonderes herausragende Lernprojekte exemplarische Beispiele schaffen. In diesem Bereich empfehlen wir ein Qualifizierungsangebot für Multiplikatoren zur Erschließung des Internets und zur tutoriellen Begleitung von Lernprojekten zusammen mit der Entwicklung von entsprechenden Materialien, die dann auch auf dem Portal des Bildungsmarktplatzes zum Download angeboten werden könnten.

In Zusammenarbeit mit dem "Virtuellen und realen Lern- und Kompetenznetzwerk älterer Erwachsener (ViLE), Region Sachsen" könnte sowohl das oben angedeutete Multiplikatorenprinzip, wie auch eine Art Patenschaftssystem "von SeniorInnen für SeniorInnen" aufgebaut werden. Über das Netzwerk ViLE wäre auch eine bundesweite Kooperation mit anderen Trägern von internetbasierten Bildungsangeboten möglich. Somit wären Einzellernende und Lerngruppen nicht auf die Angebote in Sachsen beschränkt, gleichzeitig könnten aber die Angebote aus Sachsen auch für andere Regionen geöffnet werden.

Für ein langfristiges Angebot im Rahmen des "Bildungsmarktplatz Sachsen" stellt sich natürlich auch die Frage nach einem Betreiber- bzw. Geschäftsmodell. Der Markt für E-Learning-Angebote boomt trotz der allgemeinen Krise auf dem neuen Markt. Nach Angaben der International Data Corporation (IDC) wird der Weltmarkt für E-Learning-Lösungen von 6,2 Mrd. Euro im Jahr 2002 auf voraussichtlich 22 Mrd. Euro in 2006 steigen. Der Großteil dieses Markts bezieht sich aber auf die berufliche Weiterbildung, allgemeine Weiterbildung ist hingegen, insbesondere in Bezug auf eine nachberufliche Tätigkeit älterer Erwachsener, ein Nischenbereich.

Ein kommerzielles Angebot, das sich einerseits durch Werbung, andererseits durch Einnahmen aus Weiterbildungsangeboten durch die Teilnehmer selbst finanziert, gibt es in diesem Bereich derzeit nicht und wird realistisch gesehen auch in den nächsten Jahren die Gesamtkosten eines solchen Vorhabens nicht abdecken können. So wie im Bereich der beruflichen Weiterbildung viele Angebote für ältere Menschen über Maßnahmen des Arbeitsamts finanziert werden, sind die meisten der Angebote im Bereich der allgemeinen Weiterbildung älterer Erwachsener und zur Qualifizierung einer nachberuflichen Tätigkeit durch den Bund oder andere öffentliche Mittel projektfinit.

Daneben gibt es eine Reihe von Stiftungen, Wohlfahrtsverbänden und sonstigen Gemeinnützigen Einrichtungen, die solche Projekte finanzieren. Zusätzliches Potential gibt es möglicherweise noch im Bereich des Socialsponsoring durch große Unternehmen.

Eine weitere, nicht zu unterschätzende Ressource sind die älteren Menschen selbst; viele der bereits existierenden Netzwerke im Seniorenbereich werden weitgehend durch das ehrenamtliche Engagement der älteren Menschen getragen. Im Weiterbildungsbereich kommt man hier aber schnell auch an Grenzen. Auf eine professionelle Beratung und Begleitung von Online-Weiterbildungsangeboten sollte deswegen nicht verzichtet werden. Für den

Bildungsmarktplatz Sachsen dürfte dies bedeuten, dass zumindest auf absehbare Zeit, im Bereich der Zielgruppe 50+ eine kostenneutrale Finanzierung nicht möglich sein dürfte. Daraus aber den Schluss zu ziehen, die Zielgruppe 50+ sei deswegen vernachlässigbar, würde bedeuten, eine relevante Gruppe von den gesellschaftlichen Entwicklungen auszuschließen und gerade auch angesichts der demographischen Entwicklung eine wichtige Investition in die Zukunft unserer alternden Gesellschaft zu verpassen.