

„Die Leitmesse kommt nie!“

Gastkommentar. In unserem Juni-Heft forderte Bernhard Karrasch, e/t/s Didaktische Medien, Halblech, die Weiterbildungsbranche auf, sich auf eine einzige „Leitmesse“ zu einigen. In dieser Ausgabe antwortet ihm Bernhard Kuntz, Fachjournalist und Marketingberater für Trainer aus Darmstadt.

Die Diskussion, ob die deutsche Weiterbildungslandschaft eine „Leitmesse“ brauche, entlockt mir nur ein müdes Gähnen. Sie wurde schon so oft ohne Ergebnis geführt.

Liest man zum Beispiel die Pressemitteilung des Didacta-Verbands, dann fragt man sich: Wann wurde diese eigentlich verfasst? 2007 oder 1997 oder gar schon 1987? Denn so lange verbreitet der Verband schon Meldungen mit Aussagen wie „Didacta künftig noch attraktiver für die Weiterbildung“. Doch was ist aus diesen Willenserklärungen geworden?

Oder denken wir zum Beispiel an die Messe „Qualifikation“ in Hannover, die sogar als internationales Flaggschiff positioniert werden sollte, dann aber im Haf Becken absoff, bevor es die Weltmeere erreichte. Dass sich in den letzten 20 Jahren keine

Leitmesse für Weiterbildung etablieren konnte, hat einen einfachen Grund: Was sollten die Weiterbildungsanbieter auf einer solchen Messe überhaupt präsentieren? Bildung ist und bleibt ein immaterielles Gut. Was sollten Trainer also auf Messeständen ausstellen?

Und warum sollte ein firmeninterner Weiterbildner den mühsamen Weg nach Köln auf sich nehmen? Nur um Prospektmaterial zu sammeln? Das kann er sich auch schicken lassen. Warum sollte er nach Stuttgart fahren? Nur um mit Trainern zu schwatzen? Die kommen auch ins Haus.

Im vergeblichen Bemühen, eine Leitmesse für Weiterbildung zu formen, spiegelt sich das Bemühen wider, einen Weiterbildungs-Verband „mit Gewicht“ aufzubauen. Die atomistische Struktur des deutschen Weiterbildungsmarkts verhindert beides.



Bernhard Kuntz,
Fachjournalist und Marketingberater,
Inhaber des „Büros für Bildung und
Kommunikation“ in Darmstadt